«Florovivaismo: ricerca, innovazione e passione» ***per Laura***
Pistoia, 8 luglio 2013

Luci e ombre del florovivaismo italiano

Stefania De Pascale
Dipartimento di Agraria - Università di Napoli Federico II

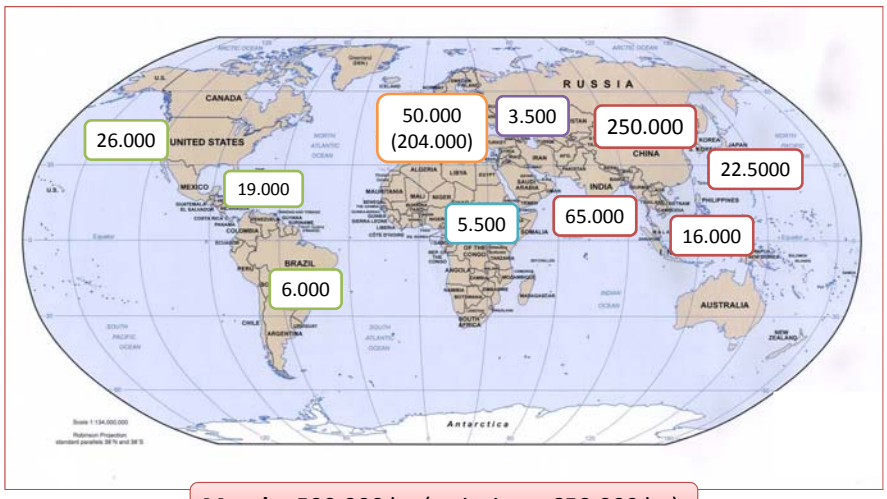
Ombre lunghe

- Crisi economica e finanziaria globale
- Riduzione dei consumi
- Competitività molto aggressiva e senza confini
- Ruolo crescente di nuovi Paesi produttori
- Concentrazione produttiva e commerciale
- Turnover rapido e generalizzato di specie e cultivar
- Vincoli sociali, economici e ambientali
- Diffusione di forme di certificazione di natura ambientalistica ed etica
- Nuovi prodotti “sostitutivi” (modifica degli stili di vita)
- Globalizzazione della conoscenza e nuovi modelli di comunicazione

Ombre corte

- Dimensioni aziendali ridotte
- Costi di produzione elevati
- Strutture e processi produttivi inefficienti
- Mancanza di infrastrutture e logistica adeguate
- Sistema distributivo lungo e schemi di vendita obsoleti
- Mix produttivo *vs.* domanda del mercato
- Lento turnover di prodotti, produttori, tecnologie
- Investimenti scarsi/assenti
- Vincoli urbanistici, ambientali, normativi
- Politiche di marketing (?)

Lo scenario mondiale: le superfici (ha)

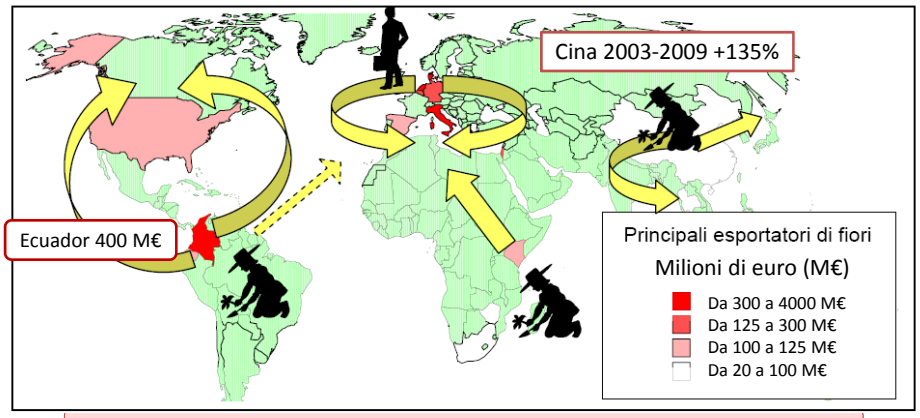


Mondo: 500.000 ha (+ vivaismo 650.000 ha)

Fonte: MiPAAF-Ismea, 2011

Lo scenario mondiale: il commercio

Segmento del reciso: prezzi -10/30%



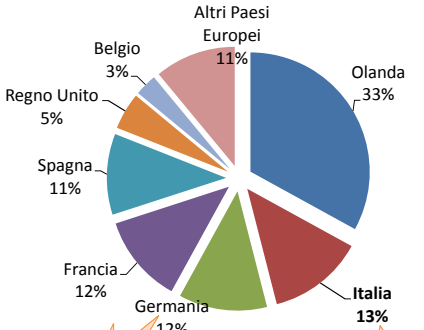
Mercato mondiale al consumo: 45- 50.000 M€ (+ vivaismo 77.000 M€)

