

PRODUZIONE DISTRIBUZIONE COMUNICAZIONE CONSUMATORI VETRINE TENDENZE

SAGA

10 minutes
DIY
and **GAR**
DEN

DIYANDGARDEN.COM

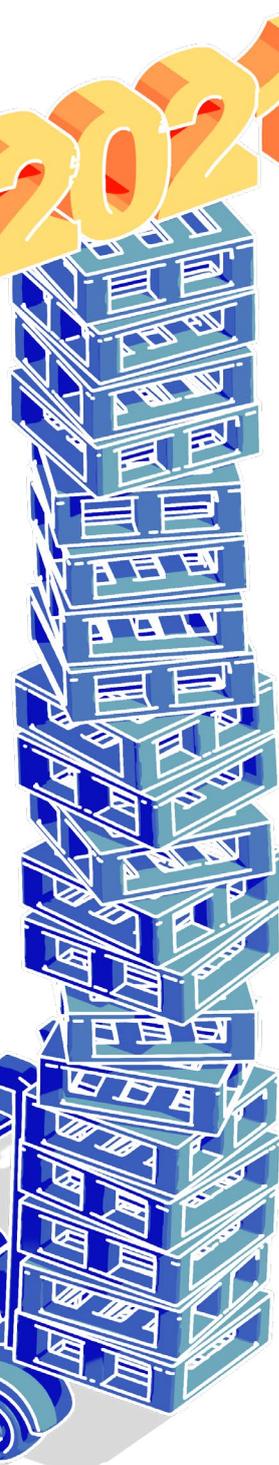
**GDS
REPORT**

2021

Monitoraggio

1° semestre

2021



Si ringrazia per la collaborazione

Raccolta dei dati

Sabrina Orrico
Livio Parietti

Progetto grafico

Giuliano D'angelo
giudansky.com



Editoriale



L'euforica atmosfera che ha caratterizzato il secondo semestre **2020** prosegue anche nel **1°** semestre **2021** con un ritmo di vendite talmente positivo da essere del tutto fuori dalla norma. Basti considerare che nel GFK del primo trimestre **2021**, solitamente il trimestre meno dinamico, il trend di vendite in GDS è stato del **36,2%** superiore allo stesso periodo del **2020**. Con gennaio e febbraio a **+9,2** e **+6%**.

Nonostante le preoccupazioni per i rincari di materie prime, trasporti e conseguente reperimento prodotti, siamo pienamente consapevoli che brico e il garden continuano a cavalcare l'onda positiva che vede gli italiani fortemente concentrati sulla propria casa, nel migliorarla e, in non pochi casi addirittura a cambiarla per una più grande, magari col giardino.

L'andamento della rete GDS Brico&Garden è positivo in questo primo semestre dell'anno, anche se due insegne escono dalla rilevazione. Si tratta di **Brico Più Ikasa** e **Brico Si** che, scendendo al di sotto dei **3** negozi, non rientrano più nei parametri che vedono a **3** unità la quantità minima per entrare nella rilevazione della distribuzione aggregata. Compensa parzialmente l'ingresso dell'insegna **Brikicasa**, ex affiliato **Brico Ok**, con **3** negozi in Lombardia.

Rispetto al **31** dicembre **2020**, la rete del bricolage sale a **804** punti vendita, dei quali **626** a conduzione diretta e **178** in affiliazione/associati/consorziate, ecc. La nota positiva è che si arresta l'importante flessione che ha caratterizzato la categoria affiliati nel **2020**; flessione che ha visto complessivamente la chiusura e/o l'uscita dal monitoraggio di **36** punti vendita. Un numero davvero alto, compensato dalle **41** aperture a gestione diretta.

Al giugno **2021**, il saldo delle aperture è di **9** punti vendita in più rispetto alla precedente rilevazione e quello della superficie di vendita è superiore ai **31.000** metri quadrati. Per quanto riguarda i diretti, la rete ne guadagna **18** ma ne perde **9**, mentre per gli affiliati, pur rimanendo complessivamente stabili, ne entrano **3** ma ne escono **2**.

