

PRODUZIONE DISTRIBUZIONE COMUNICAZIONE CONSUMATORI VETRINE TENDENZE

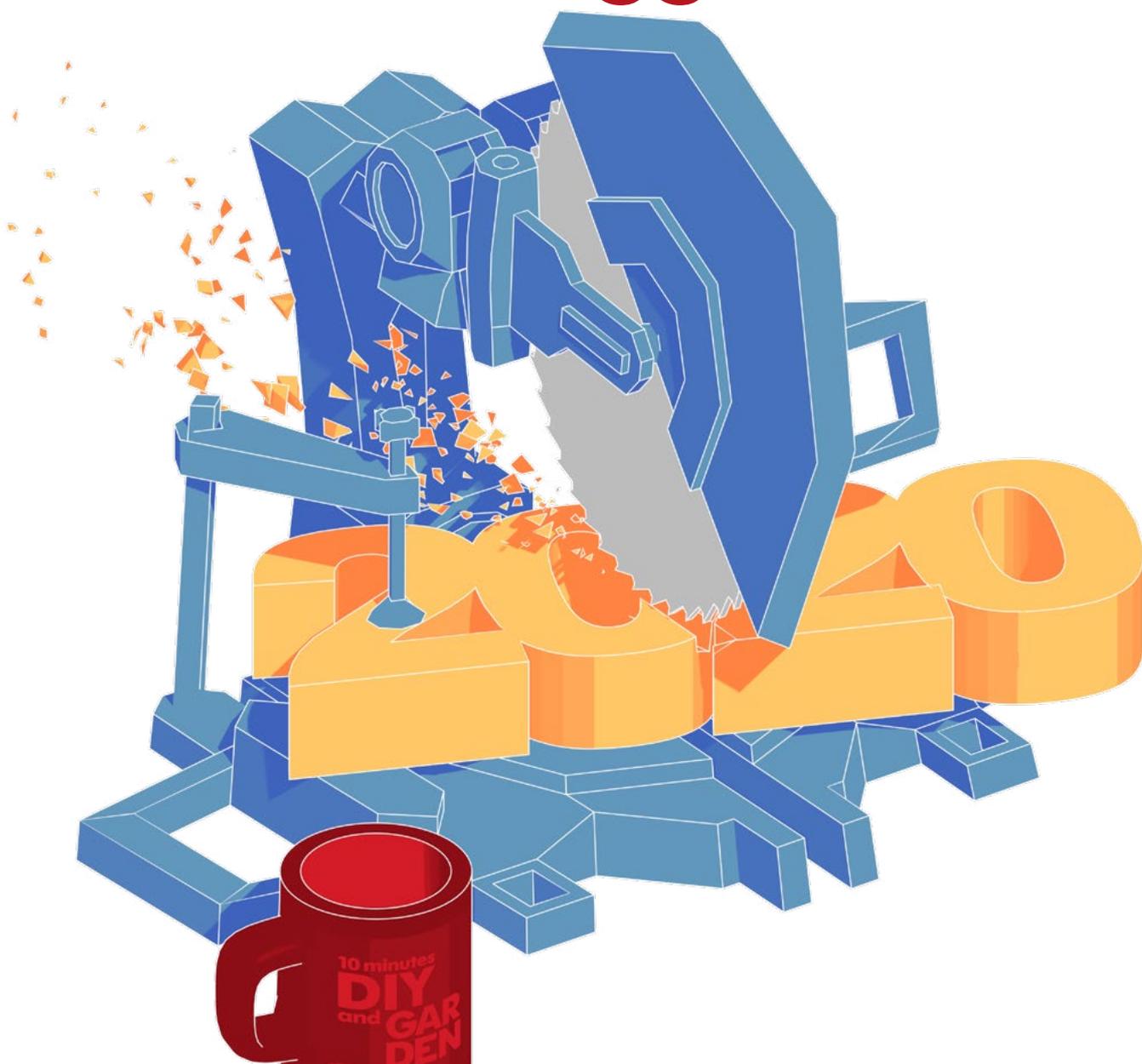
SAGA

10 minutes  
**DIY**  
and **GAR**  
**DEN**

DIYANDGARDEN.COM

**GDS**  
**REPORT**

# Monitoraggio 2020



# Si ringrazia per la collaborazione

Raccolta dei dati

Sabrina Orrico

Progetto grafico e  
rappresentazioni

Giuliano D'angelo - [giudansky.com](http://giudansky.com)



# Editoriale



Relativamente all'andamento delle vendite nella GDS del bricolage, l'ultimo aggiornamento risale al **20** novembre scorso con la pubblicazione dei dati GfK al settembre **2020**. In quella data il trend era di poco al di sotto del **2019** con un **-1,4%**. Il risultato arrivava dopo i terrificanti mesi di marzo e aprile (fino a **-56%** di vendite) e una sfolgorante ripresa culminata nel mese di maggio con un **+44%**, proseguita con una stagione estiva del tutto positiva. Poi il comparto si è avviato verso un progressivo ritorno alla normalità nei mesi autunnali, nonostante i diffusi periodi di lockdown, e un buon mese di dicembre.

Il risultato è che il **2020** chiude, dalla tabella fornitaci da GfK con gli ultimi aggiornamenti che potete visionare in questa pagina, in sostanziale stabilità, con una flessione solo dello **0,3%** e un valore pari a **4,7** miliardi di euro GDS. Di fatto, un buon esito se paragonato ad altri settori del non food, che versano in condizioni drammatiche, e che potrebbe addirittura aumentare se affiancato al risultato del dettaglio tradizionale che sappiamo essere stato premiato, perché esempio di quella prossimità tanto premiata in tempi di Covid.