Valore delle esportazioni UE: 11.000 M€ (74% NL)

Fonte: MiPAAF-Ismea, 2011

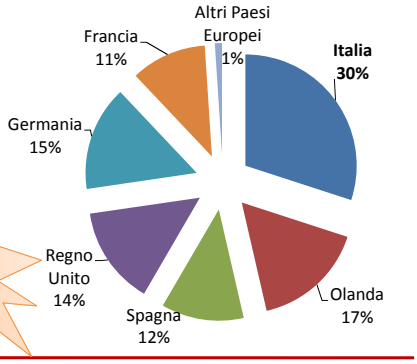
Lo scenario europeo: superfici e produzioni

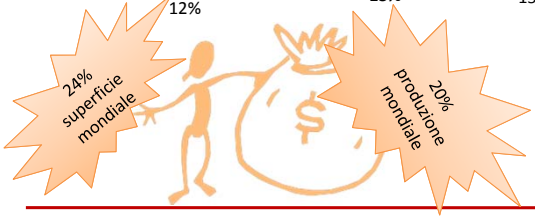
Valore della produzione (10.000 M€)



Paese	Superficie (ha)
Italia	15.000
Olanda	8.196
Regno Unito	7.149
Germania	7.640
Altri Paesi Europei	12.463

Superficie investita (50.000 ha)





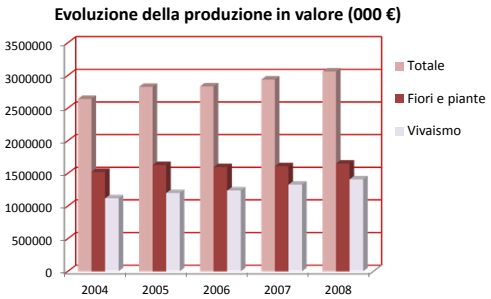
Fonte: MiPAAF-Ismea, 2011

Lo scenario nazionale

÷15.000 ettari (÷35.000 ettari compreso il vivaismo)

÷ 3000 milioni di fiori e fronde recisi
÷ 442 milioni di piante in vaso
÷ 203 milioni di alberi e arbusti
÷ 1650 M€ (3000 M€ compreso il vivaismo)

Segmento	ha
Fiori recisi	2.751
Piante finite	5.031
Taleaggio e giovani piante	5.540
Fronde e foglie	3.082
Prodotti vivaistici	19.575
TOTALE	35.979



Fonte: MiPAAF-Ismea, 2011

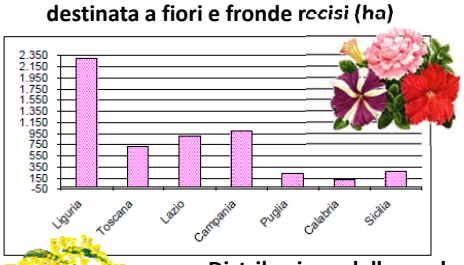
Il "valore" delle produzioni vegetali

	Ettari	PLV (M€)	€/ha
Cereali	4.225.000	3.477	823
Coltivazioni legnose	2.752.000	8.057	2.928
Ortaggi	597.000	6.164	10.324
Florovivaismo	15.000	1.650	110.034

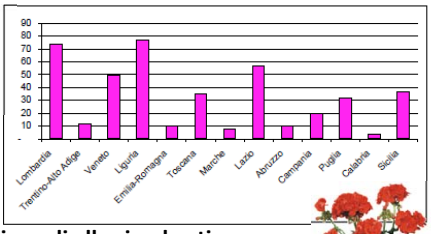
- Il florovivaismo contribuisce per circa il 6% al totale del valore della produzione agricola al pari del settore vinicolo.

