

LA FLORICOLTURA MEDITERRANEA VERSO IL FUTURO

a cura di

Ornella Arimondo, Roberto Ronco e Fiorenzo Gimelli



Progetto Flore 3.0:

Il florovivaismo mediterraneo: un sistema interagente
per migliorare il posizionamento sui mercati



Print: Codice ISBN: 978-88-901664-0-2
Pdf: Codice ISBN: 978-88-901664-1-9

Impaginazione testi: Ornella Arimondo

Stampa: Tipografia San Giuseppe srl
Finito di stampare: luglio 2019

INDICE

PRESENTAZIONE *Assessore regionale Stefano MAI*

PARTE PRIMA **UNO SGUARDO COMPLESSIVO**

1. La creazione di un partenariato transfrontaliero, tramite il Progetto FLORE 3.0, per sostenere lo sviluppo del florovivaismo mediterraneo <i>(Fiorenzo Gimelli)</i>	p. 11
1.1. Il contesto del partenariato transfrontaliero.....	” 11
1.2. Il progetto FLORE 3.0 nelle sue principali componenti.....	” 14
1.3. Conclusioni.....	” 16
2. L’evoluzione dello scenario florovivaistico internazionale ed il relativo posizionamento dell’Italia e del Ponente Ligure <i>(Ornella Arimondo, Giuseppe Pachino, Roberto Ronco)</i>	p. 19
2.1. I flussi degli scambi internazionali di fiori e piante.....	” 19
2.1.1. Esportazioni di fiori recisi a livello mondiale.....	” 20
2.1.2. Importazioni di fiori recisi a livello mondiale.....	” 22
2.1.3. Esportazioni di piante in vaso a livello europeo.....	” 25
2.1.4. Importazioni di piante in vaso a livello europeo.....	” 26
2.1.5. La bilancia commerciale florovivaistica di Italia e Francia.....	” 27
2.2. Cenni sulla struttura produttiva del settore florovivaistico del Ponente ligure e sua evoluzione.....	” 29
2.3. La commercializzazione dei prodotti della floricoltura del Ponente ligure.....	” 31
2.3.1. Focus sul Mercato dei Fiori di Sanremo.....	” 34
2.3.2. La produzione commercializzata.....	” 34
2.3.3. Le tipologie di vendita e categorie di acquirenti e conferitori.....	” 35
2.3.4. I principali Paesi di destinazione dei prodotti commercializzati.....	” 37
2.4. I canali di approvvigionamento di fiori e piante in vaso nei diversi Paesi europei.....	” 39
2.4.1. Principali fonti di acquisto dei fiori recisi nei Paesi europei.....	” 39
2.4.2. Principali fonti di acquisto delle piante in vaso da interno nei Paesi europei.....	” 40
2.5. I fattori di successo dell’organizzazione olandese.....	” 41
2.6. Alcuni effetti.....	” 45
2.7. Le scelte del mercato di Hyères e del Ponente ligure nel progetto Interreg-Maritime “Flore 3.0”.....	” 46
2.8. Le opportunità offerte dalla Politica agricola comunitaria.....	” 46

3. La competitività delle aziende florovivaistiche del Distretto ligure a confronto con i competitor	
<i>(Patrizia Borsotto, Alberto Sturla)</i>	p. 51
3.1. La produzione a livello mondiale.....”	51
3.2. Produzione in Europa e in Italia.....”	53
3.3. Analisi della competitività.....”	55
4. Le prospettive di sviluppo del sistema florovivaistico della Sardegna	
<i>(Roberto Furesi, Fabio A. Madau, Michele Sitzia, Maurizio Mulas)</i>	p. 59
4.1. Il nodo della logistica.....”	59
4.2. Il comparto sardo.....”	60
5. L’offre Varoise et les perspectives de marché à travers la vente en ligne (Web shop) du SICA -MAF de Hyères	
<i>(Gilles Rus, Frédérique Couniou)</i>	p. 65
5.1. Le contexte.....”	65
5.2. L’offre varoise: son évolution.....”	65
5.3. La concurrence.....”	66
5.4. Les ventes en ligne de type Webshop et les perspectives de développement.....”	67
6. Livelli di integrazione della filiera floricola nel Sud della Francia (area del Var)	
<i>(Riccardo Pelosi, Giuseppe Pachino, Ornella Arimondo, Roberto Ronco)</i>	p. 69
6.1. Ruoli e competenze degli attori sociali della Filiera.....”	69
6.2. Florisud.....”	70
6.3. Commercializzazione: Société d’Intérêt Collective Agricole (SICA) Marché au Fleurs (MAF).....”	70
6.4. Organismi professionali/Groupement de producteurs : PHILAFLORE.....”	71
6.5. Ricerca e sperimentazione : Syndicat du centre régional d'application et de démonstration horticole (SCRADH).....”	71
6.6. Camere consolari: Chambre d’agriculture du Var.....”	74
6.7. Servizi: Cerfrance Provence et Crédit Agricole Provence Côte d’Azur.....”	74
6.8. Collettività: La municipalité d’Hyères.....”	74

PARTE SECONDA
STRUMENTI PER SUPPORTARE LE AZIENDE NELLE SCELTE IMPRENDITORIALI

7. Il monitoraggio dei costi e redditi delle principali colture florovivaistiche del Ponente

Ligure

(Patrizia Borsotto, Alberto Sturla, Cristina Pilan, Mauro Santangelo

Nadia Marchetti, Eros Mammoliti)..... **p.79**

- 7.1. Introduzione.....” 79
- 7.2. Le produzioni tipiche del Distretto.....” 82
 - 7.2.1. I costi e rendimenti culturali per le produzioni caratteristiche dell’area del Distretto.....” 83
 - 7.2.2. Anemone.....” 84
 - 7.2.3. Ranuncolo.....” 88
 - 7.2.4. Mimosa.....” 95
 - 7.2.5. Ruscus.....” 99
 - 7.2.6. Ginestra.....” 102
 - 7.2.7. Margherita in vaso.....” 105
 - 7.2.8. Piante aromatiche in vaso.....” 108

8. La piattaforma informativa a supporto delle aziende florovivaistiche

(Alberto Sturla)..... **p. 113**

9. Il sistema di supporto alle imprese quale emerge dall’indagine sui servizi erogati:

lucci ed ombre *(Firenzo Gimelli Claudia Murachelli)*.....**p. 119**

- 9.1. Tipologia prevalente di contatto con l’utenza.....” 119
- 9.2. I fruitori dei servizi erogati.....” 121
- 9.3. La disponibilità dei servizi offerti: universalità o vincoli per usufruire dei servizi... ..” 122
- 9.4. Rapporti e contatti con organismi analoghi e/o altre amministrazioni centrali e periferiche.....” 123
- 9.5. Rilevazione del grado di integrazione orizzontale e valutazione della rete dei servizi...” 124

10. La Voce degli Operatori Commerciali della filiera: risultanze delle interviste

socioeconomiche *(Giuseppe Pachino)*.....**p.127**

- 10.1. La metodologia d’indagine.....” 127
- 10.2. Il punto di vista degli Operatori commerciali emerso dalle interviste.....” 128
 - 10.2.1. Giudizi sull’attuale assetto del settore floricolo.....” 128
 - 10.2.2. Mercati di sbocco considerati interessanti per la produzione della zona di progetto.....” 130

10.2.3. Ruolo ed importanza attribuita ai mercati alla produzione.....”	131
10.2.4. Giudizio sul settore dei servizi a supporto della floricoltura.....”	132
10.2.5. Giudizi su promozione, comunicazione e strategie di marketing.....”	132
10.2.6. Pareri in merito alle soluzioni per rilanciare il settore.....”	134
10.3. Conclusioni.....”	135

PARTE III
LE CRITICITA' DELLA FILIERA FLOROVIVAISTICA NELL'AREA DI PROGETTO:
DISCUSSIONE E CONCLUSIONI

11. I cambiamenti imposti dalla evoluzione dei mercati: la necessità di una riorganizzazione della filiera e della sua governance

<i>(Ornella Arimondo, Roberto Ronco)</i>	p. 139
11.1. Posizionamento debole.....”	139
11.2. Il successo mancato.....”	140
11.3. Necessità di una consapevolezza proattiva.....”	141
11.4. L'assetto di filiera.....”	141
11.5. Il Distretto Florovivaistico verso il cambiamento.....”	142
11.6. Il Mercato dei Fiori di Sanremo (MFS).....”	143
11.7. Le Organizzazioni Cooperative.....”	144
11.8. I Commercianti Esportatori.....”	144
11.9. Rafforzare la funzione di affiancamento del sistema dei servizi nello sviluppo della filiera ed il ruolo della governance.....”	145
11.10. La consapevolezza delle minacce e le opportunità da cogliere.....”	147
11.10.1. Verso il 2025 – 2030	
11.10.2. Iniziare il cambiamento	

12. Considerazioni conclusive

<i>(Gloria Manaratti)</i>	p. 149
---------------------------------	---------------

PRESENTAZIONE

Questo volume riporta alcune delle risultanze emerse dal progetto Interreg Marittimo Flore 3.0 di cui Regione Liguria è stata Capofila, tramite il proprio Centro Servizi alla Floricoltura. Il progetto, triennale, dal titolo "Il florovivaismo mediterraneo: un sistema interagente per migliorare il posizionamento sui mercati" ha sviluppato uno studio sulle diverse problematiche riguardanti la floricoltura di quella che rappresenta l'area più significativa del comparto in Italia e in Francia, ovvero tutta l'area del Ponente Ligure, quella del sud della Francia e la Sardegna, coinvolgendo allo scopo, secondo un approccio interdisciplinare, le diverse Istituzioni tecnico-scientifiche e di supporto al settore operanti nelle aree indicate.

I dati e le risultanze del progetto che sono raccolte in questa pubblicazione, riguardano soprattutto le analisi degli aspetti socio-economici in rapporto all'attuale posizionamento di mercato e le leve di sviluppo per l'aumento della competitività delle imprese operanti nel settore.

Sebbene la floricoltura del Ponente ligure conservi tutt'ora un'importanza preminente nel panorama nazionale, risulta, però, perdere sempre più quote di mercato rispetto ai suoi maggiori competitors a livello internazionale. Per anni leader soprattutto nelle esportazioni italiane di fiori recisi, e oggi rilevante contributore netto nel saldo import-export delle fronde recise e piante in vaso da esterno, il settore accusa sempre maggiori difficoltà a mantenere il suo posizionamento di mercato. Indicatore di tali difficoltà è la continua e sempre più accentuata diminuzione nel numero delle aziende produttrici che comporta, inevitabilmente, anche una riduzione, sia quantitativa che di gamma, nell'offerta.

Anche la componente commerciale non sembra essere al riparo da tale perdita di competitività: in primis, come emerge dalle pagine che seguono, è lo stesso Mercato dei Fiori di Sanremo che risulta ormai avere un ruolo molto ridimensionato rispetto al passato; l'intera filiera, inoltre, non appare adeguatamente strutturata per fronteggiare i competitors i quali, per contro, avviano sempre più processi di concentrazione per aggredire il mercato mondiale.

Come ben emerge dalla lettura delle puntuali analisi e dai numerosi dati e grafici che sono qui presentati, è necessario ed urgente che siano messe in campo azioni e programmi per garantire la persistenza di quello che è ancora oggi il settore più importante dell'agricoltura ligure, sostenendo la resilienza stessa delle aziende, in primis, nonché il loro sviluppo sul piano

produttivo e commerciale. A tale fine, come ben viene messo in evidenza nel testo, risulta essenziale un efficiente sistema dei servizi a supporto del settore, nonché una puntuale programmazione di breve, medio e lungo periodo.

A tal fine si ritiene cruciale il ruolo che dovrà poter rivestire il Distretto Florovivaistico del Ponente ligure, adeguatamente riformato e riorganizzato in funzione del raggiungimento di questo obiettivo.

Siamo sempre stati leader nel settore florovivaistico e vogliamo continuare ad esserlo.

Genova, luglio 2019

Stefano MAI

Assessore Agricoltura della Regione Liguria



PARTE PRIMA

UNO SGUARDO COMPLESSIVO



1 La creazione di un partenariato transfrontaliero, tramite il Progetto Flore 3.0, per sostenere lo sviluppo del florovivaismo mediterraneo

Gimelli Fiorenzo

Centro Servizi per la Floricoltura e coordinatore progetto per il Capofila Regione Liguria

1.1 Il contesto del partenariato transfrontaliero

In questa pubblicazione vengono presentati, alcuni dei risultati riferiti alla parte socio-economica del progetto denominato *FLORE 3.0*, nato nell'ambito del programma Interreg Italia-Francia Marittimo 2014-2020 dell'Unione europea.

La predisposizione e realizzazione di questo Progetto è stata l'occasione per realizzare una organica collaborazione fra i diversi soggetti, istituzionali e non, che a diverso titolo si occupano del settore florovivaistico nel Ponente ligure, in Sardegna e nella vicina regione francese del PACA, con l'obiettivo di sviluppare sinergie volte a favorire lo sviluppo e competitività del settore.

Tali istituzioni pur occupandosi da tempo del settore, secondo le proprie competenze e missioni istituzionali, hanno potuto, nel corso del triennio di durata del Progetto, interagire in modo complementare e coordinarsi in vista di un obiettivo comune cercando di fornire il loro apporto alla competitività del sistema.

Regione Liguria (Capofila del progetto), Istituto Regionale per la Floricoltura di Sanremo (IRF), Centro di Sperimentazione e Assistenza Agricola di Albenga (CeRSAA), Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e Analisi dell'Economia Agraria - Unità di Ricerca per la Floricoltura e Specie Ornamentali di Sanremo (CREA OF), Università degli Studi di Sassari (UNISS) - Dipartimento di Scienze Della Natura e del Territorio, Hyères Hortipole (HH), SICA-Marché aux Fleurs D'Hyères (SICA MAF), Syndicat du Centre Régional d'Application et de Démonstration Horticole (SCRADH), lungo i tre anni della durata del progetto (2017-2019) hanno potuto collaborare proficuamente andando a creare una sorta di *partenariato effettivo* che costituisce in sé un vero e proprio valore aggiunto.

Come si evince dall'elenco suddetto, gli Enti coinvolti, quasi tutti di spiccato rilievo tecnico- scientifico e specialistico, messi insieme rappresentano un apparato di grande supporto al settore e alle sue imprese; potrebbero esserlo ancor più se messe in grado di operare sistematicamente in modo sinergico e in stretto collegamento con l'insieme delle imprese produttive e commerciali del comparto. Tuttavia, questa possibilità non pare ad oggi venir sfruttata appieno nell'area transfrontaliera. Infatti, tali imprese di riferimento si caratterizzano storicamente per una grande polverizzazione che le connota nella classe delle MMPI (Piccole, Medie, Micro Imprese), soprattutto micro imprese, che, in quanto tali, hanno difficoltà a permanere sul mercato se non supportate da una rete di servizi efficiente: purtroppo, si riscontra che queste imprese non riescono (soprattutto per la parte italiana) ad utilizzarne appieno le potenzialità, anche per una oggettiva difficoltà ad esprimere in modo coordinato i bisogni a cui il sistema dei servizi potrebbe fornire delle soluzioni.

Eppure, la necessità di servizi di supporto da parte delle imprese cresce sempre più in termini di complessità e numerosità, incombenze e problematiche che l'operatore economico deve affrontare oltre ai suoi tradizionali compiti di imprenditore agricolo e ciò gli impedisce di dedicarsi a tempo

pieno alla sua attività primaria, la produzione. I servizi a cui ci riferiamo non sono solo quelli di assistenza tecnica classica, ma anche di divulgazione specialistica affiancata alla ricerca applicata, che mirino sempre più anche ad obiettivi di sostenibilità ambientale, oltre che di maggiore competitività. Ciò richiede la produzione di un continuo e veloce flusso di innovazioni, sul piano tecnico, economico e gestionale, nonché di filiera ed è importante che i produttori siano messi in grado di applicarle prontamente nelle loro normali pratiche di coltivazione e gestione dell'impresa. A tal fine è necessario implementare il rapporto tra le strutture pubbliche di ricerca e sperimentazione ed il mondo della produzione, penalizzato dalla assenza o scarsa efficacia di soggetti rappresentativi che coordinino ed aggregino le necessità e le priorità a medio-lungo termine del settore produttivo. Per alcuni aspetti, sono preposti a tale funzione l'Agenzia Laore in Sardegna, Hyères Hortipole in Francia e il Distretto Florovivaistico del Ponente, in Liguria). Per questo si è ritenuto utile dedicare, al termine del Progetto, due giornate di intenso dibattito su queste tematiche il 26 giugno e il 17 luglio 2019 al *Floriseum* - Museo del Fiore di Villa Ormond a Sanremo, radunando tutte le componenti della filiera nell'area del Distretto Florovivaistico del Ponente ligure; nell'occasione, c'è stato un ampio confronto oltre che sul sistema dei servizi, sul sistema organizzativo, sulle dinamiche commerciali e la necessità di pervenire ad una visione strategica comune di medio lungo periodo, e la presente pubblicazione ne raccoglie gli atti.

In una precedente occasione, erano state presentate alcune risultanze del progetto su aspetti non soltanto economici, ma anche tecnici in un Convegno tenutosi in Sardegna (Milis 8-9 Marzo 2019) i cui atti sono già stati oggetto di apposita pubblicazione.¹

Altro aspetto da considerare è che oggi non dobbiamo e non possiamo pensare a modelli unidirezionali o bidirezionali tra aziende e fornitori di servizi ma ad un sistema a rete che sia dinamico e metta in relazione paritaria tutti i soggetti coinvolti. È un modello di cui si parla da parecchi anni ma che stenta a decollare. Alla fine gli operatori pubblici rischiano di occuparsi solo delle "aziende deboli" e non di quelle trainanti.

La situazione nella zona di competenza del Programma Marittimo 2014/2020 è strutturata a macchia d'olio ma non siamo ad un punto zero e quindi possiamo fare tesoro dell'esperienza maturata. L'area rappresenta quella maggiormente significativa nei due paesi Italia e Francia per tutta la filiera delle attività florovivaistiche, comparto assolutamente globalizzato. In particolare, la Regione PACA e la Liguria oltre a costituire l'area contigua che prima al mondo ha visto nascere la moderna floricoltura industriale hanno ancora oggi posizioni di assoluta importanza in termini economici e di occupazione nei rispettivi paesi.

La Regione PACA detiene circa il 50% delle aziende floricole francesi, il 68% delle superfici e il 57% delle serre. Il Dipartimento del Var con 830 ha di superficie (570 in pien'aria e 260 in serra) e 570 aziende è il più importante del paese pur avendo perso dal 2000 al 2010 circa 1/3 delle aziende e della superficie sotto serra. Le colture sono profondamente cambiate passando dal garofano alle rose riscaldate ed, oggi, soprattutto peonie, anemoni e fronde. Il riscaldamento delle serre, molto spesso obsolete, visti i costi energetici è assolutamente problematico. La stessa competizione con lo sviluppo edilizio in zone a vocazione turistica ha aumentato i costi dei terreni in modo difficilmente sostenibile. Gli addetti sono mediamente anziani con difficoltà nel ricambio generazionale: circa un quarto dei titolari delle aziende sono di sesso femminile. Il SICA Marché aux Fleurs raccoglie una quota ragguardevole della produzione locale (circa 60%).

¹ Mulas m. e Dessena f. (a cura di), 2019, Atti del Convegno di presentazione dei risultati del Progetto Flore3.0 - Il florovivaismo mediterraneo: Un sistema interagente per migliorare il posizionamento sui mercati – Milis -OR- 09/03/2019, ISBN 9788894461626.

La Regione Liguria ha una posizione simile in Italia con una superficie di oltre 2600 ha e una presenza di circa 4000 aziende concentrate nelle province di Imperia e Savona. La superficie media aziendale è inferiore a quella della regione PACA e la tendenza è anche nella provincia di Imperia di segno negativo mentre in Provincia di Savona abbiamo avuto fino al 2010 un segno positivo legato alle piante fiorite e aromatiche in vaso. Anche per il reciso le colture sono cambiate e ai garofani prima e alle rose poi sono subentrati i ranuncoli, le anemoni e le fronde recise con lo stesso trend della vicina Francia. Comparabili sono le problematiche legate all'invecchiamento degli addetti e alla competizione nell'uso del suolo con l'espansione edilizia. Il Mercato di Sanremo rappresenta una quota modesta di transazioni mentre esiste un robusto sistema commerciale che concentra anche altre produzioni nazionali ed internazionali.

La Regione Sardegna ha una presenza florovivaistica storicamente meno forte ma con alcune presenze significative legate soprattutto al mercato isolano e con difficoltà logistiche notevoli quando si tratta di convogliare merce sul continente.

Oggi il mondo è cambiato e dal monopolio delle aree PACA e LIGURIA siamo passati ad una situazione di concorrenza con circa 80 paesi produttori a livello mondiale e una forbice, per l'area mediterranea, sempre più stretta tra i paesi del Nord Europa ad altissima tecnologia e con capacità di gestire oltre il 50% del mercato globale del comparto (Olanda) e il sud del mondo che produce ed esporta con costi di produzione irrisori.

Le imprese sono mediamente piccole, in Liguria in particolare, con costi di produzione elevati, un territorio valido dal punto di vista climatico ma spesso non da quello morfologico, una scarsa attitudine a costituire forme associative ma una elevata capacità professionale frutto di una lunga storia e non solo e delle specificità produttive particolari e di elevato valore riconosciute a livello nazionale ed internazionale che si distinguono dalle produzioni di massa.

La leadership è però concentrata su pochi prodotti (anemoni, ranuncoli, piante aromatiche in vaso, alcune fronde, piante grasse in vaso) che godono di scarsa visibilità sui mercati internazionali a causa di una offerta insufficiente come volumi, con poca differenziazione e poca "riconoscibilità".

Le nostre imprese oggi possono contare nell'area di progetto su una rete di servizi tecnici sviluppatasi nel tempo costituita da stazioni di sperimentazione agricola collegate anche a istituti universitari, strutture di assistenza tecnica e reti di monitoraggio, laboratori di analisi pubblici e privati, associazioni sindacali, strutture cooperative, mercati alla produzione importanti, una rete specializzata nella fornitura di mezzi tecnici e materiale di propagazione.

Questo ha fatto sì che in ciascuna delle regioni Liguria e PACA, siano stati costituiti Distretti floricoli (Distretto florovivaistico del Ponente, Hyères Hortipole), che geograficamente includono le aree maggiormente vocate (Dipartimento del Var e Province di Imperia e Savona rispettivamente) e la cui governance è costituita dai rappresentanti di tutti gli attori della filiera produttiva e commerciale floricola.

Il florovivaismo ha una funzione anche nella difesa e preservazione dell'ambiente rurale, del paesaggio, con ricadute significative sulla eccezionale vocazione turistica dei territori. E' un comparto ad alto contenuto tecnologico e di innovazione ed è stato uno di quelli in cui le "biotecnologie verdi" si sono sviluppate per prime, proprio nell'area di progetto. Gli obiettivi strategici intendono conciliare la crescita intelligente, sostenibile e inclusiva con la coesione territoriale, sviluppando ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione. Oggi il clima favorevole non basta più. La sfida è quella di creare condizioni tali che le imprese reggano la concorrenza e mantengano o rafforzino le loro quote di mercato estere.

1.2 Il progetto FLORE 3.0 nelle sue principali componenti

Oltre alla componente socio-economica il progetto ha sviluppato anche altri filoni, di cui diamo nel seguito alcuni cenni.

Il progetto è nato per contrastare un trend negativo nelle quote di esportazione dei prodotti florovivaistici nell'area di progetto. Il raggiungimento di questo obiettivo generale implica la messa a sistema di una serie di servizi a valore aggiunto, in tema di innovazione di prodotto e di processo, definizione di strategie di mercato e analisi dei conti colturali e dei dati economici. Tutto il progetto è stato orientato ad azioni che supportino le MPMI ad approcciarsi in modo consapevole ad un mondo che cambia rapidamente avendo a disposizione strumenti innovativi. Le varie azioni sono finalizzate a superare alcuni punti deboli del sistema produttivo e commerciale con soluzioni legate all'agricoltura "sostenibile", con coltivazioni di specie "mediterranee" per le quali occorrono meno input energetici. L'interesse è la competizione sulla "qualità" e "riconoscibilità" dei prodotti, non sicuramente quella con la produzione industriale oggi sviluppata in contesti con standard sociali ed ambientali" diversi".

Quattro sono le componenti tecniche del progetto coordinate ciascuna da un partner diverso:

- 1) Componente T1 - Governance transfrontaliera - (Regione Liguria)
- 2) Componente T2 - Innovazione di processo e di prodotto - (IRF)
- 3) Componente T3 - Azioni commerciali e di marketing coordinate - (SICA MAF)
- 4) Componente T4 - Realizzazione di strumenti per supportare le aziende nelle scelte imprenditoriali coordinate - (UNISS)

Componente T1 - Governance transfrontaliera

Questa componente ha coinvolto tutti i partner ed è quella meno scontata, per le ragioni esposte all'inizio. Essa è partita dalla considerazione che l'integrazione dei sistemi di supporto tecnico alle imprese, nell'area di progetto, risultava legata ad azioni bilaterali a carattere episodico, con difficoltà a diventare sistemiche oltre l'immediato e ad essere estese a tutti gli operatori interessati. L'operato di questa componente si è concentrato sull'individuazione delle modalità operative per meglio rispondere alla domanda di servizi, attuale e potenziale, delle imprese. L'integrazione dei servizi ed il relativo efficientamento, è una necessità profondamente sentita ed imprescindibile ma spesso confligge con ruoli istituzionali e normative differenti, sistemi organizzativi non coincidenti e difficoltà di comunicare con il fruitore finale.

T1.1.2 "Mappatura dei servizi tecnici all'agricoltura operanti sui territori transfrontalieri." Questa parte ha sviluppato un'indagine su tutti i servizi alle imprese esistenti nell'area progettuale: un questionario ad hoc è stato sottoposto ad ogni struttura. Sono stati perciò oggetto di indagine in Regione Liguria 21 enti, in Regione PACA (Francia) 6 e in Regione Sardegna 2. Per gli esiti di questa indagine si rimanda al capitolo 9.

Componente T2 - Innovazione di processo e di prodotto

Questa componente ha visto la presenza di tutti i partner "tecnici" con esclusione quindi di Regione Liguria, SICA MAF e HH.

Gli argomenti trattati sono stati tantissimi e quindi in questa breve disanima riassuntiva ci si limita ad una elencazione di massima.

T2.1 - Dimostrazione di serre sostenibili (ventilazione, schermi mobili, dotazione sonde etc) in ambiente mediterraneo con coltivazioni di anemone e ranuncolo (SCRADH).

T2.2 – Sistemi di riscaldamento basale e tradizionale a confronto in coltivazioni di Lisianthus (SCRADH).

T2.2 - Pratiche innovative di gestione fitosanitaria su coltivazioni di anemoni e ranuncolo (SCRADH)

T2.2.4 – Metodi di disinfezione sostenibili del terreno con mezzi alternativi a quelli chimici per la disinfezione del suolo relativamente al binomio *Fusarium*/ranuncolo. L'uso di *Fusarium* antagonisti in alcune cvs ha dato buoni risultati (CeRSAA).

T2.2.6 – Prove agronomiche con impianti innovativi di illuminazione a LED a confronto con altri più tradizionali con lampade ad induzione magnetica e lampade a vapori di sodio nella coltivazione di varietà di eleboro per fiore reciso ('Nikita' e 'Francesco') al fine di valutare l'influenza di trattamenti fotoperiodici, in connessione o meno con vernalizzazione, sull'induzione florale e sulla qualità della fioritura. Oltre a ciò prove con raffrescamento del terreno e coltivazione in mastello (IRF).

T2.2.6 – Realizzazione di prove di coltivazione in cella climatica per verificare l'effetto di lampade a LED con diversa distribuzione delle lunghezze d'onda sull'accrescimento, sulla produzione di biomassa e sulla radicazione di giovani piante e talee di specie ornamentali quali crisantemo, lauroceraso e dipladenia (CeRSAA).

T2.2.7 – Saggi su prototipi di vasi biodegradabili. (UNISS)

T2.2.9 – Valutazione della performance agronomica di genotipi/varietà adatte al clima mediterraneo:

1) valutazione della produzione di fiori recisi in diverse cvs di peonia arborea e saggi di micropropagazione (IRF).

2) valutazione di circa 25 cloni per fiore reciso e vaso fiorito per la adattabilità al clima mediterraneo in Eleboro (IRF)

3) selezione e valutazione agronomica di genotipi adatti al vaso fiorito e/o fiore reciso in Margherita in stretta interazione con le aziende del territorio ligure (IRF).

4) selezione tra oltre 80 nuovi genotipi di *Hybiscus* (CREA OF).

5) selezione nel nostro ambiente pedoclimatico per l'adattabilità alla coltivazione in vaso o per fiore reciso di 20 varietà di *agapanthus* con caratteristiche ornamentali e di *Lachenalia* importate dal Sud Africa (CREA OF).

7) valutazione di 11 varietà di *Clematis* per fiore reciso (SCRADH).

8) messa a punto di un metodo di moltiplicazione rapida in *Strelitzia* (SCRADH).

9) valutazione con test agronomici di genotipi/varietà di mirto, ibisco e lentisco (UNISS).

Componente T3 - Azioni commerciali e di marketing coordinate

L'obiettivo è stato quello di rafforzare la presenza e la penetrazione dell'offerta florovivaistica mediterranea sui mercati, con riferimento ad alcuni paesi dell'Europa del Nord, attraverso diverse attività. Tra queste:

a) forme innovative di vendita con un sistema tipo *web shop* che permette di offrire una grande gamma di prodotti provenienti dall'area di progetto. (SICA MAF).

b) studi per razionalizzare e potenziare la logistica nell'ambito dell'area di cooperazione, al fine di facilitare gli scambi di prodotti tra le zone di produzione transfrontaliera e di migliorare l'approvvigionamento dei mercati di riferimento. (RL/UNISS).

c) promozione delle specie mediterranee, con azioni mirate verso i mercati di riferimento ed i grossisti/distributori con realizzazione di eventi mirati e di un catalogo dei prodotti con l'assortimento dei fiori locali che saranno disponibili alla vendita a seconda delle stagioni. Il Catalogo è plurilingue e contiene oltre 600 varietà coltivate (SICA MAF) mentre le azioni mirate a cura di RL per il tramite del Distretto Floricolo ligure si sono concentrate sulle Fiere professionali IPM Essen in Germania e IFTF – in Olanda.

Componente T4 - Realizzazione di strumenti per supportare le aziende nelle scelte imprenditoriali.

Come detto sopra, le ridotte dimensioni economiche delle aziende floricole spesso non consentono un facile accesso agli strumenti tipici della gestione aziendale. Accade quindi che tali aziende non possiedono strumenti oggettivi di valutazione della convenienza economica o altri elementi per la programmazione di nuovi investimenti, lo sviluppo di nuovi prodotti o anche la semplice attività corrente di gestione e marketing. Pertanto, la produzione ed elaborazione di dati aggregati del comparto, da parte di enti di servizio, risulta a maggior ragione di estrema importanza in tale situazione, permettendo di fornire elementi di valutazione, oltre che alle imprese, anche ai decisori politici e amministrativi. Anche la predisposizione, nell'ambito del progetto, di documentazione libraria specialistica catalogata, messa a disposizione degli operatori attraverso un apposito *sistema di consultazione diretta o prestito inter-bibliotecario*, ha costituito un ulteriore ed importante servizio informativo al settore (T 4.3.5: Piattaforma informatica di documentazione per le MPMI che contiene le pubblicazioni raccolte ed organizzate per temi e i dati sul Censimento dei servizi).

UNISS, ha contribuito a questa componente anche con la collaborazione dell'Agenzia LAORE, che ha messo a disposizione i propri strumenti di assistenza alle aziende, elaborando specifici contenuti per l'assistenza di tipo economico.

Il CREA ha focalizzando le principali problematiche commerciali, sia con indagini sui mercati alla produzione, con particolare riferimento alle specie mediterranee, sia con individuazione ed analisi di strategie per migliorare l'approccio al mercato delle aziende produttrici (CREA OF), le cui risultanze sono riportate nei capitoli dedicati.

La regione Liguria e il CREA PB si sono, poi occupati delle attività di organizzazione, rilievo ed elaborazione dati aziendali al fine di determinare i bilanci aziendali e i conti culturali come meglio dettagliato più avanti (T 4.1.2: Elaborazione dei conti culturali di specie importanti: i processi produttivi interessanti sono stati 46, divisi in 8 gruppi culturali e hanno coinvolto circa 40 aziende per 2 anni: Anemone, Ranuncolo clone, Ranuncolo seme, Mimosa, Ginestra, Ruscus, Aromatiche in vaso e Margherite in vaso). La possibilità di disporre di una mole di dati ed informazioni economiche di qualità costituisce una innovazione assoluta nel comparto florovivaistico mediterraneo.

Hyères Hortipole ha fornito informazioni relative alle aziende operanti nella Regione PACA le cui risultanze sono riportate nei capitoli pertinenti di questo volume.

1.3 Conclusioni

I servizi non trainano da soli lo sviluppo ma in settori in cui prevalgono MPMI sono a nostro avviso indispensabili. Possono cogliere le esigenze delle aziende e aiutarle a superare modalità operative obsolete con proposte innovative.

È molto importante creare le condizioni per un'interazione sempre più efficace tra le imprese e il sistema dei servizi di supporto rendendoli continuativi, stabili e sempre più professionali, a tale fine potrebbe essere di aiuto la prosecuzione anche in futuro dell'esperienza maturata con la creazione del partenariato transfrontaliero nell'area di progetto, oltre FLORE 3.0.

Piccolo è bello, troppo piccolo può essere un problema con grandi diseconomie di scala e scarso potere contrattuale. Risulta evidente la necessità di aumentare la capacità imprenditoriale delle nostre imprese. Guardiamoci intorno, cerchiamo modelli positivi, copiamo e adattiamo, rimaniamo flessibili, continuiamo a fare innovazione e soprattutto cerchiamo di sfruttarla meglio.

Le imprese devono migliorare le abilità e le competenze non tanto quelle più strettamente tecnico-produttive bensì quelle organizzative e di marketing. Oggi un diploma professionale dovrebbe essere il minimo per ogni operatore.

Facciamo sempre più sistema e filiera organizzata. Mettiamo a fattore comune conoscenze e competenze. La concorrenza non è tra le nostre aziende ma nei confronti di altri sistemi produttivi ed è salutare solo se qualcuno vince non se perdiamo tutti. Gli attori intorno a noi sono molti, agguerriti e non stanno fermi ma siamo in corsa anche noi. Dipenderà solo da noi essere all'altezza della sfida. Se le cose non vanno bene non è sempre colpa degli altri o del destino.



2 L'evoluzione dello scenario florovivaistico internazionale ed il relativo posizionamento dell'Italia e Ponente ligure)

Ornella Arimondo¹, Giuseppe Pachino, Roberto Ronco²

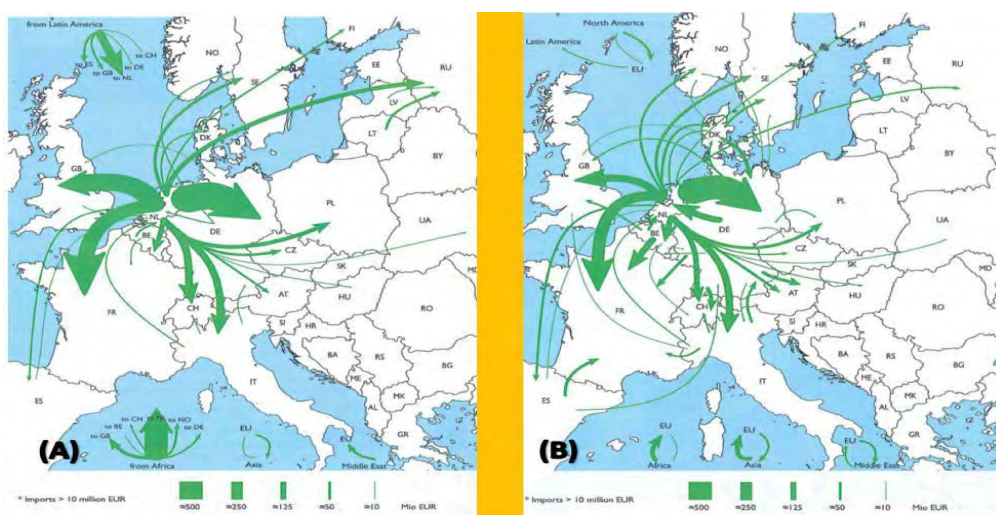
¹Consiglio per la Ricerca in agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria – Centro di Ricerca in Orticoltura e Florovivaismo

²Università degli Studi di Torino – Scuola di Management ed Economia - Dipartimento di Scienze Economico-Sociali e Matematico-Statistiche

2.1 I flussi degli scambi internazionali di fiori e piante

Per avere un quadro di sintesi degli scambi di fiori freschi recisi e di piante in vaso e dell'importanza che i vari Paesi europei rivestono in tali scambi risulta molto significativo quanto emerge dalla figura 1, di fonte AIPH, in cui si possono osservare i flussi di entità superiore a 10 milioni di euro. Risalta immediatamente, osservando la direzione e lo spessore delle frecce, il ruolo egemone dell'Olanda quale Paese esportatore, soprattutto in Germania, Francia e Gran Bretagna, ma anche in tutti gli altri Paesi europei. Anche i flussi provenienti in Europa dal suo esterno, in prevalenza dall'Africa, America latina e Medio Oriente sono indirizzati in gran parte in Olanda. Emerge quindi, già solo osservando tali figure l'importante funzione redistributiva dell'Olanda di fiori e piante nel mercato internazionale. Si può notare, sempre osservando tali figure, che l'Italia per quanto riguarda i fiori recisi è importatrice netta, pur esportando in Germania, Svizzera ed Olanda. Per le piante in vaso risulta esportatrice, oltre che nei precedenti Paesi, anche in Francia. Relativamente alla Francia appaiono frecce solo d'importazione (essendo i flussi d'esportazione, quindi, sempre inferiori ai 10 milioni di euro).

Figura 1 – Scambi intra-europei e nei confronti dell'esterno dell'Europa nel 2018 di fiori freschi recisi (A) e di piante in vaso (B)

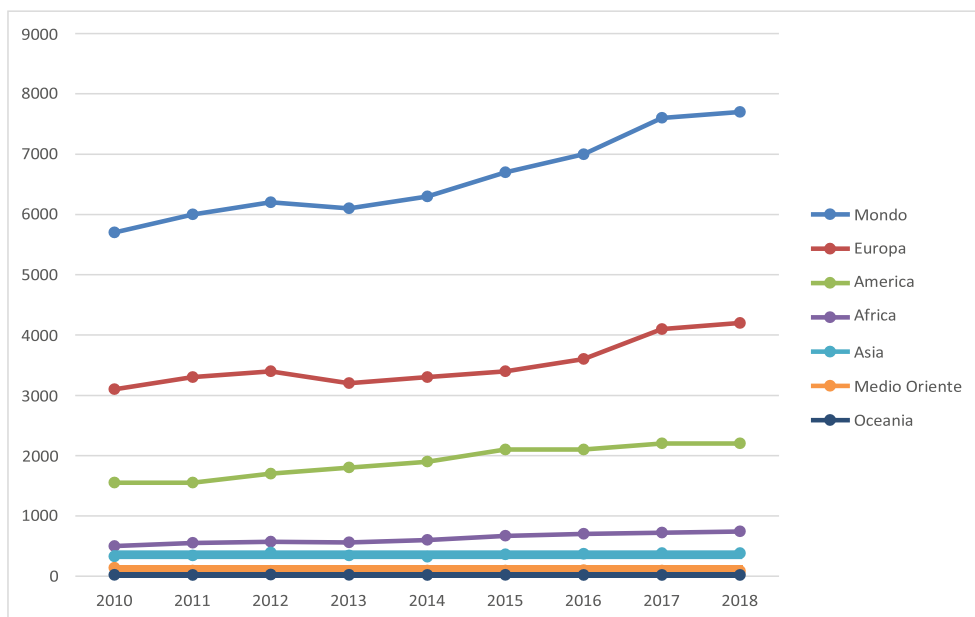


2.1.1 Esportazioni di fiori recisi a livello mondiale

Per quanto riguarda le esportazioni mondiali di fiori recisi (sia freschi che trattati) il trend dal 2010 al 2018 risulta positivo, con un incremento da 5,7 miliardi di euro del 2010 a 7,7 del 2018 col peso più rilevate dell'Europa (Olanda in particolare, che detiene una quota di ben il 45,5% delle esportazioni mondiali di fiori recisi e del 90,3% di quelle dell'UE), Africa (soprattutto Kenya ed Etiopia) ed America Latina (in particolare Colombia ed Ecuador), come si può osservare nei grafici 1 e 2 e tabelle 1.a e 1.b. La Colombia, oltre ad esportare rose, è il più grande Paese esportatore di crisantemi ed il secondo esportatore mondiale di garofani.

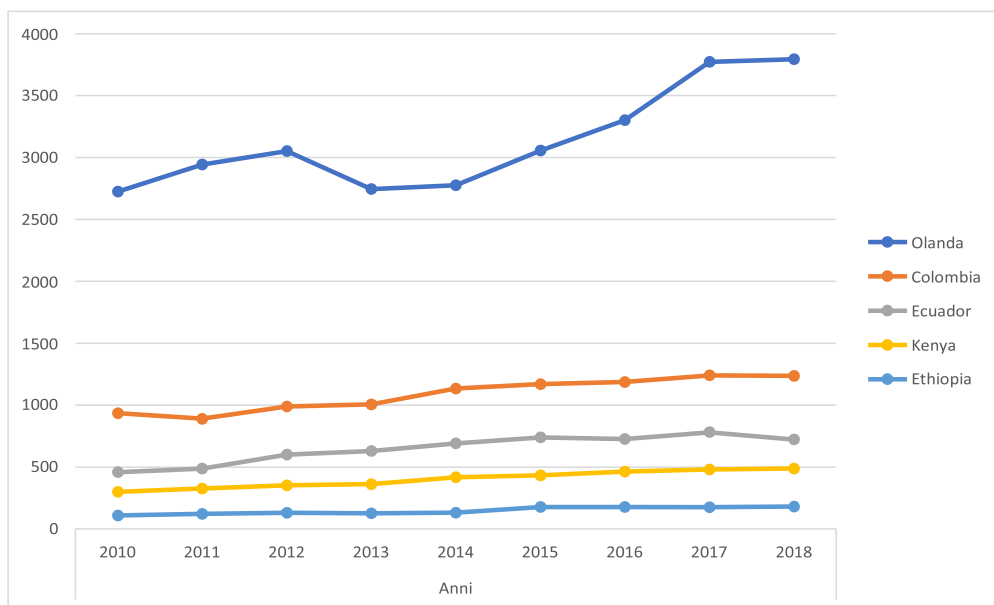
L'Italia, pur essendo il secondo Paese europeo esportatore di fiori recisi (in realtà nel 2018 risulta terzo, sopravanzato da Belgio-Lussemburgo in quest'ultimo anno, ma essendo i dati del 2018 ancora provvisori ne attendiamo la conferma) con i suoi 95 milioni di euro del 2018, pesa solo per il 1,2% sulle esportazioni mondiali di fiori recisi (il 2,3% su quelle europee), ben poca cosa se raffrontate con i 3.794 milioni di euro delle esportazioni di fiori recisi dell'Olanda. Ha mostrato, però, a decorrere dal 2014, una costante crescita, ad un tasso superiore alla media europea.

Grafico 1 - Esportazioni mondiali di fiori recisi per continente in milioni di euro dal 2010 al 2018



Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, Vol. 65-67. N.B. I dati del 2018 sono provvisori.

Grafico 2 – Andamento delle esportazioni di fiori recisi dei primi cinque Paesi esportatori a livello mondiale dal 2010 al 2018 in milioni di euro



Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, Vol. 65-67. N.B. I dati del 2018 sono provvisori.

Tabella 1.a – Maggiori Paesi esportatori di fiori recisi* a livello mondiale in valori assoluti

Paesi	Anno (Valori assoluti in milioni di euro)									Variazioni 2018/2010	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ass.	In %
Olanda	2724	2943	3052	2745	2776	3055	3302	3773	3794	1049	39,3
Colombia	935	890	988	1005	1134	1168	1186	1239	1235	304	32,1
Ecuador	458	488	600	630	691	739	725	780	721	322	57,4
Kenya	298	326	352	361	416	432	461	479	487	181	63,4
Etiopia	108	121	129	124	131	176	176	174	180	66	66,7
China	43	51	70	60	66	79	96	92	92	49	114,0
Malaysia	73	72	94	81	74	88	95	95	98	22	34,2
Italia	60	57	61	64	60	76	84	87	95	27	58,3
Belgio-Lux.	183	183	188	182	206	76	83	81	128	-102	-30,1
Germania	35	56	63	68	69	75	73	64	56	29	60,0
Israele	118	67	61	65	64	62	74	62	45	-56	-61,9
Altri	665	746	542	715	613	674	645	674	769	9	15,6
Mondo	5700	6000	6200	6100	6300	6700	7000	7600	7700	1900	35,1
Europa-UE	3100	3300	3400	3200	3300	3400	3600	4100	4200	1000	35,5

(*) Comprende sia i fiori freschi recisi (Voce 3 AIPH) che i fiori recisi trattati (Voce 4 AIPH).

Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, Vol. 65-67. N.B. I dati del 2018 sono provvisori.

Tabella 1.b – Maggiori Paesi esportatori di fiori recisi (sia freschi che trattati) a livello mondiale in quote percentuali

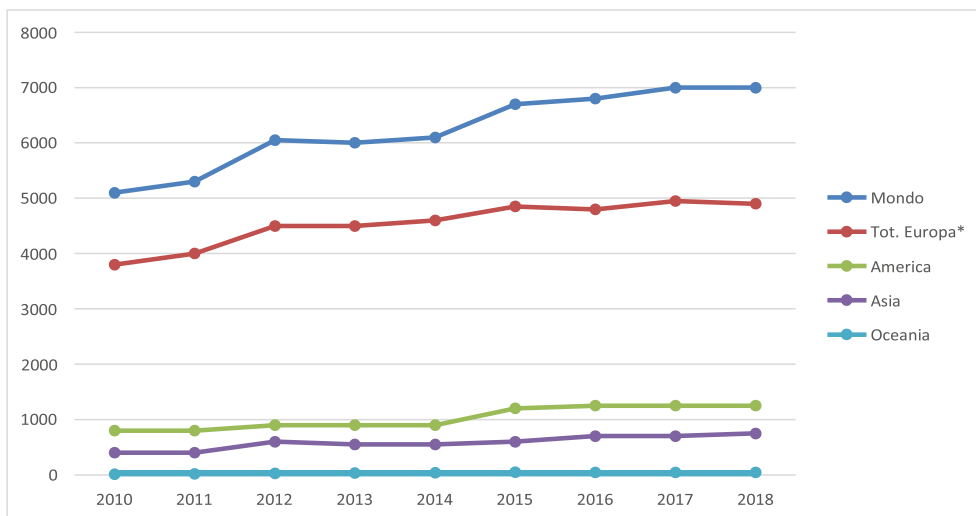
Paesi	Quote in percentuale								2018
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Olanda	47,8	49,1	49,2	45,0	44,1	45,6	47,2	49,6	49,3
Colombia	16,4	14,8	15,9	16,5	18,0	17,4	16,9	16,3	16,0
Ecuador	8,0	8,1	9,7	10,3	11,0	11,0	10,4	10,3	9,4
Kenya	5,2	5,4	5,7	5,9	6,6	6,4	6,6	6,3	6,3
Ethiopia	1,9	2,0	2,1	2,0	2,1	2,6	2,5	2,3	2,3
China	0,8	0,9	1,1	1,0	1,0	1,2	1,4	1,2	1,2
Malaysia	1,3	1,2	1,5	1,3	1,2	1,3	1,4	1,3	1,3
Italia	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1	1,2	1,1	1,2
Belgio-Lux.	3,2	3,1	3,0	3,0	3,3	1,1	1,2	1,1	1,7
Germania	0,6	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0	0,8	0,7
Israele	2,1	1,1	1,0	1,1	1,0	0,9	1,1	0,8	0,6
Altri	11,7	12,4	8,7	11,7	9,7	10,1	9,2	8,9	10,0
Mondo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Europa-UE/mondo	54,4	55,0	54,8	52,5	52,4	50,7	51,4	53,9	54,5
Olanda/Europa-UE	87,9	89,2	89,8	85,8	84,1	89,9	91,7	92,0	90,3
Italia/Europa-UE	1,9	1,7	1,8	2,0	1,8	2,2	2,3	2,1	2,3

Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, Vol. 65-67. N.B. I dati del 2018 sono provvisori.

2.1.2 Importazioni di fiori recisi a livello mondiale

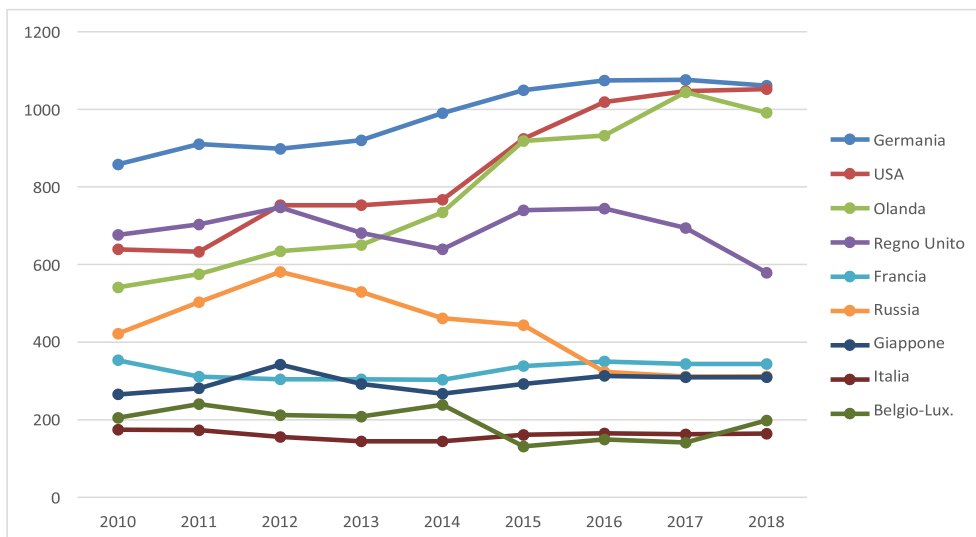
Lo scenario internazionale mostra come i flussi relativi alle importazioni di fiori recisi siano indirizzati prevalentemente verso i Paesi a maggior reddito pro-capite. Le importazioni dei Paesi europei coprono infatti ben il 70% delle importazioni mondiali di fiori recisi nel 2018 e l'UE il 58,6% (la Germania il 15,2%, l'Olanda 14,2% e la Gran Bretagna 8,3%) mentre l'America ne assorbe il 17,9% (il 15% destinato agli USA) seguita, in Asia, dal Giappone (4,4%). L'Olanda e gli USA hanno avuto il trend di crescita più sostenuto delle importazioni (rispettivamente +83,2% e +64,6% dal 2010 al 2018), mentre la Russia, da quinto Paese maggior importatore a livello mondiale, ha ridotto notevolmente il valore delle sue importazioni a decorrere dal 2012 e, nel 2018, ha registrato un volume di importazioni di poco inferiore alla Francia. L'Italia, settimo Paese maggior importatore, ha ridotto, nel periodo considerato, del 5,8% circa il valore delle sue importazioni di fiori recisi rispetto al 2010, ma negli anni dal 2012 al 2018 ha mantenuto una certa costanza, con oscillazioni comprese tra i 144 ed i 164 milioni di euro. Si fa presente che la sua bilancia commerciale rimane negativa per questa voce, così come lo è stata in questi ultimi decenni. (Cfr. grafici 3 e 4 e tabelle 2.a e 2.b).

