

## ULTIM'ORA primo piano/3

Un breve giro tra i numeri (fatturati, andamenti, tendenze e previsioni) dei più significativi mercati europei. Così, scopriamo che il giardinaggio è sempre più uno stile di vita e sempre meno un semplice hobby. Lo confermano i dati

A CURA DI FILIPPO TERRAGNI  
HA COLLABORATO FERDINANDO CRESPI  
DATI OSSERVATORIO SUN  
IN ESCLUSIVA PER GREEN UP

# La crisi fa crescere il mercato (garden)

**P**iù 10%: il mercato del garden inglese nel 2009 ha raggiunto la quota di 4,4 miliardi di euro, contro i 4 del 2008. Gli estensori della ricerca individuano come chiave decisiva di questo trend ascendente l'attuale crisi economica.

Il clima di austerità che ha colpito e colpirà la popolazione inglese, ne ha sollecitato l'ingegno: il garden, tradizionale passatempo, è diventata per sempre più sudditi di Sua Maestà un'attività essenziale e non più complementare nell'arco delle stagioni. Inoltre, oltre a produrre cibo – riassunto dall'ormai popolarissimo slogan "grow your own" – per moltissimi proprietari di giardini il loro spazio verde è diventato un'ottima, e sempre migliorabile, alternativa alle vacanze fuori casa.

Gli analisti britannici ritengono che la crisi stia avendo un profondo impatto psicologico su consumato-

ri, le cui abitudini spesa verso il "frivolo" sono in netto calo, a favore di un consumo più misurato, utile e di grande soddisfazione personale.

**Inoltre, i garden center stanno diventando il motore di un cambiamento** forte delle abitudini familiari inglesi: **alla gita fuoriporta spesso si sostituisce la visita al garden center** sempre più attrezzato in termini di aree giochi per i piccoli, aree ristorazione, gift areas dove trovare il regalo giusto in ogni momento.

## INGHILTERRA, VOLA L'ON-LINE

Una recente ricerca relativa al mercato telematico britannico 2010-2014 dei prodotti per il giardino sostiene che **il mercato on-line del settore nel 2014 raggiungerà la cifra di 350 milioni di euro**. Si tratta di un sostanziale raddoppio rispetto alle cifre attuali del mercato inglese, quantificato in 187 milioni di euro, e, secondo i risultati della ricerca, aumentato di quasi il 30% in un solo anno.

I livelli di crescita dell'on-line gardening inglese sono davvero notevoli e hanno goduto nell'ultimo quinquennio di un vero e proprio boom. **Nel 2009 il 70% dei proprietari di case in Inghilterra avevano un accesso a Internet**, il 28% in più rispetto al 2006. La nota cu-

### GLI USA CRESCONO

**18 miliardi di euro è il valore del mercato delle attrezzature e strumenti per il giardino e il verde negli Usa.**

Dopo una crescita del 4-5% annui nel biennio 2003-2004, il mercato aveva subito un rallentamento. Gli ultimi rilevamenti sembrano essere confortanti nonostante la crisi durissima di questo periodo.

La crescita annuale prevista fino al 2014 si attesta ragionevolmente intorno all'1-2% rispetto ai valori del 2010, per arrivare alla cifra di 19,5 miliardi di euro (2010: +0.5; 2011: +1.5; 2012: +2.1; 2013: +1.6; 2014: +1.4).



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



riosa è che gran parte degli acquirenti on-line è di età avanzata.

Diverso il discorso per il DIY inglese. I 9,7 miliardi di euro di valore nel 2009 equivalgono al -3,1 sull'anno precedente. La crisi economica e il mercato immobiliare decisamente depresso hanno frenato lo sviluppo del comparto i cui punti vendita, tuttavia, grazie a un'apertura sempre più diffusa e convinta di aree di vendita di prodotti per il giardino, stanno reggendo il momento di crisi.

## GERMANIA, CUORE VERDE D'EUROPA

**Il più grande mercato continentale dei prodotti da giardino** (14,9 miliardi di euro nel 2008), pur soffrendo la crisi come tutti in ogni parte del mondo, **crecerà fino a raggiungere quota 15,7 miliardi di euro nel 2013. Alcuni numeri decisivi per il mercato tedesco:** 82 milioni di abitanti, 20 milioni con un giardino di proprietà, il 57% delle case ha un giardino, 3 milioni di iscritti a 15mila so-

### ALCUNI NUMERI

**4,4** miliardi di euro vale il mercato del garden inglese (dato 2009)

**350** milioni di euro il valore che raggiungerà il mercato on line in Inghilterra entro il 2014

**9,3** miliardi di euro il mercato DIY in Inghilterra

**15,7** miliardi di euro il giro d'affari del mercato garden tedesco entro il 2013

**57%** la quota di case tedesche con annesso un giardino

**650** milioni di euro il giro d'affari registrato dalla catena di garden Dehner nel 2009

**1,6** miliardi di euro il giro d'affari di Obi per quanto riguarda i soli prodotti garden

**18** miliardi di euro il valore del mercato delle attrezzature e degli strumenti garden negli Usa

### IN PICCHIATA IL DIY RUSSO

Il crollo del mercato immobiliare russo e il sempre più ridotto potere di acquisto delle famiglie hanno penalizzato un settore tradizionalmente stabile o crescente nei periodi di crisi.

**Oltre 30 store di catene DIY russe di primo piano hanno chiuso i battenti di recente.**

Solo i grandi marchi internazionali sembrano aver tenuto (Obi, K-Rauta, Castorama, Leroy Merlin). Infoline, un'agenzia di ricerca russa, ha valutato il mercato DIY russo in 16 miliardi di euro.

cietà/accademie di giardinaggio, il 25% della popolazione nel 2008 era di cinquantenni (i best ager), con tempo e denaro da dedicare al verde (la previsione è che diventino 5,5 milioni i best ager nel 2018), l'on-line garden market vale nel 2010 1,6 milioni di euro (erano 605 solo nel 2008).

**Il mercato del garden gode di una buona presenza nei centri DIY** (Praktiker, Toom, Hornbach, Hagebau e altri). **Solo Dehner, la più grande catena di garden center tedesca con circa 100 punti vendita in Germania, ha generato un fatturato di 650 milioni di euro nel 2008.**

**La catena Obi, con 330 store in Germania, ha dichiarato un giro di affari riferito al garden di 1,6 miliardi di euro.**

La tendenza alla costruzione di abitazioni più piccole con aree verdi ridotte rispetto alla tradizione non inficia una presenza di spazi green ben oltre la media europea: i giardini fino a 99 metri quadrati sono il 17,1%; tra i 100 e i 299 sono i 33,4%; dai 300 ai 499, il 26,4%; oltre i 500 mq: il 21,6% del totale.

Trend quali 'outdoor homing', 'urban gardening', 'grow your own' and 'green design' saranno nei prossimi anni lo stimolo per questo mercato.



### GLI OLANDESI NON SI SMENTISCONO

Gli olandesi **spendono 4 miliardi di euro all'anno per i prodotti da giardino**, nonostante la crisi. Se il verde vivo e i prodotti per la semina costituiscono la gran parte del mercato, tuttavia anche gli arredi e accessori per l'aria aperta stanno vivendo una stagione di segno positivo.