La “geografia” della produzione

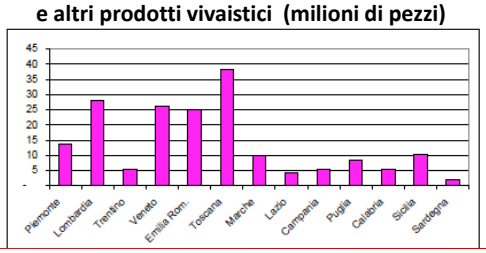
Distribuzione della superficie destinata a fiori e fronde recisi (ha)



Distribuzione della produzione di piante in vaso (milioni di pezzi)



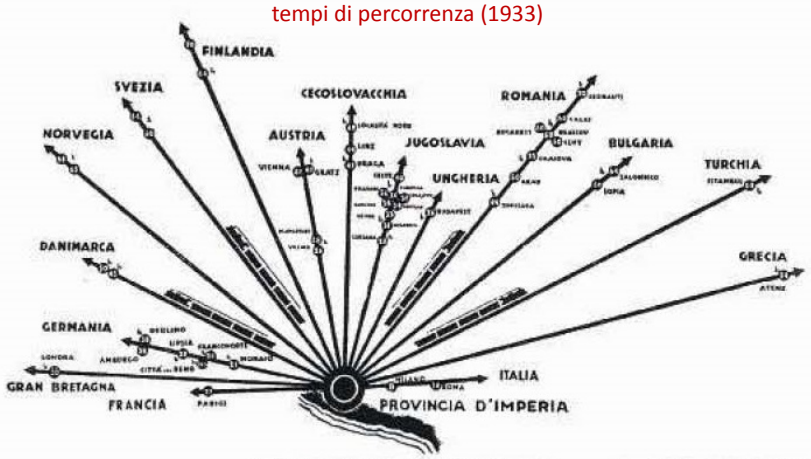
Distribuzione della produzione di alberi, arbusti e altri prodotti vivaistici (milioni di pezzi)



Fonte: MiPAAF-Ismea, 2011

Il quadro competitivo: i trasporti ieri….

Località di export dei fiori raggiunte dalle tratte ferroviarie e relativi tempi di percorrenza (1933)



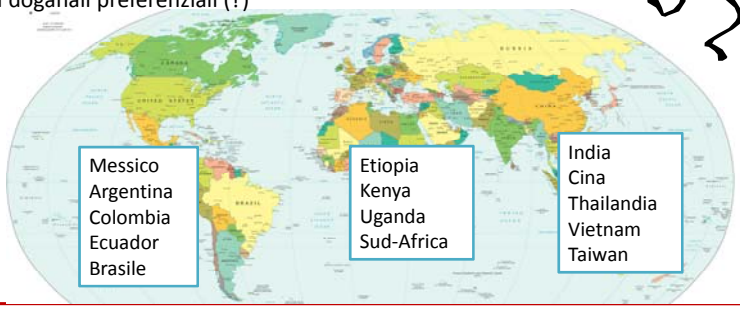
L'irradiazione all'estero dei fiori della provincia di Imperia. (Grafico dalla Cattedra D'Agricoltura)

Le nombre d'heures employées pour l'exportation des fleurs - Hours employed in the Flower Exportation - Geschäftstunden für die Blumen-Ausfuhr