- 27** ✂ Aperture
- 28** 🚫 Chiusure
- 7** ← Entrate
- 8** → Uscite
- 1** 🚚 Trasferimenti
- 8** 🛠 Restyling

## GRAFICO: La crescita post-lockdown, Maggio 2020



Fonte: GfK Total Store Report - Canale DIY Superstores – Totale fatturato annuo 2020

**LAVOR**  
SIMPLY STRONGER

WWW.LAVOR.COM



## TABELLA: Numeri per insegna

INSEGNA GRUPPO	pdv	diretti	affiliati	m <sup>2</sup>
BRICO BRAVO	10	1	9	11.362
BRICO CASA	4 +4	4 +4		5.400
BRICO C. DEODATO	3	3		16.500
BRICO IO	108 -1	78 +7	30 -8	167.736 -3.304
BRICO OK	107 +5	60 +4	47 1	174.650 +6.200
BRICO PIÙ IKASA	3	3		7.600
BRICO P. ITALIA	9	9		10.100
BRICO+ LAQUATTRO	4 +4	4 +4		4.300
BRICOCENTER	61 -3	49 -2	12 -1	150.020 -6.932
BRICOFER	87 -8	39 6	48 -14	164.939 -20.261
BRICOLIFE	86 +3	86 +3		188.395 +4.274
BRICOMAN	24 +1	24 +1		186.941 +20.001
BRICOMANIA	23	1	22	26.300
BRICOMARKET	4	4		11.100
BRICOSi	3	2	1	8.250
BRICOTERM	4		4	4.000
BRICOWARE	3 +3	3 +3		8.300
BRIGROS	6	6		14.150
CENTRO B. LOGATTO	4 +4	4 +4		10.800
EVOLUZIONE BRICO	37 -2	37 -2		57.165 -3.500
GRUPPO FDT	33	33		75.050
LEROY MERLIN	49	49		420.366 +4.500
MONDOBRICO	7	6	1	24.100
OBI	57	53	4	249.033
OTTIMAX	6	6		65.000
PROGRESS	3	3		12.300
PRONTO HOBBY BRICO	6	6		15.200
SELF	25 -2	25 -2		82.432 -3.618
UTILITY	19 -1	19 -1		39.800 -2.200
<b>795</b>	<b>617</b>	<b>178</b>	<b>2.211.289</b>	

+7

+29

-22

+23.960

CONFRONTO CON ANNO PRECEDENTE (2019)

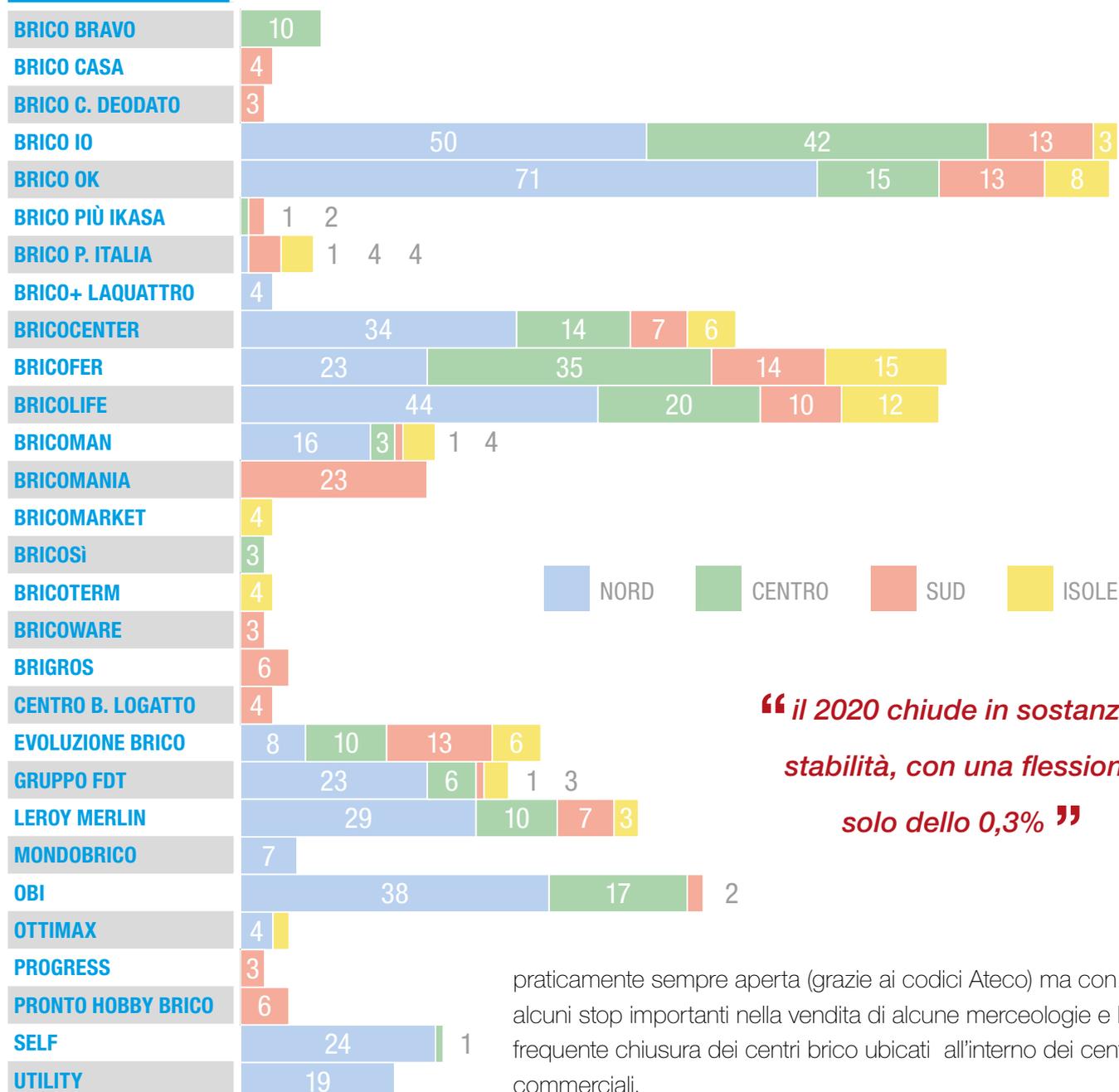
E, ancora dovremmo aggiungere l'e-commerce. Quanto vale e quanto ha inciso nei mercati brico & garden? Difficilissimo a dirsi. Le insegne non lo estrapolano dal dato complessivo di fatturato e molto poco si sa dei pure player, al netto dei dati generali del canale che sappiamo essere andato molto bene per tutti, food e non food. Gli unici dati certi, ovvero dichiarati, di cui siamo in possesso, sono i fatturati raddoppiati per agrieuro, che ha superato gli **85** milioni, e ManoMano con **130** milioni di euro fatturati in Italia, nel **2020**.

