

## Piante

n. 9

Periodo: aprile 2011

Mercato Nazionale

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

In linea generale il mese è stato in perdita, anche se lieve, -2,28% come valore complessivo delle vendite (prodotti vivi più prodotti complementari ed accessori) e molti fattori hanno giocato un ruolo importante, come l'assenza di festività - la Pasqua è stata nell'ultima settimana del mese, con la sovrapposizione della ricorrenza del 25 Aprile.

Nel mese di aprile la primavera, che avrebbe dovuto manifestarsi in pieno, si è fatta ancora attendere poiché l'andamento climatico è stato simile a quello di marzo. Infatti, a detta dei conoscitori delle caratteristiche agronomiche delle coltivazioni legate alle fasi lunari, l'andamento stagionale è stato definito come in ritardo di una luna, nel senso che il mese di aprile, essendo stato molto simile a quello di marzo, ha indotto la clientela a rallentare e limitare l'acquisto di ortaggi, stagionali, piante in genere, etc. Comunque i valori delle vendite sono stati condizionati anche dalla contrazione della spesa pro capite, anche quando i flussi di clientela rimanevano ad un livello accettabile.

Le singole categorie merceologiche hanno fatto segnare i seguenti valori:

#### Mese di Aprile

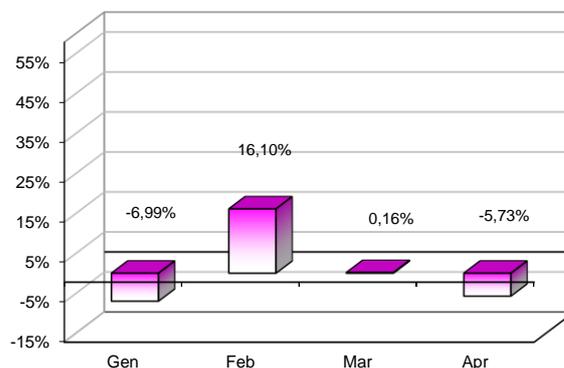
Piante d'appartamento verdi	-11,39%
Piante d'appartamento fiorite	-10,42%
Piante stagionali	+0,64%
Piante da esterno	-12,71%

Se la contrazione per le PIANTE D'APPARTAMENTO VERDI è il naturale proseguimento di un andamento che si

delinea da ormai 3 anni, quello delle fiorite e delle stagionali ha lasciato perplessi. Al di là degli andamenti lunari tale contrazione si spiega osservando che, ad un numero in aumento, seppur minimo, di pezzi venduti, corrisponde un calo di spesa destinato a questi prodotti.

Per il VIVO DA ESTERNO, la spiegazione sta nel fatto che i prodotti e gli assortimenti offerti dai Garden Center risultano statici e non sono appetibili per coloro che realizzano giardini. Per questo reparto sarebbe auspicabile definire nuove linee sia di assortimento sia di comunicazione per indurre il consumatore a riprendere nuovo interesse per questi prodotti.

#### Vendite di piante in vaso e da vivaio di un garden center di medie dimensioni (var.'11/'10)



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.

#### N.B. Dati provvisori

Fonte: Rete di rilevazione Ismea

Quando gli andamenti oscillano intorno ad una sostanziale staticità e si riscontra una debolezza dei risultati e così anche gli operatori del Garden non sono stimolati e limitano i loro acquisti per scongiurare gli andamenti negativi

### Andamento della domanda del Garden Center (1) - Aprile

Piante stagionali	2
Piante aromatiche	2
Piante verdi da esterno	1
Piante da esterno rampicanti	2
Piante fiorite da esterno	1
Piante acidofile da esterno	1
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	1
Piante grasse o succulente	1
Composizioni di piante	2

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

Come si desume dalla tabella, la situazione è di sostanziale staticità; si sono confermati gli acquisti del 2010 nel tentativo di compensare l'andamento ma nulla più.

I fornitori, dal canto loro, salvo qualche ritardo nello sviluppo di taluni prodotti (stagionali per lo più ed ortaggi), proponevano una buona disponibilità ed erano pronti alle consegne, anche se, rispetto ad altri periodi, non hanno agito sulle promozioni per incentivare gli acquisti, forse perché le hanno ritenute poco utili a causa del rallentamento generale. Così il mese:

### Andamento dell'offerta da parte di produttori - fornitori (1) Aprile

Piante stagionali	3
Piante aromatiche	3
Piante verdi da esterno	3
Piante da esterno rampicanti	2
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

L'offerta è stata dunque interessante, con disponibilità degli assortimenti del periodo, ma non ha incontrato opportunità di consumo da parte del canale.

