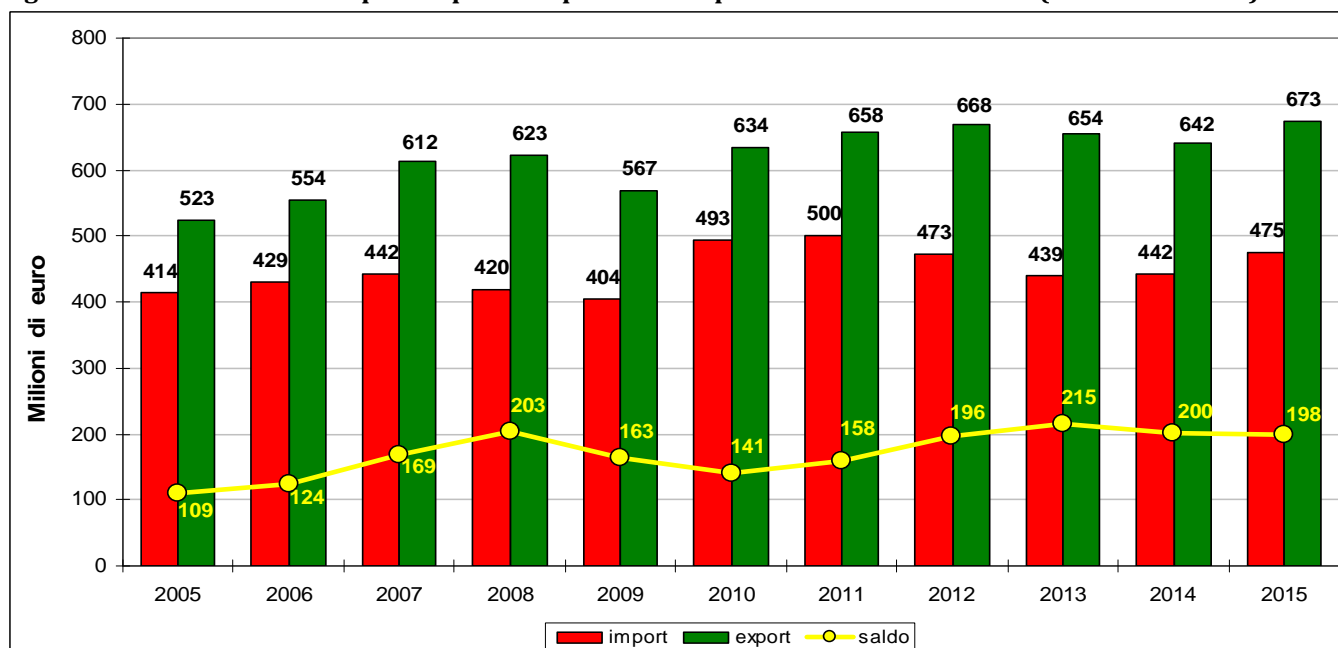


Commercio con l'estero e consumi in Italia

Secondo i dati presenti nella banca dati Coeweb (Istat), l'import/export nazionale di "Piante vive e prodotti della floricoltura" (escluse le merci al di sotto della soglia di assimilazione) ha avuto nel 2015 un **saldo commerciale in valore** (differenza tra valore delle esportazioni e valore delle importazioni) positivo di circa 198 milioni di euro (-1,1% rispetto al 2014, fig. 1). Alla formazione del saldo ha contribuito un aumento sia delle esportazioni (673 milioni di euro, +4,9%) sia delle importazioni (475 milioni di euro, +7,6%).

Fig. 1 - Saldo commerciale import-export comparto fiori e piante nazionale in valore (Anni 2005-2015)

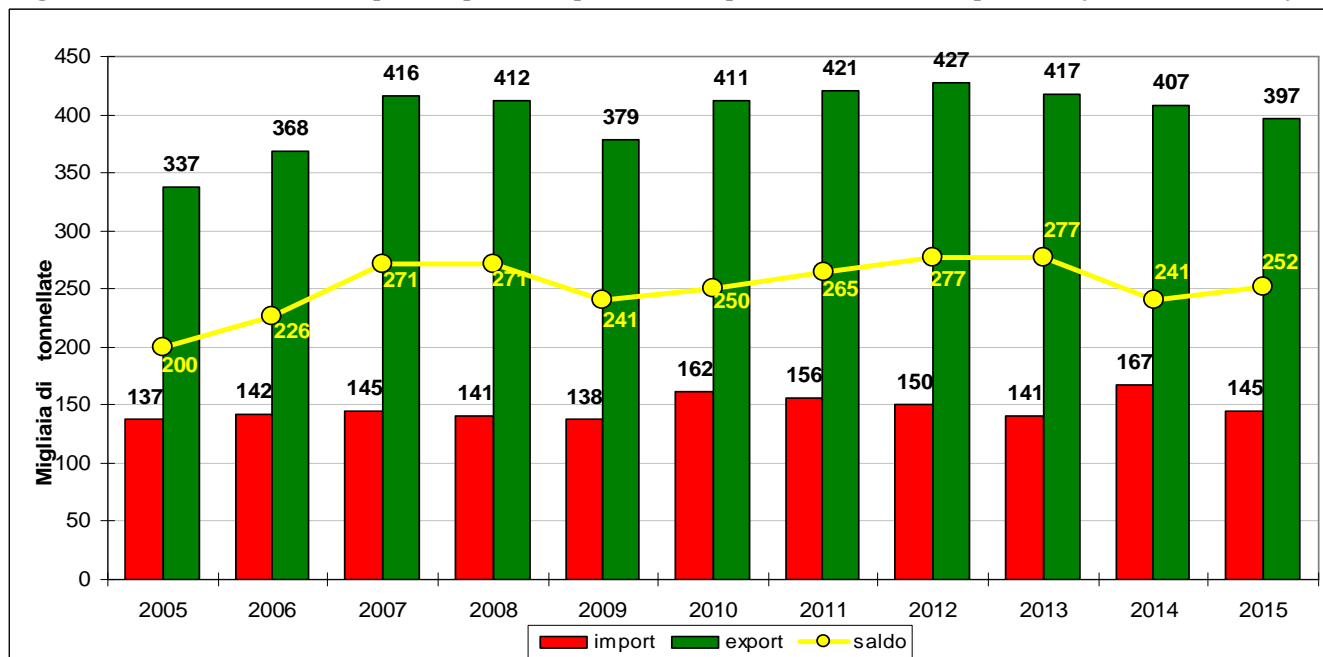


Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Istat (banca dati Coeweb).

¹ Il report è stato realizzato da Renzo Rossetto e Riccardo Schiavo, stagista dell'Università Ca' Foscari di Venezia (corso di laurea in Economia Aziendale) presso il settore Economia, Mercati e Competitività di Veneto Agricoltura.

I dati in **volume** (espressi in termini di peso e non in numero di pezzi) evidenziano un miglioramento del saldo (+4,6%), che raggiunge il valore di circa 252.000 tonnellate (fig. 2). Nel 2015 si registra una riduzione sia delle quantità importate (-12,8%) sia di quelle esportate (circa 397 mila tonnellate, -2,5%), che comunque in termini assoluti sono 2,7 volte superiori a quelle in entrata. Il calo del saldo in valore a fronte di una crescita di quello in volume è giustificato dal fatto che, dopo il crollo registrato nel 2014, nel 2015 il valore di una singola unità di volume importata è risalito a 3,27 euro/kg (+23,3%) mentre il valore di una unità di volume esportata (1,70 euro/kg), è aumentato meno che progressivamente (+7,6%), incrementando il gap tra i due valori.

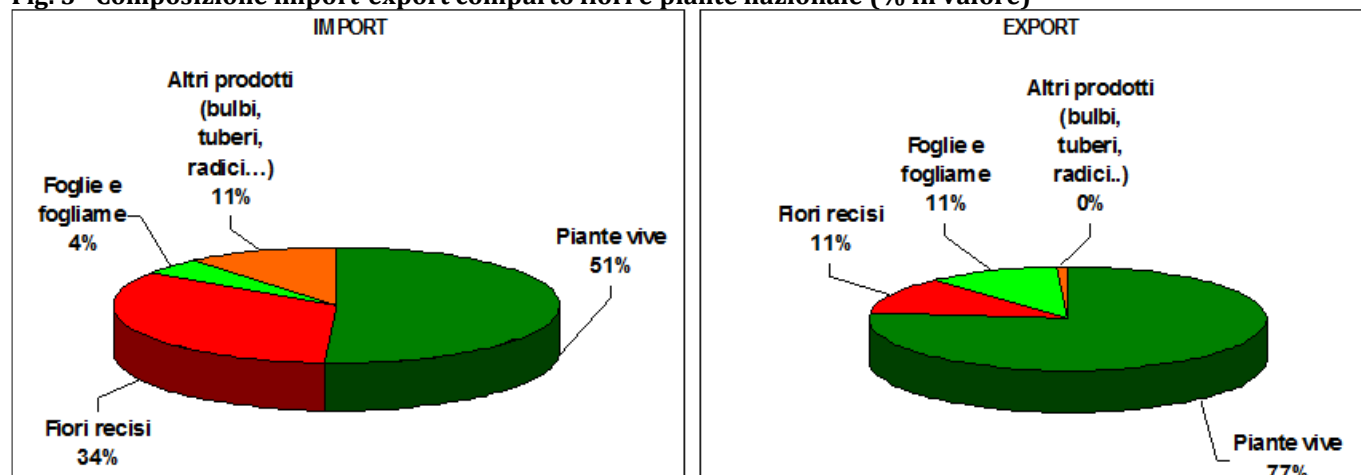
Fig. 2 - Saldo commerciale import-export comparto fiori e piante nazionale in quantità (Anni 2005-2015)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Istat (banca dati Coeweb).

I comparti che hanno maggiormente influito sull'**import** di prodotti florovivaistici sono stati, come sempre, quello delle piante vive (circa 241 milioni di euro, 51%), le cui importazioni sono cresciute del +5,8% e quello dei fiori recisi (161 milioni di euro, 34%), anch'essi in crescita del 6,4% (fig. 3). Per quanto riguarda l'**export**, il punto di forza del settore nazionale è rappresentato dalle piante vive, che costituiscono una quota di circa il 77% delle esportazioni italiane in termini di valore (518,6 milioni di euro, +2,8%). Seguono i comparti dei fiori recisi e delle foglie e fogliame, entrambi con una quota di circa l'11% delle esportazioni (rispettivamente 76 milioni di euro, +16,2% rispetto al 2014 il primo, 73 milioni di euro, +8% il secondo).

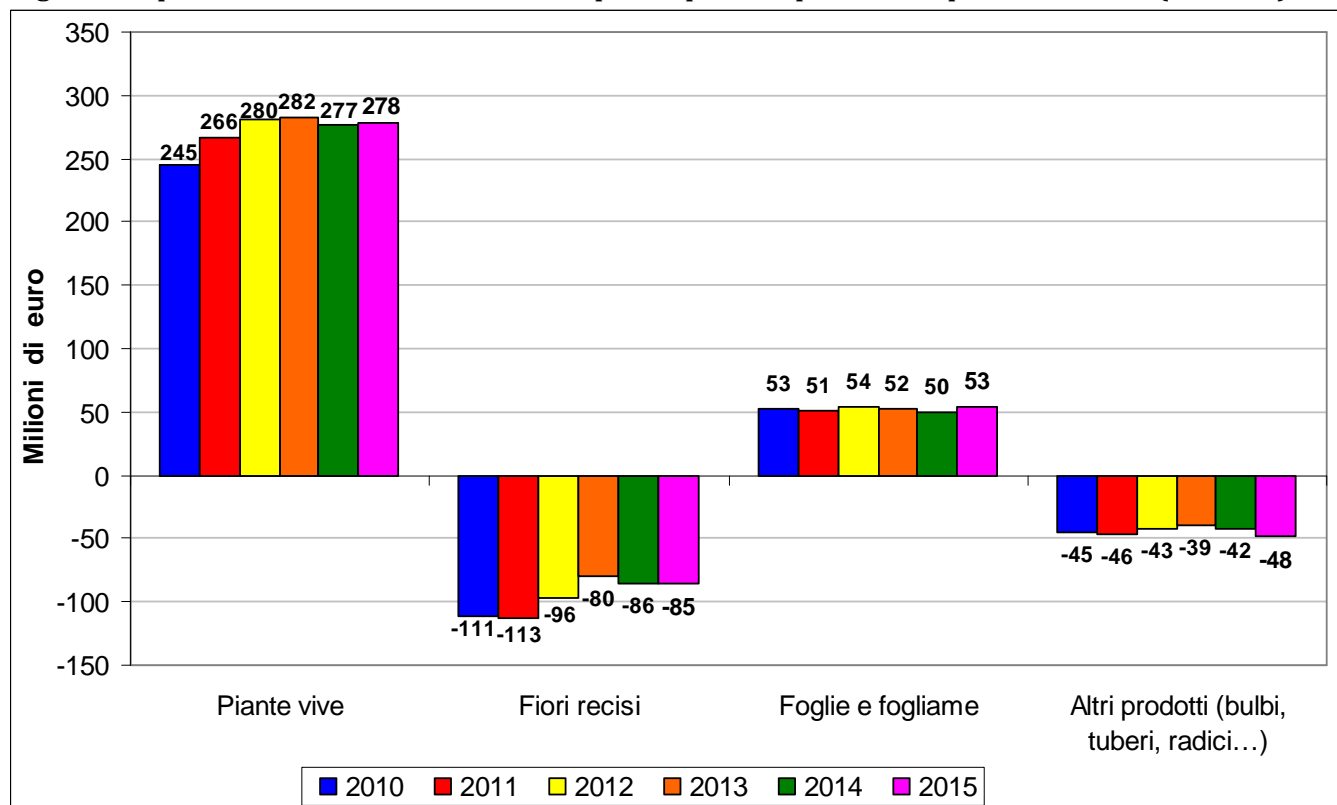
Fig. 3- Composizione import-export comparto fiori e piante nazionale (% in valore)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Istat (banca dati Coeweb).