Grafico 3 - Importazioni mondiali di fiori recisi per continente in milioni di euro dal 2010 al 2018



Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, 2017-2019, Vol. 65-67.

Grafico 4 - Andamento delle importazioni di fiori recisi dei principali Paesi importatori a livello mondiale dal 2010 al 2018 in milioni di euro



Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, Vol. 65.67

Tabella 2.a – Maggiori Paesi importatori di fiori recisi *a livello mondiale in valori assoluti

Paesi	Anno (Valori assoluti in milioni di euro)									Var. 2018/2010	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	In %	assolute
Germania	858	910	898	920	990	1049	1074	1076	1061	23,66	203
USA	639	633	753	753	767	924	1019	1047	1052	64,63	413
Olanda	541	575	634	650	734	918	932	1044	991	83,18	450
Regno Unito	676	703	747	681	639	740	744	694	579	-14,3	-97
Francia	353	311	304	304	303	338	350	344	344	-2,55	-9
Russia	422	503	581	529	461	444	323	311	312	-26,1	-110
Giappone	265	281	342	292	267	292	313	309	309	16,6	44
Italia	174	173	155	144	144	161	165	162	164	-5,75	-10
Svizzera	132	138	87	146	148	245	157	153	149	12,88	17
Belgio-Lux.	205	240	212	208	238	131	149	141	198	-3,41	-7
Canada	90	91	110	108	106	118	113	118	111	23,33	21
Austria	103	102	91	92	95	97	92	101	111	7,767	8
Polonia	75	69	60	66	77	91	91	118	146	94,67	71
Altri	567	571	1076	1107	1131	1152	1278	1382	1473	159,8	906
Mondo	5100	5300	6050	6000	6100	6700	6800	7000	7000	37,25	1900
Europa-UE (*)	3800	4000	3600	3600	3800	4000	4100	4200	4100	7,895	300
Europa non UE			900	900	800	850	700	750	800		
Tot. Europa	3800	4000	4500	4500	4600	4850	4800	4950	4900	28,95	1100

(*) Comprende sia i fiori freschi recisi (Voce 3 AIPH) che i fiori recisi trattati (Voce 4 AIPH).

Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, Vol. 65-67.

Tabella 2.b – Maggiori Paesi importatori di fiori recisi (sia freschi che trattati) a livello mondiale in quote percentuali

Paesi	Quote di importazioni (%)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Germania	16,8	17,2	14,8	15,3	16,2	15,7	15,8	15,4	15,2	
USA	12,5	11,9	12,4	12,6	12,6	13,8	15,0	15,0	15,0	
Olanda	10,6	10,8	10,5	10,8	12,0	13,7	13,7	14,9	14,2	
Regno Unito	13,3	13,3	12,3	11,4	10,5	11,0	10,9	9,9	8,3	
Francia	6,9	5,9	5,0	5,1	5,0	5,0	5,1	4,9	4,9	
Russia	8,3	9,5	9,6	8,8	7,6	6,6	4,8	4,4	4,5	
Giappone	5,2	5,3	5,7	4,9	4,4	4,4	4,6	4,4	4,4	
Italia	3,4	3,3	2,6	2,4	2,4	2,4	2,4	2,3	2,3	
Svizzera	2,6	2,6	1,4	2,4	2,4	3,7	2,3	2,2	2,1	
Belgio-Lux.	4,0	4,5	3,5	3,5	3,9	2,0	2,2	2,0	2,8	
Canada	1,8	1,7	1,8	1,8	1,7	1,8	1,7	1,7	1,6	
Austria	2,0	1,9	1,5	1,5	1,6	1,4	1,4	1,4	1,6	
Polonia	1,5	1,3	1,0	1,1	1,3	1,4	1,3	1,7	2,1	
Altri	11,1	10,8	17,8	18,5	18,5	17,2	18,8	19,7	21,0	
Mondo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
EuropaUE/mondo	74,5	75,5	59,5	60,0	62,3	59,7	60,3	60,0	58,6	
Olanda/EuropaUE	14,2	14,4	17,6	18,1	19,3	23,0	22,7	24,9	24,2	
Italia/EuropaUE	4,6	4,3	4,3	4,0	3,8	4,0	4,0	3,9	4,0	

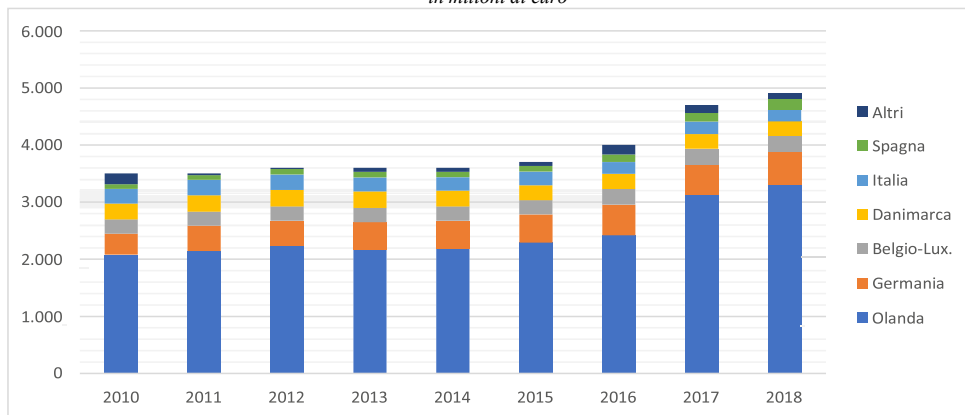
Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, Vol. 65-67. (*) per il 2010 e 2011 Europa, compresi i Paesi non UE

2.1.3 Esportazioni di piante in vaso a livello europeo

Mediamente il valore delle esportazioni di piante in vaso dei Paesi dell'UE è cresciuto dal 2010 al 2018 del 40% passando da 3,5 a 4,9 miliardi di euro.

I maggiori Paesi esportatori di piante in vaso sono (si vedano le tab. 3a e 3.b nonché il grafico 5) l'Olanda, col 67,5% delle esportazioni UE nel 2018, cui segue la Germania 11,6%), il Belgio-Lussemburgo (5,9%), la Danimarca (5,1%) l'Italia (4,2%) e la Spagna (3,8%). In termini di andamento, spicca la crescita percentuale della Spagna (+128,4%), dell'Olanda (+58,9%) e della Germania (+54,9%). In particolare l'Olanda, ha quindi ulteriormente rafforzato la sua preminenza sul mercato Particolarmente significativo è il risultato della Spagna che, nel periodo considerato ha più che raddoppiato le sue esportazioni passando da 81 a 185 milioni di euro, pur rimanendo quale sesto maggior paese esportatore di piante in vaso. L'Italia ha invece subito una riduzione del 20,3% e, pur rimanendo il quinto maggior esportatore di piante in vaso tra i Paesi UE, la sua bilancia commerciale per tale voce è divenuta negativa per 27,6 milioni di euro nel 2018 (lo era già stata di 7,6 milioni nel 2016) mentre nei precedenti anni è sempre risultata positiva.

Grafico 5 – Esportazioni di piante in vaso dei principali Paesi esportatori europei dal 2010 al 2018 in milioni di euro



Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, Vol. 65-67

Tabella 3.a – Maggiori Paesi esportatori di piante in vaso * - valori in milioni di euro

Paesi	Anno (Valori assoluti)										Var. % 2018/2010	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	assol	%	
Olanda	2.080	2.142	2.244	2.171	2.189	2.292	2.420	3.123	3.306	1.226	58,9	
Germania	368	445	429	474	484	492	535	537	570	202	54,9	
Belgio-Lux.	252	248	253	254	251	251	278	277	290	38	15,1	
Danimarca	277	286	291	289	276	263	264	255	249	-28	-10,1	
Italia	256	268	268	246	235	236	203	218	204	-52	-20,3	
Spagna	81	81	91	99	95	101	136	148	185	104	128,4	
Altri	186	30	24	67	70	65	164	142	96	-90	-48,4	
Europa-UE	3.500	3.500	3.600	3.600	3.600	3.700	4.000	4.700	4.900	1.400	40,0	

(*) Comprende la voce 6.2 AIPH "Altre piante ornamentali".

Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, Vol. 65-67.

Tabella 3.b – Maggiori Paesi esportatori di piante in vaso - incidenze percentuali

Paesi	Incidenze percentuali Exp. Paese/Exp. UE								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Olanda	59,4	61,2	62,3	60,3	60,8	61,9	60,5	66,4	67,5
Germania	10,5	12,7	11,9	13,2	13,4	13,3	13,4	11,4	11,6
Belgio-Lux.	7,2	7,1	7,0	7,1	7,0	6,8	7,0	5,9	5,9
Danimarca	7,9	8,2	8,1	8,0	7,7	7,1	6,6	5,4	5,1
Italia	7,3	7,7	7,4	6,8	6,5	6,4	5,1	4,6	4,2
Spagna	2,3	2,3	2,5	2,8	2,6	2,7	3,4	3,1	3,8
Altri	5,3	0,9	0,7	1,9	1,9	1,8	4,1	3,0	2,0
Europa-UE	100	100	100	100	100	100	100	100,0	100,0

Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, 2017-2019, Vol. 65-67.

2.1.4 Importazioni di piante in vaso a livello europeo

Le importazioni totali di piante in vaso dei Paesi europei, come riportato nelle tabelle 4.a e 4.b, sono passate, dal 2010 al 2018, da 3,1 a 4,6 miliardi di euro con un incremento medio, quindi, quindi del 23,2%. Tutti i Paesi hanno registrato una variazione positiva nel periodo considerato eccetto il Belgio-Lussemburgo (-25,2%). La variazione percentuale è stata particolarmente rilevante per l'Olanda (+114,7%), che ha più che raddoppiato le sue importazioni di piante in vaso, passate da 375 a 805 milioni di euro dal 2010 al 2018, accrescendo così la sua quota sul totale delle importazioni dei Paesi europei dal 12,1% del 2010 al 17,7% del 2018 e superando la Francia che da secondo è divenuto il terzo maggior Paese importatore europeo. Relativamente alla Germania, primo Paese importatore di piante in vaso a livello europeo, la crescita (+15,5%) è stata inferiore alla media per cui l'incidenza delle sue importazioni sul totale europeo si è ridotta, passando dal 30,4% del 2010 al 23,9% del 2018.

Tabella 4.a – Maggiori Paesi europei importatori di piante in vaso * (in milioni di euro)

Paesi	Anno (Valori assoluti)									Variazioni 2018/2010	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	assol	%
Germania	942	1018	1031	983	1029	990	1014	1062	1088	146	15,5
Francia	471	419	420	433	424	430	484	507	520	49	10,4
Olanda	375	394	428	433	414	440	421	723	805	430	114,7
Svizzera	226	252	274	269	265	265	277	277	288	62	27,4
Gran Bretagna	241	275	289	296	256	264	265	241	248	7	2,9
Italia	200	205	198	184	184	200	210	216	231	31	15,5
Belgio-Lux.	226	252	156	169	168	156	188	181	169	-57	-25,2
Austria	159	167	175	175	179	179	160	153	178	19	11,9
Russia	96	102	122	131	123	147	148	142	150	54	56,3
Altri	164	216	607	647	658	749	883	838	883	719	438,4
Europa UE			3200	3200	3200	3300	3500	3800	4000	4000	25,0
Europa non UE			500	520	500	520	550	540	560	560	12,0
Europa	3100	3300	3700	3720	3700	3820	4050	4340	4560	1460	23,2

(*). Comprende la voce 6.2 AIPH "Altre piante ornamentali"

Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, 2017, pg. 109.

L'Italia ha aumentato, nel periodo considerato le sue importazioni, ma ad un tasso inferiore alla media europea, per cui la quota delle sue importazioni sul totale europeo si è ridotta dal 6,5% del 2010 al 5,1% del 2018. Nell'ordine, i maggiori Paesi importatori di piante in vaso a livello europeo sono nel 2018 la Germania (23,9%), l'Olanda (17,7%), la Francia (11,4%), la Svizzera (6,3%), la Gran Bretagna (5,4%), l'Italia (5,1%), l'Austria (3,9%) ed il Belgio-Lussemburgo. Per quest'ultimo Paese il peso si è quasi dimezzato, passando dal 7,3% del 2010 al 3,7% del 2018.

Tabella 4.b – Incidenze percentuali Importazioni Paese/Importazioni Europa

Paesi	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Germania	30,4	30,8	27,9	26,4	27,8	25,9	25,0	24,5	23,9
Francia	15,2	12,7	11,4	11,6	11,5	11,3	12,0	11,7	11,4
Olanda	12,1	11,9	11,6	11,6	11,2	11,5	10,4	16,7	17,7
Svizzera	7,3	7,6	7,4	7,2	7,2	6,9	6,8	6,4	6,3
Gran Bretagna	7,8	8,3	7,8	8,0	6,9	6,9	6,5	5,6	5,4
Italia	6,5	6,2	5,4	4,9	5,0	5,2	5,2	5,0	5,1
Belgio-Lux.	7,3	7,6	4,2	4,5	4,5	4,1	4,6	4,2	3,7
Austria	5,1	5,1	4,7	4,7	4,8	4,7	4,0	3,5	3,9
Russia	3,1	3,1	3,3	3,5	3,3	3,8	3,7	3,3	3,3
Altri	5,3	6,5	16,4	17,4	17,8	19,6	21,8	19,3	19,4
Europa UE (**)	0,0	0,0	86,5	86,0	86,5	86,4	86,4	87,6	87,7
Europa non UE			13,5	14,0	13,5	13,6	13,6	12,4	12,3
Europa	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, Vol. 65-67.

2.1.4 La bilancia commerciale florovivaistica di Italia e Francia

Dall'analisi dell'andamento della bilancia commerciale dei prodotti florovivaistici nel loro complesso, dell'Italia e della Francia, nel 2018, emerge, per il nostro Paese, un saldo commerciale positivo di 365 milioni di euro, allorché la Francia riporta un saldo negativo di ben 936 milioni.

Il saldo positivo dell'Italia è dovuto principalmente alle “piante ornamentali” (+279 milioni). Questa voce però comprende sia i “prodotti da vivaio” che le “altre piante ornamentali” e, per quest'ultima voce il saldo è stato negativo per 28 milioni di euro mentre, salvo nel 2016, era sempre stato positivo, pur con valori decrescenti dovuti, soprattutto dal 2011 ad un incremento progressivo delle importazioni e riduzione delle esportazioni.

Un ulteriore saldo positivo si riscontra per il “fogliame fresco” (+79 milioni nel 2018) grazie soprattutto al consistente aumento delle esportazioni, in particolare a decorrere dal 2014. Relativamente ai bulbi e fiori recisi l'Italia è da lunga data deficitaria, con saldi negativi, nel 2018, rispettivamente di 70 e 10 milioni ma con una progressiva riduzione dei saldi negativi nel periodo considerato, grazie all'aumento delle esportazioni e riduzione delle importazioni.

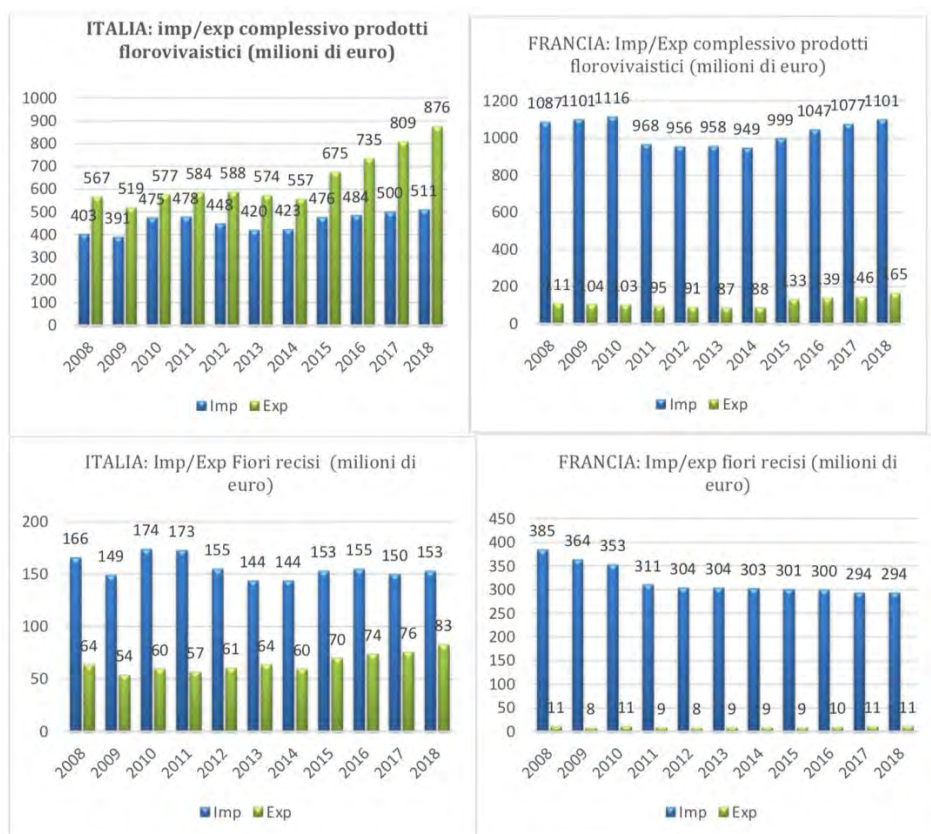
Una nota positiva per l'Italia è rappresentata dal fatto che, per tutte le voci del settore considerate, eccetto che per le piante in vaso, si è avuto un notevole miglioramento del saldo normalizzato nel periodo considerato.

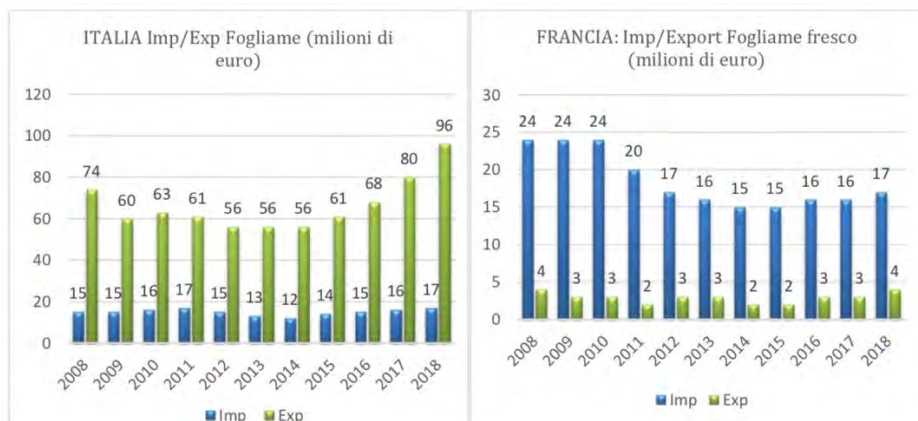
Relativamente alla Francia si constata che il saldo negativo su citato, di ben 936 milioni di euro nel 2018, è costituito da valori negativi per tutte le voci considerate, ovvero: -551 milioni come saldo per le “piante ornamentali”, -283 milioni per i “fiori freschi recisi”, -42 milioni per i “fiori recisi trattati”, -21 milioni per i “bulbi di fiori , cormi e tuberi dormienti” e -12 milioni per il “fogliame fresco”. A differenza dell’Italia, che è un paese soprattutto produttore, la Francia è un Paese soprattutto consumatore-importatore (deficitario). Lo testimonia l’elevato valore assoluto dei suoi saldi normalizzati negativi che, pur nel complesso migliorati nel periodo considerato mostrano indici, nel 2018 compresi tra -0,58 per i “prodotti da vivaio” e -0,93 per i “Fiori freschi recisi”

Una veduta complessiva di come si è evoluta la situazione in Italia e Francia da 2008 al 2018 relativamente alle importazioni ed esportazioni dei “prodotti florovivaistici complessivi”, “fiori freschi recisi”, “fogliame fresco” è riscontrabile nei grafici riportati nella fig.2.

L’Italia nel 2018 è stato il terzo Paese (dopo Olanda e Belgio) da cui la Francia ha maggiormente importato, per ben 80 milioni di euro, costituite soprattutto da “piante da vivaio (26 milioni)”, “altre piante vive” (15 milioni) e “piante in vaso fiorite (15 milioni) ed è stato il secondo Paese per importanza (dopo l’Olanda) verso cui ha esportato (16 milioni). (AIPH, vol 67, pag. 44)

Figura 2 – Italia e Francia a confronto: andamenti rispettivi dell’import-export complessivo di prodotti florovivaistici, di fiori recisi e di fogliame fresco nel periodo 2010-2018





Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, Vol. 65-67, 2017-2019

2.2 Cenni sulla struttura produttiva del settore florovivaistico del Ponente ligure e sua evoluzione

Per meglio inquadrare l'evoluzione della realtà produttivo-commerciale del Distretto floricolo ligure, ripercorriamo qui brevemente le varie tappe che hanno portato all'assetto attuale.

La floricoltura, quale attività produttiva, è nata in Italia nella provincia di Imperia nella seconda metà del l'800 grazie alle particolari condizioni climatiche favorevoli, alla crisi delle produzioni agricole tradizionali e alla collocazione vicino ai mercati di sbocco del Centro-Nord-Europa le cui comunicazioni sono state rese possibili con l'inaugurazione nel 1873 della linea ferroviaria dal Ponente ligure verso Genova e la Francia.

Si trattava di una produzione invernale-primaverile svolta prevalentemente in pien'aria, costituita soprattutto da garofani, rose e fronde ornamentali. Agli inizi degli anni '60 la provincia di Imperia produceva ancora quasi l'80% del valore della produzione floricola nazionale. Tale produzione riusciva non solo a soddisfare gran parte della domanda italiana, ma alimentava un consistente flusso di esportazione verso i Paesi europei (soprattutto Germania) a cui veniva destinata la metà circa dei fiori prodotti, quantitativo che risultava pari alla quasi totalità delle esportazioni italiane di fiori recisi (ILRES, 1971).

L'espandersi della floricoltura, negli anni '50, ha richiamato un cospicuo afflusso di manodopera immigrata, soprattutto calabresi, abruzzesi e siciliani, che hanno trovato occupazione in tale settore. Ma è dalla fine degli anni '60 che, a livello internazionale inizia ad emergere con forza la maggior competitività dell'Olanda e, con la crisi petrolifera del 1973, il peso della floricoltura ligure inizia a perdere, in termini relativi, quote di mercato, sia a livello nazionale, sia internazionale, a favore di altre aree, pur aumentando il valore della produzione. L'aumento dei costi energetici spinge verso il trasferimento di alcune produzioni floricole (garofani e poi rose) dalla provincia di Imperia alle Regioni Meridionali. L'incidenza della PLV ligure in fiori recisi e piante ornamentali (escluso il vivaismo) su quella nazionale passa dal 71,2% del 1967 al 57,9% del 1971; 36,4% del 1973 e 26,9 del 1980 per poi assestarsi fino ad oggi sul 29/30%. Contemporaneamente, l'Olanda acquisisce sempre maggior peso sul mercato internazionale avvalendosi sempre più anche delle importazioni a basso costo provenienti dai Paesi emergenti quali Ecuador, Kenya, Colombia ecc. che riesce a

riesportare nei mercati di consumo unitamente alla produzione propria. In tali Paesi emergenti, sono stati gli stessi europei (Olandesi, Tedeschi, Inglesi) ad impiantare grandi coltivazioni, costituendo apposite società di capitali. Come effetti, si è avuta, nel Ponente ligure, una graduale ricomposizione dell'assetto produttivo.

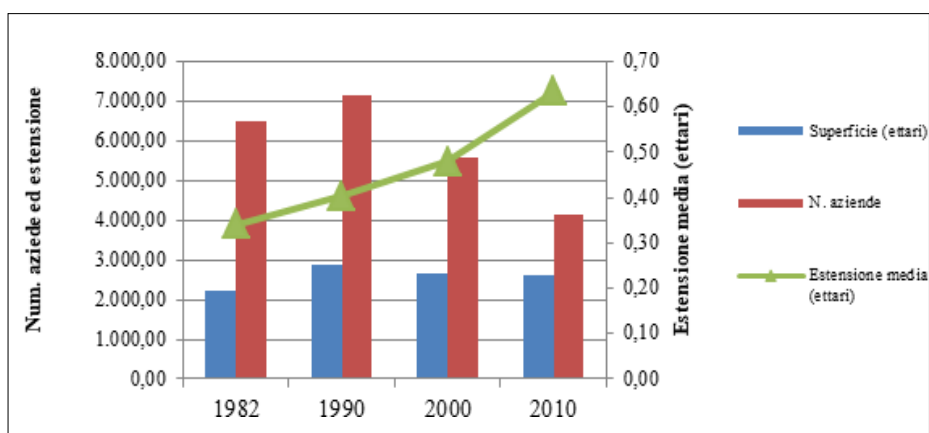
La coltura del garofano, vero protagonista della floricoltura ligure fino agli inizi degli anni '80, si è ridotta a favore delle rose, la cui superficie, in provincia, dal 1985 è divenuta superiore a quella dei garofani, trasferitisi nel Sud Italia. Si è espansa, inoltre, la cosiddetta produzione di “mazzeria”. La grande gelata del 1985 ha ulteriormente inciso su una riconversione colturale a favore delle fronde, la cui superficie, a decorrere dal 1993 supera quella dei fiori recisi. Dal 1988, all'interno delle fronde, quelle fiorite hanno superato quelle verdi (l'Asparagus sprengeri ed il plumosus hanno subito un ridimensionamento) ed hanno più che duplicato la SAU dal 1981 al 1995.

Tra le fronde verdi tradizionali, tutte in decremento, fa eccezione il ruscus. Oltre alla mimosa e ginestra, compaiono tutta una serie di altre fronde, quali viburno, pitosforo, araliacee da fronda ecc. Lo sviluppo di tali fronde ha contribuito fortemente a riportare in attivo, nel 1995, la bilancia commerciale italiana del settore florovivaistico, che era risultata negativa dal 1985 (Ronco R. 2003; Ronco R. e Cortese S. 1999.; Ronco R., 2019; Gimelli F., 2019a; Gimelli F., 2019b).

In anni più recenti, inoltre, un notevole rilievo ha assunto nella provincia di Imperia la produzione del ranuncolo clone, ranuncolo seme, anemone, papavero, strelitzia, bocca di leone oltre che delle piante grasse.

In merito alle aziende floricole operanti nel Ponente ligure i dati tratti dagli ultimi quattro Censimenti generali dell'agricoltura dell'Istat (grafico 6 e tab. 5) ben evidenziano i limiti espansivi a livello produttivo del Distretto: il dato più eclatante è una riduzione delle aziende in provincia di Imperia dal 1990 al 2010 di ben il 51% (da 6393 a 3129), mentre nel precedente trentennio non si erano avute variazioni rilevanti (N.B nel 1972 le aziende erano 6163). La superficie investita (SAU) è invece cresciuta del 64% dal 1972 al 1990 (N.B. Nel 1972 era 1568,6 ha) per poi ridursi del 29,3% dal 1990 al 2010. Di conseguenza la superficie media aziendale, pur limitata, è progressivamente aumentata in provincia di Imperia dal 1972 al 2010, passando da 0,25 ha di SAU del 1972 a 0,58 del 2010.

Grafico 6 – Evoluzione della superficie e numero aziende di fiori e piante ornamentali in Liguria



Fonte: Nostre elaborazioni su dati ISTAT – Censimenti Generali dell'Agricoltura.

La provincia di Savona, dove si è assistito ad una graduale riconversione dall'attività ortofrutticola a quella della coltivazione di piante in vaso, soprattutto margherite e piante aromatiche, ha mostrato, invece, un continuo aumento, sia del numero delle aziende, che si sono più che raddoppiate dal 1982 al 2010 (passando da 498 a 1008), sia della SAU complessiva che, nello stesso periodo, si è quasi quintuplicata. La superficie media aziendale è quindi passata dai 0,34 ha del 1982 ai 0,80 del 2010. Attualmente però, in conseguenza alla progressiva riduzione dei margini che si sta verificando, sembra emergere una nuova tendenza alla riconversione all'orticoltura.

Tabella 5 – Evoluzione per provincia delle **superfici e numero** aziende Florovivaistiche

	1982			1990			2000			2010		
	SAU (ha)	Aziende (n.)	SAU/Aziende (ha)	SAU (ha)	Aziende (n.)	SAU/Aziende (ha)	SAU (ha)	Aziende (n.)	SAU/Aziende (ha)	SAU (ha)	Aziende (n.)	SAU/Aziende (ha)
Imperia	2.039,80	6.007	0,34	2.573,40	6.393	0,40	2.139,30	4.661	0,46	1.819,70	3.129	0,58
Savona	170,4	498	0,34	300,8	730	0,41	532	957	0,56	804,9	1008	0,80
Genova	105	404	0,26	87	321	0,27	63,6	161	0,40	36,8	111	0,33
La Spezia	26,3	145	0,18	28,6	61	0,47	15,9	44	0,36	11,6	24	0,48
Liguria	2.341,50	7.054	0,33	2.989,80	7.505	0,40	2.750,80	5.823	0,47	2.673,00	4.272	0,63

Fonte: Nostre elaborazioni su dati ISTAT – Censimenti Generali dell'Agricoltura.

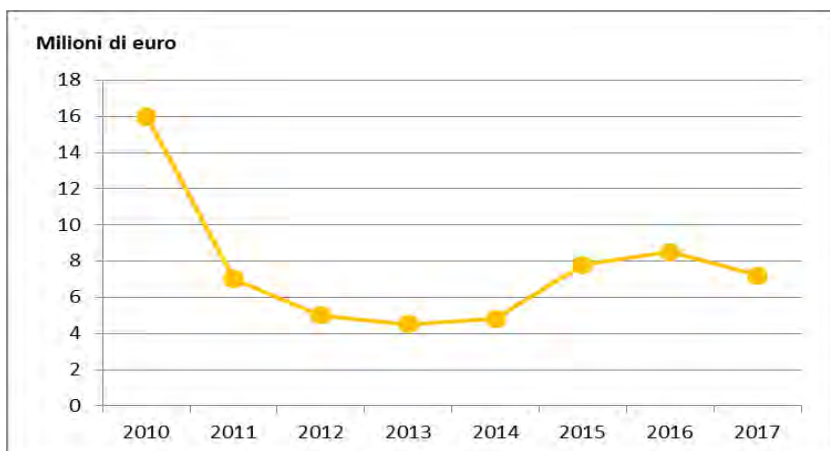
2.3 La commercializzazione dei prodotti della floricoltura del Ponente ligure

E' sul piano commerciale che la Floricoltura ligure mostra il suo vero lato debole, che a livello strutturale e in termini relativi si è accentuata con l'andar del tempo; l'intento, negli anni passati, di creare un grande mercato alla produzione, gestito da un'unica organizzazione cooperativa, l'Unione Cooperativa Floricoltori della Riviera (UCFlor), e finalizzato ad organizzare collettivamente le vendite, purtroppo, non ha sortito i risultati sperati, in parte anche a seguito delle annose vicende che hanno poi portato al fallimento di UCFlor ed alla sua liquidazione, quale ente gestore del Mercato Floricolo, nel dicembre 2012.

Se non appaiono chiare tutte le ragioni che hanno portato a tale infausto esito, più evidente, e secondo noi, non sbagliata, appare la visione che, nel 1972, aveva allora portato alla costituzione di UCFlor: pervenire ad una concentrazione dell'offerta sotto un grande mercato capace di raccogliere tutta la produzione floricola locale e ed anche il più possibile esterna, onde poter raggiungere una corrispondente massa critica in grado di attirare il maggior numero possibile di acquirenti e poter così meglio sostenere la crescente competitività interna e soprattutto estera.

Il crollo del fatturato nel periodo prefallimentare di UCFlor ed a ridosso del cambio di gestione (2010-2013) con la conseguente perdita di importanza del Mercato dei fiori di Sanremo, in termini di fatturato, è ben evidenziato nel grafico n. 7 riportato sotto.

Grafico 7 – Andamento del fatturato del Mercato dei Fiori di Sanremo



Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH 2017 e dati rilevati direttamente.

Poco incisivo e notevolmente ridimensionato, infatti, appare oggi il ruolo del Mercato dei Fiori di Sanremo, dove passa, oggi, solo una minima percentuale della produzione floricola ligure, (stimata al 2 %) quale luogo di concentrazione e ridistribuzione dell'offerta locale e quindi nella formazione del prezzo; mentre appare accentuata la tendenza dei commercianti a rivolgersi direttamente ai produttori, ed a ricorrere al Mercato dei Fiori prevalentemente per particolari necessità, o per far fronte a picchi di domanda inattesa. Attualmente, nel distretto si registrano diversi grossisti esportatori locali e alcune importanti realtà cooperative. Di queste ultime riportiamo nella figura 3 alcuni dati di sintesi di quattro realtà significative.

Figura 3 – Caratteristiche delle principali cooperative che operano nel Ponente ligure

				
Anno fondazione	1980	1979	2010	1941
Sede	Sanremo	Mercato dei Fiori Sanremo	Mercato dei Fiori Sanremo	Albenga
Numero soci	800	200	100	650
Tipo di prodotto commercializzato	Fiori, fronde, fogliame e piante in vaso	Fiori, fronde, fogliame, piante grasse, fiori e foglie trattate	Fronde	Piante aromatiche, piante fiorite, margherite e ortaggi
Mercati di Sbocco	Italia, Germania, Austria, Olanda e Giappone	Italia		Germania, Svizzera, Ungheria, Polonia e Repubblica Ceca
Acquirenti	Mercato dei Fiori Sanremo, Commercianti, Esportatori, Propri punti vendita	Commercianti, Esportatori, Dettaglianti locali		Supermercati, GdO, garden centre
Fatturato	21 milioni di euro	8 milioni di euro		17,5 milioni di euro, di cui solo 7,5 milioni da settore fiori

Fonte: Siti web delle cooperative e nostre elaborazioni.



Dall'insediamento della nuova gestione, purtroppo confinata nell'ambito di una partecipata del Comune di Sanremo, l'AMAIE, si sta assistendo nell'ultimo quadriennio ad una leggera ripresa del fatturato (già evidenziato nel precedente grafico 7), anche se, come si può notare dalla tabella 6, sottostante, il confronto col giro d'affari delle realtà commerciali olandesi (FloraHolland), tedesca (Landgard) ed inglesi (New Covent Garden), per citare le più importanti, ne mostra l'irrilevanza sul piano internazionale; la perdita d'importanza relativa si evidenzia anche nei confronti del principale mercato dell'area del VAR, la SICA-MAF che mostra un giro d'affari ben maggiore di quello di Sanremo ed un più adeguato sistema di vendita, come evidenziato nella figura 4 che riporta alcuni elementi di raffronto del Mercato dei fiori di Sanremo con quello della vicina Costa azzurra (SICA-MAF) a Hyères.

Tabella 6 – Confronto tra il fatturato di alcuni principali mercati all'ingrosso europei* di piante e fiori e i due Mercati transfrontalieri di Hyères e Sanremo** (v. a. - milioni di euro)

Mercati di commercializzazione	Paese	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
FloraHolland	NL	4.064	4.074	3.861	4.130	4.160	4.400	4.350	4.537	4.465	4.633	4.687
Veiling RheinMaas	DE	-	-	-	250	282	319	316	335	350	364	364
Landgard	DE	883	913	1.078	1.145	1.337	1.314	1.216	1.170	1.139	1.181	1.228
New Covent Garden (Flower market)	GB	76	67	n.d.	56	54	55	54	63	77	67	n.d.
SICA Marche aux Fleurs, Hyeres	FR	n.d.	n.d.	n.d.	35	30	n.d.	30	24	n.d.	n.d.	n.d.
Mercato dei fiori di Sanremo	IT	n.d.	n.d.	n.d.	16	7	5	4,5	4,8	7,8	8,5	7,2

Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH 2018 (*) e dati rilevati direttamente (**).

Figura 4 – Confronto caratteristiche dei mercati alla produzione dell'area transfrontaliera

		
Anno fondazione	1922	1986
Forma giuridica	Pubblico	Privato
Importanza	1° mercato dei fiori in Italia 2° mercato del Mediterraneo	1° mercato dei fiori in Francia 1° mercato del Mediterraneo 4° mercato in Europa
Numero produttori che vi si rivolgono	380	400
Numero commercianti che vi si rivolgono	150	300
E-commerce	In fase sperimentale	
Sistemi di vendita	Asta – Deposito – Plateatico	Asta e Asta telematica
Fatturato	7,5 milioni di euro	29 milioni di euro
Sito Internet	Semplice, Grafica Obsoleta, Ricco di informazioni	Semplice, Multimediale, Link dei principali partner, Relativamente poche informazioni

Fonte: Siti web dei mercati e nostre elaborazioni.

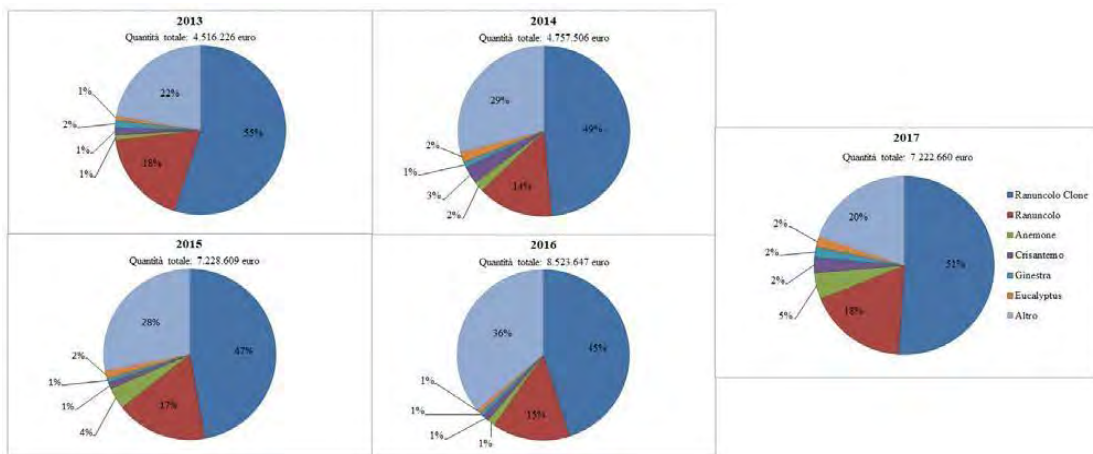
2.3.1 Focus sul Mercato dei Fiori di Sanremo²:

Riportiamo qui un approfondimento specifico che abbiamo condotto sul Mercato dei Fiori di Sanremo relativamente all'attività del primo quinquennio della nuova gestione, ovvero dal 2013 a tutto il 2017, inaugurato dalla direzione AMAIE, succeduta a UCFLOR. I dati qui di seguito presentati sono stati tutti acquisiti, mediante apposita scheda di rilevazione presso il Mercato stesso. Nei paragrafi che seguono riportiamo pertanto i tratti salienti che caratterizzano l'assetto attuale del Mercato dei fiori di Sanremo con riferimento alla tipologia di conferitori, ai principali prodotti commercializzati, ai sistemi di vendita, ai mercati di sbocco e relative tendenze.

2.3.1.1 La produzione commercializzata

La figura 5 evidenzia i volumi commercializzati per tipologia di fiore e relativo peso percentuale per ogni singolo anno considerato.

Figura 5 –Quantità commercializzate annualmente sul Mercato dei Fiori di Sanremo distinte per tipologia di prodotto dal 2013 al 2017



Fonte: Nostre elaborazioni su dati rilevati ad hoc presso il Mercato dei Fiori di Sanremo (2013-2017).

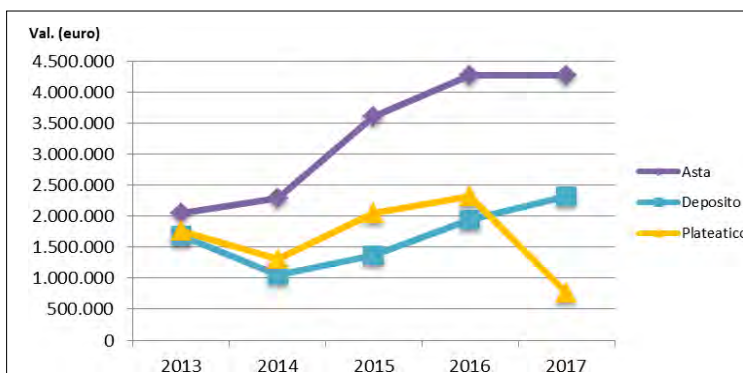
Come si vede, fra i prodotti enucleati, le specie di fiori maggiormente commercializzati dal Mercato dei Fiori di Sanremo, nell'ultimo quinquennio, sono indubbiamente i ranuncoli, con una netta prevalenza della varietà da clone che costituisce oggi il prodotto di punta della floricoltura ligure e da sola rappresenta, pur con qualche oscillazione, mediamente circa il 50% dei prodotti compravenduti attraverso il Mercato nel periodo; cui si aggiungono i ranuncoli da seme con oltre il 15-16%.

² Si ringrazia vivamente la Direzione del Mercato dei Fiori di Sanremo che ci ha gentilmente fornito i dati interni del Mercato da cui sono state ricavate le elaborazioni qui presentate

2.3.1.2 Le tipologie di vendita e categorie di acquirenti e conferitori

Delle tre *tipologie di vendita attuate in seno al Mercato di Sanremo* (grafico 7), quello della vendita all'*asta*, pur con alcuni limiti che ancora lo caratterizzano, rappresenta il principale fattore del graduale recupero registrato dal Mercato dal 2013 in poi; infatti, esso esprime, in valore economico, senza dubbio, la porzione di gran lunga più rilevante dei volumi di vendite realizzati, registrando un trend in crescita continua dal 2013 al 2014, salvo una lieve flessione, nel 2017.

Grafico 7 – Andamento del volume d'affari per sistema di vendita presso il Mercato dei Fiori di Sanremo



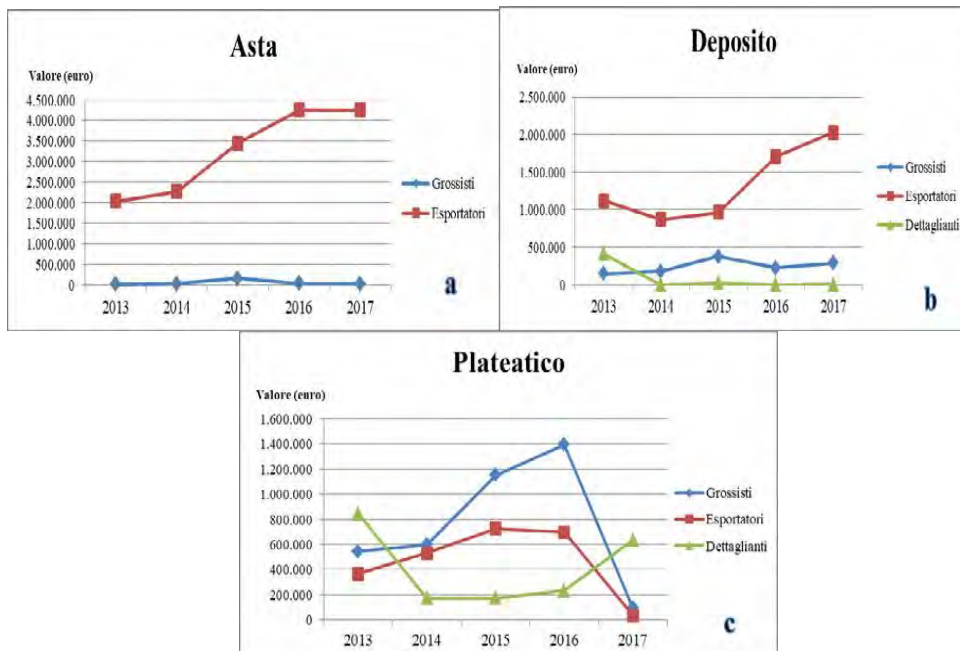
Fonte: Nostre elaborazioni su dati rilevati ad hoc presso il Mercato dei Fiori di Sanremo (2013-2017).

Il sistema al *deposito*, pur con livelli ben inferiori nel valore degli scambi, denota, dopo il crollo del 2014, anch'esso una tendenza significativa alla crescita.

Diversa appare la situazione relativa al più tradizionale sistema di vendita diretta, il cosiddetto *plateatico*, che mostra una certa volatilità, infatti, dopo una leggera riduzione del valore commercializzato nel 2014 ed una ripresa nel biennio successivo, nel 2017 ha registrato un netto crollo. Questa netta riduzione del valore commercializzato fa ipotizzare un suo forse definitivo superamento in futuro.

Una ulteriore conferma di quanto esposto, emerge anche dall'analisi del *comportamento delle diverse categorie di acquirenti* nei confronti dei tre sistemi di vendita attivi presso il Mercato dei Fiori di Sanremo (vedasi il grafico 8 (a-b-c) concernente gli acquisti per tipologia di vendita). Dagli andamenti in termini di valore economico degli acquisti effettuati, risalta come gli *esportatori* che si rivolgono al Mercato, oramai, prediligano nettamente il ricorso all'*asta*, seguito dal canale del deposito, con un andamento che, rispetto al 2013, ha visto raddoppiare il valore degli scambi per entrambi, pur con le debite proporzioni; mentre risultano aver quasi completamente abbandonato il ricorso al plateatico.

Grafico 8 (a-b-c) – Tipologia di acquirenti per i diversi sistemi di vendita sul Mercato dei Fiori di Sanremo: andamenti degli acquisti in valore

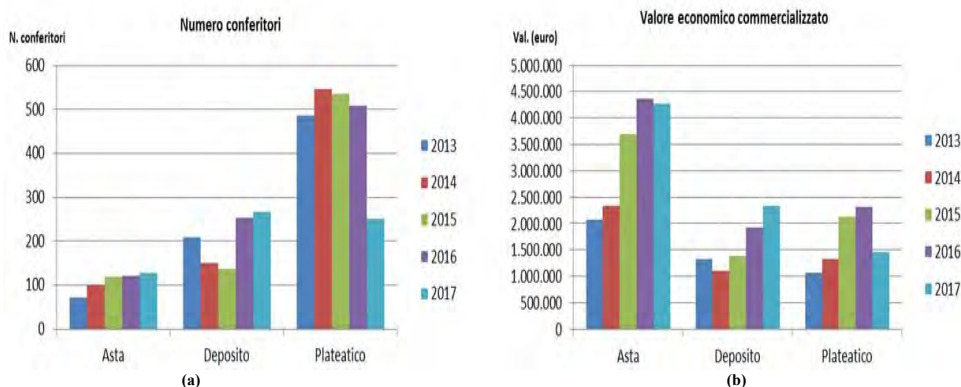


Fonte: Nostre elaborazioni su dati rilevati ad hoc presso il Mercato dei Fiori di Sanremo (2013-2017).

Anche i *grossisti*, che dal 2013 al 2016 risultavano rifornirsi principalmente attraverso il *plateatico*, nel 2017 hanno quasi completamente abbandonato questo canale a vantaggio degli acquisti di prodotti floricoli detenuti *a deposito* presso il Mercato. In parte, ne troviamo la spiegazione osservando il grafico successivo, grafico 9 (a-b), dove si nota come si sia letteralmente dimezzato rispetto agli anni precedenti il numero di produttori che nel 2017 si è presentato sul *plateatico* per vendere direttamente il proprio prodotto; questo ha probabilmente ridotto di conseguenza le quantità e le varietà disponibili su tale canale, rendendolo, pertanto, ancor meno interessante per i compratori più importanti. Probabilmente, infatti, è soprattutto per i *dettaglianti locali*, che il sistema di vendita all'araba sembra continuare a rappresentare un canale di acquisto interessante dei prodotti floricoli, vista l'impennata del 2017 già evidenziata nel precedente grafico 8-c. Naturalmente, è da considerare che sulle variazioni intervenute relativamente al 2017, potrebbero aver influito fattori contingenti legati ai prezzi ed alle richieste relativi a certi particolari prodotti che possono aver costretto i dettaglianti a ricercare maggiormente sul *plateatico* alcuni prodotti di cui necessitavano.

Se osserviamo, invece, *come si distribuiscono i conferitori* rispetto alle tre tipologie di vendita in seno al mercato (grafico 9), notiamo come il numero di coloro che si sono rivolti al sistema di vendita all'asta, appare il più ridotto, ma ad esso fa da contrappeso il valore economico del commercializzato, che come abbiamo visto è in assoluto il più elevato; in ogni caso la tendenza è in crescita per entrambi.

Grafico 9 (a-b) – Numero dei conferitori rispetto alle tipologie di vendita presenti sul mercato e confronto con il relativo andamento in valore economico commercializzato per tipologia di vendita (asta – deposito – plateatico)



Fonte: Nostre elaborazioni su dati rilevati ad hoc presso il Mercato dei Fiori di Sanremo (2013-2017).

La numerosità dei conferitori (grafico 9-a) che lascia il prodotto in deposito presso il mercato, affinché sia venduto, auspicabilmente, al miglior prezzo al momento giusto, denota una certa variabilità nel periodo, infatti, si registra una progressiva riduzione nei primi tre anni considerati, ma una buona ripresa nell'ultimo biennio; confrontato con il valore economico (grafico 9-b) dei prodotti commercializzati attraverso il deposito, dopo una leggera riduzione nel 2014, mostra un trend positivo. Segno che il Mercato di Sanremo intende continuare ad investire su questa modalità di commercializzazione.

