



Distretto Florovivaistico della Liguria

c/o CSF - Nuovo Mercato dei Fiori
via Quinto Mansuino 12 - 18038 Sanremo

Codice Fiscale: IT 90063570080

fax 01841928484

info@distrettofloricoliguria.it

www.distrettofloricoliguria.it

Per un Distretto competitivo, sostenibile e integrato

**Piano del Distretto Florovivaistico
della Liguria 2016**

DISTRETTO



A cura di Silvia Scaramuzzi e Fiorenzo Gimelli

Ha collaborato alla redazione del Capitolo 1 Sara Gabellini.

Il Capitolo 2 è tratto da “I costi di produzione della floricoltura ligure”, Borsotto P., a cura di, INEA 2014

Hanno collaborato alla realizzazione del volume Alessandro Lanteri e Claudia Murachelli.

Il presente Piano è stato approvato in via definitiva dal Comitato di Distretto il 20 dicembre 2016. Come da art. 5 l.R. 42/2001, il piano “indica, sulla base di un’analisi della situazione esistente e delle potenzialità di sviluppo, gli obiettivi e gli interventi necessari per lo sviluppo del Distretto” e “costituisce quadro di riferimento per la pianificazione territoriale di livello provinciale e comunale (...) nonché indicazione per la Regione nei programmi relativi al settore florovivaistico, compresi quelli finalizzati all’attivazione di finanziamenti comunitari e nazionali”.

E’ consentita la riproduzione citando la fonte.

ISBN 978-88-942500-0-8



PREFAZIONE

E' con grande soddisfazione che presento questo volume, frutto del lavoro di questo mandato del Distretto Florovivaistico. Vi sono contenute proposte per rafforzare e mantenere competitivo il settore delle piante e dei fiori, vera e propria colonna economica del Ponente ligure con ritorni occupazionali importanti anche a livello regionale.

In questo piano vorrei segnalare la principale novità: la parte propositiva è stata infatti predisposta sulla base di un grosso lavoro di analisi dei dati agricoli ed economici, senza i quali è molto difficile fare programmazione territoriale. Importante anche il capitolo sulle possibilità che introduce il PSR della Liguria per l'attuazione di questo piano.

E' inevitabile pensare che si debba cambiare col tempo: vale in tutti i campi dell'attività umana, vale doppiamente nelle attività economiche. Legittimo anche che il nuovo preoccupi, in un certo senso. Non ci deve assolutamente spaventare perché come coltivatori del Ponente ligure abbiamo già dimostrato di saper affrontare con sapienza e lungimiranza molte sfide.

Ad esempio, le colture principali del sanremese sono passate dal garofano alla rosa per essere oggi anemone e ranuncolo, mentre nell'albenganese si passava dalla violetta alle primizie per essere oggi leader mondiali nelle piante aromatiche. Non sono stati passaggi semplici, ma sono stati fatti, bene, e in poco tempo.

Doverosi i ringraziamenti a tutti i membri del comitato per le loro proposte e il sostegno ricevuto all'attività del Distretto in questi anni, a cui aggiungo i complimenti per il lavoro svolto ai due autori, Silvia Scaramuzzi dell'Università di Firenze e Fiorenzo Gimelli del CSF della Regione Liguria.

Buona lettura

Luca De Michelis

Presidente del Distretto Florovivaistico della Liguria

INDICE

INTRODUZIONE	5
1. IL QUADRO INTERNAZIONALE DI RIFERIMENTO.....	6
1.1 La produzione florovivaistica nel mondo	6
1.1.1. La produzione in Europa	7
1.1.2. La produzione in Italia.....	10
1.2. Il commercio internazionale di prodotti florovivaistici.....	12
1.2.1. Il commercio internazionale di prodotti florovivaistici in Italia	18
1.3. I consumi	20
1.3.1. I consumi nei principali Paesi.....	20
1.3.2. I consumi in Italia	22
2. L'ANALISI DEL DISTRETTO FLOROVIVAISTICO DELLA LIGURIA.....	266
2.1. La produzione in Liguria	266
2.1.1. Le dinamiche strutturali e produttive	27
2.1.2. Le dinamiche della redditività.....	28
2.1.3. L'analisi dei costi di produzione	30
3 . LA METODOLOGIA DI PROGRAMMAZIONE	32
3.1. L'approccio partecipativo	32
4. L'ANALISI SWOT PER COMPONENTI DELLA FILIERA.....	333
4.1. Formazione, Istruzione e Ricerca, Divulgazione e Assistenza tecnica.....	35
4.2 La produzione	38
4.3. La Commercializzazione	40
4.4 Il marketing e la promozione	42
4.5 La logistica	43
4.6 La pianificazione territoriale	46
4.6.1. Identificazione e specificazione delle diverse tipologie di zone agricole	47
4.6.2. Metodi di perequazione.....	47
4.6.3. Le infrastrutture	48
5. LA STRATEGIA DEL DISTRETTO FLOROVIVAISTICO DELLA LIGURIA: "PER UN DISTRETTO COMPETITIVO SOSTENIBILE E INTEGRATO"	49
5.1 La base concettuale della strategia	49
5.2. Gli obiettivi strategici e le azioni	49
5.3. Il ruolo del programma di sviluppo rurale 2014-2020 nel finanziamento delle azioni strategiche	51
Bibliografia	53
Elenco tabelle e grafici.....	54

INTRODUZIONE

Il florovivaismo è un segmento dell'agricoltura che ha delle specifiche peculiarità e complessità date dalle numerose colture interessate, dalla notevole variabilità delle tipologie produttive, dalle molteplici destinazioni finali. Tutti questi aspetti del florovivaismo danno origine ad una domanda di mercato complessa e diversificata.

Questo comparto presenta, come è noto, un elevato tasso di concorrenzialità a livello mondiale: infatti gli elevati costi di produzione (lavoro, energia, tassazione, ambiente ...) rendono sempre più competitive le produzioni dai paesi africani e sudamericani, ben gestite a livello commerciale e logistico dal sistema olandese che permette loro di essere rapidamente sui mercati di tutto il mondo.

La quasi totalità delle produzioni floricole è localizzata nel Distretto Florovivaistico del Ponente Ligure, costituito con legge regionale n. 42 del 30/11/2001, che comprende le province di Imperia e Savona, dove si riscontra una rilevante concentrazione di imprese agricole, commerciali e artigiane variamente impegnate nella filiera florovivaistica.

Il ruolo che il Distretto ha avuto in questi anni è stato senza dubbio positivo e senz'altro una sua implementazione può avere effetti a cascata su tutta la filiera.

Per affrontare in chiave di competitività i processi di trasformazione, continuamente in atto in economia, occorre che le istituzioni e gli attori economici del Distretto condividano una strategia, un programma comune, si scambino conoscenze ed esperienze e prendano decisioni il più possibile unitarie e condivise tra le diverse componenti; quest'ultimo aspetto è nella sostanza reso complicato dalla partecipazione discontinua e frammentaria all'attività di discussione ed elaborazione. Allo stesso modo, è necessario che ci sia un corretto scambio di informazioni e che le decisioni strategiche sul settore vengano correttamente discusse all'interno del Distretto.

I componenti del Distretto, se non sostenuti nella loro attività con convinzione, rischiano avere scarsa capacità di incidere sull'economia del distretto e rischiano di risultare inefficaci: qualità della rappresentanza, scarsa partecipazione, apporto limitato di interessi ed esigenze e reale capacità di formulare indirizzi per le politiche del loro settore sono spesso i fattori critici del loro operato.

Il presente documento si propone come una continuazione logica dello spirito e delle priorità presentate nel programma triennale precedente, rielaborate alla luce delle esperienze acquisite e dei mutamenti intervenuti.

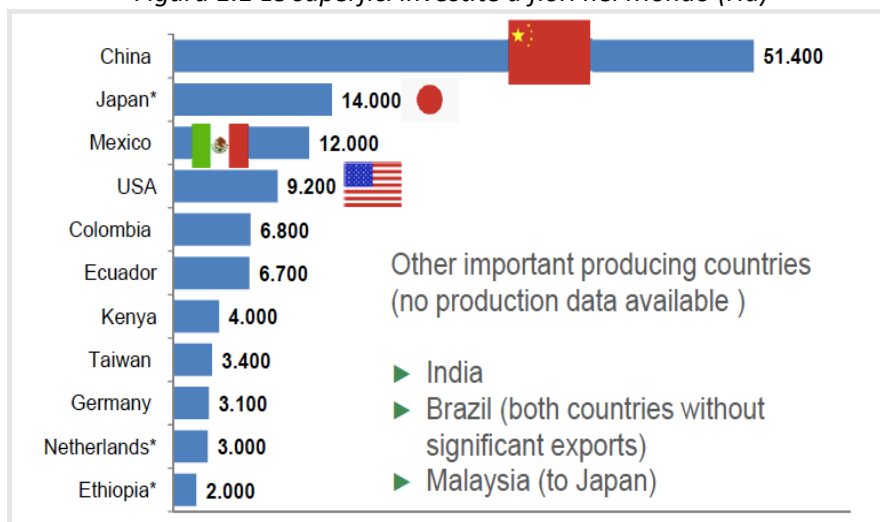
1. IL QUADRO INTERNAZIONALE DI RIFERIMENTO

1.1 La produzione florovivaistica nel mondo

La superficie mondiale destinata alle produzioni florovivaistiche si stima intorno a 1,7 milioni di ettari, suddivisi tra piante da vivaio (1.040.987 ettari), fiori e piante in vaso (620.000 ettari) e bulbi (28.000 ettari). Inoltre, in termini percentuali, più del 70% della superficie mondiale risulta localizzato in Asia, principalmente in India e Cina (AIPH, 2014). Quest'ultima, oggi, è da ritenersi un'area di forte e sicuro interesse per il settore, in quanto è stimata avere circa i tre quarti della superficie mondiale totale relativa al vivaismo ornamentale (circa il 62,4% della superficie mondiale) e a fiori recisi e piante in vaso (circa il 24,4% della superficie mondiale). Basti pensare che dal 2008 al 2013 la produzione di fiori e piante in vaso nel Paese è duplicata in valore (da 2.672 a 5.095 milioni di euro) ed aumentata del 40% in superficie. Si deve tenere comunque presente che, ad oggi, la gran parte della produzione cinese viene utilizzata per il mercato interno.

Per quanto concerne le superfici mondiali destinate alla produzione di fiori nella Figura 1.1 si nota come, anche nel caso specifico, la Cina si distingua nettamente da tutti gli altri paesi produttori con i suoi 51.400 ettari dedicati, contro i 14.000 ettari del Giappone, che si posiziona al secondo posto, a distanza minima dal Messico (12.000 ettari).

Figura 1.1 Le superfici investite a fiori nel Mondo (Ha)



*dati stimati

Fonte: National Statistics, in: AIPH/UF (International Statistics Flowers and Plants 2014)

La produzione lorda vendibile (PLV) mondiale raggiunge i 52 miliardi di euro, di cui 35 miliardi relativi alle sole produzioni di fiori e piante in vaso, e ad essa contribuiscono oltre 430.000 aziende (AIPH/Union Fleurs, 2015).

Nella produzione mondiale di fiori e piante in vaso, l'Europa detiene la maggior parte del valore prodotto (34,3% del valore totale), seguita a lunga distanza da Cina (15,9%), USA (13,9%) e Giappone (7,9%) (tab1.1). Si sottolinea come, anche in valore, la produzione cinese stia assumendo una posizione di rilievo nel contesto mondiale. Sempre di rilievo appaiono le posizioni di America Latina (Brasile, Ecuador, Colombia), Canada, Kenya e Corea del Sud.

Tabella 1.1 Produzione Mondiale di Fiori e Piante in Vaso (in mln di euro)

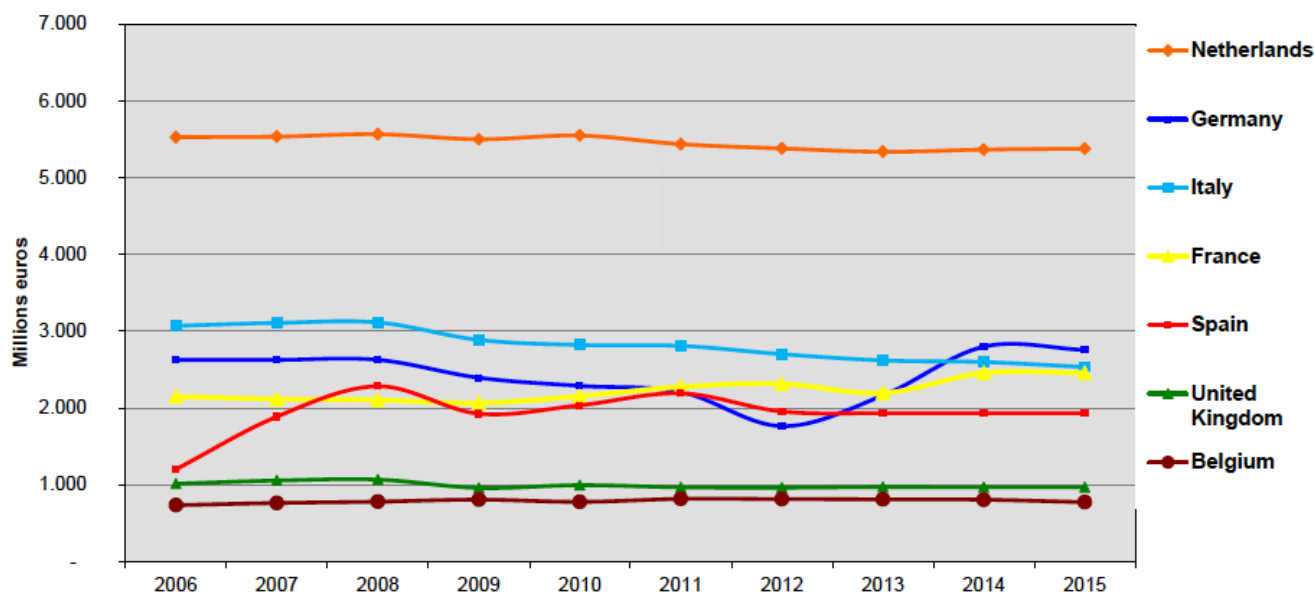
Country/Area	2015*	share
EU	9 663	27.6%
China	6 231	17.8%
USA	5 500	15.7%
Japan	2 688	7.7%
Colombia	1 179	3.4%
Canada	1 054	3.0%
S. Korea	598	1.7%
Ecuador	739	2.1%
Brazil	1 770	5.1%
Kenya	657	1.9%
Others	4 921	14.1%
TOTAL	35 000	100.0%
* o anno disponibile più recente		

Fonte: AIPH (International Association of Horticultural Producers)/Union Fleurs (International Floricultural Trade Association)

1.1.1. La produzione in Europa

In Europa (Eu-28) il valore della produzione complessiva di fiori e piante (valore in euro, a prezzi costanti 2005=100) è stimato nel 2015 in 19 miliardi di Euro, valore che segue un trend ragionevolmente stabile dal 2005 ad oggi (Eurostat, 2016). In termini relativi, considerando il valore delle produzioni di fiori e piante a prezzi costanti (2005=100) i principali paesi produttori sono Olanda (32% del valore totale prodotto in Eu), Italia (12%), entrambi con un andamento nel lungo periodo che tende alla flessione, Germania (13%), Francia (12%) e Spagna (9%) (fig.1.3) .

Fig. 1.2 Valore della produzione di fiori e piante ornamentali nell'UE (valori costanti, prezzi alla produzione)

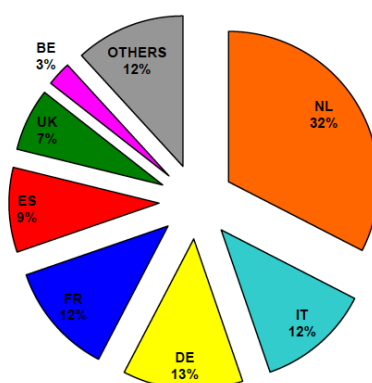


Plants and flowers = ornamental plants and flowers + nursery plants + Christmas trees and plantations.

*Plants and Flowers= Ornamental Plants and Flowers+Nursery Plants+Christmas Trees and Plantations

Fonte: Eurostat, in EC -Venderlest, Zolicova, Lariviere, 2016

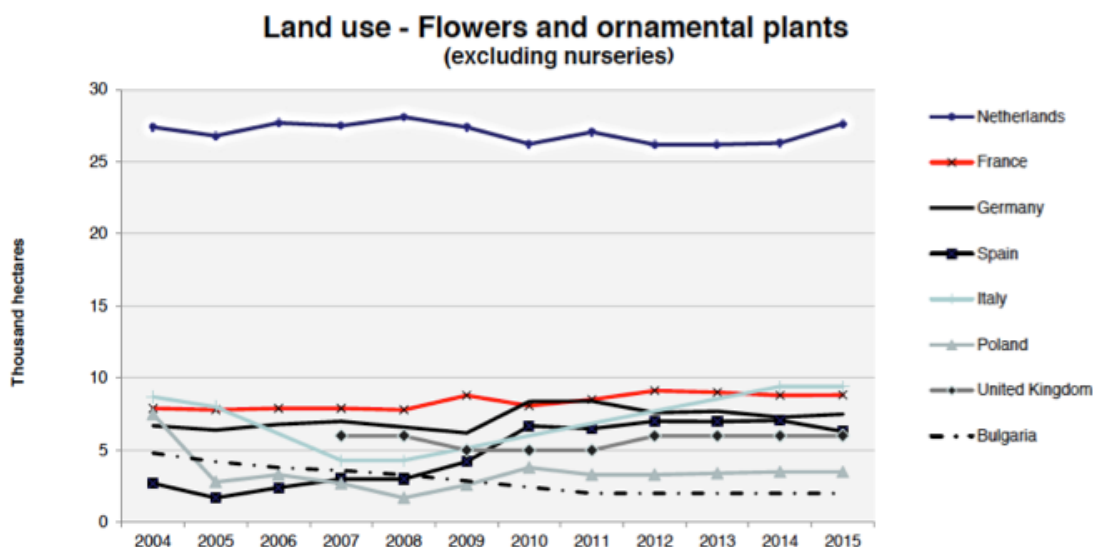
Fig. 1.3. Quote di produzione florovivaistica per paese membro in Europa (valori correnti, 2015)



Fonte: AIPH

Nell'UE-28 la superficie totale destinata al florovivaismo è stimata intorno ai 207.000 ettari, di cui 80.000 ettari a fiori e piante in vaso, suddivisi tra circa 60.000 in piena aria e 20.000 sotto copertura (CREA, 2015). L'Olanda è il primo Paese europeo per superfici produttive, seguito da Francia, Germania e Spagna (Eurostat, 2013). L'Italia, che al 2013 detiene circa il 6% della superficie, ha visto un peggioramento della propria posizione (assoluta e relativa) tra il 2004 e il 2007, periodo in cui ha praticamente dimezzato il numero degli ettari destinati a fiori e piante ornamentali, scendendo ad un livello più basso rispetto a Francia, Germania e Regno Unito, dove si mantiene stabile ancora oggi. Nel 2009, però, viene superata dalla Spagna, in ascesa quasi costante dal 2005. A partire dal 2011 si verifica una inversione di tendenza che porta le superfici a fiori e piante ornamentali a crescere sino a far recuperare all'Italia nel 2014 e 2015 la posizione di secondo paese produttore in Europa (fig. 1.4).

Fig. 1.4 Le superfici a fiori e piante ornamentali in Europa (vivai esclusi)



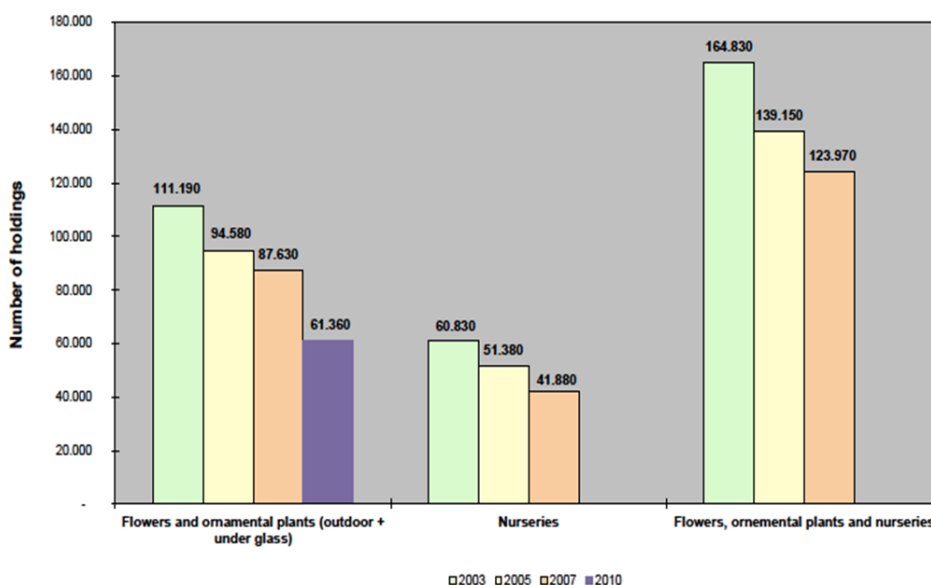
Fonte: Eurostat, in EC -Venderlest, Zolicova, Lariviere, 2016

Per quanto riguarda il numero di aziende florovivaistiche, stando a dati Eurostat disponibili (

Fig. 1.5), nel periodo dal 2003 al 2010, si è avuta una diminuzione del numero di aziende, che sono passate da un totale di 164.830 a uno di 123.970.

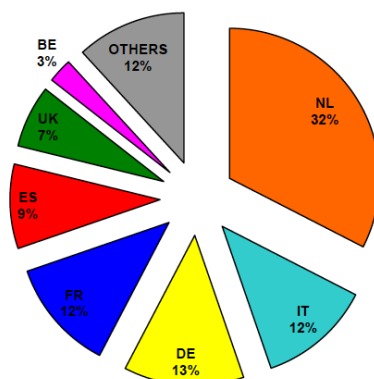
Considerando i soli fiori e piante ornamentali, invece, la diminuzione è stata ancora più netta, dimezzando il numero delle aziende da circa 111.000 a circa 61.000 (Fig. 1.5), risentendo delle forti diminuzioni avvenute nei Paesi dell'Europa dell'Est, in Germania e Spagna. L'Italia risulta prima in Europa per numero di aziende che producono fiori e piante ornamentali (tra il 2003 e il 2010 esso si è mantenuto stabile intorno a 14.000 unità), in netto distacco dalla Francia, in seconda posizione con un numero di aziende ragionevolmente stabile nell'arco temporale (tra le 7.000 e le 8.000 unità).

Fig. 1.5 Evoluzione del numero di aziende florovivaistiche nell'Unione Europea per comparto produttivo



Fonte: Eurostat, in EC Civil Dialogue Group – Horticultural Product, Flowers and Ornamental Plants, 2015

Fig. 1.6. Quote di produzione florovivaistica per paese membro in Europa (valori correnti, 2015)



Fonte: Eurostat

1.1.2. La produzione in Italia

In base ai dati censuari, dal 1982 al 2010 il numero di aziende si è quasi dimezzato passando da poco meno di 27.000 a poco più di 14.000 (fig. 1.7). Contemporaneamente anche la superficie si è ridotta in modo significativo passando da quasi 25.000 ettari a circa 12.700 ettari, con un decremento molto rilevante negli anni ottanta (fig. 1.6). I dati mostrano come la superficie media aziendale sia rimasta quasi invariata, al di sotto dell'ettaro, con un trend diverso rispetto a quello dei principali competitors europei, ove le dimensioni medie aziendali hanno avuto un incremento significativo: la superficie media in Olanda nel 1980 era di circa 0,5 ettari mentre attualmente ha raggiunto 1,2 ettari per i fiori recisi e di 1,6 ettari per le piante in vaso (Gimelli, 2012).

