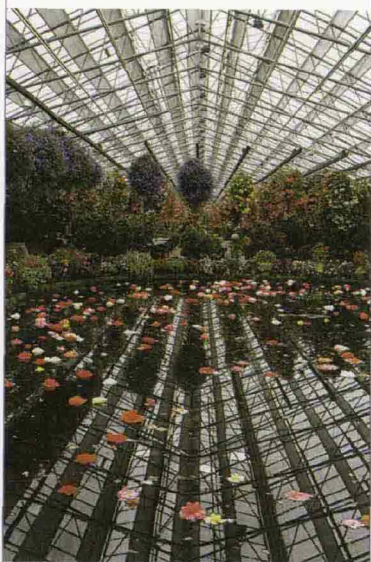


ULTIM'ORA MONITORAGGIO DISTRIBUZIONE/2

Il mercato dei consumatori del garden è ormai maturo per accogliere moderne iniziative commerciali. Lo testimoniano gli esempi di **Viridea** e Botanic. Basterebbe un maggiore spirito imprenditoriale

DI MAURO MILANI



Crescono le metrature medie dei pdv del nord, passando dai 2.500 del 2007 ai 3mila del 2008.

Il canale tradizionale potrebbe trovare nuovi stimoli con l'apertura di nuovi e innovativi garden.



In attesa di nuovi negozi

Come per il bricolage anche per la distribuzione moderna e strutturata del mercato del giardinaggio non possiamo rilevare grandi mutamenti dai dati registrati dallo scorso monitoraggio e relativi al 2007. Il comparto dei prodotti per il giardino probabilmente ha sofferto ancora di più del bricolage in questo 2008, perché alla crisi economica generale ha dovuto subire anche una condizione atmosferica assolutamente sfavorevole che si è concretizzata in una sostanziale assenza della stagione primaverile, tanto importante per le vendite nei diversi comparti che compongono l'articolato mercato del giardinaggio.

APERTURE CONTENUTE

A livello distributivo le nuove aperture sono state generalmente molto contenute. **Solo GreenHouse Italia ha visto crescere in maniera significativa il numero dei punti di vendita** compresi nella centrale d'acquisto. Infatti GreenHouse Italia è passata dai 54 garden del 2007 a 67 garden alla fine del 2008, con una crescita della superficie totale da 76 mila a 89 mila metri quadrati.

Come già segnalato nel monitoraggio dello scorso anno da Francesco Tozzi "in Italia stiamo ancora discutendo di cosa è, o non è, garden center" ed è probabilmente per questo motivo che la distribuzione di questo importante settore non riesce a decollare in maniera de-

finitiva. Esistono problemi legati alle normative, questa è una realtà, **tuttavia esperienze come quelle di Viridea e di Botanic testimoniano che il mercato dei consumatori è maturo** per accogliere e sostenere iniziative commerciali nel mondo del verde, moderne, strutturate e organizzate sulla base delle esigenze delle famiglie. Citiamo **Viridea** e Botanic perché in realtà sono le uniche due realtà del giardinaggio italiano che puntano e investono moltissimo sul loro marchio, sulla loro insegna, il che è un aspetto determinante per diventare un punto di riferimento per i consumatori.

PRIMATO DEL NORD

Nel mercato del giardinaggio la riconoscibilità dell'insegna ha un valore ancora maggiore rispetto ad altri mercati proprio perché, come di-

LE TENDENZE

- Sostanziale stabilità per quanto riguarda l'apertura di nuovi punti vendita.
- Il mercato del consumatore sembra essere maturo per accogliere moderne forme commerciali di distribuzione.
- Nel mercato del giardinaggio la riconoscibilità dell'insegna ha un valore molto più alto rispetto ad altri mercati.

DA APRILE

Per il prossimo aprile è prevista l'apertura del nuovo punto vendita della catena **Viridea**, che a oggi conta già sei negozi operanti tra Lombardia e Piemonte. Il nuovo garden center sarà ubicato nel comune di Torri di Quartesolo, nella provincia di Vicenza.



GARDEN CENTER E CENTRI DI GIARDINAGGIO

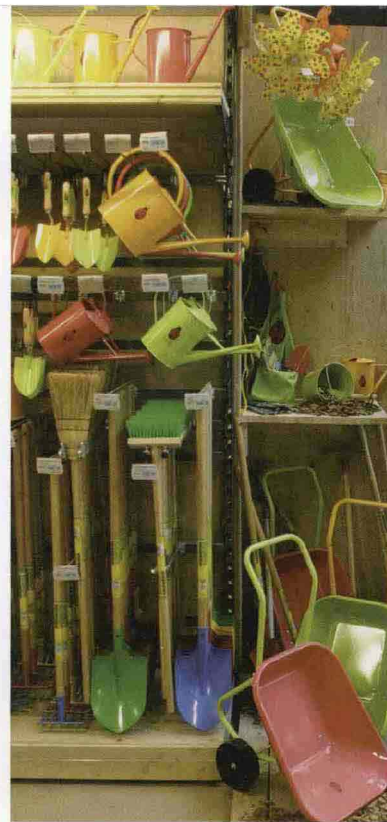
(dati aggiornati al 01-01-2009)

Marchio	Gruppo	Numero pdv	Superficie espositiva (mq)
Botanic (insegna)	Botanic	6	38.000
Garden Team	Consorzio Garden Team	16 (di cui 2 affiliati)	89.500
Giardiniera (insegna)	Giardiniera	3	Non dichiarata (n.d.)
Giardinia	Giardinia	21	80.000
GreenHouse Italia Centrale di Servizi	GreenHouse Italia	67	89.000
Viridea (insegna)	Viridea	6	38.900
Totale		119	335.400

SITUAZIONE DELLE AGGREGAZIONI GARDEN CENTER E CENTRI DI GIARDINAGGIO

(Totale numero dei punti di vendita e superfici espositive)

Marchio	Numero pdv	Numero insegne
Botanic	6	1
Garden Team	16	8
Giardiniera	3	1
Giardinia	21	21
GreenHouse Italia Centro di Servizi	67	66
Viridea	6	1



Il centro di giardinaggio è sempre più visitato anche dai più piccoli.



La serra calda, uno dei tipici reparti di un garden.

LE SUPERFICI

(classifica per superficie espositiva totale in mq)

Garden Team	89.500
GreenHouse Italia Centrale di Servizi	89.000
Giardinia	80.000
Viridea	38.900
Botanic	38.000
Giardiniera	Non dichiarata (n.d.)

LE SUPERFICI MEDIE

(classifica per rapporto mq/nr. di punti vendita)

Viridea	6.483
Botanic	6.333
Garden Team	5.593
Giardinia	3.809
GreenHouse Italia Centro di Servizi	1.328
Giardiniera	Non dichiarata (n.d.)

ceva Francesco Tozzi, non siamo ancora arrivati a definire un'identità precisa della distribuzione del settore: la parola garden center non è ancora un chiaro riferimento per il consumatore e il lavoro sull'insegna diventa determinante. Nel frattempo si conferma anche nel 2008 la tendenza verso una concentrazione dei garden center moderni e strutturati nelle regioni settentrionali, **con un trend significativo di crescita della metratura media dei punti vendita che è passata dai 2.500 metri quadrati del 2007 a circa 3mila metri quadrati al dicembre 2008.** Questo non sempre significa che i garden hanno proposto una maggiore declinazione e profondità dei prodotti per il giardino, perché continua la tendenza a dedicare spazio al settore della decorazione, del decoupage e dell'arredamento etnico.