



VENETO
AGRICOLTURA
Azienda Regionale per i servizi Agricoli, Forestali e Agro-Alimentari

Il florovivaismo veneto

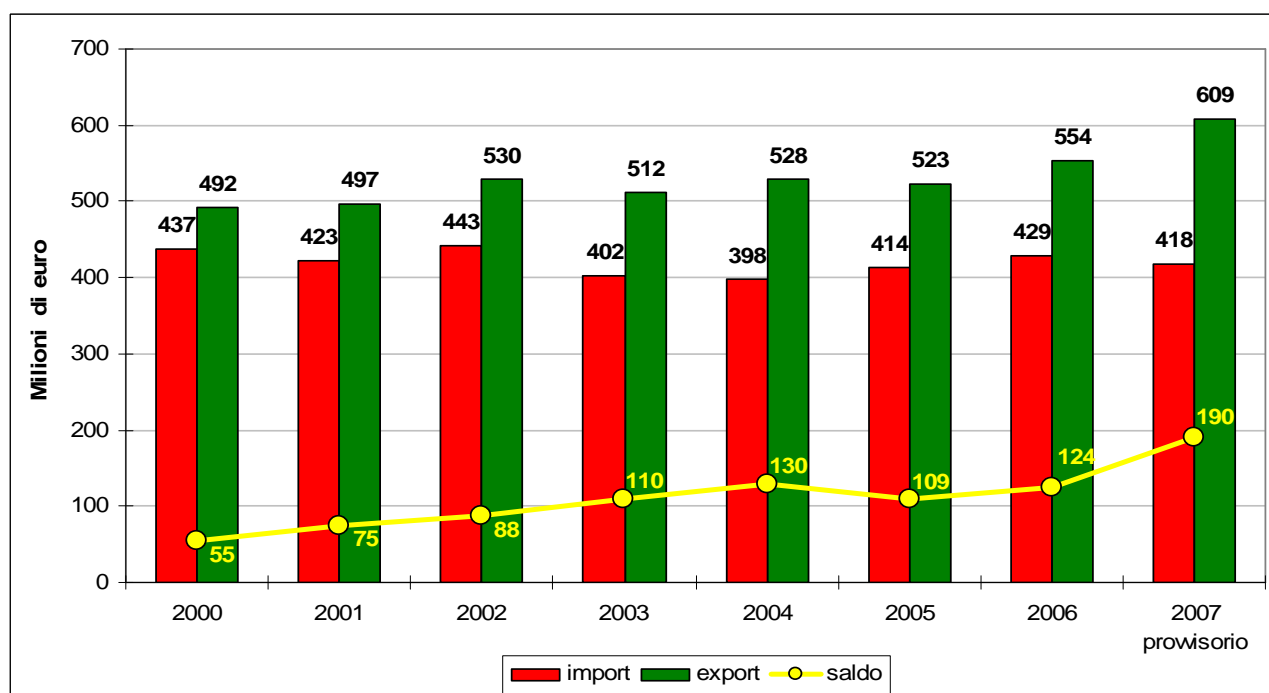
a cura del SETTORE STUDI ECONOMICI

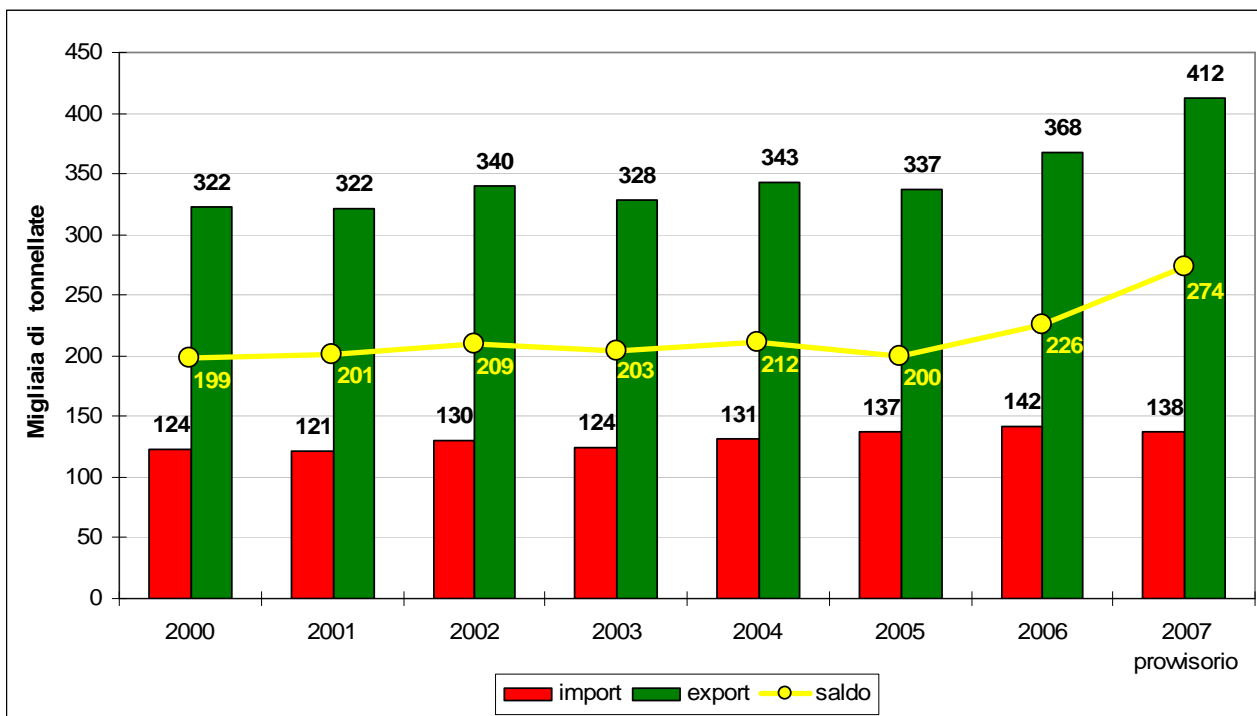
n. 9 - Settembre 2008

Commercio con l'estero e consumi in Italia

Secondo i dati presenti nella banca dati Coeweb (Istat) l'import/export in valore di "Piante vive e prodotti della floricoltura" (escluse le merci al di sotto della soglia di assimilazione) ha avuto nel 2007 un **saldo commerciale** positivo di circa 190 milioni di euro, con un aumento superiore al 50% rispetto a quanto registrato nel 2006. Dal 2000 il saldo è più che triplicato, aumentando costantemente (ad esclusione del 2005) con un incremento medio annuo nell'ordine del 21%.

