

OSSERVATORIO The World After Lockdown

A CURA DI NOMISMA

Focus Gardening:

In Collaborazione con Passione In Verde/Edagricole

Promosso da Ital-Agro

CRESCE LA QUOTA DI GREEN LOVERS ITALIANI: POST LOCKDOWN SONO 19 MILIONI

Boom di acquisti gardening online: il 34% acquistava già su internet e il 28% incrementerà nel 2021

È quanto emerge dall'indagine per Passione in Verde e Ital-Agro nell'ambito dell'Osservatorio "The World After Lockdown" curato da Nomisma

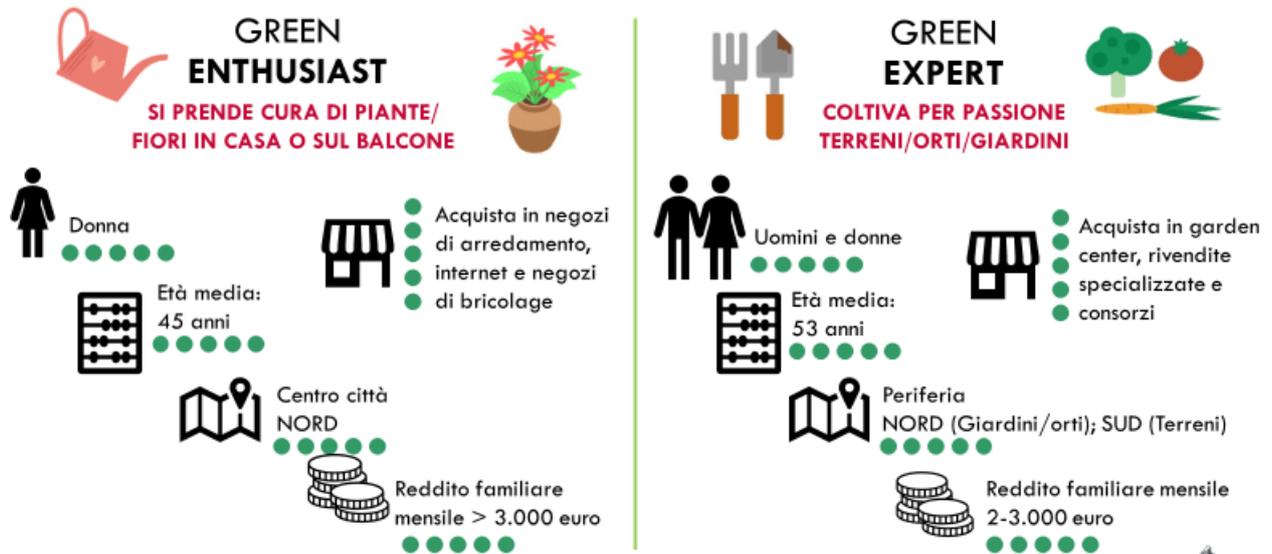
COMUNICATO STAMPA

Bologna, luglio 2020 – È cresciuta durante il lockdown la passione degli italiani per il verde. **Se nel 2019 i green lovers erano 16 milioni (pari al 32% della popolazione), oggi post lockdown se ne contano 19 milioni (39% della popolazione).** A dirlo è l'ultima indagine dell'Osservatorio "The World After LOCKDOWN" di **Nomisma** che indaga in maniera continuativa abitudini, stati d'animo, consumi e aspettative relative al post Coronavirus su un campione di 1.000 italiani responsabili degli acquisti (18-65 anni). L'ultimo approfondimento è stato realizzato ad hoc per **Passione in Verde e Ital-Agro**.

L'identikit dei green lovers...

C'è chi si prende cura per passione o passatempo di terreni, orti e giardini (**green-expert, 12 milioni di italiani nel 2019**) e chi si dedica a piante e fiori in casa o sul balcone (**green-enthusiast, 14 milioni di italiani nel 2019**). Mentre nel primo caso si tratta di persone con un'età media di 53 anni che abitano nelle periferie del Nord (nel caso dei giardini) e del Sud (perlopiù terreni e orti), il fenomeno dei green enthusiasts coinvolge principalmente le donne con un'età media di 45 anni, che vivono in centro città. Profili diversi, canali di acquisto altrettanto diversi: se i green enthusiasts acquistano prodotti per il giardinaggio soprattutto in negozi di arredamento, di fai da te/bricolage e su internet, i green experts hanno come principali canali di riferimento i garden center, le rivendite specializzate e i consorzi.

