

ECONOMIA E LAVORO

Export, momento d'oro dei vivai

In crescita anche il calzaturiero ma il mobile continua a sprofondare

IL VIVAISMO riprende a volare, il calzaturiero tiene alta la bandiera, mentre il mobile sprofonda riuscendo nella non semplice impresa di scendere sotto i livelli già bassissimi raggiunti negli ultimi anni. E' il monitor dei Distretti della Toscana realizzato dall'ufficio studi di Intesa San Paolo a certificare il quadro dell'economia pistoiese nell'ultimo trimestre 2018. I distretti produttivi locali si collocano, per la maggior parte, sopra la media regionale che totalizza una crescita pari al 6,4%, comunque

LO STUDIO

I dati a macchia di leopardo per l'analisi dei distretti di Intesa-San Paolo

più che doppia della media dei distretti italiani (2,9%).

GUARDANDO in modo particolare alle esportazioni, un netto miglioramento rispetto al 2017 distingue le calzature di Lamporecchio (+10 milioni; +8,2%) e il florovivaismo segue a poca distanza con un incremento di 7 milioni pari al +3,1%. Non era scontato, considerando le difficoltà evidenziate soprattutto da alcune imprese di me-



Luca Severini, direttore regionale Toscana e Umbria Intesa Sanpaolo: «Buone prospettive»

dia e piccola dimensione. La nota dolente, e purtroppo non si tratta di una novità, è rappresentata dal distretto del mobile imbottito di Quarrata: -10 milioni pari a una contrazione di 10 punti percentuali. Si tratta dell'ulteriore conferma delle difficoltà «storiche» della città del mobile che non riesce a convertirsi con nuove produzioni al passo con i tempi. Ai confini (e in qualche caso all'interno) del territorio provinciale, spicca anche il cartario con un aumento complessivo di esportazioni di 182 milioni, pari al 16,5%. Sempre rimanendo nei «paraggi», l'olio toscano segna il passo con una brusca frena-

GLI SBOCCHI

Paesi emergenti Un'opportunità

NEL quadro regionale (con poche differenze rispetto al pistoiese) i mercati principali di sbocco per le esportazioni sono rappresentati dalla Svizzera, gli Stati Uniti e la Francia. Con un occhio al lungo periodo, lo studio di Intesa San Paolo evidenzia anche una tenuta sostanziale dei mercati dei Paesi emergenti.

ta (pari a 68 milioni cioè il 9,8% in meno) e male va anche il settore dell'abbigliamento empolese (-67 milioni pari a circa il 4,9%).

«LA TOSCANA è una regione di eccellenza e la crescita delle esportazioni, soprattutto nel lungo periodo, è effetto di un impegno costante di piccoli e medi imprenditori capaci di avviare strategie di sviluppo del proprio business e di guardare a mercati di sbocco internazionali nei quali il made in Italy è particolarmente richiesto», spiega Luca Severini, direttore regionale Toscana e Umbria Intesa Sanpaolo.

In breve

Tecnologie 4.0 per i 'piccoli' Seminario Cna

Prato

QUALI sono le tecnologie abilitanti di Impresa 4.0 e come si applicano alle Pmi? Questo è il quesito attorno al quale si svolgerà un approfondimento nel corso del seminario gratuito per tutte le imprese e organizzato da Cna Hub 4.0 insieme a Cna Industria che si terrà oggi a partire dalle 17, nella nuova sede direzionale della Cna Toscana Centro, in Via Giorgio Perlasca a Prato.

Assofarm Alessio Poli nella giunta

Pistoia



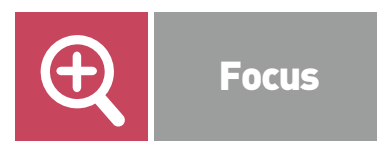
ALESSIO Poli, amministratore unico di FarCom Pistoia e coordinatore farmacie di Confservizi Cispel Toscana, è stato nominato nella giunta esecutiva di Assofarm, la federazione nazionale che rappresenta aziende speciali, consorzi, e servizi del settore farmaceutico pubblico.

«**CI SONO** segnali positivi per quanto riguarda i mercati esteri ma anche per quanto concerne quelli italiani. Si tratta di segnali che dobbiamo essere capaci di cogliere al meglio». Ottimista, Francesco Mati, fresco di rinnovo nella carica di presidente del Distretto vivaistico. Gli ultimi dati dell'ufficio studi di Intesa-San Paolo tolgono i dubbi intorno a una capacità di ripresa della produzione provinciale e il rappresentante della categoria non può che confermare il buono stato di salute di uno dei settori trainanti dell'economia locale. Per quanto riguarda i miglioramenti del mercato interno, Mati cita subito il rinnovo del bonus verde, la misura di sgravi fiscali attraverso detrazioni nella dichiarazione dei redditi per chi abbia deciso di «ristrutturare» il giardino di casa. Allo stesso tempo cita però anche il tempo soleggiato degli ultimi mesi che, in qualche modo, avrebbe accompagnato consumi e produzioni.

CERTO, le difficoltà non mancano, anche perché l'economia mondiale non ha ancora ripreso i livelli precedenti la recessione iniziata

IL COMMENTO IL PRESIDENTE DEL DISTRETTO MATI

«All'estero come in Italia Pistoia cresce e sa distinguersi»



«Adesso puntiamo su un'immagine di alta qualità»

«DOBBIAMO lavorare soprattutto sull'immagine dell'alta qualità del prodotto pistoiese». E' con questo spirito che Francesco Mati inizia il suo secondo mandato da presidente del Distretto vivaistico. Il gioco di squadra per la produzione di alto livello sarà la sfida per continuare a crescere.



Francesco Mati, presidente del Distretto vivaistico è ottimista: «Una stagione positiva per la produzione verde»

nel 2008. Tuttavia, i segnali positivi ci sono e – secondo i produttori – non vanno trascurati. «Malgrado tutto – dice infatti Mati – i segnali dell'ultimo anno sono stati positivi anche per quanto riguarda i mercati esteri. Quelli più importanti sono, come sempre, gli europei, come la Germania, la Francia, l'Austria ma anche la Spagna, che è riuscita a uscire dalla crisi meglio di tanti altri favorendo i consumi».

I DATI di miglioramento starebbero riguardando l'intero comparto e, quindi, le aziende di tutte le dimensioni. «I produttori più piccoli seguono quelli più grandi – spiega il presidente del Distretto –. Quando i fatturati aumentano, lo fanno per tutti anche se magari con intensità diverse». Secondo lo stesso Mati, a crescere di pari passo con l'economia vivaistica è la cultura del verde e, anche in questo, Pistoia sta continuando a giocare un ruolo importante. «C'è tanto da fare, a cominciare dalla soluzione del problema dei furti, ma con i nostri 170 anni di storia sappiamo di poter dare ancora molto, iniziando a puntare sulla promozione del settore e di tutto il territorio».