LAVOR

SIMPLY STRONGER



www.lavor.com

Global Brand
Ambassador

ÁLEX MÁRQUEZ



PREMIUM PARTNER

LCR
TEAM
Honda

TABELLA: Numeri per insegna

INSEGNA GRUPPO	pdv	diretti	affiliati	m ²
BRICO BRAVO	10	1	9	11.362
BRICO CASA	3 -1	3 -1		3.900 -1.500
BRICO C. DEODATO	3	3		16.500
BRICO IO	109 +1	80 +2	29 -1	169.336 +1.600
BRICO OK	109 +2	59 -1	50 +3	177.150 +2.500
BRICO P. ITALIA	9	9		10.100
BRICO+ LAQUATTRO	3 -1	3 -1		3.500 -750
BRICOCENTER	61	49	12	150.020
BRICOFER	89 +2	41 +2	48	168.239 +3.300
BRICOLIFE	85	85 -1		185.895 -2.500
BRICOMAN	27 +3	27 +3		204.241 +17.300
BRICOMANIA	23	1	22	26.300
BRICOMARKET	4	4		11.100
BRICOTERM	4		4	4.000
BRICOWARE	3			8.300
BRIGROS	6	6		14.150
BRIKIDEA	3	3		3.900 +3.900
CENTRO B. LOGATTO	4	4		10.800
EVOLUZIONE BRICO	41 +4	41 +4		69.550 +12.385
GRUPPO FDT	35 +2	35 +2		76.600 +1.550
LEROY MERLIN	50 +1	50 +1		430.366 +10.000
MONDOBRICO	7	7		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	25		82.432
UTILITY	19	19		39.800

804 626 178 2.243.224

+9

+31.935

CONFRONTO CON
SEMESTRE PRECEDENTE
(2020)

E' a proposito di superficie di vendita che va segnalata la novità più importante. Infatti, se per quanto riguarda la superficie totale, si registra un lieve aumento dell'**1,4%**, il dato più eclatante riguarda la diminuzione della superficie media con una flessione dell'**11,8%**, passando così da **3.200** mq agli attuali **2.824**.

Per quanto riguarda le insegne, **Brico Ok** è in testa con **6** nuove aperture, con **109** negozi. Segue **Evoluzione Brico** con **4** nuovi associati, mentre con **3** aperture c'è **Bricoman**. **3** aperture anche per l'insegna Brico io che apre due diretti e un affiliato ma chiude due diretti a Parma e Termoli. **2** aperture per **Bricofer** mentre si appresta alla novantesima apertura del **22** luglio a Terni. Saldo di due nuovi punti vendita anche per il Gruppo **FDT** che nella realtà ha visto l'ingresso di **3** nuovi associati