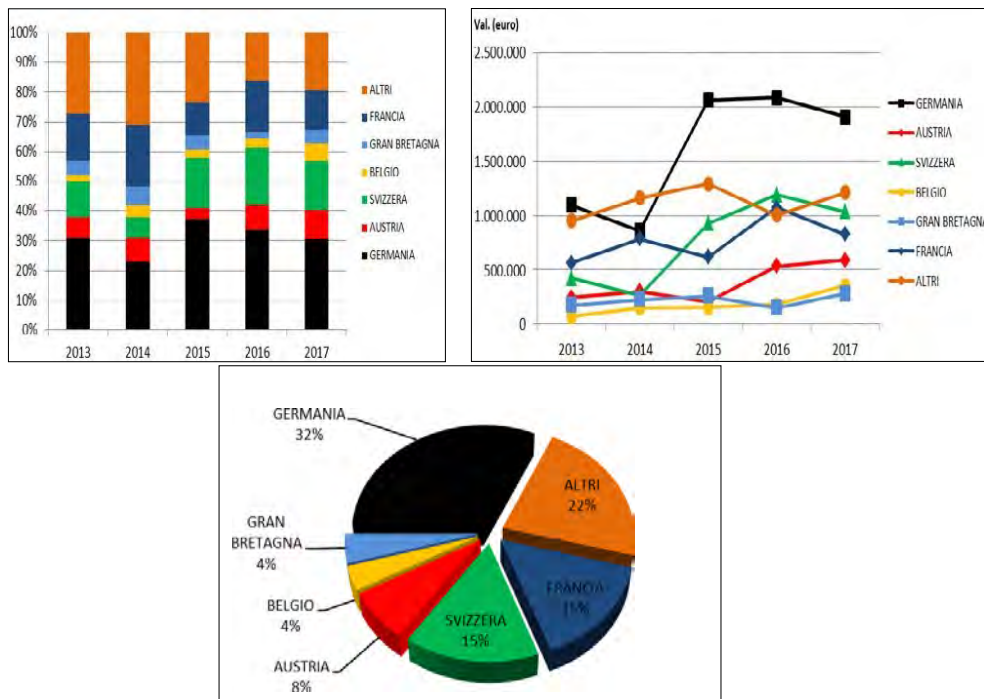
Al grande numero dei conferitori che si rivolgono al plateatico, invece, non corrisponde in proporzione il valore economico commercializzato e comunque nel 2017, risultano fortemente in calo entrambi, come già osservato.

2.3.1.3 I principali Paesi di destinazione dei prodotti commercializzati

Se, in conclusione, la ripresa dei livelli di commercializzazione del Mercato dei fiori di Sanremo, dopo il tracollo del 2012, sembra, soprattutto, dovuto *al sistema di vendita all'Asta*, - pur se, a nostro avviso, ancora inadeguata (solo tre giorni settimanali di apertura e impossibilità di acquisto da remoto) - e alla *commercializzazione del ranuncolo clone e da seme*, prodotti che rappresentano, mediamente poco meno dei due terzi delle vendite all'asta di questo Mercato, la destinazione finale dei prodotti commercializzati tramite il Mercato dei fiori di Sanremo, non mostra sorprese rispetto a quelli che sono i tradizionali mercati di sbocco della produzione floricola Ligure.

Si confermano, infatti, come *principali mercati di destinazione per i prodotti floricoli* che transitano attraverso il Mercato dei Fiori di Sanremo, la Germania, la Svizzera e la Francia (Grafico 10).

Grafico 10 (a-b-c) – Principali mercati di destinazione dei prodotti commercializzati nel MFS: quote percentuali paesi di destinazione, andamenti (valori assoluti) anni 2013- 17 e media quinquennale



Fonte: Nostre elaborazioni su dati rilevati ad hoc presso il Mercato dei Fiori di Sanremo (2013-2017).

Il mercato tedesco e svizzero dopo una riduzione, sia in termini percentuali che in valore verificatasi nel 2014, sembrano in progressiva crescita, con eccezione del 2017. Al contrario il mercato francese ha registrato due picchi, sia in termini percentuali che in valore, nel 2014 e nel 2016; considerato che tale Paese è un importatore netto di prodotti florovivaistici una particolare attenzione dovrebbe essere rivolta a migliorare e stabilizzare l’interscambio, anche attraverso possibili accordi con il mercato di Hyères; a tale scopo può essere utile il percorso avviato con il progetto Interreg FLORE 3.0, volto a valutare la possibilità di attivare un partenariato tra i due Mercati transfrontalieri.

Altri mercati di sbocco, di minor peso, per i prodotti del Mercato di Sanremo sono l’Austria, il Belgio e la Gran Bretagna in leggera ripresa negli ultimi anni.

2.4 I principali canali di approvvigionamento di fiori e piante in vaso nei diversi Paesi europei

Le abitudini dei consumatori in quanto a canali di approvvigionamento dei fiori recisi e delle piante in vaso stanno cambiando.

2.4.1 Principali fonti di acquisto dei fiori recisi nei Paesi europei

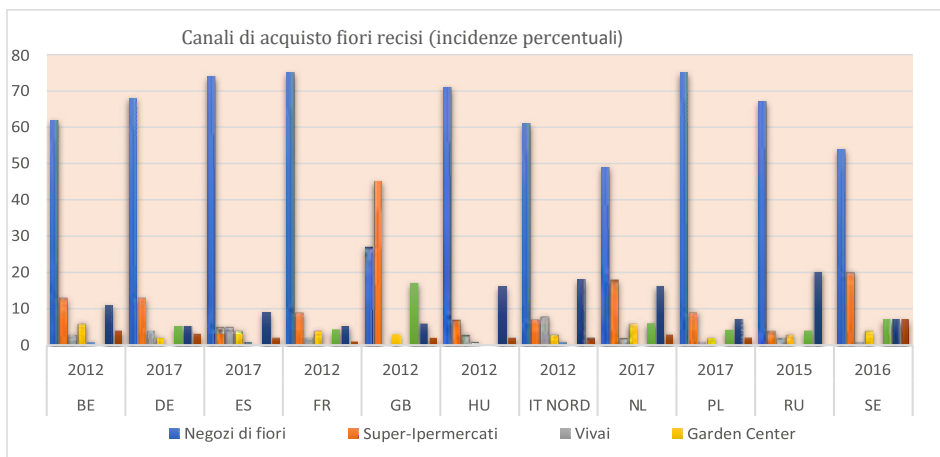
Se, come si può osservare dal grafico 11, il principale canale di approvvigionamento, ad oggi, resta ancora quello tradizionale dei negozi di fiori, attraverso i quali passa ancora oltre il 60% dell'acquisto di fiori recisi da parte dei consumatori di quasi tutti i Paesi considerati, con punte che superano il 70% in Ungheria, Spagna e Polonia, eclatante appare il dato della Gran Bretagna, dove, invece, il maggior approvvigionamento avviene tramite Super-ipermercati (45%), riservando ai negozi di fiori il secondo posto con appena il 27% del totale.

Il canale generalista dei super-ipermercati si va, comunque, sempre più affermando specie nei Paesi del Nord Europa dove, in Svezia (20%), Olanda (18%), Belgio (13%) e Germania (13%), rappresenta ormai la seconda fonte di approvvigionamento dei consumatori.

L'altro interessante segnale di cambiamento emerge anche dal crescente sviluppo dell'acquisto di fiori recisi via Internet, che ha già raggiunto percentuali significative in Gran Bretagna (17%), Svezia (7%), Olanda (16%) e Germania (5%).

Chioschi ed ambulanti mantengono ancora una certa importanza soprattutto in Russia (20%), Nord Italia (18%), Ungheria (16%), Olanda (16%) e Belgio (11%).

Grafico 11 - Principali canali di acquisto dei prodotti florovivaistici a livello europeo



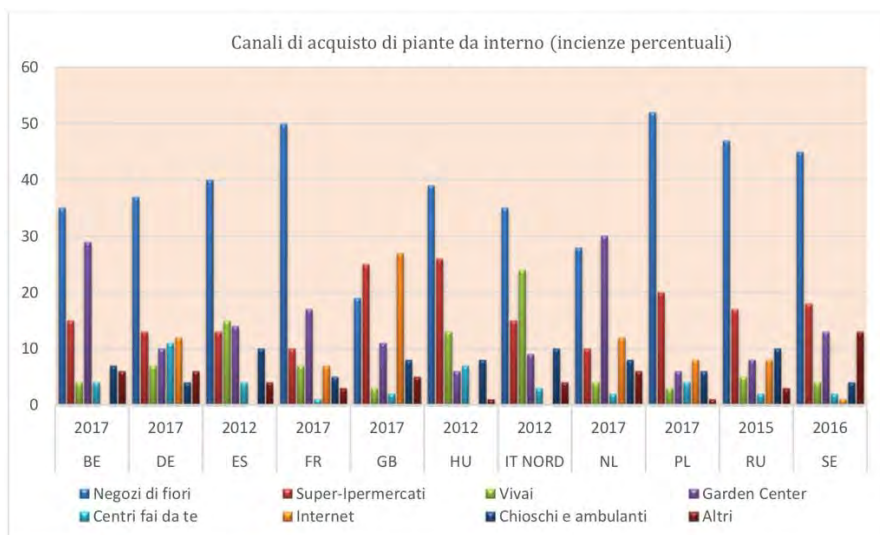
Fonte: Nostre elaborazioni su dati Flora Holland riportati da AIPH, vol.67

2.4.2 Principali fonti di acquisto delle piante in vaso da interno nei Paesi europei

Per le piante in vaso, si nota, invece, una maggior tenuta dei più importanti canali specializzati (negozi di fiori, vivai e garden) che si contendono il primo e il secondo posto nella maggior parte dei Paesi considerati. In particolare, per paesi come la Polonia, Francia, la Svezia, la Spagna, l'Ungheria con pesi, rispettivamente del 52%, 50%, 47% 40% e 39% il principale canale di acquisto è il negozio di fiori, seguito da garden centers e vivai. In Olanda, Italia, Spagna e Belgio la situazione è ribaltata con il principale canale di acquisto di piante in vaso costituito da vivai e/o garden centre, seguiti dai negozi di fiori.

In terza posizione troviamo gli acquisti di piante in vaso presso i super-ipermercati che hanno una certa rilevanza in quasi tutti i Paesi considerati cui segue per importanza l'acquisto presso chioschi ed ambulanti (Grafico 12).

Grafico 12 – Principali canali di approvvigionamento di piante in vaso dei consumatori finali (come % di spesa dei consumatori con età compresa tra 18 e 65 anni).



Fonte: Nostre elaborazioni su dati Flora Holland riportati da AIPH, vol.67

Il Regno Unito si discosta dagli altri Paesi, oltre che, come abbiamo visto per i fiori recisi, anche per gli acquisti delle piante in vaso, in quanto vede al primo posto gli acquisti via Internet con il 27%, seguito da vivai e garden (14%), super-ipermercati (25%) e fioristi (19%).

Il fenomeno degli acquisti via Internet per le piante in vaso appare assumere un certo rilievo in Olanda (12%), Germania (12%), Polonia (8%), Russia (8%) e Francia (7%). I garden centre appaiono come i canali di distribuzione oggi più minacciati dalle vendite on-line: infatti, in Gran Bretagna, Francia, Germania e Olanda, sono quelli che hanno già registrato la maggiore perdita di quote di mercato con l'introduzione delle vendite via web.

Considerato che gli acquisti via Internet sono destinati ad intensificarsi nel prossimo futuro, sempre più strategico appare, da parte degli operatori del settore, mettere in atto nuove strategie di web marketing per sfruttare appieno questo canale emergente.

2.5 I fattori di successo dell'organizzazione olandese

Dall'analisi fatta è emerso il ruolo dominante dell'Olanda nel mercato florovivaistico nazionale, in cui ha, come abbiamo visto, continuato ad accrescere le sue posizioni di mercato. Riteniamo quindi utile riflettere cercando di individuare gli elementi che hanno determinato tale suo incredibile successo onde individuare possibili strategie da imitare, o contromisure da adottare per lo sviluppo della floricoltura del Ponente ligure.

Tali elementi riteniamo siano i seguenti:

a) lo sviluppo di associazioni cooperative basate sulla vendita all'asta

Il successo dell'Olanda in campo floricolo parte da lontano ed è strettamente legato allo sviluppo e diffusione delle associazioni cooperative basate sulla vendita all'asta.

Nei Paesi Bassi a livello aziendale è prevalsa la coltivazione specializzata di uno solo o pochi prodotti floricoli, a differenza dell'azienda florovivaistica italiana dove a livello aziendale si ha una produzione floreale molto più ricca sul piano varietale. La necessità di commercializzare una quantità ingente di una sola tipologia di prodotto ha reso opportuno, in tale Paese, anche ai fini di una migliore gestione logistica, la costituzione di associazioni cooperative, che si sono ben presto organizzate in funzione della vendita all'asta dove poteva essere concentrata, quindi, una notevole quantità di prodotti floricoli. Ciò è stato ulteriormente rafforzato da una legge del 1946, rimasta in vigore fino al 1966, anno in cui l'Olanda ha aderito alla CEE, che rendeva addirittura obbligatorio, per produttori, il conferimento di tutta la produzione alle cooperative di commercializzazione, permettendo così ai soci di dedicarsi esclusivamente alla specializzazione produttiva.

b) le rilevanti economie di scala generate dai volumi commercializzati nelle aste

La concentrazione, inoltre, di un volume talmente elevato e variegato di prodotti floricoli standardizzati nelle aste, ha consentito di attrarre un gran numero di acquirenti e, nel contempo, di abbassare i costi di intermediazione commerciale, date le notevoli economie di scala connesse al volume di merce commercializzata (da notare che le aste si sono via via ridotte e concentrate nel tempo per governare meglio l'intera offerta), permettendo di praticare prezzi competitivi con margini adeguati.

c) la crescente commercializzazione di merce importata nelle aste olandesi

Dalla fine degli anni '70, le aste dei fiori olandesi hanno cominciato a commercializzare anche merci di provenienza esterna, ed i maggiori importatori sono diventati "soci non produttori" delle cooperative di vendita (aste), alla pari dei soci produttori, prendendo parte attiva alle decisioni delle cooperative stesse. La direzione delle aste ha, pertanto, sviluppato precisi programmi di importazione per i singoli soci, con specificazione delle quantità, varietà ed origine, ed una disciplina di conferimento obbligatoria per gli importatori operanti all'interno delle aste, con estensione alle produzioni di importazione delle stesse regole vigenti per le produzioni interne. Si è così trasformata la "natura" delle cooperative stesse, che da agricole sono diventate miste, se pur con prevalente interesse agricolo. Ciò ha avuto riflessi importanti per lo sviluppo successivo delle aste quali centrali di vendita, consentendo loro di raggiungere le attuali dimensioni (Veneto Agricoltura-Università degli Studi di Padova, pg. 51).

d) l'integrazione tra attività di ricerca, divulgazione e promozione

Al successo dell'Olanda ha contribuito notevolmente anche l'integrazione tra attività di ricerca, divulgazione e promozione che ha consentito una accurata programmazione dell'offerta in funzione delle esigenze della domanda.

Come supporto alla attività logistica hanno svolto azioni mirate di promozione l'Ufficio Olandese dei Fiori (Bloemen Bureau Holland) per i fiori recisi, l'International Flower Bulb Centre (IFBC) per i bulbi e la Plant Promotion Holland (PPH) per le piante, in rappresentanza delle associazioni dei produttori ed esportatori olandesi con uffici sparsi in vari Paesi del mondo. Organizzazione successivamente rivoluzionata cogliendo le opportunità offerte dalle tecnologie digitali.

e) la specializzazione produttiva

Come già accennato in precedenza, la delega alle cooperative delle attività commerciali e la programmazione della produzione attuata col supporto anche dell'attività di ricerca, divulgazione e promozione, ha consentito ai floricoltori olandesi di prestare maggiore attenzione agli aspetti produttivi specializzandosi in una sola o poche colture con aziende molto più grandi di quelle italiane e francesi ed una molto più elevata produttività ad ettaro.

Come si può osservare dalla tabella 7, l'Italia su una superficie quasi doppia, produce meno della metà della PLV dell'Olanda in "fiori e piante ornamentali", mentre la Francia, su una superficie poco maggiore della metà di quella italiana produce quasi lo stesso ammontare.

La superficie media aziendale di Italia e Francia è eguale (ha 0,9), ma la PLV media aziendale dell'Italia è 79.827 euro contro 138.789 della Francia mentre quella dell'Olanda, però su una superficie media aziendale più che doppia (ha 2,14) è di 799.233 euro, con una PLV media ad ha che è più che doppia di quella della Francia è quasi quattro volte quella dell'Italia.

Tabella 7 – Numero Aziende, Superficie, PLV ed alcuni indici strutturali del comparto "Fiori e piante ornamentali" a confronto tra Olanda, Italia e Francia³

Paesi	Numero aziende (*)	Superficie (ha) (**)	PLV (milioni di euro) (***)	Sup/Az.	PLV/Sup	PLV/Az.
Olanda	3.130	6.700	2.439	2,14	364.030	779.233
Italia	14.093	12.724	1.125	0,90	88.416	79.827
Francia	7.234	6.510	1.004	0,90	154.224	138.789

Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH, 2018.

f) processi di fusione e concentrazione: la nascita di *FloraHolland*

Data l'importanza di un'azione unitaria per governare il mercato si è passati in Olanda da forme di collaborazione ad una vera e propria fusione, nel 2008, tra le società cooperative olandesi (Aalsmeer e Westland) dando vita a *FloraHolland*. Non solo, ma nel 2011 *FloraHolland* ha costituito una società mista con la cooperativa dei produttori tedesca NBV UGA costituendo la *RheinMass* al cui interno vi è una partecipata di *Langard* (cooperativa tedesca col maggiore giro d'affari). Si può osservare,

³ La voce "Fiori e piante ornamentali" include fiori recisi, foglie recise, piante in vaso, piante dormienti, perenni; sono esclusi i bulbi fioriti e le piante da vivaio. Si fa presente che il numero di aziende dell'Olanda si riferisce al 2017, mentre quelli di Francia ed Italia al 2010. Le superfici di Olanda e Francia sono relative al 2017 mentre quelle dell'Italia del 2010. La PLV di Olanda, Italia e Francia si riferiscono al 2016.

nella tabella 8 che presenta il giro d'affari di fiori e piante dei principali mercati all'ingrosso a livello mondiale, la rilevanza delle 3 cooperative nominate.

Considerando poi che la Germania è il maggior paese importatore in campo floricolo mentre l'Olanda il maggiore esportatore si comprende l'importanza di tali operazioni in termini di acquisizione di potere per dominare il mercato.

Tabella 8 -Giro d'affari di fiori e piante dei principali Mercati all'ingrosso mondiali (in milioni di euro)

Denominazione	Paese	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	
Royal Flora Holland	NL	4648	4687	4633	4465	4537	4350	4400	4160	4130	3861	4074	4064	Turnover fiori e piante
Landgard	DE	1254	1228	1181	1139	1170	1216	1314	1337	1145	1078	913	884	
Veiling RheinMaas	DE	348	364	364	350	335	316	319	282	250				
OTARoriculture Auction	JP					198	300		246	226	201	174	180	
Faj Flower Auction Japan	JP					165	207		207	220				
Veiling Hblambra, Sao Paolo	BR					170	163	160	148	137		78	67	
Nariva Flower Auction, Osaka	JP					144	130	130						
Plantion	NL	99	102	100	92	88	88	101	115	105	95	96	92	
Kunming International Flower Auction	CN					160	46							
Auctnet Flower Auction, Japan	JP				55	52								
SS Flora Koop Istanbul	TR					42	42		42	30	29			
Taipei Flower Auctions	TW					68	42		42	40		34	37	Commercio di fiori
NewCovent Garden (Flower Market)*	GB	66	50	67	77	63	54	55	54	56		67	76	
LFG United Flower Growers, Burnaby	CA					36	35		35	24				
Eurovelin Brussels	BE					32	32		27	31				
SICAMarché aux Fleurs, Hyères	FR					24	30		30	35				
Multiflora Johannesburg	ZA					30	21		19	18				
Ontario Flower Growers	CA				15	15	15		15	14				
United Flower Auction	NZ					20	15		10	10				
Mercato dei fiori di Sanremo	IT		7,2 (**)	8,5 (**)	7,8 (**)	4,8 (**)	4,5 (**)	5	7	16				
Flora Max	NZ					10	6		11	11				
Il Contadino Marsala	IT					5	5		5	5				
Dunan Flower Market, Kunming	CN								400	380				

FONTE: AIPH2018, a sua volta tratto da Flora Culture International, May 2015, Royal Flora Holland, Landgard, Veiling Rhein Maas

(*) Periodo di riferimento: dal mese di aprile al mese di marzo dell' anno successivo.

(**) Fonte diretta Mercatodei fiori di Sanremo.

f) l'adattamento organizzativo e logistico-commerciale di FloraHolland alle opportunità offerte dalle nuove tecnologie digitali

La capacità da parte di FloraHolland di adattare la sua organizzazione logistico-commerciale cogliendo le opportunità offerte dalle nuove tecnologie digitali, porta:

- a far sì che la vendita all'asta non richieda più la presenza fisica dell'acquirente nella sala d'asta, ma possa avvenire anche da remoto;
- ad aggregare tutta una serie di aziende specializzate (come soci o semplicemente come fornitori), in grado di offrire complessivamente una vasta gamma di prodotti che vengono catalogati e possono essere *acquistati direttamente on-line (per il suo tramite) e consegnati entro massimo 72 ore agli acquirenti (dettaglianti, garden ecc.) situati in ogni dove, anche per piccole quantità*. Con questo sistema è possibile ridurre ulteriormente i costi commerciali, in quanto la merce può andare in gran parte direttamente a destino, senza dover necessariamente affluire prima alla struttura fisica del mercato all'asta.

La tabella 9 mostra come, per effetto dell'incremento delle vendite on-line, pur crescendo il giro d'affari di FloraHolland, passato da 4130 milioni di euro del 2010 a 4687 del 2017 (+13,5%), le vendite all'asta (che sono sempre state la componente centrale dell'organizzazione olandese e ne rimangono una componente importante) si sono ridotte, ed il loro peso sul totale è passato da un'incidenza del 60% del 2010 al 44% del 2017 a favore delle vendite dirette (+61,3%) la cui incidenza è salita dal 40 al 56%. Tale tendenza si è ulteriormente ampliata nel 2018 portando le vendite dirette ad incidere per ben il 57,7% sul giro d'affari totale di FloraHolland a scapito delle vendite via click (57,7%).

Tabella 9: Giro d'affari di Royal FloraHolland rispetto ai sistemi di vendita e tipologia di prodotto (v.a. e confronto 2017 e 2018 su 2010)

Voci Anno	Anno 2010	Percent	Anno 2017	Percent.	Var.%	Anno 2018	Percent.	Var.%
					2017/2010			2018/2010
Fiori recisi	2330	56,4	2738	58,4	17,5	2554	54,9	9,6
Piante da interno	1445	35,0	1554	33,2	7,5	1676	36,1	16,0
Piante da giardino	355	8,6	395	8,4	11,3	418	9,0	17,7
Totale	4130	100,0	4687	100,0	13,5	4648	100,0	12,5
Vendita via asta	2495	60,4	2050	43,7	-17,8	1964	42,3	-21,3
Vendite dirette	1635	39,6	2637	56,3	61,3	2684	57,7	64,2
Totale	4130	100,0	4687	100,0	13,5	4648	100,0	12,5

Fonte: Nostre elaborazioni su dati AIPH – Unionfleurs vol. 65 – 67

Via via, FloraHolland, con l'utilizzo delle nuove tecnologie informatiche ha abbandonato la precedente struttura organizzativa basata sull'ufficio olandese dei fiori, l'International Flower Bulb Centre e Plant Promotion Holland (con motivati licenziamenti) ed ha implementato il suo sistema logistico attuando un sistema su base digitale che comprende:

- Floriday: una piattaforma che collega gli agricoltori con una serie di varietà di canali commerciali, offrendo infrastrutture digitali che facilitano il trading. E' una piattaforma accessibile ai produttori, dove c'è spazio anche per i fornitori di servizi pertinenti;
- Floramondo: permette, dalla propria postazione di lavoro, di avere sempre una panoramica aggiornata della fornitura dell'asta e di fare acquisti su piccola scala on-line tramite prevendita all'asta e scambi diretti. Serve per acquistare ma anche per diventare fornitori di Flora Holland
- Floraxchange: è una piattaforma destinata principalmente agli acquirenti e ai coltivatori nel settore delle piante ornamentali.

Per rendere poi ancor più efficiente il sistema logistico di cui sopra, attualmente Royal Flora Holland sta acquisendo una compartecipazione al 50% in *Blueroots* con la quale inizia una joint-venture per rendere ancora più competitiva la floricoltura olandese. "In questo modo l'intera offerta viene collegata ai sistemi ERP delle imprese commerciali partecipanti via *Blueroots*, per cui queste affiliandosi sono in grado di acquistare forniture direttamente e velocemente. Questo modello rende possibili ulteriori scambi di dati per cui ogni operatore della filiera può migliorare la sua attività. Con tali innovazioni si incrementano ulteriormente le opportunità di vendita da parte dei floricoltori via *Floriday* che sapranno esattamente dove i loro prodotti sono venduti". (Royal FloraHolland, *Blueroots* and Royal FloraHolland to move forward together in digitization sector, <https://royalfloraholland.com/eu/nieuw-20198/blueroots-and-royal-floraholland-to-move-forward-together-in-digitization-sector>)

Un floricoltore, oggi, può decidere di diventare fornitore di Royal FloraHolland o socio conferente l'intera sua produzione. In quest'ultimo caso, oltre ad avere tutti i diritti connessi alla qualità di socio di tale cooperativa, ha accesso a tutta una serie di servizi logistici ed informazioni di mercato che possono essere acquisiti semplicemente con una apposita *app* dal proprio cellulare.

Una piattaforma telematica digitale che metta a colloquio e interconnetta tutti gli attori della filiera florovivaistica ed i relativi mezzi/merci in movimento diventa un requisito fondamentale oltre che per abbassare i costi distributivi, per garantire una migliore qualità e varietà dei prodotti floricoli messi a disposizione del consumatore finale.

2.6 Alcuni effetti

Le dinamiche di mercato evidenziate mostrano una sempre più spiccata tendenza all'accorciamento della filiera e ciò comporta delle ricadute sui ruoli e funzioni degli operatori. Tra queste, l'aspetto più rilevante, riguarda il ruolo redistributivo dei grossisti e, in particolare dei grossisti-importatori nei mercati di sbocco al consumo che tenderà a perdere rilevanza in quanto bypassato da realtà associative (quali in particolare Royal Flora Holland) che veicolano il prodotto dei soci direttamente ai dettaglianti. Si è rafforzata la figura delle aziende di medie-grandi dimensioni che accentrano il prodotto dei più piccoli per poi rivolgersi direttamente al dettaglio (garden center, super-ipermercati, centri di bricolage) (MIPAAF, 2010, pp.12-13). In alcune realtà, come Gran Bretagna, ma anche in parte in Olanda, Francia e Germania, come abbiamo già indicato in precedenza, va affermandosi sempre più l'acquisto via Internet direttamente da parte del consumatore finale nei confronti del produttore o nei confronti di strutture quali eBay, Amazon e Alibaba tagliando fuori dai giochi le tradizionali figure intermedie.

2.7 Le scelte del mercato di Hyères e del Ponente ligure nel progetto Interreg-Maritime “Flore 3.0”

Il mercato di Hyères (SICA-MAF), primo mercato di Francia per i prodotti floricoli, sta cercando di implementare il giro d'affari sull'esempio dell'Olanda, non solo mediante la raccolta e concentrazione di quasi tutta la produzione dell'area di riferimento, il Sud della Francia, l'impostazione di regole chiare e stringenti per conferitori ed acquirenti ed un'asta quotidiana lungo tutta la settimana con possibilità di acquisto anche da remoto, ma anche adeguandosi rispetto alla vendita on-line; forma di vendita che, dapprima ha cercato di attuare appoggiandosi ad una piattaforma olandese, ma che ora sta cercando di praticare direttamente, con una propria piattaforma, realizzata grazie all'avvio in forma sperimentale tramite il progetto FLORE 3.0 e che vede coinvolto anche il Mercato di Sanremo.

Nel complesso, il SICA-MAF denota una centralità rispetto alla produzione locale ed una dinamicità superiore rispetto all'attuale Mercato di Sanremo. Lo può fare perché ha alle spalle il supporto dei “*Groupments des producteurs*” per conto dei quali avviene la commercializzazione sul mercato. Pur avendo fatto la scelta di intermediare e/o vendere su tale mercato la maggiore quantità possibile di merce, anche di provenienza olandese, la merce di origine francese viene distinta col marchio *Fleurs de France*. Compaiono anche (nella vendita *webshop*) prodotti di Sanremo, in netta prevalenza i ranuncoli e ranuncoli clone. I prodotti espressamente di provenienza del VAR, compaiono con l'indicazione “*Direct Var*”.

Procedere allo stesso modo da parte del Mercato dei Fiori di Sanremo sarebbe oggi più difficile, se non impossibile, dato che in tale mercato, pur in risalita, passa oramai solo circa il 2% della produzione floricola ligure e la gestione non è supportata da “Organizzazione dei produttori” floricoli che agiscono in stretto coordinamento con la gestione del mercato. Vi è una gestione pubblica, con una normativa che regola tali attività che risale al 1956 e che necessita di una riforma.

Tutto ciò espone il Mercato di Sanremo al rischio di diventare in futuro sempre meno importante nel contesto transfrontaliero e forse per alcuni versi, in parte dipendente da quello di Hyères. Nello stesso tempo, le innovazioni per la vendita on-line, che si stanno sperimentando a Hyères anche grazie al *progetto Flore 3.0*, aprono ulteriori opportunità di sbocco ai floricoltori del Ponente ligure che attraverso tale Mercato potrebbero acquisire maggiore visibilità.

2.8 Le opportunità offerte dalla Politica agricola comunitaria

Con il graduale smantellamento delle forme di protezione delle produzioni agricole offerto dalle misure (prezzo minimo garantito, integrazione di prezzo, deficiency payment, ecc.) comprese nelle diverse OCM e l'allineamento dei prezzi interni a quelli internazionali avviatosi con la riforma Mac Sharry del 1992 compensato dai pagamenti ad ettaro e poi, nel 2003 con l'introduzione (Riforma Fischler) del pagamento unico aziendale, che attua il disaccoppiamento dell'aiuto non solo dalla quantità prodotta dal singolo agricoltore, ma anche dal tipo di colture praticate dallo stesso, e infine con la riforma ultima 2014-2020 che ha attuato il cosiddetto “spacchettamento” del pagamento unico aziendale, i settori agricoli prima altamente protetti, risultano più fragili ed esposti alle fluttuazioni dei mercati internazionali, le quali possono generare crisi di mercato. Le problematiche di tali settori sono diventate, pertanto, più simili a quelle del comparto floricolo che, invece, ha sempre dovuto

operare in un mercato sostanzialmente liberalizzato (accordo di Marrakesh del 1994 e riduzione dei dazi o loro annullamento nei confronti di molti paesi ACP e Paesi mediterranei ecc.) e non ha mai beneficiato di aiuti nell'ambito del primo pilastro della PAC. In tale nuovo contesto la nuova politica agricola della UE punta molto sulla promozione delle Organizzazioni dei produttori (OP) e loro associazioni (AOP) nonché sugli Organismi interprofessionali di prodotto (OI) per governare l'offerta in relazione alle esigenze del mercato e razionalizzare, rendendole più eque ed efficienti, le relazioni nell'ambito della filiera che va dal produttore al consumatore finale. Mentre all'interno dell'OCM unica se ne implementano gli aspetti normativi, nel secondo pilastro della PAC se ne stabiliscono le misure incentivanti. Il modello di riferimento di base è quello delle organizzazioni dei produttori ortofrutticoli, ma si fa riferimento anche alle altre forme di integrazione orizzontale, verticale e territoriale ed allo sviluppo delle DOP ed IGP.

Per migliorare la competitività, inoltre, la PAC 2014-2020 ha puntato molto su un nuovo schema di collaborazione tra ricercatori ed agricoltori ed incentiva l'aggregazione tra imprese in funzione di una maggior capacità innovativa e competitività sul mercato. Un nuovo strumento al riguardo è rappresentato dalle "reti d'impresa", che sono forme burocraticamente snelle e flessibili di integrazione tra imprese, che lasciano ad esse piena autonomia giuridica.

Le proposte relative alla nuova PAC 2021-2027 vanno nella stessa direzione. Assegnano, inoltre, una maggiore responsabilità agli Stati membri nel definire gli obiettivi da perseguire e, soprattutto nel richiedere la dimostrazione, attraverso parametri predefiniti, dei risultati raggiunti.

Quasi sicuramente, la nuova PAC 2021-2027 verrà posticipata e, in parte, probabilmente, ridefinita, anche a seguito delle ultime elezioni del Parlamento europeo, ma riteniamo che le linee essenziali di tale politica, nella direzione indicata sopra, permarranno e, quindi, occorre attrezzarsi e tenersi pronti a cogliere a pieno tutte le opportunità per lo sviluppo del settore florovivaistico del Ponente ligure e dell'area del VAR. Centrale sarà la volontà di agire in modo realmente coordinato e cooperativo da parte di tutte le istituzioni del territorio e degli operatori della filiera nel perseguire obiettivi comuni nella consapevolezza dei rischi ed opportunità legati all'attuale rapida evoluzione del mercato.

Bibliografia

AIPH, 2017, International Statistics Flowers and Plants 2017, Volume 65.

AIPH, 2018, International Statistics Flowers and Plants 2018, Volume 66.

AIPH, 2019, International Statistics Flowers and Plants 2019, Volume 67.

Distretto Florovivaistico della Liguria, 2016, Piano Florovivaistico del Distretto: Per un Distretto competitivo sostenibile e integrato., 20/12/2016

De Filippis F. 2014, (a cura di), "La PAC 2014-2020-Le decisioni dell'UE e le scelte nazionali", quaderno n. 3 GRUPPO 2013, ottobre 2014.

Gimelli F., 2019a, "La floricoltura ligure nell'epoca della globalizzazione", UNITRE e Centro Regionale Servizi Floricoltura/ Regione Liguria, Palazzo Bellevue, Sanremo, 24 febbraio 2017.

Gimelli F., 2019b, "Cosa ci dicono i numeri del Distretto floricolo ligure in un mondo globalizzato", Centro Regionale Servizi Floricoltura/ Regione Liguria, Palazzo Bellevue, Sanremo, 31 gennaio 2019.

Hanks G. 2019, "A review of production statistics for the cut flower and foliage sector. Updated 2018 (part of AHBD Horticulture Project PO BOF 002a)", The National Cut Flower Centre-AHBD, 2019.

ILRES, 1971, Indicazioni per una politica di promozione della floricoltura imperiese, Cassa di Risparmio di Genova ed Imperia, Genova, 1971.

ISTAT, Censimenti Generali dell'agricoltura, anni 1970; 1982; 1990; 2000 e 2010.

MIPAAF 2010, Allegato tecnico "Piano settore florovivaistico, Roma 2009.

Ronco R. 2003, "La struttura produttiva nel Ponente ligure. Evoluzione e cambiamenti nel recente passato" e "Che tipo di agricoltura vogliamo, quali politiche ne conseguono e quali sono i riflessi di ciò sulla floricoltura del Ponente ligure? Alcuni possibili scenari" relazione tenuta al Convegno su Quale floricoltura nel Ponente ligure all'epoca della globalizzazione", organizzato dal Gruppo DS Regione Liguria, Federazione DS di Imperia, Unione Comunale DS di Sanremo, Sanremo 24 maggio 2003.

Ronco R. e Camboni M. P., 1995, "Il florovivaismo" pp.230 in Le principali filiere agricole della Provincia di Imperia" (a cura di Ronco R.), ILRES, Genova 1995.

Ronco R., 1997, "Ruolo ed organizzazione dei mercati floricoli all'ingrosso", in Agribusiness Management & Ambiente" 1 (1995/1996) n. 3, Forum editore, Udine, maggio 1997.

Ronco R., 2019, "L'eredità del Winter e gli scenari attuali", relazione tenuta al Convegno su La valorizzazione e fruizione del patrimonio botanico e florovivaistico nel Ponente ligure, Amici del Giardino di Villa Ormond, Floriseum, Sanremo, 24 novembre 2019.

Ronco R. Cortese S.1999, "Le problematiche connesse alla liberalizzazione dei mercati e all'introduzione dell'euro per il settore florovivaistico", rivista di Politica Agraria, anno XVII, n. 5, ottobre 1999, pp. 3-25.

Ronco R. 1999, Adattamenti alle nuove tendenze del mercato florovivaistico, Agribusiness Paesaggio & Ambiente, n. 4 del 1999, Ediz. FORUM, Udine, marzo 2000, pp.278-295.

Saccomandi V. 1991, "Istituzioni di Economia del Mercato dei prodotti agricoli", Federgraf, Roma, 20 maggio 1991.

VENETO AGRICOLTURA-UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA, 2002, "La filieraflorovivaistica nel Veneto", Grafica Editrice Multigraf, dicembre 2002, pp. 287.

Sitografia

<https://horticulture.ahdb.org.uk/sites/default/files/CFC%20Cut%20Flower%20production%20statistics%202018.pdf>

<https://flore03.wordpress.com>

<http://www.marcheauxfleurs.fr/ecommerce/catalogue.php>

<http://webshop.marcheauxfleurs.fr>

<https://distrettoflorovivaistico.files.wordpress.com/2017/03/2016-per-un-distretto-competitivo-sostenibile-e-integrato.pdf>

Royal Flora Holland, Blueroots and Royal Flora Holland to move forward together in digitization sector, <https://royalfloraholland.com/eu/nieuws-20198/blueroots-and-royal-floraholland-to-move-forward-together-in-digitization-sector>.



3 La competitività delle aziende florovivaistiche del Distretto ligure a confronto con i competitor

Patrizia Borsotto, Alberto Sturla

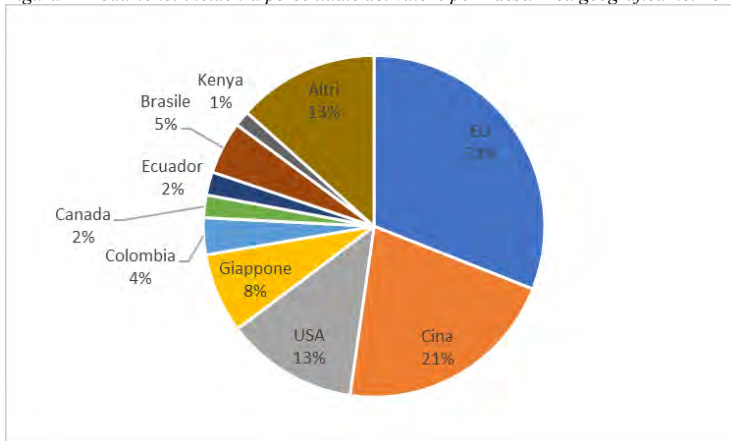
Consiglio per la Ricerca in agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria – Centro di Ricerca in Politiche e Bioeconomia

3.1 La produzione a livello mondiale

Il settore florovivaistico è molto vario ed è caratterizzato da un'alta segmentazione produttiva che comprende fiori recisi, fronde ornamentali, bulbi, piante in vaso, verdi e fiorite, da interno e da esterno etc. Il valore della produzione di fiori e piante ornamentali (inclusi fiori recisi, fogliame reciso, piante da vaso, piante da esterno, piante perenni; sono esclusi i bulbi da fiore; piante da vivaio) è stimato a livello mondiale in 35,5 miliardi di euro così ripartiti: 11 miliardi di euro generati nell'UE, 7,5 miliardi di euro dalla Cina e 4,4 miliardi di euro dagli Stati Uniti (AIPH 2018).

Non esistono cifre esatte sulle superfici investite nella produzione mondiale di fiori e piante. L'AIPH, l'Associazione internazionale dei produttori orticoli, raccoglie dati da una vasta gamma di uffici statistici nazionali. I dati raccolti indicano che globalmente circa 650.000 ha sono utilizzati per coltivare fiori e piante in vaso, sia all'aperto che in serra, di questi il 75% è localizzato in Asia (dei 480.000 ha l'India ne detiene 308.000 ha e la Cina 181.000 ha) e solo il 9% in Europa. In figura 1 sono riportate le incidenze sul totale pe i principali paesi produttori.

Figura 1 Produzione: incidenza percentuale del valore per Paese/Area geografica nel 2017



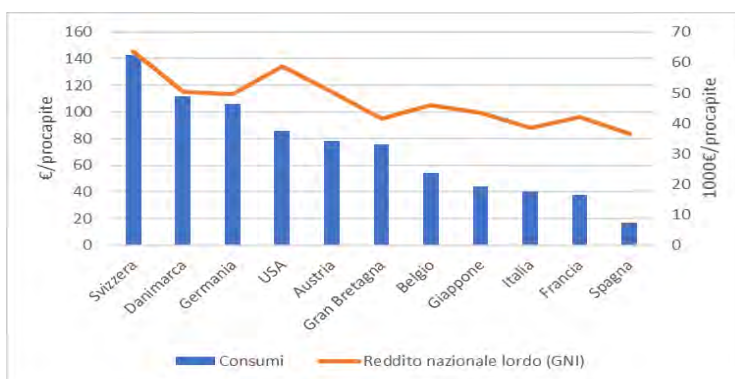
Fonte: AIPH, 2018

Il settore dei fiori e delle piante ornamentali, così come altri comparti del sistema agroalimentare, continua a risentire degli effetti della globalizzazione, del progresso tecnologico e di nuovi fattori che influenzano il mercato interno e internazionale. In un processo avviato già dagli anni settanta, il settore mondiale dei fiori e delle piante ornamentali ha registrato un aumento della competitività internazionale grazie all'ingresso di nuovi concorrenti, in particolare tra i Paesi meno sviluppati (PMS). Il processo di globalizzazione dei mercati ha dato luogo ad una progressiva delocalizzazione delle produzioni florovivaistiche e ornamentali (anche da parte di imprenditori italiani) verso Paesi con condizioni climatiche favorevoli, abbondanza di risorse naturali e basso costo della manodopera, tutti fattori che producono notevoli vantaggi competitivi.

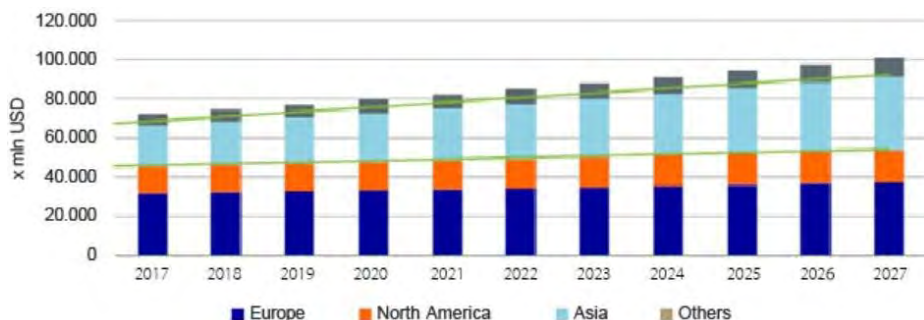
Una recente analisi condotta da Rabobank in collaborazione con Royal Flora Holland (2016) mette in evidenza alcune tendenze che caratterizzano a livello globale il settore florovivaistico che riguardano da una parte la ripresa del mercato florovivaistico statunitense, il declino del mercato russo a seguito dell'embargo e la rapida crescita delle produzioni di fiori recisi da parte dei paesi vicini all'equatore (Colombia, Kenya, Ecuador ed Etiopia) nonché i nuovi trend nei consumi caratterizzati dall'aumento degli acquisti on-line. In Europa, i Paesi Bassi sono ancora uno snodo importante soprattutto nel commercio mondiale dei fiori recisi.

Attualmente, quasi l'80% della produzione globale di fiori e piante in vaso viene venduto nello stesso paese in cui viene prodotto, in quanto esiste una correlazione tra il potere d'acquisto medio nazionale e il consumo di fiori e piante ornamentali (Van Horen 2017). All'interno dell'Unione Europea, Danimarca e Germania rimangono i mercati più importanti, seguiti da Regno Unito, Francia e Italia: questi mercati sono caratterizzati da livelli relativamente elevati di spesa pro capite per fiori e piante; i consumatori conoscono molti fiori diversi, sono particolarmente interessati a nuovi prodotti ed effettuano acquisti principalmente per uso personale. A questi mercati, definiti maturi, si affiancano i cosiddetti mercati in crescita che riguardano principalmente i paesi in espansione. Nella maggior parte dei mercati in crescita, la spesa pro-capite per questo genere di prodotto, considerato di lusso, è ancora relativamente bassa rispetto a quella dei mercati maturi e generalmente gli acquisti vengono fatti per terzi. La Spagna che era un mercato in crescita, a seguito della crisi finanziaria del 2008, ha invertito la propria tendenza. Le stime sui valori di crescita dei consumi per i prossimi dieci anni, basate sulle ipotesi di una crescita economica continua, prevedono un incremento dell'80% dei consumi nell'area asiatica e del 20% in quella europea e del Nord America (figura 2.). Sebbene il consumo di fiori e piante nell'UE sia ancora in aumento, i coltivatori subiscono una continua pressione al ribasso sui loro margini a causa della stagnazione dei prezzi e dell'aumento dei costi. Questi sviluppi costringono i floricoltori europei a compiere scelte chiare. Molti coltivatori scelgono di concentrarsi sulla leadership di costo attraverso l'aumento di scala e la produzione di prodotti sfusi. Altri decidono di specializzarsi in prodotti di nicchia destinati a specifici segmenti di mercato. Inoltre, un numero sempre maggiore di coltivatori sceglie di delocalizzare la produzione all'estero. Alcuni coltivatori hanno scelto di utilizzare i sistemi di certificazione come strumento di gestione per professionalizzare la loro attività e per soddisfare i requisiti di sostenibilità sempre più richiesti dall'acquirente.

Figura 2 Consumi di piante e fiori (euro/pro-capite) e Reddito medio (1000 euro/pro-capite), 2018



Fonte: AIPH: International statistics flowers and plants

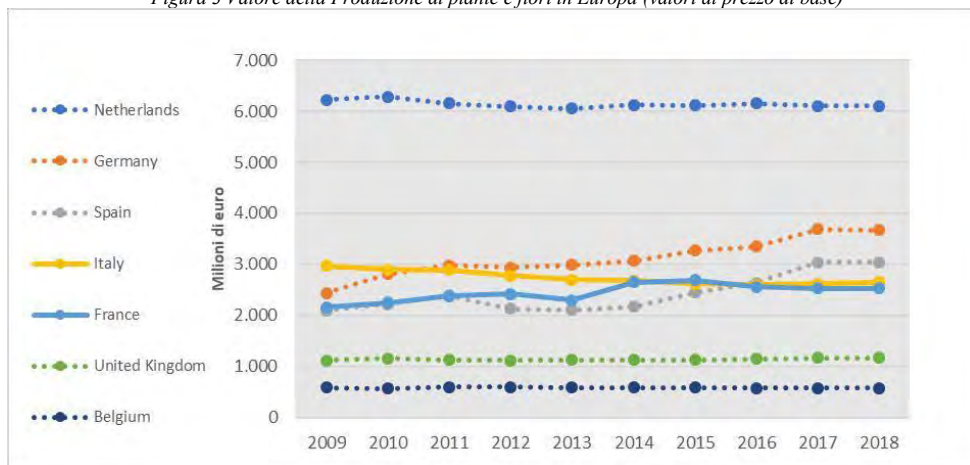


Fonte: Lambert van Horen (2017)

3.2 Produzione in Europa e in Italia

Il valore totale della produzione degli Stati membri dell'UE è di circa 22 miliardi di euro (Eurostat); l'Olanda è di gran lunga il maggior produttore dell'UE, con il 28% del valore totale della produzione. L'Italia, secondo i dati Eurostat copre un sesto della superficie a fiori e piante ornamentali dell'Europa ed è il secondo paese europeo in termini produttivi dopo l'Olanda (AIPH, 2018), seguita da Germania, Spagna e Francia (figura 3).

Figura 3 Valore della Produzione di piante e fiori in Europa (valori al prezzo di base)



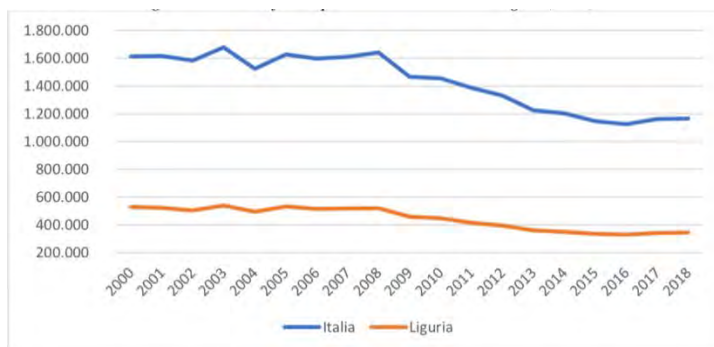
Fonte: Eurostat: Economic accounts for agriculture

In Italia nel 2017 il valore della produzione del settore florovivaistico è stimato in 2,5 miliardi di euro e rappresenta il 4,6% della produzione di base dell'agricoltura italiana. Le aziende impegnate nel settore sono 27mila, investono quasi 30 mila ettari e coinvolgono circa 100 mila addetti.

Con riferimento ai soli fiori e piante da vaso, in termini generali i dati degli ultimi dieci anni mostrano una progressiva riduzione del valore del comparto conseguente alla crisi economico-finanziaria del 2008; tra il 2008 e il 2016 la contrazione è stata circa del 30% a partire dal 2017 si è vista una ripresa del settore grazie anche all'incremento del prezzo di vendita di questi prodotti (figura 4). Anche in

Liguria, il valore della produzione dei fiori e piante ha avuto un trend negativo a far data dall'anno della crisi: la perdita di valore è stata tra il 2008 e il 2016 del 37%, mentre negli ultimi due anni si è registrata una leggera ripresa di quattro punti percentuali.

Figura 4 Valore di fiori e piante in vaso italiana e ligure (.000 euro)



Fonte: ISTAT: Conti economici territoriali

Nel 2018 in valore assoluto la produzione di piante in vaso e fiori in Liguria è pari a poco più di 343 milioni di euro ai prezzi correnti. Tale valore, pari all'80% del valore complessivo delle produzioni agricole vegetali regionali rappresenta anche il 29% della produzione nazionale. La Liguria si conferma quindi al primo posto tra le regioni produttrici italiane (figura 5), seguita da Sicilia, Campania, Lazio e Puglia. Si tratta delle regioni più vocate dal punto di vista produttivo: Liguria e Campania per fiori e fronde recise, mentre il florovivaismo ornamentale arbustivo e forestale è florido in Toscana, Veneto e Lombardia, mentre le piante acidofile (Camelia, Azalee, Rododendri etc.) sono prodotte soprattutto nel distretto sorto lungo la sponda piemontese del Lago Maggiore.

