

È un boom per il giardinaggio in Italia: l'analisi di Myplant



La pandemia ha avvicinato molti italiani alla passione per il verde ed è in atto un vero e proprio boom di giardinaggio nel nostro paese: lo spiega l'analisi di Myplant & Garden, il Salone internazionale del Verde in programma a Fiera Milano-Rho dal 23 al 25 febbraio 2022.

Boom di giardinaggio in Italia: l'analisi Myplant

Myplant & Garden, il più importante appuntamento fieristico italiano riservato ai professionisti delle filiere del verde, conferma la continua crescita del giardinaggio italiano.

Non solo piante e fiori, ma anche accessori elettrici, terricci, sistemi di irrigazione, prodotti per la cura e il nutrimento delle piante, vasi e fioriere hanno visto aumentare il volume delle vendite. Incrociando una serie di dati provenienti dalle analisi di alcuni maggiori player internazionali di ricerche di mercato, **Myplant** conferma l'ottimo stato di salute del giardinaggio italiano.

Le vendite di *gardening* a livello mondiale superavano gli 88 miliardi di dollari nel 2015, per sfondare quota 100 miliardi nel 2020 (tra i 104 e i 106 secondo le rilevazioni dei diversi istituti), la metà dei quali concentrati in Europa.

Rispetto all'ultima diffusione dei dati del mercato del giardinaggio effettuata da **Myplant** (novembre 2019) – che registrava il valore record di 2,850 miliardi di euro – il trend di crescita non si è arrestato.

Il 2021 è destinato a raggiungere la soglia storica dei 3 miliardi di euro: +150 milioni in due anni (2019-2021).

*“Stiamo già lavorando sulle proiezioni del 2022 e degli anni a seguire – spiegano gli organizzatori di **Myplant & Garden** – che dovrebbero confermare una crescita più contenuta ma costante”.*

Kitchen garden e city gardening

Utensili per la manutenzione del verde, tagliaerba elettrici e a batteria, attrezzature, sistemi di irrigazione sono alcune delle voci che trainano il mercato, oltre alle vendite di piante, soprattutto per interni: nuovi trend costruttivi nel mondo del residenziale e del terziario, ricerca di benessere e di momenti antistress, piccoli *kitchen garden* e salubrità sono alcuni dei *driver* di questo mercato, esploso soprattutto in ambito urbano negli ultimi anni e cresciuto ulteriormente nel corso del 2020.

Un contesto, quello cittadino, che ha visto crescere anche gli acquisti di soluzioni di arredo, corredo e illuminazione per gli spazi esterni (giardini, balconi e terrazzi), considerati sempre più preziosi e in continuità con gli interni. In questi spazi fanno capolino soprattutto piante da frutto, vasche, contenitori e mini-serre per le micro-coltivazioni, spezie. Tra le varie tendenze, un recente lancio dell'agenzia di stampa Ansa ha riportato che 'le ricerche sul tema della coltivazione di micro-ortaggi indoor hanno registrato un aumento del 223% nel 2020 rispetto all'anno precedente'.

A riprova di questa maggiore attenzione dei consumatori al comparto casa-giardino, incrociando i dati delle agenzie di ricerca, l'*Home & Garden* mondiale ha raggiunto nel 2020 i 308 miliardi di dollari di valore alle vendite, segnando una crescita media annua dell'1,6% nel quinquennio 2016-2020. Quello italiano ha raggiunto i 20 miliardi di dollari di valore.

La filiera florovivaistica

Le stime di crescita prevedono che a livello globale nel 2025 il comparto supererà i 350 miliardi di dollari, 22 dei quali generati in Italia (crescita media annua italiana del 2,3%).

Tornando al mondo verde, la produzione italiana di varietà vegetali vede in testa per la voce *vivaismo* la Toscana, seguita dalla Lombardia e dalla Sicilia. Liguria, ancora Sicilia e Campania guidano le produzioni delle voci *fiore e piante* (dati **Crea**).

Sono circa 24.000 le aziende italiane produttrici di piante ornamentali censite dall'**Istat**, concentrate soprattutto in 4 regioni: Liguria, Toscana, Lombardia e Campania. Le conferme sulla qualità del prodotto vegetale italiano vengono dai dati: nel 2019 (ultimo dato ministeriale disponibile), l'export dei prodotti ortoflorovivaistici italiani aveva ritoccato il record storico del 2018, raggiungendo quota 903 milioni di euro (contro gli 884 dell'anno precedente), che si sono tradotti in un saldo attivo di 371 milioni di euro nella bilancia commerciale (306 nel 2018).

“Lo stato di buona salute del settore e la crescita di una sensibilità diffusa verso i temi del verde sono confermati direttamente dalle aziende che entrano in contatto con noi – spiegano da **Myplant** -. I nostri padiglioni sono al completo e l'apertura almeno parziale di un nuovo padiglione è dovuta proprio alle richieste di partecipazione di nuovi espositori e da quelle di ampliamento degli spazi espositivi di molte delle aziende già iscritte”.

www.myplantgarden.com