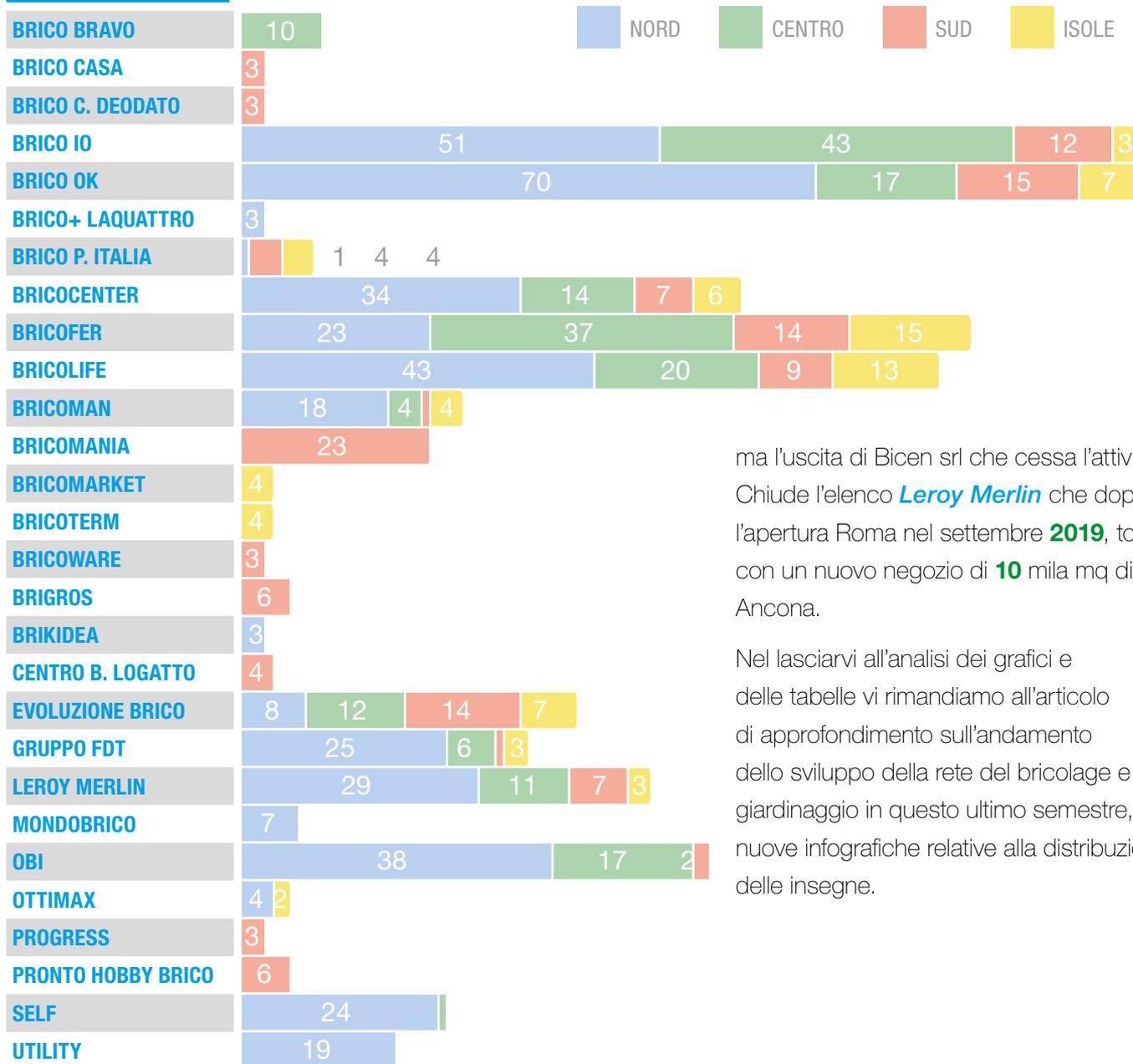
Approfondimento su
diyandgarden.com





INSEGNA GRUPPO

GRAFICO:
Ripartizione pdv insegne per macroregione



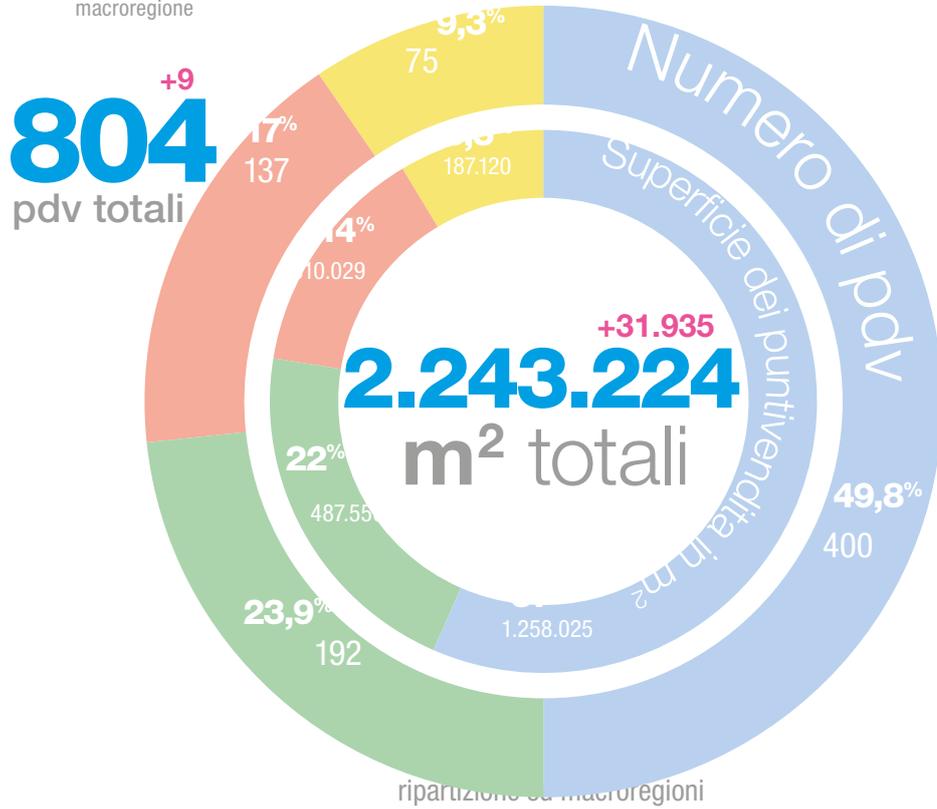