Sono evidenti le questioni legate alle diseconomie di scala e di organizzazione di filiera: se le dimensioni aziendali sono troppo ridotte le produzioni in atto non garantiscono una PLV tale da permettere una adeguata redditività per l'impresa; inoltre i costi fissi hanno un'incidenza troppo elevata sul valore della produzione e vanno a diminuire il reddito unitario in modo significativo.

Le regioni italiane maggiormente vocate al florovivaismo sono: Liguria, Toscana, Lazio, Campania, Puglia e Sicilia. Il fatturato globale è di oltre 2.500 milioni di euro che rappresenta il 5,8% del totale dell'agricoltura nazionale, in un rapporto 3 a 2 tra fiore reciso e piante in vaso (Consorzio ITA, 2009; ISTAT, 2011; ISMEA, 2011).

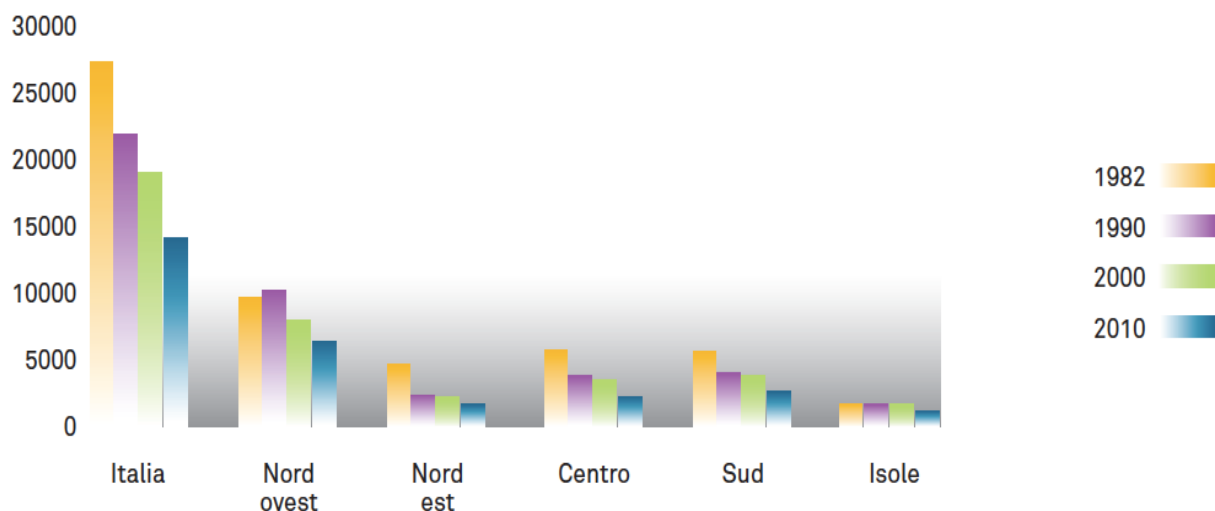
Per quanto riguarda i fiori recisi il trend è nettamente negativo in quanto si è assistito a una delocalizzazione produttiva verso il sud del mondo, mentre negli anni ha assunto rilevanza il segmento del verde ornamentale, composto da fronde verdi, fiorite, a frutto e dalle foglie, le cui produzioni sono localizzate soprattutto in Toscana e in Liguria. Questo ha portato tuttavia a coltivazioni di prodotti a minor valore aggiunto. Diversamente dai fiori recisi il settore delle piante in vaso è in espansione come pure le specie da vivaio per l'arredo degli spazi verdi. Tale segmento ha risentito molto meno dell'allargamento degli scambi su scala internazionale, ma l'aumento dell'offerta e la concentrazione della domanda hanno comunque indebolito il potere contrattuale e la redditività delle aziende (tab.1.2.)

Tab. 1. 2 – I numeri del florovivaismo in Italia (Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati ISTAT)

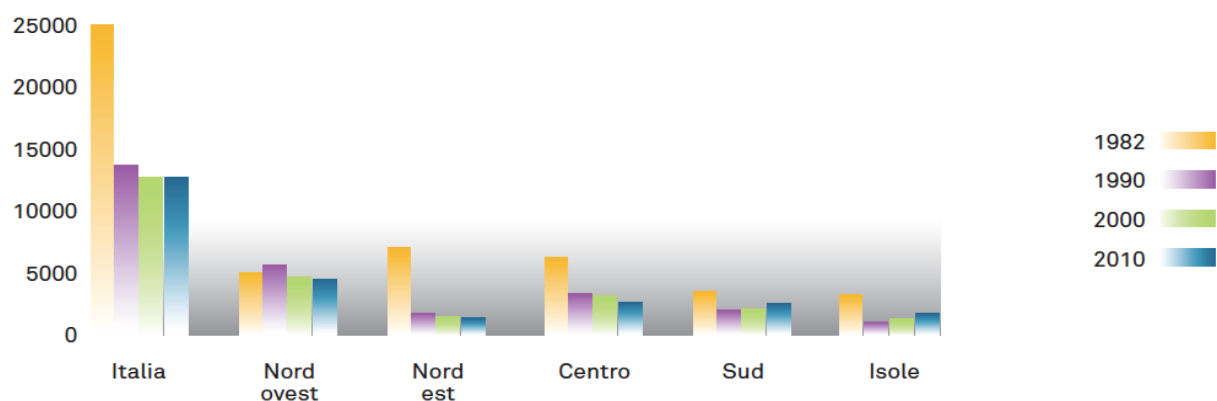
	udm	2011	2012	2013	Var.% 13/12
Produzione fiori e piante	(mln €)	1.386	1.330	1.224	-8,0
Produzione vivaismo	(mln €)	1.300	1.276	1.265	-0,8
Fiori e piante peso su tot. PPB agricol.	(%)	2,83	2,65	2,36	-6,2
Vivaismo peso sul tot. PPB agricoltura	(%)	2,65	2,55	2,44	-4,0
Produzione/consumo	(%)	122	119	-	n.c.

Fig. 1.7 – Numero di aziende e superficie totale a fiori e piante ornamentali in Italia

Aziende

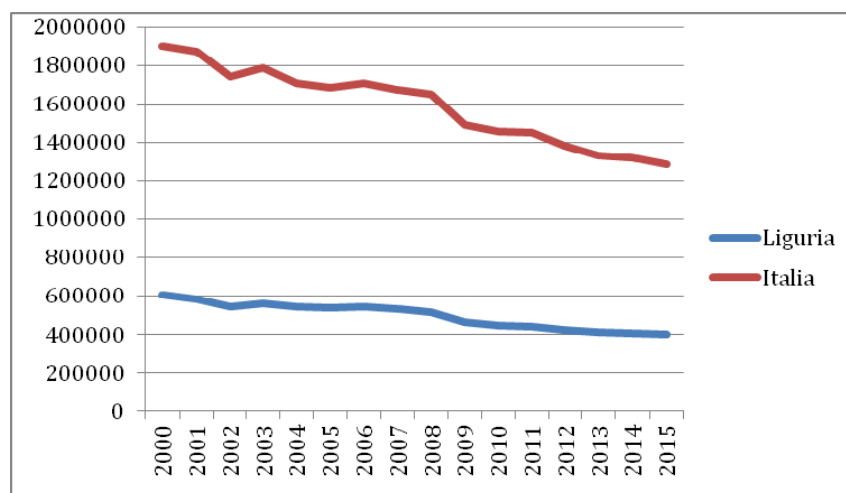


Superfici



Fonte: Istat, Censimenti dell'Agricoltura

Fig. 1.8 Il valore della produzione in Italia e in Liguria (Valori costanti in migliaia di euro, anno di riferimento 2000, anni 2000-2015)

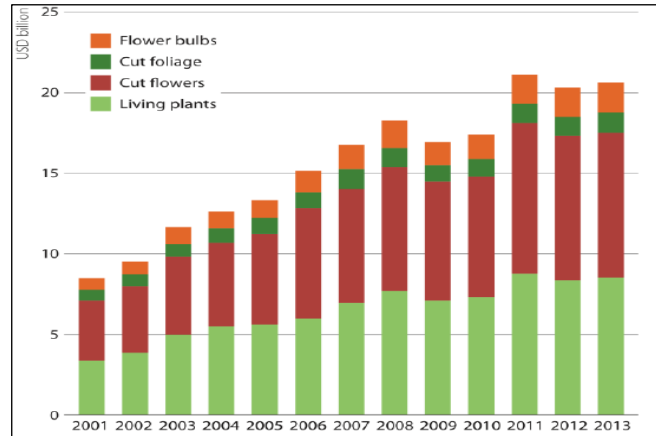


Fonte: Nostre elaborazioni su dati ISTAT

1.2. Il commercio internazionale di prodotti florovivaistici

La crisi economico-finanziaria ha avuto un impatto rilevante sul commercio mondiale di prodotti florovivaistici, ed in particolare sugli scambi di fiori recisi e piante vive. La forte crescita di lungo periodo nelle esportazioni floricole mondiali è stata influenzata successivamente al 2009 da una più elevata volatilità dei mercati. Nel 2013 le esportazioni globali di fiori recisi, fronde, piante vive e bulbi ammontava a 20,6 miliardi di dollari contro i 21,1 miliardi del 2011 e gli 8,5 miliardi del 2001 (Figura 1.9).

Figura 1.9 Le esportazioni di prodotti florovivaistici nel periodo 2001-2013



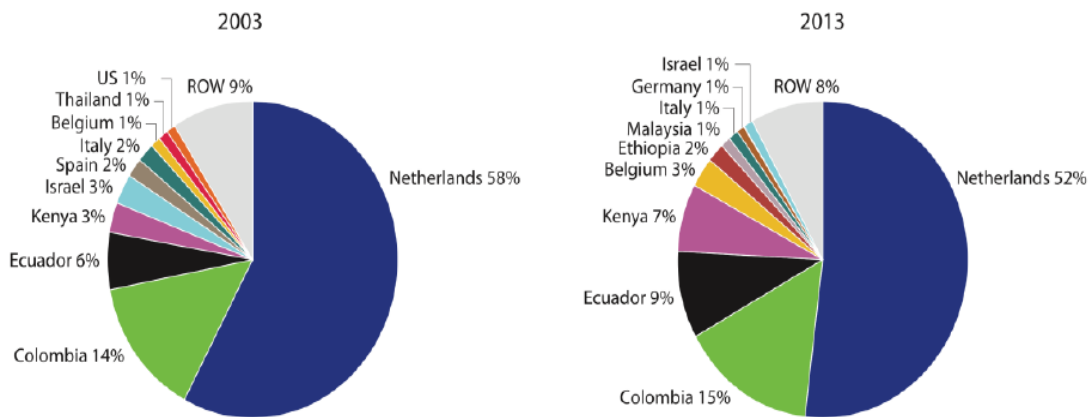
Fonte: UN Comtrade, 2014, in Rabobank 2015

I fiori recisi sono da sempre, per volume di scambi, la categoria principale del commercio florovivaistico mondiale, seguiti dalle piante vive. Inoltre, si stima che la quota del mercato globale occupata dai fiori recisi tenderà ad aumentare a seguito dell'ampliamento del bacino geografico di produzione e degli sviluppi dei sistemi logistici che facilitano i trasporti su lunga tratta. Tra i fiori recisi più popolari a livello mondiale vi sono la rosa, il crisantemo, il tulipano, il garofano e il lillium; invece, per quanto riguarda le piante vive, si trovano orchidee in vaso, ficus, lucky bamboo, scindapsus aureus e la pachira money tree (Van Rijswijk, 2015).

Il valore totale delle esportazioni globali di fiori recisi è di quasi 7 miliardi di dollari al 2013. Europa ed America Centrale e Meridionale spiccano per incidenza sul totale del valore delle esportazioni globali, con una quota rispettiva del 57% e del 24%. Seguono Africa (10%) e l'aggregato Asia- Medio Oriente (6%). A livello di singoli paesi, l'Olanda, con una combinazione di fiori di produzione locale e di fiori di importazione (per la maggior parte), è ancora oggi il mercato centrale dominante per il commercio globale di fiori recisi, con un valore di *export* pari a 3,494 miliardi al 2013, benché stia diminuendo la sua incidenza sul valore totale delle esportazioni globali. Nell'arco di dieci anni (2003-2013), infatti, si è passati da un 58% nel 2003 ad un 52% nel 2013 (fig. 1.10). Allo stesso tempo, paesi come il Kenya, l'Ecuador, l'Etiopia, la Colombia e la Malesia hanno aumentato notevolmente la loro incidenza, incrementando la loro posizione complessiva di 11 punti percentuali nell'arco temporale considerato. Si nota, inoltre, come dal 2011 insieme ad un rallentamento della crescita del totale delle esportazioni si sia avviata anche una variazione della sua composizione. Considerando quanto esposto nella *World Floriculture Map 2015* (Rabobank, 2015) il successo delle nazioni più vicine all'Equatore (come Africa e Sud America) rientra nel processo di rafforzamento della posizione globale dei produttori più efficienti sotto il profilo dei costi (*cost-efficient national producers*), a livello sia di produzione che di scambi, dovuto a circostanze favorevoli per la loro crescita, come l'aumento della domanda per fiori a prezzi competitivi nei principali mercati di destinazione o i miglioramenti logistici lungo la filiera (es. il trasporto marittimo con i *containers*).

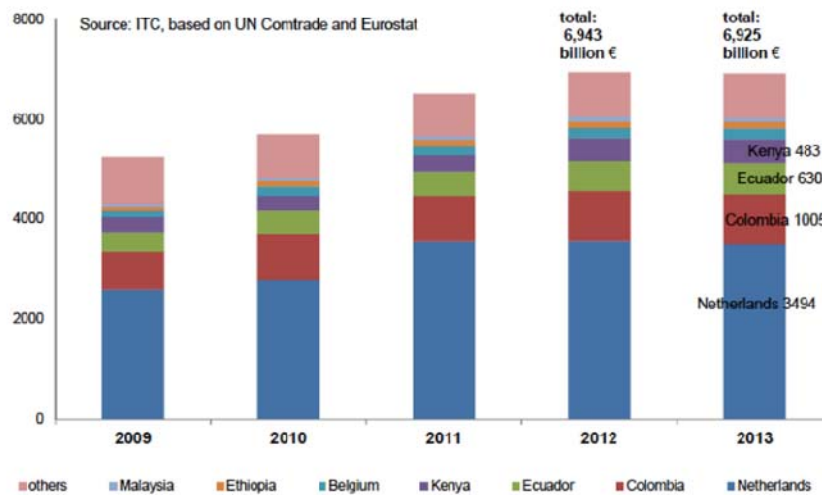
Essi riescono ad ottenere produzioni su larga scala di fiori di buona qualità a prezzi competitivi e come “trampolino di lancio” hanno sfruttato il sistema olandese che le ha gestite appropriatamente a livello sia commerciale che logistico, permettendo loro una rapida diffusione sui mercati di tutto il mondo. I produttori con elevati costi di produzione (*high-cost producers*) provenienti dai paesi più lontani dall’Equatore, svantaggiati dal più alto livello dei costi (es. lavoro, energia, tassazione, ambiente) e, in molti casi, dalle diseconomie di scala dovute alle limitate dimensioni aziendali, devono cercare di ottenere vantaggi competitivi di differenziazione rispetto ai propri competitor o divenire loro stessi attivi nelle regioni del mondo a basso costo per recuperare in termini di competitività.

Figura 1.10 Maggiori paesi esportatori di fiori recisi



Fonte: Rabobank, 2016

Figura 1.11 Esportazioni globali di fiori recisi e quote di mercato per Paese (valore)



Fonte: ITC e UN Comtrade in AIPH/Union Fleurs, 2014

Il mercato, in ogni caso, risulta ad oggi molto concentrato, con i primi 4 paesi (Olanda, Colombia, Ecuador e Kenya) che insieme contribuiscono a più dell'80% del valore totale delle esportazioni globali (fig. 1.11).

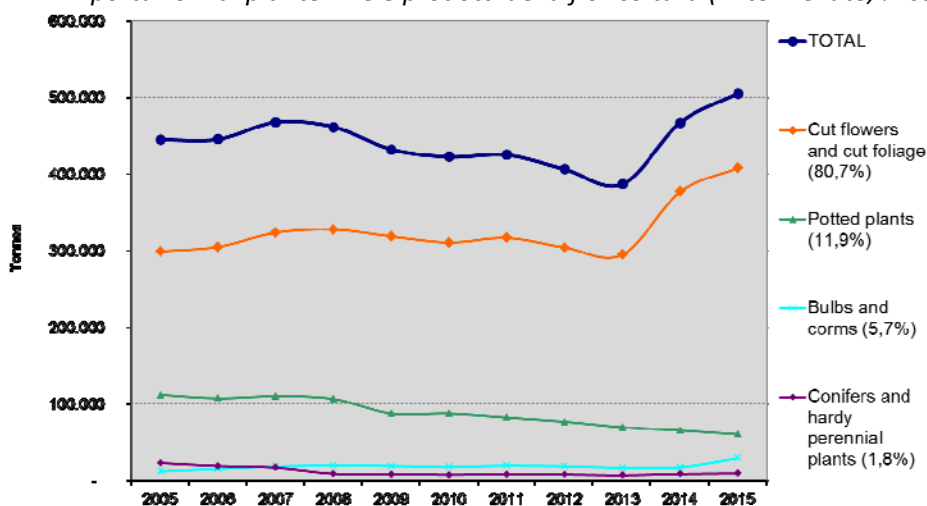
Il panorama globale delle importazioni, dal 2003 al 2013, non ha subito un forte mutamento in termini di principali paesi importatori di fiori recisi. Al 2003, infatti, Gran Bretagna, Germania e US erano al vertice della classifica, seguiti a netta distanza da Francia e Olanda, nel 2013, Germania, USA e UK restano al vertice, seguiti da Olanda e Russia e si rileva un decreto generale dei livelli di importazione a livello globale. Interessante è infine notare che nell'ultimo decennio si sta registrando un aumento sia di domanda che di produzione di fiori e piante nei grandi Paesi Emergenti, come Brasile, Messico e Turchia, oltre che in Cina come detto in precedenza.

In Europa, secondo dati Eurostat, il livello di importazioni di piante e fiori è lievemente aumentato in quantità e valore negli anni più recenti, in modo particolare a seguito di un aumento di *import* di fiori recisi. Come si legge nel rapporto *Developments and trends in the flower and plant market 2015/2016* (IPM ESSEN 2016), le importazioni di soli fiori recisi verso l'Europa durante la prima metà del 2015 sono cresciute dell'8% in valore rispetto all'anno precedente e del 15% rispetto al 2013, e questa crescita ha compensato l'andamento di tutti gli altri comparti del settore, dove le variazioni sono state irrilevanti o addirittura negative.

Nel 2015 il livello di importazioni in Europa di piante vive e prodotti della floricoltura ha raggiunto le 504.952 tonnellate per un valore di 1,684 miliardi di euro (fig.1.11). Come si nota in figura, nell'arco degli ultimi dieci anni (2005-2015), il totale delle importazioni verso l'Europa è diminuito fortemente in volume fino al 2013. Negli ultimi due anni si è registrato un incremento significativo sia in volume che in valore, principalmente in seguito alla crescita delle importazioni di fiori recisi e fronde (figg.1.11 e 1.12).

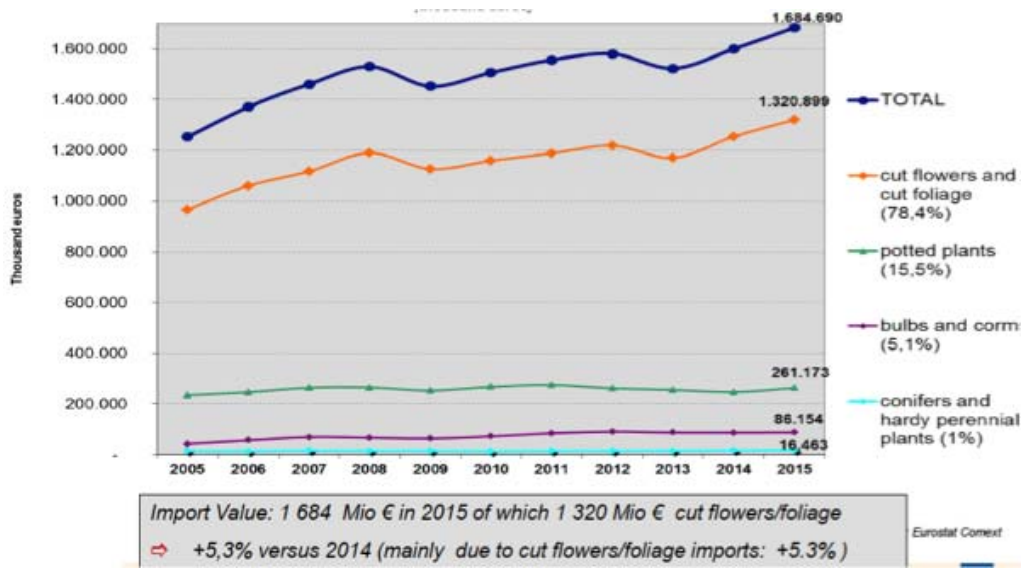
Inoltre, considerando valori e quantità per singolo comparto, si nota che fiori e fronde recise contribuiscono, sia in volume che in valore, a più del 78% del totale delle importazioni e che mantengono nei dieci anni un trend crescente, sempre stabile in termini di valore. Le piante in vaso seguono con circa il 15% del totale (sia per valore che per volume) mostrando un trend sostanzialmente stabile in termini di valore e decrescente in termini di volume.

Figura 1.12 Importazioni di piante vive e prodotti della floricoltura (In tonnellate, % sul 2014)



Fonte: Eurostat, in EC -Venderlest, Zolicova, Lariviere, 2016

Figura 1.13 Importazioni di piante vive e prodotti della floricoltura nel periodo 2005-2015 (valori in migliaia di euro)

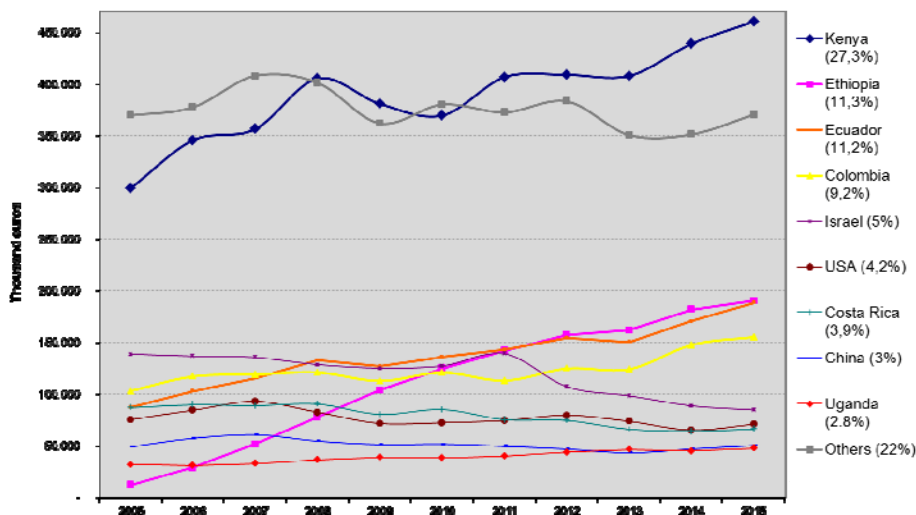


Fonte: Eurostat, in EC-Venderlest, Zolicova, Lariviere, 2016

Considerando il livello di importazioni europee per paese di origine del flusso, secondo dati Eurostat, il Kenya, tra il 2005 ed il 2015, mostra un rafforzamento della propria posizione, duplicando sia il volume che il valore delle proprie esportazioni verso l'Europa. Al 2015, rappresenta il primo paese andando a coprire il 27% del totale delle importazioni di piante vive e prodotti della floricoltura, sia in termini di volume (con 148.671 tonnellate) che di valore (con 460,489 milioni di euro). Esso si sta posizionando come fornitore di prodotti di qualità oltre che convenienti (Altamann, 2015). Al Kenya segue l'Etiopia, con l'11% (pari 190,411 milioni di euro) del valore totale delle importazioni 2015, anche essa con un trend fortemente in crescita nell'arco temporale considerato. Seguono, in termini di valore, Ecuador (con il 11,2% del totale), Colombia (9,2%), Israele (5%) e Stati Uniti (4,2%) che insieme a Israele confermano la tendenza al declino della loro quota percentuale sul totale delle importazioni (

Fig. 1.13). In gran parte queste dinamiche sono legate ai costi del lavoro che hanno reso poco competitiva la posizione di Israele e hanno favorito lo sviluppo dell'Etiopia, dove il costo del lavoro è circa la metà rispetto al Kenya. Per la stessa ragione si osserva anche uno spostamento, per ora numericamente ancora debole, dall'America centro meridionale all'Africa equatoriale.