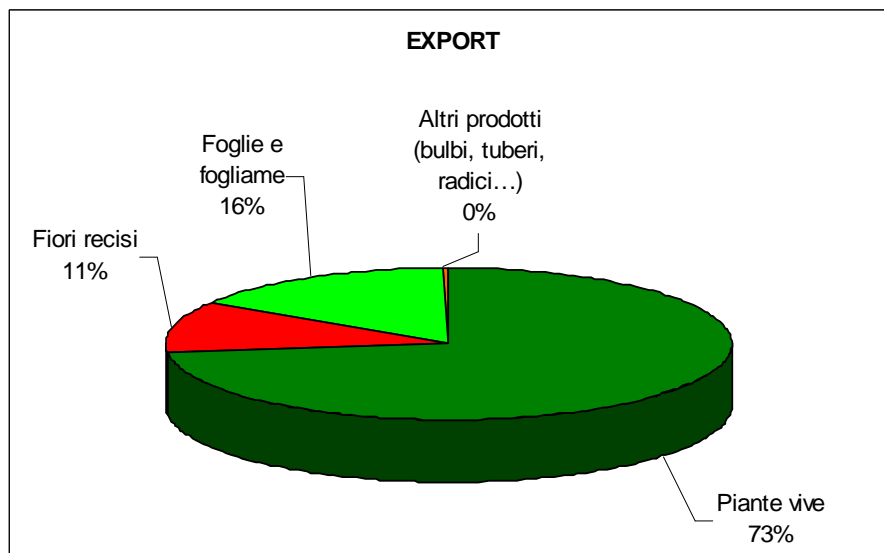
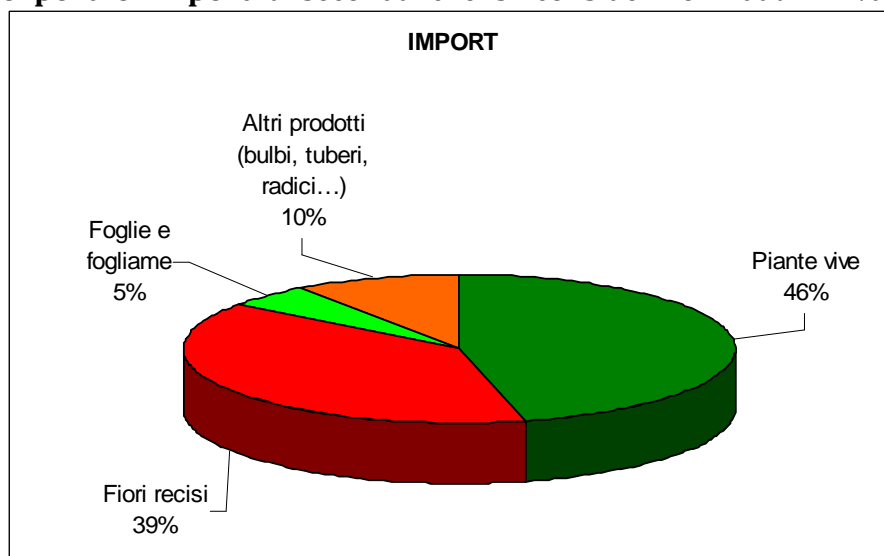
Per quanto riguarda i dati in volume (espressi in termini di peso e non in numero di pezzi), l'andamento è stato sostanzialmente simile, con un saldo positivo che presente un trend crescente e che ha raggiunto nel 2007 le 274.000 tonnellate.





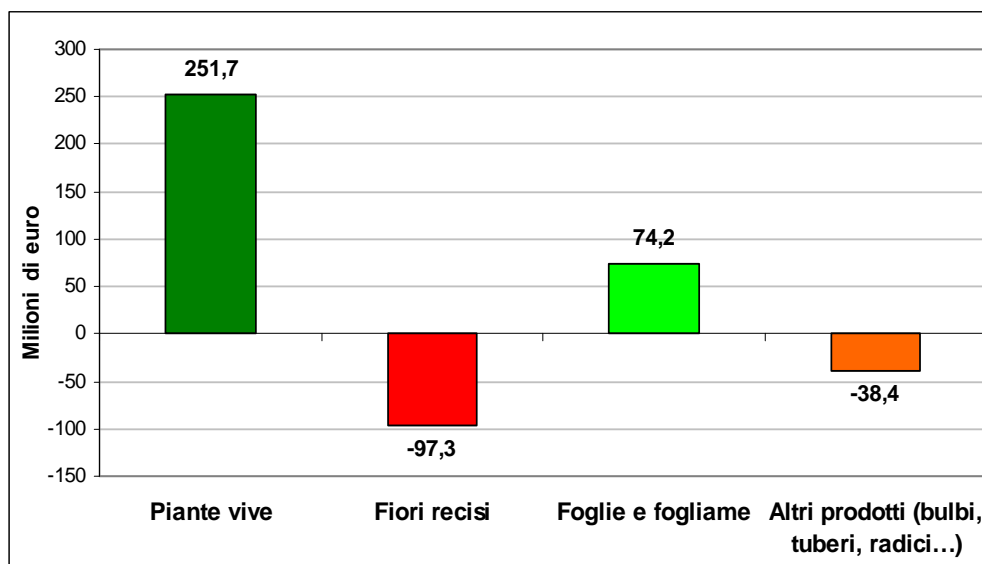
L'aspetto più interessante da sottolineare è la differenza dell'indice ottenuto dal rapporto tra export e import a seconda che si considerino i dati in valore piuttosto che in volume. In quest'ultimo caso, il rapporto export su import è pari a 3, mentre se si considerano i dati in valore tale rapporto è pari a 1,5. Questo significa che il settore nazionale non riesce a dare un elevato valore aggiunto alla propria produzione, che anzi, ha un valore inferiore rispetto alle quantità di prodotto che vengono importate. Pur essendo notevoli le semplificazioni che vengono prese in considerazione, ciò risulta molto evidente calcolando il valore di una singola unità di volume esportata, pari a 1,27 euro/kg, che risulta essere poco più di un terzo del valore di una unità importata (3,03 euro/kg).

Entrando nel dettaglio dell'analisi, nel 2007 i comparti che hanno maggiormente influito sull'import di prodotti florovivaistici sono stati quello delle piante vive (46%) e quello dei fiori recisi (39%). In particolare per quest'ultimo siamo fortemente dipendenti



dall'estero, visto che il suo peso in termini di export è solo dell'11%. Le piante vive invece possono essere definite il punto di forza del settore nazionale, detenendo una quota di circa il 73% dell'**export** italiano in termini di volume, anche foglie e fogliame sembrano essere un comparto in cui l'Italia è competitiva sul mercato internazionale, rappresentando una quota di circa il 16% delle esportazioni.

Il contributo di ciascun comparto nella **composizione del saldo** è ancora più evidente nel grafico successivo: le piante vive hanno generato nel 2007 un saldo positivo di quasi 252 milioni di euro, in miglioramento di circa il 27%.