Certamente il **2020** con il Covid e le limitazioni per il commercio che si sono succedute nell'arco dell'anno, hanno visto la distribuzione del settore

**“...una vera e propria débâcle della categoria affiliati con 22 negozi in meno...”**

## INSEGNA GRUPPO

GRAFICO:  
Ripartizione pdv insegne per macroregione



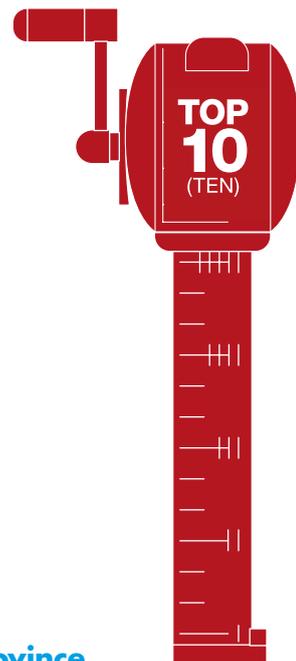
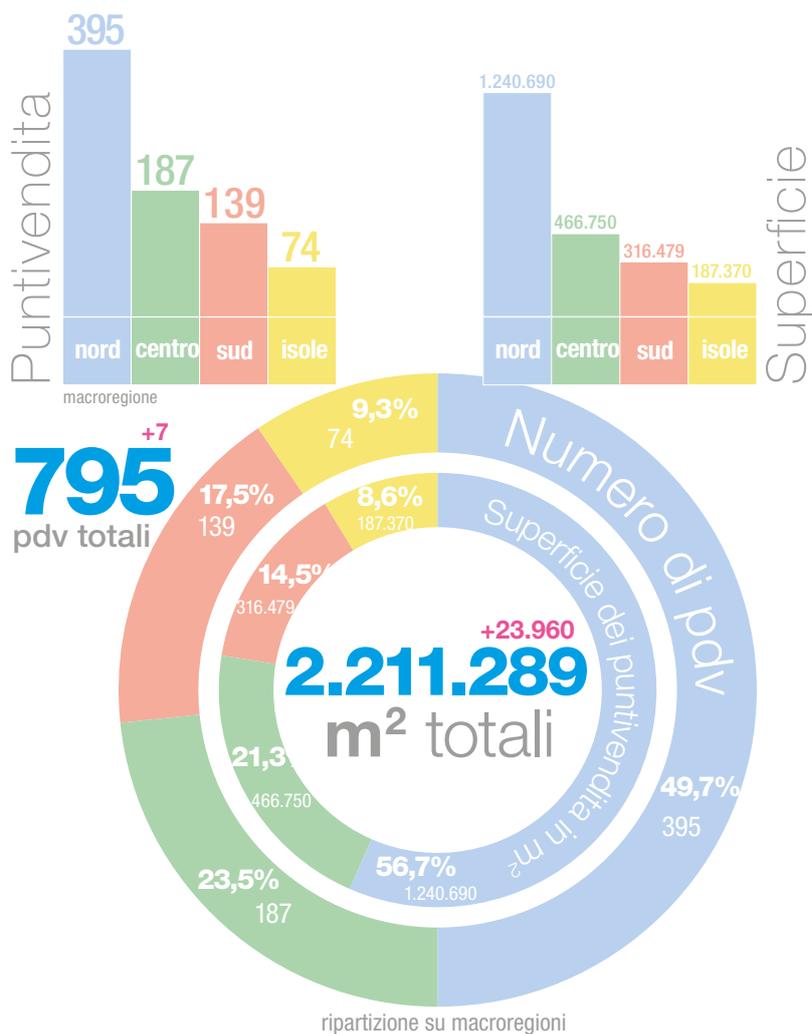
“ il 2020 chiude in sostanziale  
stabilità, con una flessione  
solo dello 0,3% ”

praticamente sempre aperta (grazie ai codici Ateco) ma con alcuni stop importanti nella vendita di alcune merceologie e la frequente chiusura dei centri brico ubicati all'interno dei centri commerciali.

In termini di sviluppo, non possiamo dire con certezza quanto il Covid abbia inciso, certamente ha rallentato e, in ogni caso, nel **2020** l'aumento del numero dei centri brico è stato sotto tono rispetto al **2019**, con un saldo di **7** punti vendita in più, ma al "lordo" dell'ingresso di due nuove insegne nel nostro monitoraggio (Brico+LaQuattro e Brico Casa). Nello scorso **2019** i negozi in più furono **31**, anche se con l'inserimento di **4** nuove insegne.

Ciò che è interessante sottolineare in quest'ultimo aggiornamento è la forte progressione della rete diretta, con **29** punti vendita in più, alla quale si contrappone una vera e propria *débâcle* della categoria affiliati con **22** negozi in meno; una categoria che ora pesa poco più del **22%** rispetto al totale negozi.

Nel lasciarvi all'analisi dei grafici e delle tabelle vi rimandiamo all'articolo di approfondimento sull'andamento dello sviluppo della rete del bricolage e giardinaggio in questo ultimo semestre, con nuove infografiche relative alla distribuzione delle insegne.



**PDV Province**

1. Roma **55**
2. Milano **33**
3. Torino **26**
4. Cosenza **23**
5. Brescia **22**
6. Varese **18**
7. Latina **16**
8. Perugia **15**
9. Trento **14**
10. Catanzaro **14**

**Superfici Province**

1. Roma **162.083**
2. Milano **150.140**
3. Torino **102.415**
4. Brescia **57.809**
5. Varese **52.649**
6. Monza **46.100**
7. Vicenza **45.150**
8. Udine **41.826**
9. Bergamo **41.250**
10. Napoli **40.994**



