News mercati
il settimanale Ismea di informazione
sui prodotti agricoli e agroalimentari

Piante

n. 8 Periodo: Maggio - Giugno 2013

Mercato Nazionale

Riepilogo vendite presso la rete Garden Center (Lombardia, Piemonte, Friuli V.G., Veneto, Emilia Romagna)

Il mese di giugno chiude il primo semestre dell'anno che è stato caratterizzato da notevoli difficoltà per il canale Garden.
Si sono osservate due diverse situazioni: da una parte alcuni Garden hanno avuto difficoltà derivate dai cattivi andamenti del mese di marzo ma in realtà hanno conseguito risultati più o meno simili a quelli dello scorso anno, sia per quanto riguarda la presenza di clientela sia per il livello di spesa media, dall'altra alcuni operatori del settore hanno subito un periodo di incertezza generale dovuta a diversi fattori tra cui il tessuto sociale in cui operano, la mancanza di clientela, minori disponibilità finanziarie e anche mancanza di assortimenti. Per i primi la perdita media del semestre si assesta su un -8%, per gli altri da -9% a -22%.

Il mese di maggio, che generalmente non pesa molto sul complessivo annuo, è stato comunque migliore per il canale in quanto ha confermato che i Garden restano un punto di riferimento per i prodotti da giardino, tuttavia l'andamento non sufficiente non ha consentito di influenzare il risultato complessivo e le vendite sono rimaste in negativo, -12,41%.

Le singole categorie hanno dato i seguenti risultati:

MESE di MAGGIO	
Piante d'appartamento verdi	-4,72%
Piante d'appartamento fiorite	-1,57%
Piante serra fredda	+6,18%
Piante da esterno	-7,97%

Solo le piante stagionali, sofferenti per la lunga assenza della primavera, hanno dato un segnale di ripresa, il resto dell'assortimento del vivo

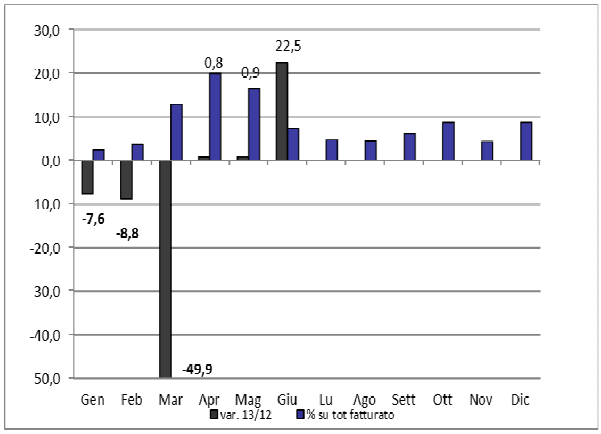
Nel mese di giugno la situazione è ulteriormente migliorata, ma nonostante i buoni incrementi ed il complessivo realizzato pari a +5,7% rispetto al 2012, il dato progressivo è ancora negativo e fermo a -9,13%.
In ogni caso il periodo è stato contraddistinto da un clima favorevole che ha spinto la clientela ad acquistare quei prodotti che erano rimasti in attesa già dalla passata primavera. E' aumentata la presenza di clientela ma la spesa media risulta comunque inferiore rispetto agli anni passati e questo può essere attribuito ancora una volta al clima di incertezza economica e sociale.

Analizzando le singole categorie si assiste ad una ripresa sostanziosa, come segue:

MESE di GIUGNO	
Piante d'appartamento verdi	- 13,01%
Piante d'appartamento fiorite	+ 6,28%
Piante serra fredda	+39,58%
Piante da esterno	+18,72%

Un eccellente risultato per stagionali e piante da esterno che però in taluni casi ha trovato impreparati i Garden Center che avevano già deciso che la stagione era conclusa.
Quindi si sono avuti assortimenti un poco sottotono che, gestiti con più attenzione, avrebbero potuto maggiormente contribuire al risultato del mese.

