



COMAGARDEN

Costruttori Macchine  
per il Giardinaggio

COMUNICATO STAMPA

## Macchine per il garden: mercato 2008 ancora in attivo

*Il settore chiude il 2008 con un incremento complessivo delle vendite dello 0,7% e conferma il trend positivo degli ultimi anni, nel momento in cui le vendite di altri beni durevoli, dalle automobili agli elettrodomestici, registrano cali vistosi. Sul fronte della produzione, la tenuta dell'industria italiana nel 2009 dipenderà dall'andamento dei mercati esteri. Dei circa 1 miliardo 200 milioni di euro fatturati dalle imprese italiane, infatti, oltre 800 milioni derivano dalle esportazioni.*

Il mercato delle macchine e attrezzature per il giardinaggio e la cura del verde chiude il 2008 con un incremento dello 0,7% rispetto al 2007, confermando il trend positivo che ha visto il settore crescere negli ultimi sette anni in modo pressoché costante. Nel corso dell'anno il mercato nazionale ha assorbito 1.438.500 macchine in totale, comprendenti rasaerba, trattorini, ride-on, motoseghe, decespugliatori e le altre tipologie di mezzi meccanici per il garden e la manutenzione del verde, per un valore complessivo di 660 milioni di euro. Il dato di settore – illustrato questa mattina a Bologna dal Presidente dell'Unacoma Massimo Goldoni – è particolarmente positivo se confrontato con il mercato degli altri beni durevoli, che vede gli acquisti di automobili diminuiti nel 2008 del 13,4%, gli acquisti di grandi elettrodomestici dell'8% e che per i piccoli elettrodomestici registra una contrazione del fatturato dopo 5 anni di crescita costante.

“La cura del verde – ha spiegato Goldoni – ha acquisito un'importanza sempre maggiore nella considerazione delle amministrazioni pubbliche e nelle abitudini dei privati cittadini, che dedicano sempre più tempo al gardening e che, secondo le statistiche pluriennali sui consumi, dimostrano di preferire l'acquisto di macchine per il giardino all'acquisto di elettrodomestici, ai viaggi, ai consumi culturali”. La solidità del settore ha in certa misura aiutato anche il mercato delle macchine agricole, se si osserva come nel 2008 siano cresciute del 17% le immatricolazioni di trattatrici di potenza compresa fra 0 e 15 kW, vale a dire proprio quelle più spesso impiegate nella cura del verde e nelle attività multifunzionali in ambiente rurale.

Esaminando le singole tipologie di macchine si segnala la crescita dello 0,6% per i rasaerba (429.800 unità vendute), dell'1,8% per i ride-on, del 10,4% per i trimmer, del 9,8% per le motozappe, del 16,1% per le tagliasiepi, del 20,2% per i biotrituratori, dell'8,9% per le macchine raccogliatrici di foglie; mentre in calo risultano le motoseghe (-6,2%) e i decespugliatori (-5,2%).

I buoni risultati del 2008 non mettono tuttavia al riparo il settore dalla crisi economica internazionale che minaccia nell'anno in corso di ridurre sensibilmente i consumi e l'acquisto di beni durevoli. L'industria italiana della meccanizzazione per il garden, una delle più importanti al mondo per fatturato e ampiezza di gamma, potrebbe subire i contraccolpi non soltanto di una contrazione del mercato interno ma soprattutto di una crisi dei mercati esteri. Dei circa 1 miliardo 200 milioni di euro complessivamente fatturati dall'industria italiana, infatti, oltre 800 milioni derivano dalle esportazioni. Perché la nostra industria possa mantenere buoni livelli produttivi è necessaria una tenuta soprattutto del mercato europeo: degli oltre 1 milione 700 mila

rasaerba esportati nel 2007, infatti, ben 453 mila sono stati assorbiti dal mercato francese, 248 mila dal mercato tedesco e 246 mila dal mercato britannico.

Il 2009 si presenta dunque come un'incognita, ma anche come una sfida per il marketing di settore: “il gardening e le attività all'aperto cominciano ad essere percepite dai consumatori non più come un semplice hobby – ha infatti spiegato Franco Maletti, Presidente di Comagarden, il gruppo che all'interno di Unacoma rappresenta i costruttori del comparto - ma come un elemento fondamentale per la salute e la qualità della vita. Il marketing del settore – ha detto Maletti - deve essere in grado di interpretare in modo efficace le valenze non solo funzionali ma soprattutto simboliche che il verde rappresenta per l'ampia schiera dei suoi utenti e appassionati”.

**Bologna, 3 febbraio 2009**