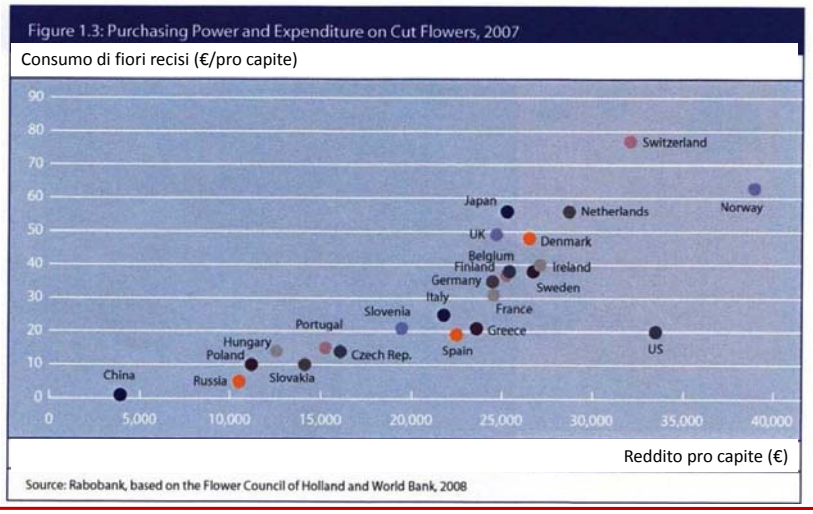
…e oggi

Lo quadro competitivo: i nuovi produttori

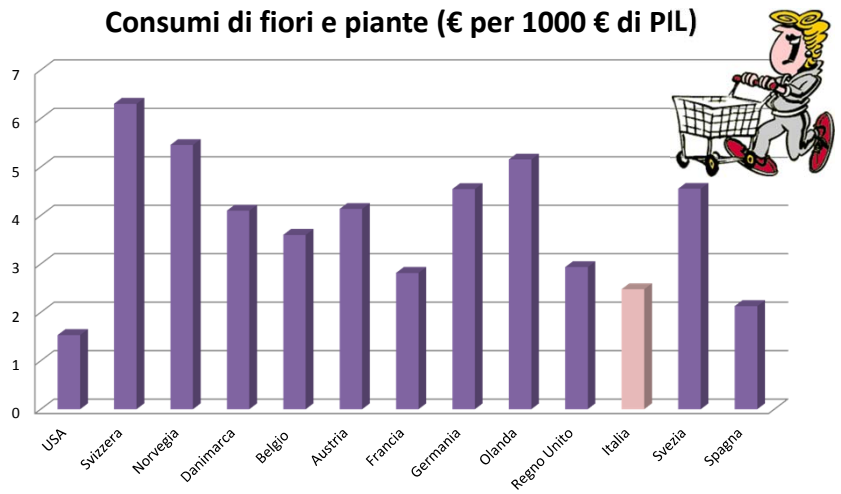
- Clima favorevole
- Vicinanza ai nuovi centri di consumo
- Minore vincoli normativi, sociali, ambientali (costi di produzione)
- Manodopera a basso costo
- Incentivi agli investimenti esteri e finanziamenti agevolati
- Tassi di cambio (svalutazioni e rivalutazioni)
- Trasporto aereo a tariffe ridotte
- Dazi doganali preferenziali (?)



Il quadro competitivo: il potere d'acquisto

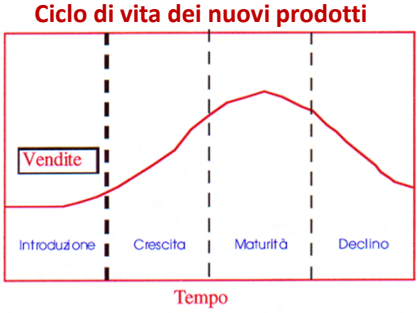


…e la spesa per fiori e piante



Il quadro competitivo: il turnover di prodotto

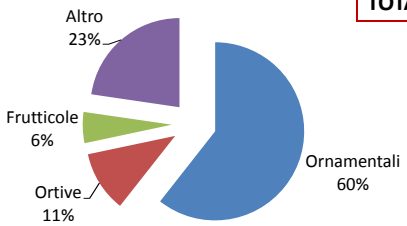
Ciclo di vita dei nuovi prodotti



Articoli presenti sul mercato

Tipologia di prodotto	Numero
Fiori recisi	15.000
Fronde verdi e fiorite	1.500
Bulbi	2.000
Piante in vaso	120.000
Piante da esterno	60.000
Materiale vegetale secco	6.000
TOTALE	**204.500**

(*Fonte: Volpi e Gallina, 2001*)



Privativa Comunitaria per Ritrovati Vegetali: n. di domande divise per comparto (1996-2012)

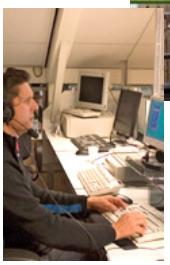
Il quadro competitivo: la ricerca

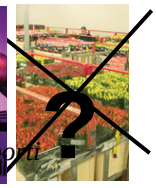
PAESE	SPESA IN RICERCA PUBBLICA E PRIVATA SUL VALORE AGGIUNTO AGRICOLO (%, medie 1993-2004)
Regno Unito	5,9
Olanda	4,8
Germania	4,1
Francia	3,5
Spagna	1,2
Italia	0,9
Grecia	0,4

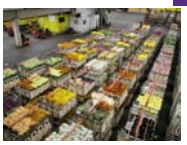
Fonte: elaborazione da Esposti, Lucatelli.e Peta, 2009