Il contributo di ciascun comparto nella **composizione del saldo** è ancora più evidente nella figura 4: le piante vive hanno generato nel 2015 un saldo positivo di 278 milioni di euro, in leggerissimo aumento, +0,3%, rispetto al 2014. Positivo è stato anche il comparto foglie e fogliame (53,5 milioni di euro, +8%), mentre continua ad essere negativo il saldo dei fiori recisi (-85 milioni di euro, in riduzione, -1,1%, rispetto al 2014) e di altri prodotti (bulbi, tuberi, radici...), che si assesta a circa 48 milioni di euro, in crescita del 15,3%.

Fig. 4 - Composizione del saldo commerciale import-export comparto fiori e piante nazionale (in valore)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Istat (banca dati Coeweb).

Il **dettaglio regionale** relativo alle **piante vive**, evidenzia per il Veneto un andamento in linea con la tendenza del dato nazionale per quanto riguarda le importazioni (oltre 53 milioni di euro, +5,7%), mentre registra un dato positivo per le esportazioni (26,7 milioni di euro, +20,3%). In controtendenza con il 2014, il risultato della bilancia commerciale del comparto evidenzia un piccolo miglioramento del *saldo negativo* che si porta a circa 27 milioni di euro (-5,8%). A livello nazionale, il saldo positivo scende a 231 milioni di euro (-2,3%), a causa soprattutto di un incremento delle importazioni nelle principali regioni acquirenti del comparto: il Veneto, appunto, la Lombardia (50 milioni di euro, +4,5%) e la Toscana (40 milioni di euro, +33,6%).

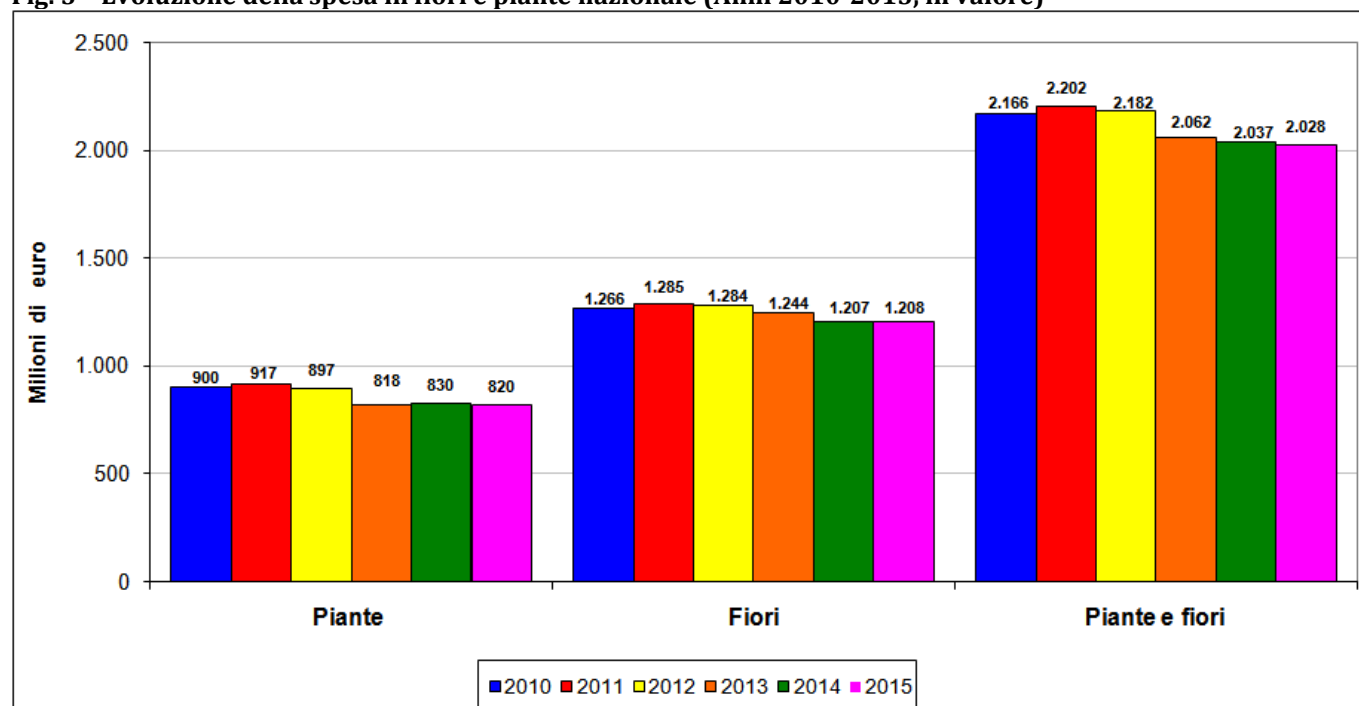
Per quanto riguarda i **consumi nazionali** di piante e fiori, la domanda interna è monitorata e stimata con continuità dall'Ismea. In seguito ad un cambiamento nella metodologia di realizzazione dell'indagine e di raccolta dei dati nel 2013/2014², i risultati dell'ultimo biennio non sarebbero confrontabili né con quelli degli anni precedenti né tra di loro. Per ovviare a questo inconveniente, si sono stimati i periodi non rilevati, in modo da poter effettuare comunque un'analisi dei dati.