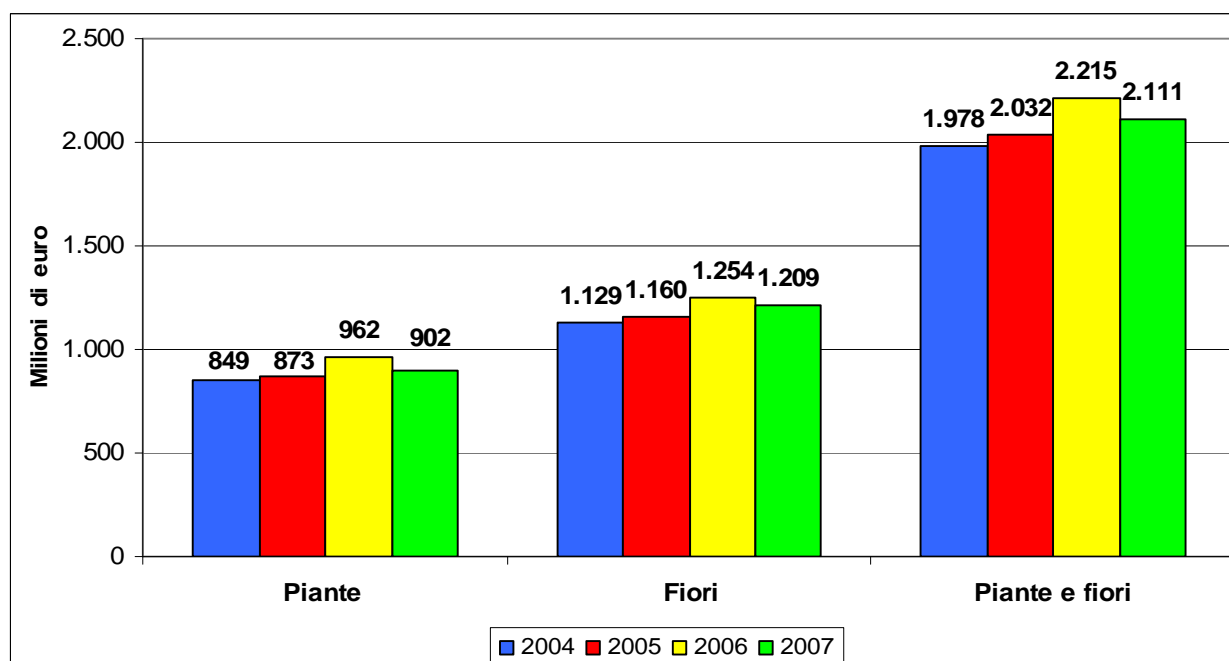
positivo è stato anche il saldo del comparto foglie e fogliame (74 milioni di euro, +5% rispetto al 2006). Hanno invece un effetto negativo sul saldo il comparto dei fiori recisi (-97 milioni di euro), anche se tale risultato negativo è in riduzione del 12% rispetto al 2006. Anche gli altri prodotti florovivaistici (costituiti essenzialmente da materiale di base da coltivare, bulbi, tuberi, radici...) hanno registrato nel 2007 un

saldo negativo di oltre 38 milioni di euro, in peggioramento del 14% rispetto al 2006, a conferma della sempre maggiore dipendenza dell'Italia nei confronti dell'estero per quanto riguarda il materiale di partenza.

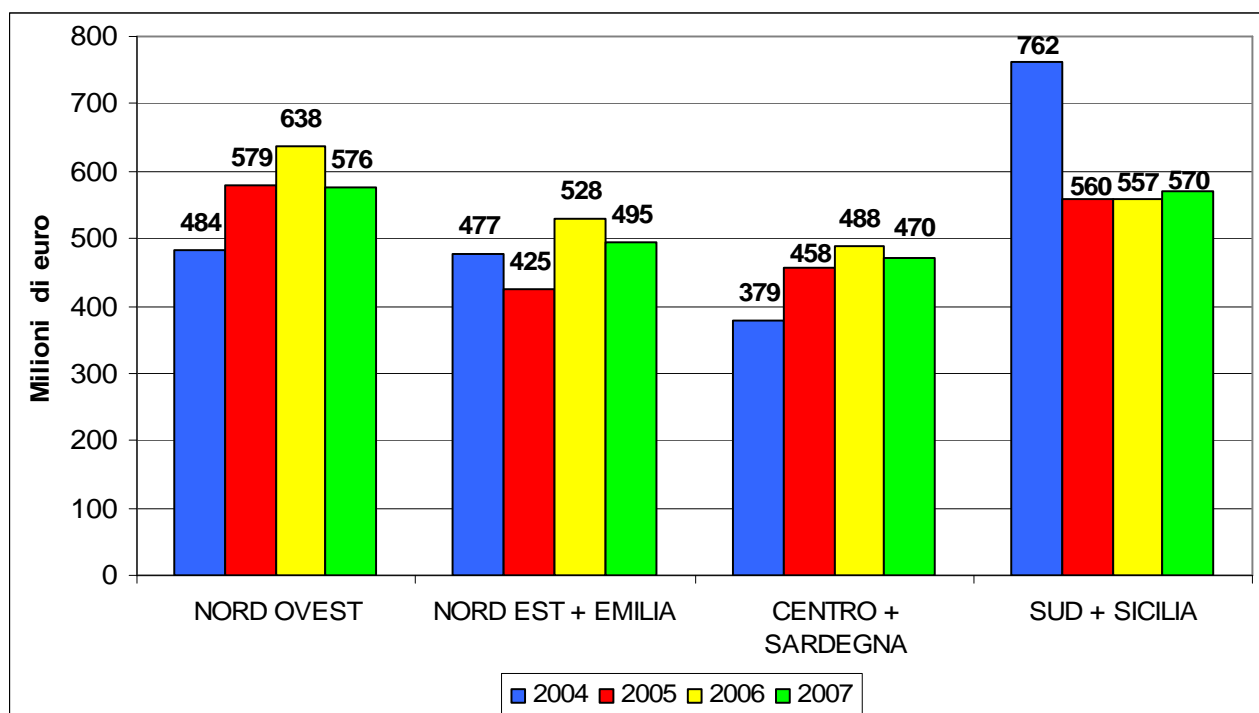
La domanda interna e i **consumi** nazionali sono monitorati con continuità dall'Ismea.

Dai dati resi disponibili on-line, è possibile analizzare i consumi di prodotti florovivaistici a partire dal 2004: l'andamento è sostanzialmente simile, sia per le piante che per i fiori.

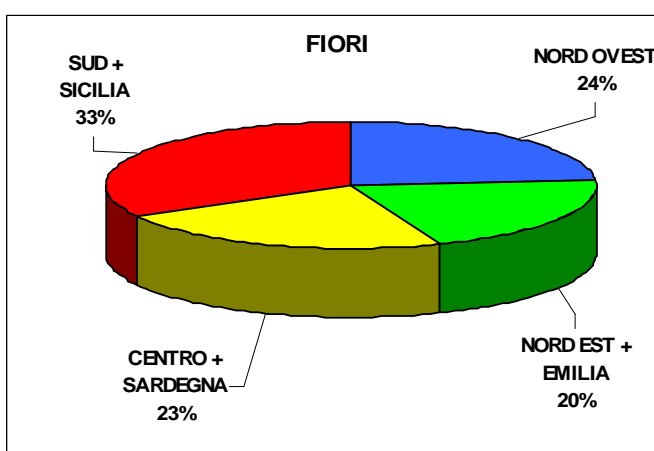
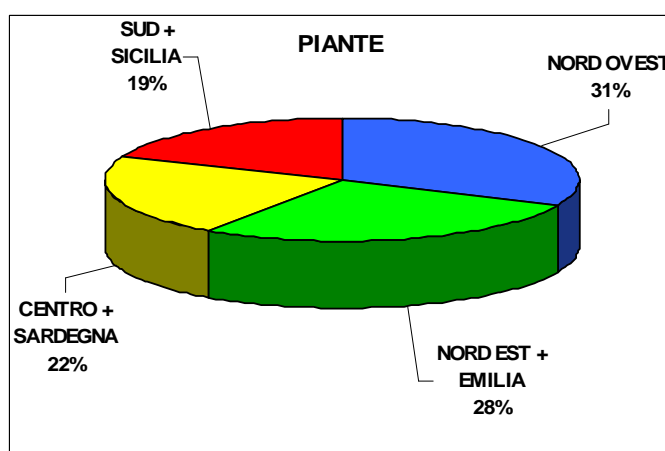
Nel 2007 la **spesa complessiva** per prodotti florovivaistici è stata di 2,1 miliardi di euro, in calo del 4,7% rispetto al 2006, anno record per le vendite; tuttavia essa risulta in crescita del 6,7% rispetto al 2004.



Analizzando la spesa di prodotti florornamentali per area geografica, si evidenzia come siano il Nord-ovest e il Sud con la Sicilia a contribuire maggiormente ai consumi nazionali. Quest'ultima è l'unica area che nel 2007 presenta un valore in aumento rispetto al 2006 (570 milioni di euro, +2,3%), mentre in tutte le altre si registrano flessioni anche notevoli: Nord-ovest -9,8% (576 milioni di euro), Nord-est ed Emilia-Romagna -6,3% (495 milioni di euro), Centro e Sardegna -3,8% (470 milioni di euro). La situazione si inverte se si confronta il 2007 con il 2004: in questo caso, tutte le aree presentano un aumento della spesa, in particolare il Centro e Sardegna (+24%) e il Nord-ovest (+19%), mentre l'unica area che registra una diminuzione significativa dei consumi è proprio il Sud e la Sicilia (-25%).



Analizzando la **spesa per tipologia di prodotto**, la spesa in fiori è stata nel 2007 di 1,2 miliardi di euro (-3,5% rispetto al 2006) e rappresenta circa il 57% della spesa totale di prodotto florornamentali. Essa si concentra principalmente nelle regioni del Sud (33%) e del Centro Italia (23%). Al contrario la spesa in piante viene realizzata maggiormente nelle regioni del Nord Italia: Nord-ovest 31% e Nord-est con l'Emilia 28%.

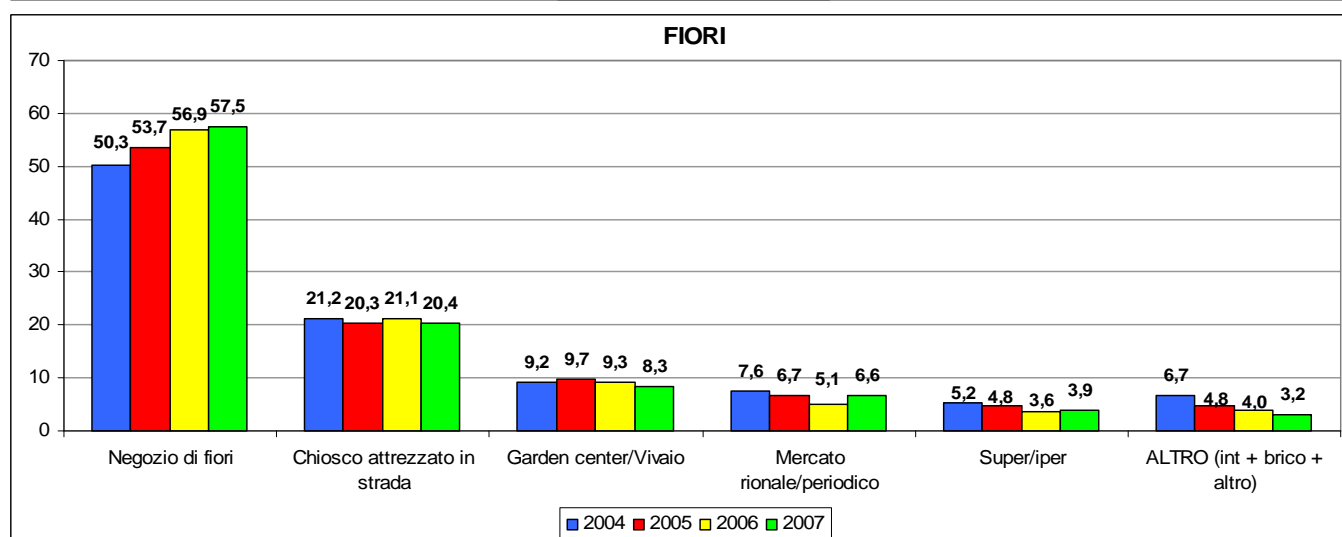
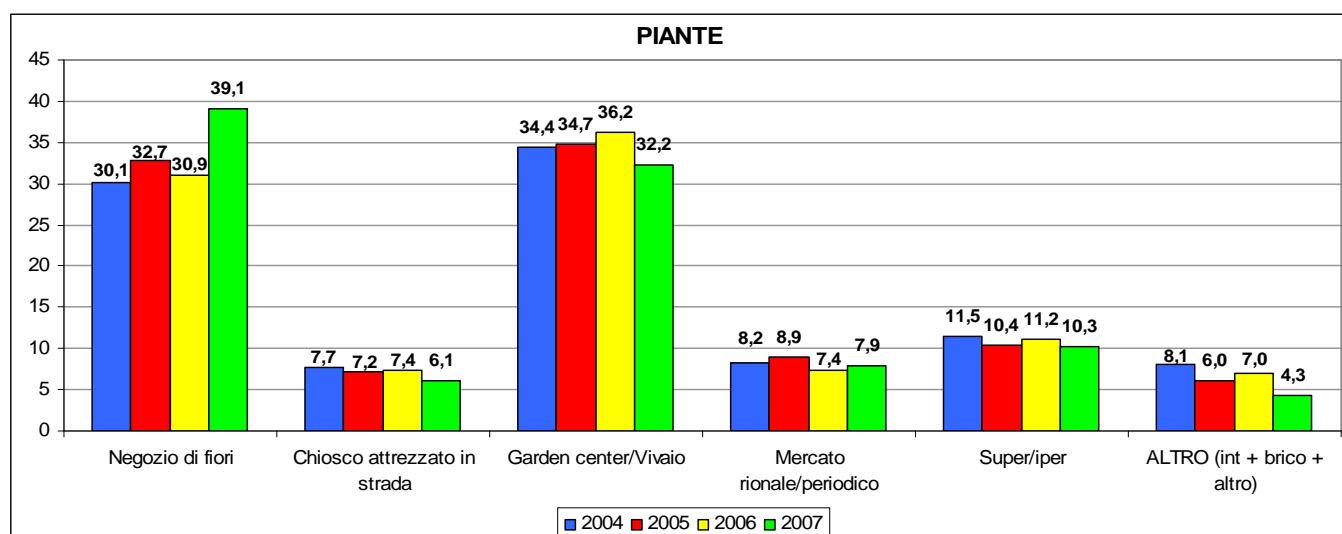


In definitiva, nel 2007 vi è stata una evoluzione negativa degli acquisti di fiori, piante alberi e arbusti, soprattutto nel primo semestre, sia per entità della spesa complessiva che per numerosità degli acquirenti. Il consumo pro-capite calcolato da Ismea sul numero totale delle persone appartenenti all'universo indagato (oltre 47 milioni di individui con almeno 18 anni di età) è stato

di 44,5 euro, in calo di quasi il 5% rispetto al 2006 (46,7 euro). L'indice di penetrazione (cioè la percentuale degli intervistati che ha dichiarato di aver effettuato degli acquisti di fiori e piante, è scesa dal 52% del 2006 al 48% nel 2007, a conferma della drastica riduzione della numerosità degli acquirenti, sia nel segmento dei fiori da reciso (da quasi 19 milioni a circa 17 milioni di acquirenti) che in quello delle piante in vaso (da 16,8 a 15,5 milioni di euro). La motivazione a non comprare è stata dettata da condizioni climatiche anomale, con un inverno mite, che ha ridotto la mortalità delle piante nei balconi e terrazzi, consentendo le rifioriture primaverili. Di conseguenza c'è stato un minor bisogno di abbellimento degli spazi esterni e di acquistare fiori recisi per la già elevata presenza di piante. La spesa media mensile è in continuo calo, sia per i fiori (24 euro/mese nel 2007, quando nel 2004 era di 29 euro/mese), sia per le piante (22 euro/mese nel 2007 rispetto a 29 euro/mese nel 2004). Tuttavia, la spesa annua per acquirente è aumentata, passando da 67 euro nel 2006 a 71,6 euro per i fiori recisi, e da 57,2 a 58,3 euro per le piante, alberi e arbusti.

Nel secondo semestre vi è stata una ripresa degli acquisti, soprattutto per quest'ultimi prodotti, probabilmente perché il clima non troppo caldo favoriva l'acquisto per se stessi e per l'abbellimento degli spazi. Negli ultimi mesi del 2007 si sono registrate delle ulteriori contrazioni nella spesa per entrambi i segmenti, le cui motivazioni fanno probabilmente riferimento alla negativa congiuntura economica, che incide sulle disponibilità di spesa, riducendo in particolare quelle per i beni superflui. *(fonte Ismea)*

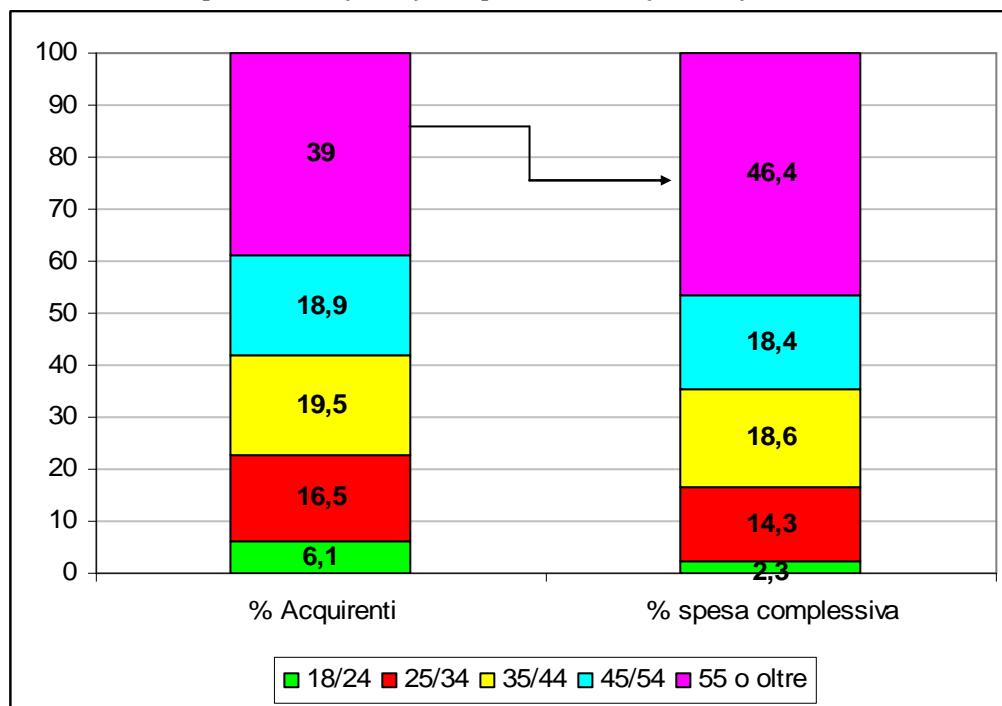
La scelta del **canale di acquisto**, evidenzia negli ultimi anni due tendenze particolari: un aumento della quota di mercato del negozio tradizionale, sia per i fiori che per le piante, dove addirittura è passata dal 31% al 39%, superando così il canale dei garden center/vivai, in calo dal 36 al 32%. Anche se nel 2007 l'incremento è stato più contenuto, il negozio tradizionale detiene una quota di mercato nella vendita di fiori che supera il 57%, seguito dal chiosco attrezzato in strada (20%).



Sia per i fiori che le piante, sorprende la scarsa rilevanza del canale "Iper e super", che tra l'altro registra una perdita di quota di mercato nella vendita di piante. Risulta invece in aumento per entrambe le categorie di prodotto la vendita nei mercati rionali e periodici.

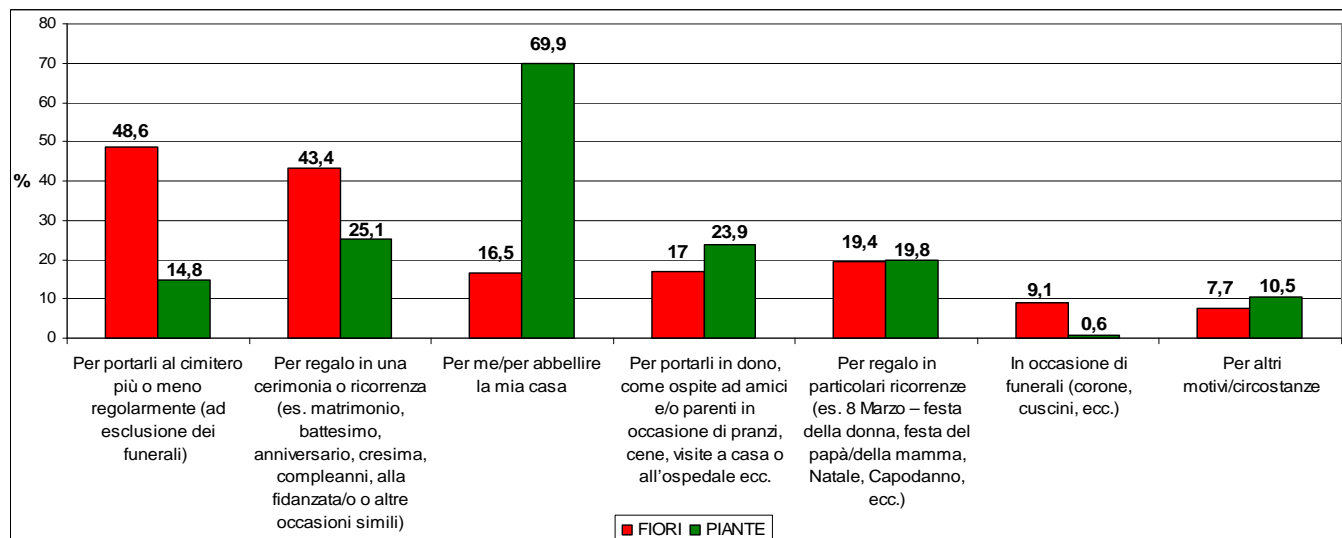
Per quanto riguarda il **consumatore**, va evidenziato nel corso degli ultimi due anni una maggior frequenza di acquisto tra persone con età inferiore a 55 anni, cresce in particolare la fascia mediana che va dai 35 ai 44 anni, mentre diminuisce rispetto al 2005 la fascia dai 55 anni e oltre, che comunque continua a mantenere la quota più importante di spesa complessiva (46% nel 2007). Per quanto riguarda la condizione professionale, vi sono tre categorie che risultano essere le più frequenti e che insieme rappresentano il 63% degli acquirenti di fiori e piante: la casalinga (21,2%), il lavoratore dipendente (21%) e il pensionato (20,3%).