La concentrazione dell'offerta: Olanda

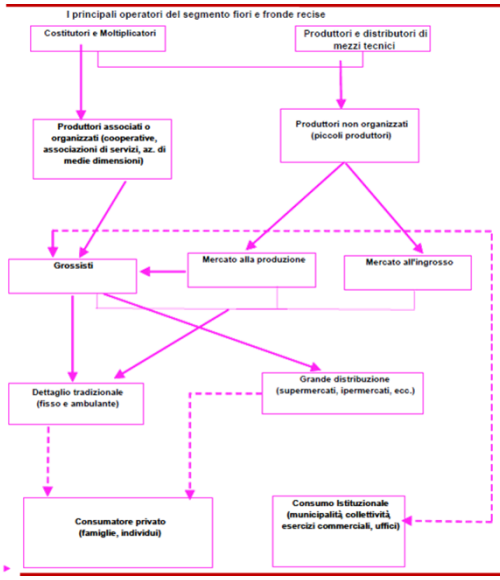
- 60% del commercio mondiale e 74% di quello europeo
- VBN raggruppa le 4 principali aste olandesi:
  - FloraHolland (BVH: raggruppa 5 aste un tempo separate: tra le quali quella di Naaldiwijk e di Rijnsburg, e la ZON)
  - Bloemenveiling Aalsmeer (sigla VBA)
  - Veiling Oost Nederland (sigla VON)
  - Veiling Vleuten.
- Florilog è un progetto di partnership tra produzione, commercializzazione (FloraHolland, VGB) e trasporto (VSV) per migliorare la logistica lungo la filiera floricola







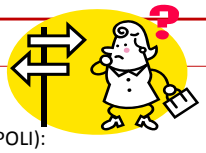
Il sistema distributivo italiano: la lunga catena



Produttore:	**0.5 g**
Mercato (Asta):	**0.5-1 g**
Grossista / Distributore:	**1-3 g**
Spedizione / Esportatore:	**1-2.5 g**
Negozio	**4-6 g**
TOTALE	**7-13 g**

Produzione-Mercati-Trasporti-Distribuzione: 150.000 addetti

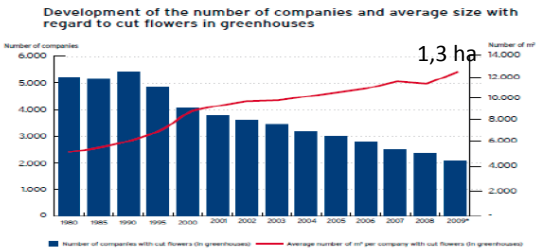
La frammentazione dell'offerta: reciso



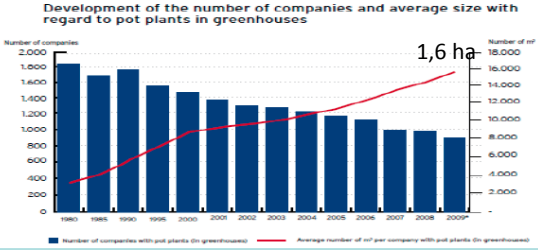
1. BOLOGNA	CAAB Scpa – Centro Agro-Alimentare
	MERCATO FLOROVIVAISTICO ALL'INGROSSO
2. ERCOLANO (NAPOLI):	MERCATO DEI FIORI DI ERCOLANO
3. POMPEI/CASTELLAMMARE	FLORA POMPEI
4. VITTORIA (RAGUSA)	GE.ME.FLO. Gestione Mercati Floro-ortovivaistici
	MERCATO DEI FIORI DI VITTORIA
5. TERLIZZI (BARI)	MERCATO ALL'INGROSSO ORTO-FLOROFRUTTICOLO
6. TAVIANO (LECCE)	NUOVO MERCATO FLORICOLO DI TAVIANO
7. SANREMO (IMPERIA)	UCFlor MERCATO DEI FIORI DI SANREMO?
8. VIAREGGIO (LUCCA)	MERCATO INGROSSO FIORI VIAREGGIO
9. PESCIA (PISTOIA)	COMICENT
	Centro Commercializzazione dei Fiori dell'Italia Centrale?
10. MARSALA PETROSINO	Florabella?
11. MARSALA PETROSINO	Il Contadino
12. ROVIGO	FLORITALIA (s
13. MONTECHIARI (BRESCIA)	FLORMER
14. …	

Quadro normativo risalente al 1956

Il quadro competitivo: la dimensione aziendale



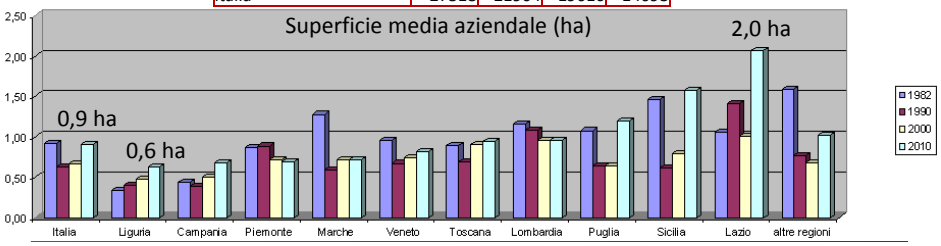
FloraHolland



Il quadro competitivo: la dimensione aziendale

Numero di aziende florovivaistiche

Regione	1982	1990	2000	2010
Marche	1858	432	308	203
Lazio	1476	1023	985	558
Puglia	721	853	909	725
Piemonte	1059	1087	792	784
Veneto	960	1111	1088	805
Sicilia	1255	1237	1281	921
Lombardia	1540	1582	1402	1328
Toscana	2168	2150	1993	1359
Campania	3503	2589	2336	1490
Liguria	7054	7505	5791	4272
Altre	5724	2335	2125	1648
Italia	27318	21904	19010	14093