Nel 2015 la **spesa complessiva** stimata per prodotti florovivaistici a livello nazionale è stata di 2,03 miliardi di euro (fig. 5), in leggera flessione rispetto al 2014 (-0,44%). Il calo ha riguardato in particolare il consumo di piante, sceso a 820 milioni di euro (-1,2%), mentre il consumo di fiori ha registrato un lieve recupero (1,208 milioni di euro, +0,1%).

² In particolare sono diminuiti o cambiati i periodi di rilevazione e sono stati modificati i questionari di raccolta dati.

L'andamento del mercato nel 2015 è stato poco soddisfacente: nel confronto periodo su periodo rispetto al 2014, si è registrato prevalentemente un calo della spesa, ad esclusione del mese di marzo, dove invece la spesa è stata superiore. Nel primo quadrimestre del 2016, il mercato è stato altalenante: la spesa è diminuita nei periodi gennaio-febbraio, aumentata in marzo e si è mantenuta costante in aprile.

Fig. 5 - Evoluzione della spesa in fiori e piante nazionale (Anni 2010-2015, in valore)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

L'indice di penetrazione degli acquirenti nel 2015 si è mantenuto sempre al di sotto dei rispettivi periodi degli anni precedenti, con valori compresi tra 14,7% del mese di aprile e 19,2% del bimestre gennaio/febbraio. Nel 2016 tali valori si sono posizionati su livelli inferiori a quelli del 2015, ad eccezione del periodo di aprile. La tendenza evidenzia una sempre più bassa propensione del numero di acquirenti di prodotti florovivaistici.

La spesa media annua per acquirente è scesa su valori di 82,1 euro, in leggera diminuzione rispetto al 2014 (-4,4%): in particolare, si è ridotta sia la spesa media in piante, passata da 42,1 a 41,7 euro nel 2015 rispetto al 2014, che soprattutto in fiori, la cui spesa media è scesa a 44,5 euro per acquirente, rispetto ai 47,3 euro del 2014. Al contrario la spesa media mensile fa segnare un leggero miglioramento, sia per quanto riguarda i fiori (25,9 euro nel 2015 rispetto ai 25,1 euro del 2014, +3%), che per le piante (23,9 euro pro-capite rispetto ai 22,4 euro del 2014, +6,5%).

Il consumo pro-capite, calcolato sul numero totale delle persone appartenenti all'universo indagato (oltre 49 milioni di individui con almeno 18 anni di età), per effetto dell'aumento dello stesso scende del 4,5% portandosi a 41 euro nel 2015 rispetto ai 42,9 euro del 2014.

Analizzando più in dettaglio il profilo degli acquirenti (tab. 1), è interessante notare il suo andamento e come è cambiato nel corso degli anni. Il primo aspetto, legato al sesso, evidenzia come gli acquirenti di prodotti florovivaistici siano sempre meno maschi, la cui quota è scesa al 34% da oltre il 40% e sempre più donne, che costituiscono il 66% degli acquirenti. Distinguendo l'analisi per fasce di età, si registra negli anni una diminuzione della spesa effettuata dagli acquirenti nelle fasce più giovani, fino ai 34 anni (in particolare la quota di acquirenti della fascia di età 25/34 anni, scende dal 13,7 al 10%), a favore degli acquisti effettuati da acquirenti di 55 anni e oltre, la cui quota passa da 43,9% del 2011 al 51,5% del 2015. Dal punto di vista della condizione economica, diminuiscono gli acquirenti delle fasce di reddito bassa, la cui quota scende da 20,3% del 2011 al 15,8% del 2015 e media (dal 28,4% al 27,9%), mentre al contrario aumentano gli acquirenti delle fasce di reddito medio-basso (32,2%) e alto (5,9% del totale), ma soprattutto quelli con un livello di

reddito medio-alto (18,2%, +3,2 punti percentuali su base annua negli ultimi cinque anni). Per quanto riguarda la *condizione professionale* degli acquirenti, le categorie che aumentano la loro quota di acquisti sono soprattutto le casalinghe (dal 20,9 al 28% del totale) e in misura meno rilevante i pensionati, la cui quota passa dal 23,7% al 26%. Stabili gli acquisti da parte dei lavoratori dipendenti (19,5% del totale), mentre le altre categorie professionali (lavoratori autonomi, operai, in cerca di occupazione o altre situazioni) registrano una flessione della quota sul totale degli acquirenti.

Tab. 1 - Analisi del profilo degli acquirenti di prodotti florovivaistici: confronto 2011-2015. Dati in %

	Totale Popolazione	2011	2012	2013	2014	2015
SESSO						
Maschi	47,8	40,6	42,2	38,0	34,2	36,0
Femmine	52,2	59,4	57,8	62,0	65,8	64,0
ETA'						
18\24 anni	9,9	5,0	5,4	4,6	4,2	3,8
25\34 anni	18,6	13,7	18,0	14,3	11,8	12,0
35\44 anni	18,4	18,7	18,6	17,3	16,5	15,8
45\54 anni	16,1	18,8	17,2	18,2	18,0	18,3
55 e oltre	37,0	43,9	40,9	45,6	49,4	50,2
AREA GEOGRAFICA						
Nord Ovest	26,9	25,5	29,3	25,8	26,3	22,9
Nord Est+Emilia	19,1	23,1	23,1	24,2	22,1	22,7
Centro+Sardegna	22,4	23,8	22,4	20,8	18,4	21,5
Sud+Sicilia	31,6	27,5	25,2	29,2	33,2	32,9
CONDIZIONE PROFESSIONALE						
Lav. auton.	12,6	12,7	13,4	12,2	10,7	10,3
Lav. dip.	18,2	19,4	20,7	19,0	18,1	19,5
Operaio	15,6	13,9	14,0	12,2	11,6	10,0
Casal.	17,3	20,9	20,0	23,5	27,1	28,0
Pens.	21,4	23,7	22,5	25,8	25,5	25,9
In cerca occup.	6,1	4,7	4,7	3,3	3,6	4,2
Altro	8,8	4,7	4,7	4,0	3,5	2,2
LIVELLO SOCIO ECONOMICO						
Basso	22,0	20,3	19,5	17,8	18,8	16,4
Medio basso	31,0	31,8	31,7	32,5	32,7	33,0
Medio	26,2	28,4	26,8	27,9	27,6	26,9
Medio alto	15,5	15,0	16,7	15,7	15,4	18,7
Alto	5,2	4,6	5,3	6,1	5,4	5,0

Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

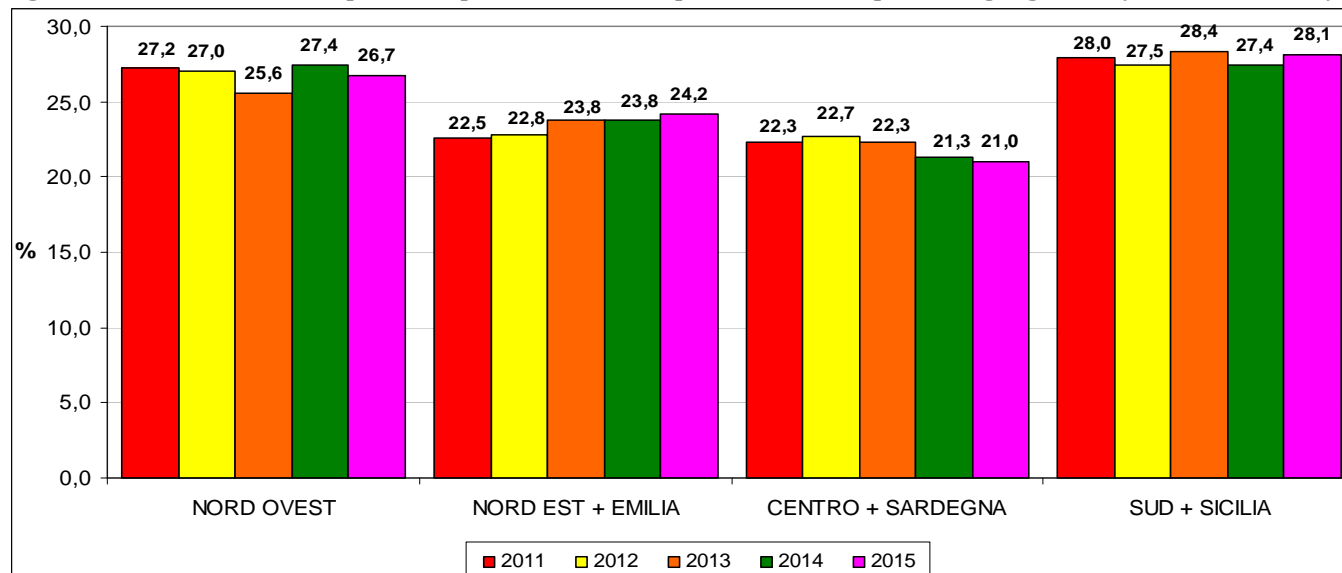
Analizzando i dati di **penetrazione di acquisto per area geografica**, si evidenzia che la quota maggiore di acquisti viene effettuata nelle Regioni del Sud e Sicilia (33,7% degli acquirenti), in crescita anche gli acquirenti del Centro e Sardegna (20,5%) a scapito del Nord-Ovest (23,3%) che perde tre punti percentuali su base annua.

In termini di **spesa complessiva** (fig. 6) il Sud con la Sicilia presenta un andamento in ripresa della spesa in termini di valore, la cui quota si attesta a circa 28,1%, superando quella del Nord-Ovest, che nell'ultimo anno ha subito una flessione passando dal 27,4% al 26,7%. È altrettanto evidente l'andamento crescente registrato negli ultimi anni dalla spesa effettuata nel Nord-Est a scapito di quella effettuata al Centro+Sardegna.

Analizzando la spesa per **tipologia di prodotto** emergono delle notevoli differenze (fig. 7). La spesa in **fiore**, che rappresenta il 60% della spesa totale del comparto (come detto stimata pari a 1,208 miliardi di euro nel 2015), viene effettuata prevalentemente al Sud+Sicilia, dove si registra sia il

maggior numero di acquirenti (44,8%) che la maggior quota di spesa in valore, che ormai negli ultimi anni si è stabilizzata attorno al 35%. Segue per importanza il Nord-Ovest, che con una quota di acquirenti pari al 19% (meno della metà del Sud) realizza circa il 23% della spesa nazionale, una quota tuttavia altalenante negli ultimi anni. Appare invece più chiaro l'andamento crescente della spesa nel Nord-Est, la cui quota sul totale è passata da una quota del 17% nel 2008 al 21% nel 2015, mentre al contrario la spesa del Centro+Sardegna è scesa dal 24,5% al 21%.

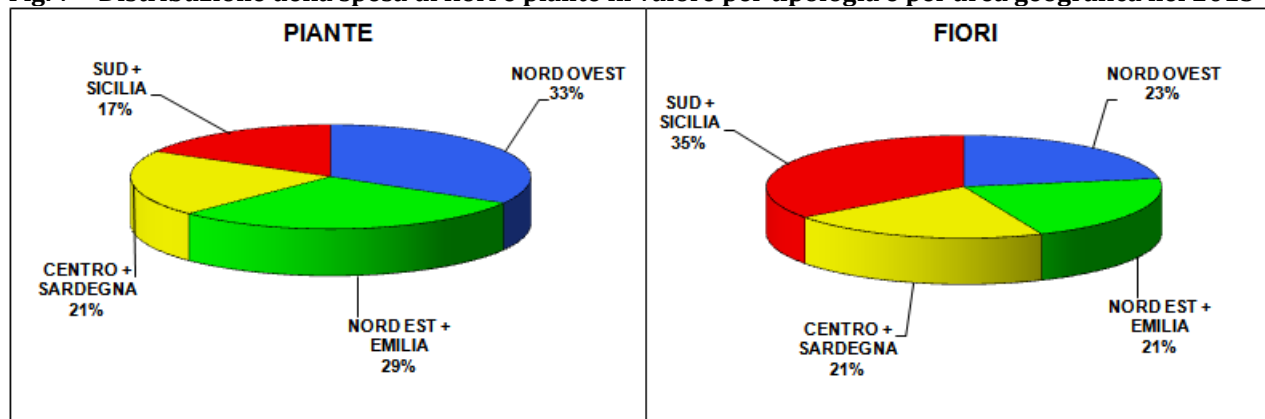
Fig. 6 - Distribuzione della spesa complessiva di fiori e piante in valore per area geografica (Anni 2010-2015)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

