Ripartire dal lavoro di squadra

Il 2023 non è stato uno tra gli anni migliori per il mercato della floricoltura. Tra cambiamenti climatici, costi di produzione elevati e vendite scarse, bisogna fare in modo che nel 2024 tutta la filiera sia unita e pronta a creare davvero una cultura del verde

colloquio con **Marco Carmazzi** di **Benedetta Minoliti**

Nell'ultimo numero del 2023 di Agriflortec abbiamo deciso di fare il punto non solo sulle innovazioni, guardando al futuro, ma anche sul presente. **In particolare, focalizzandoci su com'è andato il mercato quest'anno. Per farlo abbiamo coinvolto Marco Carmazzi, titolare di Floricoltura Carmazzi e membro della Sezione Specialistica Floricoltori Assofloro**. «Confrontandoci con gli altri colleghi, da Nord a Sud, anche grazie alla Sezione Specialistica Assofloro, quello che è emerso è che il mercato è stato molto fiacco» ha spiegato Carmazzi durante la nostra intervista. «I dati, comunque, sono sempre parziali. Questo è un problema, da sempre, perché il nostro settore non ha a disposizione una banca dati. In generale, c'è stata una minor vendita di qualsiasi varietà autunnale, dai ciclamini alle viole, per fare degli esempi». Si è provato, a più riprese nel tempo, di cercare di trovare delle possibili cause della diminuzione delle vendite, ma trovarle, come sottolineato da Carmazzi, non è poi così facile.

> «Il 2023 è stato l'anno peggiore degli ultimi 20 anni»

LE POSSIBILI CAUSE

«Trovare le cause non è semplice. Sicuramente il clima ha influito. In termini di prezzi, invece, le voci sono discordanti. Quello che si può dire, però, è che **il 2023 è stato l'anno peggiore degli ultimi 20 anni.** Questo perché se qualche

prezzo è stato ritoccato, comunque non siamo riusciti a coprire i costi, ed è un aspetto che ci portiamo ancora dietro dal 2022». La crisi legata alla pandemia, le guerre e i conseguenti aumenti dei prezzi, dall'energia ai trasporti, fino alla manodopera, hanno sicuramente influito pesantemente sul settore, che ancora oggi ne risente. «**Non si è mai tornati alla marginalità pre-Covid**» che già da oltre un decennio non era "dignitosa" di un settore produttivo, ha spiegato il titolare di Floricoltura Carmazzi, che tornando sul discorso climatico ha aggiunto: «**I cambiamenti climatici hanno contribuito all'aumento dei costi. Se c'è caldo certo, si spende a livello energetico, ma si spende per togliere l'umidità dalla serre. Inoltre, aumentano gli insetti dannosi, che ci costringono a servirci più volte della lotta integrata, lanciando a più riprese gli insetti antagonisti**». E ha continuato: «In questo periodo, a fronte di una stagione anomala a livello climatico, a mio parere c'è stato un abbassamento dei prezzi/svendite che ha portato a fare promozioni, che però non rendono come dovrebbero, perché spesso rimane ugualmente tanto invenduto. Nel nostro Paese non abbiamo un sistema, come ad esempio quello delle aste, che ci permette di gestire meglio il prodotto. In Italia è difficile riadattarsi e, quando si vivono momenti dove c'è un effetto a ribasso, si creano solo circuiti viziosi invece che virtuosi».

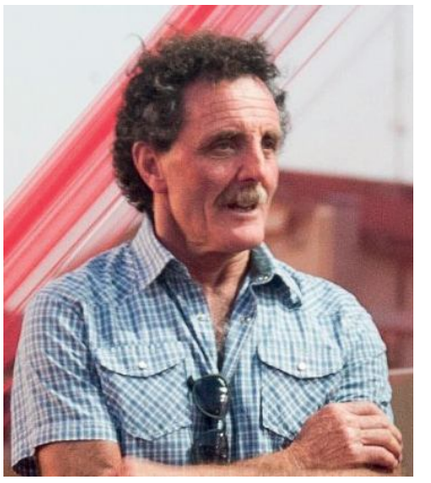
LE ASPETTATIVE PER IL 2024

«**Noi come Assofloro siamo impegnati a tutto tondo nel darci da fare per proporre iniziative che possano contribuire a invertire la tendenza di mercato**» ha spiegato Carmazzi, riflettendo su quali sono i possibili scenari per il nuovo anno che sta per arrivare. «Ovviamente il mercato non lo facciamo solo noi, ma non abbiamo dubbi sul fatto che serva adottare una strategia, grande o piccola che sia, che possa aiutare l'intera filiera a riprendersi». È importante creare una cultura del verde che sia a 360 gradi e che tocchi davvero tutti. «**Lavorando tutti insieme dobbiamo cercare di raccontare la cultura del verde, perché è provato scientificamente che le piante e fiori contribuiscano al benessere e alla salute delle persone**» ha spiegato Carmazzi. E ha aggiunto: «Dobbiamo ripartire da qui, facendo anche educazione nelle scuole e invitando il pubblico ad investire in questo settore». E a proposito di investimenti, Carmazzi ha sottolineato quanto sia importante, soprattutto in questo momento, una sempre più corretta gestione aziendale: «Bisogna davvero investire su una buona gestione aziendale dal punto di vista di una cultura d'impresa che contribuisca al settore in modo virtuoso. Guardiamo alla marginalità della vendita dei prodotti, che si assottiglia sempre di più, arrivando quasi allo zero. Non può essere così, ed è qualcosa che non riguarda solo noi, ma tutto il settore agricolo. Ed è impensabile, visto che stiamo parlando di un settore indispensabile, ma che di fatto si rivela essere anche il più vulnerabile».

> «Noi come Assofloro siamo impegnati a tutto tondo nel darci da fare per proporre iniziative che possano contribuire a invertire la tendenza di mercato»

FOCUS MERCATI: I DATI NELLA FOTOGRAFIA DEL COMPARTO ORTO-FLOROVIVAISTICO DI MYPLANT&GARDEN

Nel 2022, secondo i dati Istat, il valore della produzione del verde "made in Italy" ha superato i 3,1 miliardi di euro, segnando così il dato più alto della serie storica dell'ultimo decennio. Il nostro Paese è la seconda potenza esportatrice europea del prodotto orto-florovivaistico con oltre 1,2 miliardi di euro (nuovo record nella serie storica). L'andamento positivo dell'export garantisce il saldo positivo bilancia commerciale. I 27 Paesi dell'UE sono il principale mercato di sbocco dei prodotti italiani (ca. 80%). Le principali realtà produttive italiane sono concentrate soprattutto in 4 regioni: Liguria, Toscana, Lombardia e Sicilia. L'Italia ha ampi margini di sviluppo in un "mercato interno non ancora maturo". Secondo i dati Istat (2021) la spesa per fiori, piante e prodotti relativi in Italia si è fermata a 39 euro/persona. "Confortanti segnali lieve crescita del comparto italiano in un quadro di incertezze che preme su imprese e consumatori in Europa e nel mondo" hanno commentato gli organizzatori di Myplant&Garden. "Conflitti, inflazione, caro energia, difficile accesso al credito, balzi meteorologici sono le preoccupazioni principali. Bene produzione ed export Italia nonostante aumento importazioni. Mercato domestico immaturo con ampi margini di miglioramento".



Marco Carmazzi, titolare di Floricoltura Carmazzi e membro della Sezione Specialistica Floricoltori Assofloro