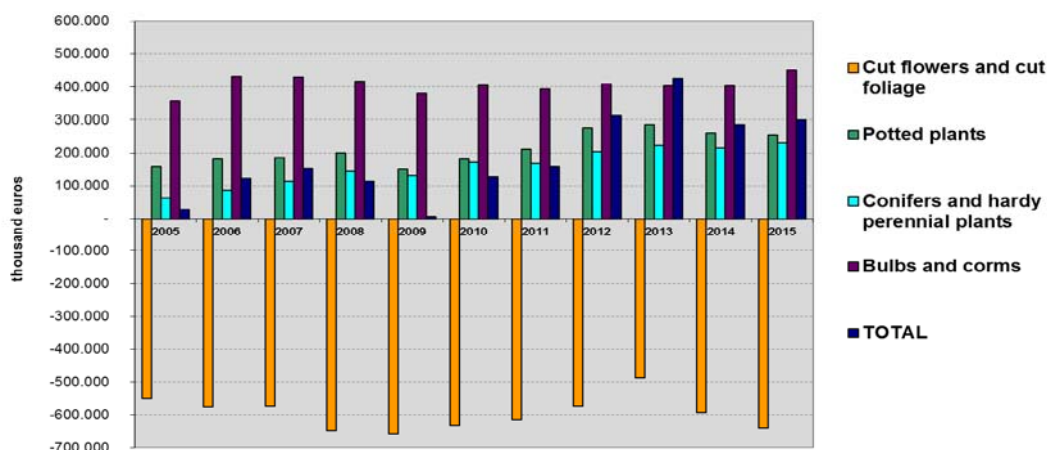
Fig. 1.14 Importazioni per paese di origine (in migliaia di euro; 2005-2015)



A livello intra europeo, il valore totale delle importazioni di prodotti florovivaistici è di 7,943 miliardi di euro al 2015, e segue un trend più o meno crescente dal 2005 ad oggi. I principali paesi importatori sono al 2015 la Germania (con una quota del 29,8% del valore totale delle importazioni intra-europee), che mantiene la sua posizione dal 2004, seguita da Regno Unito (al 13,0%) e Francia (al 12,5%), che si mantengono su un livello più o meno paritario nel decennio considerato. Seguono Olanda, Italia ed Austria.

Per quanto concerne la bilancia commerciale (fig. 1.14), l'Europa è ad oggi esportatore netto di prodotti florovivaistici per un valore di 299 milioni di euro. La capacità di generare questo surplus deriva principalmente dal contributo di bulbi e cormi e piante in vaso, in crescita dal 2004; conifere e *piante perenni*. La categoria dei fiori e fronde recise, invece, mantiene un valore negativo della bilancia commerciale da anni e dopo un leggero miglioramento post- crisi, dal 2013 è tornato a peggiorare raggiungendo i -640 milioni nel 2015 (dati Eurostat).

Figura 1.15 Bilancia commerciale per piante vive e prodotti della floricoltura nell'UE nel periodo 2004-2014 (Valori in migliaia di euro)

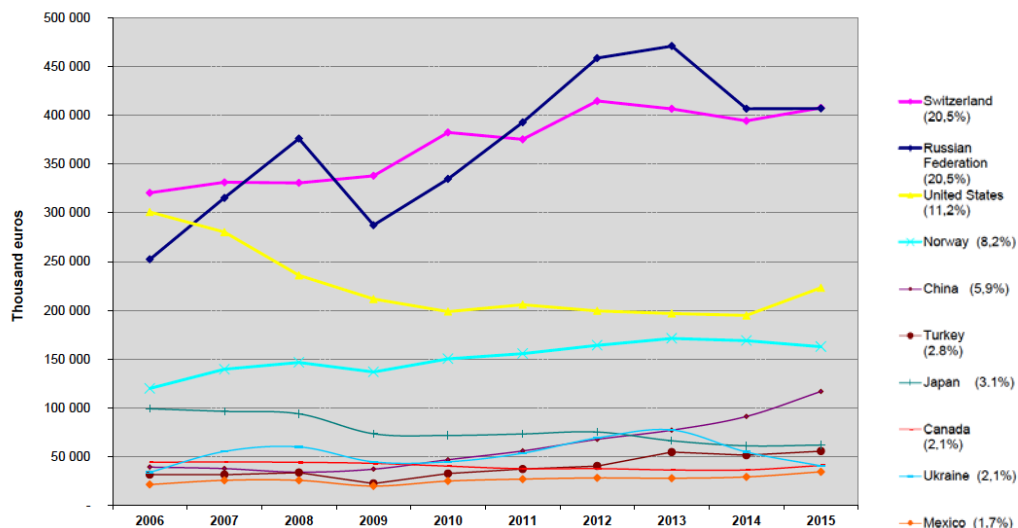


Fonte: Eurostat, in EC -Venderlest, Zolicova, Lariviere, 2016

Secondo dati Eurostat, al 2015 i principali paesi europei esportatori verso paesi terzi sono: l'Olanda (con 350 mila tonnellate, il 53% del totale in termini di volume, per un valore di 1,365 miliardi di euro, il 68,8 % del totale), seguita da Italia (il 12,3% in volume e il 5,8% in valore) e Germania (7,8% in volume, il 5,2% in valore). Questi tre paesi hanno mantenuto stabile la loro posizione relativa negli ultimi dieci anni, seguiti da Polonia e Lituania per volumi e dalla Danimarca per valore. Per quanto riguarda le esportazioni interne all'Unione, invece, basandosi sui medesimi dati Eurostat, in termini di valore, l'Olanda mantiene la sua posizione di assoluta preminenza con una quota del 67,6% (5,4 miliardi di euro) delle esportazioni totali intra-europee, seguita da Germania (638 milioni, 8,0% del totale), Italia (513 milioni, 6,4% del totale) e Belgio (461 milioni, 5,8% del totale).

I principali mercati target per le esportazioni europee sono al 2015 a pari merito la Svizzera (20,5%) con circa 407 milioni di euro e la Russia sempre con il 20,5% e circa 407 milioni di euro, seguite da Stati Uniti con il 11,2% (circa 223 milioni di euro), la Norvegia con l'8,2 % e la Cina con il 5,9%.

Figura 1.16 Esportazioni totali per paese destinatario (in migliaia di euro, % sul 2015)



Fonte: Eurostat, in EC -Venderlest, Zolicova, Lariviere, 2016

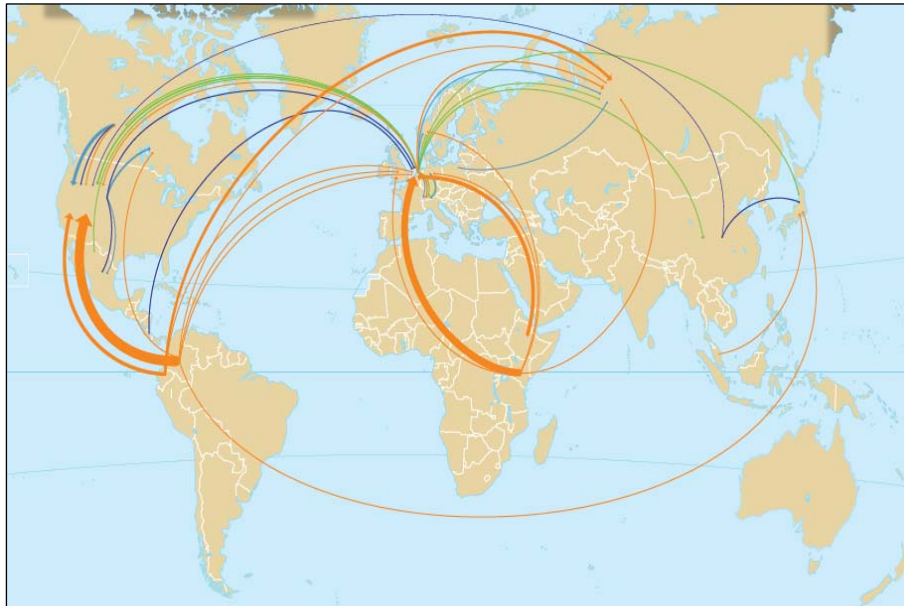
La Russia e la Svizzera che fino al 2012 hanno mantenuto un trend di domanda a crescita sostenuta (Figura 1.15), dal 2013 al 2015, hanno diminuito la loro richiesta di fiori e piante ornamentali europee in generale, e di fiori recisi e piante in vaso di derivazione olandese in particolare (a favore di produzioni polacche, lituane e lettoni). Anche la Germania ha diminuito la sua quota di import dai Paesi Bassi, spingendo l'Olanda a dirigere le sue esportazioni verso altri paesi, in particolare la Francia, la Gran Bretagna, l'Italia, il Belgio e la Spagna (Altmann, 2015). In particolare questo paese, che è il maggior acquirente delle nostre piante in vaso, sta aumentando in modo consistente la sua autoproduzione che, sommato a consumi stabili fa sì che sia in atto una consistente contrazione dell'import (IPM Essen, 2016)

La situazione mostrata spiega perché tutti i paesi produttori d'Europa stiano cercando nuovi mercati per le loro produzioni. Molti paesi e distributori, oltretutto considerare le possibilità di espansione disponibili sul mercato europeo (es. i paesi dell'Est Europa, come Polonia o le Repubbliche Baltiche o i mercati di nicchia domestici), stanno guardando verso i Paesi Terzi in cerca di nuovi clienti e canali di distribuzione. Flora Holland individua le primarie opportunità di vendita future nel Sud Est Asiatico e nel Nord America nella sua *Corporate Strategy 2020*. Inoltre, anche la Cina, dove stanno crescendo fortemente le importazioni di fiori recisi (di circa il 61% tra il 2010 ed il 2014), è vista come un mercato redditizio per il lungo termine, considerati i mutamenti sociali in corso (15 milioni di cinesi stanno uscendo dalla povertà ed entrando nella classe media della popolazione), soprattutto per i fiori che sono considerati simbolo di lusso ed esclusività (qui la domanda per matrimoni, hotel e ristoranti può svilupparsi come una nicchia lucrativa). Sulla Cina però si devono considerare anche quelle che saranno le conseguenze dello sviluppo della produzione interna (in fortissima crescita e destinata quasi in toto, per il momento, al mercato nazionale) e della produzione Sud Coreana.

In conclusione, per i prossimi dieci anni ci si attende una crescita della produzione e degli scambi florovivaistici internazionali, anche se essa potrà essere in parte incerta ed instabile (Rabobank, 2015). Infatti i Paesi che stanno acquistando forza dal lato sia della domanda che dell'offerta sperimentano una instabilità maggiore rispetto alle attuali aree di produzione e consumo. Sebbene USA, Europa Occidentale e Giappone siano i principali mercati floricoli mondiali, la loro posizione di dominio sta diminuendo a favore di una crescita di domanda ed offerta nel resto del mondo. Gli scambi globali di fiori e piante che sono più facili da produrre e da trasportare (via *container*) continueranno ad espandersi beneficiando i paesi con bassi costi di produzione (*low-cost production regions*). I produttori che operano nei paesi con alti costi di produzione (*high-cost regions*) dovranno attrezzarsi per restare competitivi contro la crescente globalizzazione e la stagnazione globale dei consumi.

Essi hanno due possibilità: focalizzarsi sulle produzioni con alto valore aggiunto, sulle produzioni di nicchia (specialty), quelle locali tipiche e sui prodotti stagionali; oppure utilizzare le proprie conoscenze e competenze per promuoversi o produrre direttamente nei mercati floricoli emergenti (Rabobank, 2015).

Fig.1.17 I flussi commerciali di prodotti florovivaistici a livello mondiale (esclusi flussi intra UE)



Fonte: UN-Comtrade, Royal FloraHolland, Rabobank, 2016

1.2.1. Il commercio internazionale di prodotti florovivaistici in Italia

Il totale delle importazioni florovivaistiche italiane per il 2014 è di circa 167 mila tonnellate per un valore di 480 milioni di euro. Esse sono cresciute in volume del 18,5% dal 2013 ed in valore sono diminuite del 2,9%, seguendo il trend decrescente degli ultimi anni (infatti dal 2011 ad oggi le importazioni sono diminuite per un valore di circa 83 milioni di euro). In termini di volume, riferendosi al solo florovivaismo ornamentale (totale importato circa 144 mila tonnellate, per un valore di 406 milioni), si riscontrano circa 40.000 tonnellate derivanti dalle importazioni di fiori e fronde e circa 89.000 tonnellate relative a piante, alberi e arbusti, valori entrambi in crescita rispetto al 2013 di circa il 12%. In termini di valore invece, i fiori e le fronde importati valgono per circa 168 milioni (diminuite di circa 33 milioni a partire dal 2011), mentre piante, alberi e arbusti valgono per 191 milioni (con una diminuzione di circa 19 milioni a partire dal 2011). ISMEA nella *Scheda di Settore 2015* calcola il rapporto tra il valore totale delle importazioni florovivaistiche e il valore della produzione nazionale individuando una percentuale più o meno stabile del 19% nell'arco temporale 2011-2014. Inoltre, al 2014, le importazioni florovivaistiche rappresentano l'1,4% delle importazioni agroalimentari italiane.

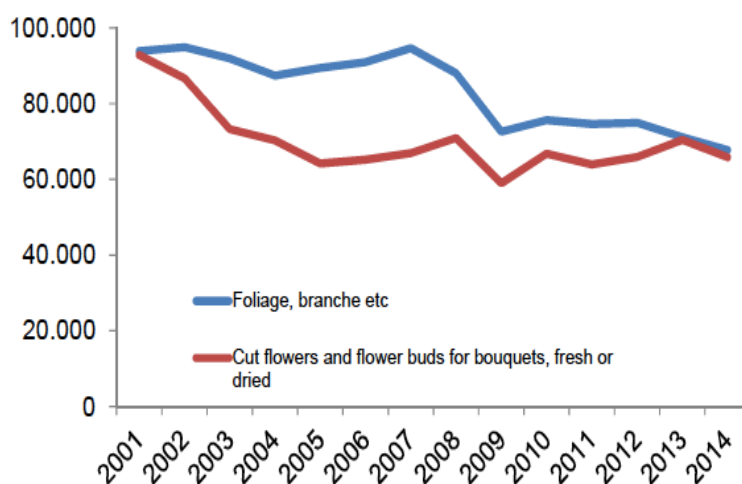
Nell'arco temporale 2015-2016, tra i principali paesi di origine delle importazioni italiane troviamo, per i fiori recisi: Paesi Bassi (con quasi il 90% del valore totale), Francia, Spagna, Austria, Thailandia ed Ecuador (l'unico paese dal quale è aumentato il valore delle importazioni in un confronto I trim. 2015/I trim.2016); per fronde e fogliame: Olanda, Germania, Francia, Danimarca, India e Cina (si ha una crescita del valore delle importazioni dai Paesi Europei e dalla Cina nel suddetto confronto tra trimestri) ed, infine, per l'aggregato piante, alberi e arbusti: Paesi Bassi, Germania, Belgio, Spagna e Cina (paesi dai quali si è avuta una diminuzione del valore importato nel confronto in esame).

Per quanto riguarda le esportazioni nazionali, al 2014 si registra un volume di *export* di produzioni florovivaistiche di circa 407 mila tonnellate per un valore di 660 milioni di euro. Dal 2013 risulta una riduzione del 2% circa delle esportazioni sia in termini di volume che di valore (esso era incrementato di 8

milioni tra il 2011 ed il 2012, ma è diminuito di circa 29 milioni tra il 2012 ed il 2014). Considerando il solo florovivaismo ornamentale si hanno esportazioni per 376 mila tonnellate per un valore di 550 milioni, in decrescita tra il 3% e il 4% sia in volume che in valore rispetto al 2013. I maggiori volume e valore dell'*export* italiano derivano dall'aggregato piante, alberi e arbusti che presenta un volume di 350 mila tonnellate per un valore di 412 milioni al 2014, entrambi in decrescita tra il 2% e il 3% rispetto al 2013. Per quanto riguarda le produzioni di fiori e fronde invece esse sono esportate per un volume di 25 mila tonnellate ed un valore di 133 milioni di euro, entrambi in decrescita tra il 6% e il 7% dal 2013. ISMEA calcola inoltre il rapporto tra valore totale delle esportazioni e valore della produzione ottenendo una percentuale del 25,2% al 2014 (in decrescita dell'1,2% dal 2013). Le esportazioni del florovivaismo costituiscono al 2014 il 2% circa del totale delle esportazioni dell'agroalimentare italiano.

Per quanto concerne l'andamento delle esportazioni nel più lungo periodo 2001-2014 si una riduzione complessiva di 30 punti percentuali relativamente all'*export* di fiori recisi e di 28 punti relativamente a quello di fronde e foglie. I due comparti inoltre dopo essersi distanziati in valore tra il 2001 e il 2013, con una netta prevalenza del comparto fronde e foglie, oggi registrano valori simili, compresi tra i 60 e i 70 milioni di euro.

Figura 1.18 Italia –Esportazioni di fiori e fronde recise (valori, 2001-2014)



Fonte: ITC, based on Eurostat and UN Comtrade

Il Nord-Europa è storicamente il principale mercato di interesse per le esportazioni italiane. I principali partner commerciali italiani sono per le piante in vaso e foglie Germania, Francia, Olanda, Gran Bretagna e Belgio, mentre per le esportazioni di alberi ed arbusti vi si aggiungono Spagna, Turchia e Svizzera. I Paesi Bassi, invece, sono il primo mercato di sbocco per le produzioni di fiori recisi.

Negli ultimi anni il miglioramento della qualità del prodotto nazionale e la capacità degli esportatori di soddisfare le esigenze soprattutto dei distributori del Nord Europa hanno consentito all'Italia di risultare un esportatore netto di piante, alberi, arbusti e di foglie e fronde, con un saldo commerciale complessivo positivo che nel 2014 è di oltre 190 milioni di euro, in leggera decrescita dal 2013 (CREA, 2015). Essa risulta invece deficitaria sia nel comparto dei fiori recisi, che nel materiale di propagazione.

1.3. I consumi

1.3.1. I consumi nei principali Paesi

Secondo quanto riporta la *World Floriculture Map* (Rabobank, 2015), si sta assistendo in Europa e negli Stati Uniti ad una fase stagnante della crescita della spesa per prodotti del florovivaismo. Questa condizione sembra essere in parte correlata a circostanze economiche, soprattutto nel caso dei fiori recisi, per i quali il livello di reddito disponibile è uno dei fattori principali tra quelli che determinano l'andamento della domanda. Inoltre, il consumo di piante è strettamente influenzato, in modo più o meno diretto, dalle condizioni e gli andamenti climatici e meteorologici nei vari paesi nel corso dell'anno.

L'area di consumo più vasta al mondo sono gli Stati Uniti, anche se il consumo pro-capite non è particolarmente elevato e l'offerta è costituita principalmente da produzioni sudamericane provenienti da Colombia, Ecuador e Brasile. Anche il Giappone ad oggi è un'importante area di sbocco, a seguito dei suoi ingenti livelli di consumo, ma esso risulta distante per le capacità di *export* di paesi come l'Italia e conta su una produzione interna consistente e sostenuta dallo Stato. In ottica prospettica, nell'arco dei prossimi dieci anni, nei grandi mercati di sbocco tradizionali (come USA e Giappone, appunto, o l'Europa) non ci si aspettano incrementi del livello di spesa per prodotti florovivaistici, mentre nei paesi dove il reddito sta crescendo in modo rilevante i consumi florovivaistici mostrano un elevato potenziale di crescita (Rabobank, 2015).

Considerando i dati AIPH (Tab.1.3) in riferimento agli anni 2011-2012 tra Paesi Europei, il livello di spesa pro-capite norvegese risulta particolarmente alto (283 euro al 2011). Esso è seguito a distanza da Danimarca (tra i 189 euro del 2011 e i 184 euro nel 2012), Svezia (tra i 150 e i 170 euro) e Austria (tra i 158 e i 153 euro), Germania (139 euro) e Belgio (tra i 137 e i 139 euro) e Francia (tra i 129 e i 127 euro) ed Olanda (tra i 125 e i 126 euro). Rimangono per entrambi gli anni nel range di spesa 60 -110 euro Italia, Regno Unito, Giappone e Stati Uniti. Infine, particolarmente basse risultano le quote spesa di Repubblica Ceca (41 euro al 2011) e Spagna (28 euro al 2011).

In un confronto tra i due anni (per quei paesi i cui dati sono disponibili, Tab.1.3), il livello di spesa pro-capite ha subito variazioni nulle o minime, tranne per il caso italiano in cui si registra una forte riduzione dai 113 euro del 2011 ai 75 del 2012 e il caso svedese dove, invece, si registra un aumento dai 150 ai 170 euro. Il livello di spesa totale per i vari paesi rispecchia, come ci si attende, gli andamenti di popolazione e spesa pro-capite nazionali. Al primo posto troviamo gli Stati Uniti con un totale di 26 700 milioni di euro di spesa nel 2012, seguiti da Germania (circa 9 900 milioni in entrambi gli anni), Giappone (8 539 milioni al 2012) e Francia (circa 6 800 milioni in entrambi gli anni). Ai livelli più bassi, invece, Danimarca (con un valore medio di circa 850 milioni tra 2011 e 2012) e Repubblica Ceca (passata dai 368 milioni del 2011 ai 284 milioni del 2012).

Tabella 1.3 Consumi procapite di fiori e piante e beni connessi nei paesi selezionati (2011-2012)

	Spend per capita (€)		Total spend (€millions)		GNI ¹ per capita (€1000s)	Population (millions) ²
	2011	2012	2011	2012	2012	2012
Austria	158	153	1,132	1,102	33.5	7.2
Belgium	137	135	1,249	1,240	31.0	9.2
Czech Rep.	41	32	368	284	19.4	9.0
Denmark	189	184	862	846	33.6	4.6
France	129	127	6,802	6,732	28.6	53.2
Germany	139	139	9,851	9,900	33.4	71.0
Italy	113	75	5,871	3,835	26.5	51.1
Netherlands	125	126	1,724	1,738	33.5	13.8
Norway	283	- ³	1,131	-	51.5	4.1
Spain	28	-	1,092	-	24.2	39.7
Sweden	150	170	1,174	1,342	33.5	7.9
UK	86	78	4,453	4,062	27.0	52.3
Japan	-	66	-	8,539	28.4	127.6
USA	-	85	-	26,700	41.0	313.9

¹ Gross National Income at Purchasing Power Parity.

² Population aged 15+ years except for Japan and USA where entire population used.

³ - Indicates data not available.

Fonte: AIPH (2014)

In base ai dati AIPH relativi all'anno 2012 si possono fare ulteriori considerazioni riguardo alla composizione della spesa pro-capite dedicata agli acquisti di soli fiori recisi e piante. Innanzitutto, Norvegia, Danimarca e Germania si trovano ancora tra le prime posizioni con una spesa pro-capite per fiori recisi e piante rispettivamente di 156, 130 e 106 euro, ad essi si aggiunge poi la Svizzera con i suoi 120 euro. Ai livelli più bassi si trovano invece Russia e Ucraina con 7 euro, Romania con 8 euro e Polonia con 14 euro pro-capite. Facendo una considerazione per comparto, invece, Germania, Austria e Svezia prevalgono per la spesa per piante, mentre Svizzera e Olanda per il fiore reciso (Tab.1.4). Ai livelli più bassi troviamo i Paesi dell'Est Europa per entrambe le partizioni. Nella maggior parte dei paesi la spesa pro-capite per fiore reciso tende a superare quella per piante e in diversi casi il divario tra i due livelli di spesa è rilevante (>10 euro).