La spesa in **piante** (stimata a circa 820 milioni di euro), viene invece realizzata maggiormente nelle regioni del Nord-Ovest (28,1% degli acquirenti nazionali), la cui quota di consumi in valore è pari a circa il 33,4% del totale, seppur in lieve flessione nell'ultimo anno e del Nord-Est+Emilia, che con il 31,5% degli acquirenti realizza il 29% della spesa. Diminuisce l'incidenza sul totale della spesa sia del Centro+Sardegna (20,6%) che del Sud+Sicilia (17%).

Fig. 7 - Distribuzione della spesa di fiori e piante in valore per tipologia e per area geografica nel 2015

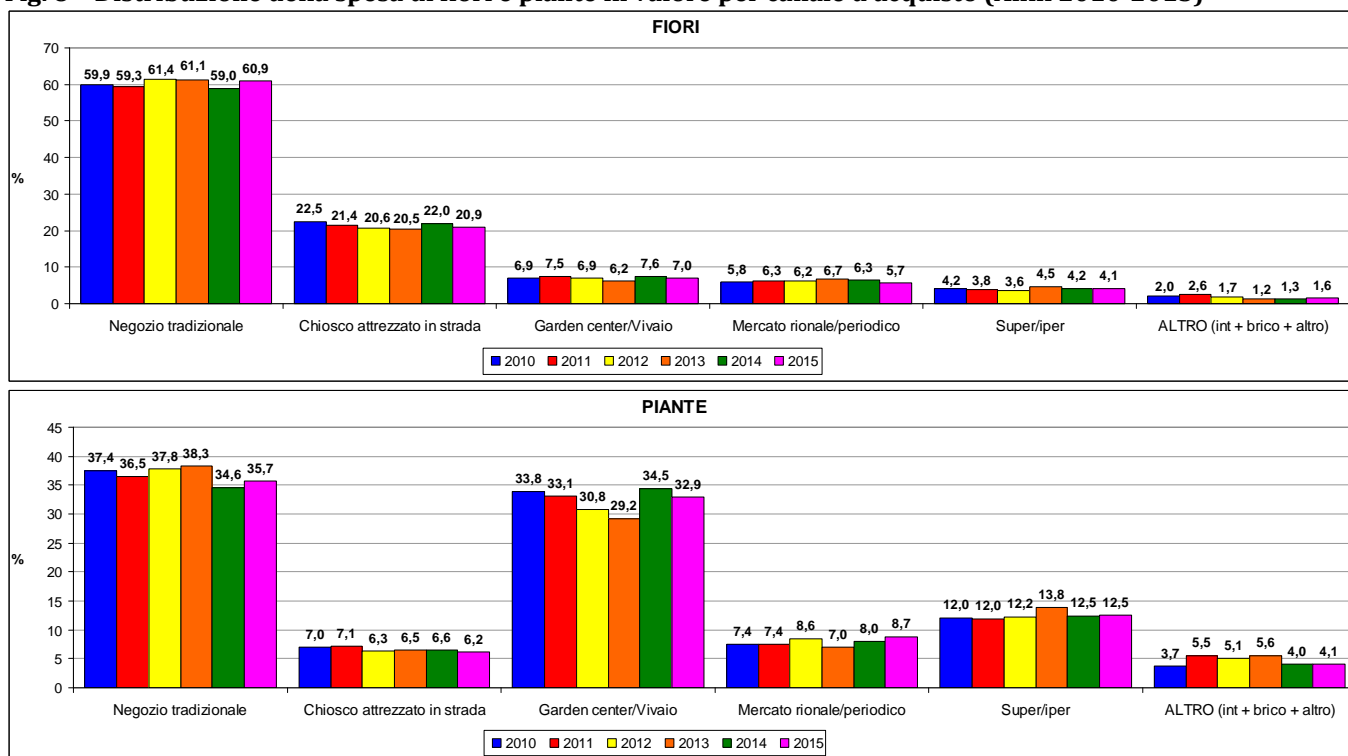


Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

La scelta del **canale di acquisto** (fig. 8), evidenzia, a differenza dell'anno precedente, un nuovo aumento della spesa effettuata presso il negozio tradizionale, che si conferma primo canale di vendita per i fiori (60,9% degli acquisti), a sfavore degli acquisti effettuati presso chioschi attrezzati in strada (la cui quota passa da 22% al 20,9%) o garden center/vivai la cui quota di spesa scende a 7% del totale. Anche la spesa in piante evidenzia un ritorno all'acquisto nei negozi tradizionali, la cui quota di vendite risale al 35,7%, a scapito delle vendite nei garden center/vivaio che scendono al 32,9%. In calo anche la quota di vendite effettuata dal chiosco attrezzato in strada, mentre è in

recupero quella del mercato rionale/periodico; stabili le vendite effettuate presso super/ipermercati (12,5%).

