

## Un 2021 dedicato alla cura dei fiori



Prima del lockdown dello scorso anno, il settore del florovivaismo viaggiava a gonfie vele. Secondo i dati raccolti da Myplant & garden, nel 2019 il giardinaggio italiano registrava 2,863miliardi di euro di controvalore nelle vendite, con esportazioni cresciute del 7,6%. Il lockdown di marzo e aprile del 2020 ha messo in ginocchio il settore, che a metà febbraio ben prometteva dato il clima mite e la buona intensità luminosa. Il mancato svolgimento di Myplant & garden ha impedito la commercializzazione di prodotti e servizi nella stagione più ricca, in cui le imprese registrano tra il 60 e l'80% del fatturato annuo. Il primo lockdown ha danneggiato il settore, ma l'obbligo forzato degli italiani di restare in casa ha portato a un aumento delle ore dedicate al giardinaggio o ad approcciarsi per la prima volta a questa passione. Maggio, giugno e luglio hanno registrato un record di vendite. La sfida del mercato del giardinaggio per il 2021 è quella di riuscire a sfruttare la nuova domanda di gardening (fonte: **Green retail**). Dalle ricerche di Gfk, nei primi 9 mesi dello scorso anno il 42% degli italiani ha dichiarato di dedicare molto tempo al giardinaggio, mentre prima del Covid era solo il 35%. I dati esaminati evidenziano che nel 2020 il giardinaggio ha rappresentato il 12,1% delle vendite dei centri brico, con un fatturato di circa 419 milioni di euro e con un incremento del 3,7% rispetto ai primi 9 mesi del 2019. Anche l'Osservatorio "The world after lockdown" di **Nomisma**, che ha indagato le aspettative del periodo post-Coronavirus, ha delineato che i green lover nel 2020 in Italia sono stati 19 milioni (il 39% della popolazione), 3 milioni in più rispetto all'anno precedente.