Questo il risultato delle vendite:

### Andamento complessivo delle vendite per regione (1) Aprile

Friuli V. Giulia	3
Lombardia	2
Piemonte	3
Veneto	2
Emilia Romagna	3

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

Sconti e promozioni non sono stati tra gli strumenti più utilizzati per smuovere il mercato anche se, per molti articoli, sono stati proposti e si è registrata un tendenza all'aumento delle offerte e stock:

### Evoluzione degli sconti dei fornitori - Aprile

Piante stagionali	1
Piante aromatiche	1
Piante verdi da esterno	2
Piante da esterno rampicanti	2
Piante fiorite da esterno	1
Piante acidofile da esterno	2
Piante da siepe	1
Piante da frutto	0
Piante verdi da interno	3
Piante verdi da interno in basket	3
Piante verdi da interno su bastone	3
Piante fiorite da interno	2
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%;

Anche i Garden Center hanno avuto comportamenti differenti nei confronti delle promozioni: alcuni le hanno utilizzate nel tentativo di tenere più elevata la frequentazione mentre altri non le hanno neppure prese in considerazione per tentare di ottenere margini più elevati di guadagno. Non sempre la promozione genera margini di guadagno più elevati; ad esempio si è registrato che alcuni hanno proposto gerani a soli 0,95 € già a partire da fine marzo; questi operatori tuttavia non hanno preso in

considerazione l'ipotesi che l'incremento dei pezzi venduti non sempre genera maggiori introiti, e infatti così è stato. Queste operazioni commerciali si ripercuotono negativamente sul risultato generale perché il rischio è proprio quello di perdere il fatturato su uno dei prodotti vitali per il Garden Center.

#### Presenza di promozioni su tipi di piante

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

1-sì; 2-no; 0-non rilevante

Questo mese, come già detto, è stato negativo soprattutto per il VIVO DA ESTERNO, con crollo di alcuni elementi caratteristici del fatturato primaverile e una contrazione delle STAGIONALI, anche se il risultato a livello tendenziale è stato il medesimo

#### Andamento delle vendite presso il punto vendita (1) Aprile

Piante stagionali	2
Piante aromatiche	2
Piante verdi da esterno	1
Piante da esterno rampicanti	1
Piante fiorite da esterno	1
Piante acidofile da esterno	1
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	1
Piante grasse o succulente	1
Composizioni di piante	1

Superiore:3 - uguale: 2 - inferiore: 1

(1) confronto con il corrispondente periodo del precedente anno

In merito ai prezzi di vendita non ci sono state grosse variazioni. In alcuni mercati, come in Veneto, si è assistito a comportamenti diversi; da una parte, come per il caso dei gerani, si è deciso di ricorrere alla promozione e dall'altra si è fermamente deciso di non applicare ribassi.

Il risultato di questa politica è stato che chi ha difeso il prezzo ed ha saputo segmentare formati e prezzi offerti ha venduto lo stesso numero di pezzi con qualche punto in più di margine.

In generale il mese è stato statico nell'andamento dei prezzi, si è riscontrato solo qualche correzione per l'aumento del costo di trasporto.

#### Andamento prezzi al dettaglio (1) Aprile

Piante stagionali	2
Piante aromatiche	2
Piante verdi da esterno	2
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	2
Piante verdi da interno in basket	2
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

(1) confronto con il corrispondente periodo del precedente anno

Nella tabella sottostante i prezzi rilevati per i vari prodotti offerti nel periodo:

#### Prezzi di vendita al dettaglio - Aprile 2010

Piante stagionali	vaso	€
	Vask	0,69
	10	0,55
	10	0,74
	12	1,10
	14	2,50
Ortaggi	vaso	€
	vask	1,20
	10	0,50
Piante aromatiche	vaso	€
	10	0,95
	14	1,90
	14	2,00
	24	6,50
	32	18,00

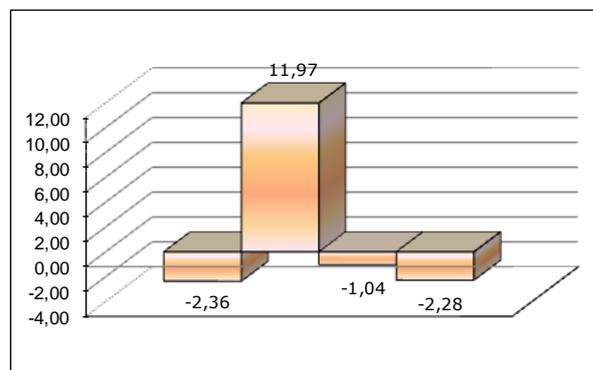
Gerani	vaso	€
	10	1,20
	14	1,90
	14	2,50
	16	3,90