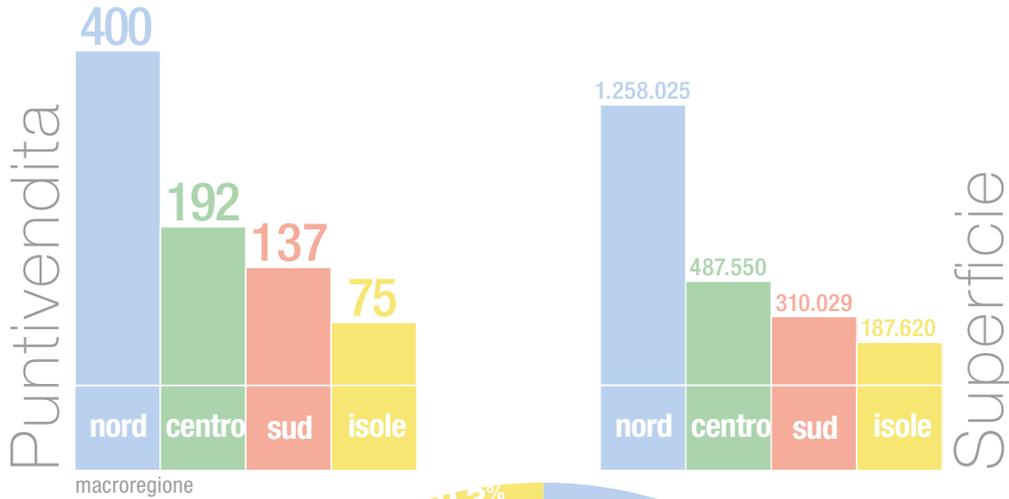
ma l'uscita di Bicen srl che cessa l'attività. Chiude l'elenco **Leroy Merlin** che dopo l'apertura Roma nel settembre **2019**, torna con un nuovo negozio di **10** mila mq di Ancona.

