

Consumi. Piante, tosaerba, impianti di irrigazione e fertilizzanti: il pollice verde degli italiani non conosce crisi

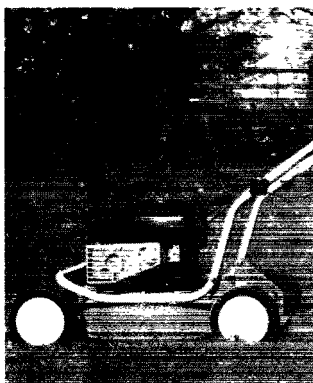
# Giardini, passione da 6 miliardi

I negozi specializzati sono il canale preferito ma avanza la grande distribuzione

## Il giro d'affari

**660 milioni**

Le vendite di tosaerba, motoseghe, decespugliatori e trattorini sono state pari a 1,4 milioni di macchine con un giro d'affari di 660 milioni di euro



**miliardi**

**La spesa complessiva degli italiani per il giardinaggio**

**miliardi**

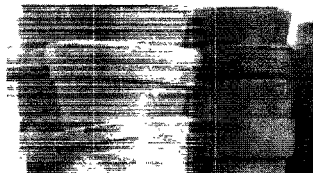
Spesa per le piante da esterno, alberi e arbusti

**miliardi**

Il valore della produzione «made in Italy» di macchine per il giardinaggio (di cui esportazioni per 800 milioni)

**107 milioni**

È la spesa per vasi in terracotta e plastica



**2,6 milioni**

Acquisti per il terriccio, fertilizzanti e antiparassitari



**134 milioni**

Somma della spesa in impianti di irrigazione (63 milioni) e utensili a mano per il giardinaggio (71 milioni)



Fonte: Databank, Ismea, Confagricoltura, Comagarden

### Enrico Netti

Gli italiani hanno puntato sul pollice verde circa 6,2 miliardi di euro. Tanto hanno speso lo scorso anno per comperare arbusti, piante da giardino, fiori da appartamento, sementi e piante per l'orto, sistemi di irrigazione, vasi, terricci, fertilizzanti e antiparassitari, attrezzi a mano e macchine hobbistiche per il giardinaggio.

Si conferma così un trend stabile mentre emergono nuove modalità di acquisto. Se i garden center e i vivai, questi ultimi sono circa 16mila aziende, rimangono i negozi preferiti per lo shopping, lo scorso anno è stata registrata una decisa crescita delle vendite nel canale delle grandi superfici del fai-da-te. Infatti, nei centri del bricolage sparsi lungo la penisola

### MADE IN ITALY

Positivi i dati relativi alla produzione di attrezzature «hobbistiche»: l'export assorbe i due terzi della produzione

la, secondo i dati 2008 di Gfk, sono stati comperati prodotti per il gardening per quasi 385 milioni, con un aumento del 12% sull'an-

no precedente.

Complessivamente è stato di poco superiore ai 1,3 miliardi di euro, secondo i dati di Ismea, il giro d'affari 2008 delle vendite di piante da esterno, alberi e arbusti.

Per quanto riguarda la nuova stagione gli operatori finora sono stati penalizzati dal clima avverso. «Il mercato è un po' fermo per il clima congiunturale a cui si somma il lungo inverno ma ora confidiamo nella primavera - dice Francesco Bet, presidente del Consorzio Florasi, che raggruppa oltre 2.500 aziende per un fatturato complessivo di circa 500 milioni -. I ricavi però sono sostanzialmente stabili perché i prezzi all'origine sono fermi da moltissimi anni».

«Il 2009 non è partito tanto bene - conferma Francesco Guarnieri di Assovivai, associazione di aziende nel mantovano - e per ora non c'è molta richiesta». Altri vivaisti sostengono che l'arrivo in forze delle insegne del fai-da-te e della moderna distribuzione ha dato uno sprint in più alla domanda.