Figura 5 Valore di fiori e piante in vaso nelle diverse regioni italiane (2018)

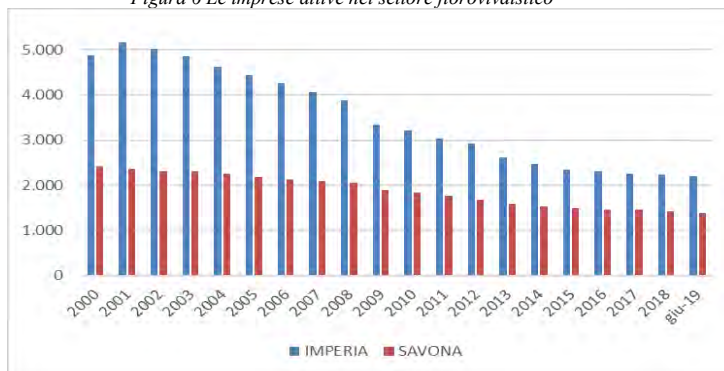


Fonte: ISTAT: Conti economici territoriali

Il comparto produttivo del florovivaismo sviluppa in Liguria circa 62% della Produzione di beni e servizi regionali e la produzione è polarizzata nella produzione di piante in vaso e aromatiche in Provincia di Savona e nella produzione di fiori recisi e fronde ornamentali in Provincia di Imperia. Le imprese attive nel distretto florovivaistico del Ponente ligure secondo i dati della Camera di Commercio sono in continua flessione (figura 6), nel 2018 le aziende si sono attestate a 3.657 unità, in calo del 38% rispetto al 2008. In particolare, in provincia di Savona la flessione è stata più contenuta rispetto a

quella registrata nell'area di Imperia: le aziende savonesi sono passate da 2.055 a 1.419 unità mentre quelle dell'imperiese da 3.878 a 2.238 unità. Le prime stime sul 2019 mostrano una certa stabilità: la contrazione del numero di aziende al momento è di pochi punti percentuali e sembrerebbe riguardare maggiormente le aziende della piana ingauna.

Figura 6 Le imprese attive nel settore florovivaistico



Fonte : Infocamere-Movimprese

3.3 Analisi della competitività

Al fine di valutare la competitività delle aziende florovivaistiche del Distretto ligure a confronto con i principali competitor, ovvero con realtà simili e concorrenti, tenendo conto delle considerazioni illustrate nel paragrafo precedente e nei capitoli che illustrano i costi di produzione e i flussi commerciali, si è fatto ricorso all'analisi di bilancio aziendale e in particolare sono stati confrontati alcuni indici di bilancio relativi alle aziende florovivaistiche liguri rispetto alle aziende attive in altre nazioni europee dove l'esercizio della floricoltura presenta un ruolo centrale sotto il profilo strutturale ed economico-produttivo (Vagnozzi, 2011).

La quantificazione degli indicatori aziendali è stata effettuata utilizzando i dati della contabilità aziendale rilevati attraverso l'indagine FADN⁴ nel periodo 2010-2017; dal momento che le operazioni di raccolta dati si basano sugli stessi criteri in tutti gli Stati membri, questo database rappresenta l'unica fonte di dati microeconomici armonizzata che permette di effettuare analisi di raffronto tra stati. All'interno della banca dati FADN e di quella RICA Italia sono state selezionate le aziende specializzate in floricoltura e piante ornamentali da serra e all'aperto (OTE 212 e 222) per gli anni compresi tra il 2010 e il 2017.

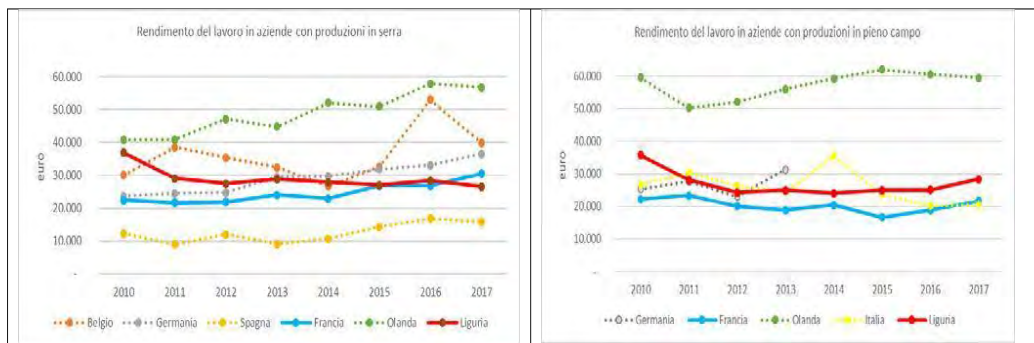
Come proxy di competitività sono stati utilizzati due indici: il **rendimento lavoro aziendale** e la **redditività del lavoro familiare**. Il primo indice è calcolato come rapporto tra il valore aggiunto e le unità di lavoro (VA/UL); il primo fornisce un'indicazione della remunerazione dei fattori fissi della produzione (lavoro, terra e capitali) indipendentemente dal fatto che siano interni o esterni all'azienda; rapportato alle unità di lavoro permette di tenere conto delle differenze dimensionali tra le aziende e di misurare più oggettivamente la produttività del lavoro agricolo (EU, 2016; Marandola D. e Marongiu S., 2012). Il secondo indice, calcolato come rapporto tra il reddito netto e le unità di lavoro familiare

⁴ La Rete di Informazione Contabile Agricola (R.I.C.A.) è un'indagine campionaria annuale istituita dalla Commissione Economica Europea nel 1965, con il Regolamento CEE 79/56. Essa viene svolta con un'impostazione analoga in tutti i Paesi Membri dell'Unione Europea (Farm Accountancy Data Network - F.A.D.N.) e rappresenta l'unica fonte armonizzata di dati microeconomici sul funzionamento economico e le dinamiche economico-strutturali delle aziende operanti in tutti i comparti del settore agricolo.

(RN/ULF) tiene conto del fatto che nelle aziende florovivaistiche, così come nella maggior parte delle aziende agricole, il lavoro è principalmente di origine familiare e non riceve un salario vero e proprio ma viene remunerato a partire dal reddito netto aziendale.

Nella figura 7 è riportato l'indice che esprime il rendimento del lavoro aziendale in Liguria confrontato con il valore medio delle aziende florovivaistiche, francesi, tedesche e olandesi, divisi tra quanti producono in serra e quanti in pieno campo. Tale valore mostra notevoli variabilità essendo compreso tra valori sotto i 10.000 euro, registrati dalle aziende florovivaistiche in serra spagnole, a valori sopra i 60.000 euro nel caso delle aziende olandesi che producono in pieno campo. Con riferimento alle aziende specializzate nelle produzioni in serra i risultati delle aziende liguri mostrano un trend negativo con una perdita di circa il 30% se confrontiamo i risultati raggiunti nel 2017 rispetto a quelli del 2010 mentre per le aziende delle altre aree considerate il valore del 2017 è del tutto comparabile se non superiore a quello del 2010. In valore le aziende liguri, con un rendimento del lavoro unitario pari a poco più di 26.500 euro, raggiungono risultati equiparabili con quelli delle aziende francesi da cui si discostano per circa 4.000 euro/UL e superiori a quelli delle aziende spagnole che non raggiungono i 16.000 euro/UL. Per quanto riguarda le aziende specializzate nella produzione in pieno campo si osserva per quelle italiane un andamento negativo che però a partire dal 2016 sembra invertirsi, mentre l'indice per le aziende olandesi e francesi nel 2017 si è riallineato ai valori stimati ad inizio periodo; con riferimento al 2017 il valore di circa 28.000 euro/UL per la Regione Liguria è superiore al valore medio delle aziende francesi che è pari a quasi 22.000 euro/UL ma nettamente inferiore a quello delle aziende olandesi che si attesta sui 60.000 euro/UL.

Figura 7 Rendimento lavoro aziendale nelle aziende florovivaistiche in serra e in pieno campo (euro/UL)

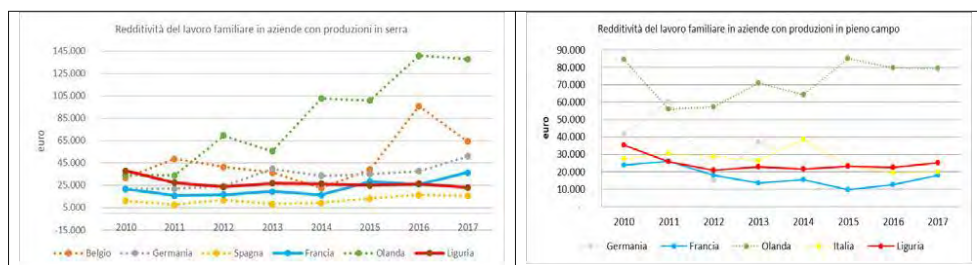


FADN e RICA Italia

Un andamento in parte analogo si osserva per l'indice che esprime la **redditività del lavoro familiare**, di assoluto rilievo visto che in Liguria la manodopera familiare fornisce, secondo i dati RICA oltre il 90% (media del periodo 2010-2017) del lavoro necessario alla conduzione aziendale. Come si evince dal grafico riportato nella figura 8, la remunerazione dell'imprenditore agricolo ligure è tra le più basse tra quelle considerate sia nel caso delle aziende specializzate in produzioni in serra sia quelle specializzate in pieno campo. Se analizziamo le aziende specializzate nelle produzioni in serra osserviamo che la remunerazione che rimane per la manodopera familiare è stata nel 2017 di 23.000 euro/ULF: compresa tra quella spagnola che è quasi 16.000 euro/ULF e quella francese che raggiunge quasi i 36.500 euro ma molto lontana dai valori spuntati dai floricoltori olandesi (137.000 euro/ULF).

Analoga osservazione può essere fatta per le aziende specializzate nelle produzioni in pieno campo con la differenza che nel 2017 i risultati delle aziende liguri, pari a 25.000 euro per ULF, hanno superato quelle francesi che si sono attestate sui 18.000 euro per ULF.

Figura 8 Redditività del lavoro familiare nelle aziende florovivaistiche in serra e in pieno campo (€/ULF)



FADN e RICA Italia

Bibliografia

AIPH (2018), International Statistics flowers and plants 2018, Vol. 66

Borsotto Patrizia (2018), Le colture florovivaistiche in Annuario dell'agricoltura italiana 2016, Volume LXX

Confagricoltura Liguria (2016), Dieci passi per il futuro della floricoltura ligure

EU (2016), EU Farm Economics Overview based on 2013 FADN data,

Lambert van Horen (2017), Flourishing flowers, promising plants: Changes in consumer behaviour, Raboreserach

Marandola D., Marongiu S. (2012), Più efficienza al Centro-Sud con la semina su sodo, Informatore agrario 40

Vincent LARIVIERE (2017), Live plants and products of floriculture sector in the EU, European Commission DG Agriculture and Rural Development (DG AGRI) Unit G2

Rabobank Food & Agribusiness Research and Advisory (2016), World Floriculture Map

Vagnozzi A. (2011) I servizi di sviluppo a supporto della competitività gestionale e territoriale – Un'indagine pilota presso l'agricoltura piemontese, INEA

Sitografia

ISTAT: http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCCN_SQCT

FADN: <https://ec.europa.eu/agriculture/rica/index.cfm>

EUROSTAT: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

UNIONCAMERA: <https://www.lig.camcom.it/>



4 Le prospettive di sviluppo del sistema florovivaistico della Sardegna

Roberto Furesi¹, Fabio A. Madau¹, Michele Sitzia², Maurizio Mulas¹

¹Dipartimento di Agraria – Università degli Studi di Sassari, Sassari, Italia.

²Agenzia Laore Sardegna – Servizio Sviluppo delle filiere vegetali, Cagliari, Italia.

4.2 Il nodo della logistica

Un'indagine dell'ISMEA del 2010 evidenzia tra le principali criticità che contraddistinguono il comparto italiano, la lacunosità sul versante della logistica.

Negli ultimi due decenni, il mercato florovivaistico europeo si è caratterizzato per uno spiccato dinamismo. Nello specifico, appaiono in netto aumento i volumi di vendita e si denota il ruolo sempre più strategico della grande distribuzione organizzata (GDO) nel veicolare il dettaglio. Inoltre, l'offerta europea appare più concentrata, con quote di mercato crescenti, appannaggio di imprese di produzione e distribuzione di medie-grandi dimensioni. Infine, non si può trascurare il fatto che il mercato stia divenendo progressivamente meno interno e più internazionale, con Paesi, tra i quali l'Italia, che stanno incrementando le vendite verso altri mercati europei.

È evidente che mutamenti di tale portata nelle filiere florovivaistiche si riflettono, tra gli altri ambiti, sul piano organizzativo e logistico.

Sull'organizzazione della filiera, occorre distinguere le piante in vaso dai fiori recisi. Infatti, le prime sono prodotti "deperibili" a lunga scadenza, mentre i secondi perdono di integrità e valore ogni giorno che passa. Pertanto, il canale distributivo deve essere più corto nel caso dei fiori recisi e la tempistica più concentrata.

Se si guarda all'Italia, per esempio, si può notare che sovente i fiori recisi vengono acquistati di differenti qualità, mentre le piante sono vendute anche pezzo per pezzo. Ciò crea differenze anche sul piano dei rapporti tra dettaglianti e soggetti intermedi della filiera. Infatti, nel caso delle piante in vaso le possibilità di relazioni tra dettaglianti e grossisti appare ben più consistente rispetto ai fiori recisi sia per la già citata scarsa deperibilità del prodotto – che potenzialmente consente di allungare il canale distributivo e programmare meglio le vendite – e sia per i maggiori volumi di vendita che, ovviamente, richiedono maggiori complessità sul piano organizzativo, logistico e distributivo.

La necessità di sviluppare l'assetto organizzativo e logistico è priorità non più rimandabile se si intende far divenire il florovivaismo italiano competitivo. Alcuni dati e informazioni raccolti dall'ISMEA possono aiutare a chiarire il perché tali aspetti assumono rilievo in Italia.

Innanzitutto, la quasi totalità delle imprese florovivaistiche ha un raggio di azione che oltrepassa i confini regionali e di queste il 70% circa opera su un mercato extranazionale. Ciò sarebbe già sufficiente a fornire la cifra del perché debba essere strategico potenziare la logistica se si vuole tenere il passo dei principali *competitors* (Paesi Bassi *in primis*).

Inoltre, alcuni flussi commerciali interregionali appaiono pressoché interdetti o fortemente limitati a causa delle difficoltà a incanalare le spedizioni entro tempi ragionevoli. Il riferimento è, soprattutto, alla Sardegna – regione nella quale oltre il 15% delle imprese dichiara di non riuscire ad avere un mercato – al Nord-Ovest e ad alcune aree sulla costa tirrenica e adriatica.

La stagionalità delle produzioni e della domanda e i problemi legati alla tempistica si ripercuotono anche su un altro versante della logistica, vale a dire la consistenza dei carichi delle consegne. Infatti,

ben oltre la metà delle imprese nazionali è solita effettuare carichi parziali, il che si traduce in un aggravio dei costi unitari.

Sempre sul versante dei trasporti, si segnala che la maggior parte delle spedizioni avviene su mezzi non di proprietà del mittente, ma da essi scelti. Solo un 25-35% dei trasporti si effettua su mezzi di proprietà del produttore, mentre una parte residuale è su mezzi a carico del destinatario a da questo scelti.

Con riferimento al complesso del comparto, la logistica assume una rilevanza notevole entro i fattori critici che condizionano la performance e la competitività anche nella percezione degli operatori. La ricerca dell'ISMEA condotta su un panel di imprenditori evidenzia che il 50% circa delle criticità sono direttamente o indirettamente riconducibili alla logistica; tra queste si segnalano i costi del trasporto (17,5%), il numero limitato di trasportatori (2,6%), carenza di servizi logistici (10,1%), mancanza di piattaforme di conferimento e smistamento (11,1%) e tempi lunghi di consegna (10,1%). Tra le soluzioni indicate dal panel si segnala, sia per le piante che per i fiori, la creazione di piattaforme logistiche multifunzionali e la concentrazione della produzione e/o dei servizi. Il trasporto pare, invece, un problema più appannaggio dei produttori/distributori di piante che di fiori, dato che la deperibilità di questi ultimi già obbliga a ridurre la tempistica delle consegne. Più nel dettaglio, si auspica il miglioramento dei servizi di navettaggio con l'Olanda e, in parte, con il Nord Italia, la presenza di servizi di concentrazione con altre aziende, un portale logistico e, per quanto concerne soprattutto i fiori recisi, la presenza di depositi refrigerati comuni.

4.3 Il comparto sardo

Il comparto florovivaistico della Sardegna è imperniato su circa 400 imprese – dato censuario relativo al 2010 – l'80% delle quali opera in serra. Gli ettari complessivi ammontano a circa 200 e le specie coltivate si attestano attorno alle 2mila.

Sulla base dei dati ISTAT-CREA del 2016, la produzione vendibile del comparto florovivaistico in Sardegna ammonta a circa 24 milioni di euro (Tab. 1). Essa deriva principalmente dalla produzione vivaistica e, nel suo complesso, incide in modo irrisorio sulla determinazione dei volumi di vendita nazionali.

Tabella 1. La produzione vendibile in Sardegna – (.000 euro) – 2016

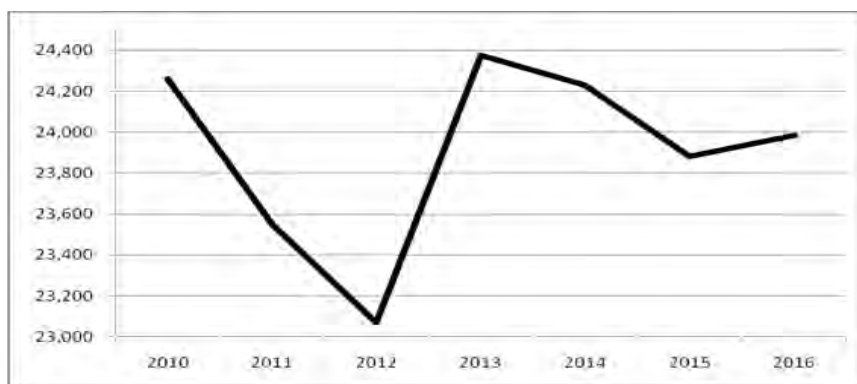
Voce	Sardegna	%	Italia	%	%
Vivai	19.585	81,7%	1.325.301	54,0%	1,5%
Fiori e piante ornamentali	4.132	17,2%	1.124.586	45,9%	0,4%
Canne e vimini	267	1,1%	2.414	0,1%	11,1%
Totale	23.984	100,0%	2.452.301	100,0%	1,0%

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT-CREA

Si tratta, pertanto, di un comparto marginale entro la filiera nazionale - sebbene non manchino prodotti di apprezzata qualità – e soprattutto specializzato nel vivaismo, malgrado l'indice di specializzazione sia inferiore alla media nazionale anche su questo versante.

La Figura 1 mette in evidenza come negli ultimi anni, nello specifico a partire dal 2010, il valore della produzione abbia dapprima riscontrato una diminuzione, che ha toccato il punto più basso nel 2012, e successivamente abbia avuto una rapida ripresa. Ciò, è bene sottolinearlo, è avvenuto attorno a oscillazioni minime, dell'ordine del milione di euro.

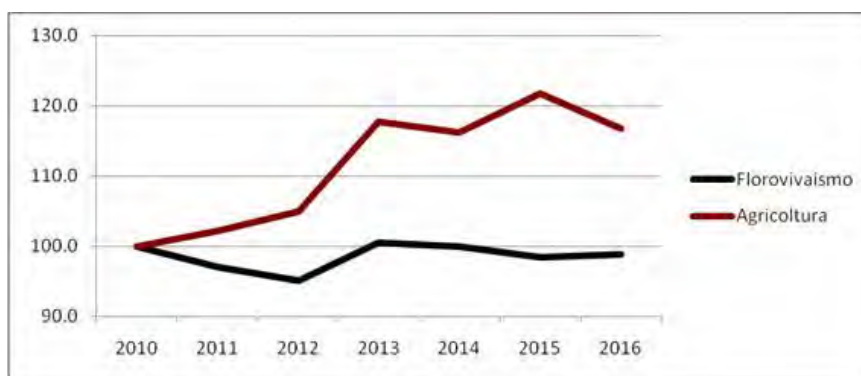
Figura 1. Dinamica della produzione vendibile (.000 euro) – (2010-2016).



Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT-CREA

In realtà, dalla Figura 2, si evince come tale stabilità nelle produzioni si ponga in controtendenza con quanto registrato dall'intero settore agricolo sardo, il quale, nello stesso periodo, ha visto aumentare il proprio volume di produzione.

Figura 2. Evoluzione della produzione vendibile del florovivaismo e dell'agricoltura – (2010-16) (indice su base 2010 = 100).



Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT-CREA.

Si tratta, pertanto, di un comparto che non ha mostrato la stessa vivacità complessiva della restante agricoltura, che certamente non è scevra da problemi strutturali, organizzativi ed economici. In altri termini, a fronte di un settore primario che a fatica mostra una dinamica economica positiva, il florovivaismo sardo appare stagnante e incapace di svilupparsi sul piano prettamente economico.

Le ragioni alla base di tale stagnazione sono differenti e, in questa sede, si effettua un tentativo di illustrarle, con lo scopo di addivenire ad alcune linee strategiche e prescrittive finalizzate allo sviluppo del comparto.

In primo luogo, si rinviene in Sardegna una spiccata polverizzazione aziendale, con una base produttiva ancor più debole sul piano strutturale di quella nazionale e con solo poche imprese che producono e/o vendono una quantità di prodotto soddisfacente. La quantità trattata dalla singola impresa è fattore imprescindibile perché sono note le difficoltà di accesso ai mercati da parte delle imprese sarde.

In secondo luogo, l'estrema polverizzazione porta a una lacunosa concentrazione dell'offerta - dovuta anche alla scarsa capacità di cooperazione tra le imprese - e alla conseguente criticità sul versante logistico. Sulla logistica ci si è soffermati nel paragrafo precedente, nel quale si è accennato al fatto che la Sardegna è tra le regioni che mostra maggiori difficoltà in tal senso, soprattutto per quel che attiene le difficoltà delle imprese sarde a inserirsi nei flussi di mercato più vantaggiosi.

In terzo luogo, tali criticità si riverberano nella redditività e nella profittabilità delle imprese sarde, innestando un circolo vizioso in quanto la scarsa capacità di far reddito si tramuta in bassi livelli di investimento e, quindi, in incapacità di superare le principali barriere di accesso ai mercati.

Da questo scenario di fondo vanno emergendo alcuni mutamenti significativamente innovativi, che la filiera florovivaistica dovrebbe cogliere con prontezza per avviare adeguate strategie di produzione, management e marketing con le quali superare l'attuale fase di difficoltà, ripristinare condizioni soddisfacenti di redditività e profittabilità e migliorare la capacità di penetrazione nei mercati:

- *migliorare la capacità di integrazione orizzontale* (p.e., cooperazione, reti d'impresa) e *verticale* (p.e., logistica) delle imprese sarde. Si tratta probabilmente della criticità più rilevante e la necessità di migliorare la capacità collaborativa tra imprese al fine di addivenire a meccanismi di concentrazione dell'offerta e di riduzione dei costi è oramai una priorità inderogabile. A tal riguardo, un utile strumento normativo è rappresentato dalla "Rete di imprese", concepita dal legislatore nazionale proprio per percorrere siffatte finalità e rispetto al quale le imprese sarde hanno fatto pochissimo ricorso.
- *Intercettare meglio i flussi turistici*, legando tali prospettive a maggiori investimenti in termini di verde urbano e di spazi pubblici. Parchi, giardini botanici, mostre floreali, fiere del verde ecc. possono svolgere un' apprezzabile azione di richiamo turistico, generando flussi di reddito direttamente ascrivibili all'area verde e indirettamente alle attività indotte.
- *Inserire le produzioni florovivaistiche entro progetti che puntino ad aumentare i benefici sulla collettività* (p.e., tutela della biodiversità, misure di mitigazione dei cambiamenti climatici, risparmio energetico e miglioramento acustico). In tal modo, il florovivaismo è capace di sfruttare la propria natura multifunzionale cosicché da agevolare la creazione di nuovo valore.
- *Aumento della capacità di esportare le proprie produzioni* e di creare valore aggiunto, pensando per esempio alle opportunità oggi offerte dalla cosiddetta "Green industry". Lo sviluppo in questa direzione dell'attività florovivaistica porterebbe alla creazione di reddito e occupazione, con positivi effetti su tutta l'economia.

-Aumento della coscienza ambientale e sociale dei cittadini; attorno al verde, infatti, possono nascere iniziative o eventi con funzioni educative molto utili su bambini e adulti (corsi di giardinaggio e botanica, visite guidate a parchi e giardini, coinvolgimento dei bambini nella piantumazione di alberi ecc.).

Bibliografia e fonti statistiche utilizzate

AGRI-C2 (2015): Flowers and Onramental Plants, Working Document
(https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/fruit-and-vegetables/product-reports/flowers/statistics-2015_en.pdf)

CREA (vari anni): Annuario dell'agricoltura italiana, CREA, Roma.

ISTAT (2011): 6° Censimento dell'agricoltura italiana, ISTAT, Roma

ISTAT (vari anni): Dati su agricoltura e zootecnia, ISTAT Roma (www.agri.istat.it)

ISMEA (2010): La logistica nel florovivaismo, ISMEA, Roma
(<http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1165>).



5 L'offre Varoise et les perspectives de marché à travers la vente en ligne (Web shop) du SICA -MAF de Hyères

Gilles Rus, Frédérique Couniou

Société d'Intérêt Collective Agricole – Marché aux Fleurs (SICA- MAF – Hyères - FR)

5.2 Le contexte

Le Département du Var en France et la région de la Ligurie en Italie représentent les deux grands bassins nationaux de production de fleurs coupées, historiquement connus et reconnus, dans lesquels l'activité horticole reste une force économique pour l'emploi, le tourisme, le territoire.

Au niveau de la production, on peut faire un constat assez similaire entre les deux régions de production : les entreprises de production sont situées sur un territoire intéressant du point de vue climatique mais sont en général de petite, voire très petite dimension.

De plus, les gammes spécifiques cultivées par les 2 zones de production sont également très proches avec une identité fortement ancrée et commune, concentrée sur les renoncles et les anémones. Par ailleurs, la force de production italienne reconnue en feuillage méditerranéen trouve son équivalent en pivoine pour le voisin français.

Il est évident que même si ces 2 bassins de production sont concurrents en termes de produits, il est préférable de mutualiser des moyens afin de tirer profit de leurs compétences individuelles. C'est cette volonté qui a animé les actions collectives construites au sein de la dynamique «Marittimo» dans le projet Flore 2.0.

Sur le plan commercial, il faut toutefois noter une forte disparité au niveau de l'organisation.

La région Ligurie bénéficie d'une réelle force de production, et par voie de conséquence d'un maillage d'importantes sociétés commerciales historiquement destinées à l'exportation, avec des habitudes de commerce en direct localisé sur et autour du marché aux fleurs de Sanremo.

Le Var est moins important en matière de production et 80% de l'offre en fleurs coupées est regroupée sous la commercialisation de la SICA Marché aux fleurs d'Hyères. Cette organisation commerciale coopérative a permis de concentrer l'offre et d'en améliorer son attractivité nationale et internationale, notamment en œuvrant à la standardisation qualitative des produits.

5.3 L'offre varoise: son évolution

Au cours des 15 dernières années, l'offre varoise a connu des évolutions fortes qui l'ont totalement métamorphosée.

L'offre en fleurs coupées est de plus en plus « méditerranéenne » ; il faut comprendre par-là, que la valorisation des spécificités locales pour se différencier de la concurrence des pays émergents et de l'offre néerlandaise, a eu pour effet d'orienter les producteurs varois vers des cultures indigènes, typiques de la région, favorisées par les conditions climatiques du bassin hyérois et un savoir-faire historique.

Le choix de ces itinéraires de production par de nombreux professionnels, a eu pour conséquence d'appauvrir l'offre globale en fleurs coupées.

Les exemples les plus marquants sont ceux de la production de roses et de pivoines:

Dans les années 2000, le Var rassemblait plus de 120 producteurs de roses sous serres chauffées, et pour la grande majorité en production hors-sol, et 5 producteurs de pivoines.

Aujourd'hui, en raison de l'évolution des coûts de production et de la baisse des prix de ventes sous la pression des marchés internationaux, le Var ne compte plus que 5 à 6 producteurs de roses. Ces derniers sont aussi amenés à disparaître à court terme. En revanche, la plupart se sont orientés vers la production de pivoine pour laquelle on ne dénombre à présent pas moins de 120 producteurs pour 130 hectares en production. Cet exemple illustre bien à lui seul ce qui s'est passé sur la plupart des produits à forte demande technologique comme les gerberas, alstrœmeria et autres productions chauffées. Cette gamme de fleurs coupées de plus en plus spécifique, mais devenue moins riche, est par conséquent moins adaptée à une demande de clientèle traditionnelle. La production varoise n'est plus en mesure de proposer une offre intéressante et complète à l'ensemble de ses clients. En contrepartie, les marchés à l'exportation se sont largement développés sur la gamme de produits à typicité méditerranéenne (renoncules, anémones, pivoines, muflers, feuillage...).

En résumé, on peut dire que les producteurs sont parvenus à se reconverter et à retrouver une forme de rentabilité. Cependant, certaines conséquences sont à prendre en compte:

Une période d'activité restreinte au cours de laquelle il devient plus délicat de rentabiliser les structures commerciales et de mise en marché,

Une plus forte dépendance aux conditions climatiques,

Une concentration des opérateurs commerciaux, notamment des exportateurs, et une raréfaction des opérateurs nationaux.

De manière générale, même si les orientations sont jusqu'à ce jour globalement bénéfiques à la production, les conséquences induites sont d'ordre à fragiliser encore plus la filière fleur coupée à terme.

5.4 La concurrence

En parallèle de cette offre de plus en plus spécifique de nos régions méridionales, il faut mettre en relief les évolutions et l'organisation de la concurrence:

La concurrence est organisée autour de la plateforme logistique internationale des Pays-Bas et propose une gamme de produits extrêmement large et variée, reposant sur plus de 60% de la production mondiale.

Dans le commerce actuel de la fleur coupée, les grosses sociétés commerciales deviennent de plus en plus grosses en rachetant les plus petites et paraissent en situation quasi hégémonique.

Face à une dizaine de groupes commerciaux puissants, même les veilingen rassemblés autour de Royal Flora Holland perdent de leur suprématie.

Les grandes sociétés commerciales privilégient les relations directes avec les producteurs afin de sécuriser leurs approvisionnements en qualité et en prix. Elles sont d'ailleurs dotées dans la plupart des cas d'un service dédié de sourcing pour leur approvisionnement.

Et enfin, le système de vente de type Webshop: les ventes en ligne ont connu un développement considérable ces quelques dernières années.

5.5 Les ventes en ligne de type Webshop et les perspectives de développement

Cette technique de vente permet la mise en ligne d'offres d'opérateurs aussi divers que variés dans leurs typologies, aussi bien que dans leurs origines. Cette technologie est à présent utilisée par les grossistes, les producteurs, les marchés, etc. L'offre globale devient ainsi de plus en plus virtuelle et transparente, et se ramifie sur l'ensemble des réseaux commerciaux, même entre réseaux commerciaux concurrents.

Selon les dires de certaines sociétés commerciales importantes, leur problème aujourd'hui réside bien d'avantage dans l'approvisionnement en produits, afin de proposer une offre la plus complète, la plus suivie et la plus fiable possible, que dans la vente.

La technologie Webshop a connu un tel développement qu'elle est devenue aujourd'hui quasi incontournable, même si on peut le regretter. Les producteurs de nos régions n'ont pas d'autre choix, dès à présent, que celui d'intégrer ces systèmes de vente s'ils veulent maintenir leurs activités, avant même de songer à gagner de nouvelles parts de marché.

Intégrer cette nouvelle technologie est sans doute aujourd'hui une des conditions pour rester un opérateur du marché et être à même de proposer son offre à l'export dans des conditions techniques adaptées. En même temps, et dans l'autre sens, la connexion avec des sociétés de commerces Hollandaises permet élargir l'offre locale et de satisfaire les clients de proximité et éviter de les perdre.



6 Livelli di integrazione della filiera floricola nel Sud della Francia (area del Var)

Riccardo Pelosi, Giuseppe Pachino, Ornella Arimondo¹, Roberto Ronco²

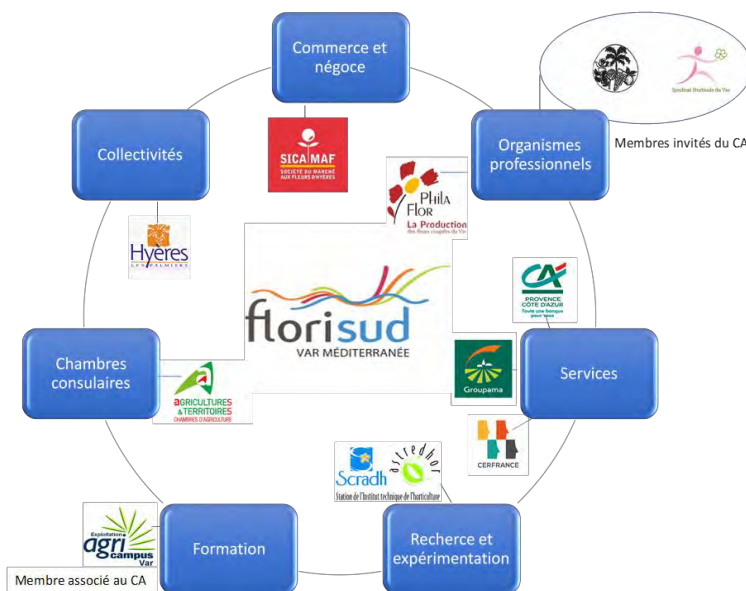
¹Consiglio per la Ricerca in agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria – Centro di Ricerca in Orticoltura e Florovivaismo

²Università degli Studi di Torino – Scuola di Management ed Economia - Dipartimento di Scienze Economico-Sociali e Matematico-Statistiche

6.2 Ruoli e competenze degli attori sociali della Filiera

Nella regione produttiva floricola del Var, si evidenzia *FLORISUD* come rete di imprese e istituzioni riconosciuta dallo Stato francese quale “*Sistema Produttivo Locale*” (*SPL*) che rappresenta il luogo in cui tutti gli attori principali della filiera siedono per lavorare su progetti di sviluppo comune, finanziati in parte dalla regione e dal Dipartimento del VAR.

Figura 1: Consiglio di Amministrazione di *FLORISUD*: membri effettivi (all'interno del cerchio), membri invitati e membri associati (all'esterno del cerchio).



La figura 1 è una rappresentazione semplificata dei diversi attori sociali che fanno parte del sistema florovivaistico del Var e che confluiscono in *FLORISUD*, nella quale si è cercato di raggruppare i diversi soggetti in varie categorie, quali le organizzazioni di produttori e professionali, gli attori commerciali, nonché gli organismi di sperimentazione e formazione. I Comuni e gli altri enti

territoriali, nonché i fornitori di servizi e le Camere consolari, sono altresì ivi rappresentati in quanto, in diversa misura e con varie modalità, contribuiscono a supportare il sistema. Prima di entrare nel dettaglio di funzionamento di questo *sistema produttivo locale*, si evidenzia nel prospetto seguente come gli attori più importanti risultano organizzati in un'ottica di *filiera*.

Tab.1 - Assetto organizzativo della filiera

Fornitura	Produzione	Sperimentazione	Servizi tecnici e di sviluppo	Servizi di consulenza	Commercializzazione
<i>Comptoir Paulinois</i> (anche il principale ibridatore del VAR)	Aziende produttrici area Var (n.450 di cui 250 aderenti a Florisud)	<i>SCRADH</i> (Organismo di sperimentazione supporto tecnico)	Chambre d'Agriculture	PHILAFOR (O.P.)	<i>SICA-MAF</i> (primo mercato florovivaistico di Francia)
Elemento unificante sia del <i>sistema</i> che della <i>Filiera</i> è la <i>certificazione HORTISUD</i> marchio di qualità di FLORISUD, che identifica e dà visibilità ai prodotti floricoli locali.					

6.3 FLORISUD

FLORISUD, nel ruolo di Sistema Produttivo Locale, è subentrato alla preesistente HYERES HORTIPOLE, che, nata nel 1997, è stata la prima forma associativa nel settore floricolo del Var e come soggetto giuridico è tutt'ora presente nell'ambito del SPL FLORISUD.

È all'interno di HYERES HORTIPOLE che è stato creato il marchio di qualità Hortisud che, da allora, rappresenta la qualità dei prodotti floricoli del Var in tutto il settore: si stima che circa il 70- 80% dei prodotti locali venduti tramite il SICA MAF abbia tale marchio. Visto il livello di rappresentatività della Filiera, a differenza del precedente marchio Fleurs du Var, i controlli di qualità sono più rigorosi e vengono regolarmente effettuati secondo un disciplinare elaborato dai tecnici HYERES HORTIPOLE, PHILAFOR e Chambre d'Agriculture, che prevedono il rispetto di parametri tra cui: dimensione degli steli, tipo di imballaggio e livello di acqua, nonché durata della tenuta in vaso; gli acquirenti si fanno carico dei costi per l'esecuzione dei controlli effettuati in seno alla SICA- MAF. La promozione del marchio HORTISUD è gestita in comune da HORTISUD, PHILAFOR e SICA MAF mediante uno specifico fondo mutualistico.

Nel CdA di FLORISUD sono presenti tutte le diverse competenze necessarie per animare il processo di uno sviluppo comune del settore floricolo e questi soggetti sono caratterizzati da un sistema di relazioni molto strette. Il Comitato direttivo, che si riunisce una o due volte l'anno, gestisce i rapporti con le strutture esterne tra cui quelle pubbliche (Métropole Toulon Provence Méditerranée, Consiglio dipartimentale del Var, Consiglio regionale PACA e altri), per definire gli obiettivi strategici e trovare supporti, appoggi e risorse per la loro realizzazione.

6.4 Commercializzazione: Société d'Intérêt Collective Agricole (SICA) Marché au Fleurs (MAF)

La SICA-MAF presso cui abbiamo condotto una lunga intervista al suo Direttore Generale (Gilles Rus), rappresenta un soggetto fondamentale nell'ambito del Sistema Produttivo Locale; ne assume, di fatto, a nostro avviso, un ruolo trainante essendo per importanza il primo mercato florovivaistico di Francia.

La dinamicità gestionale e la capacità di cogliere le tendenze dei competitors internazionali ha portato questo Mercato ad avere attualmente un giro d'affari intorno ai 29 milioni di euro annui. Oltre 400 produttori e 300 acquirenti, inclusi grossisti, commercianti e fioristi, si incontrano nel Mercato che assorbe l'83% del fatturato del settore florovivaistico del Var. La SICA - MAF si preoccupa di soddisfare il più possibile la domanda del mercato francese (che come noto è un grande importatore e consumatore di prodotti florovivaistici), tuttavia, si rivolge all'esportazione per quasi un terzo delle vendite di peonie, ranuncoli ed anemoni. I produttori che conferiscono i prodotti a SICA - MAF possono beneficiare di numerosi servizi all'interno del mercato. La struttura della SICA- MAF è ben attrezzata per conservare i fiori recisi in stanze climatizzate il giorno prima della loro esposizione al mercato. Dopo questo passaggio, i controlli di qualità e i test di tenuta in vaso vengono eseguiti prima della commercializzazione da parte di tecnici specializzati.

Presso il SICA - MAF si svolge un'asta quotidiana con possibilità di acquisto da remoto. Grazie al progetto INTERREG Flore 3.0 (cui il SICA ha preso parte in qualità di partner), è stato implementato il sistema di *vendita on line* che vede coinvolto anche il Mercato dei Fiori di Sanremo, per la fornitura di una parte dei prodotti, sebbene molte problematiche relative alla logistica devono ancora trovare una soluzione adeguata. Nel complesso la SICA MAF si sforza di sviluppare continuamente la sua competitività, anche ricorrendo all'approvvigionamento di prodotti provenienti dall'Italia e cercando via via di adeguarsi alle innovazioni tecnologiche e digitali.

6.5 Organismi professionali/Groupement de producteurs : PHILAFLOR

PHILAFLOR, nata nel 1981, come *Groupement de producteurs* in base alla legge francese sulle associazioni del 1901, raggruppa un terzo dei produttori di fiori recisi del Var (pari a circa 140 aziende); PHILAFLOR intrattiene rapporti molto stretti con la SICA MAF con cui non è in competizione avendo delegato a quest'ultima le funzioni di commercializzazione di tutta la sua produzione (divenendo anche membro del suo consiglio di amministrazione) che rappresenta circa il 50% del fatturato di SICA MAF. I suoi associati, pertanto, possono beneficiare di tariffe vantaggiose rispetto ai produttori che conferiscono i loro prodotti al mercato in modo autonomo. Ai propri associati PHILAFLOR fornisce supporto e consulenza di natura economica, nonché amministrativa e tecnica, grazie a un laboratorio di analisi specializzato. I suoi consulenti si recano quotidianamente nelle aziende per fornire consigli specializzati ai floricoltori in vari ambiti quali: aspetti agronomici, fitosanitari, vigilanza normativa e tecnica, e diversificazione delle colture. PHILAFLOR si occupa inoltre, come già rilevato sopra, anche dell'attività di vigilanza sul rispetto dei parametri di qualità del *marchio HORTISUD*.

6.6 Ricerca e sperimentazione : Syndicat du centre régional d'application et de démonstration horticole (SCRADH)

Lo SCRADH, presso il quale abbiamo svolto una lunga intervista al suo Direttore, si caratterizza quale centro di sperimentazione tecnica e ricerca applicata a carattere privatistico che rappresenta una *unità regionale dell'Istituto Tecnico Orticolo ASTREDHOR*; offre i suoi servizi tecnici ai produttori che partecipano alla sperimentazione e all'innovazione di prodotto nel settore floricolo. Ciò avviene sulla base di una domanda espressa dalle aziende associate (che nel 2018 sono state pari a 106) che in tal modo orientano le attività sperimentali di cui si occupa lo SCRADH elaborando i protocolli di riferimento "pronti all'uso" per essere applicati dalle imprese collaborando così alla diffusione di buone pratiche agricole. La diffusione dei risultati dei test viene effettuata anche

grazie a diverse pubblicazioni periodiche (la rivista trimestrale *Atout Fleurs*, la newsletter *Bulletin d'information de l'horticulture et de la pépinière méditerranéenne* che è co-curata da SCRADH e dalla Chambre d'Agriculture del Var). I tre principali settori di attività dello SCRADH sono fiori recisi, vivai e paesaggio. Quanto ai servizi offerti, per rispondere alle esigenze delle imprese, lo SCRADH concentra le sue pratiche di sperimentazione sul *miglioramento della qualità dei prodotti e sull'ottimizzazione dei metodi e dei mezzi di produzione*. A tal proposito, sono operanti delle *commissioni*, specializzate per tematiche di sperimentazione e tipologia di prodotto, che riuniscono produttori, rappresentanti del settore marketing e ricercatori dello SCRADH stesso.

Settori di attività correlati alla città di Hyères:

- innovazione vegetale nella zona mediterranea;
- irrigazione, fertilizzazione e substrati;
- tecniche di produzione: automazione, programmazione, gestione dell'energia e dell'illuminazione, moltiplicazione, sistemi di coltivazione fuori terra, riduzione dell'impatto ambientale e altro;
- protezione biologica delle piante;
- collegamento tra clienti e professionisti della produzione: coprogettazione di prodotti vegetali, sistemi di coltivazione, ecc.;

Principali tematiche di ricerca applicata:

- Individuazione / caratterizzazione di specie e gamme di piante che soddisfano le esigenze dei mercati e adattate alle condizioni biotiche e abiotiche del Sud-Est;
- Sviluppo del biocontrollo per la regolamentazione dei parassiti. Soluzioni alternative ai prodotti fitosanitari contro parassiti e malattie;
- Ottimizzazione delle pratiche colturali attraverso l'uso di tecniche innovative ed economiche che rispettino l'ambiente e gli individui.

Composizione e finanziamenti: il CdA è in parte simile a quello di FLORISUD; tra i suoi 15 membri, di cui fanno parte vari organismi agricoli e para-agricoli (come il liceo Agricampus, la Camera dell'Agricoltura del Var, Enti assicurativi e di credito) almeno 5 sono scelti fra le imprese associate allo SCRADH. Il finanziamento si articola in tre parti di cui l'autofinanziamento copre il 23%; le altre fonti sono rappresentate da finanziamenti pubblici e finanziamenti da parte di partner professionali (Camera dell'Agricoltura e ASTREDHOR, tra gli altri).

Oltre ai partner che appartengono a Florisud e che offrono il loro supporto finanziario e tecnico, la RMC Water Agency e la French Agency for Biodiversity partecipano al finanziamento di SCRADH, mentre APREL (stazione regionale PACA, un'istituzione simile a SCRADH ma che lavora principalmente sugli ortaggi), CTIFL Ballandran (stazione PACA dell'Istituto Nazionale di Frutta e Verdura), GRAB (gruppo di ricerca in agricoltura biologica), collaborano fornendo expertises a livello tecnico.

VALHOR si aggiunge ai finanziatori di SCRADH in qualità di struttura nazionale che si occupa della promozione di prodotti orticoli. Fornitori, trasportatori, fioristi e tutte le altre famiglie professionali del settore orticolo versano un contributo volontario obbligatorio a VALHOR per la promozione di prodotti orticoli. Parte di questo contributo (10%) è destinata alla ricerca e alla sperimentazione in orticoltura; SCRADH è un beneficiario di questo finanziamento tramite la struttura nazionale ASTREDHOR.

Partenaires financiers		
 <p>Programmes européens MARITTIMO : FLORE 3.0 + ISAM</p>	 <p>Programme régional et certains programmes nationaux. Aide à l'investissement.</p>	 <p>Programme régional. Projets européens. Aide à l'investissement.</p>
 <p>Programme régional. Programme local Florisud.</p>	 <p>Programme régional et local. Aide à l'investissement.</p>	 <p>Aide à la diffusion des références de la station. Aide à l'animation locale (bassin Hyérois).</p>
 <p>Programme Ecophyto 2018, DEPHY EXPE / BSV / protection des plantes.</p>	 <p>Programme Ecophyto 2018, DEPHY EXPE / BSV / Innovation en protection des plantes.</p>	 <p>Programme sur l'eau et les pivoines : PIVEAU</p>
 <p>Programmes nationaux. Animation du bassin Astredhor Méditerranée</p>	 <p>Programme régional et local. Projets européens.</p>	 <p>Soutien à la diffusion (Atout- Fleurs, journées portes ouvertes) et à quelques actions.</p>
 <p>Innovation en culture d'anémones et de renoncules. Aide à l'investissement.</p>	 <p>Soutien aux projets pour la protection de l'environnement et des hommes.</p>	 <p>Groupement de producteurs de fleurs coupées. Soutien aux diverses projets</p>

6.7 Camere consolari: *Chambre d'Agriculture du Var*

La rete delle Camere di agricoltura, compresa la Camera di agricoltura del Var, è concepita per realizzare 3 missioni principali:

- contribuire al miglioramento delle prestazioni economiche delle aziende agricole e dei loro settori, sostenere una cultura agricola imprenditoriale nel territorio
- assolvere ad una funzione di rappresentanza del settore di fronte alle autorità pubbliche (comprese le istituzioni europee e quelle locali).

Servizi offerti: a livello aziendale, la Camera dell'Agricoltura controlla le procedure amministrative di apertura e chiusura delle società, nonché tutte le attività relative alla gestione delle società, come l'elaborazione di una strategia aziendale e la gestione delle risorse umane. A livello più tecnico, fornisce assistenza e consulenza agronomica e formazione per gli agricoltori.

Composizione e finanziamento: l'assemblea plenaria, che conta 46 membri eletti e 7 membri associati, si riunisce 2/3 volte l'anno e definisce la direzione della politica agricola dipartimentale in accordo con i rappresentanti di tutti i settori agricoli del dipartimento. L'Ufficio di presidenza, organo esecutivo e decisionale della Camera dell'Agricoltura che si riunisce ogni mese, è composto da 5 membri tutti appartenenti a diverse parti del settore agricolo; l'ufficio ampliato, che conta 13 membri aggiuntivi, svolge una funzione di consulenza. Le risorse provengono prevalentemente (per il 45%) da un'imposta fondiaria aggiuntiva (TATFNB) pagata dai proprietari di terreni non edificabili, sia agricoli che non agricoli, e pagata dall'agricoltore al 50.

6.8 Servizi: *Cerfrance Provence et Crédit Agricole Provence Côte d'Azur*

Cerfrance Provence: in qualità di specialista in materia contabile e fiscale, offre servizi di supporto per gli assolvimenti amministrativi, ivi inclusa la preparazione di tutte le dichiarazioni fiscali. Esiste una divisione specializzata in diritto sociale e gestione delle risorse umane che offre supporto per quanto attiene ai contratti di lavoro. È inoltre disponibile un servizio di consulenza legale per tutte le questioni relative all'insediamento fino alla vendita o al trasferimento dell'azienda. Il servizio analisi diagnostiche ed economiche si occupa anche dell'esame dei punti deboli e punti di forza delle società associate, compreso il servizio di audit. Risulta che tali servizi siano erogati a circa 1500 imprese del Var e delle Alpi Marittime tra cui agricoltori, commercianti e artigiani.

Crédit Agricole Provence Côte d'Azur:, il gruppo, oltre all'erogazione di finanziamenti per il settore agricolo offre servizi assicurativi (inclusi quelli contro i principali rischi climatici) e si impegna anche nel sostegno di iniziative legate all'agricoltura sostenibile e alla biodiversità.

6.9 Collettività: *La municipalité d'Hyères*

La città di Hyères avendo sempre beneficiato di condizioni ambientali favorevoli per lo sviluppo dell'orticoltura e dell'arboricoltura, ha rivestito un ruolo attivo nello sviluppo del settore floricolo anche supportando le diverse strutture legate alla commercializzazione (SICA -MAF), alla sperimentazione (SCRADH) e alla formazione (AGRI CAMPUS). Il supporto al settore si esplica inoltre attraverso i sussidi erogati floricoltori del territorio.

Tra gli attori che, pur non essendo membri effettivi del Cda di FLORISUD, ricoprono un ruolo di affiancamento nel settore, risultano:

- *AGRI CAMPUS*, membro associato del CdA di FLORISUD, costituito da tre centri di formazione quali: il Liceo di formazione generale e tecnologie agricole, il Centro di formazione per apprendisti e il Centro di formazione professionale e promozione agricola. Ogni anno la struttura forma 350 apprendisti e 800 adulti.
- *SYNDACAT AGRICOLE ET HORTICOLE D'HYERES*, membro invitato al CdA di FLORISUD, organizzazione professionale agricola che riunisce 300 associati fra la zona di Hyères e altri comuni limitrofi.
- *SYNDACAT HORTICOLE DU VAR*: membro invitato al CdA di FLORISUD, sindacato professionale indipendente che nel suo CdA include le rappresentanze dei quattro comparti floricoli del Var (fiori recisi e foglie, vivai, piante in vaso e bulbi).