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.

Professional welders since 1953

www.kempergroup.it

GRAFICO: **Ripartizione spazi e pdv per macroregione**



PDV Province

1. Roma **56**
2. Milano **34**
3. Torino **26**
4. Cosenza **24**
5. Brescia **24**
6. Varese **18**
7. Latina **18**
8. Perugia **16**
9. Catanzaro **14**
10. Trento **14**

Superfici Province

1. Roma **165.533**
2. Milano **151.690**
3. Torino **102.415**
4. Brescia **61.809**
5. Varese **54.099**
6. Monza **46.100**
7. Vicenza **45.100**
8. Udine **41.826**
9. Bergamo **41.250**
10. Napoli **40.994**

LEIFHEIT

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

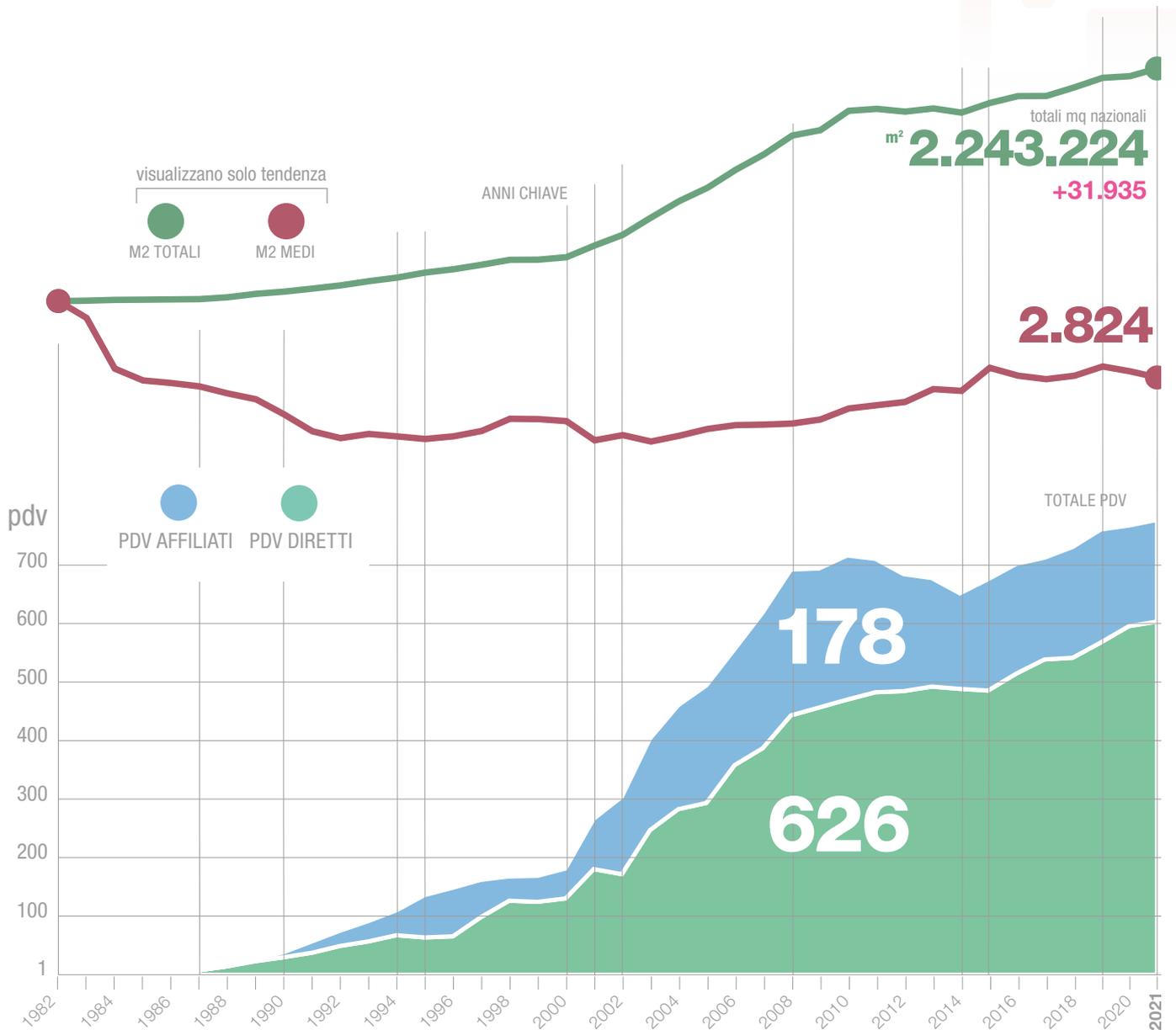


Con sistema centrifugo brevettato

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		
2019	788 4,1	588 5,4	200	+11,1	25,38%	2.187.329 8,8		3.212 7,0		
2020	795 +0,9	617 +4,9	178 -11,0		22,39	2.211.289 +1,1		3.200 -0,4		
2021	804 +1,1	626 +1,5	178		22,14	2.243.224 +1,4		2.824 -11,8		