**OTTIMO LAVORO!**

**IDROPELENTE**

**ANTICORROSIVO**

**LUBRIFICANTE**

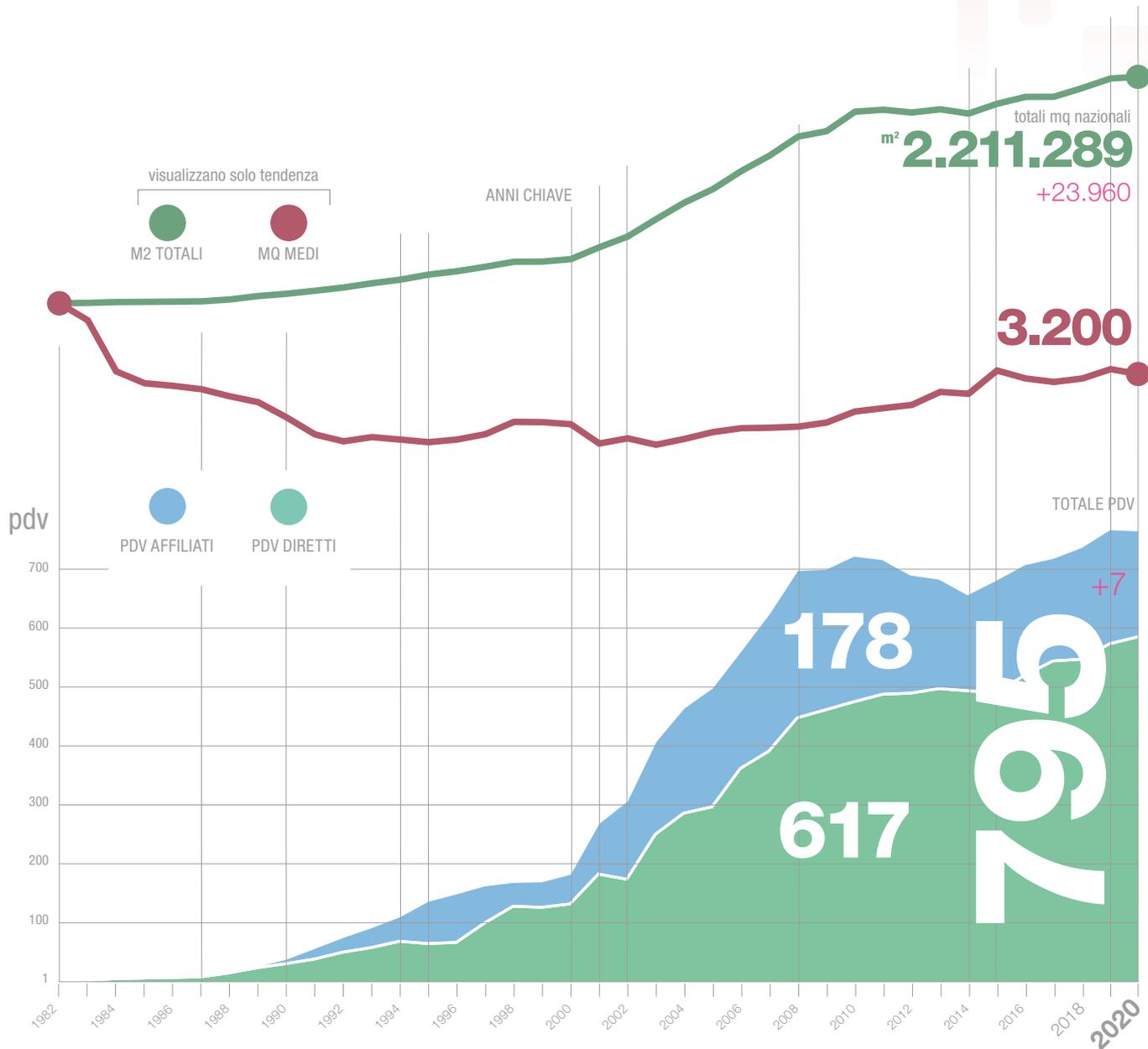
**SBLOCCANTE**

**DETERGENTE**

TABELLA: **Lo storico dei PDV**

	Nascita della gds				Quanti affiliati sul totale dei pdv?		sup. TOTALE		sup. MEDIA	
	pdv totali	diretti	affiliati							
	%	%	%	%		%		%		%
1982	1	1	0			4.300		4.300		
1983	2 +100	2 +100	0			8.040 +87		4.020 -6,5		
1984	5 +150	5 +150	0			15.878 +97,5		3.176 -21		
1985	6 +20	6 +20	0			17.878 +12,6		2.980 -6,2		
1986	7 +16,7	7 +16,7	0			20.560 +15		2.937 -1,4		
1987	8 +14,3	8 +14,3	0			23.050 +12,1		2.881 -1,9		
1988	15 +87,5	15 +87,5	0			41.453 +79,8		2.764 -4,1		
1989	28 +86,7	24 +60	4	14,3		74.679 +80,2		2.667 -3,5		
1990	40 +42,9	31 +29,2	9 +125	22,5		96.592 +29,3		2.415 -9,4		
1991	59 +47,5	39 +25,8	20 +122,2	33,9		125.940 +30,4		2.134 -11,6		
1992	78 +32,2	51 +30,8	27 +35,0	34,6		157.534 +25,1		2.020 -5,3		
1993	95 +21,8	59 +15,7	36 +33,3	37,9		198.537 +26		2.090 +3,5		
1994	114 +20	70 +18,6	44 +22,2	38,6		233.567 +17,6		2.049 -2		
1995	141 +23,7	66 -5,7	75 +70,5	53,2		282.881 +21,1		2.006 -2,1		
1996	154 +9,2	68 +3	86 +14,7	55,8		315.557 +11,6		2.050 +2,2		
1997	168 +9,1	102 +50	66 -23,3	39,3		359.369 +13,9		2.139 +4,3		
1998	174 +3,6	131 +28,4	43 -34,8	24,7		407.426 +13,4		2.342 +9,5		
1999	175 +0,6	129 -1,5	46 +7	26,3		409.004 +0,4		2.337 -0,2		
2000	188 +7,4	135 +4,7	53 +15,2	28,2		432.888 +5,8		2.303 -1,5		
2001	276 +46,8	187 +38,5	89 +67,9	32,2		547.598 +26,5		1.984 -13,9		
2002	315 +14,1	178 -4,8	137 +53,9	43,5		652.140 +19,1		2.070 +4,3		
2003	418 +32,7	256 +43,8	162 +18,2	38,8		820.947 +25,9		1.964 -5,1		
2004	477 +14,1	293 +14,5	184 +13,6	38,6		982.398 +19,7		2.060 +4,9		
2005	512 +7,3	304 +3,8	208 +13	40,6		1.112.659 +13,3		2.173 +5,5		
2006	576 +12,5	371 +22	205 -1,4	35,6		1.288.539 +15,8		2.237 +2,9		
2007	641 +11,3	401 +8,1	240 +17,1	37,4		1.439.223 +11,7		2.245 +0,4		
2008	717 +11,9	459 +14,5	258 +7,5	36		1.622.714 +12,7		2.263 +0,8		
2009	719 +0,3	473 +3,1	246 -4,7	34,2		1.675.593 +3,3		2.330 +3		
2010	742 +3,2	487 +3	255 +3,7	34,4		1.864.685 +11,3		2.513 +7,9		
2011	736 -0,8	500 +2,7	236 -7,5	32,1		1.883.878 +1		2.568 +2,2		
2012	709 -3,7	502 +0,4	207 -12,3	29,2		1.856.792 -1,4		2.622 +2,1		
2013	702 -1	510 +1,6	192 -7,2	27,4		1.887.991 +1,7		2.836 +8,2		
2014	675 -3,8	506 -0,8	169 -12	25		1.846.944 -2,2		2.806 -1,1		
2015	700 +3,7	503 -0,6	197 +16,6	28,1		1.941.153 +5,1		3.190 +13,7		
2016	727 +3,9	533 +6	194 -1,5	26,6		2.008.495 +3,5		3.059 -4,1		
2017	738 +1,5	558 +4,7	180 -7,2	24,4		2.009.625 +0,1		3.001 -1,9		
2018	757 +2,6	561 +0,5	196 +8,9	25,89		2.094.329 +4,2		3.058 +1,9		
<b>2019</b>	<b>788</b> +4,1	<b>588</b> +4,8	<b>200</b> +2	25,38		<b>2.187.329</b> +4,4		<b>3.212</b> +5		
<b>2020</b>	<b>795</b> 0,9	<b>617</b> 4,9	<b>178</b> -11,0	22,39%		<b>2.211.289</b> 1,1		<b>3.200</b> -0,4		