II

STRUMENTI PER SUPPORTARE LE AZIENDE NELLE SCELTE IMPRENDITORIALI



7 Il monitoraggio dei costi e redditi delle principali colture florovivaistiche del Ponente Ligure

Patrizia Borsotto¹, Alberto Sturla¹, Cristina Pilan¹, Mauro Santangelo¹, Nadia Marchetti¹, Eros Mammoliti².

¹Consiglio per la Ricerca in agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria – Centro di ricerca in Politiche e Bioeconomia

²Distretto Florovivaistico del Ponente ligure.

7.1 Introduzione

Il florovivaismo ligure è un settore strategico per l'intera economia regionale: nel 2018 il valore della produzione di piante in vaso e fiori in Liguria ha toccato 343 milioni di euro ai prezzi correnti confermandosi al primo posto tra le regioni produttrici italiane. In Liguria, il 62% della Produzione ai Prezzi di Base (PPB) regionale è dato dalla floricoltura, seguita dalle produzioni zootecniche (15%), dalle attività di supporto all'agricoltura (9%) e dall'orticoltura e altre coltivazioni erbacee (6%). L'importanza relativa della categoria sul totale della branca agricoltura ligure è andata affievolendosi nel corso degli anni, perdendo circa dieci punti percentuali rispetto ai primi anni 2000; del resto si è assistito a un contemporaneo e progressivo aumento del peso dei prodotti zootecnici, che nel 2000 rappresentavano l'11% del totale e, pur con le dovute differenze legate alla variabilità delle produzioni, dell'olivicoltura (Annuario dell'agricoltura italiana 2018, CREA). La produzione floricola è localizzata nel Distretto del Ponente Ligure⁵ che si snoda nelle province di Savona, dove vengono prodotte soprattutto piante in vaso e di Imperia, specializzata nella produzione di fiori e fronde recise.

Il florovivaismo del distretto ligure è per lo più costituito da aziende di dimensione piccole/piccolissime a cui la debolezza strutturale non permette di affrontare adeguatamente le sfide che il mercato delle piante florovivaistiche, ormai completamente globalizzato, impone. In particolare, la sempre più pressante necessità di programmare le produzioni e quindi di organizzare i processi produttivi per venire incontro alle esigenze del mercato, rende necessario dotare i floricoltori degli idonei strumenti contabili per valutare le performance aziendali, anche a livello di prodotto.

Nell'ambito delle attività del progetto Flore 3.0 sono stati calcolati i costi di produzione di alcune tra le principali produzioni che caratterizzano il Distretto Florovivaistico del Ponente Ligure. La metodologia utilizzata fa riferimento a precedenti studi condotti da CREA - Politiche e Bioeconomia (già INEA) a partire dagli anni 70 (Borsotto P., 2014⁶) e definisce il costo di produzione come somma di costi specifici, costi comuni e costi imputati⁷. L'attribuzione dei costi comuni e di quelli imputati

⁵ Legge regionale n. 42 del 30/11/2001

⁶ Borsotto P. (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, INEA, Roma

⁷ Costi specifici: costi derivanti dai fattori produttivi completamente ed esclusivamente impiegati nel processo produttivo; Costi comuni: comprendono i costi comuni diretti che sono misurati sotto il profilo economico da centri aziendali di costo caratterizzanti lo specifico fattore produttivo e quelli indiretti che invece afferiscono a centri aziendali dei costi generali; Costi Imputati: sono composti da i costi del lavoro manuale prestato dal conduttore e dalla manodopera familiare ai fini della realizzazione della tecnica nonché i costi del lavoro direttivo del conduttore, attribuito pro quota alla tecnica (25% del costo del titolare dell'azienda); dall'interesse sul capitale agrario e sul capitale anticipazione calcolati applicando un tasso del 5% e si è tenuto conto di un periodo medio di anticipazione di sei mesi e dall'interesse sul capitale fondiario che è calcolato applicando un tasso di interesse del 1,5% per i fabbricati, del 1% per i terreni e lo 0,25% per gli impianti

alla singola tecnica produttiva avviene in base al grado di attività, cioè tali costi sono direttamente proporzionali all'ammontare del costo del fattore attribuibile alla tecnica in esame e inversamente proporzionali al suo valore complessivo, secondo l'equazione seguente:

$$CT = \sum CS_i + \sum \left(CCd * \left(\frac{h_j}{H} \right) \right) + \sum \left(CCi * \left(\frac{Cl_i + Cm_i}{\sum Cl + \sum Cm} \right) \right) + \sum (Clf * h_f) + \left(Cld * \left(\frac{Cl_i + Cm_i}{\sum Cl + \sum Cm} \right) \right) + \left(I * \left(\frac{Cl_i + Cm_i}{\sum Cl + \sum Cm} \right) \right)$$

CS_i Costi specifici nel processo produttivo j-esimo

CCd Costo comune diretto totale sostenuto in azienda

h_j Ore di lavoro-uomo o ore di lavoro- macchina nel processo produttivo j-esimo

H Ore di lavoro-uomo o ore di lavoro- macchina aziendale

CCi Costo comune indiretto totale sostenuto in azienda

Cl_i Costo totale delle manodopera utilizzata nel processo produttivo j-esimo

Cm_i Costo totale delle macchine e impianti utilizzati nel processo produttivo j-esimo

$\sum Cl$ Costo totale delle manodopera aziendale

$\sum Cm$ Costo totale delle macchine e impianti aziendali

Clf Costo del lavoro familiare

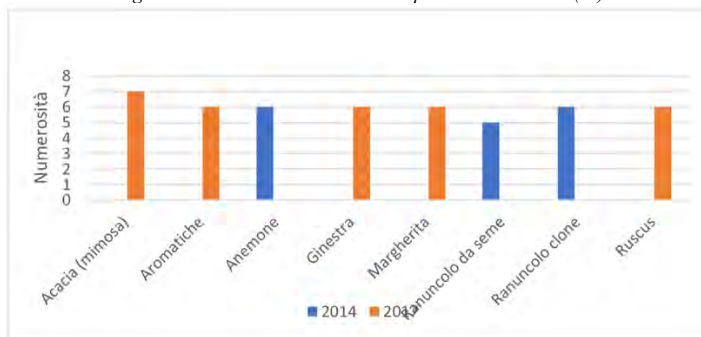
h_f Ore di lavoro familiare nel processo produttivo j-esimo

Cld Costo di lavoro direttivo aziendale

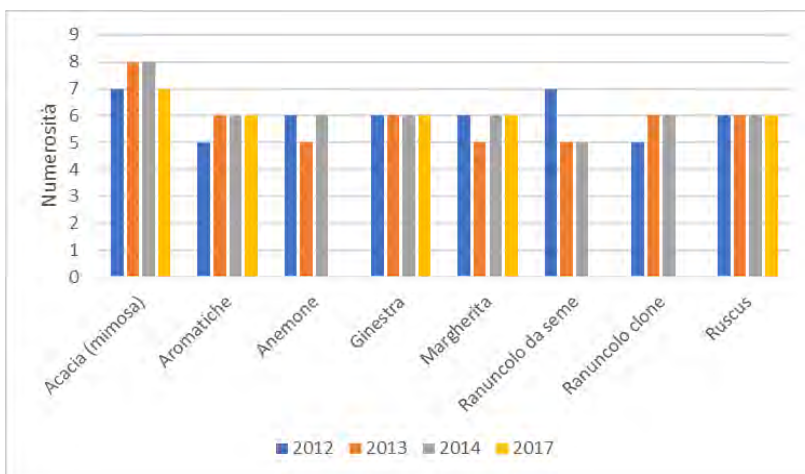
I dati sono stati raccolti a mezzo intervista diretta e archiviati in una apposita procedura di registrazione del Questionario elettronico che calcola il costo di produzione aziendale e medio annuale per processo produttivo.

Qui di seguito verranno presentati i dati relativi alla rilevazione circa 43 processi produttivi per ogni anno (figura 1) suddivisi tra fiori recisi (anemone, ranuncolo clone, ranuncolo seme), fronde ornamentali (mimosa, ruscus, ginestra) e piante in vaso (aromatiche e margherita). Il campione oggetto delle indagini è stato individuato nell'ambito delle aziende che aderiscono ai Club di prodotto⁸ ed è costituito, pertanto, su base prettamente volontaria.

Figura 2 Distribuzione Interviste nel periodo 2012-2017 (n°)



⁸ I Club di prodotto sono organizzazioni informali coordinate e supportate dal CSF – Regione Liguria che raggruppano su base volontaria i produttori per tipologia omogenea di prodotto coltivato (ranuncoli, anemone, rose, fronde da reciso, piante grasse, margherite e aromatiche).



Fonte: Nostre elaborazioni su dati raccolti nell'ambito del progetto Flore 3.0

Facendo riferimento agli ultimi due anni di rilevazione, in generale, si tratta di aziende di dimensioni assai ridotte: la SAU media del campione negli anni presi in considerazione non raggiunge i due ettari, e per lo più è in affitto (tabella 1). Tale propensione all'affitto si spiega con l'elevatissimo valore fondiario dei terreni destinati alla floricoltura che non permette alle aziende floricole di ampliare le superfici aziendali di proprietà. La SAU media varia tra 1,2 e 2,4 ha e circa il 34% della stessa è di proprietà del conduttore: soprattutto nell'imperiese è molto diffuso il comodato gratuito (spesso tra terreni di proprietà di parenti). L'indice di specializzazione (IS), che classifica le aziende in tre gruppi sulla base dell'incidenza della SAU della coltura sulla SAU aziendale, colloca circa la metà delle aziende indagate nella classe più bassa (SAU coltura/SAU aziendale <40%), mentre le restanti aziende sono equamente distribuite tra le altre due classi (IS alto: SAU coltura/SAU aziendale >70%, IS intermedio: compreso tra il 40 % e il 70%); ciò ad indicare che comunemente le aziende producono differenti tipologie di prodotto, per favorire l'offerta e consentire di raggiungere buoni risultati economici. Le imprese intervistate sono per lo più imprese familiari individuali. In poco meno del 10% dei casi si tratta di società semplice, ma questa forma giuridica è stata riscontrata esclusivamente tra le aziende produttrici di piante aromatiche, anemone, margherita e ranuncolo. La conduzione aziendale si avvale in prevalenza di manodopera familiare; la conduzione diretta con prevalenza di manodopera extra-aziendale riguarda in maniera rilevante le aziende che producono piante aromatiche, margherite e ranuncolo. Le Unità lavorative Totali (ULT) medie sono pari a quasi 2,5 unità; i conduttori sono in prevalenza di sesso maschile e le aziende condotte da giovani mediamente rappresentano il 38% di quelle intervistate, superiore al dato nazionale (25,1 % secondo l'ultimo studio RRN sul ricambio generazionale). Tra le aziende condotte da giovani il rapporto maschi e femmine è equamente suddiviso.

Tabella 1 Caratteristiche delle aziende

	SAU Azienda (mq)	SAU aziendale in proprietà (%)	Potenza aziendale (kW/1000mq)	ULT	ULF	IS (Bassa)	IS (Media)	IS (Alta)
2014	17.744	34	5,3	2,4	1,7	50,0	22,7	27,3
2017	17.749	34	5,3	2,4	1,7	50,0	20,5	29,5

(*) IS incidenza della SAU coltura/SAU aziendale (0-40%; 41-70%; 71-100% IS bassa, media, alta)

Fonte: Nostre elaborazioni su dati raccolti nell'ambito del progetto Flore 3.0

Dal punto di vista della dotazione di fabbricati e manufatti le aziende dispongono generalmente di un locale adibito alla lavorazione e al confezionamento dei prodotti, un magazzino e/o un rimessaggio, serre e cella frigorifera per le colture a fiore reciso e fronde; in media, si tratta di strutture realizzate o ammodernate negli ultimi venticinque anni. Le aziende del campione oggetto di indagine dispongono di un parco macchine abbastanza recente (i mezzi sono stati acquistati, in media, negli ultimi venti anni) con una potenza aziendale di circa 5 kW per 1.000 mq per la presenza almeno di un autoveicolo (autocarro, furgone o autovettura) e di attrezzature a motore annesse alle serre (motopompa elettrica); solo il 10% delle aziende dispone di un motocoltivatore e il 20-30% di una trattrice mentre più della metà delle aziende possiede un moto-decespugliatore e/o una motosega.

7.2 Le produzioni tipiche del Distretto

La coltivazione del fiore reciso è un'attività agricola tradizionale del Ponente ligure, tuttavia la concorrenza globale ha spinto le aziende a radicali cambiamenti negli indirizzi produttivi, che, se prima erano decisamente orientate verso rosa e garofano, negli ultimi anni si sono rivolte verso il ranuncolo e l'anemone, specie più adatte al clima mediterraneo e perciò meno esigenti in termini di temperatura: sono più idonee al pieno campo e alla serra fredda e quindi meno onerose di altre specie. Inoltre, essendo specie a fioritura invernale garantiscono la disponibilità di prodotto in concomitanza delle ricorrenze invernali, in occasione delle quali vengono valorizzate soprattutto in *bouquet* misti. Entrambe le specie sono state oggetto di una selezione spinta che ha portato a individuare varietà con caratteristiche appetite dai mercati e che oggi rappresentano un e vero e proprio biglietto da visita del comparto. In particolare, la ricerca di una maggiore omogeneità del fiore di ranuncolo ha portato l'Istituto Regionale per la Floricoltura (IRF) a sviluppare una tecnica di propagazione "*in vitro*" oggi largamente utilizzata dai floricoltori liguri. Nonostante si tratti di produzioni di eccellenza, il cui sviluppo ha per ora evitato che i piccoli floricoltori liguri vengano stretti nella morsa del mercato floricolo globale, il comparto del fiore reciso paga una logistica inadeguata e una distribuzione inefficiente, che si affida un regime di monopolio per raggiungere i mercati globali e che a livello locale ancora si basa su accordi individuali fra floricoltore e commerciante.

La coltivazione delle fronde reciso è iniziata a fine diciannovesimo secolo in Liguria, dove ha determinato un'impressionante modifica dell'orientamento produttivo, per poi diffondersi in tutta la penisola. Attualmente esistono due aree principali di produzione quella ligure specializzata soprattutto nelle fronde fiorite e quella toscana nelle fronde verdi; produzioni interessanti sono

presenti anche in Campania e Puglia. Negli ultimi decenni è andata sempre più affermandosi in Italia (Sahin, 1994) e di fatto è stato uno dei settori che meno ha risentito di altri dell'effetto della globalizzazione. Le esportazioni di fronde secondo dati AIPH (2017) ammontano a circa 416 milioni di euro, di questi 40 milioni sono generati dall'Italia e indirizzati ad Olanda, Germania e Repubblica Ceca. Tra le specie coltivate nel Ponente ligure rivestono una particolare importanza l'Acacia, la Ginestra e il Ruscus che da sole, secondo gli ultimi dati disponibili, ricoprono una superficie superiore a quella destinata alle colture da fiore reciso. Le fronde recise sono sempre più richieste dal mercato, in quanto rappresentano un elemento di primaria importanza di complemento delle composizioni floreali, in conseguenza del riconosciuto notevole valore estetico. Negli anni le produzioni sono state reindirizzate per rispondere alle nuove esigenze del territorio e del mercato, al fine di mantenere il comparto sempre competitivo su quello internazionale, dove è presente una forte concorrenza dei paesi produttori. Rimane però debole il sistema nel suo complesso, dalla produzione troppo frammentata alla logistica insufficiente, dalla commercializzazione che fatica a raggiungere alcune zone del mercato italiano – ad esempio il Nordest – ed estero alla scarsa efficacia della promozione. I costi produttivi delle fronde recise sono sensibilmente inferiori, rispetto alle tradizionali produzioni di fiori recisi, soprattutto in riferimento alle più limitate esigenze colturali (piena aria, serre fredde) e di manodopera (raccolta più semplice) e fa sì che riescano a mantenere un ruolo centrale nella floricoltura ligure. La produzione di piante in vaso e da vivaio è diffusa in molte regioni italiane con connotazioni specifiche: il Piemonte per le piante acidofile, la Lombardia, oltre che per le acidofile anche per le latifoglie e le conifere, la Toscana per la vasta gamma di alberi e arbusti tra cui le conifere, gli alberi a foglia caduca e sempreverdi, gli alberi da frutta ornamentali, il Lazio per le piante mediterranee, la Sicilia per le piante mediterranee tra cui gli agrumi ornamentali, le piante grasse e le palme e la Liguria per le piante aromatiche e alcune piante fiorite tipiche da esterno, oltre che per le piante grasse. Il settore delle piante in vaso da vivaio soprattutto utilizzate per l'arredo degli spazi verdi pubblici e privati è in espansione. 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 delle aziende. Il comprensorio Albenganese è fortemente orientato alla produzione di piante in vaso, verdi e fiorite.

7.2.1 I costi di produzione e rendimenti colturali per le produzioni caratteristiche dell'area del Distretto

A seguire sono riportate, prodotto per prodotto, le schede relative alle caratteristiche, alle tecniche di coltivazione, ai costi e rendimenti monitorati nel corso del progetto FLORE 3.0, delle principali colture oggetto del rilevamento, ovvero:

- Anemone
- Ranuncolo seme
- Ranuncolo
- Ranuncolo Clone
- Margherite in vaso
- Piante Aromatiche in vaso
- Mimosa
- Ginestra
- Ruscus

Anemone (*Anemone coronaria* L. - Fam. Ranunculaceae)

Coltivazione | L'anemone è una pianta erbacea rizomatosa originaria del bacino Mediterraneo: è spontaneo in Sicilia e Sardegna, nei luoghi incolti o tra gli ulivi e a una altitudine che non supera i 650 m s.l.m. L'anemone ha avuto una notevole evoluzione varietale e oggi sono presenti varietà a stelo molto lungo, rigido, a corolla imponente e con una discreta gamma di colori (bianco, blu, rosa, rosso, rosso vinato, fucsia, scuro, miscuglio); tra le varietà più diffuse si segnalano Mistral, Mistral Plus, Galilée, Jerusalem, Méron, Marianne.

Fioritura | I rizomi secchi sono impiantati a fine luglio, mentre quelli pre-germogliati a fine agosto; la densità media è circa 12 piante/mq per una produzione indicativa di 10-12 fiori/pianta da fine ottobre ad aprile. Dopo l'impianto i rizomi vengono coperti con circa 5 cm di pacciamatura organica (paglia o ago di pino) per mantenere fresco il terreno e proteggere dagli eccessi di temperatura. L'anemone vegeta nei mesi invernali e va in riposo vegetativo quando le giornate si allungano e la temperatura si alza. La raccolta si effettua quando i fiori sono in uno stadio di tulipano, dopodiché vengono confezionati a mazzi di decine, in confezioni da cinque decine.

Habitat | L'anemone si adatta bene ai terreni calcarei, con un pH 6-7, purché la sistemazione del terreno assicuri un rapido sgrondo delle acque piovane, quindi un terreno sciolto e dotato di buon drenaggio ma attualmente si sta assistendo ad un abbandono della piena aria a favore della serra e della coltura fuori suolo (in agriperlite con o senza fibra di cocco) che garantiscono un prodotto qualitativamente superiore; è importante che le piante siano esposte al massimo della luminosità.

Aree vocate | L'anemone da fiore reciso è una delle coltivazioni tradizionali dell'area del Ponente ligure; la superficie regionale destinata ad anemone è di circa 24 ettari tutti concentrati in provincia di Imperia.

In Italia altre importanti superfici coltivate sono localizzate nell'area di Napoli mentre all'estero i principali produttori sono la Francia, dove la superficie di questa coltura ha nettamente superato il ranuncolo e Israele, tradizionale esportatore verso i mercati del Nord Europa.



Tecnica di coltivazione

I floricoltori coinvolti nello studio adottano per l'anemone una tecnica di coltivazione tradizionale in pieno campo con protezione mobile costituita da reti antigrandine o altri sistemi di ombreggiamento.

Le aziende generalmente coltivano oltre all'anemone altri fiori da reciso e l'incidenza della superficie dedicata alla coltivazione dell'anemone su quella aziendale è del 41%; mediamente la SAU per questa coltura è pari a 2.500 mq/azienda. Generalmente la superficie è presa in affitto e/o comodato e il lavoro viene prestato dal solo conduttore dai suoi familiari. Tutte le aziende dispongono di un adeguato parco macchine nel quale oltre alle attrezzature necessarie per la coltivazione, trova no posto uno o più autoveicoli destinati al trasporto delle produzioni al mercato o ai luoghi di vendita.

Il 2014 è caratterizzato da un campione di aziende con una superficie aziendale maggiore a quella della media di riferimento ma la quota parte destinata alla coltivazione dell'anemone in terreni assoluti poco si discosta dalla media di riferimento (2.740 mq vs 2.500 mq) così come gli altri parametri presi a riferimento (meccanizzazione e manodopera).

Anno	SAU Azienda (mq)	SAU aziendale proprietà (%)	SAU Anemone (mq)	SAU Anemone SAU aziendale (%)	Potenza aziendale (kW/1000mq)	ULT	ULF
Media 2012 -2014	11.191	41	2.500	38	10	2	2
2014	4.825	49	2.740	57	15	2	2

Le operazioni

Le operazioni che richiedono il maggior impiego di manodopera sono la raccolta e il confezionamento, a seguire la preparazione del terreno; viceversa la meccanizzazione riguarda soprattutto le fasi finali del ciclo produttivo ovvero raccolta e confezionamento. trattamenti fitosanitari. La fertirrigazione è effettuata con antiperonosporici, antioidici e antibiotrici in quanto la coltura è particolarmente esposta agli attacchi fungini, nonché con insetticidi adatti a contrastare afidi, tripidi e altri parassiti animali. I trattamenti irrigui vengono svolti durante l'intero ciclo colturale a necessità e a seconda delle condizioni climatiche.

Generalmente la coltivazione dell'anemone richiede 675 ore/ 1.000 mq di manodopera e 372 ore/ 1.000 mq di meccanizzazione.

Calendario delle operazioni colturali (impegno in ore /1.000 mq)



I risultati economici

La Produzione Vendibile della coltura è, in media, quasi 18.000 euro ogni 1.000 mq e il Margine Lordo unitario è pari a circa 12.171 euro. In termini unitari il costo medio è pari a 0,17 euro per stelo pari all'incirca al prezzo spuntato dalla collocazione del prodotto sul mercato.

Con riferimento alla composizione dei costi si osserva che la voce che incide per oltre la metà sul valore della produzione è quella relativa ai costi imputati: la remunerazione del lavoro dell'imprenditore e dei familiari che trovano occupazione in azienda sono, senza dubbio, le voci di costo che, se tenute in debito conto, rendono problematico il conseguimento di risultati di bilancio (riferiti al singolo processo produttivo oppure all'impresa floricola nel suo complesso) apprezzabili da parte dell'imprenditore.

Il costo di produzione totale dell'anemone nel 2014 ammonta a 18.431 €/ 1000 mq, è leggermente superiore a quello medio (+6,7%).

Con riferimento alle altre tipologie di costo quelli specifici incidono per oltre il 30% della produzione: le principali voci di costo sono quelle relative al materiale di propagazione, ai mezzi di difesa e a quelli per la fertilizzazione.

Trattandosi di una specie molto esigente in termini di cure colturali, le voci di costo relative alla manodopera sono le più importanti. In particolare, risulta molto elevata la remunerazione media della manodopera familiare e del lavoro del conduttore; la prima ammonta al 35% del totale nel 2014 in linea con i valori medi (40%). Impiegando soprattutto manodopera familiare, le aziende che coltivano anemone ricorrono raramente a manodopera extra-aziendale, in cui costo per unità di superficie è infatti molto contenuto. Tuttavia, l'imputazione del costo del lavoro del conduttore e della sua famiglia incide molto sul ricavo unitario per quintale, che nel raggiungere un sostanziale pareggio nel 2014.

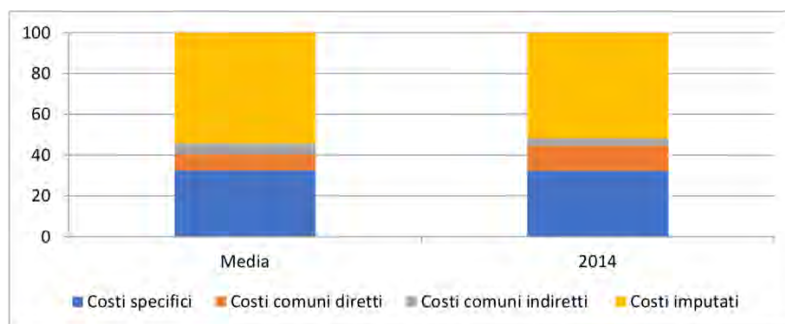
I costi specifici ammontano a circa un terzo del costo totale, rispetto alla media il valore assoluto di tale voce è aumentato ed è per lo più imputabile a un aumento delle spese relative all'acqua irrigua, ai fertilizzanti e agli altri fattori, si registra una diminuzione, costante nel triennio considerato delle spese per la difesa fitosanitari.

**I conti
colturali**

Valori economici dell'anemone in euro/1000 mq s.d.i.			
Variabili	Media (2012- 2014)	2014	Composizione media dei costi
Costi Specifici	5.618	5.943	32,52
<i>Di cui: Manodopera avventizia</i>	-	-	-
<i>Sementi Piante</i>	3.009	3.024	53,6
<i>Fertilizzanti</i>	668	790	11,9
<i>Mezzi Difesa</i>	1.076	744	19,2
<i>Noleggio</i>	-	-	-
<i>Acqua Irrigua</i>	371	482	6,6
<i>Materiale Confezionamento</i>	204	241	3,6
<i>Vasi</i>	-	-	-
<i>Torba Terriccio</i>	-	-	-
<i>Altri Fattori</i>	289	663	5,1
CCD Costi Comuni Diretti	1.639	2.285	9,49
<i>Di cui: Manodopera fissa</i>	244	319	14,9
<i>Meccanizzazione</i>	429	488	26,2
<i>Fabbricati</i>	966	1.478	58,9
CCI Costi Comuni Indiretti	805	664	4,66
<i>Di cui: Costi Generali</i>	376	242	46,7
<i>Acqua Potabile</i>	10	8	1,2
<i>Affitto Comodato terreni</i>	382	409	47,5
<i>Affitto fabbricati</i>	19	6	2,4
CI Costi Imputati	9.231	9.539	53,44
<i>Di cui: Manodopera familiare</i>	6.824	6.502	73,9
<i>Lavoro direttivo</i>	858	1.278	9,3
<i>Interesse Capitale Fondiario</i>	417	835	4,5
<i>Interesse Capitale Agrario</i>	1.132	925	12,3
COSTO TOTALE	17.275	18.431	100
PRODUZIONE LORDA VENDIBILE	17.789	18.494	
MARGINE LORDO	12.171	12.551	
PROFITTO	513	63	
RESA (STELI)	102.465	107.589	

**Dettaglio
dei costi**

Confronto tra il 2014 e la media di riferimento (2012-2014)



Ranuncolo (*Ranunculus asiaticus* – Fam. Ranunculaceae)

<i>Coltivazione</i>	È una pianta erbacea rizomatosa, costituita da un corto rizoma su cui sono inserite, nella parte inferiore, radici persistenti, tuberose e in quella superiore numerose gemme.
<i>Caratteristiche</i>	L'impianto del rizoma pregermogliato è effettuato da metà agosto a metà settembre per ottenere fioriture precoci con inizio produzione a fine ottobre – novembre; dopo l'impianto, i rizomi, che non devono essere interrati a una profondità maggiore di 1 cm, vengono coperti con della pacciamatura organica (paglia) al fine di conservare fresco il terreno e di evitare shock termici che potrebbero influire sulla fioritura anticipata invernale. Si sta sempre più diffondendo la coltivazione fuori-suolo effettuata su substrati contenenti fibra di cocco e perlite o simili che permettono una migliore gestione della pianta. Il ranuncolo può essere coltivato sia in pien'aria (sotto rete ombreggiante) che in serra. L'epoca di raccolta dipende, oltre che dalle dimensioni del rizoma piantato, dalla varietà coltivata, dall'andamento stagionale e dal tipo di forzatura; comunque, va indicativamente dalla fine di ottobre a metà maggio. La produzione media del ranuncolo è di circa 10/12 fiori per pianta per una densità media di 12 piante/mq.
<i>Habitat</i>	Il ranuncolo si adatta bene a terreni con un pH 6,5-7, con bassa salinità e ricchi di sostanza organica purché la sistemazione del terreno assicuri un rapido sgrondo delle acque piovane, quindi terreno sciolto dotato di buon drenaggio.
<i>Aree vocate</i>	Il ranuncolo da fiore reciso è una delle coltivazioni tradizionali dell'area del Ponente ligure e appartiene a quell'insieme di specie che si possono definire "mediterranee" che caratterizzano il Distretto ligure rispetto alle coltivazioni estensive del Nord Europa e dei Paesi in Via di Sviluppo.
<i>Tipologie</i>	<p>I ranuncoli da seme sono popolazioni comunque sempre eterogenee che si ottengono a seguito di incrocio tra due linee parentali selezionate; tra le linee più note si segnalano Elegance, Friandine e Brea.</p> <p>I ranuncoli clone sono stati selezionati per ovviare alla variabilità entro gruppo; si è tentata con successo la strada della propagazione "in vitro" per coltura di apici vegetativi. Questa tecnica sviluppata da un centro di sperimentazione ligure (IRF – Sanremo) ha permesso di ottenere varietà omogenee nello spazio e nel tempo. Oggi costituiscono circa il 10% dei ranuncoli coltivati e rappresentano l'eccellenza dal punto di vista qualitativo.</p>

Ranuncolo clone

Tecnica di coltivazione

Le aziende campionate che producono il clone di ranuncolo sono caratterizzate da una superficie aziendale media di circa 12.000 mq dei quali quasi 4.000 mq sono investiti a ranuncolo. Le superfici risultano in affitto o comodato, mentre poco diffusa è la proprietà dei terreni. Le aziende dispongono mediamente di 2,5 unità lavorative, all'80% di origine familiare; dalle informazioni rilevate non sembra che le aziende facciano ricorso al contoterzismo o a salariati avventizi, avvalendosi esclusivamente di salariati fissi.

Le aziende produttrici di ranuncolo clone rilevate nel 2014 presentano una superficie media di quasi 12.150 mq, dei quali quasi 4.000 mq sono investiti a ranuncolo in linea con quanto descritto mediamente.

Il parco macchine ha una potenza media di 15kW ogni 1.000 mq – circa 10 KW/1000 mq nel 2014, e, in generale, è composto da un automezzo utilizzato per il trasporto del prodotto, da attrezzatura utilizzata per effettuare i trattamenti (atomizzatore, sterilizzatore e/o irroratrice), un moto-decespugliatore, una motopompa e una motozappatrice

Per quanto riguarda la manodopera nel 2014: 2,5 sono le unità lavorative medie, delle quali 2 di origine familiare, poco diffuso il ricorso a manodopera salariata.

Anno	SAU Azienda (mq)	SAU aziendale proprietà (%)	SAU Ranuncolo clone (mq)	SAU Ranuncolo clone SAU aziendale (%)	Potenza aziendale (kW/1000mq)	ULT	ULF
Media 2012 -2014	12.187	36	3.958	47	15	2,5	2
2014	12.146	16	4.000	32	10	2,5	2

Le operazioni colturali

La tecnica colturale prevede che nei mesi di agosto-settembre vengano posti a dimora i rizomi su di un terreno opportunamente preparato, ovvero siano stati eliminati i residui delle colture precedenti, sia stato livellato il terreno al fine di favorire al meglio il drenaggio delle acque e siano effettuate le lavorazioni con il terreno "in tempera", utilizzando attrezzature idonee, che non creino una "suola" impermeabile (crostone di lavorazione) a livello delle radici.

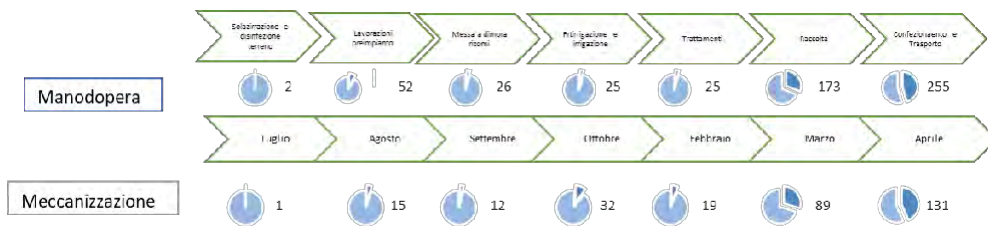
Nel caso della coltivazione in pien'aria, per limitare i danni da caldo, sono impiegate reti ombreggianti oppure i rizomi sono pacciamati.

Nelle fasi preparatorie e di messa a dimora dei rizomi sono impiegate il 14% delle ore di manodopera.

Il ranuncolo clone viene irrigato e fertirrigato utilizzando impianti a goccia o microirrigazione e l'apporto di sostanze nutritive è frazionato durante l'intero ciclo produttivo per una migliore gestione dei nutrienti. L'epoca di raccolta, che dipende dalla varietà e dalle dimensioni del rizoma, inizia a novembre e termina ad aprile; le operazioni di raccolta e, successivamente, di confezionamento – che avviene manualmente con l'impiego di piccole attrezzature – sono quelle più onerose in termini di manodopera impiegata: esse, infatti, assorbono oltre il 70% delle ore utilizzate per la produzione di ranuncolo "clone". Il prodotto viene generalmente venduto all'asta o direttamente a un commerciante e il trasporto avviene spesso utilizzando mezzi aziendali.

Nella coltivazione del ranuncolo clone sono richieste mediamente circa 560 ore / 1.000 mq di manodopera e 300 ore / 1.000 mq di utilizzo di macchine.

Calendario delle operazioni colturali (impegno in ore /1.000 mq)



I risultati economici

La Produzione Vendibile della coltura è, in media, quasi 29.000 euro ogni 1.000 mq e il Margine Lordo unitario è pari a circa 20.800 euro/1.000 mq. In termini unitari il costo medio è pari a 0,31 euro per stelo mentre il prezzo spuntato dalla collocazione del prodotto sul mercato è 0,45 euro a stelo.

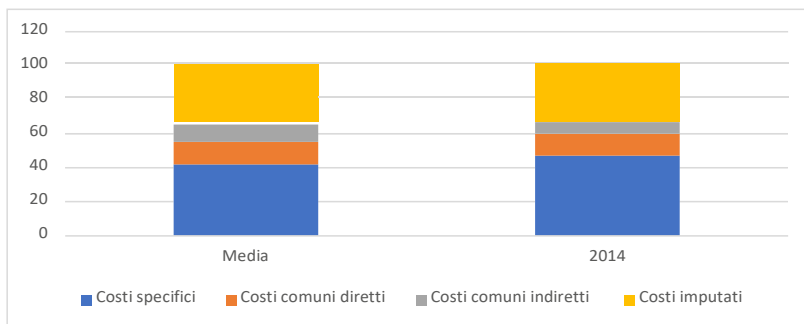
Con riferimento alla composizione dei costi si osserva che la voce che incide per poco meno della metà sul valore della produzione è quella relativa ai costi specifici: si tratta soprattutto delle spese sostenute per l'acquisto di rizomi. A questa tipologia di costi seguono quelli imputati e in particolare la remunerazione del lavoro dell'imprenditore e dei familiari che trovano occupazione in azienda.

Con riferimento ai costi comuni, le principali voci di costo riguardano la retribuzione della manodopera fissa. Il costo di produzione totale del ranuncolo clone nel 2014 ammontava 20.284 €/1000 mq, poco inferiore al valore 2012 ma superiore a quello stimato per il 2013, anno in cui si è registrata una diminuzione di produzione. La principale voce tra i costi specifici è quella relativa all'acquisto dei rizomi seguita dai costi irrigui, infatti dal 2013 è stato mutato il tipo di approvvigionamento passato da sorgente a rete idrica municipale. I costi comuni diretti sono diminuiti del 32% (2014-2012) e la contrazione ha riguardato in maniera trasversale tutti i centri di costo (meccanizzazione, manodopera e fabbricati) ma in particolare modo la meccanizzazione a causa dei minori costi di combustibili registrati per l'annualità 2014. I costi comuni indiretti sono diminuiti anche loro del 37% con particolare riferimento ai costi generali; infine i costi imputati sono diminuiti anch'essi soprattutto nella componente manodopera familiare e capitale fondiario.

Dal grafico seguente, che analizza il dettaglio nella composizione del costo totale, si osserva che l'incidenza percentuale delle diverse componenti di costo è leggermente variata: in particolare sono aumentati i costi specifici (15% vs 13%) e sono diminuiti quelli comuni diretti (12% vs 7%) e leggermente quelli imputati (35% vs 33%).

Valori economici del ranuncolo clone in euro/1000 mq s.d.i.			
Variabili	Media (2012-2014)	2014	Composizione media dei costi
Costi Specifici	8.048	9.582	40,41
<i>Di cui: Manodopera avventizia</i>	-	-	-
<i>Sementi Piante</i>	6.163	6.255	76,6
<i>Fertilizzanti</i>	359	352	4,5
<i>Mezzi Difesa</i>	510	494	6,3
<i>Noleggio</i>	-	-	-
<i>Acqua Irrigua</i>	184	270	2,3
<i>Materiale Confezionamento</i>	150	222	1,9
<i>Vasi</i>	-	-	-
<i>Torba Terriccio</i>	-	-	-
<i>Altri Fattori</i>	682	1.989	8,5
CCD Costi Comuni Diretti	2.806	2.562	14,09
<i>Di cui: Manodopera fissa</i>	1.291	1.210	46,0
<i>Meccanizzazione</i>	532	264	19,0
<i>Fabbricati</i>	983	1.088	35,0
CCI Costi Comuni Indiretti	1.940	1.398	9,74
<i>Di cui: Costi Generali</i>	1.054	367	54,3
<i>Acqua Potabile</i>	8	10	0,4
<i>Affitto Comodato terreni</i>	562	459	29,0
<i>Affitto fabbricati</i>	317	562	16,3
CI Costi Imputati	7.119	6.743	35,75
<i>Di cui: Manodopera familiare</i>	4.351	4.532	61,1
<i>Lavoro direttivo</i>	954	673	13,4
<i>Interesse Capitale Fondiario</i>	903	584	12,7
<i>Interesse Capitale Agrario</i>	912	954	12,8
COSTO TOTALE	19.914	20.284	100
PRODUZIONE LORDA VENDIBILE	28.852	28.953	
MARGINE LORDO	20.804	19.372	
PROFITTO	8.938	8.669	
RESA (STELI)	63.487	65.547	

Confronto tra il 2014 e la media di riferimento (2012-2014)



Ranuncolo seme

Tecnica di coltivazione

Le aziende campionate che producono il ranuncolo seme dispongono mediamente di una superficie aziendale di circa 24.000 mq, metà di proprietà e metà in affitto o comodato gratuito. La superficie investita a ranuncolo è di oltre 7.000 mq e le aziende dispongono mediamente di 3 unità lavorative, in queste aziende il ricorso a manodopera extrafamiliare è superiore che in altre tipologie.

Le aziende coinvolte nell'indagine nel 2014 che producono ranuncolo seme presentano una superficie media aziendale pari a quella di riferimento così come la superficie investita a ranuncolo seme che rappresenta poco più del 30% della SAU aziendale.

Il parco macchine ha una potenza media di 7kW ogni 1.000 mq e, in generale, è composto da automezzi utilizzati per il trasporto del prodotto, da attrezzatura impiegata per effettuare i trattamenti (atomizzatore, sterilizzatore e/o irroratrice), da motodecspugliatore, da motopompa e da motozappatrice.

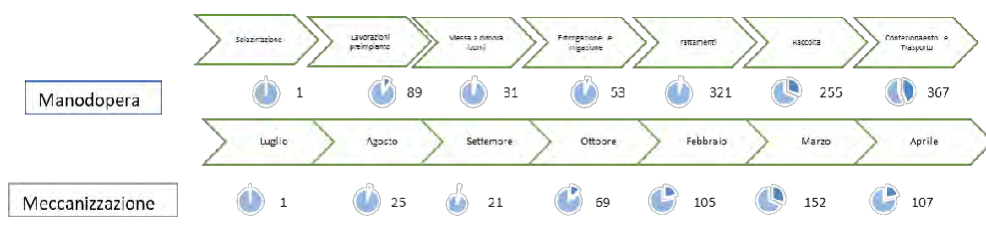
Anno	SAU Azienda (mq)	SAU aziendale proprietà (%)	SAU Ranuncolo seme (mq)	SAU Ranuncolo seme SAU aziendale (%)	Potenza aziendale (kW/1000mq)	ULT	ULF
Media 2012 -2014	24.082	51	7.264	33	7	3	1
2014	24.167	45	7.558	31	6	3	1

Le operazioni

La tecnica colturale prevede che la messa a dimora dei rizomi avvenga tra luglio/agosto ed è preceduta dalle lavorazioni preimpianto: entrambe le operazioni assorbono in media il 15% delle ore di manodopera e meccanizzazione. L'apporto di nutrienti è effettuato in piccola parte con concimazione preimpianto e per la restante parte con fertirrigazioni periodiche tra agosto e aprile, nello stesso periodo si interviene per il contenimento delle infestanti e con trattamenti fitosanitari.

La raccolta inizia ad ottobre e si protrae fino ad aprile ed è seguita dalle operazioni di confezionamento e trasporto del prodotto al punto vendita. Le operazioni di raccolta e confezionamento assorbono il 75% delle ore totali di manodopera; le macchine e le attrezzature sono utilizzate soprattutto nelle operazioni di raccolta e per i trattamenti. Generalmente la coltivazione di 1.000 mq di ranuncolo "seme" richiede 800 ore di manodopera e circa 500 ore di macchine.

Calendario delle operazioni colturali (impegno in ore /1.000 mq)



I risultati economici

La Produzione Vendibile della coltura è, in media, circa 19.000 euro ogni 1.000 mq e il Margine Lordo unitario è pari a circa 14.200 euro. In termini unitari il costo medio è pari a 0,19 euro per stelo mentre il prezzo spuntato dalla collocazione del prodotto sul mercato è 0,22 (si tratta di valori decisamente più bassi rispetto a quelli che si sono registrati per il ranuncolo clone).

Per quanto riguarda i costi, questi risultano equamente distribuiti tra le voci di costo specifici, comuni diretti e imputati mentre residuale è la voce relativa ai costi comuni indiretti.

I costi specifici ammontano in media a quasi 5.000 euro ogni 1.000 mq: le principali voci di costo riguardano l'acquisto del materiale di propagazione e per effettuare i trattamenti. Per quanto riguarda i costi comuni, tra quelli diretti la principale voce di costo è legata alla manodopera fissa e tra quelli indiretti invece fa riferimento ai costi generali. Tra i costi imputati particolare peso hanno le voci legate alla manodopera familiare e al lavoro direttivo nonché al capitale agrario.

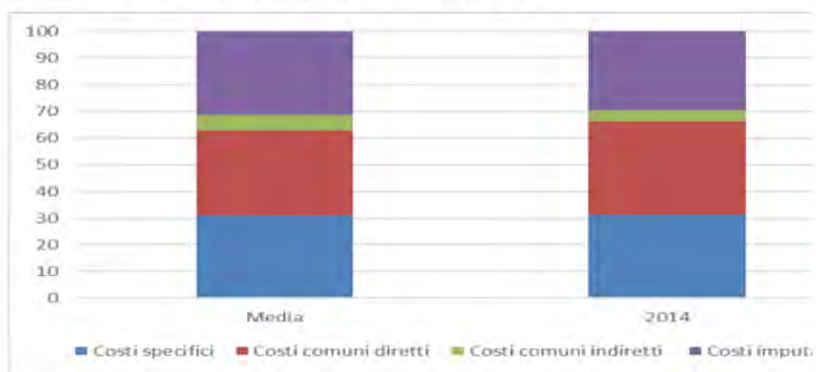
I conti culturali

Valori economici del ranuncolo da seme in euro/1000 mq s.d.i.			
Variabili	Media (2012-2014)	2014	Composizione media dei costi
Costi Specifici	4.968	4.937	29,87
<i>Di cui: Manodopera avventizia</i>	15	-	0,3
<i>Sementi Piante</i>	2.787	2.598	56,1
<i>Fertilizzanti</i>	522	446	10,5
<i>Mezzi Difesa</i>	1.010	1.075	20,3
<i>Noleggio</i>	-	-	-
<i>Acqua Irrigua</i>	311	247	6,3
<i>Materiale Confezionamento</i>	151	139	3,0
<i>Vasi</i>	-	-	-
<i>Torba Terriccio</i>	47	-	0,9
<i>Altri Fattori</i>	146	432	2,9
CCD Costi Comuni Diretti	5.228	5.505	31,43
<i>Di cui: Manodopera fissa</i>	4.484	4.948	85,8
<i>Meccanizzazione</i>	235	131	4,5
<i>Fabbricati</i>	508	425	9,7
CCI Costi Comuni Indiretti	1.057	660	6,36
<i>Di cui: Costi Generali</i>	680	293	64,3
<i>Acqua Potabile</i>	20	16	1,9
<i>Affitto Comodato terreni</i>	213	207	20,2
<i>Affitto fabbricati</i>	217	145	20,5

Dettaglio dei costi

CI Costi Imputati	5.379	4.672	32,34
<i>Di cui: Manodopera familiare</i>	2.545	2.233	47,3
<i>Lavoro direttivo</i>	474	252	8,8
<i>Interesse Capitale Fondiario</i>	434	412	8,1
<i>Interesse Capitale Agrario</i>	1.926	1.775	35,8
COSTO TOTALE	16.632	15.773	100
PRODUZIONE LORDA VENDIBILE	19.263	19.141	
MARGINE LORDO	14.295	14.204	
PROFITTO	2.631	3.368	
RESA (STELI)	83.415	85.527	

Confronto tra il 2014 e la media di riferimento (2012-2014)



Mimosa (Acacia spp. – Fam. Leguminosae)

Coltivazione

E' una fronda recisa da fiore che è stata introdotta prima in Francia e poi in Liguria alla fine del XIX dove è stata sottoposta ad intenso miglioramento genetico. Al genere Acacia (Acacia spp – Fam. Leguminosae) appartengono circa 450 specie di alberi o arbusti tutti di origine australiana. Alcune specie sono prive di foglie che sono sostituite da rami trasformati, appiattiti, che svolgono attività fotosintetica e prendono il nome di fillodi (Anfosso, 1996).

Fioritura

I fiori minuscoli con petali poco sviluppati sono riuniti in capolini globosi (glomeruli) disposti in grappoli ascellari o pannicoli terminali e hanno numerosi stami a filamenti molto lunghi e sottili che conferiscono all' infiorescenza un aspetto fioccoso.

Habitat

Le Acacia sono specie calcifughe e per questo si adattano con difficoltà a terreni eccessivamente calcarei ed argillosi, preferendo quelli sciolti, neutri o acidi (pH 6-6,5) in maniera assoluta sono da evitare terreni con ristagni d' acqua. L'impianto viene effettuato con sestri che vanno da 2 x 2 a 3 x 3 per le piante a portamento più ridotto (A. floribunda) e da 4 x 4 a 6 x 6 per le piante a sviluppo maggiore (Maccario, 1956).

Cultivar

Tra le principali cultivar si segnala *Acacia retinodes cv Imperiale* che è conosciuta anche come Quattro stagioni o Floribunda perché è in grado di fiorire più volte nel corso dell'anno; è la varietà che meglio si adatta ai terreni calcarei e la specie da cui deriva, propagata per seme, viene usata come portainnesto di altre mimose (Mascarello, 1999).

L'*Acacia podalyriaefolia cv Denis Bodey* è una varietà molto precoce sensibile al calcare e alle gelate mentre l'*Acacia dealbata* è la specie che presenta la fioritura più tardiva e una notevole resistenza alle basse temperature. Le varietà che la caratterizzano sono le più coltivate per la produzione di fiore reciso perché la fioritura del ramo è uniforme; inoltre si presta alla forzatura e consente una raccolta scalare.

Molte sono le varietà interessanti per la produzione: *Toumaire* che fiorisce a gennaio; *Gaulois* che fiorisce a febbraio ed è ampiamente utilizzata per conservazioni lunghe in ambiente refrigerato a 0°, questo per poter essere poi venduta in tutta Europa in occasione della Festa della Donna l'8 marzo.



Tecnica di coltivazione

L'acacia viene coltivata principalmente come fronda fiorita recisa anche se in alcuni casi è commercializzata verde.

Le aziende generalmente coltivano oltre all'anemone altri fiori da reciso e l'incidenza della superficie dedicata alla coltivazione della mimosa su quella aziendale è del 22%; mediamente la SAU per questa coltura è pari a 4.100 mq/azienda. La superficie è presa in affitto e/o comodato e il lavoro viene prestato dal solo conduttore e dai suoi familiari. Tutte le aziende dispongono di un adeguato parco macchine nel quale, oltre alle attrezzature necessarie per la coltivazione, trova posto uno o più autoveicoli destinati al trasporto delle produzioni al mercato o ai luoghi di vendita.

Il 2014 è caratterizzato da un campione di aziende con una superficie aziendale in linea con quella della media dei quattro anni così come la quota parte destinata alla coltivazione della mimosa così come gli altri parametri presi a riferimento (meccanizzazione e manodopera); viceversa il 2017 è caratterizzato da aziende con una superficie media leggermente inferiore (15.900 vs circa 19.000 mq) e principalmente in proprietà, mentre la SAU coltivata a mimosa è in linea con quella media.

Anno	SAU Azienda (mq)	SAU aziendale proprietà (%)	SAU Mimosa (mq)	SAU Mimosa SAU aziendale (%)	Potenza aziendale (kW/1000mq)	ULT	ULF
Media 2012 -2017	19.013	49	4.514	24	2	2	2
2014	19.975	37	4.139	21	2	2	2
2017	15.900	54	4.302	27	3	2	2

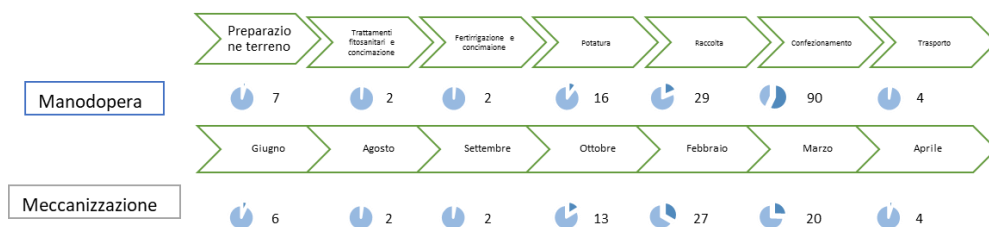
Le operazioni

Il ciclo colturale dell'acacia, svolto in pieno campo, inizia a febbraio quando la pianta incomincia a sviluppare la propria massa vegetativa e si conclude con la fioritura, la cui epoca varia tra ottobre e febbraio a seconda della varietà coltivata. Alla raccolta, prima del confezionamento in alcuni casi, è fatta seguire una operazione di forzatura in cella forzosa. Normalmente la potatura di produzione si opera in contemporanea alla raccolta, entrambe svolte principalmente a mano con l'ausilio di piccolo materiale.