Fig. 8 - Distribuzione della spesa di fiori e piante in valore per canale d'acquisto (Anni 2010-2015)

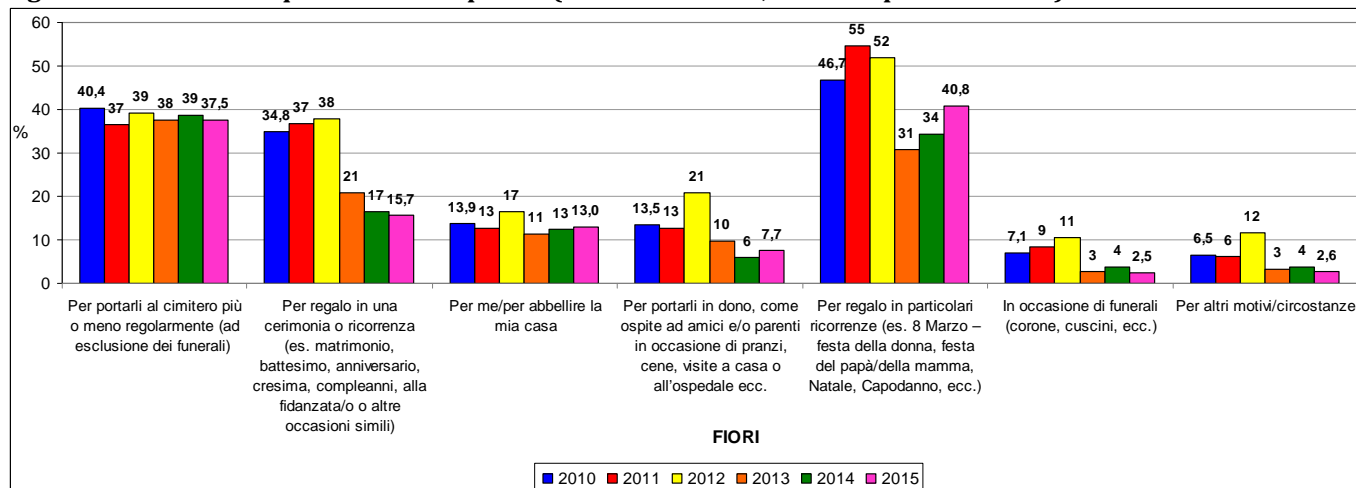


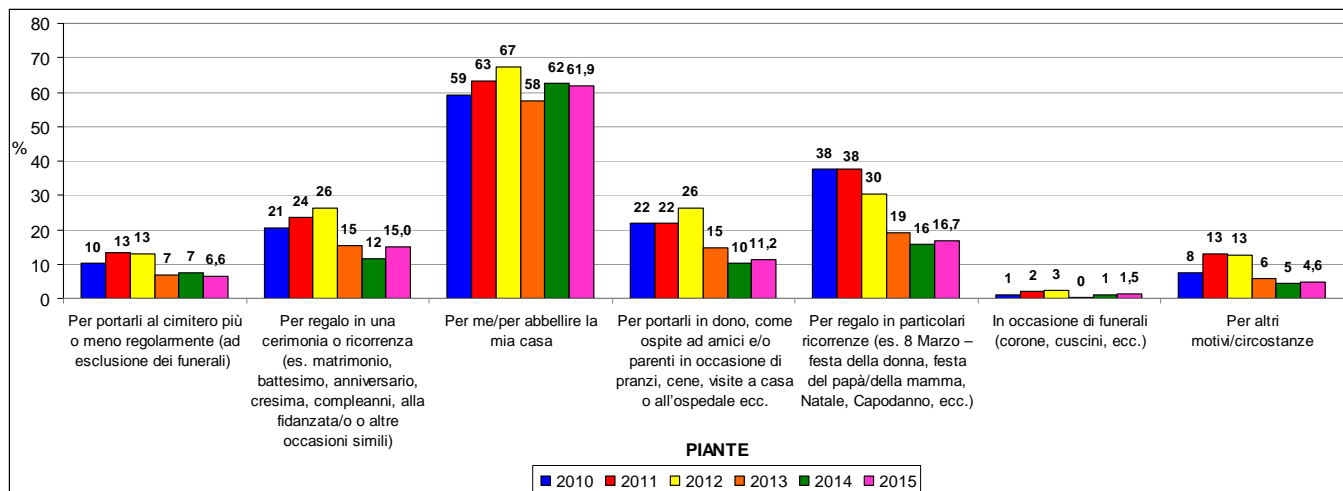
Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

Molto interessante risulta anche l'analisi delle **occasioni d'acquisto** calcolate sul totale degli acquirenti(fig. 9).

Per i *fiori*, il numero medio di occasioni di acquisto per acquirente è di 1,20 in diminuzione rispetto al 2014 (quando era pari a 1,32): l'occasione di acquisto più frequente è per regali in particolari ricorrenze (San Valentino, festa della donna, Natale...) utilizzata dal 40,8% degli acquirenti, in forte ripresa dopo la diminuzione degli anni scorsi a scapito dell'acquisto di fiori per portarli in cimitero più o meno regolarmente, la cui quota si contrae leggermente. In calo anche la percentuale di coloro che dichiarano di acquistare fiori per regalarli in occasione di una cerimonia o ricorrenza (es. matrimonio, battesimo, anniversario, compleanni,..), in occasioni di funerali o per altri motivi/circostanze, mentre aumentano di poco gli acquisti per portarli in dono come ospite o visite.

Fig. 9 - Occasioni di acquisto di fiori e piante (Anni 2010-2015, % sulla spesa in valore)





Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

Anche il numero medio di occasioni di acquisto di *piante* per acquirente scende notevolmente, portandosi a 1,18 (rispetto a 1,30 del 2014). Il primo motivo di acquisto rimane l'abbellimento della casa (62%), la cui quota risale di quattro punti percentuali su base annua rispetto al 2014, mentre sono in notevole diminuzioni le percentuali di acquirenti che dichiarano di acquistarle in particolari ricorrenze (8 marzo, festa della mamma,...), motivazione indicata dal 16% degli acquirenti, o per regalarle in una cerimonia o ricorrenza (es. battesimo, anniversario, compleanno...) o per portarli in dono come ospite.

In **conclusione**, prima di tutto va ancora una volta sottolineato che *l'analisi dei dati sui consumi* raccolti da Ismea risulta influenzata dal cambiamento della metodologia di indagine, che ha reso necessaria la stima di alcuni dati e valori che negli anni precedenti venivano invece rilevati.

