ITALIANI POL

Come rivela il bollettino annuale di Myplant & Garden, quello legato al mondo vegetale è un trend in continua crescita, che sta divenendo anche un mercato di sempre maggiore rilevanza per l'economia italiana

di Rachele Pozzato

TEMPO DI LETTURA: **5 minuti**

Volumi in aumento, comparto in ottima salute e una tendenziale crescita lungo tutto il 2022: continua a crescere in Italia il giardinaggio. A rivelarlo, è il tradizionale bollettino annuale prodotto dal Salone internazionale del Verde, Myplant & Garden.

MERCATO IN CRESCITA

Le aspettative, senza dubbio alte, per il settore sono infatti state confermate con un sell-in che per il 2022 si assesterà tra i 3,35 e i 3,40 miliardi di euro, surclassando lo storico record del 2021 di 3 miliardi. Dall'anno di debutto di Myplant, ormai nel 2015, il settore è cresciuto di 290 milioni. I risultati rimangono dunque ottimi, in miglioramento di anno in anno. L'unica incognita in campo, a pesare sulle cifre stimate per quest'anno, ormai verso la sua chiusura, è quella giocata dai diffusi rincari: dai costi energetici, all'inflazione, fino al costo delle materie prime, il 2022 è stato un anno di successi, ma non senza ostacoli, che hanno messo in difficoltà il comparto del verde, in una crisi però certamente trasversale a tutta la società.

IL BENESSERE SI TINGE DI VERDE

Gli italiani però confermano la loro passione per il verde, specie domestico: crescono gli acquisti

LICI VERDI

e gli investimenti per circondarsi di sempre più piante e fiori. Quello vegetale sta diventando così un elemento sempre più fondamentale per la quotidianità di tutti, che investe il settore di rinnovata fortuna e popolarità. Prova ne è anche la dimensione che il verde va via via assumendo anche come vero e proprio fenomeno urbano, sostenuto da nuove proposte, tecnologie: le realizzazioni immobiliari contemplano quote di giardini, logge, terrazze, le amministrazioni pubbliche investono in città più verdi, e, di conseguenza, più sostenibili. Un *green trend* contagioso in un mercato che modifica i concetti di agricoltura urbana e hobby garden, dove benessere, salute, sostenibilità, richiamo ecologista, rimedio allo stress cittadino e gratificazione personale sembrano essere le leve su cui si poggia la crescita di questo mercato. Tendenze che, soprattutto, ben si sposano con Millennials e Generazione Z, coinvolgendo in questo universo fasce d'età fino a poco fa escluse dal panorama e che negli USA valgono già quasi il 30% del mercato complessivo.

I DATI

- **10 milioni** di appassionati nel 2012
- **19 milioni** di pollici verdi nel 2020
- **Un terzo** della popolazione in Italia nel 2021 considerava già terrazzi, orti, balconi, terrazzi e giardini la "stanza in più"
- **200%** di vendite in più nel 2022 per elementi d'arredo da giardino

I RISCHI DELLA CRISI

Questa nuova forte propensione degli italiani al panorama del verde rischia però di non compensare la forte pressione che quadro inflattivo, costi energetici e incertezze politiche a livello internazionale stanno esercitando sul settore. Questa complessa situazione generale si è infatti tradotta in una contrazione delle produzioni, aumento dei prezzi, mancata programmazione, frenata degli scambi internazionali: tutti fattori che concorrono a rallentare e indebolire la filiera tutta, dalla produzione alla distribuzione, dal commercio agli operatori del verde, fino alla progettazione per privati e pubblici.
Nel primo semestre del 2022 l'export del comparto segna un incremento del 9% sul medesimo periodo del 2021, mentre l'import arriva a toccare quota +60%: uno squilibrio tra entrate e uscite che rischia di compromettere il saldo della bilancia commerciale di fine anno. È proprio alla luce di questi dati, così, che le associazioni e le rappresentanze di categoria stanno lanciando appelli alla politica e alle istituzioni.

DAL NUOVO CONTINENTE

Il grande periodo di incertezza e, soprattutto, di perdita d'acquisto che sta investendo un po' tutto il mondo, non sembrerebbe fermare una propensione di spesa in crescita per il verde. A rivelarlo è la ricerca Grownomic Reporto 2022-23, e il fenomeno interesserebbe gli americani dai 25 anni in su. Sempre maggiori investimenti negli USA anche da parte dei produttori, che stanno concentrando le energie nello sperimentare nuove soluzioni in grado di garantire resilienza alla carenza di acqua, mantenendo una persistente bellezza delle piante. Una logica secondo la quale sarebbero le piante xerofile, resistenti ai periodi siccitosi, a diffondersi sempre di più, proprio a causa dei cambiamenti climatici.

UN ORTO IN GIARDINO

Sempre più diffusa e condivisa l'esigenza di creare micro-produzioni: da qui prende piede un fenomeno tutto britannico, che però ha fatto il giro del globo in poco tempo. Piante da frutto, aromatiche e verdure con una sempre crescente attenzione per vegetali biologici e prodotti bio per l'allestimento, la cura, il nutrimento e la manutenzione di questi spazi. Gli spazi più minuti si prestano così a mini-serre od orti rialzati, quelli più estesi fanno invece largo a progetti più ambiziosi, anche per le attrezzature e gli utensili impiegati che sempre più si avvicinano agli stessi usati dai professionisti, prediligendo fonti di alimentazione pulite.

Rudbekia in un giardino, una delle piante del 2023 per il National Garden Bureau.

I TREND PASSATI IN RASSEGNA

L'ultima edizione di Myplant ha poi dato modo di toccare con mano quelli che si sono poi affermati come trend di successo lungo tutto il resto dell'anno: teche, terrari e microcosmi vegetali, piante xerofile, funghi e alghe, come il marimo, succulente, piante a foglia variegata, erbe officinali. Tra i grand ritorni anche gli alberelli da frutto, specialmente agrumi, con tocchi freschi e del tutto nuovi sul mercato italiano come i kumquat e il calamondino, ornamentali e ricchi di vitamine. Orchidea, celosia, amaryllis, rudbeckia e spirea incoronate piante del nuovo anno, secondo il National Garden Bureau statunitense. Per i progetti a cornice delle specie più richieste, poi, l'estetica si fa sempre più curata, trasformando gli esemplari vegetali in elementi di arredo, con materiali quanto più possibile sostenibili, di riuso, di fibre vegetali o riciclabili. Di origine naturale anche terricci, concimi e sementi, in un'ottica di profonda attenzione alle tematiche ambientali che si conferma, con ancora più insistenza, tra i motori trainanti anche del 2023.

Albero da frutto di calamondino.

CONNECTING GARDENS

La progressiva riscoperta degli spazi esterni passa anche attraverso una personalizzazione degli stessi, fatta di scelte di design specifiche e, soprattutto, nel segno della connessione: con la natura e l'ambiente, con amici e parenti, oltre che con sé stessi. I danesi parlerebbero di *"hygge"*, il sostantivo usato per indicare quel senso di intimità e comfort da ritrovare, o creare, nel proprio ambiente.