Tabella 1.4 Consumo pro-capite fiori e piante (euro 2012, s.d.i.)

Paese	Fiore reciso	Piante	Totale
Austria	39	57	96
Belgio	35	38	73
Repubblica Ceca (2008)	14	12	26
Danimarca	n.d.	n.d.	130
Finlandia (2008)	37	39	76
Francia	13	36	49
Germania	37	69	106
Grecia (2008)	21	9	30
Ungheria (2008)	14	11	25
Irlanda (2008)	40	16	56
Italia	27	19	46
Olanda	56	34	90
Norvegia	n.d.	n.d.	156
Polonia (2008)	10	4	14
Portogallo (2008)	15	10	25
Romania (2008)	6	2	8
Russia (2008)	5	2	7
Repubblica Slovacca (2008)	10	6	16
Slovenia (2008)	21	25	46
Spagna	n.d.	n.d.	17
Svezia (2008)	38	47	85
Svizzera (2008)	77	43	120
Ucraina (2008)	4	3	7
Regno Unito	4	13	64
Giappone	n.d.	n.d.	66
USA	n.d.	n.d.	85

Fonte: AIPH (2014)

Facendo un'analisi delle vendite nei primi tre mercati europei si nota che Olanda e Germania per tutta la prima parte del 2016 mostrano andamenti molto positivi per fiori recisi e piante, e la situazione migliora ancora nei mesi primaverili ed estivi. In Francia, invece, i recenti attacchi terroristici, che hanno influenzato i ritmi di vita della popolazione, hanno portato a performance decisamente scarse dei consumi di fiori e piante in tutti i canali di vendita.

Un'ultima necessaria considerazione riguarda quelle che sono definite come le "tendenze del verde" per i vari mercati geografici e di consumo ed i meccanismi che servono ad individuarle e, in parte, ad influenzarle. Queste riguardano ad esempio: quali fiori o piante sono da ritenersi indicati per le varie occasioni d'uso; quali fragranze, colori, forme o dimensioni vanno per la maggiore in dati momento e contesto; quali stili di decorazione o arredo floreali vengono preferiti dai consumatori sui vari mercati; e così via. La funzione di *trendsetting* (cioè di individuazione e costruzione di mode e tendenze) sembra essere svolta principalmente da soggetti incaricati da o facenti parte di associazioni ed organizzazioni di settore operanti in ambito commerciale a livello globale o regionale. Ad esempio, il Flower Council of Holland è molto attivo in questo senso. Esso edita annualmente, in collaborazione con altri enti ed associazioni del settore, i *Groenbranche Trends*, una traduzione congiunta delle tendenze di mercato dell'industria del verde nel mondo, anno per anno, per permettere ai vari operatori del settore di anticiparle e sfruttarle. Un altro esempio è quello di IFD (International Floral Distributors USA), associazione di distributori statunitensi di fiori e piante, che ha un suo osservatorio di tendenze, il Flower Trends Forecast, finalizzato alla ricerca e comunicazione di informazioni sull'evoluzione dei bisogni dei consumatori. Anche questo ente pubblica un *report* annuale, il *Flower Trend Forecast*, dove raccoglie le varie tendenze osservate al fine sia di promuovere il mondo del verde sia di permettere agli operatori di settore di trarre beneficio dai *trends* individuati. Il lavoro svolto da questo tipo di soggetti infatti è un utile punto di riferimento per strategie e marketing mix di tutti gli operatori della filiera del verde.

1.3.2.1 consumi in Italia

Il *Piano Nazionale del Settore Florovivaistico 2014/2016* (Ferrarese et al., 2014) evidenzia come negli ultimi anni il settore abbia risentito della minore disponibilità di spesa delle famiglie italiane. Sia i fiori recisi che le piante, gli alberi e gli arbusti, già dal 2009, hanno subito una riduzione della spesa pro-capite (Tab.1.5). I fiori recisi, che risentono maggiormente della limitata disponibilità di spesa rispetto alle piante, hanno avuto una riduzione di un punto superiore rispetto alle piante tra il 2009 ed il 2010. La spesa complessiva di 2,2 miliardi di euro registrata nel 2011, pur superiore a quella del 2010, è al di sotto del valore del 2009 ma soprattutto del 2008 di ben il 5% (-6% per i fiori recisi e -3,4% per le piante). Nei primi mesi del 2012 (bimestre gennaio/febbraio) si osserva un innalzamento della spesa riconducibile, tuttavia, al cambiamento della metodologia di rilevazione dati (Ferrarese et alii, 2014).

Tab.1.5 Acquisti delle famiglie italiane (mln euro; 2008-2012)

	2008	2009	2010	2011	2012 ¹
Acquisti delle famiglie (mln €)					
Totale fiori e piante	2.311	2.215	2.166	2.202	2.182
Piante, alberi e arbusti	949	914	900	917	897
Fiori recisi	1.362	1.301	1.266	1.285	1.284
Indice di penetrazione (%)					
Fiori e piante	55,7	54,7	54,0	53,0	57,4
Piante, alberi e arbusti	35,4	38,5	37,2	34,6	38,4
Fiori recisi	42,8	42,1	40,3	41,4	43,4
Spesa media per acquirente					
Fiori e piante	87,4	85,3	84,6	87,5	80,2
Piante, alberi e arbusti	56,5	50,0	51,0	55,8	49,2
Fiori recisi	67,1	65,2	66,3	65,5	62,4

Nota: La spesa dell'anno 2012 non può essere confrontata con quella del 2011 perché è cambiata la metodologia di rilevazione. Tale cambiamento ha reso necessario stimare, ai fini del confronto, un altro valore per il 2011 in base alla nuova metodologia. Il nuovo valore relativo alla spesa complessiva è pari a 2,3 miliardi di euro per il 2011, con 1,4 miliardi per i fiori e 942,7 milioni per le piante, alberi e arbusti.

Fonte: ISMEA, 2014

Per quanto riguarda la ripartizione della spesa per area geografica tra il 2011 ed il 2012 (ISMEA, *Scheda di settore 2015*) il Nord-Ovest ed il Nord -Est prevalgono relativamente alla spesa per piante, alberi e arbusti con una percentuale di circa il 32% del totale per il primo e di circa il 27% per il secondo in entrambi gli anni considerati. Ad essi seguono le zone del Centro con il 22, 5% stabile nei due anni e del Sud con circa il 18,5%. Per quanto riguarda il fiore reciso, invece, la maggiore quota di spesa è al Sud (34,6 % nel 2011 e 33,9% nel 2012), seguito da Nord Ovest (24% nel 2011 e 23% ne 2012), Centro (tra il 22% del 2011 ed il 23% del 2012) e Nord Est (19% nel 2011 e il 20% nel 2012).

Considerando infine la penetrazione d'acquisto per i canali di vendita di fiori e piante (Tab.1.6), sempre per i mesi ottobre-maggio per gli anni 2014-2016, si ha una prevalenza netta del canale Negozio di fiori. Esso è seguito dal canale "Altro" (Catalogo + Internet + Mercato Rionale/Periodico + Super/Iper + Brico + Altro). Infine ai livelli più bassi si hanno il canale "Garden Center/Vivaio" e Super/Iper considerato singolarmente, entrambi in un trend di leggera diminuzione nell'arco temporale.

Tab.1.6 Fiori e Piante - Acquirenti per canale (2014-2016)

% di penetrazione presso i canali calcolata sugli acquirenti

Base: Acquirenti fiori e piante

	Ottobre		Novembre		Gennaio/Febbraio		Marzo		Aprile		Maggio	
	2014	2015	2014	2015	2015	2016	2015	2016	2015	2015	2015	2016
	9.060.249	9.320.011	8.654.339	8.299.163	9.106.895	9.058.289	9.059.464	9.273.761	6.981.095	7.631.571	7.599.383	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
● Negozio di fiori	55,6	53,5	57,2	59,8	65,8	65,1	54,2	52,2	48,1	42,4	52,3	
● Chiosco attrezzato in strada	29,5	28,6	33,2	33,2	21,1	21,4	22,7	22,1	21,3	20,3	22,2	
● Garden center/Vivaio	21,8	21,7	16,1	16,2	15,5	15,3	16,9	17,4	27,6	25,5	28,6	
● Altro*	34,3	34,0	31,8	32,4	32,7	35,2	35,5	32,7	39,5	38,1	34,7	
● Super/Iper	18,7	17,8	19,8	19,8	18,7	18,9	19,5	18,6	24,4	21,4	18,2	
INDICE DI UTILIZZO DEI CANALI	1,60	1,56	1,58	1,61	1,54	1,56	1,49	1,43	1,61	1,48	1,56	

La somma delle percentuali di acquirenti può essere superiore a 100% a causa della sovrapposizione degli acquisti ovvero dell'utilizzo di più tipologie di canali d'acquisto da parte dello stesso acquirente.

*Altro = Catalogo+Internet+Mercatorionale/periodico+Super/Iper+Brico+altro.

Fonte: ISMEA, 2016

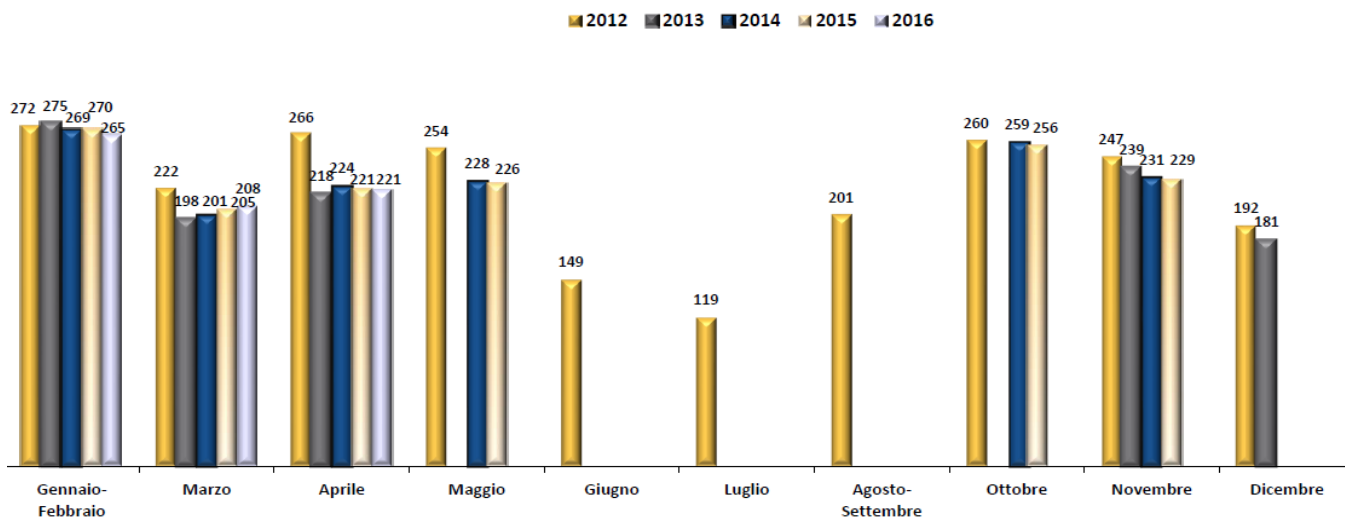
In base a quanto si riporta in *Fiori e Piante – Acquisti Domestici* (ISMEA, aprile 2016), l'andamento della spesa totale nel primo bimestre 2016 non ha soddisfatto le aspettative degli operatori circa variazioni positive dei fatturati indotte da un clima più mite della media o dalla ricorrenza di San Valentino. Le vendite infatti si attestano su 265 milioni di euro (

Figura 1.18), valore inferiore rispetto allo stesso periodo degli anni precedenti (2012-2015), suddivisi tra i 180 milioni di spesa per fiori recisi (inferiore di solo l'1% rispetto allo stesso bimestre 2015) e gli 85 milioni per piante. La spesa per fiori è rimasta pressoché stabile nel Nord Ovest e nel Centro Italia mentre ha subito una diminuzione tendenziale di circa il 2% nelle altre aree geografiche. Per le piante invece non si rileva nessuna diminuzione della spesa su base annua. Meridione. La domanda per piante in vaso si sviluppa meglio rispetto al corrispondente periodo del 2015. Infatti, a fronte di un risultato globale di spesa di 119,5 milioni di euro, due aree geografiche presentano un incremento tra l'1 e il 2%.

Figura 1.19 Totale Fiori e Piante - Evoluzione della spesa (2012-2016)

Base: Acquirenti fiori e piante

Valori in milioni (.000.000) di €



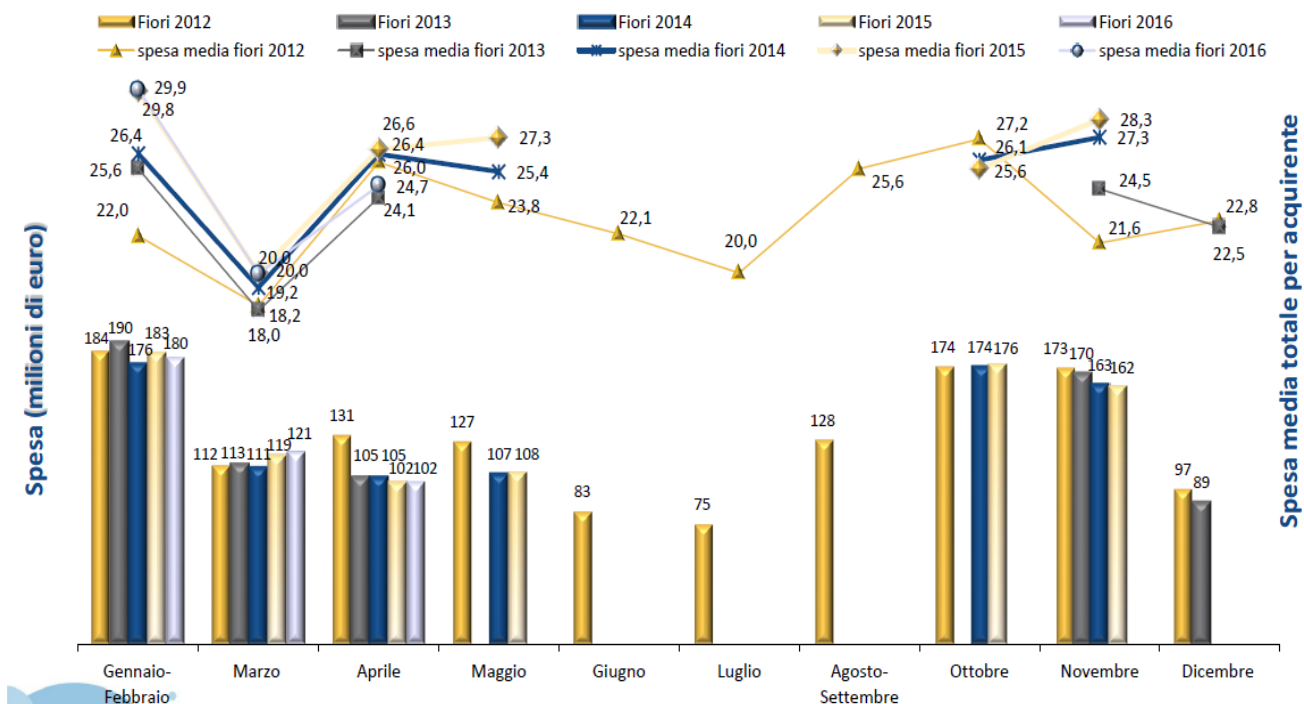
Nota: nel 2013 la rilevazione è stata sospesa nei mesi da Maggio a Ottobre compresi. Nel 2014 e 2015 la rilevazione è stata sospesa nei mesi da Giugno a Settembre compresi e nel mese di Dicembre

Fonte: ISMEA, 2016

Gli andamenti della spesa media per fiori e per piante (Figg. 1.19. e 1.20) mostrano nel bimestre gennaio/febbraio una performance migliore rispetto agli anni precedenti per entrambi i comparti, presentando un valore rispettivo di 29,9 euro (spesa media per fiori) e 22 euro (spesa media per piante). Nel mese di marzo i fiori si mantengono sulla stessa posizione del 2015 (con 20 euro di spesa media) mentre le piante scendono ad un valore di 22,2 euro rispetto ai quasi 30 del 2015.

Infine ad aprile, in entrambi i comparti si ha un peggioramento di circa 2 euro per i fiori (24,7 euro) e di circa 3 euro per le piante.

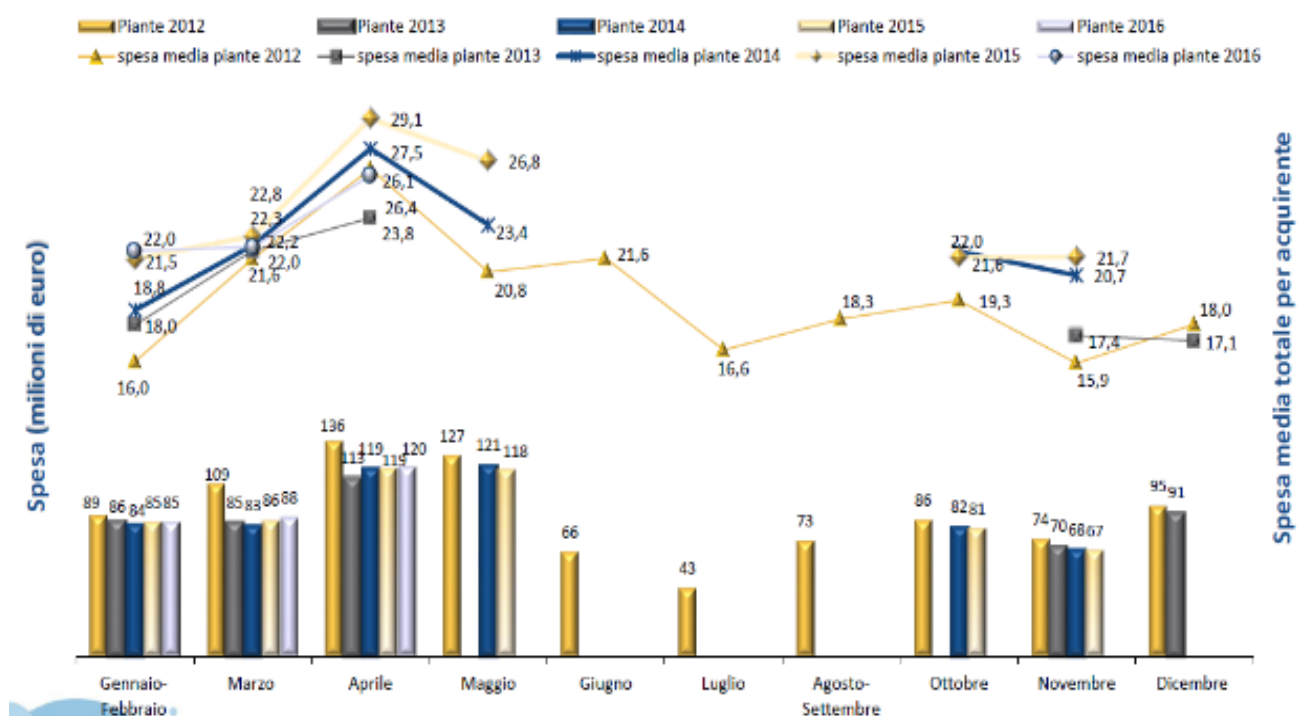
Figura 1.20 Fiori - Evoluzione della spesa media (2012-2016)



Nel 2013 la rilevazione è stata sospesa nei mesi da Maggio a Ottobre compresi. Nel 2014 e 2015 la rilevazione è stata sospesa nei mesi da Giugno a Settembre compresi e nel mese di Dicembre

Fonte: ISMEA, 2016

Figura 1.21 Piante - Evoluzione della spesa media (2012-2016)



Nota: nel 2013 la rilevazione è stata sospesa nei mesi da Maggio a Ottobre compresi. Nel 2014 e 2015 la rilevazione è stata sospesa nei mesi da Giugno a Settembre compresi e nel mese di Dicembre

Fonte: ISMEA, 2016

Seconda Parte

2. L'ANALISI DEL DISTRETTO FLOROVIVAISTICO DELLA LIGURIA

Il Distretto Florovivaistico della Liguria è la prima struttura di questo tipo creata nel nostro paese a testimonianza dell'importanza economica oltre che storica, sociale ed ambientale della produzione floricola nella nostra area.

Ancora oggi, seppur in condizioni nettamente diverse, l'area produttiva delle province di Imperia e Savona costituisce un punto di riferimento, a livello nazionale e non solo, sia per la produzione di fiori recisi che di fronde, di piante in vaso aromatiche e da fiore, e di piante grasse. Ancora maggiore è la centralità nel sistema commerciale nazionale.

2.1. La produzione in Liguria

Il florovivaismo rappresenta in Liguria una coltivazione tradizionale che a più riprese ha subito la concorrenza esercitata da aree maggiormente vocate soprattutto sotto il profilo pedoclimatico e dei costi di manodopera.

Questa concorrenza è provenuta sia da altre aree italiane, in particolare del sud, dando luogo a quel fenomeno che ha preso il nome di meridionalizzazione della floricoltura italiana, sia da aree del sud America e dell'Africa, i cui costi di produzione sono considerevolmente più contenuti.

Tali pressioni hanno determinato importanti cambiamenti sotto il profilo strutturale con una diminuzione del numero delle aziende e un aumento delle superfici e conseguentemente un incremento della dimensione media aziendale. Sono aumentate soprattutto le superfici in piena aria evidenziando la difficoltà di una competitività sulle produzioni in serra, i cui costi di riscaldamento non sono spesso economicamente sostenibili.

In modo sempre più evidente si palesa la polarizzazione tra le numerose piccole aziende spesso caratterizzate da un'obsolescenza strutturale e da una senilizzazione degli imprenditori, e le relativamente poche aziende di maggiori dimensioni frutto del processo di concentrazione e di aumento dimensionale che realizzano da sole una quota significativa dei redditi della filiera.

Alla base del successo – ma, anche, delle criticità – del sistema florovivaistico locale sembrano essere alcune peculiarità strutturali come, ad esempio, l'essere costituito in massima parte da aziende di piccole dimensioni per le quali è necessario procedere a un'attenta valutazione dei costi sostenuti per l'acquisizione di tutti i fattori produttivi, ivi compresi i capitali apportati dall'imprenditore e dai suoi familiari e, più in generale, delle performance aziendali in termini di produttività e di redditività.

Le dimensioni contenute e la conduzione familiare delle imprese consentono senz'altro di adattarsi con una certa facilità alle mutate esigenze dei mercati che richiedono prodotti di sempre più elevata qualità e a basso impatto ambientale.

Tuttavia, la forte concorrenzialità delle produzioni di fiori recisi ottenute in aree del mondo dove i costi dei fattori – segnatamente, del lavoro e del terreno – sono una frazione di quelli sostenuti in Liguria rendono indispensabile non soltanto porre estrema attenzione al contenimento dei costi di produzione ma, pure, sfruttare tutte le opportunità per valorizzare adeguatamente le produzioni florovivaistiche locali.

Bisogna sottolineare, inoltre, quanto la perdurante crisi economica globale non manchi di far sentire i suoi effetti negativi (incremento dei costi energetici, aggravamento della situazione debitoria delle imprese, ecc.) sull'economia agricola e, in particolare, sul comparto florovivaistico: infatti, dalle informazioni diffuse dalla locale Camera di Commercio, nel triennio 2010-2012 nell'imperiese risulta essersi registrato un ulteriore sensibile calo (-9%) del numero di imprese floricole, già diminuite nel periodo intercensuario come si descriverà nei paragrafi che seguono.