I giudizi, in merito alla qualità delle vendite delle differenti categorie, sono piuttosto scarsi:

#### Giudizi qualitativi sulle vendite per singola specie (1)

Piante fiorite e verdi da interno	Aprile
Medinilla magnifica 3+ fiori v.19	2
Anthurium v17	3
Spathyphyllum v17	1
Kalanchoe v10,5/11	1
Begonia elatior v12	2
Calandiva v11	1
Rosa v12	2
Ciclamino v14	0
Primula v9	0
Phalenopsis v.12	3
Zamioculcas v.17	2
Dieffembachia tropic v18	1
Pachyra acquatica tronco intrecc. v17	3
Ficus b. Danielle v 35 h 150	1
Yucca touffe 30/60	1
Dracaena marginata v.21 10/30/45	2
Schefflera Gold Capella 3 piante v.27	1
Pothos basket v18	2
Areca v.17 h 110/120	1
Nolina recurvata v.19	2
Piante stagionali	
Aromatiche	2
Gerani	2
Hibiscus rosa-sinensis	2
Piante da esterno	
Photinia h 100/120	1
Prunus laurocerasus h 100	1
Rose cespuglio v 18	3
Clematis v14/16	2
Acidofile	2
Conifere tappezzanti	1

**Vendite complessive del canale garden center (totale reparti esclusa animaleria) (var.% rispetto al medesimo periodo dello scorso 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.

**N.B. Dati provvisori**

Fonte: Rete di rilevazione Ismea

#### PRELIMINARE VENDITE DI MAGGIO 2011 (Dati parziali)

Maggio ha deluso le aspettative ancor più di aprile. Nonostante il clima e le situazioni di mercato, fino alla festa della Mamma (8 maggio) gli andamenti non sembravano negativi, ma subito dopo si è assistito ad un crollo delle vendite.

La causa di questo crollo è da attribuirsi a due fattori molto importanti: la riduzione dei flussi di clientela e la riduzione della spesa media.

Se da un lato la spesa media aveva già subito decrementi già dalla fine del 2010, ed era un fattore prevedibile, dall'altro non ci si aspettava la riduzione della clientela. Non è stato per fattori climatici che da soli non possono giustificare questa diminuzione e neppure per la "crisi", anche se ancora una volta ha giocato un ruolo importante su molti mercati ed ha fatto crollare la spesa media *pro-capite*.

Uno dei motivi che potrebbe spiegare questa contrazione della frequentazione è da ricercare in un cambiamento del comportamento negli acquisti da parte dei consumatori.

In questi ultimi tempi, dopo notizie divulgate dai media non certo positive, dopo una settimana lavorativa forse vissuta più negativamente che non in altri anni, il consumatore ha voglia di evadere.

L'evasione prevede di investire denaro per trasferite, week end oppure solo per ristoranti o altre forme di auto gratificazione.

Il denaro disponibile è limitato e quindi c'è la tendenza a tagliare consumi non primari e beni di consumo effimeri come le piante.

Oggi forse per la prima volta prendiamo consapevolezza che abbiamo un concorrente in più e che si chiama tempo libero. Contro questo si può fare poco, non ci sono offerte che tengano.

Durante questa primavera 2011 spesso i clienti hanno acquistato anche prodotti costosi (non piante) a patto che questi fossero compatibili con il loro tempo libero. Se il prodotto infatti (es. pianta stagionale o es. una *Cosmea*) era interessante ma impegnativo (per irrigazione, per posizione di messa a dimora, etc.) spesso ha indotto l'acquirente a cambiare idea sull'oggetto dell'acquisto con qualcosa di meno vincolante.

Questi elementi messi insieme hanno decretato l'andamento che segue (dati provvisori):

le vendite complessive (vivo più altro) a Maggio sono state del -10,10% a livello tendenziale, mentre le differenti categorie di piante hanno fatto registrare questi valori:

#### **Mese di Maggio**

Piante d'appartamento verdi	-23,68%
Piante d'appartamento fiorite	-10,36%
Piante stagionali	-5,39%
Piante da esterno	-21,29%

Nei dati a progressivo (ovvero sui primi 5 mesi del 2011 riferiti allo stesso periodo del 2010) abbiamo:

#### **Progressivo gennaio/maggio 2011**

Piante d'appartamento verdi	-14,32%
Piante d'appartamento fiorite	-9,37%
Piante stagionali	+0,35%
Piante da esterno	-7,01%

Non resta che attendere la fine del primo semestre (che per altro con Giugno non sta dando segnali positivi) ed i suoi risultati per stabilire come effettivamente sia stata questa primavera 2011.