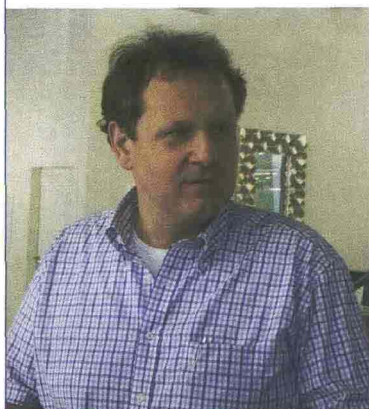


DISTRIBUZIONE garden

Due piani, 3.500 metri quadrati e 384 pagine di catalogo. Così si presenta Rauch Garden Home, un negozio dedicato all'outdoor (e non solo). Per arredare la nuova "stanza giardino". In un mercato in continua crescita

COLLOQUIO CON EGON RAUCH DI FRANCESCO TOZZI, GRAZIE ALLA COLLABORAZIONE DI EOS, ORGANIZZAZIONE EXPORT DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI BOLZANO DATI E TENDENZE DELL'OSSERVATORIO SUN, SALONE INTERNAZIONALE DELL'OUTDOOR



Egon Rauch, titolare del punto vendita Rauch Garden Home.

Rigore per l'esterno

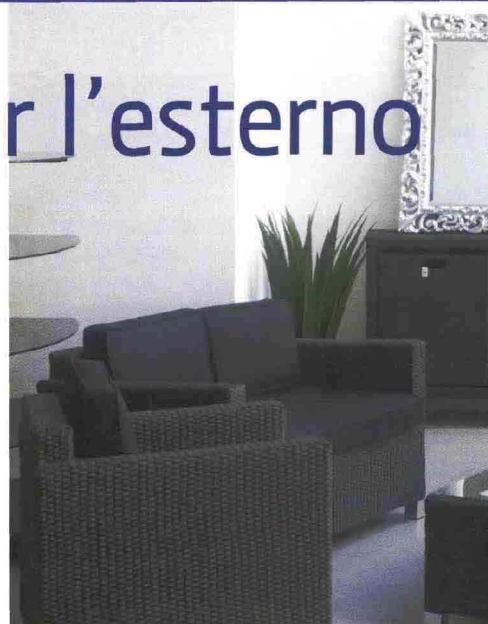
Dagli ultimi dati resi noti dall'osservatorio (sempre attento!) del Sun, Salone internazionale dell'outdoor, i garden center rappresentano il 19% della distribuzione di prodotti per l'esterno (non verde vivo) sono in crescita negli ultimi anni.

L'ammontare complessivo del mercato outdoor italiano è, a valore di vendita, del 28,7% del mercato complessivo dell'outdoor living e gardening tricolore, quindi 1,2 miliardi di euro (verde vivo escluso), su complessivi 4,25. Se aggiungiamo anche le attrezzature del verde, quali tubi, canne, annaffiatori, accessori vari, dobbiamo aggiungere altri 425 milioni di euro. E la stima per il 2010 è in crescita, almeno fino al 2013.

UNO DEI POCCHI IN ITALIA

È bene, questo mercato ha registrato una crescita media annua di 3,7 punti percentuali nell'arco temporale che va dal 2004 al 2008, con un picco di crescita nel 2006 (+4,8%, corrispondente a 5,9 miliardi di dollari di controvalore) e un rallentamento (+2,7%) a ridosso della crisi economico-finanziaria iniziata nel 2008. Insomma, un mercato in salute e lo ha capito bene Egon Rauch, imprenditore di Merano (Bolzano) che è alla guida del punto vendita Rauch Garden Home, dedicato, guarda caso, all'outdoor living.

Più di 3mila metri quadrati di superficie disposti su due differenti piani e un'offerta merceologica



logica che spazia dagli arredi classici a quelli moderni, dai mobili di avanguardia a quelli evergreen ai barbecue, fino a tutti gli accessori per abbellire lo spazio esterno. Un'offerta che si concretizza in 384 pagine di catalogo.