Molto interessante risulta anche l'analisi delle **occasioni d'acquisto** calcolate sul totale degli acquirenti. Per i fiori, il numero medio di occasioni di acquisto per acquirente è di 1,12: l'occasione di acquisto più frequente è per essere portati in cimitero (48,6%), seguita dal regalo in una cerimonia o ricorrenza (es. matrimonio, battesimo, anniversario, compleanni,..), 43%, e

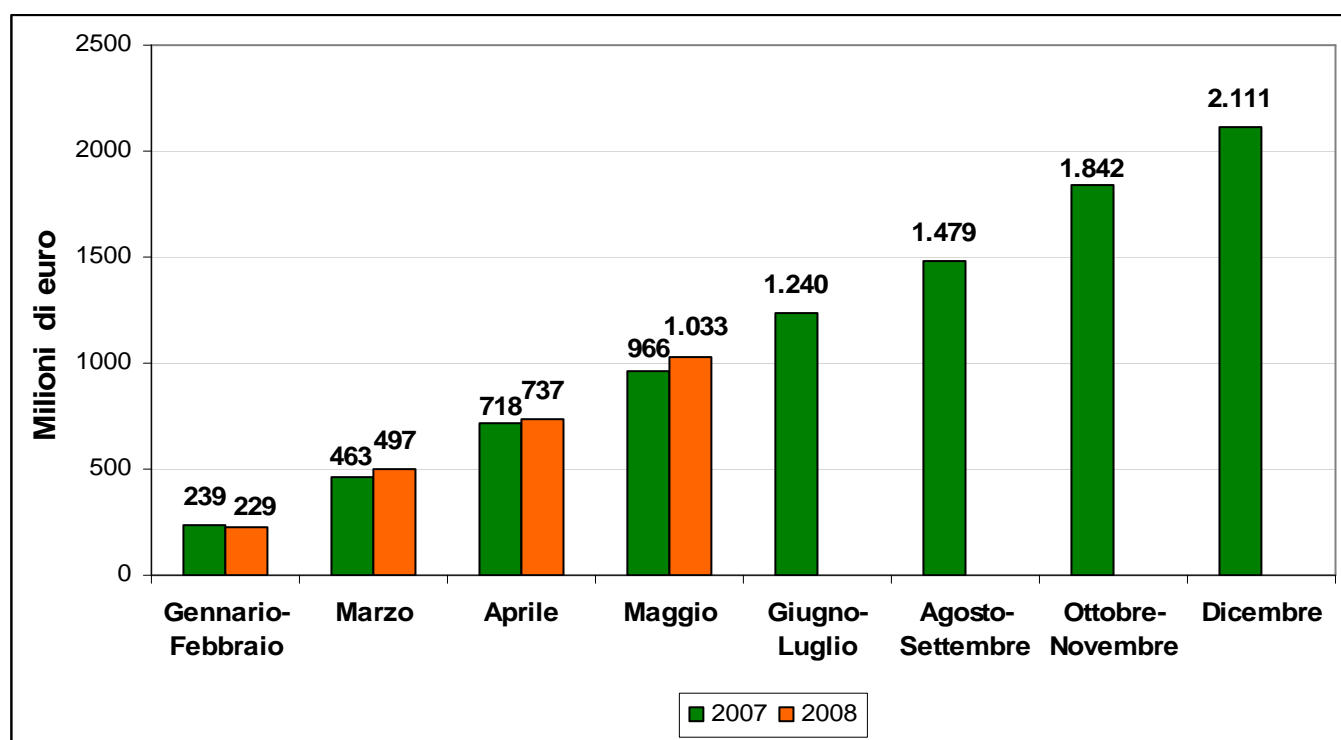


per regalo in particolari ricorrenze (19%).

Il numero medio di occasioni di acquisto di piante per acquirente è di 1,23, superiore a quello per i fiori: ciò significa che un acquirente di piante le compra con maggior frequenza rispetto a chi acquista fiori. Anche le occasioni di acquisto di piante divergono sensibilmente rispetto ai fiori: il primo motivo è l'abbellimento della casa (70%), seguito dalla motivazione per fare un regalo in particolari ricorrenze (25%) e per portarle in dono come ospite ad amici e/o parenti o in visite (festa della donna, natale, capodanno,..), 24%.



In base all'ultimo aggiornamento dell'indagine sui consumi realizzata dall'Ismea e riferita al mese di maggio 2008, in questa prima parte dell'anno la spesa cumulata in fiori e fronde, piante, alberi e arbusti è in aumento del 7% rispetto al 2007, e si attesta a circa 1 miliardo di euro. Tutto ciò però non è indicativo di una ripresa della domanda ai livelli precedenti al 2007, quando l'anomala stagione climatica fece anticipare gli acquisti nel primo bimestre, riducendo al minimo il fabbisogno stagionale nei mesi primaverili. A livello di singolo segmento, i consumi di fiori recisi è di circa 550 milioni di euro (+5%), mentre la spesa in piante e altri prodotti vivaistici è in aumento del 9,4% (480 milioni di euro) se confrontata con lo stesso periodo dell'anno precedente. A livello di area geografica, la domanda è risultata in calo nel Nord-est e di poco superiore nel Nord-ovest, mentre si è registrato un forte incremento nel Centro Italia e nel Meridione. Tali evoluzioni possono essere spiegate per la prevalenza, in queste aree, della vendita presso il negozio di fiori e il chiosco, che applicano prezzi mediamente più elevati rispetto ai garden center e alla Grande Distribuzione che sono più diffusi nel Nord Italia. Inoltre, altro aspetto che ha favorito l'aumento così consistente della spesa nelle regioni del Sud Italia, è da individuare nell'incremento dei costi generali e specifici di gestione del punto vendita oltre alla dinamica crescente prezzi al dettaglio in occasione delle ricorrenze particolari (festa della mamma, San Valentino,...)



(Fonte: Ismea)

La spesa media mensile per acquirente nei primi cinque mesi del 2008 è stata, sia per i fiori che per le piante, di 22,7 euro/mese, ma, per i fiori risulta essere in ulteriore calo rispetto al 2007 (-5%), mentre per le piante è in leggero aumento (+3%). Per quanto riguarda gli acquirenti, aumentano ancora quelli della fascia di 55 anni e oltre (46,6% del totale acquirenti rispetto a 39% del 2007), a scapito principalmente delle fasce di età sotto i 35 anni (-7%).

Prove sperimentali floricole: conclusi i test estivi in fioriera

(a cura del Centro Sperimentale Ortofloricolo "Po' di Tramontana")

Presso il Centro Po di Tramontana si è conclusa, dopo 4 mesi di test, la fase di sperimentazione all'esterno delle varietà floricole coltivate in primavera.

Le prove in fioriera hanno riguardato 150 varietà di geranio edera, 70 varietà di Pelargonium Grandiflorum e tipologie affini, nonché una nutrita una selezione di specie diverse (Dipladenia/Mandevilla, Gaura, Osteospermum, Begonia, Impatiens, Agastache, Portulaca, Petunia, Garofanino) per un totale di oltre 70 varietà circa, quasi tutte novità commerciali. La valutazione riguardava gli aspetti più importanti per la soddisfazione del consumatore finale, cioè la rifiorenza, la resistenza al caldo e alle intemperie, nonché ad eventuali patologie.

Sono stati inoltre allestiti due campi di Vinca, per valutare la performance in aiuola delle nuove costituzioni ibride messe a confronto con alcune varietà test delle serie più note.

Su tutte le varietà in prova sono stati effettuati nel corso dei mesi estivi rilievi fotografici, misurazioni e valutazioni visive per ottenere, insieme a quanto rilevato in primavera sulle stesse cultivar, una analisi il più possibile completa delle loro caratteristiche.

E' stata inoltre effettuata, in collaborazione con l'associazione di categoria Florveneto, una prova di confronto tra 5 diversi substrati per hobbistica e 3 diverse gestioni della concimazione di geranio parigino in fioriera.

