******

***Conferenza stampa Comagarden – Milano 4 maggio 2018***

***intervento Presidente Franco Novello***

***Gardening, un’ampia merceologia***

Il settore delle macchine e delle attrezzature per il giardinaggio e la cura del verde comprende un’ampia gamma di prodotti. In esso si collocano mezzi per la cura dei parchi e la manutenzione del verde pubblico e privato, mezzi per le potature, le lavorazioni forestali e il trattamento delle biomasse residue.

A questi si aggiungono macchine semoventi per attività nell’impiantistica sportiva o nelle aziende agrituristiche, così come mezzi per la pulizia delle superfici all’aperto e o per la manutenzione delle strade. Nell’ambito delle tecnologie per il gardening possono essere compresi anche i sistemi per l’irrigazione ed una gamma di mezzi associabili alla meccanica agricola.

***Risultati di mercato nel 2017***

Censire con precisione un settore così ampio non è facile, e altrettanto complesso è valutare l’andamento del mercato in senso generale proprio perché la merceologia è molto ampia e i fattori che influiscono sulla domanda sono diversi da prodotto a prodotto.

Secondo i dati elaborati da Comagarden e dal gruppo di rilevamento statistico Morgan, nel 2017 il mercato italiano ha chiuso con una lieve flessione rispetto all’anno precedente (-0,6%), in ragione di 1.220.632 unità complessivamente vendute comprendendo in esse ogni tipo di mezzo e di attrezzo per il giardinaggio e la cura del verde. Ma al di là del dato medio nazionale, l’andamento delle singole voci risulta nettamente differenziato.

Alcune tipologie di macchine hanno registrato cali significativi, vedi i rasaerba che segnano un passivo del 4,5% (a fronte di 267.197 unità vendute), i decespugliatori che calano del 3,1% (248.460 unità), i trimmer e le motoseghe rispettivamente in flessione del 2,2% (54.022) e dell’1,5% (340.007), mentre altre tipologie hanno fatto segnare incrementi consistenti (vedi i soffiatori/aspiratori con +15,9%, gli spazzaneve +29,1%, le potatrici ad asta +46,9%, i trattorini +7,3%).

***Il fattore climatico2017***

Uno scenario così difforme è la conseguenza dell’andamento climatico e meteorologico verificatosi nel corso dell’anno: il caldo intenso e la carenza di precipitazioni piovose (l’annata ha registrato un aumento medio delle temperatura di 1,3 gradi rispetto alla norma, un calo delle precipitazioni pari al 31%, e il più alto livello di siccità da oltre 200 anni) hanno ridotto l’attività vegetativa delle piante e quindi la necessità di tutte quelle operazioni – taglio dei prati e delle siepi, potature, pulizia dalle infestanti, sistemazione dei fossi e delle carreggiate - volte alla riduzione e alla gestione della massa vegetale.

Per contro, l’andamento anomalo della stagione invernale, che ha visto soprattutto nell’Italia centrale un incremento delle precipitazioni nevose, ha reso necessari interventi aggiuntivi sulle strade e nei territori interessati, spingendo la domanda di macchinari e attrezzature specifici.

La crescente domanda di soffiatori e aspiratori va messa in relazione soprattutto con le attività di manutenzione nei contesti urbani e nell’impiantistica sportiva e quindi con la possibilità d’investimento da parte soprattutto delle amministrazioni pubbliche.

***Lo scenario internazionale***

Il fattore climatico e meteorologico, del resto, ha condizionato il mercato anche negli altri Paesi europei. Nel Regno Unito il 2017 è stato uno degli anni più caldi mai registrati, con punte straordinarie nei mesi primaverili e autunnali, e questo ha ridotto le attività e quindi le vendite di macchine da giardinaggio, complessivamente scese del 4,1%, secondo l’associazione inglese AEA.

Analogamente in Francia, l’annata si è presentata dal punto di vista climatico particolarmente calda e siccitosa, soprattutto nei mesi primaverili ed estivi, risultati i più caldi da oltre un secolo, mentre le precipitazioni piovose hanno segnato un calo del 10% nel bilancio complessivo dell’anno. Malgrado le condizioni climatiche non favorevoli, il mercato francese ha comunque mostrato una buona dinamica, conseguendo a fine anno un risultato sostanzialmente uguale (-0,1%) a quello del 2016 (dati AXEMA).