Un'altra quota sostanziosa del business è appannaggio delle macchine per il giardinaggio. Qui spicca l'offerta «made in Italy»

cui produzione 2008 ha visto un incremento minimo (+0,7%) e vale, secondo i dati Comagarden, l'associazione confindustriale che riunisce i produttori, 1,2 miliardi di euro con un export di oltre 800 milioni. La domanda interna ha invece assorbito macchine per 660 milioni, con una crescita in unità dei biotrituratori (+20%) e dei taglia siepi (+16 per cento). Tra le altre voci che concorrono alla spesa per il giardino e il balcone fiorito degli italiani ci sono i vasi in terracotta e in plastica, che realizzano un giro d'affari che sfiora i 300 milioni. Si stima in oltre 220 milioni la spesa in terricci, concimi e antiparassitari. Da Compo Agricoltura, società leader nel settore, quest'anno si punta a replicare i risultati del 2008 quando i costi di produzione erano appesantiti dai rincari di materie prime come il potassio e l'azoto. Per gli utensili a mano per il giardinaggio si spendono 71 milioni mentre quelli per l'irrigazione altri 63 milioni. Dopo un 2008 stabile da Gardena Italia, azienda specializzata nelle soluzioni per l'irrigazione e la cura del giardino, evidenziano un 2009 che ha visto un avvio improntato su una certa cautela ma

c'è un moderato ottimismo per una ripresa della domanda prevista nel secondo trimestre.

enrico.netti@ilssole24ore.com



Le vendite. L'analisi di Gfk sui «megastore»

## Il «fai da te» parte bene nel 2009

Nel 2008 hanno messo a segno un +4,8% le vendite di prodotti legati al fai-da-te nel canale superstore e il giro d'affari ha superato i 2,85 miliardi di euro. Un'annata record su cui ha però pesato, nell'ultimo trimestre, un calo degli acquisti.

I dati che fotografano l'andamento delle vendite sono dell'osservatorio «Diy Superstore» di Gfk Retail & Technology Italia che monitora il canale degli oltre 600 punti vendita che hanno una superficie di oltre 800 metri quadri. Business dove si confrontano il colosso Leroy Merlin-Bricocenter-Castorama (144 punti vendita) della francese Groupe Adeo che in Italia ha ricavi 2008 per 1,5 miliardi, contro le insegne dei negozi Obi, Brico Io (Gruppo Coop) e Bricofer per citare alcune tra le più importanti.

Dopo la frenata di fine anno il 2009 è iniziato all'insegna della ripresa, con un gennaio che ha visto il ritorno del segno positivo. «I dati preliminari del mese evidenziano una crescita intorno al 5% - dice Igor De Biasio, account manager di Gfk Retail & Technology Italia - a cui però concorrono anche le nuove aperture». Aperture che sono all'insegna del gigantismo. È il caso del punto vendita Leroy Merlin di Assago-Milano, 13mila metri quadri su due piani e un'offerta di 45mila referenze, che sarà inaugurato mercoledì prossimo ed è il più grande d'Italia per il gruppo francese.

Per quanto riguarda le scelte d'acquisto i tradizionali prodotti per il fai-da-te nel 2008 hanno catalizzato poco più della metà della spesa: quasi 1,5 miliardi con un +4% sul 2007. Diminuisce leggermente il loro peso sul business complessivo che è sceso nel 2008 al 50,9% dal 51,1% di dodici mesi precedenti. Le categorie più vendute sono quelle del ferramenta, gli utensili elettrici, le vernici e i rivestimenti, tutte con una quota di poco superiore al 10 per cento.

Lo scorso anno ha visto una forte ascesa del gardening, ora vale il 13,5% del totale delle vendite, pari a 384 milioni (+12,2%). Tra i prodotti del settore più venduti ci sono gli accessori (39%) seguiti dagli utensili elettrici (16%). Partenza a razzo con una crescita a due

cifre (+53%) nel 2008, quando ha raggiunto i 23,6 milioni, anche per il settore pet, i prodotti per animali domestici. Stesso trend anche per i prodotti per la casa (stoviglie, accessori da cucina), quelli tessili, gli elettrodomestici fino all'elettronica di consumo mentre si è iniziato a puntare anche sugli attrezzi sportivi.

E.N.