Andamento delle vendite floro-ornamentali di un Garden Center di medie dimensioni (variazione % dei fatturati ed incidenza % sul totale fatturato)



N.B. Dati provvisori

In sintesi un semestre negativo che si somma a quelli degli anni precedenti con una perdita molto pesante per il canale.

Tutti i punti vendita, nessuno escluso, hanno subito il peso di tale andamento. Distinguiamo i grandi Garden con animaleria, dove l'attrazione e la presenza di clientela è risultata essere maggiore e in incremento rispetto al 2012, ed i Garden medio-piccoli dove al contrario quest'ultima è risultata essere in contrazione.

L'offerta è risultata essere abbastanza completa ed efficace nel sostenere le vendite, ma è stata la domanda che ha avuto andamenti sfalsati rispetto alle vendite e che ha determinato risultati non all'altezza delle aspettative.

In maggio la domanda ha iniziato ad accrescersi in virtù della maggior richiesta di prodotto

A giugno ha subito un'impennata: gli acquisti ritardati per via del clima, nuove esigenze, acquisti sostitutivi hanno contribuito ad elevare la domanda nel suo complesso.

Nelle tabelle che seguono il risultato degli andamenti.

Andamento della domanda del Garden Center (1) - MAGGIO	
Piante stagionali	**3**
Piante aromatiche	**2**
Piante verdi da esterno	**1**
Piante da esterno rampicanti	**1**
Piante fiorite da esterno	**2**
Piante acidofile da esterno	**2**
Piante da siepe	**1**
Piante da frutto	**1**
Piante verdi da interno	**1**
Piante verdi da interno in basket	**1**
Piante verdi da interno su bastone	**1**
Piante fiorite da interno	**2**
Piante grasse o succulente	**2**
Composizioni di piante	**2**

Superiore:3 - uguale: 2 - inferiore: 1

(1) confronto con il corrispondente periodo del precedente anno

Andamento della domanda del Garden Center (1) - GIUGNO	
Piante stagionali	**3**
Piante aromatiche	**3**
Piante verdi da esterno	**2**
Piante da esterno rampicanti	**2**
Piante fiorite da esterno	**3**
Piante acidofile da esterno	**2**
Piante da siepe	**3**
Piante da frutto	**2**
Piante verdi da interno	**1**
Piante verdi da interno in basket	**1**
Piante verdi da interno su bastone	**1**
Piante fiorite da interno	**3**
Piante grasse o succulente	**1**
Composizioni di piante	**2**

Superiore:3 - uguale: 2 - inferiore: 1

(1) confronto con il corrispondente periodo del precedente anno

L'offerta, al contrario, non ha subito grossi cambiamenti negli ultimi 2 mesi del semestre; un buono standard di prodotto e continuità nella proposta sono stati gli elementi base.

Nella tabella che segue la valutazione dal punto di vista qualitativo:

Andamento dell'offerta da parte di produttori - fornitori (1) MAGGIO	
Piante stagionali	**3**
Piante aromatiche	**3**
Piante verdi da esterno	**3**
Piante da esterno rampicanti	**3**
Piante fiorite da esterno	**3**
Piante acidofile da esterno	**2**
Piante da siepe	**2**
Piante da frutto	**2**
Piante verdi da interno	**3**
Piante verdi da interno in basket	**3**
Piante verdi da interno su bastone	**3**
Piante fiorite da interno	**3**
Piante grasse o succulente	**3**
Composizioni di piante	**2**

Superiore:3 - uguale: 2 - inferiore: 1
(1) confronto con il corrispondente periodo del precedente anno

E analogamente a GIUGNO la proposta dei fornitori – espositori è stata sempre completa ed accattivante:

Andamento dell'offerta da parte di produttori - fornitori (1) GIUGNO	
Piante stagionali	**3**
Piante aromatiche	**3**
Piante verdi da esterno	**2**
Piante da esterno rampicanti	**2**
Piante fiorite da esterno	**3**
Piante acidofile da esterno	**1**
Piante da siepe	**2**
Piante da frutto	**2**
Piante verdi da interno	**3**
Piante verdi da interno in basket	**3**
Piante verdi da interno su bastone	**2**
Piante fiorite da interno	**3**
Piante grasse o succulente	**3**
Composizioni di piante	**1**

Superiore:3 - uguale: 2 - inferiore: 1
(1) confronto con il corrispondente periodo del precedente anno

Sono mancate la domanda e la consapevolezza da parte degli operatori del canale che mantenere costante l'offerta è un fattore differenziale.