In sintesi, va evidenziata l'ulteriore riduzione della spesa complessiva di prodotti florovivaistici, nonostante la nota positiva della lieve ripresa dei consumi di piante. Di particolare importanza il dato riguardante la continua riduzione dell'indice di penetrazione degli acquirenti, certamente controbilanciato da un aumento della spesa media mensile per acquirente, così come sono interessanti le variazioni riguardanti il profilo degli acquirenti e la distribuzione geografica della spesa. Degno di nota il fatto che, mentre aumenta il numero di acquirenti delle Regioni del Sud+Sicilia, contestualmente vi sia una progressiva riduzione della quota di spesa realizzata in questa area geografica e anche in quella del Centro+Sardegna, a favore di un andamento crescente della spesa effettuata nelle regioni del Nord. Significativo inoltre che siano sempre più le femmine i principali acquirenti di fiori e piante e le persone di oltre 55 anni, la cui quota supera il 50% degli acquirenti a scapito di quelli di altre fasce di età più basse. Da sottolineare anche il continuo aumento degli acquirenti delle categorie casalinghe o pensionati e, dal punto di vista socio-economico, di quelli con reddito medio-alto o medio, a scapito delle categorie con un basso livello socio-economico.

Tra i canali di acquisto, il negozio tradizionale mantiene ancora saldamente la leadership come principale canale utilizzato per l'acquisto di fiori, in ulteriore crescita, seguito dal chiosco attrezzato in strada; per quanto riguarda le piante si riducono fortemente le vendite in garden center/vivaio e, contestualmente, l'aumento delle vendite nei negozi tradizionali e nei mercati rionali, stabili o in calo gli altri canali.

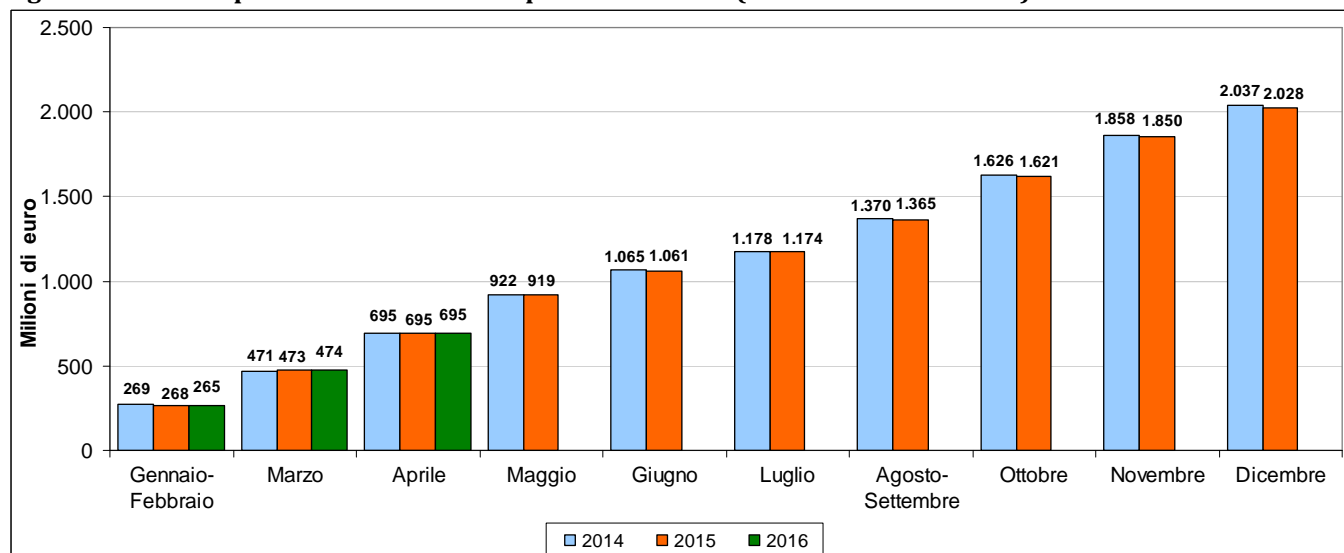
Da evidenziare, infine, per quanto riguarda le occasioni di acquisto, la sensibile diminuzione degli acquisti per regalare piante in particolari cerimonie (matrimonio, anniversari, compleanni..) e in particolari ricorrenze (ad es. 8 marzo, festa della mamma,...), la cui principale scelta di acquisto si conferma essere quella per abbellire la casa. Al contrario quella delle particolari ricorrenze torna ad essere la principale motivazione d'acquisto di fiori, scavalcando quella per portarli in cimitero.

In base all'ultimo aggiornamento riferito al **primo quadrimestre 2016** (fig. 10), l'andamento della spesa cumulata in fiori e fronde, piante, alberi e arbusti in *Italia* si attesta nel complesso a circa 695

milioni di euro, sostanzialmente sugli stessi livelli del medesimo periodo 2015. Si registra una leggera diminuzione della spesa in fiori rispetto (circa 402,6 milioni di euro), mentre la spesa in piante viene stimata in leggero aumento a circa 292,2 milioni di euro (+0,7%).

Per quanto riguarda il **Nord-Est**, i dati dei primi mesi 2016 evidenziano una controtendenza rispetto il dato nazionale, con una spesa complessiva che viene stimata a circa 175,3 milioni di euro, in leggero calo rispetto al 2015 (-0,5%). Tale situazione è il risultato di una dinamica che vede una diminuzione di entrambe le voci: la spesa in piante registra un calo dello 0,2% (circa 88,2 milioni di euro), mentre quella in fiori dello 0,8% (circa 87 milioni di euro).

Fig. 10 - Trend di spesa cumulata di fiori e piante nazionale (confronto 2014 - 2016)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

REDAZIONE

**Il prossimo numero è previsto
in uscita a febbraio 2017.**

Tema monografico

**“Andamento congiunturale
2016 del comparto
florovivaistico veneto”**

Publicazione curata da Veneto Agricoltura
Settore Economia, Mercati e Competitività
Viale dell'Università, 14 - Agripolis
35020 Legnaro (Padova)
Tel. 049. 8293711 – Fax 049.8293815
Sito internet: www.venetoagricoltura.org
E-mail: studi.economici@venetoagricoltura.org
Rif. Alessandro Censori e Renzo Rossetto,
Chiuso in data 7 ottobre 2016

E' consentita la riproduzione di testi, tabelle, grafici ecc. previa autorizzazione da parte di Veneto Agricoltura, citando gli estremi della pubblicazione.

Il Rapporto è pubblicato sul sito internet di Veneto Agricoltura:

www.venetoagricoltura.org >> economia e mercato >> newsletter

Per ricevere il rapporto via e-mail scrivi a: renzo.rossetto@venetoagricoltura.org