Le curve dei pdv dal 1982



Approfondimento su
diyandgarden.com



VERDEMAX



**ATTREZZI A BATTERIA
E-POWER**



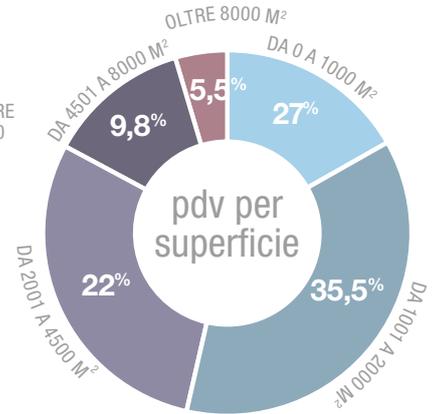
Leggeri Senza fili Zero emissioni



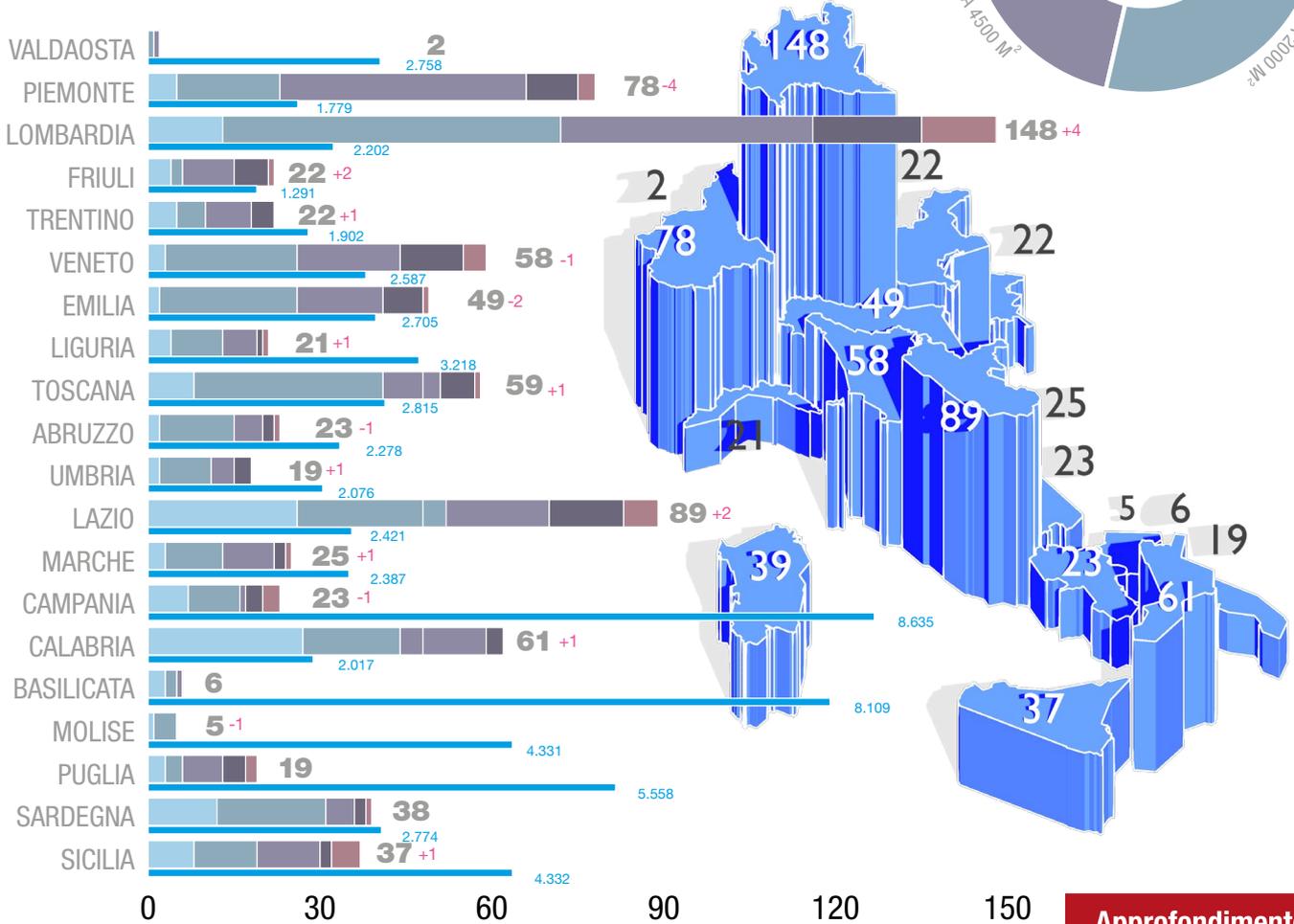
VERDEMAX.IT

GRAFICO: Regioni, pdv e superfici

LEGENDA + Pdv per superficie in ITALIA



Numero di PDV



Approfondimento su diyandgarden.com



SBOCCIA
IL NUOVO SITO
CLABER.COM



GRAFICO: **Superfici per regione**

