Giornale di Vimercate

diffusione:10000

I dati sulla passione per orti e giardini rilevati da Myplant & Garden, il Salone internazionale del Verde

I pollici verdi italiani sono 17 milioni, un hobby sostenibile in crescita

MILANO (gmc) I pollici verdi italiani sono 17 milioni (erano 10 nel 2012) e le produzioni italiane di fiori e piante – eccellenza riconosciuta a livello internazionale – nel 2021 sono tornate a crescere (con Toscana, Liguria, Sicilia, Lombardia, Lazio, Puglia, Emilia-Romagna, Veneto e Piemonte in testa), così come l'export (da record) e i consumi.

Sono gli ultimi dati diffusi da Myplant & Garden, il Salone internazionale del Verde giunto alla VII edizione, appuntamento professionale tra i più importanti al mondo. "Il futuro delle città è green" è il messaggio chiave per il sistema-Paese, lanciato dalla manifestazione che si è svolta dal 22 al 24 febbraio alla Fiera Milano di Rho.

Il florovivaismo è una industria in grado di dare un contributo decisivo alle problematiche climatiche e ambientali, dalla forestazione urbana ai benefici salutistici, estetici ed economici che ne derivano. Più verde significa meno PM atmosferici (dal 7 al 24% in meno), meno caldo (da 2 a 8°C in meno), meno spese sanitarie, più risparmio energetico, maggiore valore immobiliare. Ogni euro investito nel verde pubblico si rivaluta sino a 4 euro.

Non bisogna dimenticare che è di 73 miliardi di euro, negli ultimi 40 anni, la perdita economica subita dall'Italia (fonte European Environmental Agency) a causa degli eventi atmosferici estremi (meteorologici e idrologici) che una corretta gestione del territorio avrebbe potuto ridurre drasticamente.

Rimane l'incognita costi energetici e delle materie prime, aggravata dagli effetti del cambiamento climatico. Problemi che richiedono soluzioni all'insegna del verde, dell'innovazione e della digitalizzazione: largo quindi a nuove proposte, software, app e dispositivi automatizzati per il monitoraggio della salute del verde, batterie elettriche per macchinari, serre ad alta efficienza, sensori e controlli di precisione per il risparmio energetico e idrico e ad altre soluzioni che trainano gli investimenti in innovazione del settore agricolo, stimati in 1,5 miliardi di euro nel 2021 con prospettive di crescita.

Stando alle stime, al giardinaggio amatoriale, alla cura delle piante e dell'orto, durante il 2020 si sarebbe dedicato il 7% di hobbisti in più rispetto all'anno precedente.

In attesa di eventuali dati sul 2022, si constata che terrazzi, orti, balconi e giardini sono diventati per molti italiani la stanza in più, mentre il web, coi suoi canali di vendita online, ha registrato, secondo diverse ricerche recenti, il 200% di aumento delle vendite per l'arredo giardino e il gardening.

Dalle ricerche presentate anche negli anni passati a Myplant sono emersi due caratteri-tipo di pollici verdi: gli "entusiasti del verde", prevalentemente residenti nel Nord Italia, appassionati di giardinaggio domestico (49% in casa, 51% sul balcone o terrazzo), soprattutto donne, età media 45 anni, prediligono erbe aromatiche, alberi e piante ornamentali, piante grasse e ortaggi. Per l'interno, il fiore prediletto è l'orchidea. L'altra categoria è composta dagli "esperti del verde": impegnati diverse ore alla settimana fuoricasa in orti, giardini (al centro-nord) o anche piccoli terreni (al centro-sud) attigui all'abitazione, producono prodotti per lo più per autoconsumo (frutta e verdura), hanno mediamente 53 anni, si rivolgono alle rivendite specializzate, ai consorzi agrari e ai garden center per i propri acquisti.

I cosiddetti Millennials (ossia i nati tra il 1980 e il 1994), invece, sono "narcisisti ed ecologisti", e in buona dose "idealisti". Valori e profilatura che si riflettono anche nei riguardi di un approccio al verde vivo in termini estetici e sostenibili e che si ritrovano tra i giovani della Generazione Z (nati dal 1995 al 2010), definiti tuttavia più "pragmatici", intraprendenti e meno propensi a compromessi – anche valoriale - della pur giovane generazione precedente. Ciò si riflette anche nell'utilizzo e nell'impatto dei canali – di vendita, di approfondimento, di esibizione - Social, che sembrano essere sempre più decisivi nelle scelte di acquisto di queste generazioni.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato