

Produzione **Studi & Ricerche**

DI FERDINANDO CRESPI

# G8: il settore **gardening** e **outdoor living** nel 2015

In base ai dati dell'Osservatorio SUN, nel 2015 segnerà + 33% dal 2005. In particolare nel 2010 le spese per il gardening e l'outdoor living ha rappresentato nei Paesi del G8, oltre il 16% del totale delle spese per la casa e il giardino.

Il settore gardening e outdoor living in Canada, Germania, Giappone, Gran Bretagna, Italia, Russia e USA dal 2005 al 2010 è cresciuto mediamente del 2.11% all'anno.

Nel 2010 ha raggiunto il valore di 108.5 miliardi di dollari USA, segnando un incremento del 3.3% sul 2009. Un segnale positivo dopo un'annata estremamente difficile.

Andando a scorrere l'andamento degli ultimi anni, infatti, si nota come nel 2007 il comparto avesse segnato la propria migliore performance - in un panorama comunque confortante di indici di crescita - con un incremen-

to dell'8% sull'anno precedente, mentre nel 2009 - l'anno 'nero' del settore nella serie storica 2005-2010 - avesse perso il 9.7% sul 2008. La reazione, dunque, c'è stata.

Secondo i dati del 2010, il gardening e outdoor living ha rappresentato 16.1% del totale delle spese per la casa e il giardino sostenute nei Paesi del G8 (672 miliardi di USD). La fetta più grossa della spesa, come solitamente accade, è stata presidiata dagli investimenti per il mantenimento e la ristrutturazione degli immobili, mentre l'acquisto di articoli per la casa ha interessato il 33% del totale.

## La previsione al 2015

Guardando oltre - secondo le previsioni dell'Osservatorio SUN, il Salone internazionale dell'esterno (Rimini Fiera, 20-22 ottobre 2011) - l'aspettativa per il settore è di crescita. I rilevamenti effettuati proiettano questo incremento (dal 2010 al 2015) a una quota di valore di 130.6 miliardi di USD, pari a un +3.78%.

Il che equivale a uno sviluppo del 33.7% dal 2005 e del 20.4% dal 2010. Si tratta, in percentuale, della voce con la migliore performance di crescita del comparto casa nel suo complesso.

Nell'outlook 2015, il segmento gardening e outdoor living dovrebbe quindi raggiungere il 16.8% della macro-voce rispetto al 16.1% del 2010, erodendo quote di mercato agli investimenti per il mantenimento e la ristrutturazione degli immobili, che si



attesterebbero al 50% (dal 50.5% del 2010, aumentando il volume di fatturato da 339 a 389 miliardi di USD), e alla quota di investimenti per gli articoli per la casa, che si assesterebbe al 33.2% del totale (in valore: 258 miliardi di USD).

### G8, mondo e Belpaese

Sempre secondo i rilevamenti diffusi dal SUN di Rimini, le previsioni del

mercato mondiale del segmento gardening e outdoor living indicano che nel 2013 (la proiezione più distante disponibile al momento) sarà raggiunto il valore di 183.1 miliardi di USD, grazie a una crescita di oltre 9 punti sui valori del 2008 (167.5 miliardi di USD). In questo mercato, l'Europa vale circa il 40% del totale, con Germania, Francia, Gran Bretagna e Italia ai primi 4 posti.

A proposito di Italia, nel 2010 il comparto gardening e outdoor living ha raggiunto quota 4.350 milioni di Euro, con un trend di crescita medio dello 0.8 nell'asse temporale 2008-2013. Il mercato italiano del gardening e outdoor living, nel 2010, valeva sostanzialmente il 4% di quello del G8 e il 9.5% circa di quello europeo. Un po' meno della metà di quello tedesco, a ridosso di quello britan-

## MERCATO GARDENING E OUTDOOR LIVING NEL G8

Anno	Valore (miliardi di USD)	% crescita
2005	97.7	
2006	102.5	4.9
2007	110.7	8
2008	116.4	5.1
2009	105	-9.7
2010	108	3.3
<b>% crescita media 2005/2010</b>		<b>2.11</b>

### 2010: QUOTE VOCI DI SPESA SEGMENTO HOME&GARDEN PRODUCTS NEL G8

Gardening & outdoor living	16.1%
Mantenimento e ristrutturazione	50.5%
Articoli per la casa	33.3%

### 2010: VALORE SPESA SEGMENTO HOME&GARDEN PRODUCTS (MILIARDI DI USD) NEL G8

Gardening & outdoor living	108.5
Mantenimento e ristrutturazione	339.5
Articoli per la casa	224.1
<b>Totale</b>	<b>672</b>

### 2015: VALORE SPESA SEGMENTO HOME&GARDEN PRODUCTS (MILIARDI DI USD) NEL G8

Gardening & outdoor living	130.6
Mantenimento e ristrutturazione	389.5
Articoli per la casa	258.1
<b>Totale</b>	<b>778.2</b>



Le previsioni del mercato mondiale del segmento gardening e outdoor living indicano che nel 2013 (la proiezione più distante disponibile al momento) sarà raggiunto il valore di 183.1 miliardi di USD, grazie a una crescita di oltre 9 punti sui valori del 2008.



nico (che si assestava al 10% circa a livello continentale) e a qualche lunghezza dal mercato francese (oscillante tra il 13 e il 15%). Secondo l'Osservatorio SUN, la posizione italiana potrà rafforzarsi a livello europeo, G8 e mondo, giacché i margini di incremento ci sono. Se mercati storici - quali la Germania - risultano inarrivabili nei prossimi decenni, tuttavia alcuni elementi sembrano dare al Belpaese buone chance di crescita. Per il settore gardening si è visto

&gt;&gt;&gt;

Produzione **Studi & Ricerche****2015: PREVISIONE VALORE SPESA SETTORE GARDENING E OUTDOOR LIVING NEL G8**

Anno	Valore (miliardi di USD)	% crescita
2010	108.5	
2011	110.7	2
2012	114.6	3.5
2013	119.6	4.3
2014	125	4.6
2015	130.6	4.5
<b>% crescita media 2010/2015</b>		<b>3.78</b>

**2015: QUOTE VOCI DI SPESA SEGMENTO HOME&GARDEN PRODUCTS NEL G8**

Gardening & outdoor living	16.8%
Mantenimento e ristrutturazione	50%
Articoli per la casa	33.2%

**LA SEGMENTAZIONE DEL MERCATO ITALIANO**

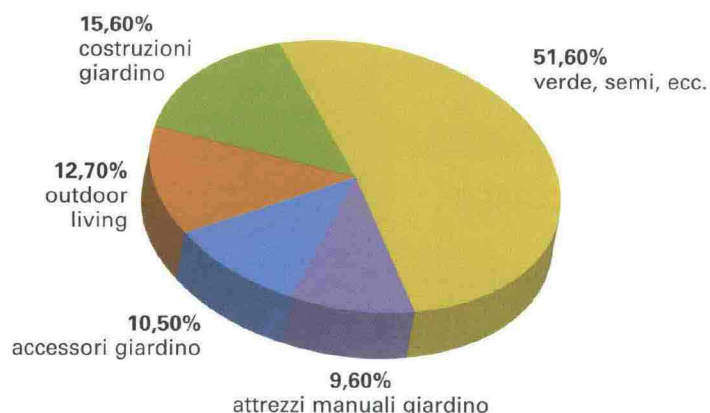
**Il verde vivo** (piante, semi, arbusti, alberi, fiori, bulbi, compost, fertilizzanti domestici ecc.) ammonta al 51.6% (3.2 miliardi di dollari) del valore totale.

**Le costruzioni da giardino** (serre, pergole, tendaggi, schermature, gazebo, pavimenti ecc.) sono al 15.6% del totale.

**Gli arredi e accessori outdoor** sono al 12.7% (bbq, arredi, ornamenti, ombrelloni, e accessori di vario genere).

Ci sono poi le **attrezzature del verde**, quali tubi, canne, annaffiatori, accessori vari, al 10.5% e gli utensili monitorati, che consistono in attrezzi manuali ed elettrici per la cura del verde: 9.6% del totale.

ITALIA: SEGMENTAZIONE MERCATO OUTDOOR LIVING E GARDENING anno 2008



“

Il trend del mercato dell'outdoor living si è dimostrato significativamente positivo, spinto dal fatto di essere ancora un settore giovane in grado di sfornare continuamente nuove idee, di forte impronta 'eco' e interessato da un'attenzione mediatica crescente e da un certo lifestyle.

”

un 'ritorno alla terra', alimentato da un accresciuto impulso decorativo, da moda, necessità o trend culturale, vero e proprio, in un'ottica sempre più 'green'. Il trend del mercato dell'outdoor living, se pur non eclatante, si è dimostrato significativamente positivo, spinto dal fatto di essere ancora un settore giovane in grado di sfornare continuamente nuove idee, di forte impronta 'eco' e interessato da un'attenzione mediatica crescente e da un certo lifestyle. Tornando al capitolo G8, la crescita del comparto prevista per il 2015 - +20% sul 2010 e +33% abbondante sul 2005 - è, sarebbe, davvero notevole, sia dal punto di vista economico sia, non meno importante, dal punto di vista dell'analisi dei costumi e non solo, finalmente, dei consumi.

Se la previsione è surrogata da analisi, confronti e ricerche dettagliate, tuttavia rimane pur sempre un'anticipazione, una prospettiva e un'attesa. Il consolidato degli anni pregressi si fonda su dati certi e, da solo, permette di guardare al futuro del comparto con un sorriso. E non è poco. ■