# Le curve dei pdv dal 1982



Approfondimento su  
[diyandgarden.com](http://diyandgarden.com)



ATTREZZI A BATTERIA  
**E-POWER**



Leggeri Senza fili Zero emissioni



VERDEMAX.IT

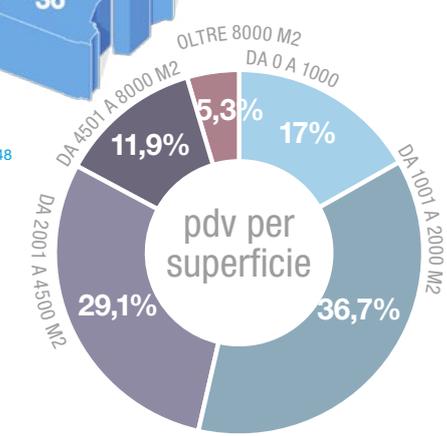
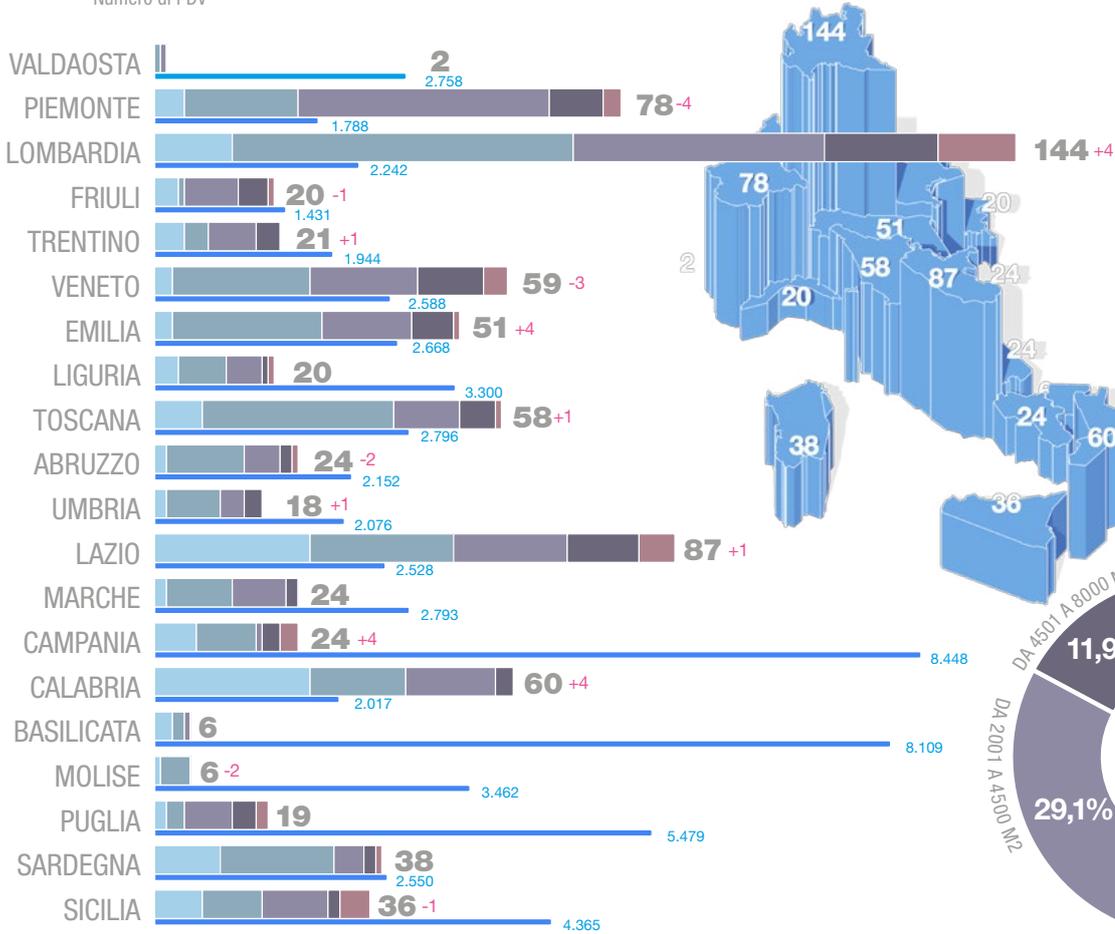
VERDEMAX®

GRAFICO: **Regioni, pdv e superfici**

LEGENDA + Pdv per superficie in ITALIA



Numero di PDV



**Approfondimento** su  
diyandgarden.com



Investiamo sul futuro da più di 50 anni per rendere la vita ogni giorno un po' più verde.



