

## Mercato del gardening in Europa: -1% nel 2016, ma frena il trend calante



A Myplant & Garden i dati di Euromonitor sul mercato europeo delgiardinaggio, pari a vendite per 31 miliardi di euro. Previsto un ulteriore -1% da ora al 2021. In Italia l'11% del totale e una spesa pro capite per il verde di 45 euro, contro una media europea di 63. Presentate le tendenze dei modelli di consumo nei garden e in tutti i rivenditori specializzati, che valgono più dell'80% del totale. Il caso in controtendenza della Svezia (+4% nel 2016). Consumatori mediamente più vecchi, ma che spendono per il proprio benessere, e che abitano più frequentemente in centri urbani e in abitazioni piccole. Rivenditori sempre più caratterizzati dalle tecnologie e dalla penetrazione tra l'online e l'offline, con conseguenti livelli più alti di servizio. Parole chiave, oltre a tecnologia e benessere, la sostenibilità ambientale, la condivisione dei prodotti e delle esperienze, con ad esempio la diffusione di spazi di ristorazione e momenti di formazione nei garden center. Questo, in sintesi, lo scenario futuro del gardening tratteggiato nella conclusione dell'intervento di Sara Rovai, analista di Euromonitor International, intervenuta il 24 febbraio al salone internazionale del verde di Milano Myplant & Garden per presentare gli ultimi dati delle vendite dei prodotti di giardinaggio e le tendenze nei modelli di consumo in questo ambito che si stanno affermando in Europa, con un focussul caso della Svezia, in controtendenza riguardo all'andamento delle vendite. Il valore totale delle vendite dell'intera gamma dei prodotti del settore del verde, dalle piante e fiori sino agli accessori per il giardinaggio, in Europa nel 2016 è stato di circa 31 miliardi, pari a un calo dell'1% rispetto all'anno precedente, soprattutto a causa dei segni meno di Paesi quali l'Italia, la Spagna e la Francia.

Ma nei prossimi 5 anni, prevede Euromonitor, il calo sarà molto più lento: -1% da ora al 2021. In Svezia invece nel 2016 si è registrato un +4% sull'anno precedente e si prevede che nel prossimoquinquennio le vendite continueranno a crescere, anche se assai più gradualmente: +1% in cinqueanni.

All'interno del mercato europeo, è stato spiegato da Sara Rovai, l'Italia ha una quota dell'11% del totale, mentre la Germania, con il 23%, ha la fetta più grossa delle vendite di prodotti di gardening in Europa. La Svezia si è attestata invece al 3%.

Riguardo alla spesa pro capite in prodotti di giardinaggio, la mediaeuropea è di 63 euro all'anno, che salgono a 83 euro in Svezia e 87 in Germania, mentre l'Italia è ferma a 45 euro.

La percentuale maggiore di vendite rientra nella categoria "Horticulture", comprensiva di tutte le tipologie di prodotti vegetali. Infine, dal punto di vista dei canali di vendita, circa l'80% avviene attraverso i rivenditori specializzati, a cominciare dai garden center, perché i consumatori non vogliono rinunciare alle informazioni e all'assistenza sui prodotti che non possono trovare nella grande distribuzione organizzata generalista.