

Tendenza. Florovivaismo in crescita in Italia

Maurizio Carucci venerdì 15 settembre 2023



L'Istat rileva un valore di produzione di 3,1 miliardi di euro di cui 1,5 miliardi di euro per fiori e piante in vaso e quasi 1,7 miliardi per i vivai nel 2022. Oltre 27mila imprese e 100mila addetti



Parco **Flormart** - Archivio

COMMENTA E CONDIVIDI



Il florovivaismo italiano è in crescita. L'Istat rileva per il 2022 un valore di produzione di **3,1 miliardi di euro di cui 1,5 miliardi di euro per fiori e piante in vaso e quasi 1,7 miliardi per i vivai**. Nel settore operano **oltre 27mila imprese con circa 100mila addetti**. Tra le regioni con maggior volume e valore produttivo per quel che riguarda la **coltivazione di fiori in piena aria** si conferma nel podio la **Liguria**, seguita da **Sicilia e Campania**. Per le attività vivaistiche ornamentali arbustive e forestali invece al primo posto si trova la **Toscana** seguita da **Lombardia e Sicilia**. **Il florovivaismo ora ha anche la sua legge quadro nazionale**. L'obiettivo è di disciplinare in modo organico un settore in continua espansione, attualmente regolamentato da numerose diverse norme regionali, nazionali ed europee. Tra le novità, il disegno di legge prevede la nascita del Coordinamento permanente di indirizzo e orientamento per il florovivaismo e la green economy, oltre alla realizzazione di un marchio unico distintivo del florovivaismo Made in Italy. Previsto anche un Tavolo tecnico del settore florovivaistico con compiti di coordinamento della filiera, di sviluppo dell'internazionalizzazione, di monitoraggio dei dati economici e di studio, insieme a un Osservatorio per i dati statistici ed economici del settore florovivaistico e un Osservatorio del vivaismo ornamentale, frutticolo e del verde urbano e forestale. La legge quadro prevede anche la **definizione delle figure professionali** che operano nel comparto florovivaistico. Un ambito non trascurabile, basti pensare che le offerte di lavoro per **professioni in ambito di sostenibilità sono cresciute del 15,2%**, in un periodo, **da febbraio 2022 a febbraio 2023**, in cui diminuivano le assunzioni a livello globale. La conferma che il settore "verde" continua a crescere, imponendosi nel mercato come comparto sempre più forte e competitivo, viene da una recente analisi condotta da **LinkedIn Economic Graph**.

Transizione ecologica e competenze

Sono cinque **le competenze aziendali legate alla transizione ecologica** che hanno fatto registrare i tassi di crescita più alti **a livello europeo**: pianificazione delle azioni per il clima, educazione alla sostenibilità, emissioni di CO2, contabilità del carbonio e sostenibilità aziendale. Il rapporto mette in luce anche un altro aspetto: la **domanda di green skill** nella forza lavoro internazionale è aumentata del 22,4% contro un aumento dell'offerta pari al 12%. È naturale che nel prossimo futuro, per colmare il gap, ci sarà bisogno di professioni di settore sempre più specifiche. Si assisterà, da un lato a uno **spostamento verso le professioni "verdi"** legate alla transizione ecologica, dall'altro a una **trasformazione dei lavori esistenti** che diventeranno **sempre più sostenibili** per continuare a essere competitivi nel proprio settore.

A Padova la 72esima edizione di **Flormart**

The Green Italy, il salone internazionale dedicato al verde, al florovivaismo e all'architettura del paesaggio, è pronto a dare il via alla 72a edizione, dal 20 al 22 settembre in Fiera a Padova. Sono circa 200 gli espositori presenti provenienti dai distretti produttivi italiani: dalla Liguria alla Toscana, dal Veneto all'Emilia Romagna, passando per Lombardia, Lazio, Puglia, Sicilia e Abruzzo. Anche l'estero è ben rappresentato, Europa in primis con Francia, Belgio, Spagna, Grecia e altri espositori internazionali. Sono una ventina i nuovi ingressi, realtà appartenenti al comparto del vivaismo, delle strumentazioni tecniche e dell'architettura del paesaggio. A conferma dell'attualità di The Green Italy, che riunisce tutto l'universo *green* in una vetrina internazionale del verde *made in Italy*. E proprio per promuovere il comparto italiano sui mercati internazionali, **Fiere di Parma** ha messo in campo due programmi di incoming: **Flormart Buyers Program**, in collaborazione con Ice Agenzia, e **Flormart Experience**, per la grande distribuzione e garden retail nazionali. Due percorsi che insieme hanno già richiamato l'adesione di oltre 150 operatori

internazionali. **Flormart** - The Green Italy è una fiera che si rivolge agli operatori del settore florovivaistico, **dai produttori e coltivatori** all'ultimo anello dei garden center, attraversando in maniera dinamica e completa tutta la filiera del verde. Sempre più rilevanti, per esempio, le figure di **progettisti, paesaggisti e architetti del verde**, ma anche istituzioni, amministrazioni pubbliche, responsabili della pianificazione urbana. Oltre a questi nuovi visitatori di **Flormart** - The Green Italy, previsti anche la Gdo e i discount: partiti qualche anno fa con un angolo dedicato al fai da te, oggi entrambi i format distributivi dedicano sempre più spazio in area vendita a floricoltura, arredo e home gardening. L'obiettivo dichiarato di **Flormart** - The Green Italy è quello di creare e valorizzare le sinergie tra aziende produttrici e retailer, in arrivo tanto dall'Italia quanto dall'estero. Alla base della mission di **Fiere di Parma**, che per il secondo anno organizza la fiera, c'è infatti la promozione del made in Italy sui mercati internazionali. «Il florovivaismo è un settore importante nell'economia italiana - conclude **Roberto Luongo**, direttore generale di Agenzia Ice - e di grande rilievo per il nostro export. Ice conferma il sostegno alle imprese italiane della filiera e, in collaborazione con **Fiere di Parma** e Fiera di Padova, supporta l'internazionalizzazione di **Flormart** - The Green Italy, vetrina di eccellenza per il settore. 170 top buyer, provenienti da tutte le aree del mondo, costituiscono la delegazione internazionale dell'Ice all'edizione 2023 della manifestazione, cui si accompagna la realizzazione di una campagna di promozione nei principali paesi focus».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

COMMENTA E CONDIVIDI

[ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER DI AVVENIRE: IL MEGLIO DELLA SETTIMANA](#)

ARGOMENTI:

Lavoro

Economia

pubblicità



LAVORO