

IL DISTRETTO RURALE VIVAISTICO ORNAMENTALE

Nel corso dei lavori della *1° Conferenza regionale per il florovivaismo* (Pistola, 2003), la Regione Toscana auspicò la costituzione di un **Distretto vivaistico** come espressione di autocandidatura del territorio, attraverso la condivisione dell'idea guida che la filiera piante potrà affrontare meglio le sfide della competitività, se saprà sfruttare appieno lo strumento di concertazione delle politiche e delle sinergie, per quel che concerne l'utilizzazione delle risorse economiche disponibili.

Secondo quanto emerso dalla Conferenza suddetta (che il legislatore regionale ha meglio esplicitato nella Legge n. 21 del 5 aprile 2004 sulla disciplina dei distretti rurali), il distretto dovrà costituire il sistema economico territoriale favorevole per stabilire accordi di partenariato fra enti pubblici e soggetti privati, allo scopo di attuare iniziative di programmazione negoziata per sostenere lo sviluppo economico e la valorizzazione delle risorse del territorio. In questa logica il Distretto favorisce l'intersectorialità fra un settore preminentemente agricolo, e tutte le altre attività presenti su un territorio.

Pertanto il consolidamento di un sistema di scambi d'informazioni e d'aiuto reciproco tra diverse organizzazioni, che da anni si sta sviluppando sul territorio oggetto del proponendo Distretto, risulta uno strumento vincente e allo stato attuale anche il più incisivo per contrastare la forte crisi del settore.

Per poter comprendere e valutare al meglio l'importanza della presenza di una piattaforma produttiva caratteristica dei tenitori comunali di Pistoia, Agliana, Montale, Quarrata e Serravalle P.se e giungere ad una diagnosi utile all'elaborazione di un programma di lavoro, che persegua obiettivi di sviluppo socio economico e di valorizzazione delle risorse locali, è necessario, per prima cosa, soffermarsi su alcuni aspetti che qualificano il vivaismo, rendendola diversa da tutti gli altri comparti agricoli, giustificando più che altrove la necessità di consolidare e sviluppare un processo collettivo di partecipazione creatasi e stratificatosi nel tempo.

Innanzitutto preme rilevare come secondo la definizione adottata dall'Associazione Internazionale dei produttori dell'Orticoltura (AIPH), che fa capo all'Istituto di Economia del giardinaggio dell'Università di Hannover, con il termine florovivaismo s'intendono le seguenti attività: produzione fiori da recidere e di fogliame ornamentale, produzione piante in vaso per interni, di piante da balcone, di piante da esterno, bulbicoltura, produzione piante da vivaio, anche frutticole e forestali.

In generale possiamo affermare che il settore produce beni non food, in grado di incontrare e soddisfare anche il senso estetico del consumatore per farlo vivere in un ambiente gradevole, inducendolo a spendere, soprattutto in momenti di ottimismo economico.

E' vero che questo atteggiamento può cambiare a seconda che si tratti di mercato di "ricorrenza", cioè legato ad eventi od avvenimenti istituzionalizzati (nei quali il consumatore si sente quasi obbligato a spendere), piuttosto che del mercato di "impulso", strettamente connesso alla vita privata del consumatore. In sostanza ci troviamo comunque di fronte ad un bene voluttuario, che in momenti di congiuntura economica sfavorevole, come l'attuale, subisce cali di domanda superiori rispetto ad altri prodotti agricoli, risultando molto sensibile alle variazioni di costi di produzione e di prezzi di mercato.

Il consumatore cerca nella pianta il bello, il diverso, la novità e questo richiede una dinamicità maggiore rispetto a tutti gli altri comparti agricoli: una varietà che in orticoltura o in cerealicoltura può rimanere sul mercato per anni, nel vivaismo può perdere l'attenzione nell'arco di poche stagioni produttive. Pertanto gli imprenditori devono

compiere uno sforzo maggiore per essere competitivi e rimanere sul mercato ed hanno bisogno di servizi e strutture efficienti ed efficaci.