Fonte: INEA - Annuario dell'agricoltura italiana (Vol. LXII, 2008).

Il quadro competitivo: informazione

Electronic News **Newsletters**

	Utilizzo pc	Collegam Internet	Sito web aziendale	Catalogo online	Vendita online	Acquisti online
CAMPANIA	13.7%	10.5%	5.6%	2.6%	0.8%	1.7%
ITALIA	34.9%	27.6%	9.2%	4.1%	2.1%	3.7%

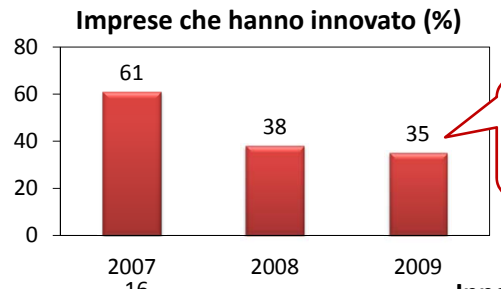
INDAGINE FLOROVIVAISMO 2007

Il quadro competitivo: innovazione

	Saonara district Veneto	*Pistoia district* Toscana	*Boskoop district* Olanda
District specialisation	Fructiferous plants, and rosebushes Maintenance of public gardens and green areas	Cultivation of ornamental plants ready to instant garden	Small plants, seeds, and propagation (R&D- intensive production)
Quality of the product	Very good	Very good	Very good and certified on the basis of numerous criteria Central Dutch Service for the quality (Naktuinbouw)
Labour market	Specialised	Specialised	Specialised
Co-operation	Very low	Medium level	Very high (both among firms and institutions)
Infrastructures	Medium	Medium	Advanced through the Rotterdam port (diversity and volume of cargos)
Entrepreneurial organisational capabilities	Very low for SMEs medium for lager firms	Very low for SMEs medium for lager firms	Very high for all firm size
Diffusion of new technology	Limited	Higher	Very high Logistics and e-commerce retail; presence of VBA, the most prominent floricultural products auction in the world
R&D	None	Few links with Italian Universities	High R&D flows provided by public expenditures and by firms associations

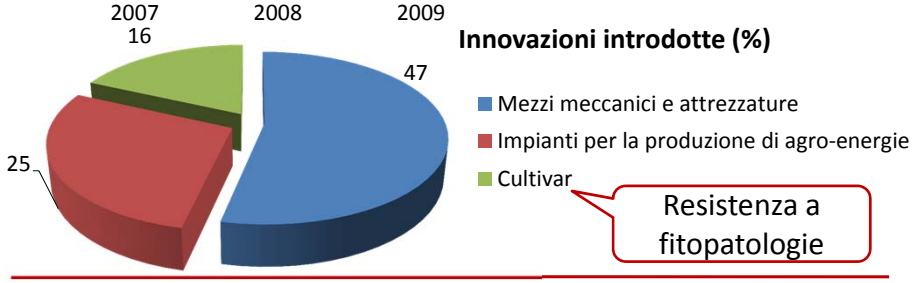
Belussi S. Sedita S. R. 2008. The Symbiotic Division of Labour between Heterogeneous Districts in the Dutch and Italian Horticultural Industry. Urban Studies, 45: 2715-2734,

Il quadro competitivo: innovazione



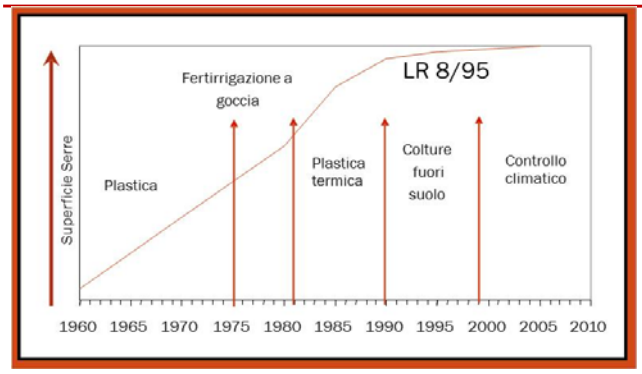
~83% degli imprenditori è ricorso al credito bancario!