2.1.1 Le dinamiche strutturali e produttive

In Liguria è possibile osservare un trend simile a quello italiano ma con alcune specificità.

Prima di tutto si osserva una notevole concentrazione territoriale che nel tempo si è via via consolidata e oggi comprende le province di Imperia e Savona, su cui insiste il Distretto Agricolo Florovivaistico del Ponente Ligure, tanto che oggi le province di Genova e La Spezia appaiono marginali sia dal punto di vista della numerosità aziendale che rispetto alle superfici dedicate (Gimelli e Mammoliti, 2012).

In Liguria si registra, inoltre, un netto decremento nel numero di aziende a cui corrisponde, in controtendenza un rafforzamento delle superfici (tab. 1.7).

Ciò ha significato un aumento medio delle superfici aziendali, quasi raddoppiato dal 1982 al 2010 (da 0,33 a 0,63 ettari) in linea con quanto accaduto per tutte le aziende agricole italiane.

Questo fenomeno nella provincia di Imperia è legato ad una maggior estensivizzazione delle produzioni con un passaggio parziale da fiore reciso tradizionale (rose, garofani) a fronde recise; mentre nel savonese il dato mostra un incremento correlato alla diversificazione produttiva da ortaggi a piante fiorite e aromatiche in vaso (Gimelli e Mammoliti, 2012). La provincia di Savona – per lo stesso fenomeno – è l'unica dove aumentano le aziende anche in numero assoluto; se ne contano oltre 1.000 unità con una superficie media aziendale di 0,8 ettari. In questa provincia la capacità dei coltivatori è stata quella di realizzare due completi cambiamenti di scenario in pochi anni con una elevata diversificazione produttiva.

Il primo ha caratterizzato gli anni ottanta con un passaggio dagli ortaggi in serra e piena aria alle piante fiorite in vaso. Il secondo, negli anni 2000, ha fatto registrare l'introduzione di una nuova tipologia produttiva: le piante aromatiche in vaso, prodotto di confine tra food e non food in quanto, pur essendo piante alimentari seguono il canale produttivo e distributivo delle piante ornamentali in vaso e nei paesi di destinazione del nord Europa spesso sono utilizzate come tali.

Tab.1.7 Superfici e aziende con fiori e piante ornamentali in Liguria tra il 1982 e il 2010: confronto intercensuario

	1982		1990		2000		2010	
	SAU (ha)	Aziende (n.)	SAU (ha)	Aziende (n.)	SAU (ha)	Aziende (n.)	SAU (ha)	Aziende (n.)
Imperia	2.039,8	6.007	2.573,4	6.393	2.139,3	4.611	1.819,7	3.129
Savona	170,4	498	300,8	730	532,0	975	804,9	1.008
Genova	105,0	404	87,0	321	63,6	161	36,8	111
La Spezia	26,3	145	28,6	61	15,9	44	11,6	24
Liguria	2.341,5	7.054	2.989,8	7.505	2.750,8	5.791	2.673,0	4.272

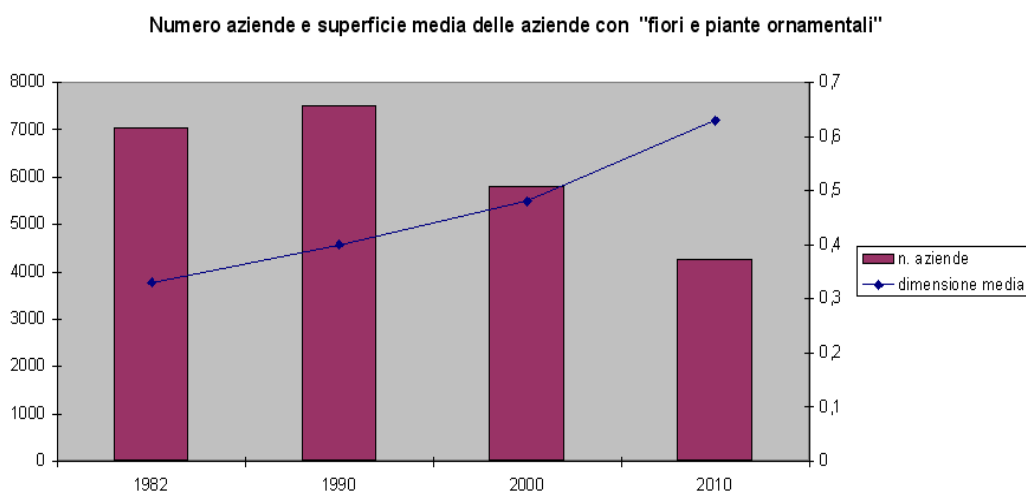
Fonte: Censimento Agricoltura, ISTAT

Il mercato, i gusti, le esigenze e quindi le strutture commerciali, produttive e distributive sono in rapida evoluzione ed è necessario fornire strumenti conoscitivi puntuali agli imprenditori e ai decisori politici al fine di cogliere al meglio le richieste dal mercato e di risultare sufficientemente competitivi anche sul mercato estero (AA.VV., 2013).

Dai dati emerge un sistema produttivo molto frammentato che ha subito negli ultimi 30 anni un'evoluzione simile al resto d'Europa in termini di numerosità aziendale, ma non nelle dimensioni, se consideriamo i maggiori competitors. In particolare rispetto all'Olanda, le aziende liguri raddoppiano la superficie media dagli anni '80 all'ultimo censimento, mentre gli olandesi triplicano o quadruplicano a seconda dell'area territoriale.

Questo aspetto, legato anche all'orografia di gran parte del territorio e alla "mentalità" di molti operatori, rendono problematico un approccio coordinato e sistemico.

Fig.1.22 Numero di aziende con fiori e piante ornamentali e superficie media in Liguria tra il 1982 e il 2010: confronto intercensuario (Fonte: Nostre elaborazioni su dati ISTAT, Censimenti Agricoltura)



2.1.2. Le dinamiche della redditività

Nelle tabelle 1.8 e 1.9 per le aziende floricole liguri specializzate afferenti alla RICA sono riferiti alcuni indicatori economici e indici di efficienza dai quali si evince la tendenza al peggioramento delle performance nel quinquennio 2008-2012. È noto come il comparto florovivaistico italiano negli anni recenti abbia vissuto una situazione di difficoltà legata agli effetti negativi della crisi economica globale con l'aumento, da un lato, dei costi dei fattori della produzione e, dall'altro, con la contrazione della domanda e il modificarsi degli stili di vita del consumatore (INEA, 2012). Questa tipologia di dati a livello puntuale può avere ampi margini di approssimazione a causa della metodologia di rilevazione, ma riesce generalmente a fotografare le tendenze nel tempo.

Tabella 1.8 Risultati economici delle aziende liguri specializzate nella floricoltura e piante ornamentali in serra nel periodo 2008-2012 (valori al 2012; € s.d.i.)

	2008	2009	2010	2011	2012
Aziende (n.)	99	97	102	84	82
<i>Indicatori aziendali</i>					
PLV - Produzione Lorda Vendibile (€)	104.597	86.102	90.780	84.062	84.197
di cui: attività connesse (€)	0	43	538	0	2
CC - Costi correnti (€)	24.240	17.103	18.783	30.720	34.448
VA - Valore aggiunto (€)	80.381	68.999	71.997	53.392	49.751
CP - Costi Pluriennali (€)	9.602	9.040	8.284	5.793	5.713
PN - Prodotto Netto (€)	70.778	59.959	63.713	47.598	44.039
Redditi Distribuiti (€)	11.186	9.174	9.010	8.600	10.056
RO - Reddito Operativo (€)	59.593	50.785	54.703	38.999	33.982
RN - Reddito Netto (€)	59.248	51.353	54.678	37.465	32.185
Trasferimenti pubblici (€)	6	6	4	11	7
<i>Indici di efficienza</i>					
PLV / SAU - Produttività della terra (€)	139.424	113.988	114.514	119.298	103.402
PLV / ULT - Produttività del lavoro (€)	56.796	53.915	55.450	51.890	52.443
1-(VA/PLV) - Incidenza costi correnti	0,23	0,20	0,21	0,36	0,41
1-(PN/VA) - Incidenza ammortamenti	0,12	0,13	0,12	0,11	0,11
1-(RN/PN) - Incidenza altri costi	0,16	0,14	0,14	0,21	0,27
RN/PLV - Redditività dei ricavi	0,57	0,60	0,60	0,45	0,38
Reddito Netto / ULF (€)	38.956	38.519	40.014	27.761	23.552
Trasferimenti pubblici / PLV (%)	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01

Fonte: Banca Dati RICA on line della Liguria (estrazione dati al 30/04/2014)

Tra il 2008 – anno di inizio della crisi economica globale – e il 2012 per le imprese specializzate nella produzione di fiori e piante ornamentali in serra (tab. 1.8) si osserva un aumento significativo in termini reali (+42%) dell'esborso per l'acquisizione di tutti i fattori direttamente connessi alla produzione (Costi Correnti) e, nel contempo, la tendenza alla contrazione dei ricavi. La Produzione Lorda Vendibile, infatti, diminuisce nel periodo del 20% e l'indice che esprime la redditività dei ricavi (dato dal rapporto tra RN e PLV) scende drasticamente da 0,57-0,60 a 0,38.

L'aumento dei costi nel periodo in esame dalle aziende specializzate nella floricoltura in serra è bene evidenziato dagli indici che esprimono l'incidenza dei Costi Correnti e degli altri costi (salari corrisposti alla manodopera e spese riferite alla gestione extra-caratteristica) entrambi in aumento. Solamente i costi relativi agli ammortamenti (costi pluriennali) dei capitali fissi paiono poter essere contenuti sulla base della stabilità testimoniata dal relativo indice. Degno di nota è, infine, il fatto che per questa tipologia di aziende la remunerazione del lavoro apportato dall'imprenditore e dai familiari (RN/ULF) subisce nel periodo una significativa contrazione (-40%).

Tab. 1.9 Risultati economici delle aziende liguri specializzate nella floricoltura e piante ornamentali all'aperto nel periodo 2008-2012 (valori al 2012; € s.d.i.)

	2008	2009	2010	2011	2012
Aziende (n.)	143	148	159	148	151
<i>Indicatori aziendali</i>					
PLV - Produzione Lorda Vendibile (€)	44.663	44.680	54.084	47.417	48.783
di cui attività connesse (€)	211	161	371	371	372
CC - Costi correnti (€)	9.328	6.554	6.395	11.764	18.960
VA - Valore aggiunto (€)	35.546	38.287	48.059	36.024	30.195
CP - Costi Pluriennali (€)	2.604	2.754	2.586	2.209	1.713
PN - Prodotto Netto (€)	32.942	35.533	45.473	33.815	28.483
Redditi Distribuiti (€)	5.825	4.380	4.420	4.503	5.315
RO - Reddito Operativo (€)	27.117	31.154	41.054	29.311	23.168
RN - Reddito Netto (€)	26.662	31.116	41.244	28.254	22.409
Trasferimenti pubblici (€)	97	107	205	200	164
<i>Indici di efficienza</i>					
PLV / SAU - Produttività della terra (€)	31.622	32.293	38.960	32.325	32.597
PLV / ULT - Produttività del lavoro (€)	29.370	36.224	44.947	39.944	41.636
1-(VA/PLV) - Incidenza costi correnti	0,20	0,14	0,11	0,24	0,38
1-(PN/VA) - Incidenza ammortamenti	0,07	0,07	0,05	0,06	0,06
1-(RN/PN) - Incidenza altri costi	0,19	0,12	0,09	0,16	0,21
RN/PLV - Redditività dei ricavi	0,60	0,70	0,76	0,60	0,46
Reddito Netto / ULF (€)	19.439	27.436	37.313	26.094	20.954
Trasferimenti pubblici / PLV (%)	0,22	0,24	0,38	0,42	0,34

Fonte: Banca Dati RICA on line della Liguria (estrazione dati al 30/04/2014)

In riferimento alle aziende florovivaistiche liguri afferenti alla RICA specializzate nelle produzioni in pien'aria (tab. 1.9) nel quinquennio in esame i risultati economici fanno registrare un andamento migliore, seppur di poco, rispetto a quelli illustrati per le aziende con produzioni in serra. Si evidenzia, in questo caso, una diminuzione (-34%) dei costi relativi agli ammortamenti e accantonamenti e, viceversa, un netto aumento dei costi correnti che risultano all'incirca raddoppiati nel 2012 rispetto al 2008.

Si tratta, naturalmente, di una tipologia aziendale molto più estensiva, per la quale l'indice che esprime la produttività della terra assume valori pari a circa un terzo di quello relativo alle imprese che operano in serra. Cionondimeno l'indice che esprime la redditività del lavoro familiare delle imprese che coltivano fiori e piante ornamentali in pien'aria è da ritenersi comunque soddisfacente poiché nel periodo considerato si attesta, in media, intorno a 26.000 euro, pur con ampie oscillazioni inter annuali.

2.1.3. L'analisi dei costi di produzione

Il Distretto ha promosso, a partire dal 2012, in collaborazione con Regione Liguria e il CREA (ex INEA) una ricerca che mira all'identificazione di una metodologia per l'analisi dei costi di produzione applicata ad alcune importanti produzioni floricole ottenute nel Distretto (Borsotto, 2014, Borsotto, 2016). La raccolta delle informazioni tecnico-economiche utili al calcolo dei costi di produzione ha avuto come riferimento le annate produttive 2012-2013 e 2013-2014 ed ha interessato ogni anno una quarantina di aziende florovivaistiche per un totale di quasi sessanta rilevazioni distribuite tra otto diversi processi produttivi di cui 6 riferiti a fiori recisi (anemone, ranuncolo da seme e "clone", mimosa, ginestra e ruscus) e 2 a produzioni in vaso (margherita, piante aromatiche).

I dati sono stati validati ed elaborati mediante la procedura informatica "Osservatorio Economico del comparto Florovivaistico Ligure" (OEFL) che, attraverso specifici report, consente di analizzare il costo di produzione di ciascuna specie o gruppo di specie indagate; i risultati aziendali sono posti a confronto con quelli della media del gruppo di appartenenza e se l'azienda è presente nei due anni è fornito il trend.

Ogni floricoltore, indipendentemente dalle caratteristiche strutturali e dalla dimensione fisica ed economica della propria azienda dovrebbe ben conoscere e monitorare costantemente i costi dei processi aziendali ma è altrettanto evidente che non sempre, nelle numerosissime aziende ove l'apporto di capitali e di manodopera è dovuto pressoché esclusivamente all'imprenditore e ai suoi familiari, si tiene in debito conto il costo di tali fattori. Assai sovente, perciò, i bilanci delle coltivazioni sono sostanzialmente positivi se ci si ferma a considerare la differenza tra il ricavo dalla vendita del prodotto e i costi sostenuti per acquisire fertilizzanti, fitofarmaci, materiali per la commercializzazione, ecc. e, spesso, i conti colturali risultano favorevoli allorché siano correttamente computate le spese per la manodopera salariata, per la meccanizzazione e per la manutenzione dei fabbricati.

Un'analisi più approfondita che valuti il lavoro prestato in azienda dal conduttore e dalla famiglia, nonché gli interessi sui capitali apportati dall'imprenditore stesso permette, invece, di ottenere tutt'altra indicazione: spesso si osserva che a seguito dell'attribuzione *pro quota* al singolo processo produttivo di questa tipologia di costo i risultati economici della coltivazione assumono segno negativo, ovvero il costo di produzione unitario (per 1.000 mq, per quintale, per stelo, ecc.) risulta superiore al ricavo unitario.

Pur tenendo conto del fatto che in alcune aziende le coltivazioni analizzate sono meno significative rispetto al riparto colturale, l'indagine ha evidenziato casi in cui le performance risultano negative; ciò dovrebbe indurre il floricoltore a porre grande attenzione all'effettiva sostenibilità dei processi produttivi aziendali, oppure a riconoscere che talune scelte gestionali sono valide se analizzate in termini di costo-opportunità, ma non è garantita la loro sostenibilità qualora si dovesse, per esempio, approvvigionarsi della manodopera sul mercato del lavoro. A tal fine i risultati produttivi ed economici sono confrontati con i valori medi al metro quadro del gruppo di riferimento definito sulla base della tecnica di coltivazione adottata.

Per esempio, per quanto riguarda i fiori recisi (anemone e ranuncolo) si osserva una certa variabilità all'interno dei costi di produzione unitari. In generale appare evidente che le ridotte superfici delle colture e delle aziende in cui sono praticate provocano diseconomie di scala in quanto soprattutto per quanto riguarda i costi comuni diretti (es. macchine e fabbricati) non è possibile scendere sotto un determinato livello e quindi hanno le aziende risultano caratterizzate da una sovradotazione strutturale. Purtroppo le dimensioni medie delle aziende negli ultimi trentanni sono aumentate poco anche in relazione a quanto avviene nel resto dei paesi europei nostri competitori; ciò non permette all'imprenditore una adeguata remunerazione per tutto l'anno.

In particolare, si osserva che il ranuncolo clone sembra spuntare valori unitari superiori ai costi di produzione mentre nel ranuncolo da seme i valori si eguagliano. In generale, la voce dei Costi Imputati è quella che incide maggiormente sui Costi Totali; tale risultato è da riferire alle caratteristiche organizzative aziendali per cui i costi preponderanti consistono nella remunerazione del lavoro dell'imprenditore e dei familiari che trovano occupazione in azienda. Per quanto riguarda i Costi Specifici, l'incidenza dei costi, l'acquisizione dei rizomi e le spese per i trattamenti fitosanitari e le concimazioni costituiscono la voce di spesa più onerosa.

Come già evidenziato nel caso dei fiori recisi, anche nella coltivazione delle piante in vaso i costi della manodopera, e in particolare quelli della manodopera familiare, sono quelli che incidono maggiormente sui costi totali.

Infine, nelle aziende produttrici di fronde recise, si osserva una certa variabilità nei risultati da riferire sia a fattori tecnici, ovvero densità di impianto differenti o scelta di cultivar più produttive, sia economici, ovvero prezzi di vendita differenti. Nel caso del ruscus e della ginestra il valore della produzione unitaria risulta inferiore a quella del costo di produzione unitario viceversa per quanto riguarda i risultati della mimosa.

Naturalmente questi aspetti devono essere valutati attentamente caso per caso, in quanto in una situazione problematica come quella degli anni attuali, in assenza di alternative valide per quanto riguarda le produzioni possibili, anche le remunerazioni che coprono almeno parzialmente i costi di manodopera familiare e degli altri fattori della produzione possono risultare, nel breve periodo, sopportabili.

D'altro canto appare evidente che in qualche caso ci si trova di fronte d'imprenditori che, forse inconsciamente, tendono a ignorare una corretta imputazione dei costi limitandosi ad una mera gestione di cassa.

Il quadro che appare con più ombre che luci mostra uno scenario difficile che sembra in qualche caso più legato al passato che proiettato in una visione futura. Occorre una presa di consapevolezza generale che porti il sistema produttivo, che presenta buone potenzialità, ad affrontare la globalizzazione dei mercati e delle produzioni (Borsotto, 2014; Borsotto, 2016). L'indagine sta continuando mantenendo ove possibile le stesse aziende.

3 . LA METODOLOGIA DI PROGRAMMAZIONE

3.1. L'approccio partecipativo

Il Piano Triennale è stato il frutto di un approfondito e proficuo confronto tra le rappresentanze degli interessi economici e istituzionali che gravitano attorno al principale settore economico dell'agricoltura ligure e uno fra i principali comparti dell'intera economia del ponente ligure, e ha contribuito a orientare l'azione amministrativa della Regione Liguria sia nella fase di programmazione strategica che in quella di allocazione e gestione delle risorse.

L'aggiornamento del Piano si rende necessario non tanto per assolvere all'obbligo previsto dalla scadenza normativa ma perché le linee guida della pianificazione di un settore dinamico e "di mercato" quale è il florovivaismo ligure richiedono una opera di riscrittura che sappia cogliere e affrontare i cambiamenti in atto, sia dal punto di vista tecnologico che dal punto di vista economico e sociale.

L'approccio metodologico adottato è stato di tipo partecipativo, in quanto è solo grazie al coinvolgimento dei portatori di interessi legittimi che aumenta la consapevolezza della propria identità e come conseguenza la capacità di proporre delle strategie di sviluppo e di valorizzazione territoriale integrata.

L'analisi è stata effettuata in 4 step successivi.

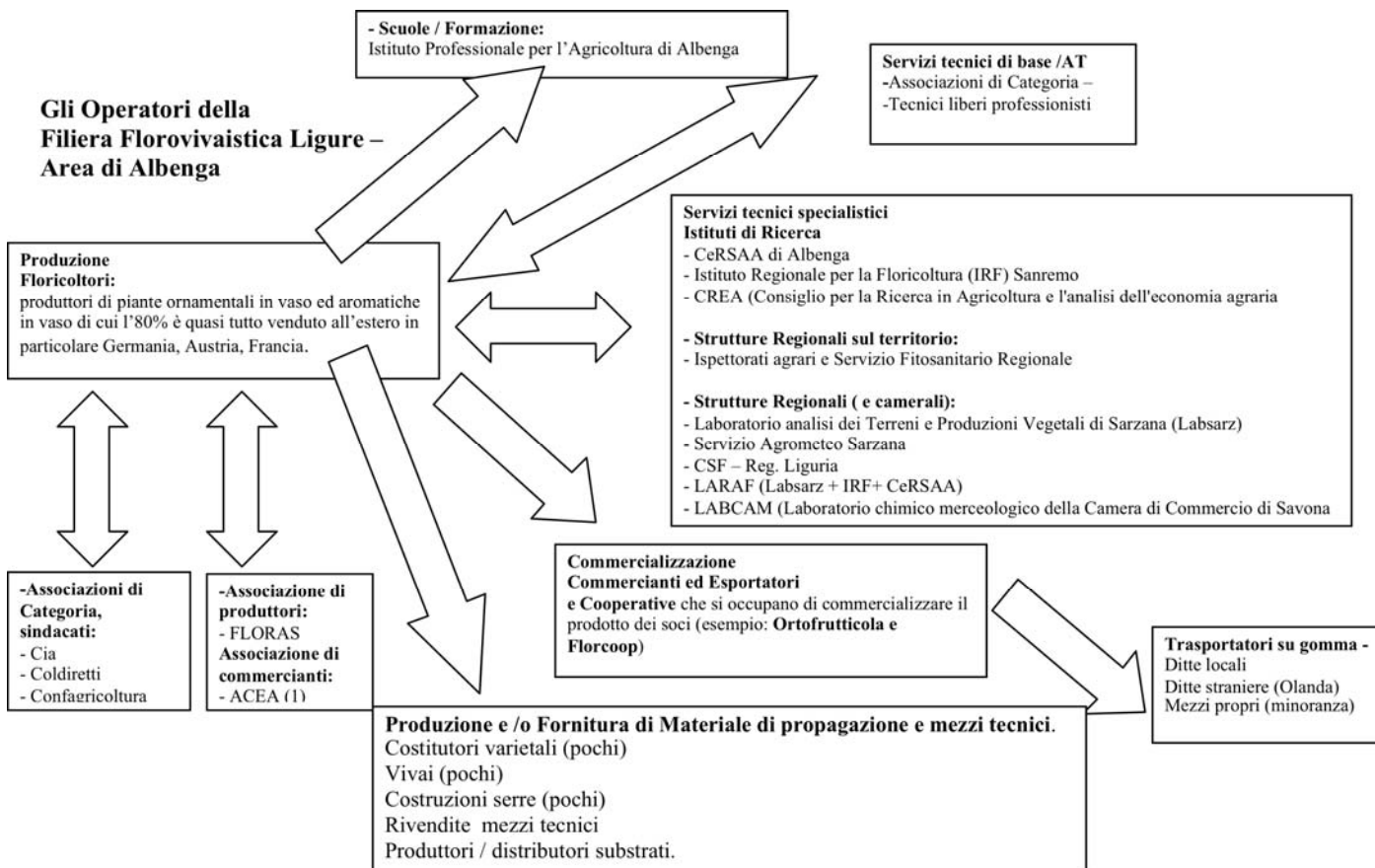
- Primo step: Raccolta ed analisi critica di letteratura pubblicata e grigia, analisi statistiche e ricerche di livello nazionale e internazionale
- Secondo step: Acquisiti documenti critici e di supporto di alcuni stakeholders (membri del comitato)
- Terzo step: individuazione degli elementi cruciali attraverso la discussione della SWOT analysis
- Quarto step: identificazione di una proposta concreta di soluzioni, interventi e azioni fondamentali, da prevedere nella strategia e nella programmazione del piano distretto

A tutti i membri del distretto e in particolare alle Associazioni agricole dei produttori (CIA, Coldiretti e Confagricoltura), alle Associazioni di categoria dei commercianti (ANCEF), agli istituti di ricerca (CERSAA, CREA-FSO, IRF) e ai rappresentanti della pubblica amministrazione (Regione Liguria) è stato richiesto un contributo critico, che è stato valorizzato all'interno dell'analisi SWOT e delle linee strategiche da adottare.

E' stato in seguito effettuato un incontro per la restituzione e la discussione dei risultati al fine di incrementare la consapevolezza sui punti di forze e di debolezza e sulle linee strategiche da attivare.

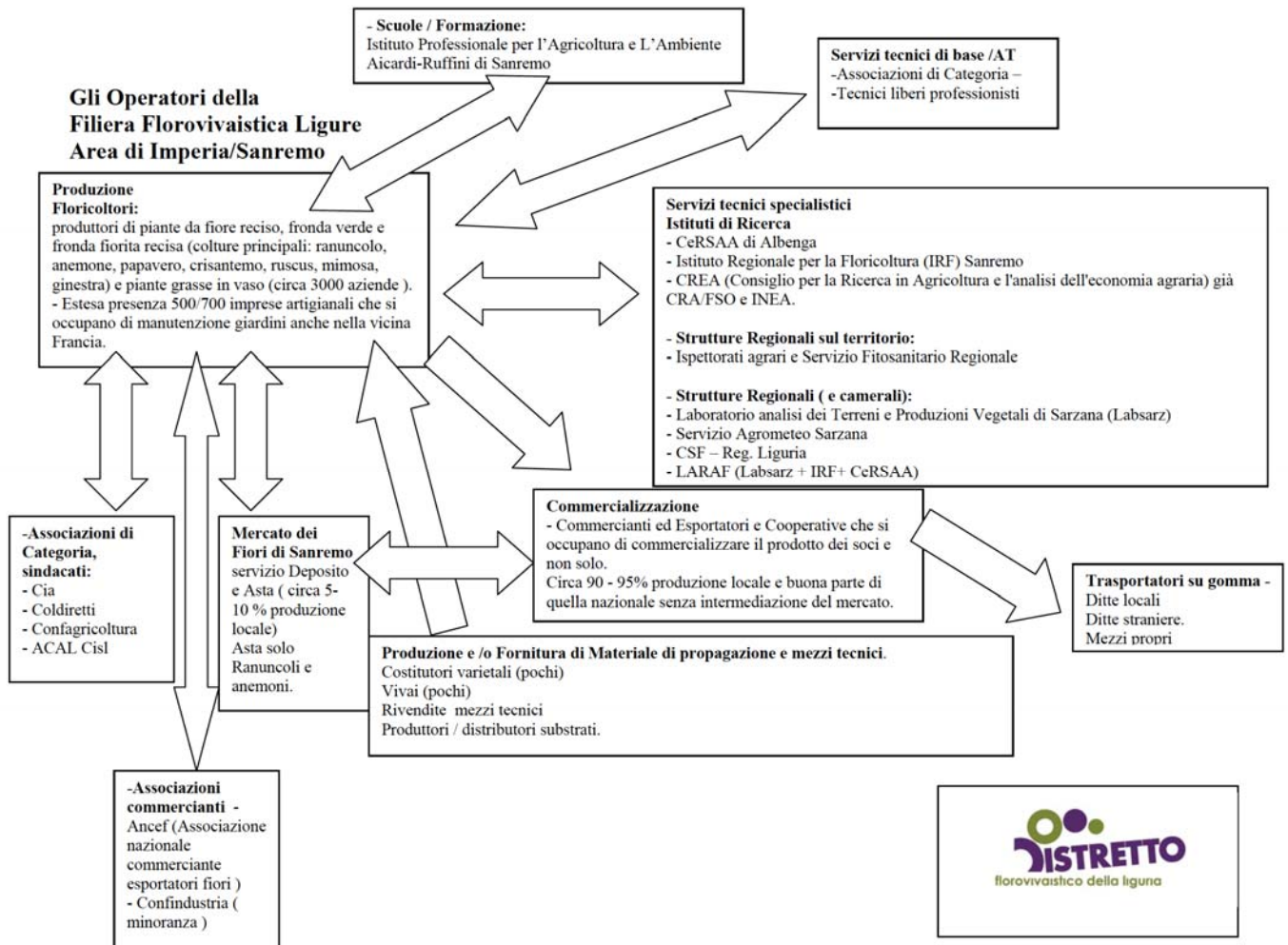
4. L'ANALISI SWOT PER COMPONENTI DELLA FILIERA

Di seguito è riportata l'analisi SWOT del florovivaismo del Distretto, presentando i punti di forza (Strengths) e di debolezza (Weaknesses) del contesto di analisi e le opportunità (Opportunities) e minacce (Threats) che derivano dal contesto esterno cui è esposta la floricoltura del distretto per le diverse componenti della filiera.



1) In realtà gruppo commerciale per vendere insieme sui paesi dell'EST

Gli Operatori della Filiera Florovivaistica Ligure Area di Imperia/Sanremo



4.1. Formazione, Istruzione e Ricerca, Divulgazione e Assistenza tecnica

Tra i punti di forza del Distretto è la presenza sul proprio territorio di numerosi attori legati al mondo della conoscenza, in grado di diffondere *know-how* e di produrre innovazione.

Le nuove generazioni hanno infatti articolate possibilità formative sia di tipo tecnico – professionale grazie alla possibilità di formarsi in istituti professionali agrari nonché di fare esperienza in aziende di miglioramento genetico di grande tradizione, presenti direttamente sul territorio, la cui attività è da promuovere adeguatamente e da collegare compiutamente sia al settore produttivo-commerciale, sia al settore della ricerca, viste le evidenti potenzialità che può offrire un'istruzione di livello sull'intera filiera.

Formazione, Istruzione e Ricerca, Divulgazione e Assistenza tecnica	
Punti di forza	Punti di debolezza
<p>Strutture di ricerca pubbliche dedicate.</p> <p>Istituzioni scolastiche professionali ed universitarie gravitanti sul territorio.</p> <p>Aziende di ibridazione specializzate nel miglioramento varietale di grande tradizione.</p> <p>Capacità di produrre e di accogliere rapidamente e con interesse le novità in campo varietale</p> <p>Servizi pubblici rivolti alle imprese</p>	<p>Limitata strategia di sistema</p> <p>Difficoltà di specializzazione e di approfondimento tecnico (nota: alto numero di specie coltivate)</p> <p>Ridotta interazione pubblico-privato nell'innovazione varietale con sottoutilizzo di tecniche avanzate e ridotta conoscenza della base genetica</p> <p>Invecchiamento dei ricercatori e difficoltà di turn over.</p> <p>Linee di ricerca pubblica non sempre basate su una logica distrettuale e con poco percepita ricaduta commerciale.</p> <p>Tendenza della ricerca privata in campo varietale a concentrarsi su poche specie.</p> <p>Scarsi investimenti privati in R&D</p> <p>Insufficiente trasferimento alla filiera produttiva delle conoscenze tecnico/scientifiche</p> <p>Istruzione professionale poco aderente alla realtà produttiva e ridotto interesse dei giovani verso la formazione specializzata</p> <p>Scarso uso di strumenti economici nella gestione aziendale.</p>
Opportunità	Minacce
<p>Rafforzamento della rete tra enti pubblici di ricerca, sperimentazione, divulgazione e trasferimento dell'innovazione</p> <p>Rafforzamento dell'attività di ricerca bottom-up e del trasferimento delle conoscenze.</p> <p>Messa a punto di prodotti adatti al microclima locale in fase di cambiamento.</p> <p>Sviluppo di un partenariato con altre aree del Mediterraneo per lo sviluppo dell'innovazione, la messa in rete e l'ottimizzazione dei servizi.</p>	<p>Forte riduzione delle risorse pubbliche e private per la ricerca ed i servizi.</p> <p>Impossibilità per i giovani ricercatori di inserirsi nel sistema</p> <p>Despecializzazione della ricerca per assenza di risorse dedicate</p> <p>Dipendenza dall'innovazione di prodotto proveniente da fuori Distretto.</p>

Sono presenti sul territorio inoltre tre istituti di ricerca con esperienza consolidata in campo florovivaistico: il CeRSAA ad Albenga (<http://www.cersaa.it/>), l'Istituto Regionale per la Floricoltura (IRF <http://www.regflor.it>) ed il CREA a San Remo (<http://www.istflori.it/>).

La Ricerca è una componente trasversale alla filiera florovivaistica e rappresenta un elemento chiave per la competitività dell'intera filiera, dalla produzione sino al consumo finale.

In ambito "Ricerca" l'obiettivo prioritario del piano triennale è incrementare la connessione tra tutti gli attori della ricerca, in modo da migliorare la gestione coordinata delle risorse economiche a favore delle attività che possano avere le ricadute più rilevanti per gli operatori, favorendo lo studio e il miglioramento varietale delle produzioni tipiche locali senza tralasciare la sperimentazione di nuove specie e varietà adatte alla coltivazione nel territorio del Distretto (innovazione di prodotto) e l'aumento della competitività delle aziende di miglioramento varietale che operano in ambito internazionale. In questa logica è opportuno favorire le relazioni sinergiche tra ricerca pubblica e privata nell'innovazione varietale.

Tuttavia al fine di migliorare la competitività dell'intera filiera, è necessario che l'attività di ricerca si estenda dalla fase produttiva (tecniche agronomiche, tecniche di forzatura, conservazione post raccolta, moltiplicazione, lotta integrata, risanamento, ecc.) sino alle fasi più a valle della filiera stessa, ovvero alla commercializzazione (conservazione, packaging, ecc) e al consumo (cura e conservazione, informazione, valorizzazione dei marchi, ecc). E' inoltre fondamentale un coordinamento sempre più stretto delle attività con l'Assistenza Tecnica di base e specialistica che dovrebbe costituire una indispensabile intermediazione con la base imprenditoriale e produttiva.

A livello di attività, il Distretto deve:

1. Creare, in sinergia con le Istituzioni regionali e nazionali, un confronto tra tutti gli attori della ricerca che ottimizzi e metta in connessione con una progettualità comune gli interventi pubblici e privati;
2. Promuovere il rafforzamento di una filiera tra ricerca pubblica e privata finalizzata alla creazione di prodotti floricoli innovativi specifici per il distretto, da realizzarsi attraverso un sistema di coordinamento sempre maggiore tra aziende di ricerca private (breeding) e gli istituti di ricerca pubblici, analogamente a quanto accade nei poli tecnologici in altri settori dell'economia (industria, cultura, turismo).
3. Proseguire un monitoraggio delle ricerche realizzate e degli obiettivi raggiunti (sia all'interno che all'esterno del Distretto) e incrementare le azioni di trasferimento dei risultati agli operatori, stimolare e supportare le strutture pubbliche e private per diffondere verso tutti gli operatori del Distretto (soprattutto la produzione) i risultati delle prove di ambientamento di nuove specie e/o nuove varietà provenienti da altre zone, anche attraverso un maggiore coinvolgimento degli istituti scolastici e universitari presenti o operanti nell'area del Distretto;
4. Rafforzare la sperimentazione e l'innovazione di prodotto e di processo, anche attraverso il coinvolgimento misto pubblico-privato. Un ambito rilevante di collaborazione potrà ritrovarsi nel miglioramento genetico anche con l'uso di tecniche innovative, in cui il privato possa offrire al pubblico il materiale di base, beneficiando di metodiche avanzate di miglioramento e di selezione.
5. Proporre gli indirizzi della ricerca affinché si possano avviare:
 - progetti di studio delle specie tradizionalmente coltivate (fiori tipici), con obiettivo la creazione di nuove varietà e lo studio della fisiologia e delle tecniche colturali, particolarmente adatte all'area del Distretto, si ritiene utile identificare specie adatte per la coltivazione nei microclimi mediterranei e renderle competitive nei confronti delle coltivazioni tradizionali ormai globalizzate.
 - progetti di ricerca sui prodotti in vaso con particolare riferimento al miglioramento e al risanamento di piante madri (per lavanda, rosmarino, salvia, timo, margherita) e la sperimentazione varietale di nuove specie al fine di integrare quelle attualmente in produzione.
 - progetti che portino a una riduzione dei costi di produzione, dei costi ambientali e a un miglioramento della salute degli operatori. Particolarmente rilevanti a questo fine sono le strategie per la razionalizzazione degli input di produzione (concimi, acqua, materiali plastici,

energia termica, energia radiante, lavoro); speciale attenzione dovrà essere rivolta alla riduzione dell'impiego di fitofarmaci, mettendo a punto metodologie di lotta integrata e biologica compatibili con le condizioni pedoclimatiche e ambientali; all'ottenimento di varietà meno sensibili sotto il profilo fitopatologico o con minori o nulle necessità di regolatori di crescita; allo studio e la diffusione di tecniche diagnostiche, di metodiche di risanamento del materiale di propagazione, al mantenimento e moltiplicazione in sanità delle varietà.

- progetti di innovazione e ricerca per l'individuazione di specie e varietà nuove per il distretto per l'espansione della gamma produttiva nel reciso.
 - progetti che abbiano quale obiettivo la resilienza ai cambiamenti climatici in atto
 - Identificazione di coltivazioni alternative alle floricole (orticole, medicinali, aromatiche, per ottenimento di prodotti ad uso industriale, altro) sia per un mercato locale periurbano che per incrementare la diversificazione produttiva
6. Progetti per il rafforzamento *di sistema informativo* rapido e di facile accesso, aggiornato in tempo reale, di carattere *congiunturale*, finalizzato al supporto e al riorientamento delle strategie di produzione, commercializzazione e marketing. In particolare la costituzione di un osservatorio economico per il distretto volto a monitorare le dinamiche della produzione e dei consumi e a trasferirle a tutte le componenti della filiera interessate
7. Promozione della formazione professionale attraverso maggiori collegamenti tra gli istituti professionali ed il sistema produttivo territoriale; favorendo il rapporto di alternanza scuola/lavoro; favorendo il rapporto con le università e il territorio

4.2 La produzione

Il sistema produttivo nel distretto è molto frammentato. Il modello prevalente, l'impresa familiare di piccola dimensione, la cui superficie media continua ad avere un contenuto incremento a differenza dei principali competitors europei, presenta altresì uno scarso ricambio generazionale. Un simile sistema produttivo si presenta inadeguato a competere sul versante dei prezzi rispetto alle produzioni di altre parti del mondo. Queste caratteristiche insieme ai sempre più ridotti margini reddituali dovuti alla concorrenza determinano una sempre minore propensione all'investimento.

Di fatto, il fiore reciso è uscito dalla produzione dei grandi fiori di massa (rosa, garofano, lillium, ecc.) e l'attività produttiva è attualmente concentrata su produzioni di nicchia mediterranee (es. ranuncoli ed anemoni).

Produzione	
<i>Punti di forza</i>	<i>Punti di debolezza</i>
<p>Produttori specializzati, dotati di flessibilità, esperienza e capacità di adattamento</p> <p>Realtà cooperative e aziende commerciali che sviluppano una concentrazione del prodotto</p> <p>Clima favorevole alla produzione invernale</p> <p>Servizi tecnici e amministrativi dedicati ai produttori</p> <p>Alta diversificazione dell'offerta di prodotto per le piante in vaso</p> <p>Presenza e concentrazione sul territorio di produzioni esclusive e ad elevata tipicità (ranuncoli, ginestra, mimosa, piante aromatiche)</p>	<p>Caratteristiche orografiche del territorio</p> <p>Eccessiva stagionalità delle produzioni</p> <p>Struttura mercatale che non eroga adeguati servizi collettivi e scarsamente utilizzata</p> <p>Scarsa diversificazione dell'offerta nel reciso</p> <p>Costi di produzione elevati e diminuzione della redditività</p> <p>Bassa dimensione media delle aziende e difficoltà nell'ampliamento aziendale</p> <p>Scarso ricambio generazionale e senilizzazione degli imprenditori e degli addetti</p> <p>Difficoltà nella standardizzazione del prodotto</p> <p>Inadeguato utilizzo dei servizi tecnici e amministrativi</p> <p>Scarsa propensione a forme di aggregazione e di collaborazione</p> <p>Scarso potere contrattuale nei confronti dei settori a valle</p> <p>Iniquità delle rendite catastali nella zona sanremese</p> <p>Scarse opportunità di accesso al credito</p>
<i>Opportunità</i>	<i>Minacce</i>
<p>Sviluppo della richiesta di prodotti di qualità certificata</p> <p>Sviluppo della multifunzionalità – specie energie rinnovabili e agriturismo</p> <p>Adozione di marchi per le piante in vaso</p> <p>Qualificazione e differenziazione del prodotto (tecniche di coltivazione sostenibili, packaging),</p>	<p>Competizione sull'uso del suolo da parte del settore immobiliare e per la costruzione di opere pubbliche</p> <p>Delocalizzazione delle produzioni</p> <p>Riduzione della redditività, conseguente alla stagnazione dei prezzi e all'incremento dei costi di produzione</p> <p>Diminuzione della capacità competitiva</p>

La piana di Albenga si caratterizza invece per la coltivazione di piante in vaso aromatiche e fiorite, le cui dinamiche produttive, pur rilevanti, determinano tuttavia margini sempre più contenuti per l'azione di compressione sui prezzi di mercato determinata dalla struttura oligopolistica del settore commerciale.

Sono dunque necessarie azioni condivise di tipo bottom up per il rafforzamento della integrazione tra imprese al fine di incrementare il potere contrattuale nei confronti dei settori a valle.

Per le imprese può rivelarsi anche interessante sviluppare la multifunzionalità dell'azienda attraverso lo sviluppo di attività complementari a quelle floricole (agriturismo, fattorie didattiche, manutenzione parchi e giardini, produzione energie rinnovabili e attività collaterali alla propria produzione) a condizione che lo svolgimento di queste attività non pregiudichi il proseguimento dell'attività produttiva.

Le linee di intervento dovrebbero riguardare:

1. l'innovazione tecnico-organizzativa e la valorizzazione delle produzioni attraverso: sostegno all'adeguamento tecnologico di processi, di strutture (es. strutture leggere o recupero serre inutilizzate), di attrezzature e di nuovi impianti coerenti con le esigenze produttive del distretto, in particolare alla produzione in piena aria e di prodotti tipici (serre leggere e meno costose, protezioni rimovibili, recupero "serre dismesse", sistemi di coltivazione fuori suolo con riciclo diffusi, lotta integrata, disponibilità adeguata di presidi fitosanitari anche per le colture minori compresi adeguati supporti per la disinfezione del terreno e dei substrati)
 - diffusione della conoscenza di metodi di produzione ecocompatibile
 - l'accesso ai finanziamenti pubblici e privati che supportino l'introduzione di tali metodi di produzione.
2. Supporto alle scelte imprenditoriali:
 - supportare i produttori nell'individuazione delle colture, anche alla luce di una verifica sulla resa economica e in un'ottica d'integrazione per massimizzare l'utilizzo dei fattori produttivi (terra, lavoro, capitale) in modo costante durante l'anno
3. Servizi ai produttori:
 - rafforzare la rete di informazione coordinata che permetta ai produttori di conoscere meglio l'andamento dei mercati, locali e globali, anche mediante modalità innovative ed elettroniche di comunicazione.
 - consolidare lo sviluppo, all'interno del Mercato dei Fiori di Sanremo, di un sistema integrato di servizi rivolti alla produzione (es. analisi del terreno, contrattualistica per acquisto standard di materiale da coltivare, controlli sulla sanità materiale di propagazione, informazione puntuale su andamento prezzi e mercati, sistemi di garanzia del credito e prezzi accessibili, servizi per moderni strumenti di garanzia e riscossione del credito; servizio di deposito attivo, standardizzazione dei prodotti, packaging e norme di qualità ecc.), in grado di accrescere la competitività del sistema produttivo distrettuale.
 - favorire lo sviluppo, anche nel comprensorio albanegnese, di un sistema integrato di servizi rivolti alla produzione in grado di accrescere la competitività del sistema produttivo distrettuale (in particolare analisi del terreno, contrattualistica per acquisto standard di materiale da coltivare, controlli sulla sanità materiale di propagazione, informazione puntuale su andamento prezzi e mercati, sistemi di garanzia del credito a prezzi accessibili):
 - divulgare e favorire l'adozione di marchi per sostenere la competizione (marchi di processo MPS, Global Gap; marchi d'area, IGP, VIVAIFIORI etc..).
 - La certificazione di tipo IGP potrebbe essere interessante in quanto questo è un marchio di origine che viene attribuito dall'Unione Europea a quei prodotti agricoli e alimentari per i quali una determinata qualità, la reputazione o un'altra caratteristica dipende dall'origine geografica, e la cui produzione, trasformazione e/o elaborazione avviene in un'area geografica determinata. Almeno una fase del processo produttivo deve avvenire in una particolare area e chi produce deve attenersi alle rigide regole produttive stabilite nel disciplinare di produzione, e il rispetto di tali regole è garantito da uno specifico organismo di controllo.

- “Club di prodotto” per mettere a sistema le conoscenze e le necessità creando un canale continuo con i servizi pubblici e le istituzioni.

4.3. La Commercializzazione

La struttura del sistema commerciale nel Distretto Florovivaistico della Liguria è caratterizzata da una polarizzazione delle imprese. Esistono da un lato pochi grandi operatori , per le nostre dimensioni non certo se raffrontati ai grandi *players* internazionali,, che detengono quote rilevanti di mercato, con un forte potere contrattuale e commerciale e, dall’altro, molti piccoli operatori, in diminuzione, con uno scarso fatturato e scarsa capacità di incidere sulle dinamiche di mercato sia in termini di quantità che di prezzo e soprattutto molto esposti al rischio d’impresa.

Commercializzazione

<i>Punti di forza</i>	<i>Punti di debolezza</i>
<p>Forte presenza di operatori commerciali, che rappresentano oltre il 70% dell’export italiano nel fiore reciso e nelle piante in vaso (piattaforma redistributiva)</p> <p>Prossimità a importanti bacini di consumo nazionali ed europei consolidati e ad alto incremento potenziale</p> <p>Presenza e concentrazione sul territorio di produzioni esclusive e ad elevata tipicità (ranuncoli, ginestra, mimosa, piante aromatiche)</p> <p>Alta capacità di rispondere a richieste di differenziazione del prodotto e del confezionamento</p>	<p>Marginalizzazione del sistema distributivo e commerciale del Distretto</p> <p>Dimensione subottimale delle aziende</p> <p>Scarsa propensione alla collaborazione tra le aziende commerciali</p> <p>Eccessiva stagionalità del mercato</p> <p>Limitata propensione all’adozione di nuove forme di vendita</p> <p>Debolezza del sistema logistico</p> <p>Scarsa penetrazione di nuovi sbocchi commerciali</p> <p>Mancanza di appropriata <i>connessione</i> al sistema ricerca e innovazione per lo sviluppo di nuove opportunità di mercato</p> <p>Mancanza di una efficace rete di imprese commerciali.</p>
<i>Opportunità</i>	<i>Minacce</i>
<p>Sviluppo di nuovi bacini di consumo</p> <p>Maggior attenzione dei consumatori alla qualificazione e differenziazione del prodotto (tecniche di coltivazione sostenibili, rispetto delle condizioni lavorative nella filiera, packaging)</p> <p>Promozione di azioni di rete tra mercati ed aree produttive</p> <p>Sviluppo di nuove forme di commercializzazione e di nuovi servizi del Mercato (fiore reciso)</p> <p>Utilizzo più aggressivo di marchi e certificazioni</p>	<p>Aumento delle difficoltà logistiche con i mercati di esteri</p> <p>Diminuzione degli operatori commerciali professionali</p> <p>Diminuzione dei consumi interni e in alcune aree tradizionali e perdita di quote di mercato</p>

Per quanto riguarda il fiore reciso, gli operatori sono attualmente circa 60, mentre per le piante in vaso i commercianti sono circa 30. Tra questi ultimi, un solo operatore, che rappresenta la grande distribuzione nordeuropea e soprattutto tedesca, commercializza circa il 50% della produzione locale, con effetti molto evidenti in termini di potere di mercato e capacità di fissare il prezzo alla produzione, con riflessi rilevanti sulla compressione dei margini da parte dei commercianti per i produttori sia di piante in vaso che di fiori recisi.

