



Da sinistra, in senso orario: Marco Cappellini (Anve), Arturo Croci (giornalista), Alberto Manzo (MiPAAF), Roberto Magni (Distretto Altolombardo), Marco Capelli (Florveneto), Andrea Pironi (Distretto Altolombardo), Barbara Pietrolucci (Piante e Fiori d'Italia) e Renzo Bizoli (Fiori Tipici del Lago Maggiore).

Certificatevi tutti

Ha visto la luce in ottobre all'Expo, sotto l'egida del Ministero agricolo e con la benedizione dell'Ismea, una struttura collettiva che consente ai produttori italiani, grandi e piccoli, di piante e fiori di compiere quel salto collettivo di riconoscimento internazionale mancato fino a ieri. Si tratta di "Vivai Fiori", meccanismo che spalanca le porte al documento di riconoscimento della qualità produttiva sul mercato straniero, anzitutto su quello europeo



di **ESTER NUNZIATA**

Lo scorso 19 ottobre, un lunedì di ordinaria follia per gli ultimi giorni di Expo (5 milioni di visitatori nel solo mese di chiusura), nella calma della lounge del MiPAAF, situata al termine del cardo e con il suggestivo affaccio sull'ingresso Merlata, è stata ufficialmente presentata l'Associazione di tutela del nuovo marchio "Vivai Fiori".

Di questa iniziativa (più volte annunciata e rinviata) abbiamo già dato notizia sul nostro giornale. È frutto di

un progetto finanziato dal Ministero e sviluppato dall'Ismea, per promuovere la produzione florovivaistica italiana sostenibile e certificata. Ma stavolta il suo lancio è stato definitivo ed ha permesso di conoscere meglio i meccanismi che la governano.

Innanzitutto due premesse.

La prima è che l'elenco delle **associazioni aderenti** è cambiato. Ecco quello definitivo:

- ANVE, Associazione Nazionale Vivaiisti Esportatori;
- Associazione Milazzo Flora;
- Associazione Piante e Fiori d'Italia;
- Consorzio Fiori Tipici del Lago Mag-

giore e del Biellese;

- Cooperativa Floricoltori Riviera dei Fiori, Gruppo Cooperativo paritetico "Florcoop";
- Distretto Florovivaistico Alto Lombardo;
- Fiori d'Italia, Consorzio Campano del Florovivaismo;
- Florveneto, Associazione Florovivaisti del Veneto.

La seconda premessa riguarda invece la **pronuncia corretta del nome: "vivai-fiori"**. Puntualizzazione apparentemente di poco o di nessunissimo conto, forse persino pignola, ma che in realtà aiuta tanti, noi per primi, a non leggere ►



IL CD DI VIVAI FIORI

I componenti del primo consiglio direttivo, insediatisi in fase costituente il 13 ottobre e in carica per tre anni sono:

- presidente, Catello Cafiero (Consorzio Campano del Florovivaismo);
- vice presidente, Marco Cappellini (ANVE);
- vice presidente, Roberto Magni (Distretto Florovivaistico Aldo Lombardo);
- tesoriere, Marco Capelli (Florveneto).

Consiglieri: Cristiano Genovali (Piante e Fiori d'Italia), Giancarlo Cassini (Cooperativa Riviera dei Fiori), Salvatore Gitto (Milazzo Flora), Lorenzo Bizzioli (Fiori Tipici del Lago Maggiore e del Biellese).

compresa (ISO 9000, 14001 e 18000, MPS, EMAS ecc.), mantenendo i requisiti ad un livello accessibile a gran parte delle aziende italiane.

Sul lato dei costi, invece, il calcolo della certificazione è stabilito in base alla radice quadrata del numero dei soci che utilizzeranno il marchio, rendendolo così altamente competitivo. Esempio pratico: un'associazione con 100 soci tutti interessati al marchio. In un anno riceve l'audit presso 10 aziende. Il dovuto ipotetico di 500 Euro per azienda sarà pari a 5.000 Euro ripartiti sul numero totale degli associati, ovvero 50 Euro per ogni azienda, più la quota di iscrizione alla propria associazione, alla quale a sua volta competeranno l'iscrizione al marchio e la sua stessa certificazione».

Discorso diverso invece per le aziende che parteciperanno come singoli che dovranno concordare il costo dell'audit direttamente con l'ente certificatore. Gli audit verranno eseguiti sia dalla società di certificazione sia da "Vivai Fiori", il cui consiglio direttivo al momento è costituito dalle otto associazioni che abbiamo citato in apertura di questo articolo, estendibile peraltro fino a un massimo di 15 componenti.

Il progetto del marchio, ha sottolineato Roberto Magni, presidente del

Distretto Altolombardo, «dà la possibilità anche alle piccole aziende di accedere alla certificazione a costi condivisi e accessibili. Oggi è sempre più utile e strategico», ha aggiunto, «darsi una base e un linguaggio comuni nell'organizzazione dei processi produttivi, soprattutto per le aziende di media e piccola dimensione che in Italia rappresentano la maggioranza».

Magni ha poi ricordato l'importanza in questa prima fase degli operatori della distribuzione del prodotto florovivaistico (fioristi, garden center, GDO) il cui coinvolgimento è fondamentale e strategico per veicolare il marchio presso il consumatore finale.