I dati diffusi dall’associazione dei costruttori tedeschi evidenziano come, grazie alle condizioni meteorologiche favorevoli e alla buona situazione economica generale, il mercato sia cresciuto in Germania del 3,2%. In altri Paesi europei l’andamento meteorologico è risultato più lineare, così che il saldo finale del mercato nel vecchio continente indica una crescita del 4,1%, in ragione di circa 19 milioni di mezzi e attrezzi meccanici venduti.

Diverso scenario è quello che si presenta negli Stati Uniti, che segnano a fine anno un passivo del 2%, pagando - dopo la crisi già verificatasi nel 2016 a causa della grande siccità - le devastazioni dovute agli incendi e agli uragani che hanno caratterizzato il 2017 (solo la domanda di motoseghe ha avuto un rialzo alla fine dell’anno, legato proprio agli interventi di ripristino successivi alle calamità).

***Le variabili economiche***

Il fattore climatico è dunque molto influente anche se – come detto - non è il solo a condizionare il mercato, comunque legato anche all’andamento generale dell’economia e quindi alla maggiore o minore possibilità di investimento da parte di amministrazioni pubbliche e di privati cittadini per l’acquisto di macchine ed attrezzature.

Il Pil europeo, nel 2017, è cresciuto del 2,5%, quello francese dell’1,9%, il livello più alto in sei anni, e il Pil inglese è aumentato dell’1,7%.

In Italia la crescita percentuale del Prodotto interno lordo è stata dell’1,5. La domanda interna, in termini di volume, è cresciuta anch’essa dell’1,5%, mentre le esportazioni di beni e servizi sono aumentate del 5,4% e le importazioni del 5,3%

Così come in Italia la ripresa economica ha incoraggiato gli investimenti compensando in parte gli effetti della stagione siccitosa, nel Regno Unito hanno pesato, in negativo, l’aumento dei prezzi delle importazioni e i più alti tassi d’inflazione provocati dalla caduta della sterlina dopo il referendum Brexit.

Tra le variabili economiche che possono incidere sul mercato del gardening vanno poi ricordate quelle relative all’andamento dell’edilizia e del settore costruzioni, che si lega in modo sempre più stretto ai piani urbanistici e alla progettazione delle aree verdi, e quelle relative all’impiantistica sportiva, un settore che complessivamente a livello europeo evolve verso standard sempre più elevati e richiede dunque una maggiore dotazione di mezzi specifici per le manutenzioni.

***Le politiche di sostegno***

Naturalmente lo scenario economico è strettamente connesso con quello politico, se si pensa al peso che hanno su settori come quello dell’edilizia, dell’impiantistica e dell’arredo urbano, ma anche dell’agricoltura e delle sistemazioni territoriali, i dispositivi di sgravio fiscale e gli strumenti d’incentivazione promossi dai Governi.

Una novità interessante, in questo senso, è quella che riguarda il “bonus verde” varato dal Governo italiano nella legge di bilancio 2018 – che prevede una detrazione del 36% del costo relativo agli interventi di cura e sistemazione di terrazzi, giardini, spazi condominiali ed anche parchi di interesse storico, per un massimo di 5.000 euro - che può rappresentare un buon vettore anche per la ripresa degli investimenti nella meccanizzazione di settore.

Al di là di questo specifico strumento, il mercato può crescere o declinare in base all’andamento generale dell’economia e alla maggiore o minore stabilità politica. Va detto a questo proposito che la notevole incertezza del quadro politico italiano, dopo le elezioni dei primi di marzo, fa temere uno stallo delle attività e non facilita la realizzazione di strategie coerenti e lungimiranti.

***I dati del primo trimestre 2018***

L’andamento del mercato italiano nei primi tre mesi dell’anno in corso – secondo le stime Comagarden/Morgan – risulta in calo dell’11,1%, un passivo consistente, da mettere in relazione con il prolungamento della stagione invernale e con l’ondata di freddo accompagnata da abbondanti nevicate che ha investito il Paese sino al mese di marzo, comportando un drastico rallentamento delle attività di manutenzione.

Guardando alle varie tipologie, si nota una flessione del 11,9% per i rasaerba, una flessione del 6,6% per le motoseghe, un calo più accentuato per i decespugliatori (-16,7%) e per i trimmer (-29,3%). Le tagliasiepi calano del 20,1% e i trattorini del 22,4%, mentre i soffiatori/aspiratori e le forbici a batteria sono tra le poche categorie di mezzi che mostrano una crescita (+20% e +14,6%). Per la prima volta anche le vendite di rasaerba robot sono calate (-15,5%).