GRAFICO: Superfici per regione

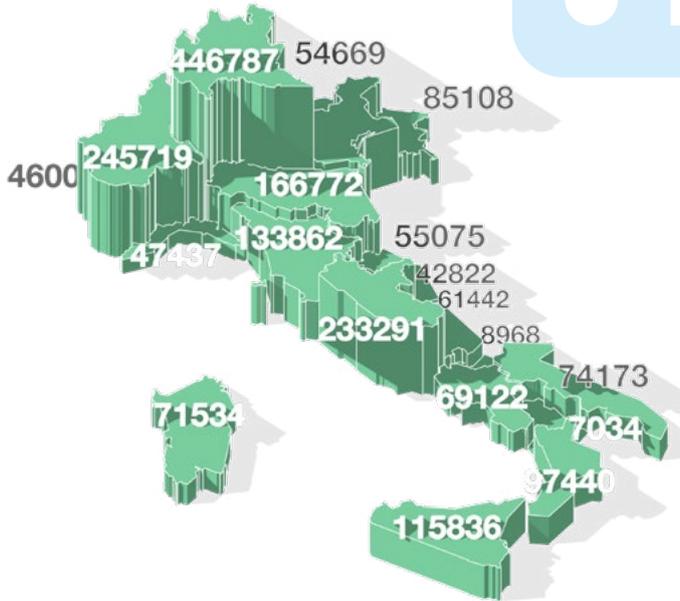


GRAFICO: Superfici medie per regione

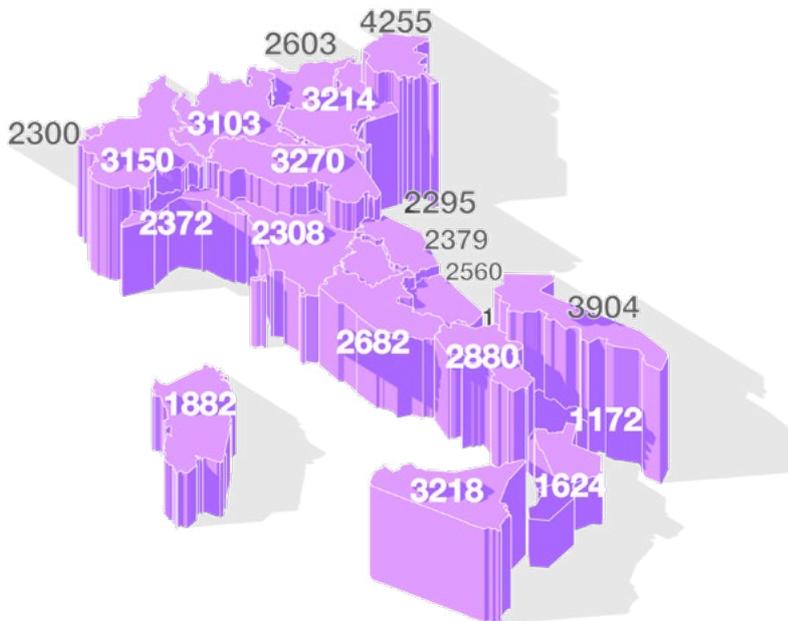
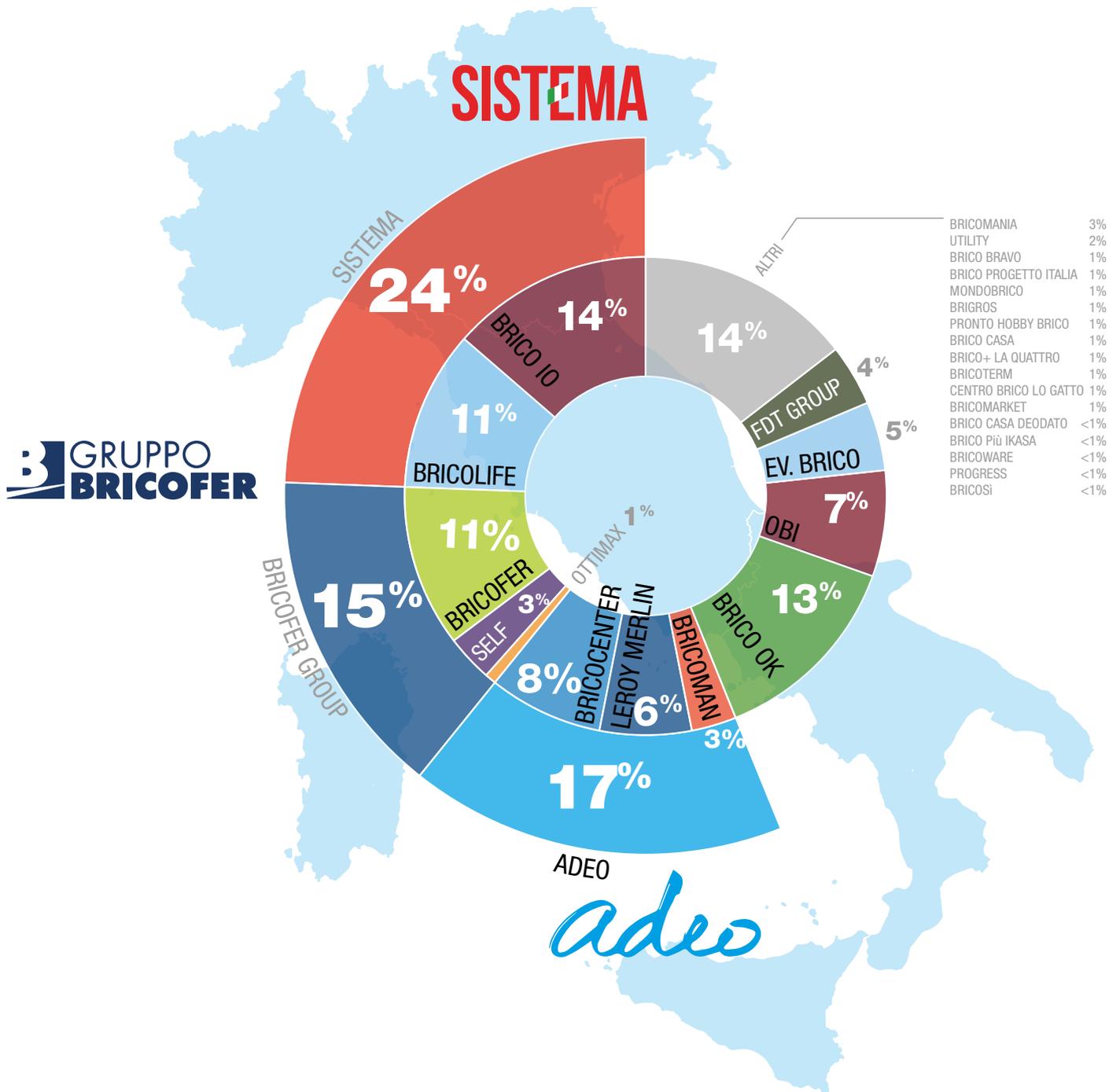