Per quanto riguarda il **geranio edera**, buona la riuscita di quasi tutte le cultivar fino al mese di luglio. Successivamente si è verificato un generale calo del valore ornamentale dovuto essenzialmente alle alte temperature e a concomitanti attacchi parassitari, condizioni queste che hanno comunque permesso di evidenziare le varietà più rustiche nelle condizioni climatiche, piuttosto difficili, della prova. Interessante anche la diversa sensibilità evidenziata da parte delle cultivar a fisiopatie tipiche della specie in condizioni di alte temperature.

La prova estiva di **geranio 'grandiflorum'** ha evidenziato la maggiore rifiorenza, rispetto alle varietà tradizionali, delle nuove serie, che hanno prodotto una fioritura da buona ad ottima fino a tutto il mese di luglio, fatto tanto più positivo se si considera che le piante erano state coltivate senza il tradizionale periodo di freddo invernale.

Per quanto riguarda le altre specie in fioriera, ottimo il risultato per le Dipladenie/Mandeville, che si confermano piante appariscenti e decisamente adatte all'esposizione in pieno sole. Stesso discorso per le nuove portulache (serie Duna e Re-al), resistenti al caldo e alla siccità e molto rifiorenti. Conferma positiva pure per i Sunpatiens, in cui le nuove varietà 'compact', oltre ad ampliare la gamma di colori, hanno evidenziato una notevole vigoria in fioriera.

Molto interessanti anche alcune nuove varietà di petunia, tra cui l'ibrido interspecifico 'Supercal' e nuovi colori nelle serie 'Supertunia' e 'Viva'. Per quanto riguarda invece le due serie di Osteospermum in test (Flower Power e Jamboana), ottime in primavera, se si escludono le varietà di colorazione gialla e bianca, hanno prodotto una limitata fioritura estiva. Vigorose e molto rifiorenti le Gaura, forse però più adatte per aiuole a bassa manutenzione che per fioriere. Con elevate fioritura pure le Agastache (Acapulco), però un po' delicate nei riguardi delle intemperie. Ottimi fino a metà luglio anche buon parte delle varietà di garofanini (serie Super Trouper), specie che non ama molto il caldo estivo.

Ottima la performance di quasi tutte le varietà di **Vinca** testate in aiuola. Le nuove serie ibride, soprattutto Cora, Vitesse e Riviera, si sono dimostrate molto vigorose e robuste e con un buon effetto ornamentale. ottenuto con le varietà tradizionali, soprattutto le serie Sunstorm e Pacifica.

Dalla **prova di substrati/concimazione** su geranio è emerso in modo evidente la netta superiorità dei substrati di maggior qualità, in ogni caso ma soprattutto in assenza o con scarsa concimazione. Un'accurata concimazione consente infatti di compensare anche in modo notevole la scarsa qualità del substrato utilizzato.

Attualmente presso il Centro sono in svolgimento i confronti varietali di Poinsettia (circa 80 cultivar in vaso da 16 cm e oltre 100 in vaso da 14). La prova su vaso da 14 prevede una doppia gestione delle piante, in serra in ferro-vetro e in tunnel. Verrà inoltre effettuato un test in tunnel a bassa temperatura, di particolare interesse visti i costi crescenti del riscaldamento.

I dati e le foto relativi alle prove sono a disposizione degli operatori interessati. Dopo la fase di sistemazione ed elaborazione, verranno pubblicati i risultati dei test più significativi.

Per accedere a tali dati, e per informazioni e visite alle prove il riferimento è la Sig. Giovanna Pavarin: tel. 0426/664917, e-mail giovanna.pavarin@venetoagricoltura.org.

Prove orticole: i test conclusi e quelli in corso

(a cura del Centro Sperimentale Ortofloricolo "Po' di Tramontana")

L'attività svolta nel corso del 2008 con riferimento al settore orticolo ha visto coinvolte un numero assai ampio di specie:

- **Asparago bianco:** dalle prove di confronto varietale condotte in tre distinti campi sperimentali e comprendenti circa 80 ibridi, si sono ottenuti i primi risultati sulla prova relativa a 30 ibridi trapiantati nel 2006, mentre a scalare nel 2009 e 2010 si andranno a valutare i risultati degli altri due campi;
- **Pomodoro da mensa:** le prove sul pomodoro da mensa in coltura protetta, riguardanti circa 130 cultivar, hanno riguardato le tipologie a bacca ovale, a cuor di bue, a grappolo e a frutto piccolo (cherry e datterino);
- **Melone:** l'attività svolta su melone ha visto coinvolte circa 60 varietà, divise fra tipologie a buccia retata solcata, a buccia liscia a e buccia retata. Fra queste ultime un ulteriore test è stato impostato su varietà a lunga conservazione (Long Shelf Life), che peraltro è stato parzialmente compromesso da un fortissimo attacco di pseudo peronospora cubensis patito verso la metà di agosto. La sperimentazione sulle altre cultivar ha avuto il normale decorso sia in coltura protetta con trapianti nella prima decade di marzo, sia in coltura semiforzata con trapianti nella prima decade di aprile. Si sono inoltre effettuate ulteriori verifiche per il melone su diversi tipi di pacciamature biodegradabili.
- **Zucchino:** in coltura protetta presso il Centro è stata condotta una prova di zucchino con 11 varietà a frutto cilindrico di color verde medio con trapianto molto precoce e sesto d'impianto sensibilmente superiore a quello comunemente adottato per poter sfruttare al massimo la superficie della serra. Nelle prossime settimane saranno valutabili 32 cultivar a frutto cilindrico verde medio poste a dimora nell'ultima decade di agosto, per verificarne l'adattabilità in condizioni climatiche poco consone al normale ciclo culturale di questa cucurbitacea.
- **Minianguria:** sono state testate 32 cultivar di minianguria comprendenti sia diverse tipologie di buccia (Crimson, Miako, Sugar baby), sia differenti tipologie di colore della polpa (rossa e gialla) e presenza o meno dei semi nella polpa (seedless e non seedless).

Attualmente sono in corso o in fase iniziale, le prove sperimentali di:

- **Peperone:** la prova di confronto varietale di peperone giallo e rosso è attualmente in corso e coinvolge circa 40 cultivar caratterizzate da resistenza/tolleranza a TSWV e da bacca mezzo-lunga e quadrata. Le raccolte, iniziate alla fine di giugno, proseguiranno presumibilmente fino a metà ottobre
- **Radicchio:** i confronti varietali sui radicchi delle tipologie Rosso di Treviso Precoce, Rosso di Chioggia e cicoria Pan di Zuccherò, riguardano circa 50 varietà, che andranno a maturazione scolarmente dalla fine di settembre.
- **Lattughe:** i confronti varietali su lattughe riguarderanno trapianti in coltura protetta da metà settembre fino a metà novembre per verificare l'adattabilità delle cultivar alle diverse sollecitazioni climatiche del periodo.

I dati relativi alle prove concluse saranno a disposizione degli operatori interessati nelle prossime settimane e potranno essere richieste contattando i tecnici del centro.

Per accedere a tali dati, e per informazioni su asparago, melone, anguria, zucchino e peperone il riferimento è il Sig. Carlo Mantoan: tel. 0426/664917, e-mail

carlo.mantoan@venetoagricoltura.org.

Per informazioni su pomodoro da mensa, radicchi, e lattughe il riferimento è il Sig. Franco Tosini: tel. 0426/664917, e-mail franco.tosini@venetoagricoltura.org

Gli operatori si presentano: la ditta Sgaravatti Tessile s.r.l.