Fonte: Rapporto 2010 - Agri2000



Resistenza a fitopatologie

Vincoli urbanistici e territoriali



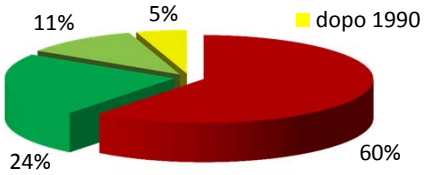
CAMPANIA

Normative Regionali (LR 8/95)

Piani Urbanistici

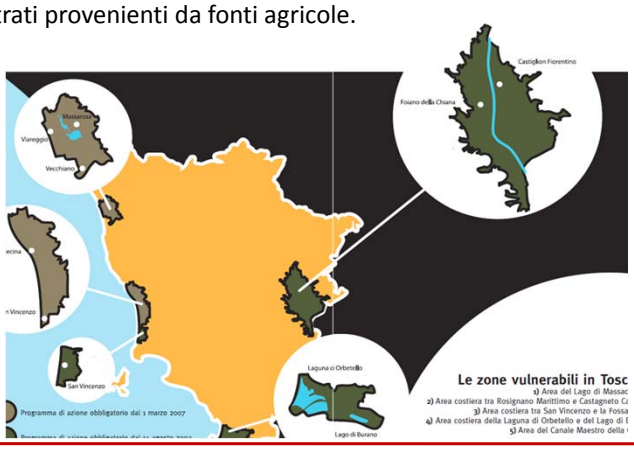
Piani Paesistici Territoriali

…

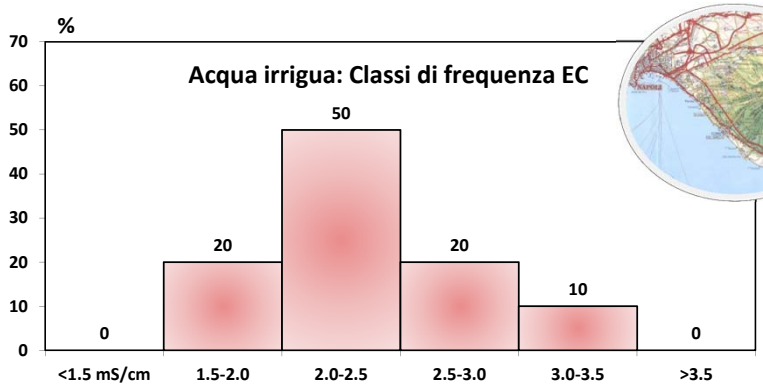


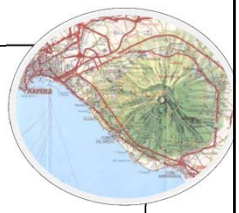
Vincoli ambientali e normativi

- Direttiva 91/676/CEE del 12 dicembre 1991, relativa alla **protezione delle acque superficiali e sotterranee** dall'inquinamento provocato dai nitrati provenienti da fonti agricole.



Vincoli ambientali (acqua)

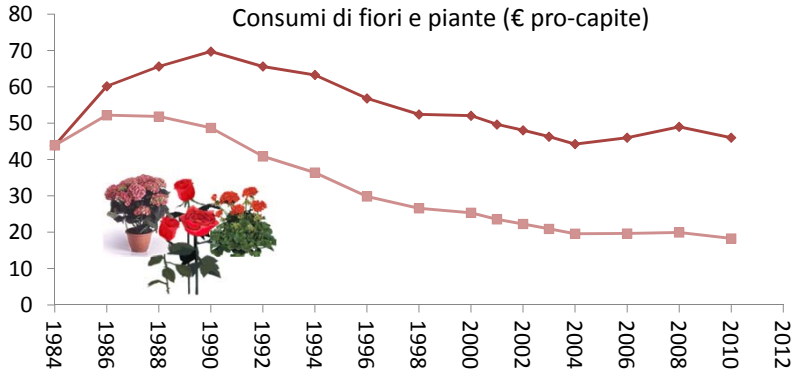




		Media	Min	Max
pH		**6.9**	6.4	7.2
Solidi sospesi totali	mg/l	**1.4**	1.2	1.6
Conducibilità elettrica	dS/m	**2.3**	1.68	3.23
Durezza totale	°francesi	**70.8**	55	104