L'irrigazione è effettuata nel periodo estivo e l'apporto dei principali nutrienti (NPK), per evitare squilibri interni alla pianta, è praticata durante l'intero ciclo colturale: può avvenire con concimazione organica o con fertirrigazione. Sono previsti in media 4 trattamenti fitosanitari annui per contrastare le malattie fungine (principalmente marciumi) e alcuni parassiti animali (psilla, cocciniglie, afidi e tripidi) mentre l'eliminazione dalle erbe infestanti può essere svolta chimicamente (tra ottobre e maggio) o manualmente (tra luglio e settembre); nei casi in cui risultasse necessario è praticato il decespugliamento.

In media sono necessarie 157 ore all'anno di manodopera e quasi 80 ore di macchine; le operazioni più onerose dal punto di vista dell'impiego della manodopera sono la potatura, la raccolta e il confezionamento.

Calendario delle operazioni colturali (impegno in ore /1.000 mq)



I risultati economici

La Produzione Vendibile della coltura è, in media, quasi 4.400 euro ogni 1.000 mq e il Margine Lordo unitario è pari a quasi 4.000 euro. In termini unitari il costo medio è pari a 568 euro a quintale mentre il prezzo medio è pari a 766 euro a quintale, ne deriva una differenza positiva di quasi 200 euro al quintale.

Il costo di produzione della mimosa è risultato nel 2017 pari in media a 3.826 €/1000 mq, registrando complessivamente un incremento del 17% rispetto alla media di riferimento. In termini generali la differenza tra ricavo unitario e costo di produzione risulta positivo e nel 2017 è pari a 276 €/q; la differenza che si riscontra in questo indice è da imputare ad una migliore collocazione del prodotto sul mercato che nel 2017 ha raggiunto i 920 euro/quintale.

I costi specifici registrano un aumento da attribuire al diverso modo di gestione della quota per la commercializzazione a mezzo cooperativa che a partire dal 2014 ha modificato la sua contabilizzazione imputando un costo non più forfettario e quindi nel bilancio inserito come costo generale bensì a quantità commercializzata e quindi contabilizzata come voce di costo specifico.

Nel 2017 si registra un aumento dei costi per i mezzi di produzione utilizzati per il confezionamento rispetto alla media 2012 -2017 mentre nessuna variazione rilevante a carico degli altri fattori produttivi: fertilizzanti e mezzi di difesa.

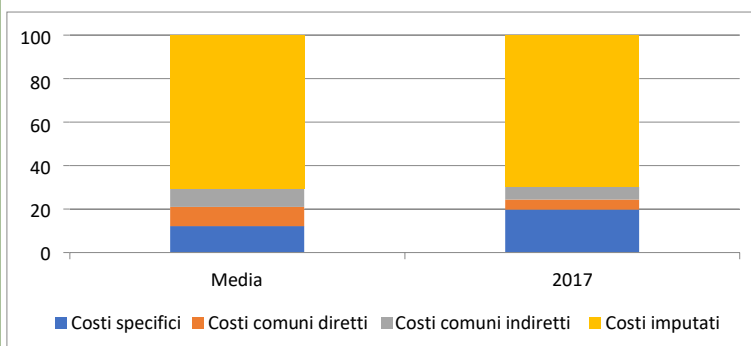
Complessivamente il margine lordo della coltura per le aziende considerate non ha registrato particolari variazioni nel periodo considerato. Per quanto riguarda le altre tipologie di costo non vi sono particolari variazioni.

**I conti
culturali**

Valori economici dell'acacia in euro/1000 mq s.d.i.			
Variabili	Media (2012- 2017)	2017	Composizione media dei costi
Costi Specifici	443	787	13,54
<i>Di cui: Manodopera avventizia</i>	3	-	0,7
<i>Sementi Piante</i>	1	-	0,2
<i>Fertilizzanti</i>	68	89	15,3
<i>Mezzi Difesa</i>	16	20	3,6
<i>Noleggio</i>	-	-	-
<i>Acqua Irrigua</i>	50	54	11,3
<i>Materiale Confezionamento</i>	63	73	14,2
<i>Vasi</i>	-	-	-
<i>Torba Terriccio</i>	-	-	-
<i>Altri Fattori</i>	242	551	54,6
CCD Costi Comuni Diretti	188	172	5,75
<i>Di cui: Manodopera fissa</i>	-	-	0,0
<i>Meccanizzazione</i>	87	64	46,3
<i>Fabbricati</i>	101	108	53,7
CCI Costi Comuni Indiretti	269	221	8,22
<i>Di cui: Costi Generali</i>	99	32	36,8
<i>Acqua Potabile</i>	4	5	1,5
<i>Affitto Comodato terreni</i>	143	168	53,2
<i>Affitto fabbricati</i>	15	16	5,6
CI Costi Imputati	2.372	2.646	72,52
<i>Di cui: Manodopera familiare</i>	1.783	1.940	75,2
<i>Lavoro direttivo</i>	338	262	14,2
<i>Interesse Capitale Fondiario</i>	61	80	2,6
<i>Interesse Capitale Agrario</i>	334	363	14,1
COSTO TOTALE	3.271	3.826	100
PRODUZIONE LORDA VENDIBILE	4.398	5.513	
MARGINE LORDO	3.955	4.726	
PROFITTO	3.955	4.726	
RESA (q)	6	6	

**Dettaglio
dei costi**

Confronto tra il 2017 e la media di riferimento (2012-2017)



Ruscus (*Danae racemosa* – Fam. Liliacee)

Coltivazione

Il ruscus (*Danae racemosa* – Fam. Liliaceae) è una pianta rizomatosa ad accrescimento lento, a macchia d'olio intorno al nucleo iniziale. La nuova vegetazione viene emessa a metà marzo-inizio aprile; le nuove fronde hanno già i fillocladi (false foglie, in realtà fusti modificati, appiattiti ovati) e le infiorescenze completamente formate, perciò tutti gli interventi colturali devono essere volti a favorirne lo sviluppo prima dell'apertura delle gemme. La fronda termina la sua maturazione alla fine di luglio e, in idonee condizioni colturali, si conserva sulla pianta in ottimo stato fino alla primavera successiva.

Trattandosi di una pianta sciafila, il ruscus richiede un impianto di ombreggiamento con stuoie o reti ombreggianti, in modo da avere una luminosità compresa tra i 7.000 e i 9.000 lux. Per la coltivazione è preferibile che il terreno sia di medio impasto, sebbene la pianta sia adattabile anche a suoli compatti. L'impianto si effettua con piantine di 5-7 anni di età, nel periodo compreso tra settembre e febbraio, con una densità di circa 15 piante/m². La fronda, dopo che ha completato la maturazione, può essere raccolta in qualsiasi momento fino alla primavera successiva, secondo le necessità del mercato, ma avendo l'accortezza di lasciare su ogni pianta almeno un getto "di tiraggio".

È importante infatti non tagliare completamente la vegetazione della pianta prima della formazione delle nuove fronde poiché queste ultime, altrimenti, si sviluppano in minor numero e il loro accrescimento ne risente fortemente: il peso della nuova produzione può ridursi anche del 60%, ma soprattutto è la riduzione di dimensione delle singole fronde che può pregiudicarne la vendita. Durante l'inverno viene effettuata una concimazione di fondo, tradizionalmente con concimi organici. Un impianto può restare produttivo anche per più di 20 anni. La produttività ottimale teorica di una pianta si aggira sui 70-100 kg per anno, pari a circa 1-1,2 kg/mq.

La fronda viene commercializzata in base al peso, in mazzi da 250 o 500 grammi o, in qualche caso, in fasci da rilavorare.

Aree vocate

Il ruscus è una delle piante da fronda più significative e caratteristiche del Distretto Florovivaistico del Ponente Ligure; il suo sviluppo più importante risale agli anni ottanta/novanta del secolo scorso quando la superficie destinata a questa fronda passa da una decina di ettari a circa 100 ettari, superficie presente tutt'ora nel Distretto Ligure. Il ruscus insieme a ginestra e mimosa ha determinato un'impressionante modifica dell'orientamento produttivo: la superficie occupata dalle piante da fronda recisa supera quella destinata alle colture di fiore reciso.

Tecnica di coltivazione

Il ruscus viene coltivato mediamente su circa il 35% della SAU afferente alle aziende del campione rilevato negli anni 2012 -2014 e 2017. Tale percentuale rimane pressoché costante nel corso degli anni per via della costanza del campione e per la natura perenne della coltivazione. La SAU di proprietà occupa una quota molto minoritaria della superficie aziendale, con valori molto bassi anche per la realtà agricola ligure. Anche la potenza installata per unità di superficie appare decisamente esigua, soprattutto se comparata alle altre colture prese in esame. La manodopera è fornita principalmente dalla famiglia del conduttore, anzi confrontando il 2017 con i tre anni precedenti sembra che sia in atto una sostituzione del lavoro salariato con quello familiare.

Anno	SAU Azienda (mq)	SAU aziendale proprietà (%)	SAU ruscus (mq)	SAU ruscus (%)	Potenza aziendale (kW/1000mq)	ULT	ULF
Media 2012-2017	16.595	21	5.871	35	4,6	1,6	1,4
2017	15.912	22	5.364	34	4,4	1,6	1,5

Le operazioni

Come era da attendersi, la raccolta è l'operazione culturale che comporta la maggiore intensità lavorativa (40% delle ore manodopera totali) e il maggior impiego di macchine (il 27%). Si tratta infatti di una operazione delicata, che richiede la cernita attenta delle fronde, in quanto ad ogni giro viene raccolta la fronda più matura per ogni pianta, sino a quando rimangono solo i nuovi germogli dell'anno successivo.

Seguono, in termini di impiego di manodopera e macchine. I trattamenti fitosanitari, molto onerosi per le fronde e per il ruscus in particolare; infatti rappresentano il 10% circa delle ore lavorate e il 12% delle ore macchina.

La maggior parte delle operazioni culturali è diluita durante tutto l'anno, sia per via della già citata necessità di trattamenti continui, sia per via della raccolta che prosegue in modo scalare. Il ruscus necessita inoltre di irrigazione continua, ma essendo questa di solito realizzata con impianti a alta efficienza, non comporta un eccessivo impiego di uomini e macchine. La concimazione si concentra invece in primavera, in coincidenza della levata dei nuovi germogli.

Calendario delle operazioni culturali (impegno in ore /1.000 mq)



I risultati economici

La coltivazione del ruscus garantisce una Produzione Lorda Vendibile (PLV) pari a circa 4.806 €/1000 mq. In considerazione della scarsa incidenza dei costi specifici, per lo più rappresentati dagli oneri difesa fitosanitaria e per la concimazione (complessivamente l'85% dei costi specifici) e del valore dei premi specifici, mediamente il margine lordo ogni 1000 mq è pari a circa 5000 euro. Tuttavia, la coltivazione del ruscus è gravata da notevoli costi imputati, soprattutto quelli relativi al lavoro del conduttore e della sua famiglia, che nelle aziende considerate costituiscono la quasi totalità della manodopera aziendale e che quindi, incidono notevolmente sul costo di produzione totale (46%). Un ulteriore 20% è a carico dei Costi Comuni Diretti (CCD), anche in questo caso per lo più rappresentati dalla manodopera salariata, che pur essendo assolutamente minoritaria comunque rappresenta il 12% del costo totale. Anche l'affitto è una importante voce di costo, particolarmente elevata (il 7% del costo totale) nelle aziende del campione, in cui la SAU di proprietà è minoritaria.

Tuttavia, il confronto tra il 2017 e la media del quadriennio mostra un notevole diminuzione del costo di produzione totale (-10%), soprattutto conseguente a una generalizzata diminuzione dei CCD e dei Costi Imputati. Le voci interessate dalla diminuzione più sostenuta sono quelle relative alla manodopera fissa, e alla meccanizzazione (-30% e -25% rispettivamente). D'altra parte, i costi per la manodopera familiare sono diminuiti del 12%, mentre il lavoro direttivo è stato retribuito il 15% in meno. I costi specifici invece sono aumentati in media del 7%, aumento che però non ha interessato i fertilizzanti quanto soprattutto le spese per acqua irrigua e per il materiale di confezionamento.

Nel periodo considerato, la composizione dei costi rimane pressoché costante, anche se nel 2017 si è registrata un lieve aumento relativo all'incidenza dei costi specifici, pari a

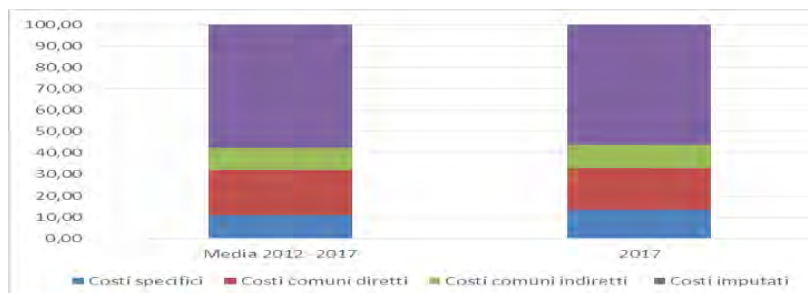
circa 2 punti percentuali e una flessione del peso dei costi comuni diretti e dei costi imputati, di analoga magnitudine.

I conti culturali

Valori economici del ruscus in euro/1000 mq s.d.i.			
Variabili	Media (2012-2017)	2017	Composizione media dei costi
Costi Specifici	411	440	11,10
<i>Di cui: Manodopera avventizia</i>	-	-	-
<i>Sementi Piante</i>	-	-	-
<i>Fertilizzanti</i>	180	180	43,8
<i>Mezzi Difesa</i>	167	185	40,6
<i>Noleggio</i>	-	-	-
<i>Acqua Irrigua</i>	44	48	10,7
<i>Materiale Confezionamento</i>	17	22	4,1
<i>Vasi</i>	-	-	-
<i>Torba Terriccio</i>	-	-	-
<i>Altri Fattori</i>	4	5	1,0
CCD Costi Comuni Diretti	781	648	21,10
<i>Di cui: Manodopera fissa</i>	428	300	54,8
<i>Meccanizzazione</i>	111	83	14,2
<i>Fabbricati</i>	242	265	31,0
CCI Costi Comuni Indiretti	371	362	10,02
<i>Di cui: Costi Generali</i>	60	57	16,2
<i>Acqua Potabile</i>	2	1	0,5
<i>Affitto Comodato terreni</i>	272	279	73,3
<i>Affitto fabbricati</i>	25	25	6,7
CI Costi Imputati	2.151	1.855	58,10
<i>Di cui: Manodopera familiare</i>	1.333	1.175	62,0
<i>Lavoro direttivo</i>	497	419	23,1
<i>Interesse Capitale Fondiario</i>	37	21	1,7
<i>Interesse Capitale Agrario</i>	284	240	13,2
COSTO TOTALE	3.702	3.305	100
PRODUZIONE LORDA VENDIBILE	4.806	8.213	
MARGINE LORDO	4.395	7.773	
PROFITTO	1.092	4.908	
RESA (q)	7	9	

Dettaglio dei costi

Confronto tra il 2017 e la media di riferimento (2012-2017)



Coltivazione

La ginestra (*Genista monosperma* L. - Fam. Leguminosae) originaria della Turchia è diffusa allo stato selvatico in tutte le coste a sud del Mediterraneo, dove si presenta come un arbusto caratteristico della flora spontanea del territorio. Arriva fino a due metri di altezza; essendo una leguminosa il fiore è tipicamente formato da vessillo, carena e due ali, i legumi maturano tra luglio ed agosto. La ginestra viene coltivata per fronda fiorita recisa. L'epoca di fioritura varia in funzione delle varietà piantate: si va da ottobre per le varietà precoci (Gabriele, Sanbiagina) a febbraio-marzo per le varietà più tardive come Merella e Seborghina (AA.VV., 1996).

Le varietà coltivate si presentano come arbusti dai rami esili e flessuosi, corteccia color verde oliva con incisioni bianche. Le foglie sono piccole, lineari e caduche; ha ricche infiorescenze apicali di fiori bianchi. I frutti maturano in luglio e agosto. È specie eliofila e termofila e l'induzione a fiore è dovuta all'azione combinata del giorno corto e di basse temperature.

La ginestra predilige suoli ben drenati, leggeri e poco calcarei ma si adatta bene a tutti i terreni, dal sabbioso all'argilloso e a valori di pH anche abbastanza lontani dal valore medio ottimale. Il luogo ideale rimangono i terrazzamenti, che garantiscono la massima insolazione possibile e, in generale, ama il clima mite e poco piovoso.

Normalmente le varietà sono riprodotte per via vegetativa tramite margotta o talea. La piantagione si effettua dalla primavera all'autunno, meglio nei mesi caldi in modo che la pianta entri in vegetazione già al primo anno. Il sesto d'impianto indicativo è di 2,5 m x 2,5 m per le varietà precoci, può arrivare sino a 3 m x 3 m nelle varietà più tardive (AA.VV., 1988).

Aree vocate

È una delle specie più significative nella diversificazione produttiva che negli anni ottanta ha portato alla modifica dello scenario produttivo in provincia di Imperia con un netto spostamento dai fiori recisi tradizionali alle fronde recise. La sua superficie oggi è stimata in oltre 200 ettari

Tecnica di coltivazione

La ginestra viene coltivata per fronda fiorita recisa. È una specie arbustiva che deve sviluppare la propria massa vegetativa in primavera e nella prima estate per entrare in riposo nell'autunno preparando l'induzione fiorale. L'epoca di fioritura varia in funzione delle varietà piantate: si va da ottobre per le varietà precoci a febbraio-marzo per le varietà più tardive.

Per la maggior parte delle varietà la potatura di produzione si opera con la raccolta, seconda delle varietà la potatura sarà più corta o più lunga. Di norma in terreni leggeri e poveri si pota più corto che in terreni argillosi ricchi di fertilità. Irrigazioni autunnali eccessive potrebbero squilibrare la vegetazione provocandone un eccessivo sviluppo e mandando, come si usa dire, la pianta "in erba", a scapito dell'induzione fiorale. Proprio per questo motivo è importante dopo la ripresa primaverile asportare i piccoli getti apicali al fine di stimolare una maggiore produzione di fiori. La produzione media della ginestra è di circa 4 kg/pianta (1 Kg/m²).

Il campione esaminato nel 2017 ha una superficie dedicata alla ginestra superiore alla media dei quattro anni di riferimento, ma l'incidenza sulla SAU aziendale è rimasta pressoché costante nel corso degli anni. La potenza disponibile in azienda è invece molto diminuita, per via di un completo rinnovo del parco macchine che ha interessato tutte le aziende del campione. Le unità lavorative, sia totali che familiari, è invece rimasta invariata.

Anno	SAU Azienda (mq)	SAU aziendale proprietà (%)	SAU Ginestra (mq)	SAU Ginestra SAU aziendale (%)	Potenza aziendale (kW/1000mq)	ULT	ULF
Media 2012-2017	18.548	67	6.252	33,7	9,8	1,7	1,7
2017	19.040	59,9	6.332	33	3,5	1,7	1,7

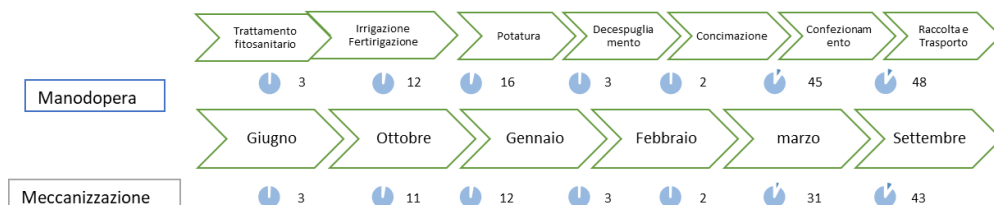
Le operazioni

Le operazioni più onerose sono quelle relative alla raccolta e alle prime lavorazioni post-raccolta e al confezionamento, che nei 4 anni considerati, hanno mediamente impegnato la manodopera aziendali per il 58% delle ore lavorate e hanno costituito il 54% delle ore macchine. Si tratta di operazioni molto concentrate nell'anno: in relazione alla precocità della varietà coltivata, infatti, vengono effettuate tra settembre e marzo

Un'altra importante voce di impiego di macchine e uomini è più rappresentata dalla potatura che nel caso della ginestra si concentra nel periodo novembre - marzo, quando è eseguita contestualmente alla raccolta della fronda. Complessivamente, questa operazione rappresenta il 12% delle ore lavorate e l'11% delle ore macchina.

Raccolta, confezionamento e potatura, complessivamente occupano il 70% delle ore lavorate. Il restante 30% è distribuito tra operazioni che si eseguono durante tutto l'arco dell'anno: trattamenti fitosanitari diserbo o più concentrate ma poco onerose: diserbo nei mesi estivi, concimazione in concomitanza con la raccolta.

Calendario delle operazioni culturali (impegno in ore /1.000 mq)



I risultati economici

La Produzione Vendibile della coltura è, in media, 2.920 euro ogni 1.000 mq. Considerata la scarsa incidenza dei Costi Specifici, il Margine Lordo unitario è mediamente pari a 2.563 euro. D'altra parte, il costo unitario medio è elevatissimo: 537 €/q, quasi del tutto formato dagli elevati costi imputati, soprattutto relativi al lavoro familiare e del capo azienda.

I costi imputati sono la voce più rilevante nel computo del costo totale; i costi specifici, infatti, ne costituiscono appena il 12%. Questi sono anche l'unica categoria di costo che è andata aumentando nel periodo preso in considerazione, per via del notevole esborso relativo agli "altri fattori" e al "materiale di confezionamento". Le voci relative alla difesa fitosanitaria e ai concimi, invece, sono diminuite. Come già accennato i costi imputati rappresentano la voce di costo più importante (80% del totale). I costi comuni diretti, al contrario sono tutto sommato ridotti, almeno rispetto ad altre colture, questo perché nelle aziende selezionate non ci sono salariati fissi; inoltre, in questa categoria, la voce relativa alle spese di meccanizzazione si è progressivamente assottigliata, coerentemente con quanto osservato a proposito delle dotazioni strutturali delle aziende. In generale, nel 2017, rispetto alla media del quadriennio considerato, si è registrata una generalizzata riduzione delle voci di costo, che ha portato il costo totale a 2.565 €/q: il 10,5% in meno rispetto alla media quadriennale.

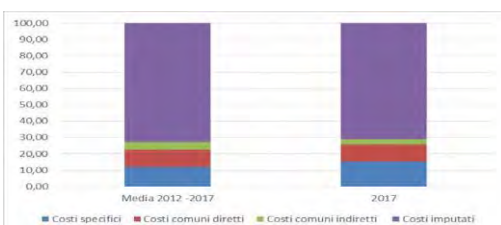
I costi Imputati ammontano a circa la 3/4 de del costo totale (Fig.11), una percentuale che comunque è andata via via assottigliandosi, fio ad assestarsi attorno al 69% nel 2017. E' cresciuta invece la quota parte relativa ai costi specifici, cresciuta di 10 punti percentuali rispetto al 2012, per via di un notevole aumento della voce relativa agli "altri fattori". I costi comuni, sia diretti che indiretti, invece, rimangono pressoché costanti.

I conti colturali

Valori economici della ginestra in euro/1000 mq s.d.i.			
Variabili	Media (2012-2017)	2017	Composizione media dei costi
Costi Specifici	357	425	12,46
<i>Di cui: Manodopera avventizia</i>	-	-	-
<i>Sementi Piante</i>	-	-	-
<i>Fertilizzanti</i>	62	60	17,4
<i>Mezzi Difesa</i>	20	17	5,6
<i>Noleggio</i>	-	-	-
<i>Acqua Irrigua</i>	90	84	25,2
<i>Materiale Confezionamento</i>	60	68	16,8
<i>Vasi</i>	-	-	-
<i>Torba Terriccio</i>	-	-	-
<i>Altri Fattori</i>	124	196	34,7
CCD Costi Comuni Diretti	324	303	11,30
<i>Di cui: Manodopera fissa</i>	-	-	-
<i>Meccanizzazione</i>	164	115	50,6
<i>Fabbricati</i>	160	189	49,4
CCI Costi Comuni Indiretti	144	95	5,02
<i>Di cui: Costi Generali</i>	75	26	52,1
<i>Acqua Potabile</i>	3	3	2,1
<i>Affitto Comodato terreni</i>	34	26	23,6
<i>Affitto fabbricati</i>	32	40	22,2
CI Costi Imputati	2.210	2.005	77,11
<i>Di cui: Manodopera familiare</i>	1.385	1.331	62,7
<i>Lavoro direttivo</i>	442	260	20,0
<i>Interesse Capitale Fondiario</i>	183	226	8,3
<i>Interesse Capitale Agrario</i>	200	188	9,0
COSTO TOTALE	2.866	2.565	100
PRODUZIONE LORDA VENDIBILE	2.920	2.967	
MARGINE LORDO	2.563	2.542	
PROFITTO	54	402	
RESA (q)	5	5	

Dettaglio dei costi

Confronto tra il 2017 e la media di riferimento (2012-2017)



Margherita in vaso

Coltivazione

La margherita (*Argyranthemum frutescens* (L.) Schultz Bip – Fam. Compositae) è una pianta a propagazione vegetativa originaria delle Isole Canarie. La pianta è un suffrutice, perenne, cespuglioso, a steli molto ramificati che può raggiungere i 100-150 cm di altezza. Le foglie sono numerose, carnose, pennate con segmenti lineari e dentati e hanno colorazione verde o verde-grigiastra. I capolini, semplici o riuniti in corimbi hanno fiori ligulati formanti una sola corona di colore bianco o giallo.

La coltivazione nella Riviera Ligure di Ponente è effettuata in piena aria o in serra fredda trattandosi di una pianta piuttosto resistente alle temperature basse, anche molto lontane dal suo *optimum*; può sopportare infatti temperature anche di poco inferiori a 0 °C.

Aree vocate

La coltivazione è concentrata nella piana di Albenga (SV). La varietà più coltivata la *cultivar* “Camilla Ponticelli”, è stata ottenuta dall’Istituto Regionale per la Floricoltura ed ha rappresentato una grande innovazione del prodotto, che ha portato al quasi completo abbandono del fiore reciso. La produzione di margherita contribuisce notevolmente al saldo positivo nell’import/export di prodotti florovivaistici del nostro Paese in quanto è quasi interamente esportata nel Nord Europa dove è considerata “il fiore della primavera che annuncia il bel tempo dopo il freddo inverno

Tecnica di coltivazione

Si tratta quindi una pianta tipicamente invernale, con impianto verso settembre-ottobre e produzione marzo-maggio. E’ tuttavia caratterizzata da elevati fabbisogni nutrizionali, che devono essere soddisfatti mediante fertirrigazioni settimanali. Essendo inoltre molto sensibile agli stress idrici, che possono portare all’arresto della crescita, è necessario mantenere elevate condizioni di umidità del substrato. Attualmente la sua coltivazione per fiore reciso è stata quasi completamente abbandonata, a favore della coltivazione in vaso, dalle quale si ottengono alberelli o cespugli fioriti.

La moltiplicazione avviene per via vegetativa (salvo basilico e pochi altri) mediante l’utilizzo di talee. Per alcune cultivar le piante madri vengono fornite dall’IRF ai vivaisti e ai coltivatori che le richiedono, mentre il vivaismo di produzione è svolto da alcune ditte specializzate operanti nella piana di Albenga o dai vivaisti stessi, esiste anche la micropropagazione in vitro per chi ne fa richiesta. Le talee, una volta radicate, sono poste nel vaso definitivo, se si vuole ottenere un cespuglio, altrimenti sono sottoposte a un passaggio intermedio in vaso da 10 cm se il prodotto finale è l’alberello. Il campione esaminato nel 2017 ha una superficie a margherita in vaso appena inferiore alla media di riferimento. L’incidenza sulla SAU aziendale è invece superiore, di circa 5 punti percentuali. Anche i parametri relativi alla potenza aziendale e alla forza lavoro sono andati aumentando.

Anno	SAU Azienda (mq)	SAU aziendale proprietà (%)	SAU Margherita in vaso (mq)	SAU Margherita in Vaso SAU aziendale (%)	Potenza aziendale (kW/1000mq)	ULT	ULF
Media 2012-2017	15.104	19	6.200	41	7	3	1
2017	22.771	17	10.517	46	8	4	2

Le operazioni

La margherita necessita di costante attenzione, in quanto l'ottenimento di un prodotto finale di qualità è molto condizionato non solo dalle esigenze della specie, ma anche dalla tempestività e cura con cui si eseguono le operazioni colturali. Le operazioni dedicate alle piante - taleaggio, trapianto e cimatura- sono portate avanti costantemente nel corso dell'anno e rappresentano il 42% del totale delle ore di manodopera. Richiedono rispettivamente 29, 44 e 25 ore-uomo ogni 1.000 mq. Un elevato numero di ore uomo e macchina (42 e 10 per 1.000 mq rispettivamente) si riscontra anche per il confezionamento e le lavorazioni successive, effettuate in primavera in occasione della vendita. Le operazioni di irrigazione e fertirrigazione hanno inizio subito dopo la messa a dimora delle talee e vengono portate avanti fino al momento della vendita, anche se l'irrigazione può protrarsi fino a giugno. Queste due operazioni rappresentano il 3% delle ore uomo totali impiegate nel ciclo colturale e il 5% delle ore macchina. Sono 11 le ore uomo medie ogni 1.000 mq dedicate alla concimazione, che inizia subito dopo l'invaso ed è soprattutto dedicata a sostenere la fioritura. In generale, le operazioni colturali richiedono uno scarso utilizzo delle macchine, in quanto eseguite "pianta a pianta". La voce più onerosa è infatti quella relativa al confezionamento e alla lavorazione successiva, pari al 18% delle ore macchina impiegate.

Calendario delle operazioni colturali (impegno in ore /1.000 mq)



I risultati economici

La Produzione Lorda Vendibile della coltura è, in media, pari a circa 9.300 euro ogni 1.000 mq e il Margine Lordo unitario è pari a circa 7.000 euro. Nel 2017 si sono registrati valori leggermente inferiori alla media. Tali valori corrispondono a una resa media pari a 4.900 vasi ogni 1.000 mq, ovvero un valore per vaso pari a 1,84 euro. I costi specifici rappresentano il 30% del totale. La categoria comprende le voci di costo più onerose, se si esclude il costo imputato della manodopera familiare e quello relativo al lavoro salariato: si tratta dei costi relativi all'acquisto dei vasi e della torba/terriccio, pari ciascuna a circa il 60% dei costi specifici totali e al 8% del costo totale. La terza voce di costo specifico per importanza e quella relativa all'acquisto delle piante madri, pari a circa 450 €/1.000 mq. Una variazione intervenuta nella scelta delle aziende esaminate ha portato a una notevole disomogeneità dei Costi Comuni Diretti tra il 2012 e gli altri anni della serie. In particolare, il costo della manodopera fissa è andato sensibilmente aumentando nel periodo preso in considerazione, mentre i costi relativi a fabbricati e macchine sono molto diminuiti. Come già osservato per le altre colture prese in esame, la remunerazione del lavoro dell'imprenditore e dei familiari che trovano occupazione in azienda sono le voci di costo che più inficiano la capacità delle margherite in vaso di creare reddito per l'imprenditore e la sua famiglia, d'altra parte anche le voci relative agli interessi passivi sono molto elevate, per via delle immobilizzazioni rese necessarie dalla tecnica colturale.

Il costo di produzione totale medio della margherita in vaso nel 2017 ammonta a 7.407 €/1000 mq, si è quindi notevolmente abbassato (-8,1%) rispetto alla media, che è pari a

8.055 euro. Il costo unitario è molto elevato, anche se con il tempo è andato diminuendo, passando da un massimo di oltre 2,03 euro nel 2012 a 1,67 euro nel 2017.

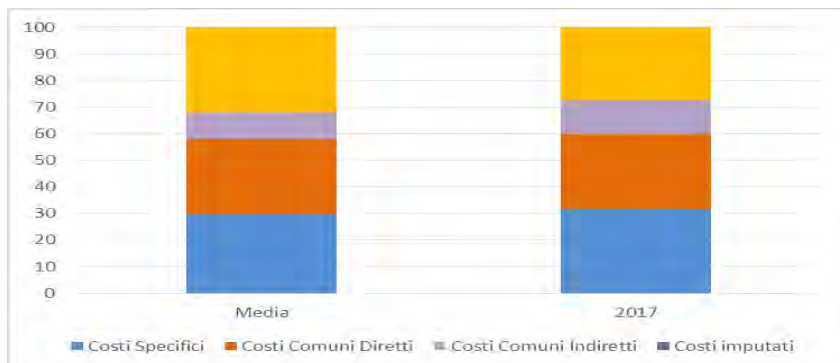
I cambiamenti intervenuti nel campione si riflettono anche sulla composizione dei costi. Nel biennio 2012 -2013 si osserva infatti che la voce che incide per oltre la metà sul costo complessivo è quella relativa ai costi comuni diretti (il 30% circa del costo totale), mentre negli anni 2014 e 2017 i costi specifici costituiscono il 55% dello speso. Tuttavia, la ripartizione dei costi rimane costante, per via di una distribuzione dei costi che compensa le disparità osservate negli anni.

**I conti
culturali**

Valori economici della margherita in vaso in euro/1000 mq s.d.i.			
Variabili	Media (2012-2017)	2017	Composizione media dei costi
Costi Specifici	2.378	2.342	29,52
<i>Di cui: Manodopera avventizia</i>	5	3	0,2
<i>Sementi Piante</i>	462	453	19,4
<i>Fertilizzanti</i>	155	145	6,5
<i>Mezzi Difesa</i>	214	331	9,0
<i>Noleggio</i>	-	-	-
<i>Acqua Irrigua</i>	12	-	0,5
<i>Materiale Confezionamento</i>	89	110	3,7
<i>Vasi</i>	698	593	29,4
<i>Torba Terriccio</i>	721	684	30,3
<i>Altri Fattori</i>	24	24	1,0
CCD Costi Comuni Diretti	2.300	2.089	28,55
<i>Di cui: Manodopera fissa</i>	1.158	1.438	50,3
<i>Meccanizzazione</i>	163	109	7,1
<i>Fabbricati</i>	980	543	42,6
CCI Costi Comuni Indiretti	807	944	10,02
<i>Di cui: Costi Generali</i>	342	441	42,4
<i>Acqua Potabile</i>	3	4	0,4
<i>Affitto Comodato terreni</i>	348	360	43,1
<i>Affitto fabbricati</i>	114	139	14,1
CI Costi Imputati	2.570	2.031	31,91
<i>Di cui: Manodopera familiare</i>	1.062	793	41,3
<i>Lavoro direttivo</i>	505	234	19,6
<i>Interesse Capitale Fondiario</i>	311	354	12,1
<i>Interesse Capitale Agrario</i>	692	651	26,9
COSTO TOTALE	8.055	7.407	100
PRODUZIONE LORDA VENDIBILE	9.275	7.751	
MARGINE LORDO	6.895	5.407	
PROFITTO	1.220	344	
RESA (vaso)	4.971	4.434	

Dettaglio dei costi

Confronto tra il 2017 e la media di riferimento (2012-2017)



Piante aromatiche in vaso

Coltivazione

Con il termine “piante aromatiche in vaso” si indica un insieme di specie e varietà appartenenti a diverse famiglie, caratterizzate dall’essere produttrici di “aromi “ ed “essenze” e destinate a essere coltivate in vaso. Sono destinate ad usi ornamentali o più facilmente alimentari e vengono inserite comunemente nella filiera delle piante ornamentali in quanto seguono gli stessi canali commerciali.

Tra le più importanti si segnalano: Rosmarino, Lavanda, Timo, Salvia; altre coltivate sono Basilico, Alloro, Menta, Origano, Maggiorana, Erba cipollina, Prezzemolo, Melissa, Camomilla, Borragine, Peperoncino, Dragoncello, Cerfoglio, Sedano.

Aree vocate

La coltivazione è concentrata nella piana di Albenga (SV) e rappresenta in termini di “innovazione di prodotto” una delle maggiori rivoluzioni degli ultimi anni, a decorrere dal 2000. Si è partiti da una conoscenza e pratica “antica” di coltivazione di alcune di queste piante (rosmarino, salvia) per uso alimentare da reciso: erano colture praticate dagli anni settanta in Liguria ma sempre con una importanza marginale.

Da circa una quindicina d’anni, a seguito dello svilupparsi in modo imponente della coltivazione di vasi fioriti, in particolare margherite, c’è stata una conseguente dinamica di filiera che ha portato alla nascita di un sistema commerciale e di logistica che ha diversificato la produzione. Il risultato sono state le aromatiche in vaso, allora novità assoluta per il mercato e oggi molto diffuse in Italia centrale e in altre aree europee (Spagna, Francia).

Le aromatiche sono esportate per oltre il 90% soprattutto verso i Paesi del Nord Europa e contribuiscono notevolmente al saldo positivo nell’import/export di prodotti florovivaistici dell’Italia.



Tecnica di coltivazione

Il ciclo di produzione è tipicamente invernale, con impianto verso settembre-ottobre e produzione in marzo-maggio.

La moltiplicazione avviene per via vegetativa (salvo basilico e pochi altri) mediante l'utilizzo di talee di punta. Le talee, una volta radicate, sono poste nel vaso definitivo normalmente avente diametro di 14 cm. I vasi sono posizionati sia in piena aria, con o senza teli protettivi, che in serra con riscaldamento di soccorso.

La tecnica di coltivazione con il passare degli anni si è sempre più affinata; i vasi sono posti su teli permeabili che impediscono o riducono il contatto delle radici con il terreno. Normalmente, oltre ad arricchire i terricciati con apporto di concimazione a lento rilascio irrigazione e concimazione avvengono con impianti sovra chioma.

Il campione esaminato nel 2017 ha una superficie dedicata alle piante aromatiche appena inferiore alla media di riferimento. Anche la loro incidenza sulla SAU aziendale di circa 7 punti percentuali più bassa. D'altra parte gli altri parametri si mantengono costanti.

Anno	SAU Azienda (mq)	SAU aziendale proprietà (%)	SAU Piante aromatiche (mq)	SAU Piante aromatiche SAU aziendale (%)	Potenza aziendale (kW/1000mq)	ULT	ULF
Media 2012-2017	24.422	31	14.256	61	4	3	2
2017	25.388	21	13.583	54	4	3	2

Le operazioni

Data la sua natura, la produzione di piante aromatiche, richiede che alcune operazioni riguardanti, sia la gestione dei vasi che la coltura, vengano eseguite costantemente durante tutto l'anno. Il taleggio, infatti, assorbe 55 ore di manodopera ogni 1.000 mq, il 28% della manodopera richiesta da questo tipo di produzioni, lo stesso parametro, riferito alle ore-macchina, è pari al 23% del totale lavorato. Le operazioni di cimatura e scerbatura richiedono 10 ore/1.000 mq mentre il trapianto richiede molta manodopera (58 ore/1000 mq, il 30% del totale), così come i trattamenti fitosanitari, che concludendosi appena prima del nuovo ciclo produttivo, richiedono il 27% della

manodopera totale. Altre operazioni, pur essendo eseguite nell'arco dell'intera stagione produttiva, sono molto meccanizzate per cui il loro fabbisogno di manodopera è minimo. Per esempio, l'irrigazione e la fertirrigazione impiegano gli addetti per circa il 13% del totale lavorato. Le operazioni più esigenti dal punto di vista dell'impiego dei macchinari sono il taleggio e trapianto (23 e 22% del totale). Il confezionamento e la successiva lavorazione, che impiegano gli addetti da settembre a giugno, richiedono il 10% del totale ore-macchina e il 17% di quelle uomo.

Calendario delle operazioni colturali (impegno in ore /1.000 mq)



I risultati economici

La Produzione Vendibile della coltura è, in media, circa 11.000 euro ogni 1.000 mq e il Margine Lordo unitario è pari a circa 7.300 euro. In termini unitari il costo medio è pari a 0,47 euro per vaso. Si tratta di un valore relativamente alto rispetto al 2017, anno di riferimento, per lo più generato dagli alti costi sostenuti dalle aziende nel 2013 (0,61 € /vaso) in seguito a un andamento climatico avverso.

Con riferimento alla composizione dei costi si osserva che la voce che incide per oltre la metà sul valore della produzione è quella relativa ai costi specifici: le sole spese relative al materiale necessario per l'invasamento costituiscono il 29% del costo totale, mentre le piantine nuove ne rappresentano il 16%. Le spese per i fertilizzanti arrivano a quasi il 10% del totale, perché si sono fatte progressivamente più sostenute, fino ad arrivare a 664 euro/1000 mq nel 2017. Anche i costi imputati rappresentano una notevole voce di esborso (21% del totale). La remunerazione del lavoro dell'imprenditore e dei familiari che trovano occupazione in azienda sono, senza dubbio, le voci di costo che, se tenute in debito conto, rendono problematico il conseguimento di risultati di bilancio (riferiti al singolo processo produttivo oppure all'impresa floricola nel suo complesso) apprezzabili da parte dell'imprenditore. Tuttavia, la principale voce di costo relativa alla manodopera fa riferimento ai salariati fissi, a cui le aziende che coltivano piante aromatiche fanno ricorso più frequentemente rispetto ad altre, per via della complessità delle operazioni richieste per ottenere il prodotto finito, che non sono solo di tipo agricolo ma anche "industriale". Significativamente, mentre il costo della manodopera fissa è andato aumentando nel periodo 2012 – 2017; quello della manodopera familiare si è assottigliato.

Il costo di produzione totale delle piante aromatiche nel 2017 ammontava 6.967 €/1000 mq, si è quindi notevolmente abbassato (-9,7%) rispetto alla media del periodo 2012 – 2017, che è pari a 7.722 euro, generata soprattutto all'incremento di tutte le voci di costo subito delle aziende nel 2013.

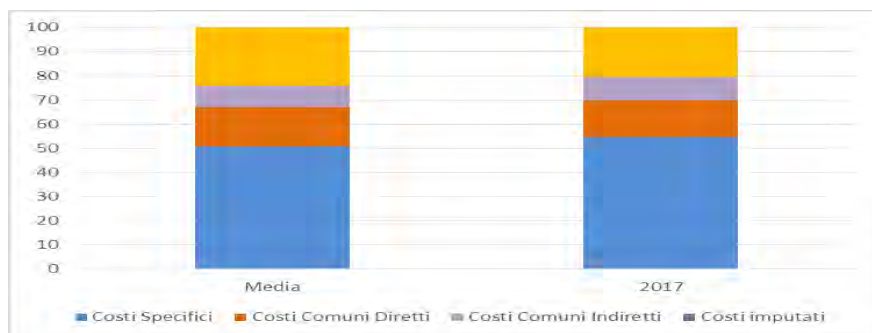
I costi specifici ammontano a circa la metà del costo totale. Il progressivo abbandono della manodopera familiare a favore di quella salariata, poi, ha generato una diminuzione del valore dei costi imputati, pari circa a 24 punti percentuali in meno rispetto alla media del periodo di riferimento.

**I conti
culturali**

Valori economici delle piante aromatiche in euro/1000 mq s.d.i.			
Variabili	Media (2012- 2017)	2017	Composizione media dei costi
Costi Specifici	3.924	3.813	50,82
<i>Di cui: Manodopera avventizia</i>	2	1	0,1
<i>Sementi Piante</i>	1.175	1.092	29,9
<i>Fertilizzanti</i>	328	664	8,4
<i>Mezzi Difesa</i>	38	39	1,0
<i>Noleggio</i>	-	-	-
<i>Acqua Irrigua</i>	1	-	0,0
<i>Materiale Confezionamento</i>	264	147	6,7
<i>Vasi</i>	908	790	23,1
<i>Torba Terriccio</i>	1.208	1.079	30,8
<i>Altri Fattori</i>	-	-	-
CCD Costi Comuni Diretti	1.254	1.052	16,24
<i>Di cui: Manodopera fissa</i>	883	810	70,4
<i>Meccanizzazione</i>	171	37	13,6
<i>Fabbricati</i>	200	205	15,9
CCI Costi Comuni Indiretti	667	668	8,64
<i>Di cui: Costi Generali</i>	110	46	16,5
<i>Acqua Potabile</i>	2	1	0,3
<i>Affitto Comodato terreni</i>	517	585	77,5
<i>Affitto fabbricati</i>	38	35	5,7
CI Costi Imputati	1.876	1.434	24,29
<i>Di cui: Manodopera familiare</i>	985	681	52,5
<i>Lavoro direttivo</i>	292	267	15,6
<i>Interesse Capitale Fondiario</i>	158	123	8,4
<i>Interesse Capitale Agrario</i>	441	364	23,5
COSTO TOTALE	7.722	6.967	100
PRODUZIONE LORDA VENDIBILE	11.084	10.474	
MARGINE LORDO	7.159	6.660	
PROFITTO	3.362	3.507	
RESA (vaso)	16.793	17.301	

**Dettaglio
dei costi**

Confronto tra il 2017 e la media di riferimento (2012-2017)



8 La piattaforma informativa a supporto delle aziende florovivaistiche

Alberto Sturla

Consiglio per la Ricerca in agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria – Centro di ricerca in Politiche e Bioeconomia

La floricoltura è un settore ad alta necessità informativa. Tuttavia, mentre i fabbisogni tecnico-agronomici sono, almeno in parte, soddisfatti dal lavoro delle Associazioni di categorie e dei servizi tecnici degli Enti pubblici, si riscontra un vuoto informativo che riguarda le competenze socio-economiche che, andando al di là delle basi che ogni imprenditore deve avere, sono fondamentali per la gestione dell'azienda agraria. Non ci si riferisce solo alle nozioni di contabilità agraria, che pure è spesso sottovalutata dagli agricoltori, ma anche a quelle relative ai mercati (per es.: dinamiche domanda/offerte, *trend* commerciali) e ai consumi (per esempio: tendenze, *marketing*...), nonché a tutte quelle conoscenze complementari (statistica, gestione della catena di approvvigionamento, politiche...) che sono di supporto all'attività imprenditoriale.

Il *Web* contiene una mole enorme di informazioni, dei generi più disparati, di rapido accesso ma scarsamente organizzate. D'altro canto, le moderne tecnologie permettono a chiunque sia dotato di una minima conoscenza informatica di accedervi e, in accordo con i diritti di utilizzo, di poterle sistematizzare e renderle disponibili a terzi a costo zero.

Il *software open source* per blog "*Wordpress*"⁹ è uno strumento molto versatile che abbiamo potuto utilizzare per raccogliere, in modo ragionato, l'ampio patrimonio documentale, l'insieme dei *link* di siti istituzionali e professionali e i riferimenti delle principali banche dati *on-line* di interesse florovivaistico allo scopo di mettere a disposizione degli operatori del settore tutte queste informazioni in uno spazio virtuale di libero accesso.

Caratteristica di questa applicazione è la presenza di un "motore interno" che offre la possibilità di organizzare gli oggetti in categorie e di nominarli tramite TAG permettendo di ordinare in maniera ragionata il materiale proveniente dalle fonti più varie e di renderne la ricerca, e successiva consultazione, molto semplice.

Sfruttando le potenzialità della piattaforma si è realizzata una *repository web* di tutto il materiale di interesse floricolo, puntando principalmente sulle informazioni di carattere socio-economico e statistico.

Il sito è accessibile al seguente indirizzo: <https://flore03.wordpress.com/>.

L'organizzazione di Flore03.wordpress

Il sito è organizzato in nove pagine, di cui tre di servizio:

Home: che riporta una breve presentazione del sito stesso e il *link* diretto agli ultimi inserimenti;

Flore 3.0: che descrive il progetto da cui è scaturito il sito;

Contatti: che riporta un modulo per interloquire con i gestori del sito;

e altre sei pagine che contengono il materiale informativo vero e proprio:

Pubblicazioni: raccoglie le pubblicazioni a stampa e non relative ai temi di carattere floricolo;

Fonti statistiche: contiene il *link* diretto ai principali *database* di interesse agricolo;

Siti utili: contiene il *link* diretto ai principali siti internet di interesse agricolo;

Servizi tecnici per la floricoltura: raccoglie i risultati del censimento dei servizi tecnici per le floricoltura realizzato nell'ambito del progetto Flore 3.0;

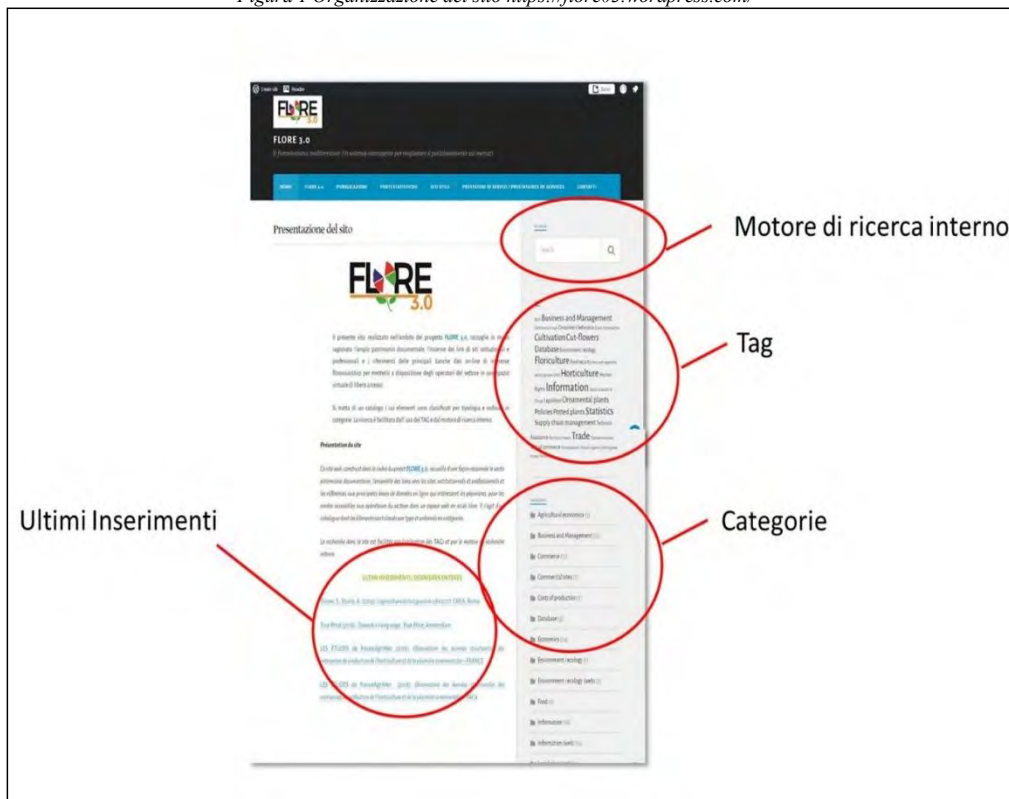
⁹ <https://it.wordpress.com>

Risultati economici: Contiene i risultati dello studio sui costi di produzione realizzato su un campione di aziende floricole nell'ambito del progetto Flore 3.0;

Siti Istituzionali: si tratta di un elenco dei soggetti istituzionali che operano in ambito floricolo.

La ricerca dei siti di interesse floricolo e, soprattutto, delle pubblicazioni, oltre che eseguibile tramite motore di ricerca interno, è facilitata dall'organizzazione degli *item* in categorie e dalla loro etichettatura tramite TAG.

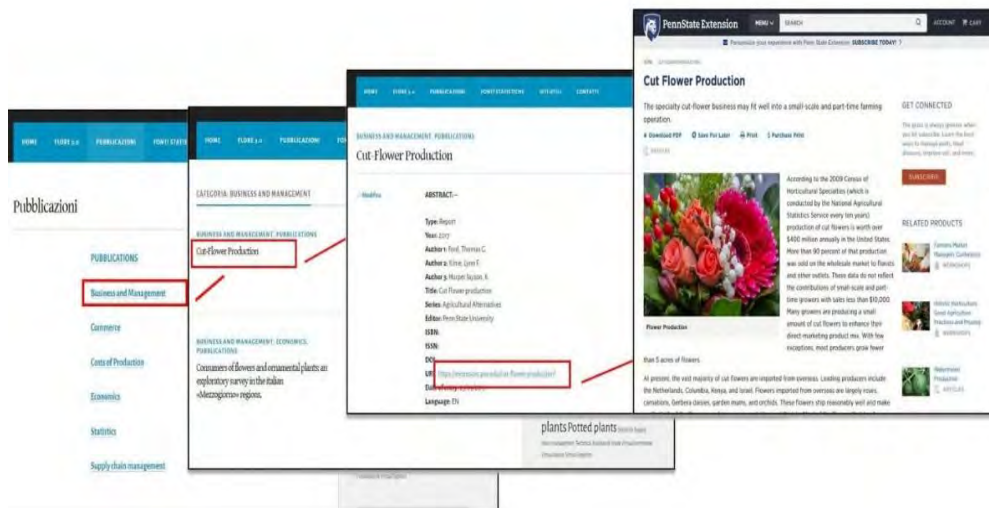
Figura 1 Organizzazione del sito <https://flore03.wordpress.com/>



Fonte: <https://flore03.wordpress.com/>

Sia dalla pagina “Pubblicazioni” che da quella “Siti Utili” si accede a un elenco di categorie, le stesse del *widget* presente al lato destro della pagina, che permette di arrivare alla scheda bibliografica di tutti gli oggetti presenti all'interno della categoria e, attraverso il *link* riportato nella scheda, all'oggetto stesso, secondo uno schema ad albero (figura 2.)

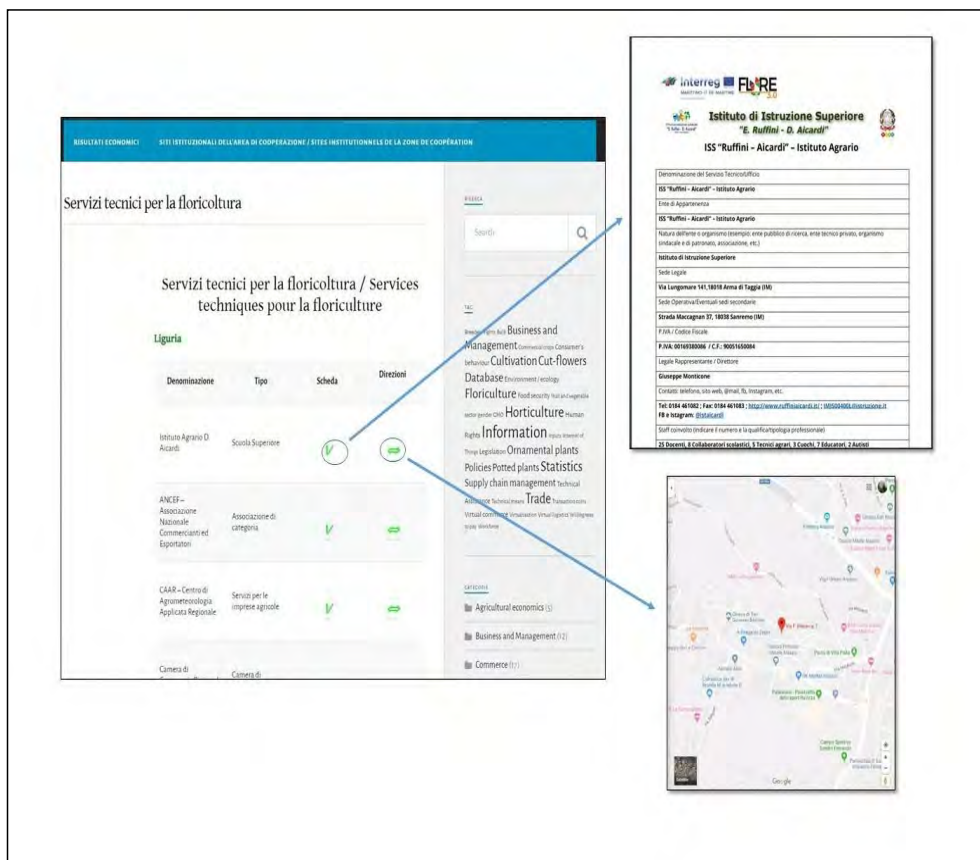
Figura 2 Organizzazione delle risorse bibliografiche in <https://flore03.wordpress.com/>



Fonte: <https://flore03.wordpress.com/>

La pagina “servizi tecnici per la floricoltura” offre all’utente un catalogo ragionato di tutti i servizi tecnici per la floricoltura presenti nell’area di cooperazione, per ognuno dei quali, oltre alla georeferenziazione, è disponibile il questionario contenente la descrizione di attività e *mission*, ottenuto nell’ambito delle attività del progetto FLORE 3.0.

Figura 3- Pagina relativa ai servizi tecnici per la floricoltura in <https://flore03.wordpress.com/>



Fonte: <https://flore03.wordpress.com/>

Completa l'offerta informativa del sito una pagina che rinvia ai "risultati economici" delle principali colture orto-floricole liguri, elaborati nel corso delle attività previste dal progetto FLORE 3.0. Per ognuna delle colture selezionate è possibile accedere a uno schema descrittivo della tecnica di coltivazione, con il calcolo delle ore macchina e uomo necessarie per ogni singola operazione e a una scheda con il dettaglio dei costi di produzioni (fig. 4). Si tratta di valori medi ottenuti da 4 anni di rilevazioni, possono quindi essere utilmente impiegati come *benchmark* per aziende con i medesimi processi produttivi.

Figura 4 Pagina relativa ai risultati economici delle principali colture floricole liguri in <https://flore03.wordpress.com/>

RISULTATI ECONOMICI SITI ISTITUZIONALI DELL'AREA DI COOPERAZIONE / SITES INSTITUTIONNELS DE LA ZONE DE COOPÉRATION

Risultati economici

Risultati economici / Résultats économiques

Questa pagina raccoglie alcuni risultati economici delle principali colture orto-floricole liguri. I dati sono elaborati e validati mediante una apposita procedura informatica: possono quindi essere presi come riferimento per tecniche colturali simili.

Cette page contient quelques résultats économiques des principales cultures de légumes et de fleurs de la Ligurie. Les données sont traitées et validées selon une procédure informatique spécifique: elles peuvent donc être utilisées comme référence pour des techniques de culture similaires

ANEMONE / ANÉMONE

[Tecnica di coltivazione / Technique de culture](#)
[Costi di produzione dell'anemone / Coûts de la production de l'anémone](#)

GINESTRA / GENET

[Tecnica di coltivazione / Technique de culture](#)
[Costi di produzione della ginestra / Coûts de la production de la genêt](#)

RICERCA

Search

TAC

Breeders' rights **Business and Management** Commercial crops **Consumer's behaviour** **Cultivation** **Cut-flowers Database** Environment / ecology **Floriculture** Food security **Flour and vegetable sector** gender **GM** **Horticulture** **Human**

Rights **Information** **Inputs** Interest of **Trade** **Legislation** **Ornamental plants**

Policies **Potted plants** **Statistics**

Supply chain management **Technical Assistance** **Technical means** **Trade** **Transaction costs**

Virtual commerce **Visualization** **Visual** **Willingness to pay** **Workforce**

CATEGORIA

- Agricultural economics (5)
- Business and Management (12)

Fonte: <https://flore03.wordpress.com/>

Il sito [flore03.wordpress](https://flore03.wordpress.com/) ha permesso di raccogliere senza oneri economici quante più informazioni possibili, a beneficio dei floricoltori e di chiunque operi, a vario titolo, nel campo delle colture ornamentali. Pur nella sua semplicità, mette a disposizione degli utenti un patrimonio di conoscenze che tocca i campi più disparati. Data la natura delle notizie raccolte, è necessario un continuo aggiornamento, per questo si chiede al lettore di voler contribuire, utilizzando l'apposito modulo "contatti" del sito, segnalando il materiale che reputa di interesse.

9 9. Il sistema di supporto alle imprese quale emerge dall'indagine sui servizi erogati: luci ed ombre

Fiorenzo Gimelli, Claudia Murachelli

CSF – Regione Liguria

Nell'ambito delle attività della Componente T1 "Strutturazione di una governance transfrontaliera per il coordinamento dei Servizi" era prevista quella denominata T1.1 "Tavolo transfrontaliero di governance dei servizi" a cui corrispondono diversi prodotti tra cui T1.1.2 "Mappatura dei servizi tecnici all'agricoltura operanti sui territori transfrontalieri."

Sono stati coinvolti i referenti di tutti i partner di progetto e hanno somministrato un questionario unitario a tutte le strutture identificate come d'interesse per l'indagine in oggetto.

Gli enti individuati (vedasi appendice) e che hanno risposto positivamente sono stati 21 per la Regione Liguria, 6 per la Regione PACA (Francia) e per la Regione Sardegna solo 2 e di questo, ovviamente, occorre tenere conto in fase di valutazione dei dati qui presentati;

Non risulta ad oggi che una indagine di questo tipo abbia precedenti.

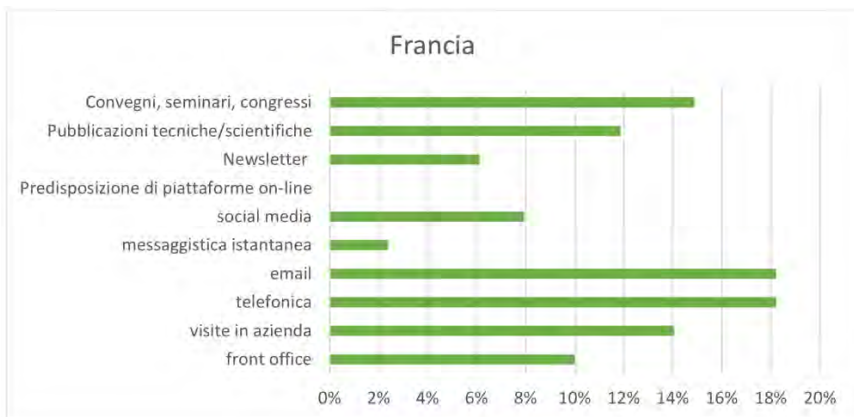
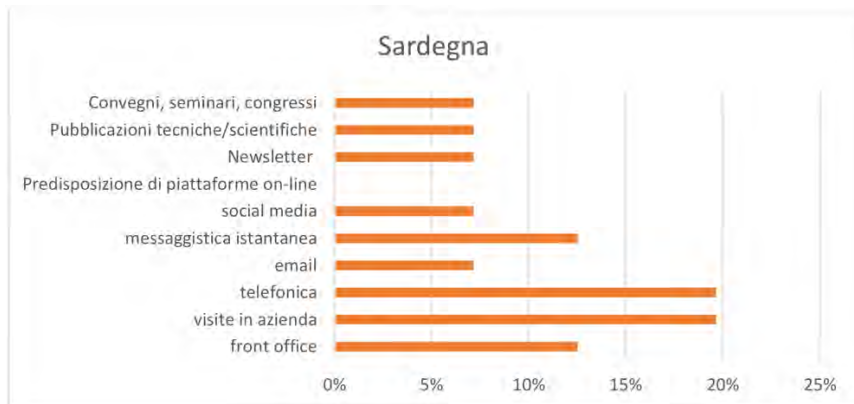
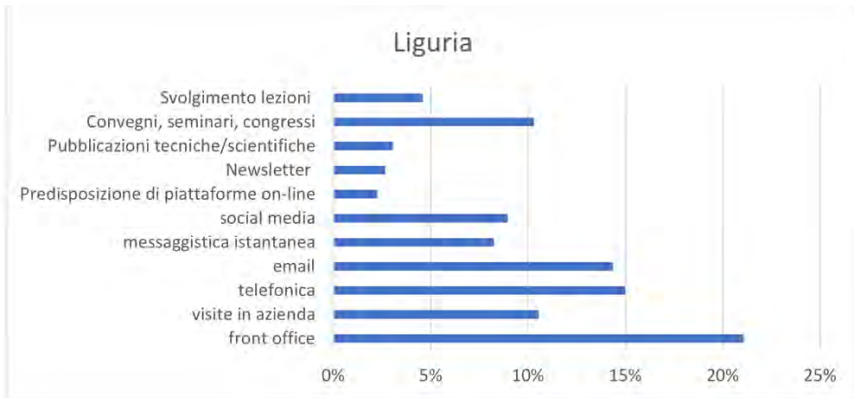
In generale abbiamo registrato una certa reticenza, da parte di alcuni enti intervistati, a fornire i dati richiesti o a restituire i questionari compilati e una spiegazione può essere nella scarsa attitudine a far sistema e a pensarsi come parte di un sistema più complesso e comunque interagente.

I dati sono stati elaborati presentando in forma aggregata le risposte dei singoli intervistati mentre le schede descrittive degli enti possono essere viste sulla piattaforma informatica di documentazione per le MPMI transfrontaliere creata nell'ambito del Progetto accedendo all' indirizzo del sito internet: <https://flore03.wordpress.com/> "SERVIZI TECNICI PER LA FLORICOLTURA" in cui è possibile visionare anche il questionario.

9.2 Tipologia prevalente di contatto con l'utenza

In primis sono state rilevate le modalità di contatto con i fruitori dei servizi. Le risposte potevano essere plurime: ovvero ogni Ente ha elencato tutte le diverse modalità che utilizza per rivolgersi all'utenza. A seconda delle attività che caratterizzano ciascun Ente, diversa è anche la tipologia dell'utente prevalente e ciò influenza il canale di contatto utilizzato in prevalenza. In Fig.1 sono aggregate le risposte che mostrano differenze notevoli tra le tre aree coinvolte.

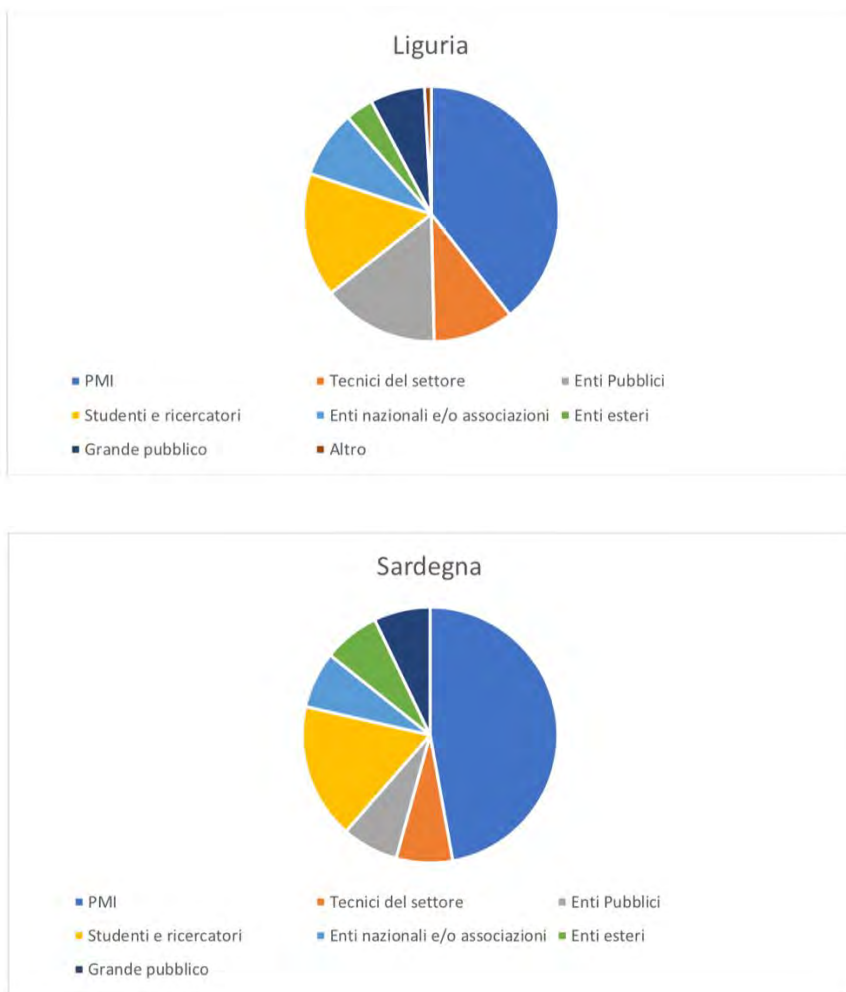
Fig.1 – Tipologia di contatto prevalente con l'utenza

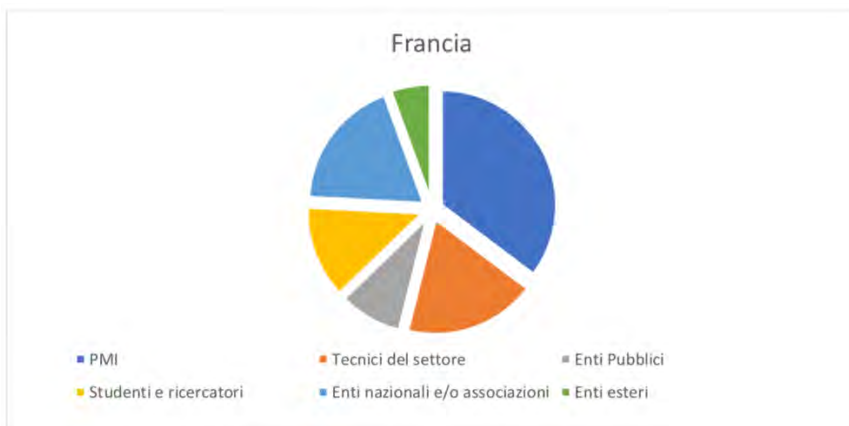


La tipologia di contatto con l'utenza più utilizzata per gli enti liguri è risultata essere il *front office*, seguito dai contatti di natura telefonica e via e-mail; per quelli francesi sono più utilizzati contatti telefonici e via e-mail, mentre per la Regione Sardegna prevalgono le visite aziendali ed i contatti telefonici. Ancora poco utilizzati da tutti i soggetti coinvolti, risultano i social media ed i contatti con messaggistica istantanea (WhatsApp, Messenger etc...).

9.3 I fruitori dei servizi erogati

Fig.1 – Tipologia di fruitori dei servizi erogati



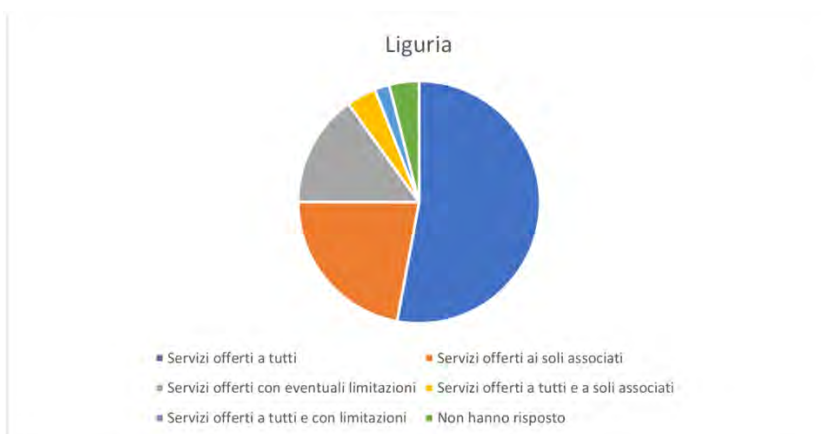


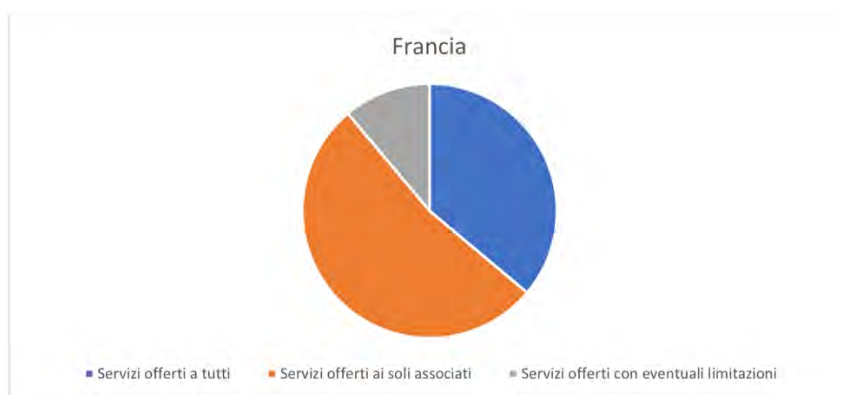
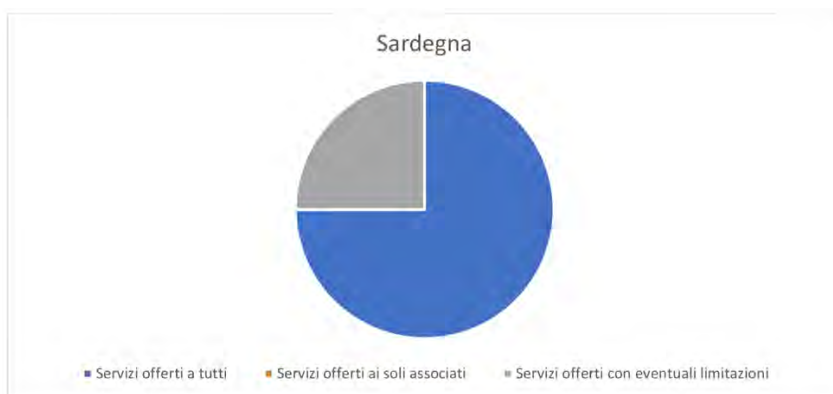
Emerge in modo abbastanza omogeneo che la tipologia di utenza che si rivolge ai servizi è costituita dalle PMMI /Operatori della produzione, del commercio, dell'artigianato, fioristi etc..

9.4 La disponibilità dei servizi offerti: universalità o vincoli per usufruire dei servizi

Per quel che riguarda questo aspetto, gli enti liguri offrono per lo più servizi rivolti a tutti senza distinzione, come pure in Sardegna mentre in Francia la maggior parte dei servizi offerti sono rivolti solo ed esclusivamente ad un'utenza associata. (Fig. 3)

Fig. 3 – Platea dell'utenza





9.5 Rapporti e contatti con organismi analoghi e/o altre amministrazioni centrali e periferiche

Per quel che riguarda gli enti liguri, si rilevano buoni rapporti di collaborazione soprattutto tra i sotto indicati organismi, sebbene ciò avvenga per lo più per iniziativa delle persone afferenti a tali enti, più che per vera e propria prassi istituzionale.

- Regione Liguria
- CeRSAA
- Enti Locali
- Istituto Regionale per la Floricoltura (IRF)
- Strutture universitarie regionali ed extraregionali
- Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria (CREA)

I due Enti sardi, oltre ad avere rapporti per lo più continuativi tra di loro, hanno rapporti complementari con:

- Associazioni di Categoria
- Camere di Commercio

Gli enti francesi hanno per lo più rapporti di affiliazione e complementari tra di loro; le relazioni più intense sono tra:

- SCRADH
- PHILAFLOR
- SICA MAF
- Chambre d'Agriculture
- Associazioni di Categoria
- Fornitori di piante

9.6 Rilevazione del grado di integrazione orizzontale e valutazione della rete dei servizi

Gli enti delle tre aree dichiarano di conoscere quali siano gli altri enti ed organismi, operanti a diverso titolo nel settore agro-florovivaistico locale/ regionale, e di sapere esattamente quali sono le attività da questi svolte.

In tutte e tre le aree risulta che vi sono rapporti di collaborazione tra la maggior parte dei soggetti in ciascuna area.

Secondo il 55% degli enti liguri esistono casi di sovrapposizione di azioni e competenze nel territorio; al contrario la totalità degli enti francesi intervistati non riscontra casi di sovrapposizione di azioni e competenze; mentre negli gli enti sardi le valutazioni divergono (50% si, 50% no).

Gli ambiti considerati scoperti o carenti per gli enti liguri sono:

- Marketing aziendale
- Sviluppo e ricerca
- E-commerce e informatica

Gli enti sardi invece lamentano una carenza di servizi dedicati a:

- Indagini statistiche
- Assistenza tecnica

Gli enti francesi che hanno verificato delle mancanze indicano che queste riguardano:

- Indagini statistiche
- Ricerca in campi agronomici e florovivaistici specifici (ad esempio sviluppo e ricerca nelle piante profumate)
- Controlli sul materiale florovivaistico

Secondo circa il 60% degli enti liguri intervistati, non esistono canali e/o momenti di concertazione programmatica generale, oppure, ove esistono non sono ritenuti sufficienti e necessiterebbero di essere ampliati secondo il 35% circa, degli intervistati; la totalità degli enti sardi e francesi invece riporta l'esistenza di canali e/o momenti di concertazione programmatica generale.

Secondo circa il 60% degli enti liguri, non esistono canali sistematici e organizzati di scambio, di condivisione di conoscenze, dati, risultanze ed acquisizioni tecnico-scientifiche, anche se il 37% riconosce che svolgono questa funzione le newsletter informative del CeRSAA di Albenga e del CSF – Regione Liguria, oltre alle attività portate avanti dal servizio LaRAF, dall'Istituto Regionale per la

Floricoltura (IRF) e dal Distretto Florovivaistico del Ponente. Diversa la situazione in Sardegna, dove la totalità degli enti lamenta che non esistano servizi di questo tipo o non sono sufficienti; gli enti francesi dichiarano all'unanimità di scambiarsi, di condividere le conoscenze, i dati, le risultanze ed acquisizioni tecnico-scientifiche tramite i siti web degli enti stessi e i servizi garantiti agli associati.

Nella parte riservata alle considerazioni in Liguria, nella maggioranza delle risposte, si evidenzia che occorrerebbe un maggiore coordinamento e programmazione tra enti e strutture e che il sistema potrebbe essere migliorato avendo a disposizione un maggior impegno finanziario.

Secondo gli enti sardi, il settore florovivaistico sta subendo una grave crisi e per uscirne sarebbe opportuno implementare i rapporti tra enti pubblici e aziende, nonché aumentare i servizi pubblici offerti, ora molto carenti a causa di una mancanza di fondi adeguati.

Gli enti francesi invece pensano che sia necessario aumentare le buone relazioni tra enti pubblici ed aziende florovivaistiche al fine di diffondere buone pratiche agricole e conoscenze agronomiche, inoltre avvertono la necessità di una maggior attenzione verso le attività di ricerca anche, e soprattutto, garantendo un adeguato sostegno economico individuabile nella dotazione finanziaria dei vari programmi europei e transfrontalieri.

Per accedere alle informazioni relative a tali istituzioni si rimanda all' indirizzo web seguente: <https://flore03.wordpress.com/>

da cui si può accedere alla voce:

“SERVIZI TECNICI PER LA FLORICOLTURA”

APPENDICE: Elenco degli Enti che prestano servizi tecnici

Liguria /Denominazione Ente	Tipologia
Istituto d'Istruzione Secondaria Superiore D. Aicardi	Scuola Superiore ad indirizzo agrario
ANCEF – Associazione Nazionale Commercianti ed Esportatori Floricoli	Associazione di categoria
CAAR – Centro di Agrometeorologia Applicata Regionale	Servizi per le imprese agricole Regione Liguria
Camera di Commercio Riviere di Liguria	Camera di Commercio
CeRSAA – Albenga	Servizi per le imprese agricole Sistema Camerale
CIA – Confederazione Italiana Agricoltori, Imperia	Associazione di categoria
CIA – Confederazione Italiana Agricoltori, Savona	Associazione di categoria
Coldiretti – Liguria	Associazione di categoria
Confagricoltura – Imperia	Associazione di categoria
CREA – Centro di Politiche e Bioeconomia	Ente pubblico di ricerca
CSF – Centro Regionale Servizi per la floricoltura	Servizi per le imprese floricole
Distretto Florovivaistico di Ponente	Ente privato di diritto pubblico
FAI – CISL, Imperia	Associazione di categoria – Sindacato operai agricoli
Servizio Fitosanitario Regionale	Servizi per le imprese agricole Regione Liguria
FLORCOOP Sanremo	Cooperativa di floricoltori
IRF – Istituto regionale per la floricoltura	Ente pubblico di ricerca
LABCAM -Laboratorio chimico merceologico	Servizi per le imprese agricole Regione Liguria
L'Ortofrutticola di Albenga	Cooperativa di agricoltori
Istituto d'Istruzione Secondaria Superiore "B. Marsano"	Scuola Superiore ad indirizzo agrario
Mercato dei Fiori si Sanremo	Mercato floricolo

Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA) /Denominazione Ente	Tipologia
CRIEPPAM	Ente privato di ricerca
Service Horticulture – Maraichage de la Chambre d'agriculture du Var	Camera di Agricoltura - Ente Pubblico
SCRADH – Syndicat du Centre Régional d'Application et de Démonstration Horticole	Ente di ricerca
Philaflor	Sindacato agricolo
Hyeres Hortipole	Associazione
SICA Marché aux Fleurs d'Hyères	Mercato dei fiori

Sardegna/Denominazione Ente	Tipologia
AGRIS – Agenzia Regionale per la Ricerca in Agricoltura	Ente pubblico di ricerca
LAORE	Servizi per le imprese agricole Regione Sardegna

10 La voce degli Operatori Commerciali della filiera: risultanze delle interviste socio-economiche

Giuseppe Pachino ¹⁰

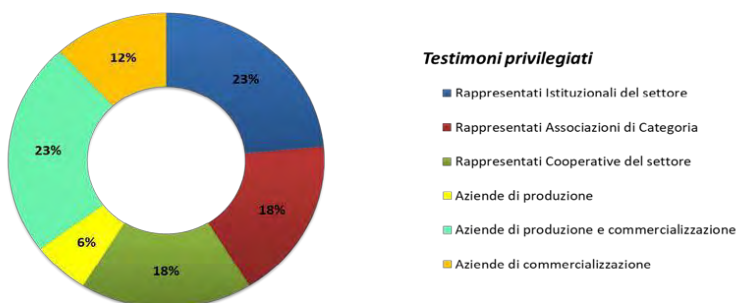
Borsista presso Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria – Centro di ricerca Orticoltura e Florovivaismo.

In questa parte del lavoro si cerca di dare conto dell'esito di una serie di interviste svolte nei confronti dei principali attori commerciali del Distretto Florovivaistico del Ponente ligure, realizzate al fine di cogliere il loro punto di vista sulle tematiche più rilevanti del settore, le difficoltà e problematiche più sentite.

10.1 La metodologia d'indagine

La metodologia impostata per questa indagine qualitativa è stata basata sulla tecnica dell'intervista *non strutturata* svolta nei confronti di soggetti competenti in qualità di “*testimoni privilegiati*”. Generalmente tale metodo prevede colloqui singoli, della durata minima non inferiore ad un'ora, volti a raccogliere le sensazioni e le opinioni espresse spontaneamente dall'intervistato, senza condizionamenti da parte dell'intervistatore. E' stata prescelta tale tecnica, rispetto a quella delle interviste strutturate, nella convinzione che ciò permettesse di far meglio emergere le reali preoccupazioni e il grado di percezione dei rischi e delle opportunità. Sono stati selezionati a tale scopo 11 soggetti competenti ed operanti, soprattutto, nella commercializzazione dei prodotti florovivaistici con diverse connotazioni quali: rappresentanti istituzionali del settore (Distretto, Mercato dei Fiori), rappresentanti di cooperative del settore, di aziende di produzione, di imprese di commercializzazione, o di produzione e commercializzazione. In taluni casi l'intervistato ricopriva anche la veste di rappresentante/appartenente ad una delle categorie professionali di settore (ANCEF, CIA, COLDIRETTI, CONFAGRICOLTURA). Vedasi al riguardo il grafico 1 sotto riportato. Questi soggetti, per il ruolo svolto, l'esperienza nel settore, la conoscenza storica e il contatto diretto con i singoli possiedono tutti i requisiti per assumere nel nostro contesto il ruolo di “*testimoni privilegiati*”. Per questo motivo riteniamo significativo lo spaccato sulla realtà floricola che è emerso dalla loro “*testimonianza*”.

Grafico 1 – Ripartizione percentuale dei ruoli ricoperti dai testimoni privilegiati raggiunti con l'intervista



Fonte: Nostre elaborazioni relative alle interviste in profondità.

¹⁰ Si ringraziano il Prof. Roberto Ronco per la revisione del testo e contenuti e la dr.ssa Ornella Arimondo, che, in qualità di tutor, ha individuato la metodologia di indagine e le principali linee interpretative. La responsabilità delle elaborazioni è interamente dell'autore.

Tabella 1- Stima della rilevanza economica dal settore di riferimento a cui appartengono i testimoni privilegiati

Liguria
PLV di fiori e piante ornamentali in Liguria (2017) ~ 341 milioni di euro *
Peso rappresentato dai testimoni privilegiati intervistati ~ 78 milioni di euro **
Percentuale: 23%

* Fonte: "Annuario dell'agricoltura italiana", CREA.

** Fonte: Nostra stima in base agli elementi raccolti durante le interviste in profondità a testimoni privilegiati

Durante lo svolgimento dei colloqui, mediamente della durata di circa 2,5 ore, inizialmente si è cercato di lasciare ampio spazio alla libera espressione dei punti vista degli intervistati, mentre nella seconda parte dell'intervista, intervenendo con sollecitazioni e domande, sono state meglio approfondite alcune tematiche specifiche ed eventuali visioni strategiche e di prospettiva.

Va tenuto presente che ognuna di queste interviste, data la sua natura qualitativa, rappresenta un elemento a sé stante e quindi mal si presta ad una elaborazione statistica. Tuttavia si è cercato, per quanto possibile, di enucleare delle tematiche comuni di cui diamo conto nei grafici che seguono rappresentando le diverse opinioni espresse. I principali temi di discussione comuni sono stati: giudizi sull'attuale assetto del settore floricolo; mercati di sbocco considerati interessanti per la produzione della zona di progetto; ruolo ed utilità dei mercati alla produzione; giudizio sul settore dei servizi a supporto della floricoltura; promozione, comunicazione e strategie di marketing; soluzioni per rilanciare il settore.

10.2 Il punto di vista degli Operatori commerciali emerso dalle interviste

10.2.1 Giudizi sull'attuale assetto del settore floricolo

Il 58% degli intervistati ritiene che vi sia stata una progressiva riduzione del numero di aziende florovivaistiche operanti nel Ponente ligure dal 2010 ad oggi (periodo intercensuario per il quale non si hanno ancora dati ufficiali). Inoltre, hanno espresso preoccupazione per l'ulteriore riduzione che prevedono si registrerà nel prossimo futuro. Soltanto una piccola percentuale del campione (8%) ha manifestato maggior ottimismo presupponendo il superamento del periodo di crisi e prevedendo un aumento della numerosità delle aziende (Grafico 2).

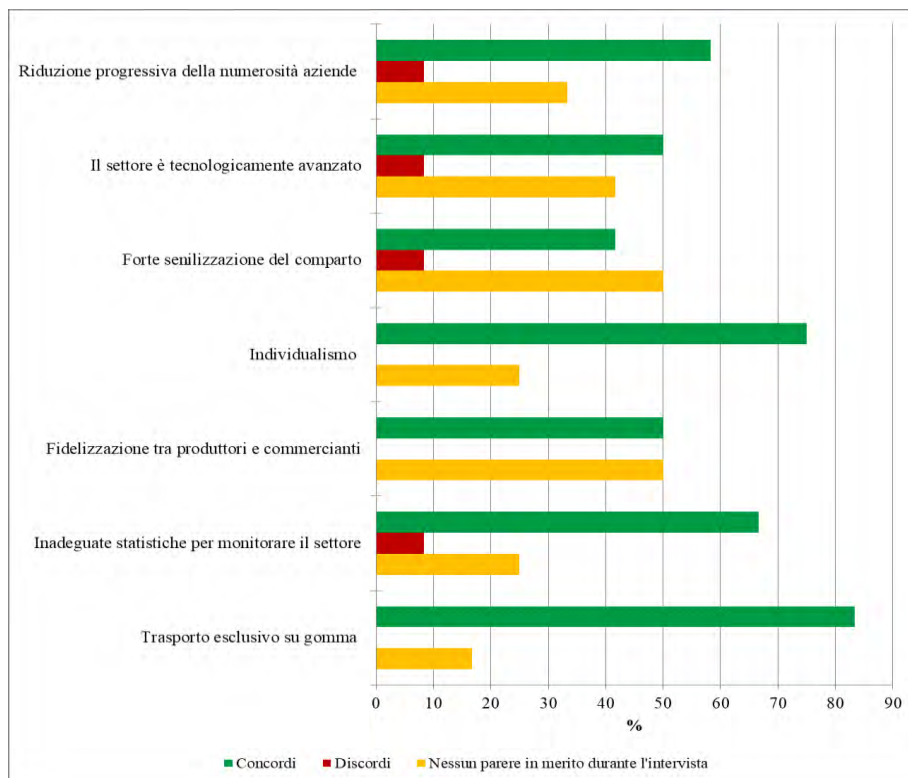
Il settore floricolo, a parere del 50% degli intervistati è *tecnologicamente piuttosto avanzato* rispetto ad altri settori agricoli, mentre l'8% non è risultato d'accordo con tale visione (Grafico 2). Quest'ultimi considerano la floricoltura transfrontaliera, con particolare riferimento al territorio di Sanremo, non conforme alle tecnologie dell'agricoltura 3.0 (agricoltura di precisione) né tantomeno all'agricoltura 4.0 (agricoltura digitale), date le piccole dimensioni medie aziendali e la conduzione familiare, non proprio imprenditoriali.

Il 42% degli intervistati ha espresso preoccupazione per la *forte senilizzazione* del comparto e ritiene auspicabile, nonché necessario, pensare ad un inserimento dei giovani in agricoltura. Di converso, questo tema non è stato preso in considerazione dal 50% del campione, mentre l'8%, pur riconoscendo la senilizzazione del comparto, non reputa l'inserimento dei giovani una soluzione ai problemi del settore. Dal loro punto di vista, infatti, la maggior dei giovani sono poco preparati, poco capaci e culturalmente "a livello dei padri", ovvero altrettanto chiusi alle innovazioni imprenditoriali soprattutto quando provengono da famiglie di agricoltori.

Altri importanti problemi, avvertiti dalla maggior parte dei testimoni, sono: l'*individualismo* che caratterizza tutti gli operatori della filiera floricola ligure (75%); la *manca di statistiche* adeguate per monitorare il settore (67%); l'*esclusivo trasporto su gomma*, seppur accompagnato da una sostanziale *fragilità delle ditte di trasporto* e da una loro progressiva riduzione (67%).

Il fenomeno della *fidelizzazione nel rapporto diretto tra commercianti e produttori*, confermato dal 50% del campione (Grafico 2), è considerato la principale causa della sostanziale riduzione del ruolo dei mercati alla produzione, quale luogo di incontro tra domanda e offerta, e più generalmente potrebbe ostacolare una riorganizzazione dell'assetto commerciale.

Grafico 2 – Giudizi sull'attuale assetto del settore floricolo



Fonte: Nostre elaborazioni delle informazioni raccolte mediante le e interviste in profondità..

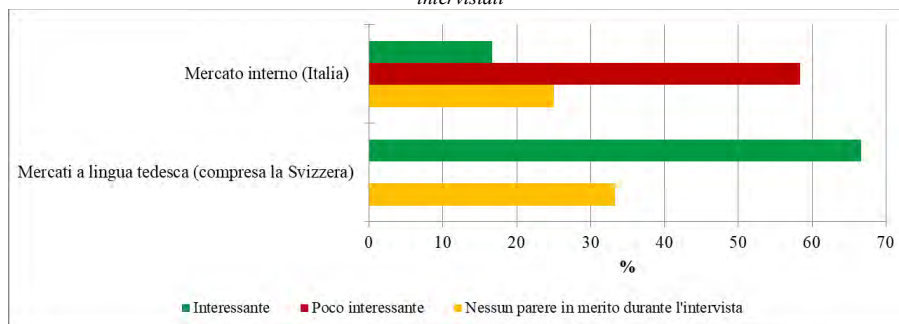
Durante alcune interviste, sono emersi altri temi che non sembrano essere di particolare rilievo per la maggior parte dei testimoni privilegiati intervistati, quali:

- la *mancaza di una cultura del fiore in Italia*: per i consumatori italiani il fiore è un bene voluttuario da acquistare solo per le ricorrenze ed anche in queste occasioni si è registrata, negli anni, una riduzione dei consumi (42% degli intervistati);
- la *competizione dell'edilizia nell'uso del suolo* (aspetto considerato dal 25%);
- la *scarsa organizzazione commerciale del settore* (considerato solo dal 17%);
- la *progressiva riduzione dei margini dei produttori albaneganesi*, nonostante le spiccate capacità imprenditoriali, che potrebbe prefigurare, secondo alcuni, un possibile ritorno all'orticoltura per talune aziende (33%).

10.2.2 Mercati di sbocco considerati interessanti per la produzione della zona di progetto

Da quanto emerso dalle interviste, i mercati di sbocco considerati interessanti per la produzione florovivaistica transfrontaliera risultano essere, a parere del 67% dei testimoni privilegiati, i *mercati a lingua tedesca* (Germania, Austria, Belgio, Lussemburgo, Liechtenstein, Svizzera). Al contrario, il *mercato interno* è poco interessante per il 58% degli intervistati, essendo poco remunerativo e governato da dinamiche distorte. Solo il 17% del campione considera il mercato italiano interessante per le produzioni dell'area transfrontaliera. (Grafico 3).

Grafico 3 – Mercati di sbocco considerati interessanti per la produzione della zona di progetto, da parte degli intervistati



Fonte: nostre elaborazioni delle informazioni raccolte mediante le interviste in profondità

Altri mercati considerati interessanti da alcuni testimoni sono quelli *orientali* (per il 33%) e il *mercato francese* (25%). Discordanti sono invece i pareri sul *mercato olandese* e su quello *russo*.

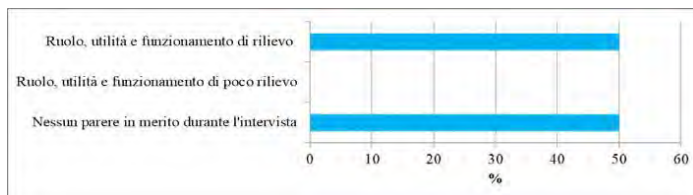
Per il 25% dei testimoni l'Olanda è un mercato interessante, al contrario il 17% degli intervistati non vuole intrattenere alcun rapporto commerciale con tale Paese in quanto ritiene che ciò potrebbe procurare un danno nella competizione con i prodotti floricoli italiani.

Il *mercato russo* viene considerato interessante per i prodotti floricoli transfrontalieri dal 25% del campione, mentre l'8% non vorrebbe addentrarsi in questo mercato essendo regolato, a loro avviso, da dinamiche poco trasparenti anche nelle operazioni logistiche.

10.2.3 Ruolo ed importanza attribuita ai mercati alla produzione

Sollecitati in merito al ruolo dei mercati alla produzione, gli intervistati generalmente ritengono che, ancora oggi, abbia un senso l'esistenza dei mercati alla produzione. In particolare, durante l'intervista sono emersi solo giudizi positivi sul ruolo, utilità e funzionamento del mercato *SICA Marché aux fleurs di Hyères* (Grafico 4).

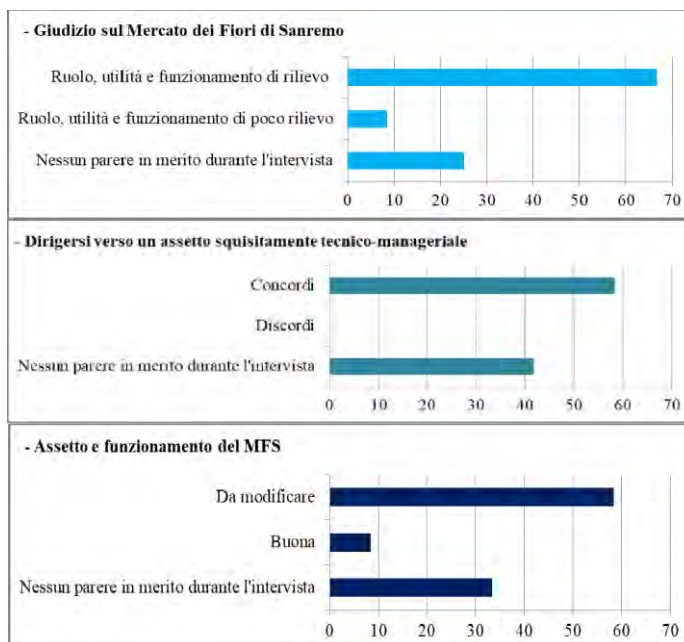
Grafico 4: Giudizio sul SicaMAF di Hyères



Fonte: Nostre elaborazioni delle informazioni raccolte mediante le interviste in profondità.

Diversi sono stati i giudizi sul Mercato dei Fiori di Sanremo. Se da un lato il 67% degli intervistati riconosce che, ancora oggi, il *Mercato dei fiori di Sanremo* potrebbe svolgere un ruolo *utile nel comparto*, dall'altro l'8% lo considera attualmente *poco rilevante* (Grafico 5).

Grafico 5 - Giudizi sul Mercato dei Fiori di Sanremo



Fonte: Nostre elaborazioni sulle informazioni raccolte mediante le interviste in profondità.

Inoltre, come si può vedere dal grafico 5 (sopra riportato), il 58% degli intervistati, sollecitati ad esprimere un parere sull'attuale funzionamento del mercato stesso, ha dichiarato che sarebbe opportuno modificarne *l'assetto ed il funzionamento*, auspicando un *totale sganciamento da opzioni o dinamiche politicamente orientate a favore di un assetto, squisitamente, tecnico-manageriale, pur mantenendo le caratteristiche di ente di interesse pubblico*.

Dalle interviste è emersa una certa convergenza di pareri circa quello che viene oggi considerato un rilevante errore del passato, ossia avere impedito la commercializzazione attraverso il mercato di Valle Armea dei prodotti di provenienza estera. Tale infausta decisione, a parere degli intervistati, ha impedito al Mercato dei fiori di Sanremo di assumere il ruolo di *polo europeo del fiore*.

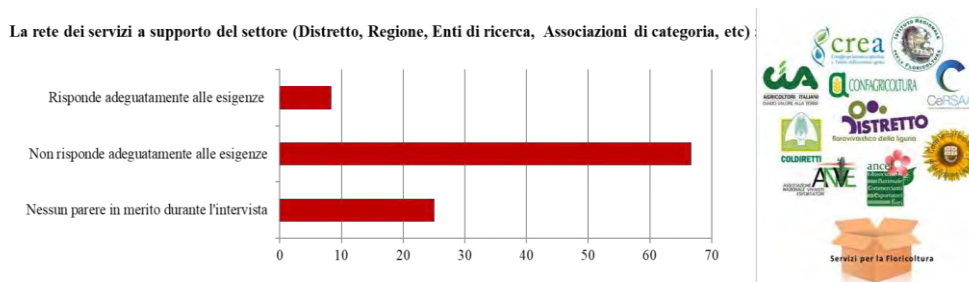
Altra criticità, emersa durante le interviste, è la ridotta tipologia di prodotti che transitano attraverso il Mercato di Sanremo, che sostanzialmente tratta quasi esclusivamente ranuncoli ed anemoni. Tale carenza di prodotti allontana ancor di più gli attori della filiera dalla struttura del mercato.

10.2.4 Giudizio sul settore dei servizi a supporto della floricoltura

Il 67% degli intervistati, sollecitato ad esprimersi sulla *rete dei servizi a supporto del settore floricolo* (quali il Distretto florovivaistico del Ponente ligure, il Centro Servizi Floricoltura, gli Enti di Ricerca, le Organizzazioni Professionali, etc), ritiene che questa non risponda adeguatamente alle esigenze del settore (Grafico 6).

Ciò nonostante, la maggior parte degli operatori ritiene molto importante il ruolo di tali organismi e ne auspicano un potenziamento e ristrutturazione, eventualmente integrandoli meglio, in modo che possano rispondere in maniera più efficace alle esigenze del settore.

Grafico 6 – Giudizio sul settore dei servizi a supporto del settore

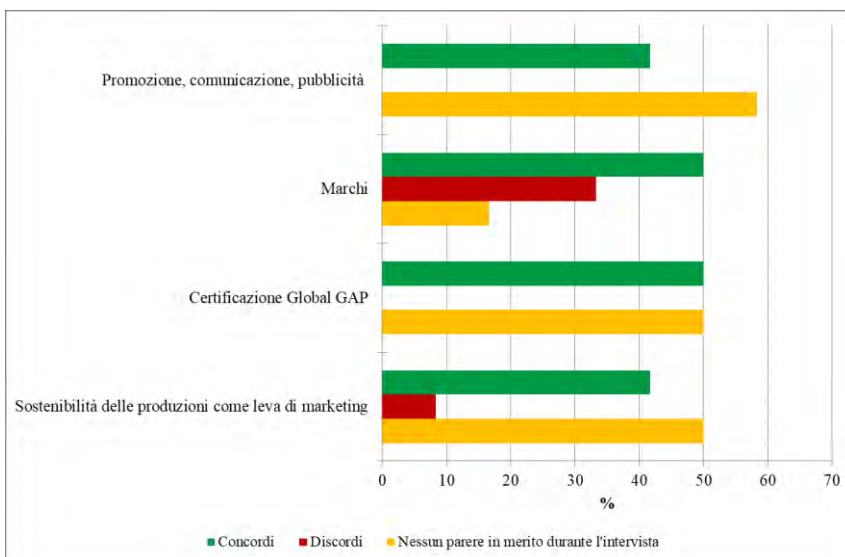


Fonte: Nostre elaborazioni sulle informazioni raccolte mediante le interviste in profondità.