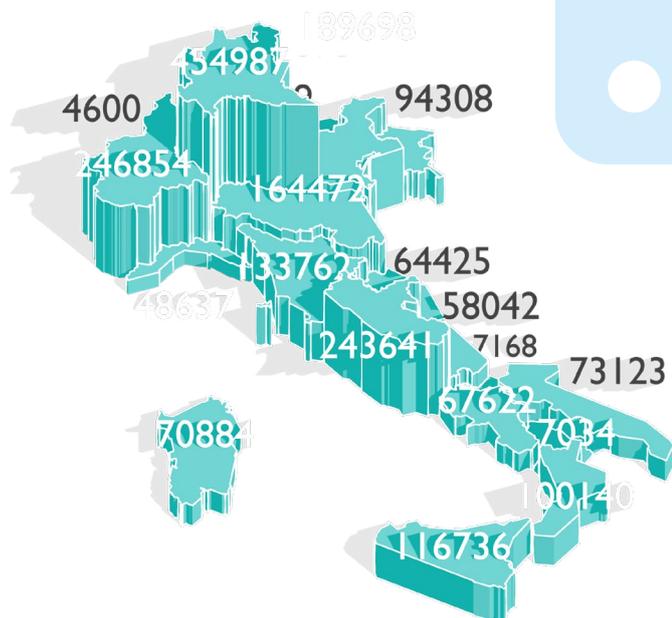


GRAFICO: **Superfici medie per regione**

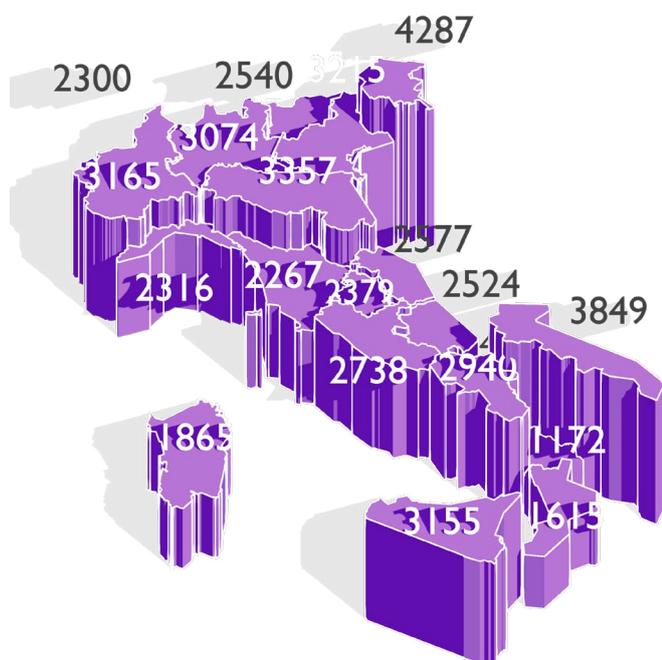


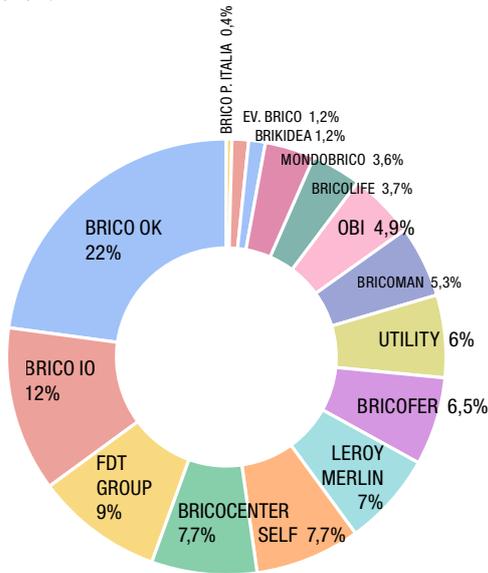
TABELLA: Web ecommerce e social

INSEGNA			
BRICO BRAVO	✓	✓	✓
BRICO ALFA	✓	✓	✓
BRICO IO	✓	✓	✓
BRICO OK	✓	✗	✓
BRICO PROGETTO ITALIA	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	✓	✓	✓
EV. BRICO	✓	✗	✗
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 l.	✓	✗	✗
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