TABELLA: Web ecommerce e social

INSEGNA			
BRICO BRAVO	✓	✓	✓
BRICO ALFA	✓	✓	✓
BRICO IO	✓	✓	✓
BRICO OK	✓	✗	✓
BRICO PROGETTO	np	np	np
BRICO TERM	✓	✗	✓
BRICOCENTER	✓	✗	✓
BRICOFER	✓	✓	✓
BRICOMAN	✓	✓	✓
BRICOMANIA	✓	✓	✓
BRICO SI	✓	✓	✓
BRIGROS	✓	✓	✓
GRUPPO FDT	✓	✓	✓
LEROY MERLIN	✓	✓	✓
MONDO BRICO	✓	✓	✓
OBI	✓	✓	✓
OTTIMAX	✓	✓	✓
PROGRESS	✓	✗	✓
PRONTO B. HOBBY	✓	✓	✓
SELF	✓	✓	✓
UTILITY	✓	✓	✓
BRICOLIFE	✓	✗	✓
Al brico	✓	✗	✓
La prealpina	✓	✗	✓
Bricoservice	✗	✗	✓
Brico point	✓	✓	✓
Eurobrico	✓	✓	✓
Ganzaroli hobby	✓	✗	✓
Orizzonte	✓	✓	✓
Izzi g. c. faidate	✓	✓	✓
Free time bricolage	✗	✗	✓
Bricopiù	✓	✗	✓
Hobby & legno	✓	✗	✓
Cfadda fai da te	✓	✓	✓
<b>EV. BRICO</b>	✓	✗	✗
Casa arredo	✓	✓	✗
Area 325	✓	✗	✗
Bricolarge	✓	✗	✓
Trade service	✗	✗	✓
Erregi	np	np	np
Ferr. di nevio	✗	✗	✓
Home concept	np	np	np
Mastro brico	np	np	✓
Mister casa	np	np	np
Monterosso	✗	✗	✓
Nuova massa I.	✓	✗	✗
Orlandi	✓	✗	✓
Pianeta casa	np	np	np
Pio macarra	✓	✗	✓
Caglio	np	np	np
Stelluto	✓	✗	✓
Apollo micolucci	✓	✗	✓
Cicero	✓	✗	✓
Campopiano	✓	np	np
Edileonino	✓	✗	✓
Fercolor italia	np	np	np
Ferramenta Pulita G.	✓	✓	✓
Le gardene	np	np	np
Punto bivio	np	np	np
Colore e pittura	np	np	np

GRAFICO:

# Ripartizione gruppi/insegne/PDV in ITALIA

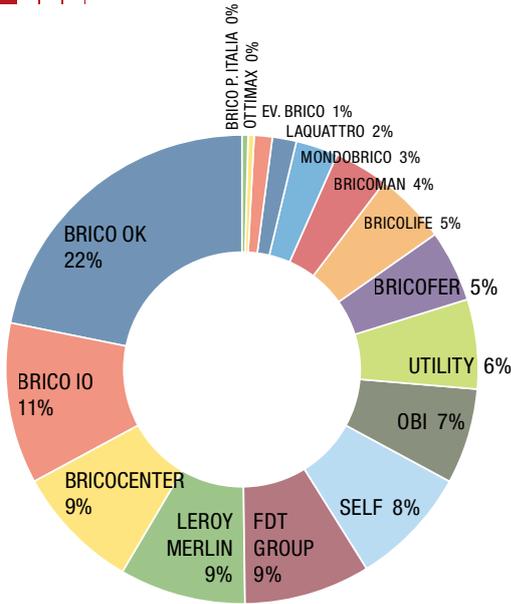


**LEIFHEIT**

Ecco come si cura la casa al giorno d'oggi.

