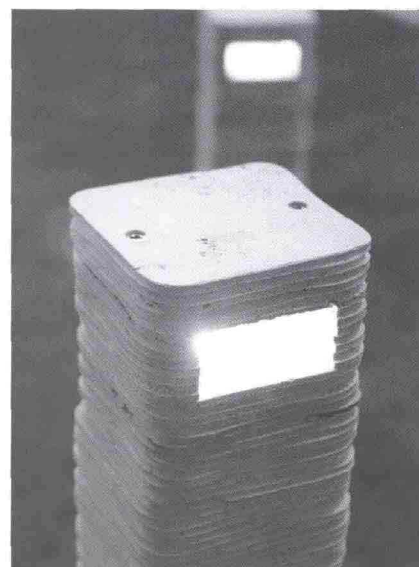
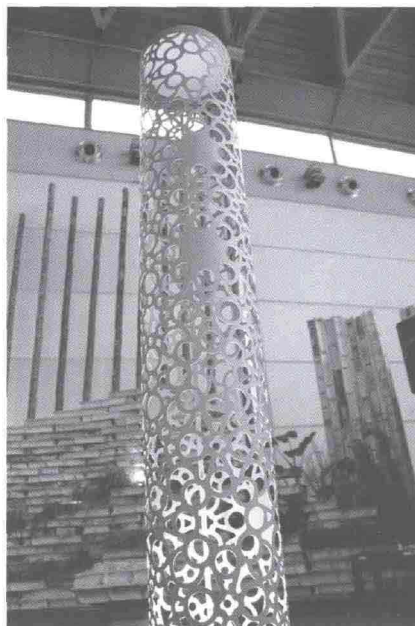


SUN 2011 - OUTDOOR LIVING: cresce il mercato italiano

Oltre 1 miliardo e 230 milioni di Euro il valore economico dell'Outdoor Living italiano che, sommato al gardening, raggiunge i 4 miliardi e 350 milioni



1.231 milioni di Euro: questo è il peso economico dell'Outdoor Living italiano nel 2010 secondo le stime dell'Osservatorio del SUN, il Salone Internazionale dell'Esterno. Un valore che sommato al settore Gardening raggiunge i 4.350 milioni di Euro. Il precedente rilevamento complessivo Living&Gardening, relativo al 2008, aveva toccato - in un trend di costante crescita - quota 4.250 milioni di Euro. Si tratta di uno sviluppo non clamoroso in assoluto, ma significativo se rapportato ad altre abitudini e comportamenti di spesa degli italiani, propensione all'acqui-

sto di mobili per interni (in difficoltà) compresa.

"Notiamo - afferma Sergio Rossi, AD di Fiere e Comunicazioni -, che in questa macrovoce, anche il mercato più vicino ai contenu-

ti espositivi e culturali del nostro Salone è in crescita: nel 2008, il valore di mercato degli arredi e attrezzature per l'esterno era 1.202 milioni di Euro. Oggi, 2 anni dopo, è stata raggiunta la quota di 1.231 milioni, passando per i 1.217 del 2009. Una trentina di milioni in più rispetto al 2008. Lentamente, e nonostante la crisi generale, quindi, cresce".

"Siamo davvero soddisfatti di questi numeri - continua Sergio Rossi - perché testimoniano la vitalità di un mercato giovane, in

costante evoluzione e l'interesse di un consumatore finale sempre più attento ai propri spazi esterni.

"Le voci che più ci interessano riguardano le costruzioni da giardino (serre, pergole, tendaggi, schermature, gazebo, pavimenti ecc.), che costituiscono il 15.6% del totale living & gardening e, naturalmente, gli arredi e accessori outdoor, che costituiscono quasi il 13% del complessivo living & gardening". In questa categoria sono compresi bbq, arredi, ornamenti, ombrelloni, e accessori di vario genere.

"Molto significativa – spiega Sergio Rossi – è la quota di mercato sempre maggiore del contract/hospitality: il canale è in costante sviluppo, e il 35% di arredi, accessori e strutture per esterno sono destinati proprio a queste grandi forniture".