IDENTIKIT DEI GREEN LOVERS



Fonte: Osservatorio The World After Lockdown Nomisma – Focus Gardening per Passione in Verde e Ital-Agro



Fonte: Osservatorio The World After Lockdown Nomisma – Focus Gardening per Passione in Verde e Ital-Agro

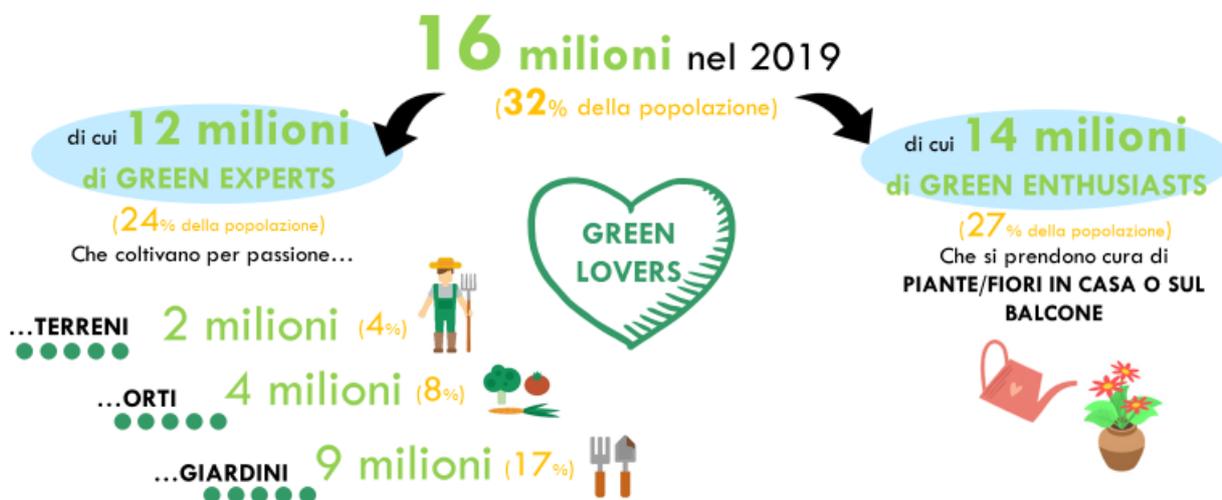
L'8% degli italiani si dedica all'orto per passione o passatempo mentre la quota di chi si prende cura di un terreno è del 4%. I green expert riescono a dedicare molte ore a settimana alla loro passione, anche perché nella maggior parte dei casi lo spazio verde è attiguo all'abitazione (73% nel caso degli orti e il 59% nel caso dei terreni). I prodotti della terra sono destinati soprattutto all'autoconsumo (87% di chi fa l'orto e il 79% di chi coltiva un terreno) mentre la restante parte li regala o li vende ad amici e parenti.

Chi si prende cura di un giardino o una terrazza (17% della popolazione) ama riempire il suo spazio verde (nel 92% attiguo alla casa e nell'86% al piano terra) soprattutto con fiori (75%), alberi e piante ornamentali (65%), piante aromatiche (63%), ma anche con elementi d'arredo come tavoli e divani, vasi decorativi, barbecue e molto altro.

Il popolo dei green enthusiasts (27% della popolazione), diviso tra chi si prende cura di piante e fiori in casa (49%) o sul balcone (51%), ama coltivare soprattutto erbe aromatiche (32%), piante grasse (24%), ortaggi (15%) e orchidee (15%).

I NUMERI CHIAVE DEL FENOMENO

ITALIANI CHE SI DEDICANO AL GIARDINAGGIO (terreno, orto, giardino, piante in casa o sul balcone)
PER PASSIONE/PASSATEMPO



Fonte: Osservatorio The World After Lockdown Nomisma – Focus Gardening per Passione in Verde e Ital-Agro

Nomisma

Fonte: Osservatorio The World After Lockdown Nomisma – Focus Gardening per Passione in Verde e Ital-Agro

Gli acquisti per il gardening

I canali di acquisto cambiano inoltre in base al tipo di prodotto ricercato: iper e supermercati (40% dei green lovers ha acquistato in questo canale nell'ultimo anno) sono il principale canale di acquisto per terra e terricci, mentre per semi e agrofarmaci ci si rivolge soprattutto ai consorzi (13%); negozi per il fai da te/ bricolage sono i preferiti per l'acquisto di attrezzi e di vasi/altri accessori (dal 28% dei green lovers); per le piante si fa riferimento soprattutto ai garden center/vivai (37%) e al fioraio (38%). Non manca inoltre il ricorso al canale online: nell'ultimo anno il 34% dei green lovers ha effettuato acquisti per il giardinaggio su internet in almeno una occasione utilizzando principalmente siti di generici di vendita online (40%), siti specializzati in giardinaggio (22%) e siti di negozi fai da te (21%). Chi acquista online lo fa soprattutto perché trova prezzi più convenienti (22%), perché fa fatica a reperire certi prodotti nella zona in cui abita (19%) e perché trova una scelta più ampia rispetto ai negozi fisici (18%).

Trend e prospettive future

Nel 2019 l'hobby del giardinaggio ha coinvolto 16 milioni di italiani (32% della popolazione) ma la quarantena, con l'incremento di tempo libero a disposizione e la voglia di distrarsi ma anche di circondarsi per quanto possibile di cose "belle e piacevoli", ha fatto crescere la passione per il verde: **il 7% degli italiani ha iniziato a praticare l'hobby del giardinaggio proprio durante il lockdown, ad oggi dunque il numero di green lovers è 19 milioni** (39% della popolazione).