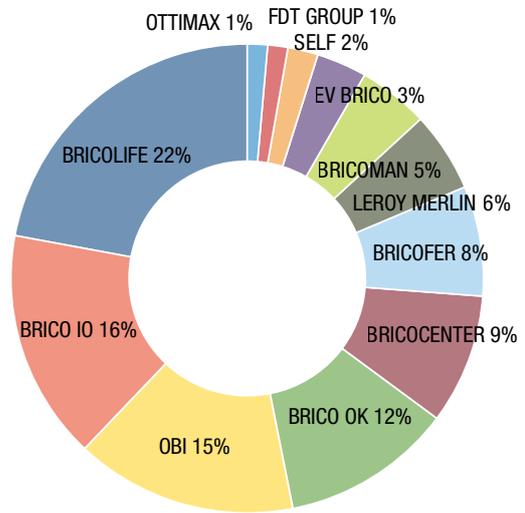


GRAFICO: **Ripartizione insegne/PDV per aree Nielsen**



**AREA NIELSEN 1**

Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia

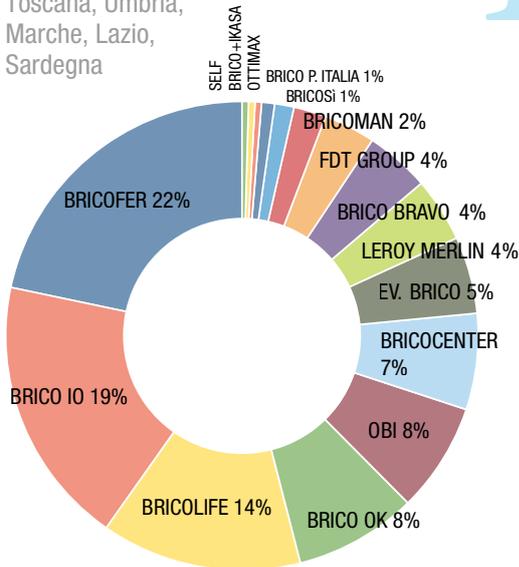


**AREA NIELSEN 2**

Triveneto, Emilia Romagna

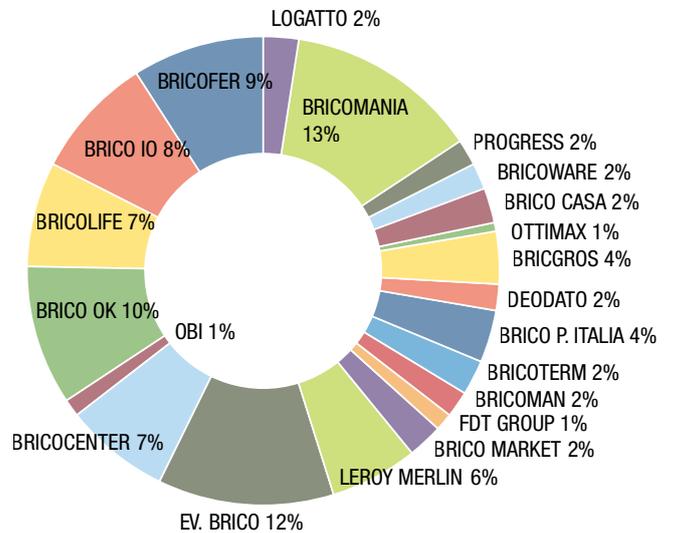
**AREA NIELSEN 3**

Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Sardegna



**AREA NIELSEN 4**

Abruzzo, Molise, Puglia, Campania, Basilicata, Calabria, Sicilia



Professional welders since 1953

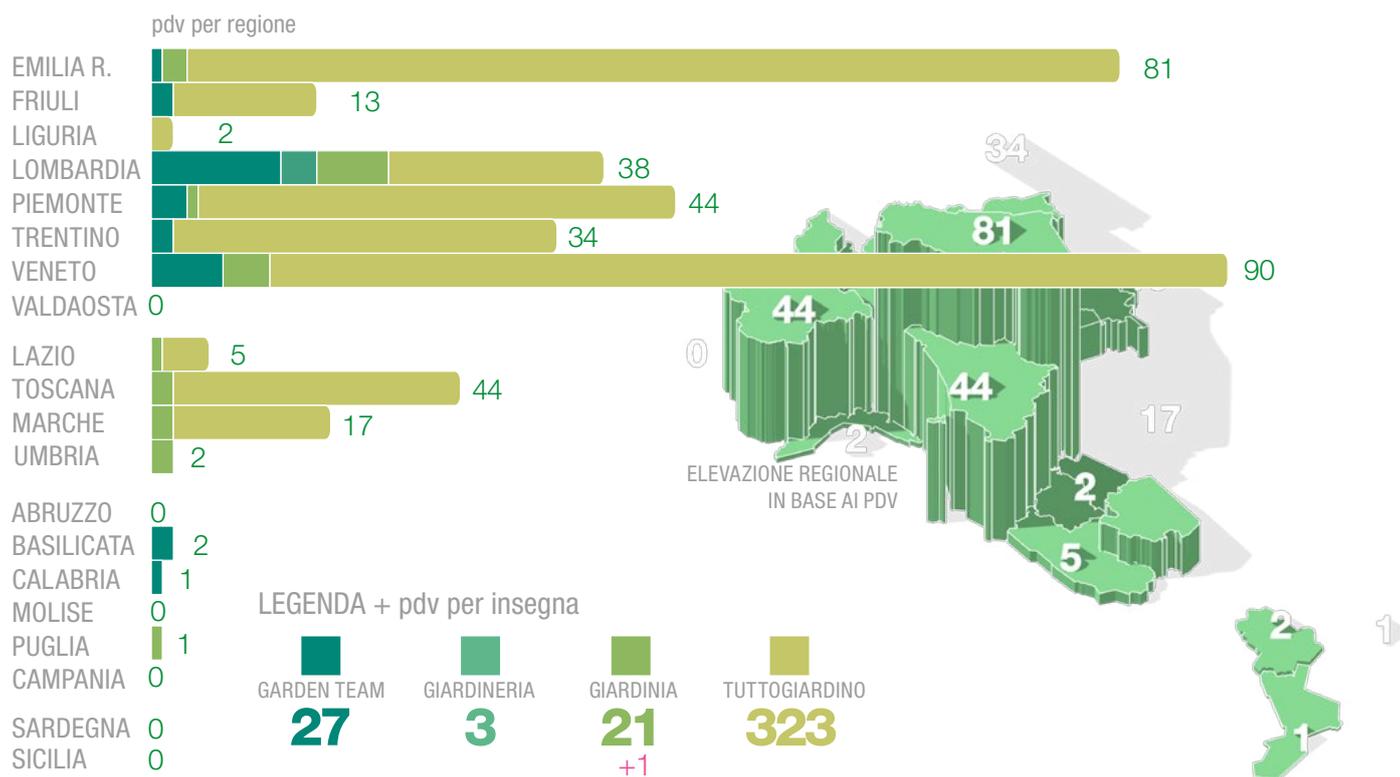
[www.kempergroup.it](http://www.kempergroup.it)

# Garden

TABELLA: Lo stato dei  
punti vendita garden

INSEGNA GRUPPO	pdv totali	diretti	franchising	consorziati	mq TOT
<i>Garden Team</i>	27 <sup>-1</sup>	0	3	24	240.400
<i>Giardineria</i>	3	3	0	0	28.000
<i>Giardinia</i>	21 <sup>+1</sup>	0	21	0	87.800
<i>TuttoGiardino</i>	157	0	157	0	
<i>TuttoGiardino*</i>	166		166		
	<b>374</b>	<b>3</b>	<b>347</b>	<b>24</b>	<b>356.200</b>

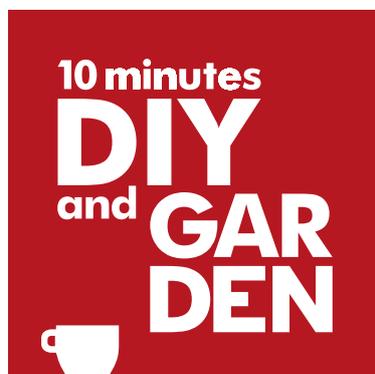
GRAFICO: Insegne, regioni e pdv



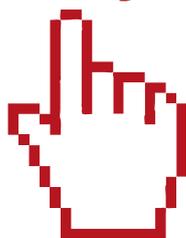
Arredo Giardino - Arredo Urbano - Edilizia - Recinzioni Modulari

195 **2017**  
65° anniversario



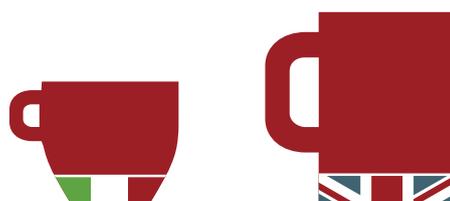


[diyandgarden.com](http://diyandgarden.com)



infografiche: [giudansky.com](http://giudansky.com)

# Italiano o internazionale?



DIYANDGARDEN.COM

# IL DIY.