Il giardinaggio italiano? Non c'è male

Volumi in aumento, stato di salute in regola e passione per il verde senza freni. Il bollettino annuale di MyPlant & Garden fa il punto sul settore e svela la direzione dei consumi per il 2023

di **BIANCA FERRARIS**

L'hobbista si sente in connessione con la natura anche grazie a strumenti pensati per un utente cittadino, smart e soprattutto avido di verde.

L'orto-florovivaismo italiano esce dal 2022 con numeri decisamente positivi: il sell-in si assesta tra i 3 miliardi e 35 milioni e i 3 miliardi e 40 milioni di euro, nuovo record storico dopo il superamento dei 3 miliardi di euro nel 2021. E ora? **Ora il settore è vittima di forti pressioni dovute all'inflazione, ai costi energetici alle stelle e il quadro politico internazionale traballante che stanno danneggiando il comparto produttivo.** Questo non significa che il giardinaggio riscuota meno successo, al contrario, il vero problema è come il settore risponde alla contrazione delle produzioni, ai prezzi in aumento ma anche alla programmazione che non c'è e alla frenata che ha subìto l'export. Come si legge dai dati condivisi da MyPlant & Garden ed elaborati da Ismea su dati Istat, **nel primo semestre 2022, l'export del comparto segnava un +9% sul medesimo periodo del 2021** (il primo semestre del 2021 aveva registrato un +21% sull'anno precedente). Allo stesso tempo, l'import del primo semestre 2022 ha registrato un +60% (mentre nel primo semestre 2021 era +8% rispetto al primo semestre 2020), mettendo a serio rischio il saldo della bilancia commerciale di fine anno. Come anticipato, **anche i costi energetici diretti per il comparto stanno giocando un ruolo centrale nella vicenda:** quasi +100% tra estate 2022 ed estate 2021 per l'elettricità; il

> "Rimaniamo in attesa di capire cosa accadrà nei prossimi mesi, alla luce delle pressioni inflazionistiche, dei costi energetici e dell'evolversi del quadro internazionale"
>
> MyPlant & Garden

La svolta green non ci abbandonerà, al contrario, sarà ancora più marcato il cambio di passo verso il biologico.

6 SPECIE INTERESSANTI NEL 2023

(secondo il National Garden Bureau)

- Orchidea
- Broccolo per le eduli
- Celosia
- Amaryllis per i bulbi
- Rudbeckia
- Spirea

prezzo del gasolio ha registrato un +80% nella primavera 2022 rispetto a quella 2021; il costo del metano, a luglio 2022 ha superato il +1200% rispetto al medesimo mese del 2021.

UN FENOMENO URBANO

Torniamo al giardinaggio e al gradimento degli italiani. A quanto pare piante, vasi e prodotti per la nutrizione e la cura continueranno a figurare tra le voci di spesa delle famiglie per abbellire e impreziosire gli ambienti indoor e outdoor. **Un comportamento d'acquisto decisamente urbano che è sostenuto anche da un cambiamento nell'estetica delle città, nella contaminazione con la natura ormai immancabile e in una trasformazione delle logiche di mercato.** Oggi concetti come agricoltura urbana e hobby garden si profilano come gli ambiti in cui l'hobbista si sente in connessione con la natura anche grazie a strumenti pensati per un utente cittadino, smart e soprattutto avido di verde.

COSA NON DEVE MANCARE IN UN PUNTO VENDITA?

Dove si concentreranno i consumi dei pollici verdi quest'anno? Prima di tutto si consoliderà l'interesse per **teche, terrari e microcosmi vegetali.** Senza dimenticare succulente e cactacee, **piante a foglia variegata, erbe officinali** da cui ricavare infusi e bevande, alberi da frutto e agrumi. Ma non solo, secondo il *National Garden Bureau*, a riscuotere maggiore successo nel 2023 saranno **orchidea, broccolo per le eduli, celosia, amaryllis per i bulbi, rudbeckia e spirea.** Grande attenzione per vasi e contenitori concepiti e realizzati con tecniche di circolarità così come concimi, terricci e sementi. **La svolta green non ci abbandonerà**, al contrario, sarà ancora più marcato il cambio di passo verso il biologico.

COLTIVAZIONE SMART

Per chi ha la fortuna di possedere uno spazio esterno privato come un giardino, la voglia di coltivare il proprio orto non passerà. L'adattamento, in questa fase storica, sarà necessario ma al consumatore appassionato non rinuncerà a **mini serre fai da te o a orti rialzati gestiti con strumenti di irrigazione e controllo digitale**, senza sforzo e anti spreco.

GUIDA AI CONSUMATORI ITALIANI

Una recente indagine presentata a MyPlant & Garden 2022
realizza un identikit dei pollici verdi nostrani, circa il 39% della popolazione

a cura di **ALICE NICOLE GINOSA**, dati di **NOMISMA** in collaborazione con **PASSIONE IN VERDE/EDAGRICOLE**

CHI SONO

I pollici verdi sono cultori di piante e fiori in casa e piccoli coltivatori

Si dividono in 2 categorie

Gli entusiasti del verde

- prevalentemente residenti nel nord Italia
- appassionati di giardinaggio domestico (**49%** in casa, **51%** sul balcone o terrazzo)
- 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.

Gli esperti del verde

- impegnati diverse ore alla settimana fuori casa in orti, giardini (al centro-nord) o anche piccoli terreni (al centro-sud)
- producono prodotti per lo più per autoconsumo (frutta e verdura)
- hanno mediamente **53** anni
- acquistano presso rivendite specializzate, consorzi agrari e garden center

UN TREND IN CRESCITA

Sono passati da 16 a 19 milioni dal 2019 al 2020

(circa il 39% della popolazione)

Per il 2021 ci si aspettava un assestamento sui 17 milioni di pollici stabilmente verdi *(un terzo della popolazione italiana)*

Nel 2012 erano 10 milioni

+7%

Il numero di hobbisti che nel 2020 si sono interessati al giardinaggio amatoriale e la cura delle piante e dell'orto rispetto all'anno precedente.

200%

L'AUMENTO DELLE VENDITE PER L'ARREDO GIARDINO E IL GARDENING TERRAZZI.

Orti, balconi e giardini sono diventati per molti italiani la stanza in più.

GENERAZIONI A CONFRONTO

Dati rilevati dall' Istituto Piepoli per Gruppo Intesa Sanpaolo

I MILLENNIALS

(nati tra il 1980 e il 1994)

- sono narcisisti ed ecologisti, e in buona dose 'idealisti'.
- hanno un approccio al verde vivo in termini estetici e sostenibili

LA GENERAZIONE Z

(nati dal 1995 al 2010)

- più 'pragmatici', intraprendenti e meno propensi a compromessi
- l'utilizzo e l'impatto dei canali social – di vendita, di approfondimento, di esibizione - sembrano essere sempre più decisivi nelle scelte di acquisto