10.2.5 Giudizi su promozione, comunicazione e strategie di marketing

Il 42% dei testimoni privilegiati ritiene utile le attività di *promozione, comunicazione e pubblicità dei prodotti floricoli* per risollevare il settore nell'area transfrontaliera (Grafico 7).

Grafico 7 – Giudizi su promozione, comunicazione e marchi come strategia di marketing



Fonte: Nostre elaborazioni su informazioni raccolte mediante le interviste in profondità.

La *politica dei marchi* è ritenuta un'*utile leva di marketing* dal 50% dei testimoni, mentre un 33% ritiene che i marchi siano *poco utili nonché gravosi*, soprattutto per i produttori (Grafico 7). In particolare, è emerso che i produttori siano prevalentemente restii a farsi carico dei costi relativi ai disciplinari di produzione per il riconoscimento di un marchio, poiché non ne vedono la reale utilità dato che sarebbe difficile mantenere la tracciabilità dei prodotti nei vari passaggi di confezionamento fino al consumatore finale. Ciò nonostante, da parte dei commercianti è emersa la consapevolezza che alcuni marchi sono indispensabili, specie per i prodotti destinati alla grande distribuzione organizzata che ritira ed offre ai suoi consumatori solo prodotti certificati. Ad esempio il *marchio Global G.A.P.*, è considerato utile dal 50% dei testimoni intervistati.

Sollecitati sul tema della *sostenibilità del processo produttivo*, e relativi marchi correlati (SQNPI – Sistema di Qualità Nazionale Produzione Integrata, Produzione Biologica, etc), il 42% degli intervistati lo ritiene una buona leva di marketing (Grafico 7).

I *brand aziendali* sono ritenuti una strada da percorrere per il 33% degli intervistati. Tutti i testimoni privilegiati raggiunti riconoscono all'unanimità il successo del marchio "*Made in Italy*", soprattutto sui mercati esteri, sottolineando, indirettamente, l'importanza della tracciabilità dei prodotti per i consumatori. Totalmente diversa è l'opinione dei testimoni sui prodotti certificati *fairtrade*, preferiti ai prodotti italiani da talune catene della grande distribuzione, poiché ritengono che siano tali più di facciata che di sostanza.

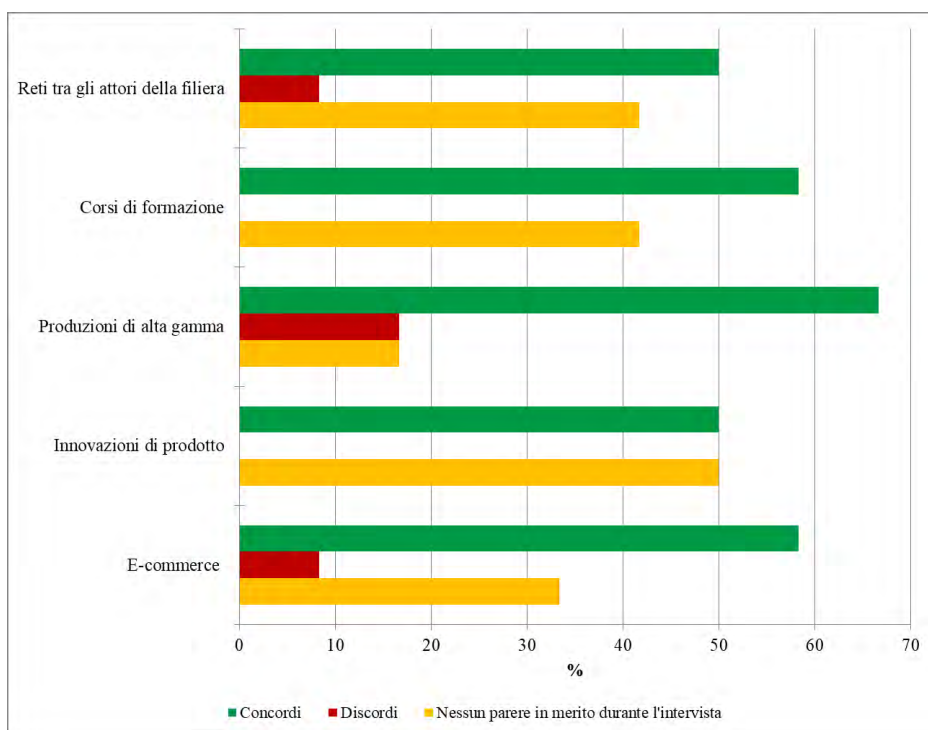
Infine, alcuni degli esperti raggiunti hanno sottolineato lo smarrimento dei consumatori di fronte a questo proliferare di marchi. Pertanto, per evitare di indurre il consumatore in confusione, ritengono utile semplificare le procedure ed accorpare i marchi in modo da limitarne il numero.

10.2.6 Pareri in merito alle soluzioni per rilanciare il settore

Invitati ad esprimersi in merito alle possibili *soluzioni per rilanciare il settore florovivaistico* transfrontaliero e sollecitati, in particolare, sull'utilità di costituire reti tra gli attori della filiera, gli intervistati, pur concordando sulla necessità di *superare l'individualismo* (50%), non sono apparsi avere ben chiaro in che modo e con quali mezzi potrebbero aggregarsi per un'eventuale collaborazione al fine di essere più competitivi. I più pessimisti, ossia l'8% del campione, considera addirittura impossibile diffondere fra gli attori della filiera lo spirito dell'associazionismo, data la mentalità prevalente ed anche alla luce di passate iniziative rivelatesi fallimentari.

Per il 58% del campione risulta necessario *investire nella formazione* al fine di implementare le capacità imprenditoriali e di collaborazione.

Grafico 8 – Pareri sulle possibili soluzioni per rilanciare il settore



Fonte: Nostre elaborazioni su dati raccolti mediante interviste in profondità a testimoni privilegiati.

Puntare sulle *produzioni di alta gamma* potrebbe essere una possibile soluzione per il 67% degli intervistati, mentre il 17% non è d'accordo su questa opzione data l'impossibilità pratica di ottenere solo ed esclusivamente produzioni di elevata qualità (Grafico 8). Secondo quanto precisato da alcuni intervistati, puntando sull'alta gamma, le produzioni di media qualità ma ritenute comunque valide, non si potrebbero più piazzare sul mercato in quanto si innalzerebbe la percentuale di scarto.

Sulla scorta del fatto che storicamente il settore ha fatto leva sulle *innovazioni di prodotto* nel Ponente ligure, il 50% degli intervistati, parlando di innovazione in floricoltura, ritiene cruciale soprattutto poter disporre di sempre *nuovi prodotti* che possano dar respiro al settore.

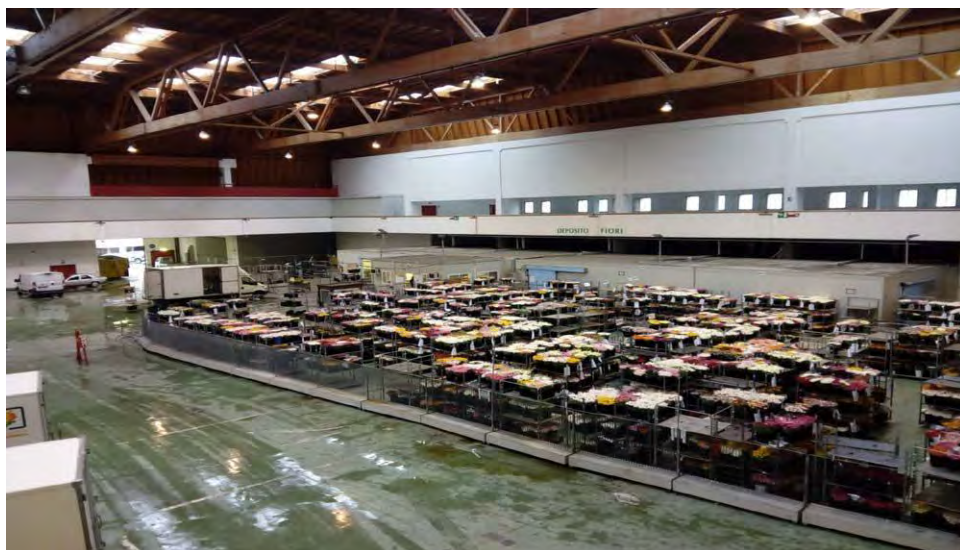
Il 67% degli intervistati concorda sull'utilità della *messa a punto ed utilizzo di piattaforme e-commerce*, mentre il 17% non ritiene le vendite tramite il sistema *web - shop* una buona soluzione data l'elevata deperibilità che caratterizza i fiori recisi. Ed inoltre ritiene che *l'e-commerce* non si addica ad un assetto produttivo frammentato come quello della floricoltura del Ponente Ligure.

Tra le varie soluzioni discusse con i testimoni privilegiati, il 42% è parso favorevole alla riutilizzazione del trasporto ferroviario pur con i dovuti cambiamenti come ad esempio le cosiddette *autostrade ferroviarie*.

CONCLUSIONI

Quanto emerso dalle interviste ha consentito di comprendere l'atteggiamento degli Operatori intervistati rispetto alle criticità del settore, agli elementi di fragilità e di debolezza così come rispetto all'assetto organizzativo, potenzialità e prospettive strategiche di mercato.

Complessivamente, pur essendo emersa dalle interviste una certa consapevolezza delle difficoltà della filiera, da parte dei testimoni privilegiati non pare emergere una visione sufficientemente articolata e chiara delle possibili soluzioni e/o alternative. Emerge al contrario una certa assuefazione alla situazione esistente ed una mancanza di determinazione per cambiare veramente l'attuale stato di fatto.



PARTE III

***LE CRITICITA' DELLA FILIERA FLOROVIVAISTICA
NELL'AREA DI PROGETTO:
DISCUSSIONE E CONCLUSIONI***



11 I cambiamenti imposti dalla evoluzione dei mercati: la necessità di una riorganizzazione della filiera e della sua governance

Ornella Arimondo¹ Roberto Ronco²

¹Consiglio per la Ricerca in agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria – Centro di Ricerca in Orticoltura e Florovivaismo

²Università degli Studi di Torino – Scuola di Management ed Economia - Dipartimento di Scienze Economico-Sociali e Matematico-Statistiche

Premessa

La domanda soggiacente che riaffiorava continuamente durante lo studio sui mercati, condotto nell'ambito del progetto FLORE 3.0, verteva sostanzialmente su quali fossero veramente state le ragioni che, nel corso del tempo, avevano impedito alla floricoltura del Ponente Ligure di preservare il suo ruolo originario, primeggiante non solo in ambito nazionale ma anche a livello internazionale, o, in subordine, per quale motivo non fosse riuscita, almeno, a *rivestire un ruolo ben più rilevante rispetto a quello che oggi riscontriamo*. Sebbene possa apparire vano oggi porsi questa domanda, diremo che, forse, il primo errore è proprio consistito nel considerare banalmente inevitabile la parabola discendente di questo importante comparto produttivo ed ancor più banalmente rassegnarsi. Per tale motivo, a conclusione di tutte le analisi fin qui svolte, cercheremo di evidenziare alcune lezioni da cogliere e, soprattutto, i cambiamenti da operare da parte sia di ogni componente della filiera, che dell'attuale sistema delle sue relazioni interne. Tutto ciò nella convinzione che la floricoltura ligure, tutt'altro che un fenomeno locale, possa ancora, se adeguatamente ristrutturata nel suo asset, giocare un ruolo importante anche come anello di congiunzione nell'export floricolo italiano.

11.1 Il Posizionamento debole

Le analisi e le elaborazioni qui condotte, hanno evidenziato come il posizionamento della floricoltura del Distretto ligure, in termini relativi, sia andato erodendosi nel tempo, malgrado le proprie origini ed una storia indubbiamente importanti che hanno mostrato grandi tradizioni di breeding e capacità di innovazione delle produzioni, con prodotti che hanno avuto grandi successi internazionali.

Una discreta ingegnosità e abilità nella riconversione produttiva per adattarsi alle evoluzioni del mercato ha permesso alla floricoltura ligure di mantenere nel tempo buoni livelli di esportazione, pur regredendo, in termini di posizionamento relativo, rispetto alla sempre maggiore dominanza dei competitors. In anni più recenti, nei momenti meno positivi (indicativamente dal 2010 in poi), si è riscontrata, nonostante lo svantaggio accumulato, una certa capacità di resilienza delle aziende di produzione; tuttavia, il declino, negli ultimi vent'anni, è apparso inarrestabile, traducendosi in una drastica riduzione delle aziende di produzione, il cui numero si stima sia oramai fortemente ridimensionato rispetto al censimento del 2010.

Da uno sguardo "esterno" si coglie immediatamente il grande paradosso di una floricoltura che, sebbene in anni lontani, da pionieristica, fosse riuscita a raggiungere posizioni di preminenza internazionale, oggi, dopo circa 150 anni di storia, appare confinata in una posizione di notevole debolezza e di difficoltà crescenti a competere sui mercati internazionali. Il settore nel suo complesso

non ha dunque saputo sfruttare il vantaggio relativo degli “anni floridi” per creare le basi di una *organizzazione di sistema e di filiera* che permettesse, sia di continuare ad essere il punto di riferimento per la floricoltura italiana, sia di collocarsi in un ruolo più significativo a fianco dei *player internazionali*, se non sul piano produttivo, almeno su quello della *commercializzazione*.

Che cosa lo ha impedito? Come si è visto dalle analisi effettuate sugli scenari internazionali, attualmente, le esportazioni di fiori recisi dei quattro Paesi emergenti, Colombia Kenya, Ecuador ed Etiopia, messi assieme, hanno raggiunto una quota molto rilevante (circa il 38 % nel 2016) del totale mondiale giungendo a contendere la preminente posizione dell’Olanda; quest’ultima ha però basato il suo vantaggio competitivo soprattutto sulla sua *capacità di intermediare* le crescenti esportazioni di tali Paesi, grazie alla propria capacità organizzativa sul piano commerciale. Nello stesso tempo, Royal Flora Holland, avendo avuto la consapevolezza, nonostante il notevole potere acquisito, di poterlo perdere, ha cercato di offrire sempre maggiori servizi logistici e commerciali, aggiornandoli costantemente in relazione all’evoluzione tecnologica; ha, inoltre, puntato sempre più su *processi di concentrazione e partnership* internazionali nella consapevolezza che il potere acquisito può sempre risultare contendibile.

Eppure, mentre a livello internazionale i grandi competitors si riorganizzavano per poter preservare il vantaggio acquisito, la floricoltura del Distretto ligure, come abbiamo visto, non solo non ha adottato forme di organizzazione commerciale attraverso percorsi di concentrazione e di intermediazione similari, ma, si è andata, per assurdo, sempre più disgregando, non riuscendo, come ben noto, neppure a portare a buon fine l’unico tentativo di aggregazione, avviato a suo tempo con la costituzione di *UCFlor* (cfr. paragrafo 2.3). E, se è pur vero che le grandezze, rispetto ai livelli di concentrazione dei grandi soggetti commerciali mondiali ora citati, non sono neppure comparabili, riteniamo tuttavia, che, pur su scala diversa, i *processi e le tendenze* lo debbano essere: la floricoltura del Distretto, essendo da sempre orientata più all’esportazione che al mercato interno, ben avrebbe potuto e anzi dovuto creare le condizioni per divenire il *punto di riferimento commerciale* anche per altre aree produttive, via via che queste si andavano sviluppando, a cominciare da quelle delle altre regioni italiane, del sud della Francia, nonché di alcuni Paesi produttori emergenti e dell’area, soprattutto, del Mediterraneo. Una tale pur ambiziosa visione, forse affacciata in qualche circostanza o periodo del passato, è in ogni caso venuta meno ed oggi la floricoltura ligure si presenta addirittura ancora più disgregata e fragile.

11.2 Il successo mancato

Se si chiede agli operatori del settore quali siano le *vere cause* del “successo mancato” le risposte sono le più diverse. Frequentemente, si lamentano annosi problemi e mancanze legati alla *logistica*, con particolare riferimento ai trasporti, alle ridotte dimensioni aziendali, alla scarsa propensione a cooperare e così via. Più difficile è stato comprendere le ragioni “vere” del fallimento di *UCFlor* e del debole ruolo oggi rivestito da quello che avrebbe dovuto essere, negli intenti di chi lo ha fatto edificare, un grande *Mercato alla produzione*, luogo di *concentrazione dell’offerta* non solo ligure e non solo italiana, probabilmente. A guardarla oggi questa enorme infrastruttura, di decine di migliaia di metri quadri, con ampie aree concepite e predisposte non soltanto per la vendita, gli uffici, lo stoccaggio la lavorazione, ma anche per l’ingresso di enormi bilici per le operazioni di carico e scarico direttamente dai magazzini¹¹), sembra additare a tutti il fallimento forse di un sogno, comunque di una visione o di un progetto che, pure in un certo momento della sua storia, parte di questo settore ha, evidentemente,

¹¹ In questa struttura di 120.000 mq, un tempo occupata per intero dall’attività del mercato, oggi, molte superfici risultano oramai deserte da tempo ed altre inagibili, quando non destinate ad attività ludico sportive di soggetti estranei al settore

sperato e creduto di poter realizzare, ma su cui, nel suo insieme, la filiera non ha saputo e convergere.

11.3 Necessità di una consapevolezza proattiva

Quanto detto non basta. Per capire le ragioni di un declino *non inevitabile*, lasciamo che riaffiori, inappagata e a fare da guida, la domanda iniziale: *ma, che cosa, allora, realmente lo ha impedito?* Lungi dall'essere un esercizio dialettico, questa domanda - che pure abbiamo voluto anche rivolgere agli Operatori del settore, nel corso delle interviste effettuate, e poi ripreso, come base di discussione, anche nel corso del dibattito e confronto svoltosi con i maggiori rappresentanti della filiera¹² - non ha trovato peraltro risposte esaustivamente esplicative, ma solo indicazioni parziali; è stata perciò molto utile, anche per percepirne il grado di consapevolezza ed elaborazione collettiva, e questa è apparsa meno profonda di quanto ci si aspettava.

Comprendere, dunque, anche con l'ausilio dei metodi dell'analisi sociologica, le cause profonde di quanto avvenuto è premessa fondamentale per poter mettere in campo qualsiasi progetto di un cambiamento di rotta e, soprattutto, per non ripetere gli errori; ma, ancor più importante e fondamentale è che ciò avvenga *come parte di un processo condiviso, in cui un percorso conoscitivo comune della propria storia costituisca il primo stadio per l'individuazione e definizione concertata di un nuovo obiettivo strategico e dei relativi strumenti attuativi*. Solo così potranno essere colte le opportunità esterne, che ancora possono esserci, per superare le debolezze, *valorizzati i diversi punti di forza interni* tutt'ora presenti, e *fronteggiate le minacce* che si profilano all'orizzonte, in un'unica visione strategica di rilancio del settore. Richiamare con forza questo aspetto, pur in estrema sintesi - poiché le analisi, tutte ampiamente svolte, sono reperibili negli elaborati qui prodotti - costituisce, pertanto, il primo grande nodo da cui partire, posto che non vi è strategia di mercato, né piani di sviluppo, che possano essere proposti ed attuati con successo in una filiera che non abbia raggiunto una *consapevolezza condivisa* dei propri errori e la dovuta *convergenza su obiettivi, azioni e strategie da mettere in atto*.

11.4 L'assetto di filiera

È, in realtà, la qualità delle relazioni tra gli stakeholder, il loro livello di integrazione, nonché alcuni livelli essenziali di equità e di efficienza, che definiscono una vera filiera. Il fatto che ci sia un Distretto (il Distretto Florovivaistico del Ponente Ligure) che ne riunisce le sue componenti, ai sensi della norma regionale L.R. 30/11/2001, n. 42, è condizione certamente necessaria, ma è sufficiente per parlare di vera e propria filiera floricola funzionante? La domanda è certamente retorica: in numerose occasioni è emersa la necessità imprescindibile di una maggiore organicità e sinergia tra le sue componenti. L'ultimo piano triennale, realizzato dal Distretto nel 2016¹³, lamentava, fin dalle premesse, una "partecipazione discontinua e frammentaria all'attività di discussione ed elaborazione" programmatica da parte delle sue componenti. Più di ogni ulteriore commento, vale il fatto che il citato Piano triennale, pur se predisposto con perizia e precisione, ad avviso di chi scrive, ad oggi, ampiamente trascorso quello che doveva essere (obbligatoriamente) il suo triennio di attuazione, è rimasto sulla carta. Né, riteniamo plausibile attribuirne la causa ad un mero passaggio formale mancante¹⁴.

¹² Nell'ambito del Workshop del 26 giugno e 17 luglio 2019 tenutosi a Sanremo presso il Floriseum di Villa Ormond

¹³ Piano del Distretto Florovivaistico della Liguria 2016, "Per un Distretto competitivo, sostenibile e integrato".

¹⁴ Mancato passaggio formale di approvazione del piano da parte del settore urbanistica come previsto dalla L.R. 30/11/2001, n. 42 istitutiva del Distretto.

Riteniamo, invece, che si debba dare atto che la filiera non era e non è pronta per attuare un qualsiasi piano programmatico: non ne ha le caratteristiche di organicità e coordinamento richieste da un vero assetto di filiera. Peraltro, occorre altresì non confondere la filiera, in senso stretto, con il Distretto: le due Entità dovrebbero essere interagenti ma distinte, sebbene, ad oggi, gli unici momenti in cui una parte della filiera di fatto si riunisce pare essere soltanto in occasione delle riunioni del Comitato di Distretto.

Ne consegue che il primo obiettivo strategico del settore deve pertanto basarsi sulla definizione di un assetto di filiera imperniato su una chiara organizzazione interna, almeno delle sue componenti principali, con un modello di adesione che implichi quote di responsabilità specifiche e definite per ciascun livello partecipativo. Ma non solo, ogni segmento della filiera dovrebbe in qualche modo autodiagnosticare la propria situazione e interrogarsi su come attualizzare il proprio ruolo al fine di renderla, nel suo insieme, più competitiva alla luce delle evoluzioni e tendenze di mercato di medio lungo periodo.

Nel contesto di un sistema di relazioni tra imprese ed istituzioni riorganizzato, diversi sono i percorsi attraverso cui scegliere di strutturare in modo più organico la filiera. Tra le scelte possibili da vagliare ed approfondire vi potrebbe essere quella di puntare sulle Organizzazioni di Produttori (OP), Associazioni di Organizzazioni di Produttori (AOP) rappresentative su base regionale, e loro unione a livello nazionale, per arrivare anche, poi a costituire un Organismo Interprofessionale di Prodotto (Ufficio di prodotto). A questo riguardo si sottolinea che vi sarebbero delle opportunità che bisognerebbe apprestarsi a cogliere. È in itinere, infatti, nell'ambito della PAC 2020-27 una proposta della Commissione che prevede che gli Stati Membri, che introdurranno nei loro Piani strategici un sostegno "per altri interventi settoriali", potranno disporre di una dotazione finanziaria di importo pari al 3% del budget per i pagamenti diretti dello Stato Membro (che per l'Italia è stimato in circa 100 milioni di euro).

Tra i settori beneficiari è inserito anche il florovivaismo; pertanto, sulla scorta del modello ortofrutta, anche per il nostro settore potrebbero essere finanziati i fondi di esercizio destinati specificamente ai programmi operativi delle OP/AOP approvati dagli Stati membri (con un aiuto da parte dell'UE fino al 50% della spesa sostenuta e nei limiti del 5% del valore della produzione commercializzata da parte di ciascuna OP/AOP). Sarebbe questa, pertanto, una occasione come comparto da non perdere.

11.5 Il Distretto Florovivaistico verso il cambiamento

Il Distretto stesso, come struttura funzionale - che "costituisce la sede di confronto tra le istituzioni locali e i soggetti pubblici e privati operanti nella filiera" (art.4, L.R. 30/11/2001, n. 42) - è l'Organo che per primo *dovrà interrogarsi sulla propria efficacia, funzionamento, mezzi¹⁵, nonché sugli strumenti ed obiettivi per far crescere l'intero sistema floricolo*. In altri termini, dovrà essere posto in condizioni di *dare completa attuazione ai compiti per i quali è nato* (pur con qualche correttivo alla suddetta norma oggi vigente) o, diversamente, *orientarsi verso una autoriforma con una ridefinizione più radicale del proprio ruolo* nell'ambito di una complessiva *riorganizzazione di sistema* nell'area produttiva di riferimento.

In tale processo di autoriforma, potrà essere opportuno rivalutare, se del caso, l'opportunità di

¹⁵ Se la norma regionale istitutiva del Distretto centrava lo scopo, non altrettanto lo sono stati i mezzi poi concretamente destinati al suo funzionamento. Oggi certamente l'atto costitutivo del Distretto necessita di essere opportunamente attualizzato, ma anche i mezzi dovranno essere finalmente coerenti con gli obiettivi.

ricomprendere anche compiti di coordinamento a livello nazionale, tenuto conto che, nel frattempo, è venuto a cessare¹⁶ l'*Organo Nazionale di Collegamento della Floricoltura italiana* e che, pertanto, quest'ultima si trova oggi priva di un momento di raccordo a livello nazionale¹⁷. Ciò sarebbe opportuno anche nell'ottica di recuperare, da parte del comparto floricolo ligure, quella funzione di traino anche della floricoltura italiana, avuta in passato e oggi ancor più necessaria, a beneficio di entrambe.

Tutto questo dipenderà dalle scelte che la Governance regionale vorrà fare per *promuovere, stimolare, affiancare e - assieme al Distretto - guidare* lo sviluppo di quello che, nonostante tutto, resta ancora oggi il comparto agricolo cardine della Liguria. Occorre che siano messe in campo poche e chiare azioni *mirate sulla base di una visione strategica condivisa con la filiera* per dare, finalmente, un vero assetto organizzativo all'intero sistema produttivo floricolo locale al fine di cogliere le ultime opportunità, che la recente ripresa della domanda di prodotto e l'evoluzione dei mercati possono offrire.

Di tutto questo un Distretto riformato e rafforzato dovrà essere il perno, dotato di strumenti che gli permettano di dare avvio come dicevamo, ad un *processo di conoscenza e formazione condiviso della filiera, con il supporto dell'intero sistema dei servizi del settore*. Senza questo passaggio, le esperienze non saranno capitalizzate, gli errori inevitabilmente ripetuti e le best practices disperse. Dunque si tratta di iniziare mettendo in atto, prima di tutto e velocemente un vero e proprio sistema di *Knowledge Management*, che consenta di *comprendere la lezione del passato, riformare e superare il presente, progettare il futuro*.

11.6 Il Mercato dei Fiori di Sanremo (MFS)

Come struttura funzionale, i dati riportati nel capitolo 2 in questo volume, ne hanno evidenziato le caratteristiche e modalità di funzionamento. Da queste emergono tutti i limiti, ancor più evidenti se confrontato con la SICA - Marché aux Fleurs di Hyères, dato che, a differenza di quest'ultimo, non riesce a convogliare che una minima parte della produzione floricola del Distretto ed appare caratterizzato da limitazioni e carenze insite nel suo stesso impianto gestionale. Storicamente primo mercato italiano alla produzione, in termini di fatturato, oggi il Mercato dei Fiori di Sanremo è un piccolo attore nell'ambito dei canali commerciali internazionali. La sua operatività, con un sistema di vendita strutturato su un'apertura dell'asta limitata ad alcuni prodotti e ad alcuni giorni settimanali, senza possibilità di acquisto da remoto, nonché su altre forme più tradizionali di commercializzazione (sistema all'araba e deposito), lo relega attualmente ad un ruolo per così dire, di *cuscinetto o di ammortizzatore*, nel sistema commerciale dell'area del Distretto. Si potrebbe perfino ritenere che, l'assetto esistente, tutto sommato, rappresenti un compromesso di comodo, anche per gli altri operatori commerciali del luogo: non costituisce né un loro vero concorrente, né una guida significativa nella scoperta del prezzo di equilibrio di mercato. Si rileva, al confronto, che invece la SICA-MAF, nel contesto floricolo di oltre frontiera, pare assumere un ruolo ben più significativo, quasi di *leader*, di fatto, per gli attori della filiera produttiva locale¹⁸ ed appare improntato ad una grande dinamicità manageriale con una spiccata tendenza ad adeguarsi sempre più ai sistemi organizzativi e funzionali dei competitors stranieri, così come, alle più recenti innovazioni tecnologiche.

¹⁶ Decaduto a seguito della ben nota recente riforma delle Camere di Commercio.

¹⁷ Esiste, è vero, il "Tavolo Florovivaistico Nazionale" presso il MIPAAF, organo che il Ministero convoca periodicamente a titolo consultivo (anche per la predisposizione del PNF); ma questo raggruppando tutti i diversi comparti del settore florovivaistico presenti in Italia, è molto vasto e articolato e, a nostro avviso, non può sostituire un livello di raccordo (su scala nazionale) più puntuale rispetto al sub comparto strettamente floricolo che qui ci interessa, come invece lo era stato, nei suoi presupposti, l'*Organo di Collegamento Nazionale*.

¹⁸ Cfr. capitoli 5 e 6 di questo volume.

In tal modo la SICA-MAF, come componente di una rete di imprese e istituzioni piuttosto strutturata e riconosciuta dallo Stato francese quale “Sistema produttivo locale”, ne costituisce un elemento fondamentale, traendone e restituendone forza.

Il Mercato dei Fiori di Sanremo, così come l’intera filiera dovrebbero dunque interrogarsi: se vi sia ancora necessità di avere un *grande mercato alla produzione* in quest’area, su quale ruolo questo debba oggi rivestire effettivamente nel contesto di filiera, sia a livello locale che nazionale; quale ruolo gli altri operatori (Produttori, Grossisti, Esportatori, Cooperative e Dettaglianti) debbano/possano svolgere in seno al Mercato dei Fiori; se la sua natura giuridica debba continuare ad essere pubblica e, soprattutto, se sia opportuno che continui ad essere una componente interna di una Società partecipata del Comune di Sanremo.

Il progetto Flore 3.0 ha posto le premesse anche per la creazione di un asse collaborativo tra i due Mercati transfrontalieri, ma, è palese che, senza i dovuti cambiamenti di cui sopra, saranno la filiera e la struttura mercatale meglio organizzate ad avvantaggiarsene.

11.7 Le Organizzazioni Cooperative

Dopo il fallimento dell’Unione delle cooperative (*UCFlor*) nella gestione del Mercato dei Fiori di Sanremo, queste Organizzazioni, sembrano ciascuna avere un ruolo a sé stante e, inaspettatamente, dai colloqui intercorsi, sono apparse non percepire un reale bisogno di cambiamento: si sentono come fossero al riparo da tutto in una nicchia protetta derivante dal loro status di cooperative e, forse, anche dal fatto di essere al tempo stesso produttori, commercianti, dettaglianti. Sono, in parte dentro il Mercato (MFS) ma soprattutto esterni ad esso.

Date queste premesse, appaiono pertanto quelle meno propense ad introdurre cambiamenti nella struttura ed organizzazione sia dell’intera filiera, sia del Mercato dei Fiori. Eppure, forse sarebbe opportuno ripensare agli effetti di un differente ruolo che queste Organizzazioni potrebbero giocare in una filiera ben organizzata e, molteplici, potrebbero essere le opzioni: come ad esempio ritornare ad un’unica grande struttura cooperativa che intervenga anche nella gestione del Mercato; oppure muovere verso i modelli delle OP e AOP; o altrimenti pensare ad una Società mista produttivo- commerciale che includa AOP e Commercianti per la gestione del Mercato, con il fine principale di *attuare una concentrazione dell’offerta più ampia possibile* adeguata a rafforzarne la competitività sui mercati internazionali.

11.8 I Commercianti Esportatori

Questa componente raggruppa imprenditori di varie dimensioni, ciascuno con propri canali di approvvigionamento (spesso con un proprio nucleo di produttori fidelizzati, in alcuni casi produttori essi stessi) e propri canali di esportazione o mediatori esteri. Abbiamo chiesto loro se non avvertissero l’esigenza di sviluppare forme di partenariato nella filiera, sia con accordi tra commercianti, sia tra produttori e commercianti, e/o altre forme di integrazione, più o meno stringenti, ad esempio sotto forma di “*reti impresa*” allo scopo di essere più forti rispetto ai competitors esteri. La sensazione è che, pur consapevole della disgregazione della filiera, questa componente abbia, al fondo, un atteggiamento misto di scetticismo, impotenza e rassegnazione allo status quo, ritenendo estremamente difficile cambiarne l’attuale assetto.

Malgrado una certa diversità di accenti, a parere di chi scrive, è forse, proprio dalla componente commerciale che, data la sua maggiore dinamicità, apertura e competenze, ma anche la sua maggiore

esposizione ai rischi derivanti dall'evoluzione dei mercati, potrebbe prendere avvio un processo di rinnovamento, di aggregazione tra imprese e di riorganizzazione della filiera.

Abbiamo, inoltre, riscontrato quanto questi imprenditori fossero vivamente interessati a ricevere un flusso di informazioni e dati aggiornati su andamenti tendenze e prospettive con riferimento sia alla produzione che ai mercati, cosa di cui attualmente sentono enormemente la mancanza; ciò li pone in condizione di ancora maggiore debolezza rispetto ai loro competitors stranieri.

E' questo un tema da non sottovalutare; per un certo periodo, in anni oramai lontani, veniva predisposta con cadenza annuale una pubblicazione di semplice e rapida consultazione che permetteva al settore di fare il punto sull'anno appena trascorso rispetto alla produzione e all'andamento delle esportazioni, fornendo anche indicazioni per l'anno seguente. Oggi, indubbiamente, vi è necessità di un flusso informativo molto più rapido e vi sono gli strumenti tecnologici per rendere velocemente disponibili per gli imprenditori tutta una serie di informazioni, sui cambiamenti e le tendenze di breve, medio e lungo periodo.¹⁹

Il settore abbisogna di analisi, puntuali e tempestive che permettano di orientarsi rapidamente, specialmente gli operatori commerciali, dato che sono quelli che trasmettono le indicazioni produttive alla rete dei produttori di riferimento. In tale contesto un errore previsionale si riflette inevitabilmente sul comparto produttivo che costituisce l'anello più fragile della filiera. Lasciare dunque il nostro sistema commerciale e produttivo, privo di un adeguato sistema informativo, significa esporre ancor più a rischio tutta l'area produttiva di riferimento e l'intera catena di valore della nostra filiera. Ciò è ancor più assurdo se si pensa che esistono sul territorio centri di servizio e strutture di ricerca che ben potrebbero fornire tutto il supporto necessario per realizzare tale sistema informativo .

11.9 Rafforzare la funzione di affiancamento del sistema dei servizi nello sviluppo della filiera e il ruolo della governance

La filiera florovivaistica, come già detto sopra, per riuscire a riorganizzarsi e, finalmente, a strutturarsi in funzione di obiettivi strategici che le permettano di diventare più competitiva sui mercati, ha necessità di essere adeguatamente supportata dalla governance attraverso un efficace sistema dei servizi. Come si può desumere dall'indagine effettuata sulle funzioni e attività svolte dai diversi organismi che compongono l'apparato dei servizi²⁰, il Distretto Floricolo del Ponente Ligure può contare su una concentrazione di Enti ed organismi sul territorio che non ha eguali per qualità, requisiti e pluralità. Basti solo pensare che, fin dal lontano 1929 il Ministero dell'Agricoltura aveva collocato in Sanremo l'Istituto Sperimentale per la Floricoltura con lo status di ente a carattere nazionale a testimoniare, sia l'importanza della floricoltura ligure su scala nazionale, sia la necessità di supportarla adeguatamente sul piano tecnico scientifico; tale Ente, poi confluito nel CREA (unico grande ente di ricerca sorto dalla riunificazione di tutti gli altri enti sperimentali vigilati dal suddetto Ministero), ha, quindi, da sempre operato nel campo della ricerca, sperimentazione e innovazione in ambito floricolo. Nel 1976 la Regione Liguria ha poi istituito l'Istituto Regionale per la Floricoltura (IRF), a sua volta, con la prerogativa di operare nella ricerca e sperimentazione a servizio della floricoltura ligure. Si annovera poi tra gli enti di massima importanza il CeRSAA istituito dalla Camera di Commercio, che è un punto di riferimento come centro di servizi e di supporto tecnico imprescindibile per le imprese dell'intero settore ortofloricolo.

¹⁹ L'attuale e pur utilissimo bollettino del CSF *Flornews* non può bastare allo scopo: si tratta di un'esigenza ben più ampia ; occorre, soprattutto pensare ad un organico sistema informativo che possa raccogliere ed elaborare sia dati forniti dai vari settori della filiera, oltre che da altre fonti nazionali e d internazionali, al fine di elaborarli ed estrarne le sintesi e informative di cui necessita il settore.

²⁰ Per maggiori dettagli si rinvia alla consultazione del sito del progetto al link: <https://flore03.wordpress.com/>.

Basterebbe scorrere l'elenco delle competenze e prerogative solo di questi tre enti messi assieme, per cogliere l'estensione e la molteplicità degli ambiti in cui, questi stessi Centri, possono fornire al settore tutto il supporto di cui abbisogna, in maniera più che esaustiva ed a livelli di eccellenza. A corredo, vi sono poi anche tutte le alte categorie di organismi, analoghe a quelle presenti nelle altre realtà ortofloricole (come le Organizzazioni Professionali, ecc.) su cui per brevità non ci soffermiamo. Completano il quadro il Centro Servizi per la Floricoltura (CSF), con sede in Valle Armea a fianco del Mercato dei Fiori, e il ben noto Distretto Florovivaistico del Ponente Ligure. Se, di questi due organismi da ultimo citati, si vanno a leggere, nei relativi atti costitutivi, le motivazioni a base della loro istituzione, da parte della Regione, non si può non cogliere, anche in questo caso, una visione all'epoca lungimirante e strategica per lo sviluppo del settore, in cui davvero nulla sembra essere mancato per affiancare, sostenere e orientare il settore florovivaistico del Ponente ligure nella competizione nazionale ed internazionale.

Eppure, qualcosa è mancato. Per diverse ragioni, che restano ulteriormente da approfondire, possiamo dire che il complesso del sistema dei servizi non ha potuto esercitare tutta la "potenza di fuoco", di cui era ed è capace, a supporto del settore.

Uno dei motivi è riconducibile, ancora una volta, alla non adeguata strutturazione dell'intera filiera florovivaistica e, di conseguenza, alla sua incapacità di esprimere in modo organico, come utenza, tutta la domanda che emerge dai suoi bisogni, articolandola in funzione di azioni, obiettivi e strategie. Spesso le reali esigenze del settore restano, in gran parte, implicite in quanto l'utenza stessa in molti casi non sembra avere veramente contezza dell'ampia gamma e tipologia di servizi potenzialmente fruibili; né pare esistere, in seno alla filiera, un adeguato momento di riflessione congiunta che porti ad esprimere in modo coordinato e programmatico tale fabbisogno.

Dal lato degli Enti, di supporto la molteplicità di soggetti, funzioni e attività, pur essendo una ricchezza, ha finito con il rappresentare, per alcuni aspetti, quasi un fattore di criticità non risultando sufficientemente percepibile la complementarità tra i ruoli e le molteplici funzioni, talora quasi generando paradossalmente, sensazione di confusione, anziché di ricchezza, nei potenziali fruitori. Nella realtà, il grado di complementarità e di coordinamento tra gli Enti di servizio più importanti, è ben più ampia di quanto non appaia; ma ciò è avvenuto soprattutto grazie all'iniziativa alla volontà di collaborare delle persone (responsabili e addetti) e non perché ciò fosse stato funzionalmente e strutturalmente previsto a livello di organizzazione di sistema. Questo fa la differenza nell'efficacia del supporto che può essere erogato. Prevedere a livello di filiera un rapporto con l'apparato dei servizi, che sia funzionalmente strutturato, dove la concertazione sia prassi sistematica e preordinata, dove siano privilegiate la complementarità e le competenze rispetto ai servizi offerti, permetterebbe ben altra efficacia nell'erogazione dei servizi, specie quando si può avere il supporto di rilevanti enti tecnici e di ricerca.

L'esigenza di un maggiore coordinamento tra la domanda e l'offerta di servizi, è un tema che non è stato messo a fuoco a livello di filiera e, fondamentale, sarà il ruolo della Governance; spetta a quest'ultima assumere l'iniziativa per creare le condizioni operative e regolamentari perché ciò avvenga.

La governance regionale, per prima, potrebbe e dovrebbe avvalersi del supporto esprimibile da una tale dotazione di servizi in modo ben più organico e puntuale di quanto fatto in passato, istituendo momenti di loro regolare consultazione ad hoc: per esempio, a cominciare dalle fasi preparatorie della programmazione di settore, alla fase di implementazione fino alla acquisizione dei feed back dei risultati conseguiti.

La governance, utilizzando le proprie prerogative di orientamento, potrebbe incentivare il sistema dei servizi ad integrarsi maggiormente e ad operare in modo sempre più complementare, in funzione delle precise competenze di ciascuno, evitando duplicazioni e/o forme di competizione interna.

Bisognerebbe poi incoraggiare la istituzione di momenti concertativi specifici in seno al Distretto - che rappresenta il luogo più adeguato per cogliere ed esprimere le esigenze della filiera - a carattere sistematico e continuativo, superando le modalità “una tantum”.

Il modo in cui saranno attivati opportuni programmi regionali e risorse, potrà, inoltre, cambiare le cose *puntando sul sistema dei servizi per spronare la filiera a strutturarsi*: vi è un grande bisogno a questo scopo di informare, formare e guidare le imprese verso forme di aggregazione, di imprenditorialità e di innovazione, anche qui evitando attività di formazione a spot, e ricorrendo ad adeguate modalità di affiancamento continuato, esercitate dai partner con le competenze adeguate, sulla base di programmi ed obiettivi chiari.

11.10 La consapevolezza delle minacce e le opportunità da cogliere

A parere di chi scrive, dunque, le componenti della filiera dovrebbero rivedere il proprio ruolo ed assetto alla luce delle sfide già in essere e di quelle che si vanno profilando per i prossimi 5-10 anni.

11.10.1 Verso il 2025-2030

Le prospettive a medio lungo periodo, saranno caratterizzate da alcune tendenze già evidenti: È e sarà sempre più il consumatore a guidare il mercato;

la domanda di prodotti florovivaistici è destinata a crescere, a livello mondiale, nella misura in cui si andrà allargando la fascia di popolazione target, potenziale consumatrice di prodotti florovivaistici (ovvero di prodotti voluttuari), posto che il settore ne sappia intercettare i gusti e le preferenze; preferenze che, nel medio lungo periodo, appaiono caratterizzate sempre più da una serie di requisiti, a cui il settore produttivo e commerciale dovrà adeguarsi, garantendo produzioni di qualità e certificate, ambientalmente sostenibili e socialmente accettabili, a prezzi concorrenziali;

crece l'acquisto di prodotti floricoli tramite canali non specializzati e specialmente tramite la GD;

Si va sempre più affermando la filiera corta per effetto di diversi fattori combinati;

sta prendendo sempre più campo una tendenza a cercare di limitare gli spostamenti dei prodotti, cosa che comporterà, tra le altre cose, anche radicali trasformazioni nella logistica;

l'evoluzione tecnologica e digitale, incluso tutto quanto è ricompreso sotto la voce “digitale 4.0”, sta introducendo cambiamenti epocali che sconvolgeranno la supply chain management nelle sue varie componenti; è inoltre fondamentale tenere presente come avverranno tali cambiamenti, che non seguiranno più con un andamento graduale, bensì, dopo un lento avvio, le trasformazioni si presenteranno drastiche e imprevedibili, con il rischio per molte imprese di farsi cogliere impreparate.

11.10.2 Iniziare il cambiamento

Al momento, pur con qualche eccezione, la filiera non sembra cogliere l'urgenza e, per essere ancora più chiari, la ineludibilità di avviare un processo riorganizzativo finalizzato a creare le condizioni per fronteggiare i cambiamenti dei mercati. Se gli Operatori della filiera esamineranno il loro attuale modo di funzionare e il loro posizionamento domandandosi se potranno affrontare le future tendenze dei mercati internazionali nelle condizioni in cui oggi si trovano, certamente sapranno trovare dei buoni motivi per voler cambiare l'assetto attuale.

Occorre avere presente che non si tratta soltanto di aggiornare le pur valide classiche strategie di marketing; i cambiamenti che si stanno preparando riguardano l'intera società e, i mercati, rispecchiandoli, ne subiranno dei veri e propri sconvolgimenti. Come quelli derivanti dall'introduzione del digitale 4.0, che, già nel breve periodo, provocherà, come già accennato sopra, *trasformazioni epocali anche nell'ambito della filiera floricola* modificando in maniera drastica e repentina anche il peso delle sue componenti e l'intera catena di creazione del valore. In ciò sono presenti certamente ampi rischi, ma anche *nuove opportunità* per la nostra floricoltura. In tutti i casi, saranno gli aspetti *organizzativi* a fare la differenza. Altrettanto cruciale sarà il *fattore tempo*, per affrontare le sfide che si profilano all'orizzonte, bisognerà agire subito e fare presto: non è più tempo di cambiamenti gradualisti, bensì di trasformazioni radicali e repentine.



12 Considerazioni conclusive

Gloria Manaratti

Regione Liguria

Uno dei più rilevanti risultati del Progetto Flore3.0 è stato quello di riunire intorno ad un tavolo, per un confronto franco e concreto, tutti gli attori della filiera del florovivaismo ligure, superando anche le fisiologiche differenze legate alla tipologia di produzione (reciso e vaso), alle differenze di mercato, modalità di formazione dei prezzi, stagionalità, logistica, organizzazione della filiera.

Il tema comune è la crisi che il settore sta attraversando e la mancanza di prospettive solide, sostenute da un progetto di sviluppo di medio e lungo termine che traguardi un posizionamento nuovo e vincente del prodotto ligure e tenga conto delle potenzialità della filiera e delle opportunità e delle minacce connesse con il mercato globale.

I diversi interventi che si sono susseguiti durante le giornate di confronto hanno evidenziato come l'estrema differenziazione del settore non consenta l'adozione di "ricette" univoche per affrontare la crisi.

Altrettanto evidente è risultata la necessità di intervenire "sul metodo", intraprendendo azioni comuni a tutto il comparto:

adottare strumenti di analisi del contesto comuni e validati;

individuare le modalità più opportune per fornire un supporto, in collaborazione con il sistema scolastico, ai giovani che intendono avviare una attività in agricoltura, fornendo loro una adeguata preparazione sia tecnica, che sugli aspetti imprenditoriali (marketing, commercializzazione, confezionamento), anche attraverso forme di apprendimento "sul campo", tra cui il cosiddetto "tutoraggio lungo" esercitato in aziende di produzione/cooperative/ imprese commerciali.

promuovere le aggregazioni di produttori (anche attraverso una formazione professionale dedicata) per aumentarne il potere contrattuale, garantire una maggiore disponibilità di prodotto e conseguentemente ampliare la rosa dei possibili acquirenti;

promuovere le iniziative di filiera corta e di sostenibilità ambientale del prodotto, sempre più apprezzate dal mercato, soprattutto estero. Anche in questo caso, la formazione gioca un ruolo particolarmente rilevante nell'orientare il cambio di marcia del settore.

promuovere la formazione professionalizzante, puntando sui temi della filiera corta, della sostenibilità economica e ambientale del prodotto e delle nuove tecniche di commercializzazione e promozione del prodotto legate al web.

attivare una riflessione critica sul PSR che si sta chiudendo, per individuare le possibili soluzioni per massimizzare la performance della prossima programmazione, in particolare in relazione al comparto ortofloricolo.

A tal fine è necessario riattivare al più presto le funzioni aggregatrici del Distretto Florovivaistico, per rafforzare il suo ruolo di referente della filiera nei confronti della Regione, in quanto portatore degli interessi, delle esigenze e delle prospettive del comparto.

Il territorio deve tornare a riconoscere nel Distretto il luogo del confronto operativo/propositivo e della mediazione degli interessi e, nel Piano Triennale di Distretto, l'occasione di sintetizzare ed esplicitare le esigenze, le azioni ed il percorso da compiere per realizzarle, i ruoli e le responsabilità degli attori pubblici e privati.

Egalmente, bisogna agire per ripristinare il ruolo di riferimento tecnico/scientifico dell'IRF, rinnovandolo, ove necessario, per rispondere ai mutati equilibri di filiera ed ai cambiamenti del mercato.





La cooperation au coeur de la Méditerranée.



Questa pubblicazione presenta sinteticamente alcuni risultati di carattere economico-strutturale emersi dal Progetto Interreg Marittimo FLORE 3.0, in gran parte discussi dialetticamente in un confronto aperto con le varie componenti del settore florovivaistico, in occasione del workshop “Floricoltura: Produzione, Mercati e Sistema dei servizi di fronte alle nuove sfide” tenuto il 26 giugno e 17 luglio 2019 a Sanremo a conclusione del progetto.

Sono qui enucleati e affrontati i nodi principali per poter fronteggiare i cambiamenti che andranno ad impattare sulla competitività dell'intero comparto nei prossimi anni, con particolare riferimento a tre componenti essenziali: i mercati, l'assetto produttivo e i servizi di supporto evidenziando il ruolo che questi ultimi devono rivestire per poter sostenere il potenziamento di questo importante settore.

L'identificazione ed il tipo di relazioni tra le diverse componenti del sistema florovivaistico dell'area mediterranea transfrontaliera assume un rilievo centrale nel processo decisionale delle imprese di produzione e commercializzazione; ma è necessario che questo processo sia governato e mirato verso obiettivi comuni e partecipati.

A valle della produzione, il settore della commercializzazione riveste un ruolo cruciale ai fini della sopravvivenza delle aziende di produzione, ma esso stesso appare fragile rispetto ai livelli di competizione nell'attuale contesto globalizzato: è l'odierno assetto produttivo, commerciale e del sistema dei servizi adeguato a reggere alle sfide del prossimo decennio? Che cosa è necessario, possibile ed accettabile cambiare, da subito, per non ritrovarsi schiacciati dall'evoluzione dei mercati?

Sul tappeto vi sono più domande che risposte e scopo di questo lavoro è di fornire, anche attraverso alcuni esiti e dati presentati, spunti per una riflessione comune sulle problematiche aperte al fine di far emergere indicazioni e suggestioni utili a delineare obiettivi e azioni future per un percorso condiviso da intraprendere per il rilancio del settore.