La commercializzazione, fase finale della filiera florovivaistica, per la sua attuale struttura polverizzata rappresenta un elemento di svantaggio competitivo e di rischio per il distretto. La capillarizzazione distributiva del prodotto olandese in Italia ha spinto i più importanti grossisti del Nord Italia a utilizzare quote crescenti di prodotto provenienti dalle aste olandesi, a scapito della produzione nazionale e segnatamente del distretto.

Le produzioni di nicchia manifestano specifiche difficoltà al momento della commercializzazione a causa di numerosi fattori: scarsa conoscenza dei prodotti da parte dei mercati, modeste disponibilità, periodi di commercializzazione stagionali. I canali di distribuzione tradizionali dei paesi di consumo, incluse le aste olandesi, non hanno sempre interesse a puntare sulle specificità del distretto per scarsa conoscenza delle specie, per l'incapacità di fornire volumi adeguati e una continuità nelle forniture, mentre gli esportatori locali scontano le difficoltà legate alla polverizzazione, frammentazione e difficoltà logistiche. Il mercato online (ad esempio BMTI – Borsa merci telematica italiana) potrebbe essere un canale aggiuntivo interessante per favorire l'ingresso sul mercato dei nuovi prodotti e riattivare anche la commercializzazione di prodotti classici, ma trova comunque un ostacolo importante nella debolezza della logistica.

E' necessario avviare azioni che rendano più competitiva la produzione del Distretto, soprattutto con riferimento alle produzioni tipiche. A ciò si devono aggiungere scelte commerciali ancora molto legate ai canali distributivi tradizionali (grossista/fiorista) ed una difficoltà nel presentarsi in maniera attrattiva e competitiva nel canale della Grande Distribuzione (difficile per la richiesta di volumi rilevanti e costanti, nonché di prezzi molto contenuti e con obbligo di produzioni "certificate").

La scarsa diffusione di queste ultime spiega bene la riduzione della nostra quota di export in Inghilterra, paese dove le quote della GDO arrivano oltre il 60 % rispetto agli altri sistemi di vendita.

In ambito "Commercializzazione" l'obiettivo prioritario del programma triennale è, da un lato, migliorare l'accesso ai diversi canali distributivi, dall'altro difendere e aprire nuovi spazi di mercato.

1) per quanto riguarda gli interventi sulla distribuzione:

- monitorare i canali distributivi ed in particolare quello dei fioristi per proporre soluzioni adeguate alle esigenze, in un'ottica di semplificazione della catena di distribuzione e di filiera corta;
- incrementare la formazione professionale delle nuove figure commerciali;
- incoraggiare la crescita dimensionale e la concentrazione degli operatori permettendo loro di raggiungere (anche in forme consortili) massa critica e conseguire economie di scala;
- per il fiore reciso valorizzare il ruolo del Mercato di Sanremo incrementando il numero e la qualità dei servizi offerti (recupero crediti, fatturazione, standardizzazione della merce, logistica, ecc.), attivando eventualmente nuove modalità telematiche di vendita;
- incrementare la presenza all'interno della Grande Distribuzione, con nuovi prodotti e packaging, migliori modalità di servizio e consegna
- valorizzare le certificazioni di prodotto, processo e socio ambientali (MPS, Global Gap e Vivaifiori) nel settore commerciale
- valorizzazione dell'origine dei prodotti e dell'immagine del territorio (certificazione IGP ed altro) sui mercati come elemento imprescindibile per la difesa degli spazi di mercato;

2) per quanto riguarda gli interventi di mercato:

- favorire il recupero di spazi di mercato nel mercato interno, soprattutto nel consumo d'impulso e in particolare all'interno del paese.
- mantenere e difendere spazi di mercato consolidati e sostenere la penetrazione di mercati emergenti (in particolare l'Europa orientale, intra- ed extra UE) concentrando le risorse della promozione.

E' opportuno operare affinché si instauri un approccio collaborativo tra produttori, distributori e logistica volto al miglioramento dell'organizzazione della filiera.

4.4 Il marketing e la promozione

La promozione è una delle attività prioritarie del Distretto. La Regione ha delegato al distretto da alcuni anni le attività promozionali finanziate dal Dipartimento Agricoltura della Regione Liguria. Tali attività necessitano di cospicue risorse per essere pienamente efficaci, tuttavia la scarsità della dotazione di risorse ha imposto una netta selezione delle attività del Distretto in questo ambito.

Promozione e marketing	
Punti di forza	Punti di debolezza
Presenza e concentrazione sul territorio di produzioni esclusive e ad elevata tipicità (ranuncoli, ginestra, mimosa, piante aromatiche) Alta capacità di rispondere in modo rapido e flessibile alle dinamiche dei mercati Possibilità di una promozione integrata vaso – reciso Partecipazione a fiere specializzate per le piante in vaso e per il reciso	Mancanza di standard produttivi omogenei Mancanza investimenti privati e scarsa disponibilità di investimenti pubblici Scarsa consapevolezza sul ruolo di azioni di marketing strategico ed operativo e conseguente assenza di politiche di marketing coordinate Scarsa identificabilità del prodotto del Distretto
Opportunità	Minacce
Potenziali azioni coordinate in partenariato con altri bacini di produzione italiani e in paesi limitrofi (fiori recisi tipici del Mediterraneo) Utilizzo immagine del territorio ligure e italiano Maggior attenzione dei consumatori alla qualificazione e differenziazione e tracciabilità del prodotto (tecniche di coltivazione sostenibili, rispetto delle condizioni lavorative nella filiera, packaging), Utilizzo più aggressivo di marchi e certificazioni	Potenziale perdita di quote di mercato per scarsi investimenti in promozione rispetto a competitors più agguerriti e strutturati

Le attività finalizzate a una promozione collettiva del prodotto del territorio, devono essere basate su una differenziazione centrata su valori immateriali, quali tradizioni florovivaistiche e culturali dell'area e sulla sua notorietà turistica. Questa leva, non utilizzata in maniera diffusa ed organica in passato, potrebbe dare un significativo contributo al rilancio delle produzioni.

Le dinamiche del consumo, soprattutto sui mercati esteri, evidenziano come un'altra importante leva sia la valorizzazione della sostenibilità delle produzioni e, ove possibile del biologico, attualmente presente in modo modesto nel mercato delle piante in vaso,

In ambito “Marketing e Promozione” l’obiettivo prioritario del programma triennale è il **miglioramento della visibilità e dell’attrattività** dell’offerta commerciale, con particolare riferimento alle produzioni tipiche.

Il Distretto pertanto indica come priorità operative:

- la partecipazione congiunta a fiere e iniziative dedicate al settore, nelle quali la produzione del Distretto offra con un’immagine unitaria;
- marchi collettivi/di area incentrati sulla qualità della produzione;
- visibilità per il prodotto del Distretto a certificazione socioambientale e di area;
- attivazione di iniziative di valorizzazione congiunta di fiori e piante per la presenza ad alcune manifestazioni fieristiche, nonché la realizzazione congiunta di iniziative complessive di marketing territoriale, con la collaborazione della Camera di Commercio e di Union Camere Liguria. In un periodo in cui tutti affermano, che anche nel nostro comparto e non solo nell’agroalimentare il nome Italia ha molto successo e l’ “*Italian sounding*” utilizzato da molte imprese straniere lo dimostra, non utilizzare questa componente immateriale risulterebbe incomprensibile ed ingiustificabile.
- operazioni di marketing territoriale che integrino floricoltura, turismo, cultura e territorio;
- coinvolgimento degli imprenditori nell’organizzazione di attività promozionali per ottimizzare le risorse impegnate in promozione
- una maggiore conoscenza dei mercati “istituzionali” del verde pubblico e degli arredi urbani

4.5 La logistica

La Logistica costituisce sempre più un elemento centrale ai fini di migliorare la competitività della filiera, sia per il suo forte impatto sulla qualità del prodotto nelle mani dei clienti che per la rilevanza dei suoi costi. La tipicità del prodotto florovivaistico del Distretto, costituito da due ben distinte zone produttive, che è caratterizzato da processi di conservazione e trasporto diversificati per Fiori recisi e Piante in vaso derivanti dalle differenti caratteristiche e ciclo di vita degli stessi, impone alcuni vincoli che rendono sempre più rilevante una gestione logistica di eccellenza.

Logistica	
<i>Punti di forza</i>	<i>Punti di debolezza</i>
<p>Posizione territoriale strategica rispetto ai principali mercati</p> <p>Presenza di aziende locali e internazionali specializzate nel trasporto su gomma</p> <p>Ruolo di piattaforma redistributiva del distretto per il reciso</p>	<p>Inefficiente collegamento tra produzione e mercato nel reciso</p> <p>Alta frammentazione delle imprese</p> <p>Scarsa propensione all’innovazione tecnica e organizzativa</p> <p>Scarsa propensione all’associazionismo</p> <p>Limitata strategia di sistema</p> <p>Assenza di una piattaforma logistica integrata per le piante in vaso</p> <p>Forte incidenza della stagionalità della produzione sulla programmazione della distribuzione</p> <p>Numerosità delle destinazioni con eccessiva parcellizzazione delle unità di carico</p> <p>Scarso utilizzo di tecnologie per la tracciabilità</p>

Opportunità	Minacce
Attività logistiche coordinate e integrate con la zona floricola del Var	Ulteriore riduzione dei volumi di carico legata alla potenziale diminuzione della produzione e dell'attività commerciale
Piattaforma logistica presso il Mercato dei Fiori	Marginalizzazione del sistema distributivo del Distretto
Piattaforma logistica nella piana ingauna	
Potenziale aumento di prodotti destagionalizzati	

Tuttavia, da una parte le attuali infrastrutture del Distretto per la raccolta, l'immagazzinamento ed il successivo trasporto della produzione sono ancora carenti e, dall'altra, la gestione dei processi lungo la filiera logistica risulta sovente non competitiva in termini di rapidità ed efficienza.

La filiera logistica non può più considerarsi confinata al solo territorio del Distretto, bensì deve essere vista come una gestione d'insieme di tutti gli attori coinvolti, dal produttore fino al mercato di consumo attraverso, ovviamente, grossisti ed esportatori e mediante l'intervento di aziende di trasporto specializzate che garantiscano la massima efficacia e qualità con costi altamente competitivi. Per questo motivo l'obiettivo prioritario è il miglioramento della gestione dei processi logistici nel loro complesso e, in particolare, del trasporto.

Il Distretto aveva effettuato prima della scorsa programmazione un'indagine presso gli operatori della filiera Logistica del Distretto, in particolare Grossisti, Esportatori e Trasportatori, evidenziando i vincoli che incidono negativamente sulle prestazioni della distribuzione (in particolare di Fiori e Fronde Recisi) verso il mercato centro-nord ed est europeo.

La situazione rispetto a quell'indagine non è cambiata in modo significativo, se non manifestando un ulteriore indebolimento della struttura legata alla chiusura dell'attività di alcuni operatori.

La raccolta dettagliata di dati sulle caratteristiche attuali della distribuzione del settore del reciso (es: numero e tipo dei veicoli utilizzati, volumi trasportati, tempistiche, frequenze, rotte e destinazioni, etc.) effettuata dalla maggior parte degli operatori di trasporto, Grossisti ed Esportatori ha evidenziato tipologie diverse di trasporto:

- le destinazioni in cui prevale l'uso di autotrasportatori puri sono Benelux e Germania settentrionale ed occidentale
- il trasporto gestito dal settore commerciale si concentra su mete più prossime (Austria, Svizzera, Germania meridionale). A queste rotte di medio-lungo raggio si aggiungono poi destinazioni di breve raggio per la vicina Francia (Nizza, Marsiglia, Hyeres), su cui molti segnalano un bisogno di razionalizzazione delle linee e dei mezzi, attualmente gestite con furgoni.
- la distribuzione nazionale, per il reciso, viene percepita dagli operatori in parte meno problematica, sia perché riguarda una quantità non superiore al 20 % della intera commercializzazione e perché, grazie all'uso di forti ed organizzati vettori italiani, le aree più sviluppate (Nord Ovest e dorsale tirrenica) non presentano significative criticità. Carenti collegamenti caratterizzano il Triveneto e la dorsale adriatica.

Per la distribuzione verso l'Europa centrale ed orientale permane l'esigenza di accorpare i volumi di trasporto al fine di ottenere economie di scala che consentano di recuperare competitività sia in termini di costo che di qualità e tempi di consegna evitando l'attuale passaggio tramite la logistica olandese.

Per quanto riguarda la situazione strutturale non ci sono stati miglioramenti e molte aree sono difficilmente raggiungibili sia sul fronte interno sia sul fronte internazionale soprattutto per quanto riguarda i mercati esteri dell'est Europa.

Al fine ottimizzare l'intero processo distributivo, è ancora necessario avviare un percorso che porti i vari operatori sul territorio del Distretto ad unire l'organizzazione delle attività logistiche ed i volumi di trasporto per gestirli in modo coordinato e sinergico.

Sulla base di quanto sopra il Distretto, a livello di attività di breve-medio termine , deve:

- favorire l'adozione all'origine di standard di qualità e di confezionamento per le produzioni, tali da evitare successive rilavorazioni;
- modernizzare e potenziare il sistema d'organizzazione dello stoccaggio e della movimentazione interna al Distretto (ivi incluso lo sviluppo di celle frigorifere e l'adozione di sistemi rapidi ed efficienti di carico e scarico automezzi presso il Mercato di Sanremo, oltre ad alcuni servizi per autotrasportatori, quali parcheggio sorvegliato, etc).
- promuovere iniziative di riduzione costi di trasporto interni al Distretto, come ad esempio l'adozione e l'offerta da parte del Mercato di un giro di raccolta e trasporto comune a più produttori;
- preservare e razionalizzare un sistema di trasporto in entrata/uscita dal Distretto indipendente dalla logistica olandese, favorendo aggregazioni e collaborazioni che permettano alle aziende di autotrasporto di essere più competitive e di diminuire i costi (*groupage*, ritorni merce,...). Condizione necessaria per raggiungere questo obiettivo è tuttavia un approccio collaborativo delle aziende, che è spesso carente nel territorio;
- valutare la possibilità di creare una o più piattaforme logistiche (Transit Point), baricentriche verso i maggiori mercati di interesse (ad esempio sud Germania, Berlino, etc) che consentano l'ottimizzazione del trasporto primario senza penalizzare la rapidità e la frequenza di consegna al cliente;
- razionalizzare i flussi logistici interni al distretto, valorizzando l'esistente (Mercato di Sanremo, Aeroporto di Albenga, sistema ferroviario ed autostradale, area portuale di Vado Ligure, ecc.), anche favorendo iniziative congiunte e di "cooperazione fiori/piante" verso il sistema del trasporto , pur con i limiti e le difficoltà che la diversità dei requisiti di conservazione delle due merceologie pone ad una forte sinergia tra le due filiere sul singolo trasporto. Potrebbe essere utile e a volte indispensabile valutare un maggiore utilizzo del trasporto combinato gomma / ferrovia (ROLA / autostrada viaggiante) a seguito della progressiva apertura dei trafori alpini Loetschberg (già operativo) e del Nuovo Gottardo (Fine 2016) e la potenziale messa in opera a medio termine del Tunnel dei Giovi (2022) e del Brennero (2025).

Nel medio-lungo periodo, il Distretto dovrà essere un soggetto attivo di sollecitazione/intervento rispetto ad investimenti infrastrutturali che siano in grado di migliorarne la competitività.

A livello di finanziamenti, il Distretto conferma le seguenti priorità, già individuate dal precedente piano:

- gli studi e gli interventi per il miglioramento delle procedure logistiche interne alle imprese, così da ridurre i costi di manipolazione e da migliorare la conservazione del prodotto;
- i sostegni e le agevolazioni per il rafforzamento dei servizi logistici (creazione di sinergie tra gli operatori del trasporto, aree di carico e scarico sul Mercato dei Fiori, sviluppo e utilizzo di piattaforme logistiche condivise tra operatori del Distretto, ecc) a supporto delle iniziative di commercializzazione diretta nei principali mercati europei.

4.6 La pianificazione territoriale

L'agricoltura del Distretto è stata fortemente condizionata dallo sviluppo edilizio determinando un forte contrasto sull'uso del suolo, a causa dell'incremento dei prezzi delle aree di sviluppo edilizio, rendendo spesso impossibile per gli agricoltori l'aumento delle superfici aziendali e spingendo spesso a una cessione dei terreni per edificazione.

La labilità delle regole con Piani Regolatori (ora PUC) di durata effettiva molto rilevante, la diffusione sempre maggiore di pratiche di "edilizia contrattata" in deroga alle norme e di interventi che hanno di fatto permesso la costruzione di abitazioni all'interno di zone produttive ha gravemente compromesso la funzionalità di queste ultime, spingendo in molti casi le coltivazioni verso aree interne meno adatte.

Questa è oggi la situazione al di là dei continui proclami sulla difesa delle aree agricole e del valore del territorio. Con migliaia di appartamenti vuoti e una richiesta continua di nuove costruzioni ad uso civile, commerciale o artigianale.

Questo legato anche al fatto che le proprietà non sono equamente distribuite e chi fino ad ora è stato escluso da quella che è considerata l'unica fonte di ricchezza.

Sono tutte esigenze legittime ma difficilmente conciliabili senza creare disparità nelle aspirazioni, giuste o sbagliate che siano, e per riportare la situazione entro "normali" ambiti programmatori. Quello che è certo che non si può pretendere da alcuni la difesa dell'ambiente e dei territori senza oneri per la collettività e dall'altro lasciare a pochi la possibilità di usare il suolo, bene comune per eccellenza, per accumulare rendite e profitti. In questi ultimissimi anni la tendenza generale è verso una diminuzione della pressione edificatoria per normative più stringenti a livello nazionale e regionale e calo della domanda sia a livello locale che generale ma le aspettative sono sempre elevate.

Il Distretto è ben conscio che in un ambito dove le competenze sono già oggi divise tra comuni e la regione stessa è illusorio aggiungere altri livelli che creerebbero solo maggior confusione ed incertezza. Inoltre è difficile prospettare soluzioni generali e impositive difficilmente attuabili vista la esperienza ad oggi maturata. Piuttosto si prospettano alcune linee di intervento che possano migliorare la situazione attuale ben consci che i tempi abnormemente lunghi per approvare strumenti urbanistici e per modificarli spesso vanificano anche le migliori intenzioni.

Ai fini di promuovere il mantenimento e possibilmente lo sviluppo di questo importante settore dell'economia ligure occorrerebbe promuovere un diverso approccio in tema di pianificazione territoriale da parte delle amministrazioni competenti.

Nel passato dove si sono definite norme puntuali volte alla descrizione ed imposizione di vincoli che spesso hanno limitato lo sviluppo dell'impresa senza creare un limite vero all'espansione edilizia nelle zone agricole.

Oggi il Distretto propone, in continuità a quanto previsto nella programmazione precedente, una nuova impostazione urbanistica che abbia come presupposto la centralità dell'azienda intesa come soggetto produttivo con l'innesto di un meccanismo economico (perequazione) che coniughi gli obiettivi di sviluppo di ogni singola azienda con gli obiettivi generali della pianificazione territoriale nei suoi diversi livelli.

In questo senso si ritiene indispensabile:

- una più puntuale classificazione delle zone attraverso un'attenta differenziazione tra zone di mantenimento ambientale e zone agricole;
- la condivisione del presupposto che le singole domande presentate dagli imprenditori agricoli debbano essere esaminate in base alle reali esigenze produttive.

Alla base di tutto ciò occorre identificare e specificare le diverse tipologie di zone agricole, descrivere precisi requisiti soggettivi dei beneficiari e prevedere un sistema di procedure e di controlli che tenendo in considerazione le reali esigenze aziendali permetta di evitare speculazioni e incongruenze negli interventi. In alternativa assisteremo ad una marginalizzazione delle stesse zone.

4.6.1. Identificazione e specificazione delle diverse tipologie di zone agricole

Una puntuale identificazione e specificazione delle diverse tipologie di zone agricole dovrà necessariamente partire da una precisa zonizzazione all'interno di ogni PUC secondo uno schema che indicativamente preveda :

- a) zone ortofloricole specializzate
- b) zone floricole
- c) zone agricole miste

Le zone agricole specializzate (**ortofloricole specializzate**) sono quelle caratterizzate da colture intensive altamente specializzate o che per densità e specializzazione delle aziende richiedono una forte presenza di serre. Sono solitamente localizzate nelle aree pianeggianti costiere o di fondovalle dove maggiore è la richiesta di sviluppi edilizi diversi da quelli inerenti l'agricoltura.

Le **zone floricole** sono solitamente localizzate in aree collinari limitrofe alle precedenti anch'esse coltivate a floricoltura. All'interno delle stesse convivono presenza di serre con coltivazioni intensive in pien'aria.

Le **zone agricole** miste sono quelle dove convivono varie tipologie di imprese agricole (floricoltura quasi esclusivamente in pien'aria, olivicoltura, viticoltura ...).

Le regole e le procedure dovrebbero essere snellite e pure i controlli ma l'unica possibilità è un cambiamento radicale che prescinde dallo specifico ma assurge a problema nazionale. Tra l'altro occorre mettere in campo norme che riducano l'incertezza sulle possibilità attuative aumentando la discrezionalità e accelerino i tempi autorizzativi.

E' altresì indispensabile procedere ad una nuova definizione del concetto di lotto minimo agricolo, che non deve essere considerato solamente come un parametro tecnico (superficie minima di intervento) ma deve coniugare anche altri parametri agricoli esistenti (Unità Lavorativa Uomo, Unità Tecnica Economica ...) in modo da consentire gli interventi su superfici di minori dimensioni e che non hanno il requisito della contiguità.

4.6.2. Metodi di perequazione

La perequazione, ossia la possibilità di distribuire la capacità edificatoria a tutte le zone, comprese quelle agricole, attraverso la possibilità di spostare gli indici dalle zone agricole a quelle di espansione edilizia, è stata individuata quale unico sistema in grado di arginare lo strapotere economico del settore immobiliare rispetto a quello agricolo. Infatti la resa economica dei terreni edificabili al metro quadro in un orizzonte temporale a breve è un'irresistibile attrazione per tutte quelle aziende che per vari motivi attraversano fasi di debolezza (età addetti, difficoltà gestionali, dimensioni ridotte) danneggiando inevitabilmente tutte le aziende della filiera, non solo quelle della produzione.

La perequazione e la certezza di regole che non permettano nuove edificazioni nelle zone agricolo-produttive, se non legate strettamente all'attività agricola, creerebbero le seguenti conseguenze economiche:

- le aziende agricole produttive con la cessione dei propri indici potranno disporre di risorse finanziarie per lo sviluppo aziendale ;

Tali soggetti potranno trasferire la capacità edificatoria (indice) delle loro proprietà in zone, che per disposizione normative dei nuovi PUC avranno l'obbligo per poter edificare di reperire una quota di indici edificatori dalle zone agricole.