E’ prevedibile che nel corso dell’anno, con lo stabilizzarsi della stagione, il mercato possa recuperare buoni livelli di vendita, in parte anche sulla spinta del “bonus verde” che è già operativo a tutti gli effetti e che – sia pure con i vincoli previsti e con un sistema di detrazioni molto diluito nel tempo – dovrebbe comunque stimolare il settore del gardening.

L’auspicio di Comagarden è che, al di là del “bonus verde”, altre iniziative di sostegno ai comparti produttivi possano essere assunte, con ricadute positive sulle attività di giardinaggio e quindi sulla meccanica di settore. La sensibilità politica, del resto, si dovrebbe riscontrare anche in una più efficiente gestione di tutte le attività connesse alla manutenzione delle aree verdi.

***Valenze sociali e culturali***

Nel valutare i diversi fattori che concorrono a determinare l’andamento del mercato non vanno trascurati quelli di carattere culturale e sociale. Tra questi si possono annoverare lo sviluppo delle attività all’aperto, la sensibilità per i luoghi ricreativi e gli stili di vita più sani, lo sviluppo di attività hobbistiche legate all’agricoltura part time, agli orti urbani, e alle tante forme di coltivazione del verde in ambito cittadino ivi comprese quelle con valenza sociale e pedagogica.

Ma influente risulta anche l’aspetto legato all’innovazione di prodotto e quindi all’appeal che alcune tecnologie esercitano su determinate fasce di pubblico, e quello relativo alle modalità di acquisto e alla strutturazione dei luoghi di vendita.

Il ruolo che le innovazioni di prodotto possono avere sul mercato è evidenziato, ad esempio, dall’incremento costante delle macchine a batteria, percepite da una crescente platea di utenti come più pratiche e sicure rispetto a quelle alimentate tramite cavo elettrico; o dal successo dei rasaerba robot, che oltre ad agevolare il mantenimento del verde privato, suscitano presso gli acquirenti la curiosità e il gusto di adottare una tecnologia percepita nell’immaginario comune come il segnale di una trasformazione epocale dello stile di vita.

***Le tipologie emergenti***

In un Paese come la Francia, i mezzi a batteria hanno registrato nel 2017 una crescita imponente (+39,4%) a fonte di una riduzione del 6,2% dei mezzi elettrici tradizionali, e del 2,1% di quelli con motore a scoppio. Nel Regno Unito le vendite di macchine a batteria sono aumentate del 29%. Anche in Italia i mezzi alimentati a batteria mostrano un trend in netta crescita, conquistando percentuali sul totale sempre maggiori: +2,7% nel 2015, +7,7% nel 2016, +10,3% nel 2017 e +26% nel primo trimestre 2018. Complessivamente in Europa le vendite di macchine a batteria sono cresciute nel 2017 del 26,8%, mentre quelle elettriche tradizionali sono calate del 5,4%. Il segmento a batteria sta guadagnando fette di mercato soprattutto in alcuni paesi, se, da un lato, in Europa rappresenta un quota già significativa del totale delle vendite (22%) e cresce in Paesi come l’Italia, dove la quota è passata appunto dal 2,7% nel 2015 al 10,3% nel 2016, in paesi più tradizionalisti, come il Regno Unito, le macchine a batteria rappresentano ancora il 3% del mercato.

Per quanto riguarda i robot, che coprono il 3% del mercato europeo, il dato 2017 vede una crescita imponente, con +36,5% rispetto all’anno precedente, e con andamenti molto positivi in Paesi come il Regno Unito (+52%), dove però la quota di mercato dei robot è molto bassa (0,3%), e l’Italia, con una crescita del 18,5% (1,6% del totale delle vendite).

***I luoghi di vendita***

Significativo, sotto il profilo culturale e sociale, oltre che del marketing, è il dato relativo ai sistemi di acquisto e ai canali distributivi, un aspetto che appare in evoluzione e che mostra andamenti differenti da Paese a Paese.