Non a caso, SUN 2011 proporrà il percorso tematico chiamato SUN_Contract, dove gli operatori troveranno l'offerta più completa e anche glamour di prodotti, in grado di presentare all'esterno delle proprie strutture uno stile e un comfort di alto livello, sulla scia dell'interior.

"Nel settore dei locali pubblici – conclude Sergio Rossi – l'esterno è ormai il biglietto da visita dell'interno da un lato, e dall'altro risponde a un desiderio di outdoor divenuto ormai lifestyle, in grado, quindi, di condizionare, guidare e orientare il mercato.

"Nel residenziale, lo spazio esterno è parte sempre più integrante della costruzione di atmosfera tipica dell'interior. Il plein air è sempre più area di relazione, arricchita da

migrazioni di arredi indoor/outdoor e polifunzionalità di ambienti flessibili".

Una polifunzionalità garantita anche dal comparto delle coperture solari, che a ottobre 2011 troverà la propria espressione più completa con l'altra rassegna internazionale attigua e contemporanea a SUN: Tende e Tecnica, la biennale internazionale delle tende, schermature, tessuti e risparmio energetico giunta alla 6^a edizione e da un paio di edizioni riconosciuta come la seconda manifestazione al mondo del comparto. Si tratta di un insieme espositivo incredibilmente vasto e importante che copre a 360° il mondo dell'Outdoor, sviluppato in 16 padiglioni, 120mila mq e un migliaio di espositori attesi.

"Trasversali e comuni ai grandi temi e contenuti SUN e Tende e Tecnica sono le 3 dimensioni del comfort, dello spazio e dello stile di vita: temperatura, privacy, luminosità, estetica, funzionalità, nuovi spazi... si allarga lo spazio abitativo, che va dal dehors pubblico o privato agli spazi balneari, alle pensiline degli aeroporti, ai percorsi pedonali, agli stadi, alle nuove facciate, ai balconi e all'arredo urbano, alle strutture dell'accoglienza e ai centri sportivi e termali, agli hotel, resort, villaggi, residence, club, locali, campeggi ecc. Coperture da un lato e arredi dall'altro, con progettazione, finiture, accessori e corredi, permettono di vivere in maniera nuova e confortevole spazi altrimenti non utilizzati o valorizzati, pubblici, privati, condominiali, residenziali, dell'ospitalità".

Una kermesse di portata internazionale che, oltre a SUN_Contract, annovera altre novità: sempre in seno a SUN, vi sarà maggiore attenzione al segmento delle pavimentazio-

ni e dei camminamenti per l'esterno con OUT_Floor. All'offerta codificata di Tende e Tecnica si aggiungono 2 capitoli importanti: uno dedicato all'evoluzione delle coperture intese come Architetture Tessili (piccole e grandi coperture, tensostrutture, materiali architettonici plasmabili...), l'altro, chiamata Tessuti e Tendenze, dedicato a una selezione di tessuti, anche tecnici, per interni ed esterni. Nuovi orizzonti merceologici che trovano la loro ideale collocazione nella continuità ideale e fisica dell'esposizione delle due kermesse. Merita un accenno anche Giosun, l'appuntamento imprescindibile per il mercato internazionale del gioco, dello svago e dell'apprendimento all'aria aperta giunto alla 26^a edizione e in grado di calamitare l'attenzione di produttori e licensori internazionali da un lato e di tutti gli operatori, pubblici e privati, della filiera del gioco all'aria aperta, che va dai negozianti alle PPAA, dai progettisti al mondo dell'hôtellerie, gli stabilimenti balneari ecc.

20-22 ottobre, Fiera di Rimini: SUN, il Salone Internazionale dell'Esterno, ha chiuso l'edizione 2010 con +12% di superficie espositiva occupata, +18% la percentuale di crescita del numero degli espositori, 25.000 visitatori (25.117, +4%), con un sensibile aumento degli esteri (+31%, da 56 Paesi)

T&T, Biennale Internazionale, ha chiuso l'edizione 2009 registrando oltre 10.000 ingressi, +17% di visitatori complessivi, di cui +4% provenienti dall'estero (con un aumento dei paesi di provenienza del 13%).

www.sungiosun.it – www.tendeetecnica.it