Il ruolo del consumatore

Evoluzione dei consumi in Italia



Consumi domestici	47%
Grandi consumatori (Imprese, Istituzioni pubbliche e private)	53%
Fiori	57%
Piante in vaso	43%

Nuovi "consumi"

- Consumo privato (consumo d'impulso)
  - Hobbistica (giardinaggio, orticoltura e frutticoltura amatoriali,…)
  - Nuove forme di arredo verde (interno e esterno)
- Consumo pubblico (verde urbano, paesaggistica, forestazione, ingegneria naturalistica,…)
  - Wildflowers, piante "mediterranee"
- Evoluzione della distribuzione
  - GDO, @commerce

Distribuzione

Mercato

Idrocoltura

Packaging

Certificazioni

MPS
Olanda, 1995

Fair Flowers
Fair Plants (Olanda)

Flower Label Program
(Germania e Austria)

Florverde
Colombia,
1996

Fair
Trade
Ecuador

Max Havelaar
Svizzera-Colombia

Sierraeco (Stati Uniti))

Floricoltura di "qualità"?

Costiera dei fiori (2005)

Piante & Fiori
d'Italia

Fiori di
Sanremo (2006)

Consorzio dei Fiori Tipici
del Lago Maggiore
(2000)

Standard
Garantito Fiori
della Campania
(2004)

DOP, IGP?

Ecoflower di
Terlizzi

“Tipicizzare” la produzione: tradizione

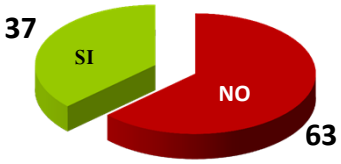
“Tipicizzare” la produzione: specie-ambiente

- *Camelia primaverile*
- *Camelia invernale*
- *Azalea japonica*
- *Rododendro*
- *Pieris japonica*
- *Skimmia, Kalmia & Leucothoe*
- *Altre piante*

Le attese dei consumatori

Fondamentali/Importanti	Abbastanza/Poco importanti
Fresco	km zero
Duraturo	Italiano
Rapporto Qualità/prezzo	Originale
Rispetto dell'ambiente	Tipico (caratteristico di un paese)
Conveniente	Prestigioso
Poca cura (resistente)	Esotico
Rispetto dei lavoratori	

Quando acquista un fiore o una pianta, si è mai chiesto dove è stata coltivata?



Fonte: Coldiretti, 2011

Binomio produzione-territorio: i rischi

Residui Plastica	kg/ha*anno
Campania	3700-4500
Coperture	2200-3000
Pacciamatura, sistemi di irrigazione, contenitori, ecc	1500
Sicilia	2900

La floricoltura italiana: Punti di Debolezza

- Tradizione (resistenza all'innovazione)
- Dimensioni aziendali esigue
- Strutture produttive obsolete
- Ampiezza (composizione) del mix produttivo
- Frammentazione dell'offerta
- Localizzazione periurbana
- Mercati
- Infrastrutture
- Logistica
- Marketing

La floricoltura italiana: Punti di Forza

- Clima
- Tradizione (esperienza)
- Livello di conoscenza ed professionalità inusuale negli altri comparti dell'agricoltura
- Dimensione familiare («da padre a figlio»)
- Ampiezza (diversificazione) del mix produttivo
- Nuclei di produzione circoscritti
- Immagine positiva legata al turismo e al vivere "all'italiana"
- Complessità (come strategia di qualità)

Il Florovivaismo italiano: Opportunità

- Valorizzazione del contesto territoriale
  - Specie «mediterranee»
  - Metodi tradizionali (agricoltura biologica e/o integrata)
  - Percorsi commerciali diversi da quelli della grande distribuzione (+ rapporti con paesaggio, storia, cultura e turismo
- Diversificazione produttiva
  - Ornamentali da esterno
  - Ornamentali da interno
  - Nuovi prodotti market-driven (GDO)
- «Crisi»

Per chiudere non per concludere

- Fare sistema delle competenze e delle potenzialità della filiera florovivaistica nazionale:
  - Superare i nanismi produttivi e puntare a masse critiche di eccellenze
  - Aggregare competenze e attività e guardare «lontano»
  - Associare qualità e creatività, innovazione e tradizione
  - Sviluppare sinergie fra le politiche florovivaistiche e quelle per la ricerca e l'alta formazione
- I motori:
  - Aziende
  - Ricerca
  - Formazione
  - Politica

Il quadrimotore dello sviluppo
vola se tutti i motori sono accesi!

Grazie per l'attenzione ...