

ATTUALITÀ

MYPLANT & GARDEN sbarca a FIERAMILANO

Al via la nuova manifestazione B2B voluta dalle aziende del settore florovivaistico. Nel 2015, anno di Expo, Milano accoglie l'eccellenza del florovivaismo

di **Federico Spadafora**

Mylplant sta incassando la valutazione positiva dei protagonisti del mercato. Pur in un contesto generale difficile. Aziende, distretti, associazioni e consorzi guardano a questa manifestazione con interesse, così come le realtà impegnate nell'organizzazione di incontri formativi professionali di settore. La fiera professionale, ricevuto anche il patrocinio di Expo 2015, annovera tra i primi partner Aiapp Lombardia (architettura del paesaggio), Anve (vivaisti esportatori), Apgi (parchi e giardini), Assoflora (produttori abruzzesi), Associazione Milazzo Flora (Sicilia), Florbusiness (Puglia) e Made4Diy (diy e garden). «Ma abbiamo aperti anche ulteriori canali di dialogo e confronto - fanno sapere gli organizzatori - con altre realtà territoriali, associative e istituzionali. L'intento è offrire opportunità di business e contatti da sviluppare, un confronto con partner di alto livello, servizi convenzionati, una migliore rappresentatività e maggiore forza nel proporre politiche di settore. L'interesse verso questa manifestazione cresce, co-



si come la sua credibilità». A crederci, primi tra tutti, i membri del Consorzio Myplant, consorzio che, recentemente, proprio in virtù dei principi di trasparenza, dialogo e partecipazione, ha accolto tra le proprie fila nuove realtà del settore.

Il mercato

Le statistiche di Ismea e Istat: raccontano di una produzione italiana di fiori e piante in vaso che si è assestata, nel 2013, a un controvalore di 1.224 milioni di euro, mentre quella del vivaismo ha raggiunto i 1.265 milioni di Euro. Sia per i fiori e le piante in vaso, sia per il vivaismo, secondo l'Istat la quota di mercato rispetto alla produzione agricola totale italiana è attorno al 2,5%.

Il valore dell'import (quasi il 4% dell'import agricolo italiano) è sceso a 483 milioni (75% piante da interno, 25% piante da esterno), mentre l'export, pur in

frenata, a fine 2013 valeva 670 milioni (oltre il 10% del totale agricolo nostrano esportato).

import ed export

L'import è stato di 28.419 tonnellate di fiori recisi freschi (l'export di 20.254 t.), soprattutto, nell'ordine, da Paesi Bassi, Thailandia, Ecuador e Francia, e di 5.899 t. di foglie e fronde (15.276 t. l'export), principalmente da Paesi Bassi, Francia, Germania e Spagna. Negli scambi con l'estero, il saldo è positivo. «La nostra produzione è sempre sul podio nelle richieste dei Paesi Ue che importano di più: secondo fornitore di Germania, Francia, Belgio e Olanda, terzo in Gran Bretagna e Austria (secondo fonti Gta). Dando uno sguardo più generale, le esportazioni florovivaistiche Ue verso Paesi extra-UE sono dirette (per valore) in Svizzera, Russia, Norvegia, Turchia, Usa, Ucraina, Giappone e Azerbaijan».

Quasi il 70% dell'export italiano riguarda le piante da esterno, mentre il 32% quelle da interno. entrare in contatto con i partner». «Più complessa la map-

patura del fronte distributivo interno, che risale, come fonti ufficiali, al censimento dell'industria (2011), secondo le fonti Ismea, Mipaaf, Cra e Istat: oltre 16.600 negozi di fiori e piante (27.500 addetti), 21mila strutture al dettaglio (35mila addetti) e 2.300 strutture all'ingrosso (7.300 addetti). Le piante in vaso per il 65% sono destinate al consumo domestico attraverso i negozi (38%), i garden center (31%), gli iper/super (12%), i chioschi (6%) e altri canali, mentre la parte residua è suddivisa tra terziario e pubblico».

La spesa complessiva delle famiglie è stata, nel 2012, di ca 2,3 miliardi di Euro (1,4 miliardi per i fiori, oltre 940 milioni per arbusti, alberi e piante). L'acquisto privato di piante, alberi e arbusti si concentra soprattutto nel Centro Nord (60% circa), mentre la vendita del reciso ha prevalso nel Centro Sud (57%). La spesa media per acquirente è stata di 80 euro per fiori e piante, 60 Euro per i recisi e quasi 50 per alberi, arbusti e piante.

«Per cercare di dare nuovo impulso alle vendite, in fiera ci saranno molte novità: anteprime delle nuove collezioni, innovazioni di strumenti e macchinari, le ultime proposte di ibridazione, l'offerta di contenitori, servizi logistici, partner gestionali, vetrine dai distretti, servizi per i produttori. Tante novità, davvero, a testimonianza del valore e della passione di aziende, imprenditori e lavoratori della filiera». ■

Per informazioni: <http://myplantgarden.com/it>