Nel Regno Unito le catene della grande distribuzione registrano una fase critica per quanto riguarda la vendita di macchinario per il gardening, mentre gli acquisti on-line segnano incrementi consistenti (+20% in valore). Per contro in Francia, dove pure si nota una flessione della grande distribuzione (-4,2%) e dove i canali di vendita tradizionali appaiono in crescita (+4,3%), il commercio elettronico accusa una battuta d’arresto segnando un calo del 3,6%. In Italia le rete di vendita tradizionale mantiene nel 2017 i livelli dell’anno precedente (con una flessione di appena lo 0,5%), e rappresenta l’80,1% del totale, mentre in calo del 14,4% risulta la grande distribuzione che copre il 15,2%. Le vendite on-line mostrano incrementi vistosi, con una crescita nell’anno pari al 73,9%, che comunque porta l’e-commerce di settore a coprire una quota ancora bassa del mercato (appena il 4,7%).

***Il tema dei residui***

Come esempio di possibile collegamento tra il settore del gardening ed altri comparti produttivi è possibile citare il caso relativo all’inquadramento giuridico dei residui derivanti dalla manutenzione del verde urbano nelle città italiane, che può favorire o meno lo sviluppo di filiere bioenergetiche ben distinte dai termovalorizzatori.

L’associazione ITABIA stima che i residui delle manutenzioni di parchi, giardini e viali alberati fruttino ogni anno in Italia oltre due milioni di tonnellate di biomassa, vale a dire un potenziale di risorse molto consistente.

La valorizzazione di tali biomasse può avvenire – in un’ottica virtuosa di economia circolare - sia con la produzione di “energia rinnovabile”, sia con la produzione di compost; si evita così il loro conferimento in discariche ad elevato impatto ambientale.

Per un susseguirsi di norme contraddittorie sfalci e potature urbane sono state considerate a fasi alterne rifiuti o sottoprodotti, complicando notevolmente l’organizzazione dei servizi di manutenzione parchi per una loro gestione ottimale.

Nel caso in cui i residui vengano impiegati a fini energetici, esiste una differenza netta tra il fatto che questi siano classificati come “rifiuti” e dunque idonei al solo processo di compostaggio, o come “sottoprodotti”, destinabili anche ad un impiego diretto negli impianti per la produzione di energia con rilevanti vantaggi in termini economici ed energetici. Anche su aspetti come questi la politica e le amministrazioni locali hanno ruolo e responsabilità.

***Appuntamento ad EIMA Green***

Lo scenario relativo al gardening, che oggi è possibile delineare sulla base dei dati statistici e delle informazioni di varia fonte, sarà approfondito e completato in occasione di EIMA Green, il Salone dedicato alle tecnologie per il giardinaggio e la cura del verde che si svolge alla fiera di Bologna, dal 7 all’11 novembre prossimo, nell’ambito di EIMA International, la grande rassegna mondiale della meccanica agricola.

Il Salone del “green”, che è organizzato da FederUnacoma e rispetto al quale Comagarden svolge una funzione di orientamento e coordinamento, impegnerà una superficie pari a 13.600 metri quadrati, distribuita nei Padiglioni 33, 34 e 36 bis del quartiere fieristico, con la presenza di 270 industrie costruttrici in un contesto, quello di EIMA International, che vedrà la presenza complessiva di circa 300 mila operatori provenienti da 150 Paesi.

L’evento espositivo – nel corso del quale verranno presentate le migliori tecnologie per il giardinaggio e la manutenzione del verde e si svolgeranno attività divulgative e di formazione, oltre che convegni di contenuto tecnico come quelli sulla progettazione del verde o sulla manutenzione degli impianti sportivi – consentirà di monitorare l’andamento del mercato, di apprezzare le innovazioni tecnologiche specifiche del settore, di conoscere l’orientamento del pubblico e lo sviluppo della domanda nelle diverse aree del mondo.

Una delle sfide che caratterizzano questa edizione di EIMA Green è quella di promuovere un concetto evolutivo di “spazio verde”, inteso non più come “oasi” all’interno dei contesti urbani, area confinata in un perimetro prestabilito e strutturata per una fruizione puramente rigenerante e contemplativa, ma come uno spazio strettamente integrato con la città, in grado di assolvere ad una funzione anche produttiva, potendo prevedere al proprio interno luoghi attrezzati per lo sport, per il divertimento e per le attività istruttive e didattiche.

I nuovi concetti di architettura e di urbanistica rappresentano insomma una sfida per il mondo del verde; e rappresentano un formidabile laboratorio per le industrie che producono quelle specifiche tecnologie che il verde possono costruire e curare efficacemente.