





VIVAIO MECCA

ANCHE CON UNA DIMENSIONE MEDIO PICCOLA SI PUÒ ANDARE ALLA CONQUISTA DI UN MERCATO EXTRAREGIONALE. PUNTANDO SULLA QUALITÀ, TENENDO D'OCCHIO LE NOVITÀ E OFFRENDO PREZZI CONVENIENTI. È COSÌ CHE IL VIVAIO MECCA DI SCANZANO HA RAGGIUNTO LE VICINE PUGLIA E CALABRIA. E DA QUALCHE TEMPO ANCHE L'ITALIA CENTRALE. ANIMA DELL'AZIENDA È MASSIMO MECCA, VENTOTT'ANNI E GIÀ LE IDEE CHIARE

ROSANNA SANTAGATA
FOTO DI MARCELLO MANTEGAZZA

IL MADE IN BASILICATA

Otto mila metri quadrati di colori. Un tappeto di gerani, petunie, garofani, calle, ornitogalli, dimorfoteche, verbene. E stelle di **Natale**, il pezzo forte dell'inverno. Piante ornamentali da esterno e da interno coltivate con l'esperienza di chi da vent'anni lavora nella floricoltura, e la capacità di innovazione che viene dalle giovani generazioni.

A **Scanzano**, il **Vivaio di Via Tagliamento** nasce nel 1988 con **Sebastiano Mecca**. Che, nel 2001, trasferisce l'azienda al figlio **Massimo**. Si è diplomato all'**Istituto Agrario di Marconia**, Massimo, e oggi dice che in questo settore la formazione specifica serve. Giovane imprenditore (ha appena ventott'anni) ha ampliato col tempo l'attività. Oltre ai circa otto mila metri quadrati di serre, ce ne sono seimila di coltivazione in pieno campo di alberi da giardino (soprattutto specie fiorite), siepi (*viburnum*, *mirto*, *ligustrum*), grandi alberi da ombra (*falsopepe*, *platani*, *tigli*, *ipocastani*). E **abeti rossi**. Il classico albero di Natale - che prende il nome dal particolare colore della corteccia e che è tra le piante più longeve al mondo - che però si vende ogni anno di meno.

La concorrenza con quelli sintetici, sempre più simili al vero con il vantaggio di essere più economici e pratici, ha ridotto drasticamente il mercato. Per fare un esempio, spiega Massimo, dai duemila esemplari venduti nei tempi d'oro, si è arrivati ai cinque, seicento dello scorso anno. I tempi d'oro di cui parla il giovane imprenditore sono gli anni '90. Scenario economico ben diverso dall'attuale, quando i soldi non erano un problema e la spesa per il superfluo - una cassetta di gerani in più sul balcone, un bell'arbusto in giardino - se la permettevano tutti.

Oggi, confessa Mecca, nonostante la cultura del verde sia più diffusa rispetto al passato, il settore non gode di buona salute. Questa è la nota dolente di un'attivi-



tà che comunque lo appassiona e a cui si dedica fin da ragazzino. Gli investimenti per ingrandirsi e fare un salto di qualità si rimandano, in attesa di congiunture più favorevoli. Per ora, visto che la dimensione medio piccola del vivaio non lo consente, alle fiere del settore non ci si va. Ma lo spirito di iniziativa e la competenza non mancano, costituendo un marchio di fabbrica riconosciuto pubblicamente anche da molti fornitori. Ciò fa sì che, se il mercato di riferimento principale resta quello regionale, sempre più proficui sono i rapporti con le vicine **Puglia** e **Calabria**. Inoltre da qualche tempo l'azienda ha trovato clienti affezionati anche in Italia centrale, nella città di **Chieti** soprattutto. Un'espansione verso mete più lontane. Un obiettivo possibile se si punta su un fattore determinante per ogni produzione che voglia sopravvivere nel mondo globalizzato: la qualità. E l'attenzione alle novità.