In questo numero abbiamo contattato un operatore che non è propriamente un produttore florovivaistico, la ditta SGARAVATTI TESSILE s.r.l. (www.sgaravatti.eu), che ha sede a Ponte San Nicolò (Pd). Rispondendo alle nostre domande, Antonio Sgaravatti, che quotidianamente lavora a stretto contatto con i produttori, ci ha fornito un interessante quadro del comparto visto da un imprenditore che lo osserva da molto vicino, ma dall'esterno.

“Sgaravatti Tessile opera originariamente nel settore tessile, dove matura una pluridecennale esperienza. La conversione allo sviluppo di prodotti innovativi inizia nel 2002, quando viene lanciato il coprivaso in tessuto IRIS. Nel 2004 viene costituita Sgaravatti Tessile S.r.l., IRIS viene brevettato e industrializzato per essere prodotto e distribuito in molteplici canali di vendita in diversi mercati. Grazie alla scelta di partner che dispongono di tecnologia produttiva, degli impianti e del know-how necessari, si rendono disponibili produzioni in larghissima serie e una capacità produttiva annua di milioni di articoli. Nel corso del 2006 la gamma di prodotti innovativi si arricchisce ulteriormente con Fashion Plant e Serra Magica (nuovo brevetto), rendendo la società sempre più competitiva come fornitore nell'arena commerciale dei beni di consumo. I nostri prodotti sono oggi presenti in differenti canali di vendita: catene della Grande Distribuzione Specializzata (Fai da te) o Garden Center, Cartoleria, Canale Promozionale e delle vendite su Catalogo/Internet.”

Per iniziare, non possiamo non chiederle un commento sull'attuale situazione di mercato dei prodotti florovivaistici in Italia vista dal suo particolare punto di osservazione.

Il mercato ha, in genere, una catena distributiva lunga. L'offerta di prodotto finito (confezionato) è spesso mancante nella Grande Distribuzione (GD), mentre nei garden e nei fioristi dipende dal gusto e dalle capacità personali degli addetti ai lavori. Il confezionamento avviene con prodotti per la maggior parte di importazione asiatica. La proposta, soprattutto quella della GD, non sempre soddisfa i gusti del cliente finale, generando un'alta percentuale di prodotto deperito. Il settore è sano, ma si sta pian piano impoverendo; mancano strategie precise finalizzate al cliente finale.

Quali sono le possibili vie per un cambiamento?

Il mercato è maturo per cambiare. I produttori, spesso tra loro concorrenti, hanno tutti le stesse problematiche nel vendere le piante. L'offerta uniforme crea una continua corsa al ribasso dei prezzi, mentre i costi di produzione aumentano. È necessaria una maggior specializzazione da parte di chi produce; la differenziazione dell'offerta con prodotti esclusivi potrebbe aiutare il mercato ad uscire dalla spirale ribassista.

Anche l'esportazione potrebbe essere una via da sfruttare per un miglioramento della situazione?

Le condizioni climatiche in Italia, molto più favorevoli rispetto a quelle del Nord Europa, permetterebbero, se il mercato fosse meglio organizzato, di incrementare ben di più l'esportazione.

Purtroppo ci sono due difficoltà a perseguire questa strada:

- una di tipo diciamo “strategico”: l'imprenditore florovivaistico non ha ancora del tutto compreso che deve cominciare ad esportare prodotto pronto per la vendita al cliente finale, come avviene nei paesi del Nord Europa, Olanda in testa;
- una di tipo “strutturale”: per attaccare il mercato globale oggi sono richieste troppe competenze all'imprenditore del settore, che si deve (e vuole) occupare della produzione e della commercializzazione, della logistica e del marketing, della ricerca di materiali e prodotti innovativi e anche dell'amministrazione. E purtroppo non esistono organizzazioni di supporto, quindi spesso l'imprenditore si trova da solo nella conduzione e nelle scelte aziendali.

Qual è dunque la sua ricetta per far sì che il comparto florovivaistico italiano e veneto conti di più sul mercato?

Sarà banale, ma credo fermamente che ci debba essere più lavoro di squadra. Solo con una maggior collaborazione e rispetto tra produzione industriale (vasi, concime, terriccio, accessori,...) e coltivatori si potranno ottenere risultati positivi per rimanere a lungo sul mercato e migliorare le marginalità di entrambe le parti. È necessario organizzarsi in maniera da creare sinergie e strategie comuni di attacco

ai singoli mercati esteri. Bisogna mettere da parte il proprio protagonismo e smettere di guardare solo al proprio orticello. Se domandiamo ad un cinese un prodotto diverso da quello che ci sta offrendo lui, stiamo pure certi che questi si darà da fare per trovarlo presentandoci il vicino produttore. Questo è fare sistema! Gli imprenditori devono considerare il mercato a tutti i livelli, non lavorare solo per se stessi in concorrenza, ma favorendosi a vicenda per aumentare l'esportazione dei propri prodotti cogliendo le opportunità offerte dal mercato: questo tornerà a vantaggio di tutti e aumenterà la ricchezza dell'intera filiera. È ovvio che per fare questo è necessaria una maggiore eterogeneità dei prodotti proposti: non tutti devono fare le stesse cose. Bisognerà lavorare di più sull'ampiezza di gamma, creando prodotti nuovi e diversi. Fare ricerca continua e innovazione diventa un obiettivo primario per differenziarsi dalla concorrenza; l'appiattimento dell'offerta crea solo una corsa al ribasso

In tutto questo come si inseriscono tutte quelle attività legate alla comunicazione, alla logistica, al marketing?

La comunicazione, in particolare, è importantissima; se viene trascurata, tutto quanto detto prima perde di efficacia. Il coltivatore italiano, in genere, ritiene di saper coltivare meglio dei concorrenti olandesi. Nessun coltivatore italiano è oggi in grado di dimostrarlo al cliente finale e quindi al mercato. Bisogna cominciare a dare tracciabilità al prodotto finito e imparare a comunicare meglio la nostra qualità. Oltre a questo, penso che molto si debba fare rispetto al cosiddetto "mercato virtuale". Oggi il costo della logistica è uno dei più rilevanti che il produttore deve sostenere: anche il modello olandese potrebbe cominciare a segnare il passo, visto il continuo aumento del costo di trasporto. Oggi internet e gli strumenti informatici permetterebbero di avere un mercato virtuale comune a tutti i produttori, che potrebbero esporre ed anche mettere all'asta i propri prodotti, per poi indirizzarli al cliente direttamente dalla propria azienda. Mi rendo conto che tutto ciò possa essere molto innovativo, e quindi rischioso, ma penso sia opportuno che si inizi a pensare anche a questi nuovi modelli di vendita.

REDAZIONE

**Il prossimo numero è previsto
in uscita a febbraio 2009.**

**Tema monografico
"Andamento congiunturale
2008 del comparto
florovivaistico"**

Publicazione curata da Veneto Agricoltura
Settore Studi Economici
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 10 settembre 2008

Hanno collaborato:

Unità Periferica Servizi Fitosanitari Regione del Veneto (Rif. Giovanni Zanini, Fiorenzo Girardi)
(Tel. 045.8676919 - Fax 045.8676937 - E-mail: fitosanitariovr@regione.veneto.it)

Centro Sperimentale Ortofloricolo "Po di Tramontana"
(Rif. Franco Tosini, Giovanna Pavarin, Carlo Mantoan)
(Tel. 0426.664917 - Fax 0426.664916 - E-mail: po@venetoagricoltura.org)

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 >> osservatorio economico >> servizi informativi

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