E proprio dei consumi e, in particolare, delle azioni di marketing necessarie per raggiungere la cosiddetta massa critica ha parlato il giornalista Arturo Croci che è partito dalla grande tradizione floricola del nostro Paese risalente addirittura agli antichi romani e che, anche grazie alla grande variabilità climatica, è vocato ad essere "il" fornitore di piante e fiori per l'Europa. «Ovviamente», ha detto Croci, «i primi a non crederci siamo noi italiani. Per questo è necessario arrivare a capi-



Un momento della conferenza stampa di "Vivai Fiori" presso la sala lounge del MiPAAF a Expo.

re che cosa dobbiamo ancora fare per cambiare la nostra mentalità e quella dei nostri clienti consumatori».

Il settore tratta una materia fondamentale per la vita dell'uomo «eppure», ha continuato Croci, «siamo strutturati in maniera tale da non dare importanza al verde. Negli USA, anche nei periodi di maggior crisi, c'è sempre stato un solo settore che è cresciuto ogni

anno: quello del pet (il cibo per gli animali domestici). Così come è inconcepibile lasciare senza cibo il proprio cane, come è possibile che le piante vengano considerate ininfluenti per l'ambiente in cui viviamo? E che cosa abbiamo mai fatto finora per cancellare o anche solamente arginare tale colpevole disinteresse?».

«Il marketing convenzionale», ha

proseguito Croci, «si basa sulla vendita mentre dovrebbe concentrarsi sul branding. Dunque, se si riesce a costruire un marchio forte e largamente sostenuto ne scaturisce un potente programma di marketing. Quindi noi abbiamo la certezza che un marchio gestito bene sicuramente è destinato a funzionare. Dov'è allora il problema? Funziona ugualmente bene nella testa degli operatori? Sono maturi per capirlo e adottarlo? Per fare questo occorre che qualcuno – tutti noi – faccia uno sforzo in più per farlo conoscere agli altri».

A proposito della responsabilità nella promozione, ha concluso Alberto Manzo: «il Ministero ha già preso l'impegno di inserire questo lancio odierno nell'ambito della "convenzione Rai" che prevede la possibilità di intervenire in diverse trasmissioni, prima fra tutte "Linea Verde" su Rai Uno».

► il marchio come "viva-i-fiori".

«Vivai Fiori», ha spiegato Patrizio Piozzi di Ismea, «è un marchio facoltativo, privato e aperto a tutti. Ne sono proprietarie le associazioni o le singole aziende che vi aderiscono e potrà essere utilizzato per tutte le produzioni della filiera: fiori e fronde recisi, piante coltivate in serra e in vivaio».

Piozzi ha poi ripercorso le tappe che hanno portato allo sviluppo del progetto già previsto nel Piano nazionale del settore florovivaistico 2010-2012 e che rappresenta «il primo sistema volontario di qualità certificata di processo, volto a fornire una struttura capace di permettere il facile adeguamento a qualsiasi protocollo internazionale».

Dal canto suo, Pietro Gasparri, dirigente del MiPAAF, ha aggiunto che «scopo dell'iniziativa è quello di sviluppare la valorizzazione della qualità nazionale presso i grandi mercati di riferimento. Vivai Fiori è il passo concreto e significativo per il settore che non ha mai goduto di contributi specifici».

Marco Cappellini di Anve ha poi illustrato il disciplinare alla base della certificazione che, ha tenuto a precisare, «è di processo e non di prodotto» per consentire alle aziende la via idonea all'ottenimento di questo documento. Due gli aspetti di rilievo: l'economicità dell'accesso e la praticabilità del disciplinare che «ha cercato di condensare le caratteristiche delle migliori certificazioni al momento attive nel mondo, Europa

OGGI È SEMPRE PIÙ UTILE E STRATEGICO DARSÌ UNA BASE E UN LINGUAGGIO COMUNI NELLA ORGANIZZAZIONE DEI PROCESSI PRODUTTIVI



Patrizio Piozzi



Pietro Gasparri



Marco Cappellini



Roberto Magni



Arturo Croci

GLI SPECIALISTI.



Dal Basket in termoformato fino ai giusti accessori: Da Pöppelmann TEKU® proviene tutto da un unico ciclo produttivo. Il vostro contatto quando si tratta delle vostre piante.

- ⊕ 800 prodotti in 2.000 versioni.
- ⊕ Ottimi tempi di consegna.

Perché: TEKU® fa la differenza.



PÖPPELMANN

Pöppelmann GmbH & Co. KG · Kunststoffwerk-Werkzeugbau · Bakumer Straße 73 · 49393 Lohne · Germania · Telefono +49 4442 982-1606
Fax +49 4442 982-1607 · teku@poepelmann.com · www.poepelmann.com



Alberto Manzo

TEKU®

Novità Lazzeri 2016



Crisantemi



Ciclamini



Aster



Poinsettie

LAZZERI SOCIETÀ AGRICOLA A R.L. • Via Segreta 1214 • 04016 SABAUDIA (LT)
tel. 0473 246246 • fax 0473 246266 • www.lazzeri-agricola.com • info@lazzeri-agricola.com

PRIMO PIANO CONVEGNI

Tutto il potere
del verde

p. 6

FATTI & NOTIZIE STOP DILETTANTI

Danni da capitozzatura, primo
ricorso alla Corte dei Conti

p. 18

ARTE FLOREALE NATALE

Con le "Stelle"
largo alla fantasia

p. 32

SCIENZA & TECNICA FLOROVIVAISMO 3.0

L'innovazione tra sostenibilità
e Internet delle cose

p. 48