Molto spesso, proprio perché si tratta di un bene effimero, il consumatore (soprattutto quello d'impulso), è disposto a pagare di più se vengono soddisfatti i suoi gusti. Questo comportamento ha fatto sì che, in passato, si potessero realizzare ampi margini di guadagno, anche se le forme di commercializzazione prevedevano diversi passaggi intermedi prima che il prodotto arrivasse al consumatore finale. Oggi però non è più possibile, anche se chi compra ha dimostrato di essere disposto a spendere di più per prodotti che garantiscano la propria qualità, la provenienza o il rispetto dell'ambiente e dei diritti sociali.

L'importanza di questo comparto per il territorio scelto come area del costituendo distretto, è diretta conseguenza del fatto che fin dall'inizio del secolo scorso, nella piana di Pistoia, si è affermato un tessuto di piccoli imprenditori, tutti caratterizzati dalla stessa capacità di produrre piante che rispondessero ai gusti del consumatore e allo stesso tempo di adattarsi ai cambiamenti del mercato. Le risposte sono state diverse a seconda dei tempi e della congiuntura, ma comunque sempre valide. In certi casi si è cambiato prodotto e varietà. Altri produttori hanno continuato a produrre ciò che hanno sempre prodotto valorizzandolo, migliorandone la qualità e ritagliandosi nicchie di mercato specifiche. Nel tempo si è formato un tessuto d'impresе caratterizzato da un'ampia gamma di prodotti vivaistici in tutte le stagioni dell'anno e con elevate punte di qualità.

La nascita, lo sviluppo e la diversificazione di questa attività sono dovute sicuramente alle condizioni climatiche favorevoli, alle caratteristiche dei suoli molto fertili e alla disponibilità di terreni che ancora non erano contesi con altre attività, oltre alla posizione geografica favorevole rispetto ai mercati del Nord. Non va però trascurata l'innata capacità imprenditoriale che ha caratterizzato i primi produttori: persone che hanno rischiato in proprio mettendosi in discussione, visto che si trattava di avventurarsi in una coltivazione del tutto nuova, che non veniva praticata da nessuno in quelle aree.

La capacità imprenditoriale, l'esperienza accumulata, la presenza di ambienti di coltivazione protetti (serre), la propensione al rischio, l'attenzione e l'apertura verso il nuovo, caratterizzano tutt'oggi gli imprenditori del distretto e costituiscono un patrimonio da utilizzare e valorizzare.

Purtroppo però la situazione attuale non è delle più rosee. L'apertura di nuovi mercati, lo sviluppo dei rapporti con i paesi dell'estremo oriente e del sud del mondo stanno ridefinendo il mercato vivaistico sia a livello mondiale che locale. Un mercato caratterizzato da concorrenza sempre più aspra fra i paesi e nei paesi, che vede l'aumento della domanda complessiva rapportarsi ad una forte contrazione della domanda interna ai paesi Europei, Italia in particolare, che rimangono pur sempre il maggior mercato per la vendita dei prodotti del Distretto.

Diventa così indispensabile trovare nuovi tratti di competitività e il distretto è sicuramente lo strumento più adatto per lo sviluppo e la ripresa economica dell'area in questione, in quanto esalta i fondamenti della capacità di innovazione e della competitività non solo nelle risorse e nelle abilità delle singole imprese, ma anche in quelle collettive e relazionali.

L'accordo che sta alla base del distretto è volto a consolidare e rafforzare l'aggregazione ed il confronto dei diversi interessi locali, per lo sviluppo economico e la valorizzazione delle risorse del territorio, in sintonia con ambiente e tradizione storica. Con l'adesione formale all'accordo ciascun soggetto coinvolto assume impegno per contribuire all'implementazione della strategia del distretto, definita nel progetto presentato.