

Crescita inarrestabile del settore "green" italiano



Il trend di crescita del mercato del giardinaggio italiano non si arresta: + 100 milioni di Euro in due anni (2017-2019). Le informazioni sono state raccolte da Myplant, International Gre-

en Expo, fiera che si svolgerà a breve a FieraMilano-Rho dal 26 al 28 febbraio 2020. 2.863 miliardi di Euro è il valore delle vendite nel mercato del giardinaggio italiano nel 2019. "Se-

condo le nostre proiezioni, il trend dovrebbe essere positivo almeno fino al 2022”, dicono gli organizzatori di Myplant, la più grande manifestazione fieristica italiana dedicata al settore del giardinaggio.

Secondo i dati raccolti da Myplant, la crescita delle vendite di prodotti orticoli biologici è costante, grazie sia al proliferare di tematiche ambientali sia all’aumento degli orti dome-



stici - sul mercato c’è una più ampia offerta di piante aromatiche e da frutto e di fertilizzanti organici, a cui si affianca la vendita di orti compatti e di sistemi tecnologici intelligenti e comandati a distanza.

Giardini condivisi

Anche se il giardinaggio è già un mercato maturo in Italia, così come nel resto del mondo, il giardinaggio urbano è ormai, per così dire, in piena fioritura (così come sta avvenendo anche al di là dell’occea-



no, soprattutto negli Stati Uniti, in Cina e Giappone). I nuovi progetti di costruzione includono giardini condivisi e balconi più grandi, molte città sostengono la creazione di progetti di verde verticale e tetti verdi.

Il richiamo del verde è contagioso in un mercato che sta cambiando rapidamente i concetti di agricoltura urbana e giardinaggio hobbistico. Benessere, salute, sostenibilità, ambiente, gestione dello stress urbano sembrano essere i concetti alla base della crescita dell'industria del verde, anche grazie all'introduzione di stru-



menti ergonomici e più piccoli dotati di batterie di nuova generazione.

Orti familiari più piccoli

Stanno crescendo piccole giungle domestiche. Soprattutto nelle case dei "millennials", anche detti "generazione indoor" o "generazione verde". Secondo il New York Times il 31% degli acquisti di piante da appartamento (piante decorative) negli Stati Uniti sono stati effettuati dalle generazioni più giovani.

Nuove tendenze abitative, la fusio-





ne tra interno ed esterno, la creazione di orti familiari più piccoli, l'attenzione all'ambiente e il benessere sono alcuni dei motivi di questo fenomeno, che sta raggiungendo anche il luogo di lavoro. I benefici sono molteplici: la presenza di piante è valida sia a livello psicolo-

gico che a livello di depurazione dell'aria, perché assorbono, metabolizzano e disattivano le sostanze inquinanti - particelle o elementi chimici pericolosi presenti nelle apparecchiature per ufficio e nei prodotti per la pulizia della casa.