Analizzando l'andamento delle singole regioni, con il bimestre si assiste ad un miglioramento complessivo dell'andamento delle vendite:

Andamento complessivo delle vendite per regione (1) MAGGIO/GIUGNO	
Friuli V. Giulia	**2**
Lombardia	**3**
Piemonte	**3**
Veneto	**3**
Emilia Romagna	**3**

Superiore:3 - uguale: 2 - inferiore: 1
(1) confronto con il corrispondente periodo del precedente anno

Dato un simile trend, non si sono rilevate grandi promozioni praticate dai fornitori per spingere le vendite.
Le promozioni che erano state fatte in aprile, ad esempio sui gerani, nel tentativo di sostenere il mercato, non hanno avuto successo, sia per gli scarsi risultati ottenuti sia per le vendite limitate.

Così in maggio e poi a giugno, diminuendo la disponibilità dei prodotti, non si è agito sulla leva prezzo:

Evoluzione degli sconti dei fornitori - MAGGIO/GIUGNO	
Piante stagionali	**1**
Piante aromatiche	**0**
Piante verdi da esterno	**1**
Piante da esterno rampicanti	**1**
Piante fiorite da esterno	**0**
Piante acidofile da esterno	**1**
Piante da siepe	**1**
Piante da frutto	**1**
Piante verdi da interno	**2**
Piante verdi da interno in basket	**2**
Piante verdi da interno su bastone	**2**
Piante fiorite da interno	**1**
Piante grasse o succulente	**1**
Composizioni di piante	**0**

0: nessuno sconto- 1: sconti maggiori del 5%
2: maggiori del 10%- 3:maggiori del 15%;

I Garden Center non hanno di fatto attuato offerte legate al vivo, bensì hanno cercato di spingere quelle merceologie che avevano contribuito al sostegno delle vendite e che, sofferenti dell'andamento generale, pesavano sullo stock a terra e quindi necessitavano di una dinamicità maggiore, ma sulle piante, salvo occasionali offerte, non si sono rilevati sconti particolari:

Presenza di promozioni su tipi di piante	
Piante stagionali	**2**
Piante aromatiche	**2**
Piante verdi da esterno	**1**
Piante da esterno rampicanti	**0**
Piante fiorite da esterno	**0**
Piante acidofile da esterno	**0**
Piante da siepe	**1**
Piante da frutto	**0**
Piante verdi da interno	**1**
Piante verdi da interno in basket	**0**
Piante verdi da interno su bastone	**0**
Piante fiorite da interno	**0**
Piante grasse o succulente	**0**
Composizioni di piante	**0**

1-si; 2-no;0-non rilevante

Con il primo semestre quindi, un settore VIVO in contrazione con un dato a progressivo del – 8,66% rispetto allo stesso dato del 2012.

L'andamento delle vendite presso il canale Garden Center è risultato essere così:

Andamento delle vendite presso il punto vendita (1) MAGGIO	
Piante stagionali	**2**
Piante aromatiche	**2**
Piante verdi da esterno	**2**
Piante da esterno rampicanti	**2**
Piante fiorite da esterno	**3**
Piante acidofile da esterno	**2**
Piante da siepe	**2**
Piante da frutto	**1**
Piante verdi da interno	**1**
Piante verdi da interno in basket	**1**
Piante verdi da interno su bastone	**1**
Piante fiorite da interno	**2**
Piante grasse o succulente	**1**
Composizioni di piante	**2**

Superiore:3 - uguale: 2 - inferiore: 1

(1) confronto con il corrispondente periodo del precedente anno

Risultati deboli salvo le piante fiorite da esterno (Rose per esempio).