I *neo-greenlovers* hanno un identikit ben preciso, si tratta soprattutto di donne (in questo cluster è il 10% la quota di chi ha iniziato a fare giardinaggio durante il lockdown), Millennials (12% le new entry), di piccoli centri abitati (9%). La quota di nuovi hobby farmers cresce anche nelle famiglie con redditi mensili superiori a 2.500 euro al mese (10%) e tra chi ha fatto smart working (11%).

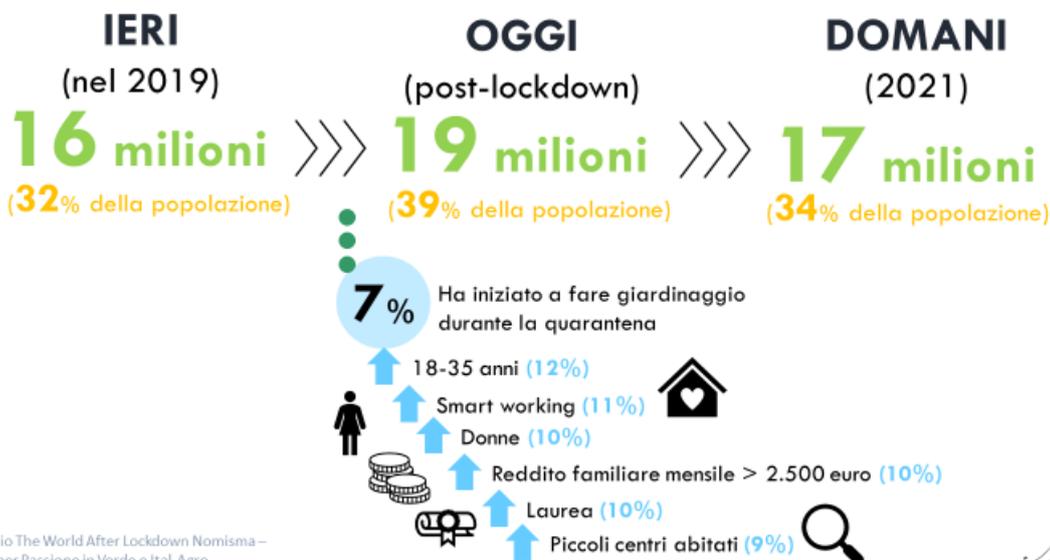
L'incremento dei greenlovers ha portato ad una crescita degli acquisti green: terra e terricci, semi e piante già mature in vaso sono le categorie per le quali un terzo degli acquirenti ha visto crescere la propria spesa.

Vista l'esperienza positiva per gli acquisti online, il 28% dei green lovers più "digitalizzati", prevede di incrementarne il ricorso anche nei prossimi 12 mesi.

Immaginando un ritorno alla normalità, secondo le previsioni **saranno 17 milioni (34% della popolazione) gli italiani che continueranno a coltivare la passione per il verde**, prendendosi cura di un terreno, di un orto o dedicandosi alla manutenzione del giardino o delle piante in casa e in balcone.

GLI EFFETTI DEL LOCKDOWN

ITALIANI CHE SI DEDICANO AL GIARDINAGGIO (terreno, orto, giardino, piante in casa o sul balcone)
PER PASSIONE/PASSATEMPO



Fonte: Osservatorio The World After Lockdown Nomisma – Focus Gardening per Passione in Verde e Ital-Agro

Nomisma

Fonte: Osservatorio The World After Lockdown Nomisma – Focus Gardening per Passione in Verde e Ital-Agro

CHI SIAMO:

Passione In Verde



Un ricco sito web che raccoglie l'eredità della storica rivista "Giardinaggio" e la arricchisce con quella dell'agricoltura professionale a marchio Edagricole per incontrare il mondo amatoriale del giardinaggio e dell'orticoltura. Che sia coltivata in orto, in frutteto, in giardino o in terrazzo, la passione per il verde ha in questo sito web un riferimento sicuro e sempre aggiornato, grazie anche ai numerosi video tutorial e agli esperti coinvolti.

Ital-Agro



Società nata nel 1951, prossima ai 70 anni di storia sempre impegnati nel promuovere la coltura del giardinaggio e dell'orto domestico. Con un'offerta completa che soddisfa tutte le esigenze di un consumatore hobbista, oggi Ital-Agro è sempre più impegnata nel cercare soluzioni innovative per un mercato in continua evoluzione e, come emerge dalla ricerca, ancora con ampi spazi di crescita. Ital-Agro è proprietaria del marchio Vithal, sotto il quale commercializza una gamma completa di prodotti per la difesa delle piante, è inoltre distributrice unica per l'Italia di Evergreen Garden Care il principale player europeo nei prodotti per il giardinaggio. Ital-Agro fa parte del gruppo Sipcam-Oxon, un'eccellenza nel campo dell'agricoltura, unico gruppo italiano tra i primi 20 nel comporta mondiale dell'agrofarmaco.

Nomisma



Nomisma, fondata nel 1981, è una società di consulenza che svolge attività di ricerca e advisory per realtà pubbliche e private nel campo dell'economia reale