Questo per una elementare forma di giustizia distributiva e per non incentivare la rendita parassitaria e non ultimo un uso eccessivo della risorsa suolo bene non "rinnovabile" e "limitato" che nella zona del distretto è già stato drammaticamente impoverito.

L'obiettivo realistico dovrebbe essere, da questo punto di vista la crescita "zero" con il ricorso al riutilizzo di aree dismesse o il recupero di manufatti esistenti.

4.6.3. Le infrastrutture

L'evoluzione del distretto non può prescindere da un miglioramento della rete di infrastrutturale. E' necessario intervenire presso le amministrazioni pubbliche per effettuare interventi coerenti con uno sviluppo adeguato del settore. Le vie di comunicazione e le infrastrutture logistiche nel Ponente ligure sono storicamente carenti, pertanto è necessario un loro potenziamento come anche il miglioramento dei collegamenti autostradali (Gronda genovese, Albenga - Predosa), ferroviari (raddoppio nel Ponente, Terzo Valico) ed aerei della Regione può avere un significativo impatto positivo, a patto che si cerchino le soluzioni che non sottraggano superficie coltivabile.

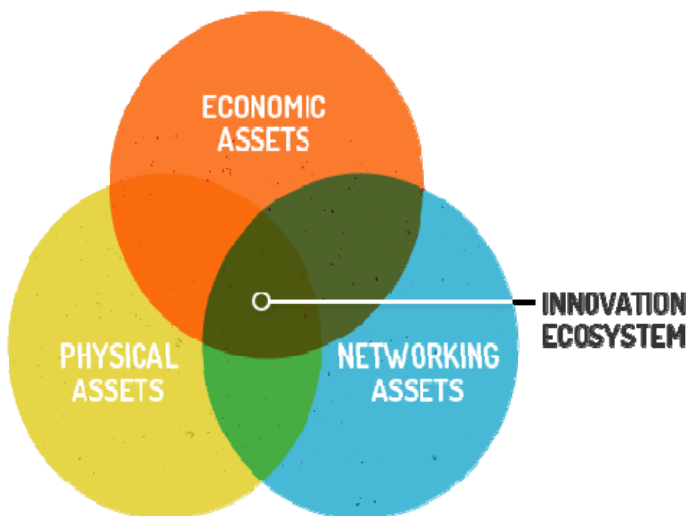
In particolare, il Distretto individua in questo ambito le seguenti priorità di intervento:

- miglioramento della viabilità interpodereale e rurale anche con l'acquisizione di strade dove siano presenti aziende agricole
- miglioramento dei collegamenti tra i centri aziendali e la viabilità di ordine superiore;
- potenziamento di impianti irrigui a servizio di aree floricole
- miglioramento delle reti informatiche

Pianificazione Territoriale	
Punti di forza	Punti di debolezza
	<p>Competizione sull'uso del suolo da parte del settore immobiliare e per la costruzione di opere pubbliche</p> <p>Carenza nella infrastrutture</p> <p>Scarso interesse delle istituzioni per la tutela delle zone a vocazione agricola</p> <p>Nell'ambito dei PUC inadeguata analisi e valorizzazione dell'attività produttiva agricola e delle relative aree di pertinenza</p>
Opportunità	Minacce
<p>Nuova pianificazione territoriale regionale e comunale concordata con il Distretto</p> <p>Perequazione nei nuovi PUC</p> <p>Nuovi interventi attraverso Piano di Sviluppo Rurale 2014-2020 (infrastrutture, agriturismo, ecc.)</p> <p>Potenziale riutilizzo delle serre a fini energetici</p>	<p>Riduzione delle superfici agricole per cambio della destinazione sull'uso del suolo</p> <p>Commistione tra aree produttive e abitative</p> <p>Dissesto idrogeologico</p>

5. LA STRATEGIA DEL DISTRETTO FLOROVIVAISTICO DELLA LIGURIA: “PER UN DISTRETTO COMPETITIVO SOSTENIBILE E INTEGRATO”

5.1 La base concettuale della strategia



Tutti i distretti innovativi contengono capitali economici, fisici e relazionali (di networking). Quando questi tre capitali si combinano con una cultura solidale e propensa al rischio creano un ecosistema dell'innovazione, un rapporto sinergico tra le persone, le imprese e il luogo (la geografia fisica del distretto) che facilita la generazione di idee e accelera la commercializzazione.

Il modello di governo a Tripla Elica è fondamentale per il loro successo. La tripla elica è costituita da interazioni strutturata tra produzione, ricerca e il governo locale (Katz B., Wagner G., 2014, nostra traduzione).

5.2. Gli obiettivi strategici e le azioni

L'obiettivo strategico del presente programma triennale è l'aumento della competitività della filiera nel suo complesso.

In questa direzione non si deve solo pensare alla competitività delle singole aziende e quindi al livello dei costi di produzione ma anche a tutta una serie di altri elementi come:

- l'efficienza del sistema produttivo e commerciale;
- la qualificazione del prodotto;
- la collaborazione tra i diversi soggetti della filiera;
- più consone scelte di pianificazione territoriale;
- infrastrutture adeguate;
- politiche di tutela e d'istintività per le produzioni in vaso
- efficaci politiche di promozione e comunicazione.

Appare evidente che da numerosi anni si assiste ad una continua e progressiva difficoltà nella redditività delle imprese del distretto.

Per perseguire l'obiettivo generale e strategico di **elevare il grado di competitività** della filiera sono stati individuati 3 obiettivi specifici e 10 azioni da attivare.

OBIETTIVO 1 - *Competitività del distretto e innovazione*

Azione 1: Riqualificazione aziendale (investimenti)

Azione 2: Sostegno alla commercializzazione e promozione (qualificazione e marchi)

Azione 3: Accesso al credito ed ai finanziamenti

Azione 4: Programmazione urbanistica, rete infrastrutturale, integrazione logistica (IMU/estimi catastali, conservazione terreni agricoli, politica del verde pubblico)

OBIETTIVO 2 – *Sostenibilità della filiera florovivaistica*

Azione 5: Ambientale: Razionalizzazione dell'uso delle risorse e gestione dei prodotti chimici e dei rifiuti (idriche, energetiche, rifiuti..)

Azione 6: Economica: Costi, Ricavi, prodotti, diversificazione delle attività e dei redditi

Azione 7: Sociale: Integrazione dei lavoratori ed agricoltura sociale

OBIETTIVO 3 – *Collaborazione e integrazione tra le componenti intra ed extra distretto*

Azione 8: Sostegno alla ricerca, trasferimento dell'innovazione, all'assistenza tecnica

Azione 9: Creazione di un osservatorio economico di supporto alle decisioni imprenditoriali

Azione 10: Creazione di una rete d'impres

Tra le azioni da attivare alcune saranno sviluppate direttamente dal Distretto. In particolare per quanto riguarda l'azione 2 di sostegno alla commercializzazione e promozione, il Distretto, grazie alla delega della Regione Liguria, attiverà di concerto con i suoi membri tutte le azioni funzionali, individuate in questo piano, compatibilmente con le risorse disponibili. Le attività finalizzate a una promozione collettiva del prodotto del territorio, saranno basate su una differenziazione centrata su valori immateriali, quali le tradizioni florovivaistiche e culturali dell'area e sulla sua notorietà turistica. Questa leva, non utilizzata in maniera diffusa ed organica in passato, potrebbe dare un significativo contributo al rilancio delle produzioni.

Per quanto concerne l'azione 6, volta alla tutela e perseguimento della sostenibilità economica del distretto in termini di costi, ricavi, prodotti, diversificazione delle attività e dei redditi, il Distretto continuerà la propria attività di rilevazione e monitoraggio dei costi di produzione, nonché di analisi della redditività delle differenti colture, in collaborazione con il CSF della Regione Liguria e avvalendosi del supporto scientifico del CREA.

Il Distretto supporterà l'azione 8 volta al sostegno alla ricerca, trasferimento dell'innovazione, all'assistenza tecnica con un'attività di collegamento tra mondo della ricerca e della produzione, sia per quanto riguarda l'individuazione delle problematiche di maggior rilievo da sottoporre al mondo della ricerca ai fini di un aumento della sostenibilità e della competitività della produzione, sia nel trasferimento dell'innovazione al mondo delle imprese. Opererà per rendere sempre più forte e sistemica l'integrazione tra tutti gli attori presenti sul territorio e per favorire anche all'esterno la individuazione e l'utilizzo di competenze non presenti. Questa attività sarà caratterizzata dall'adozione di un modello circolare dove tutti gli attori interagiscono alla pari avendo chiari obiettivi, priorità, rapporto costi benefici e ricadute.

In questo quadro occorre rinvigorire l'assistenza tecnica di base e specialistica che può essere un utile strumento di intermediazione per l'adozione di soluzioni già testate nella risoluzione di problemi emergenti. Infine il distretto avrà piena responsabilità dell'azione 9 volta alla creazione di un osservatorio economico di supporto alle decisioni imprenditoriali avente quale obiettivo il monitoraggio della domanda e dell'offerta a livello locale, nonché una raccolta dei dati e un'analisi critica delle principali dinamiche di mercato a livello internazionale. La finalità sarà quella di fornire agli operatori le informazioni utili alle decisioni, soprattutto per quanto attiene, nella produzione, alle specie da mettere a coltura e, nella commercializzazione, ai mercati da difendere e penetrare, alle scelte sui canali distributivi e ove possibile sui prezzi da praticare.

Si conta in tale direzione di poter accedere ai fondi previsti sul Programma di Sviluppo Rurale della Regione Liguria nella misura cooperazione 16.1

5.3. Il ruolo del programma di sviluppo rurale 2014-2020 nel finanziamento delle azioni strategiche

Il programma di Sviluppo Rurale della Regione Liguria, che rappresenta la principale fonte di finanziamento degli investimenti materiali e immateriali utilizzabile sul territorio, dedica una particolare attenzione ai punti di forza e di debolezza del settore florovivaistico.

A valle dell'analisi effettuata esso individua una strategia di azione da adottare nel periodo 2014-2020 che sottolinea la necessità di adottare azioni volte al sostegno degli investimenti.

In particolare esso recita afferma come emerge la necessità di una politica mirata ad investimenti finalizzati alla ristrutturazione aziendale e alla riconversione verso produzioni orientate al mercato per tre comparti specifici: florovivaismo, zootecnia e viticoltura.

Il PSR Regione Liguria sottolinea come il florovivaismo si trovi in grave difficoltà a causa di una serie di fattori concomitanti:

1. crisi economica generale che ha determinato una contrazione significativa dei consumi dei beni voluttuari, tra cui i fiori e le piante ornamentali e che stenta a ritornare ai livelli pre-crisi;
2. innesco di un "circolo vizioso del sottosviluppo", in cui la diminuzione delle vendite ha determinato una riduzione degli investimenti in innovazione tecnica e di prodotto con perdita di competitività del settore che, per sua natura, necessita di innovazioni continue;
3. ampliamento della concorrenza a livello mondiale;
4. egemonia del sistema commerciale olandese, che convoglia sul mercato europeo prodotti provenienti da tutto il mondo, riducendo il sistema commerciale della floricoltura ligure a un ruolo del tutto complementare;
5. perdita di efficienza della filiera;

Il PSR individua le seguenti linee di carattere trasversale per la ristrutturazione della filiera:

- incremento delle attività finalizzate all'innovazione organizzativa, tecnologica e genetica e di processo produttivo
- un significativo investimento sulle risorse umane, non esclusa la formazione di una nuova "leva" di imprenditori e di ricercatori capaci di sviluppare innovazione genetica;
- miglioramento dell'efficienza della filiera con l'introduzione e la promozione di regimi di certificazione etico sociale e il miglioramento e la razionalizzazione della logistica, l'introduzione di sistemi di pianificazione economico, produttivo e commerciale

A livello aziendale individua i seguenti ambiti di azione prioritaria:

- riduzione dei costi
- prevenzione del dissesto
- introduzione di attrezzature e sistemi di gestione finalizzati alla riduzione degli input
- nella zona vulnerabile da nitrati, riduzione della dispersione di concimi, riduzione dei prelievi idrici nella falda sottostante, riduzione dell'impermeabilizzazione del suolo

Nell'ambito del PSR si afferma inoltre come per migliorare la redditività e la competitività delle imprese in un'ottica di sostenibilità ambientale, di riduzione dei divari territoriali e di stabile permanenza sui mercati, si rende necessario promuovere:

- a) l'introduzione di strategie e sistemi innovativi di processo, tecnologie e impiantistiche, migliorando le prestazioni, la sostenibilità globale, la sicurezza sul lavoro e la competitività, stimolando anche la realizzazione di progetti integrati;
- b) la diffusione dell'innovazione di prodotto, che risponda ad esigenze di mercato in termini di qualità, servizi e diversificazione, accompagnata da adeguate azioni di informazione e promozione.

Emergono dunque le basi per il finanziamento degli obiettivi e delle azioni strategiche individuate dal distretto che sono riassunte di seguito in modo schematico

OBIETTIVO 1 - *Competitività del distretto e innovazione*

Azione 1: Riqualificazione aziendale (investimenti materiali e immateriali e formazione)

Azione 2: Sostegno alla commercializzazione e promozione (qualificazione e marchi)

Azione 3: Accesso al credito ed ai finanziamenti

Azione 4: Programmazione urbanistica e rete infrastrutturale

Misure del PSR

Misura 4.0 – Investimenti in immobilizzazioni materiali

Misura 3.0 – Supporto all'adesione ai sistemi di qualità

Misura 19.0 Sostegno preparatorio per la strategia di sviluppo locale di tipo partecipativo (CLLD) - Stimolare lo sviluppo locale

OBIETTIVO 2 – *SOSTENIBILITA' DELLA FILIERA FLOROVIVAISTICA*

Azione 5: Ambientale: Razionalizzazione dell'uso delle risorse e gestione dei prodotti chimici e dei rifiuti (idriche, energetiche, rifiuti...)

Azione 6: Economica: Costi, Ricavi, prodotti, diversificazione delle attività e dei redditi

Azione 7: Sociale: Integrazione dei lavoratori ed agricoltura sociale

Misure del PSR

Mis.10 – Pagamenti per impegni agro-climatico-ambientali

Mis.11 – Agricoltura biologica

Mis. 6 – Sviluppo delle aziende agricole e delle imprese

Mis. 16 – Cooperazione

In particolare sottomisura 16.09 Supporto per la diversificazione delle attività agricole in attività riguardanti l'assistenza sanitaria, l'integrazione sociale, l'agricoltura sostenuta dalla comunità e l'educazione ambientale

OBIETTIVO 3 – *Collaborazione e integrazione tra le componenti intra ed extra distretto*

Azione 8: Sostegno alla ricerca, trasferimento dell'innovazione, all'assistenza tecnica

Azione 9: Creazione di un osservatorio economico di supporto alle decisioni imprenditoriali

Azione 10: Creazione di una rete d'impres

Misure del PSR

M10.02 – sostegno per la conservazione, l'uso sostenibile e lo sviluppo delle risorse genetiche in agricoltura

M.16 – Cooperazione e in particolare le sottomisure:

M16.01 - Aiuti per la costituzione e l'operatività dei gruppi operativi del PEI

Attivazione dell'osservatorio regionale economico per la floricoltura

M16.02 – Supporto per progetti pilota e per lo sviluppo di nuovi prodotti, pratiche, processi e tecnologie;

M16.03 – Cooperazione tra piccoli operatori per organizzare processi di lavoro in comune e condividere impianti e risorse e per lo sviluppo e/o commercializzazione di servizi turistici inerenti al turismo rurale;

M16.04 – Cooperazione di filiera, sia orizzontale che verticale, per la creazione e lo sviluppo di filiere corte e mercati locali;

M16.05 – Supporto per azioni congiunte per la mitigazione dei cambiamenti climatici e l'adattamento a essi;

M16.06 – Supporto per la cooperazione tra gli attori della filiera per l'approvvigionamento sostenibile di biomasse da utilizzare nella produzione di alimenti e di energia e nei processi industriali;

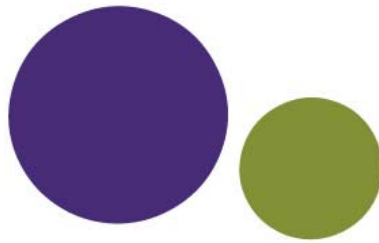
M16.08 – Supporto per la stesura di piani di gestione forestale o di strumenti equivalenti;

Bibliografia

- AA.VV. (2013) Linee di indirizzo per un approccio all'internazionalizzazione dei prodotti florovivaistici. Un'applicazione al mondo floricolo ligure. Liguria Ricerche (Gruppo Filse), Progetto Flormed, Gennaio
- Altmann, M. (on behalf of Messe Essen), 2015, *Developments and trends in the flower and plant market for 2015/2016*, IPM ESSEN 2016, www.intracen.org (settembre 2016)
- Borsotto P., a cura di, (2014), *I costi di produzione della floricoltura ligure. I risultati tecnico-economici di anemone, ranuncolo, margherita, piante aromatiche, mimosa, ginestra e ruscus nel Distretto Florovivaistico del Ponente Ligure*, Roma, INEA
- Borsotto P., a cura di, (2016), *I Costi di produzione della floricoltura ligure negli anni 2012-2013. I risultati tecnico-economici di anemone, ranuncolo, margherita, piante aromatiche, mimosa, ginestra e ruscus nel Distretto Florovivaistico del Ponente Ligure*, Roma, CREA.
- CREA, 2015, *Annuario dell'Agricoltura Italiana 2014*, Roma, CREA.
- Flower Council of Holland, *What We Are*, www.flowercouncil.co.uk (novembre 2016)
- Flower Trend Forecast, www.flowertrendsforecast.com (novembre 2016)
- G.B. Ferrarese, et al. (a cura di), 2014, *Piano Nazionale del Settore Florovivaistico 2014/2016, Allegato Tecnico*, op.cit.
- Gimelli F., Mammoliti E. (2012) VI° censimento dell'agricoltura 2010. Elaborazione dati della categoria "Fiori e piante ornamentali" e confronto con censimenti precedenti: V° censimento dell'agricoltura 1982, IV° censimento dell'agricoltura 1990, III° censimento dell'agricoltura 2000, CSF – Regione Liguria
- Gimelli, F. (2012) *La Floricoltura ligure: numeri e valori economici nel contesto generale*,
- Hübner S. (2014) *Int. Stat. Flowers & Plants 2013 – volume 61 – ZBG der Leibniz Universit.t, Hannover, AIPH/Union Fleurs (NL)*
- International Floral Distributors, *Home*, www.ifd-inc.org (novembre 2016)
- IPM ESSEN (2016) *Developments and trends in the flower and plant market 2015/2016*
- ISMEA, 2015, *Scheda di Settore: Fiori e Piante in Vaso*
- ISMEA, 2016, *Tendenze Fiori e Piante*, n. 2/2016, www.ismeamercati.it (novembre 2016)
- ITC, *Trade Map – International Trade Statistics*. Trade statistics for international business development, Monthly, quarterly and yearly trade data. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc, www.trademap.org (novembre 2016)
- Minuto G. (2011) *Una filiera florovivaistica tutta italiana. Analisi economica del settore florovivaistico*, CeRSAA, Comunicazione a Euroflora 2011
- Minuto G. (2013) *Aromatiche numeri e superfici agg. 2012*, Documentazione Progetto BMTI, CeRSAA, Tavola rotonda per gli operatori della filiera florovivaistica "Coltiviamo il futuro", Ass. Piante e Fiori d'Italia, Sanremo, 12 luglio
- Van Rijswijk C., 2016, *World Floriculture Map 2016*, Rabobank Industry Note, Vol. 475, www.rabobank.com (settembre 2016)
- Vanderelst D., Zolichova L. (a cura di), European Commission, DG Agriculture and Rural Development (DG AGRI), Unit C.2. Wine, Sprits, Horticultural Products, Specialised Crops, *Live Plants and Products of Floriculture Sector in the EU*, Civil Dialogue Group, Brussels, 2 ottobre 2015, ec.europa.eu (ottobre 2016)

Elenco Tabelle e Grafici

Figura 1.1 Le superfici investite a fiori nel Mondo (Ha)	6
Tabella 1.1 Produzione Mondiale di Fiori e Piante in Vaso (in mln di euro)	7
Fig. 1.2 Valore della produzione di fiori e piante ornamentali nell'UE (valori costanti, prezzi alla produzione)	7
Fig. 1.3. Quote di produzione florovivaistica per paese membro in Europa (valori correnti, 2015)	8
Fig. 1.4 Le superfici a fiori e piante ornamentali in Europa (vivai esclusi)	8
Fig. 1.5 Evoluzione del numero di aziende florovivaistiche nell'Unione Europea per comparto produttivo	9
Fig. 1.6. Quote di produzione florovivaistica per paese membro in Europa (valori correnti, 2015)	10
Tab. 1. 2 – I numeri del florovivaismo in Italia (Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati ISTAT)	10
Fig. 1.7 – Numero di aziende e superficie totale a fiori e piante ornamentali in Italia	11
Fig. 1.8 Il valore della produzione in Italia e in Liguria (Valori costanti in migliaia di euro, anno di riferimento 2000, anni 2000-2015)	11
Figura 1.9 Le esportazioni di prodotti florovivaistici nel periodo 2001-2013	12
Figura 1.10 Maggiori paesi esportatori di fiori recisi	13
Figura 1.11 Esportazioni globali di fiori recisi e quote di mercato per Paese (valore)	13
Figura 1.12 Importazioni di piante vive e prodotti della floricoltura (In tonnellate, % sul 2014)	14
Figura 1.13 Importazioni di piante vive e prodotti della floricoltura nel periodo 2005-2015 (valori In migliaia di euro)	15
Fig. 1.14 Importazioni per paese di origine (in migliaia di euro; 2005-2015)	15
Figura 1.15 Bilancia commerciale per piante vive piante vive e prodotti della floricoltura nell'UE nel periodo 2004-2014 (Valori in migliaia di euro)	16
Figura 1.16 Esportazioni totali per paese destinatario (in migliaia di euro, % sul 2015)	17
Fig.1.17 I flussi commerciali di prodotti florovivaistici a livello mondiale (esclusi flussi intra UE)	18
Figura 1.18 Italia –Esportazioni di fiori e fronde recise (valori, 2001-2014)	19
Tabella 1.3 Consumi procapite di fiori e piante e beni connessi nei paesi selezionati (2011-2012)	21
Tabella 1.4 Consumo pro-capite fiori e piante (euro 2012, s.d.i.)	21
Tab.1.5 Acquisti delle famiglie italiane (mln euro; 2008-2012)	22
Tab.1.6 Fiori e Piante - Acquirenti per canale (2014-2016)	23
Figura 1.19 Totale Fiori e Piante - Evoluzione della spesa (2012-2016)	24
Figura 1.20 Fiori - Evoluzione della spesa media (2012-2016)	24
Figura 1.21 Piante - Evoluzione della spesa media (2012-2016)	25
Tab.1.7 Superfici e aziende con fiori e piante ornamentali in Liguria tra il 1982 e il 2010: confronto intercensuario	27
Fig.1.22 Numero di aziende con fiori e piante ornamentali e superficie media in Liguria tra il 1982 e il 2010: confronto intercensuario (Fonte: Nostre elaborazioni su dati ISTAT, Censimenti Agricoltura)	28
Tabella 1.8 Risultati economici delle aziende liguri specializzate nella floricoltura e piante ornamentali in serra nel periodo 2008-2012 (valori al 2012; € s.d.i.)	28
Tab. 1.9 Risultati economici delle aziende liguri specializzate nella floricoltura e piante ornamentali all'aperto nel periodo 2008-2012 (valori al 2012; € s.d.i.)	29



Distretto Florovivaistico della Liguria

c/o CSF - Nuovo Mercato dei Fiori
via Quinto Mansuino 12 - 18038 Sanremo

Codice Fiscale: IT 90063570080

fax 01841928484

info@distrettofloricololiguria.it

www.distrettofloricololiguria.it