Mentre a giugno:

Andamento delle vendite presso il punto vendita (1) GIUGNO	
Piante stagionali	**3**
Piante aromatiche	**3**
Piante verdi da esterno	**2**
Piante da esterno rampicanti	**2**
Piante fiorite da esterno	**3**
Piante acidofile da esterno	**2**
Piante da siepe	**3**
Piante da frutto	**2**
Piante verdi da interno	**1**
Piante verdi da interno in basket	**1**
Piante verdi da interno su bastone	**1**
Piante fiorite da interno	**3**
Piante grasse o succulente	**2**
Composizioni di piante	**2**

Superiore:3 - uguale: 2 - inferiore: 1

(1) confronto con il corrispondente periodo del precedente anno

Un incremento di vendite su diverse categorie che hanno contribuito ad un miglioramento complessivo, anche se non in maniera completa.

Resta pertanto la sofferenza di un marzo mancato.

A tale proposito, poiché il Marzo 2012 è risultato essere di per sé anomalo, è stato confrontato il dato 2013 con marzo del triennio precedente:

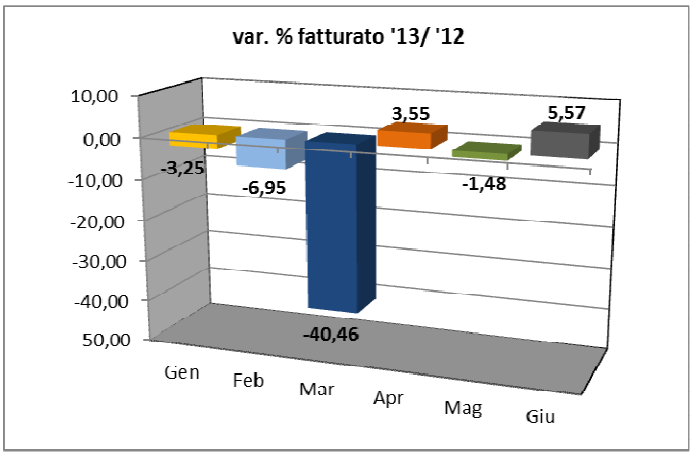
Confronto Vendite generali Marzo 2013 su Marzo 2012/2011/2010	
2013/2012	- 40,46%
2013/2011	- 34,14%
2013/2010	- 34,15%

Questo significa che l'andamento insufficiente del mese di marzo si ripete almeno da un quadriennio con perdita regolare nei fatturati, determinata da un calo della spesa media, sulla quale incide il clima e l'incertezza economico-politica.

Data la situazione, i prezzi sono stati tenuti ai livelli di inizio primavera (ovviamente promozioni a parte).

Andamento prezzi al dettaglio (1) MAGGIO/GIUGNO	
Piante stagionali	**2**
Piante aromatiche	**2**
Piante verdi da esterno	**1**
Piante da esterno rampicanti	**2**
Piante fiorite da esterno	**2**
Piante acidofile da esterno	**2**
Piante da siepe	**2**
Piante da frutto	**2**
Piante verdi da interno	**1**
Piante verdi da interno in basket	**1**
Piante verdi da interno su bastone	**2**
Piante fiorite da interno	**2**
Piante grasse o succulente	**2**
Composizioni di piante	**2**

Superiore:3 - uguale: 2 - inferiore: 1
confronto con il corrispondente periodo del precedente anno



Il panel dei Garden Center è costituito da 35 Garden distribuiti in Lombardia, Friuli V. G., Veneto, Emilia Romagna - la superficie media espositiva è 1400 mq. Tra i reparti generalmente sono esclusi l'animaleria e il fiore reciso fresco.

N.B. Dati provvisori
Fonte: Rete di rilevazione Ismea