«Da più di 60 anni lavoriamo come arredatori per giardini, sia per il cliente privato che per il settore alberghiero – ci dice Egon Rauch, titolare del punto vendita –. Siamo uno dei pochi punti vendita in Italia che è in grado di offrire una così ampia esposizione e un'ampiezza di gamma così vasta e dettagliata».

Di fatto è proprio così. Lo showroom Rauch Garden Home si sviluppa su due differenti piani e la struttura dell'edificio è stata pensata per garantire il massimo della luminosità e quindi una piacevole visita al cliente.

Gli spazi espositivi sono molto ampi e gli esempi d'arredo consentono al cliente di ripropor-



Gli ampi spazi della struttura.



Non mancano angoli dedicati ai barbecue. Qui i prodotti Weber.



re, nelle proprie abitazioni, angoli per fare del giardino una vera e propria stanza verde.

PIACE IL NATURALE

«La tendenza degli ultimi anni, per quanto riguarda i materiali, è quella dell'intrecciato: mobili con telai in alluminio e inserti in midollino e falso-midollino sono ancora quelli più richiesti, in quanto le aziende fornitrici sono

in grado di offrire un prodotto di qualità, ma con un buon prezzo.

Inoltre, c'è sempre più richiesta anche di arredi realizzati con materiali naturali, visto che il consumatore è sempre più attento alla salvaguardia dell'ambiente».

E questa è una tendenza che ci viene confermata anche dagli operatori del Sun. Cesce l'utilizzo di materiali naturali quali pietra e legno e la tendenza alla creazione di un angolo domestico, non più solo esterno, vissuto quale piccolo giardino domestico.

Negli anni anche la terra entrerà nelle case, con richiami in stile giapponese, con muschi, essenze, fiori e piante.

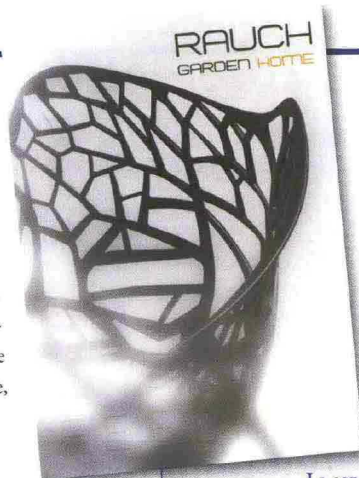
«E non si parla più solo di arredi da esterno e interno – conferma **Sergio Rossi, patron di Sun** –: l'arredo outdoor, è, ormai, arredo domestico. Nella continua ricerca di appagamento e di un vivere più sano, l'esterno si unisce al

l'interno, i dehors prolungano camere e soggiorni, il verde e l'aria aperta entrano nelle case e divengono più fruibili anche in città, il fuori non è più idealmente separato dal dentro, ma con questo diventa un unico, grande e godibile spazio vitale per soggiornare, lavorare, giocare, rilassarsi».

OLTRE LA CRISI

E in questo periodo di crisi economica, in cui credevamo che anche il settore del garden potesse risentirne in misura considerevole, il mercato dell'outdoor non sembra registrare segni di cedimento. E la conferma arriva proprio da Rauch: «**Ogni crisi per il nostro settore è una chance**, in quanto il cliente invece di spendere qualche soldo in più per una vacanza, decide di investire nella propria abitazione e, perché no, realizzare una stanza in giardino». Insomma, niente crisi per l'outdoor, sia mondiale che nazionale.

Il mercato mondiale dell'outdoor, living & gardening è cresciuto del 2,6% nel 2008 e ha raggiunto il valore di 167,5 miliardi di dollari, pari a 114 miliardi e 150 milioni di euro. **Le previsioni per il 2013 parlano di una crescita del 9,3% sui valori del 2008, per arrivare a 183,1 miliardi di dollari.** Il verde vivo ha costituito la parte più ricca del mercato mondiale, generando nel 2008 il 57,7% del mercato nel suo complesso. E l'Europa vale 39,3% (66 miliardi di dollari circa) del mercato mondiale dell'outdoor, living & gardening. Quindi, perché non investire?



La copertina del catalogo.



Il negozio offre anche tutta una serie di prodotti per abbellire sia gli spazi esterni che interni.