Atteggiamento da vero imprenditore, convinto che la vendita al pubblico è importante ma non sufficiente, e che per essere competitivi all'ingrosso occorre puntare sulla tecnologia, Massimo riesce a esportare quelle colture che nel Centro Sud o non arrivano affatto o arrivano dal Nord a costi maggiorati. Piante più formate, più compatte e piene. E una gamma di colori molto vasta, che comprende fiori screziati e sfumati. Si acquistano piantine giovani o sementi, e si prova quel che di nuovo offre il settore. L'originalità si sperimenta con successo già a dicembre, quando le serre del vivaio sono una distesa di Stelle di Natale. Solo che, oltre che nel classico colore rosso o al massimo bianco che ben conosciamo, qui si ritrovano tonalità del tutto insolite, dal rosa, al fucsia, al rosa sfumato di bianco sui bordi, o in varietà sconosciute ai più, come quella dal fiore accartocciato a mo' di rosa. In primavera, poi, l'assortimento di piante ornamentali arriva a comprendere oltre trenta specie fiorite: dalla **Calla colorata** alla **Petunia Pendula**, dalla **Gazania** ○





○ all'*Ornithogalum Dubium*, dalle **Ortensie** alle **Impatiens Nuova Guinea**. Oltre a Rose in vaso a fiori grandi, **Poinsettie**, **Crisantemi** in vaso, **Mirto Communis** e **Ligustro Sinensis**.

Due punti vendita all'interno dell'azienda: il garden al dettaglio, e l'ingrosso.

Qui, tra gli altri, vengono a fare i loro acquisti i giardinieri che curano il verde delle ville all'interno dei villaggi della costa ionica. I vivai della zona concorrono ad accaparrarsi questo importante target. Una concorrenza abbastanza serrata, che si vince, conferma Massimo Mecca, con un mix di componenti: oltre a novità e qualità, non deve mancare anche un prezzo conveniente.

La gestione è familiare: con lui, la sorella **Lucia**. E nei periodi di maggior impegno, i genitori, col loro carico di esperienza. I dipendenti sono solo stagionali, variabili da 3 a 6 per i mesi più intensi dell'attività: dicembre, febbraio, marzo.

Un lavoro impegnativo, racconta Massimo Mecca. Un lavoro che però ama, e si sente. Piacerà molto anche alla sua fidanzata, probabilmente, destinataria privilegiata di variopinti mazzi di fiori. Perché dice lui, "alle donne i fiori piacciono molto. E se devo regalarne, preferisco sempre le orchidee". ●

A twenty year experience enhanced by the innovation capacity of young generations: it is the Vivaio of Via Tagliamento in Scanzano, a nursery set up by Sebastiano Mecca in 1988.

In 2001 his son, Massimo, took the company over after leaving the "Istituto Agrario" high school based in Marconia. Massimo is a twenty-year old entrepreneur who has developed the company's business.

Besides about eight thousand square metre greenhouses for exterior and interior ornamental plants, there are six thousand garden plants in open field, especially blossomed species, hedges (viburnum, myrtle, ligustrum), big trees spending shadows (pepper trees, plane trees, lime trees, horse chestnut).

The red fir, the traditional Christmas tree, is not sold as much as in the past due to the competition of synthetic trees which are very similar to real ones, cheaper and handy. Massimo says that compared to two thousand samples sold in the past, last year he sold only five or six hundred trees.

However, the Vivaio of Scanzano offers unique varieties of poinsettias in order to fulfil the current high demand. Besides the classic red or white poinsettias, the company also offers pink poinsettias, fuchsia poinsettias, pink poinsettias with white shades on the edges or unknown varieties like the plant with a rose-like flower. Wide range of plants, originality, quality and competitive prices are the key elements the Nursery relies on to face competitiveness.

Compared to the past the sector is not experiencing a good period of time, the young entrepreneur says. This is the negative

aspect of this activity he is fond of; he has been working in this sector since he was a young boy.

At present, he cannot invest any money in upgrading his activity because of unfavourable economic conditions. Although this small-medium size nursery does not take part in exhibitions, it is well-known among suppliers thanks to Massimo's initiatives and skills. Therefore, although the main reference market is the Region of Basilicata, he has set up good relationships with the bordering regions of Puglia and Calabria. The company has also some good clients in the Centre of Italy, in particular in the town of Chieti. As a good entrepreneur, Massimo truly believes that retail trade is important but is not enough. Technology is crucial to be a competitive wholesaler.

Massimo has succeeded in exporting those plants that cannot be found in the Centre of Italy or that come from the North of Italy and are sold at higher prices. He offers more shaped, more compact and fuller plants in a very wide range of colours including speckled flowers and flowers with softened hues.

He buys young plants or seeds and tries the novelties of the sector. The company boasts two retail sale points: the retail garden and the wholesale garden whose main clients are the gardeners of the villages on the Ionian coast. It is a family-run business, since Massimo runs the company with his sister Lucia.

During busy periods, in particular in December, February and March, his experienced parents help him and he hires only seasonal employees for 3 to 6 months.

Massimo Mecca says that it is a hard job. Yet, he loves it!