Approfondimento su
diyandgarden.com

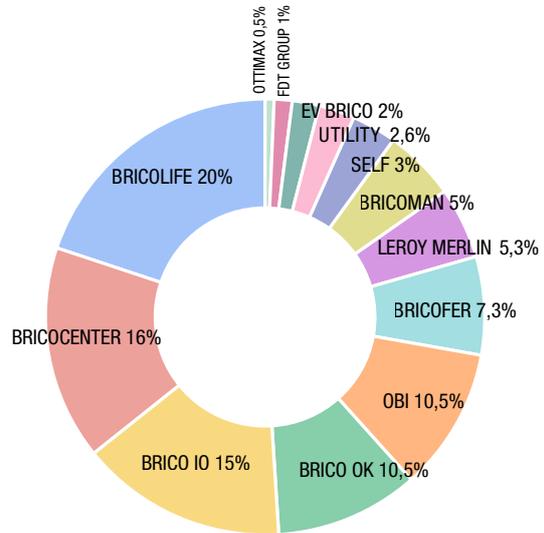


GRAFICO: **Ripartizione insegne/PDV per aree Nielsen**



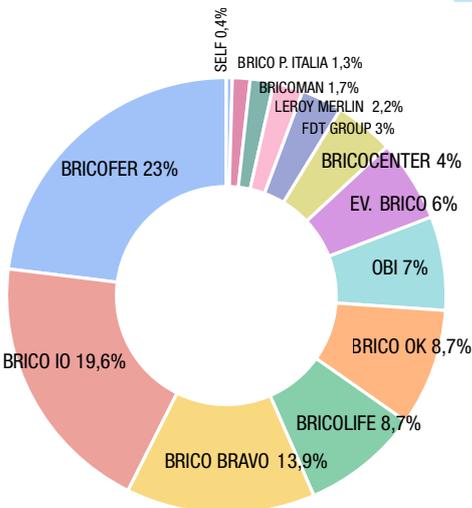
AREA NIELSEN 1

Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia



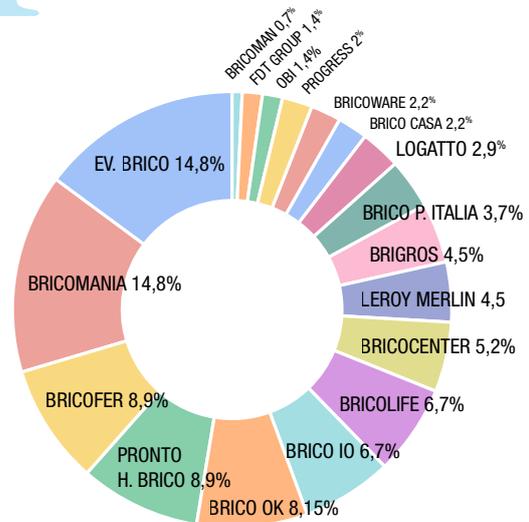
AREA NIELSEN 2

Triveneto, Emilia Romagna



AREA NIELSEN 3

Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Sardegna



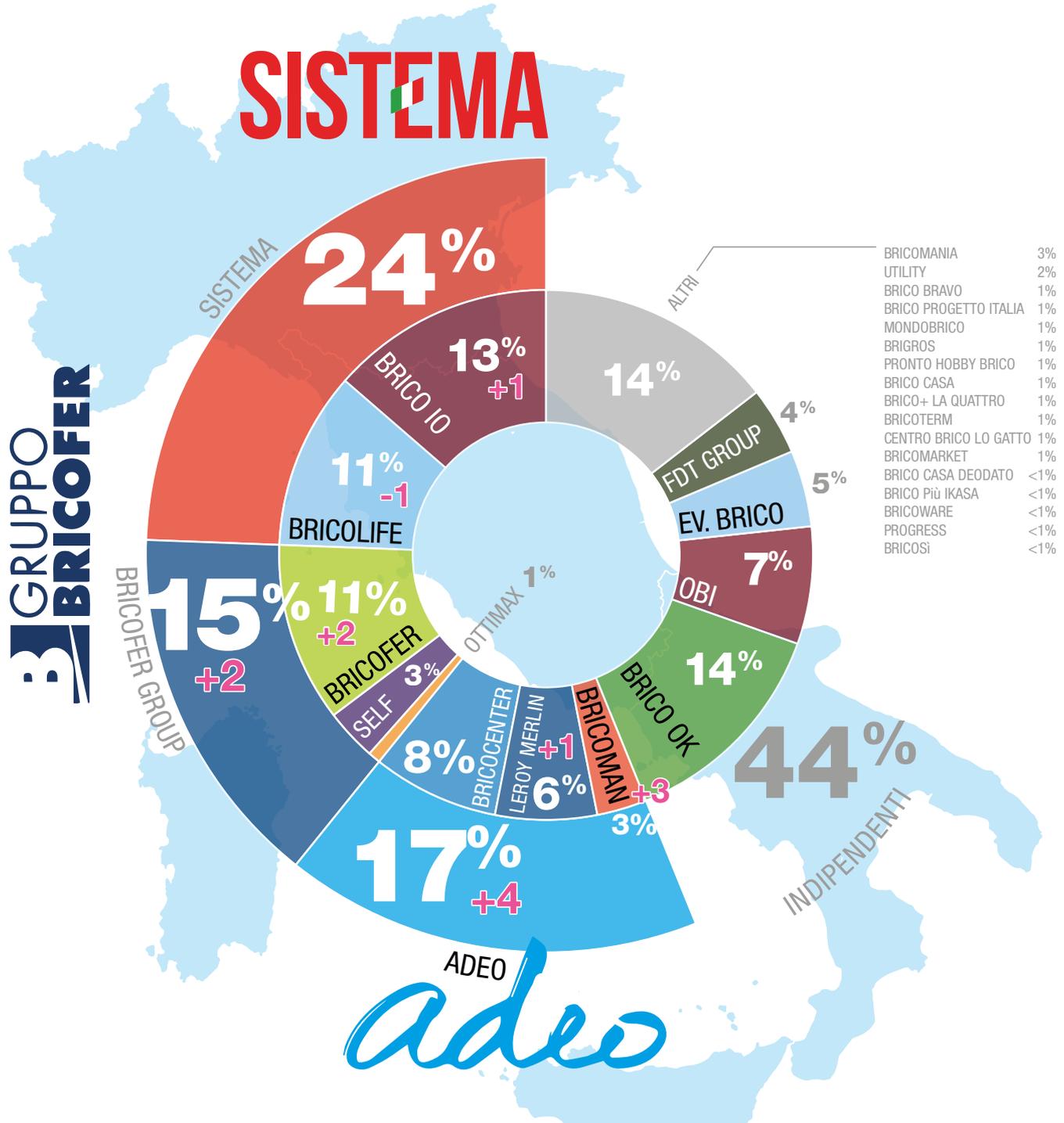
AREA NIELSEN 4

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

ZEPHIR®
L'AFFIDABILITÀ È DI CASA

GRAFICO:

Ripartizione gruppi/insegne/PDV in ITALIA



fit[®] nts masterplus
Doppie performance e
ancora più professionale



RESISTENZA AI TAGLI
RESISTENZA ALLE ABRASIONI
ELEVATA SCORREVOLEZZA



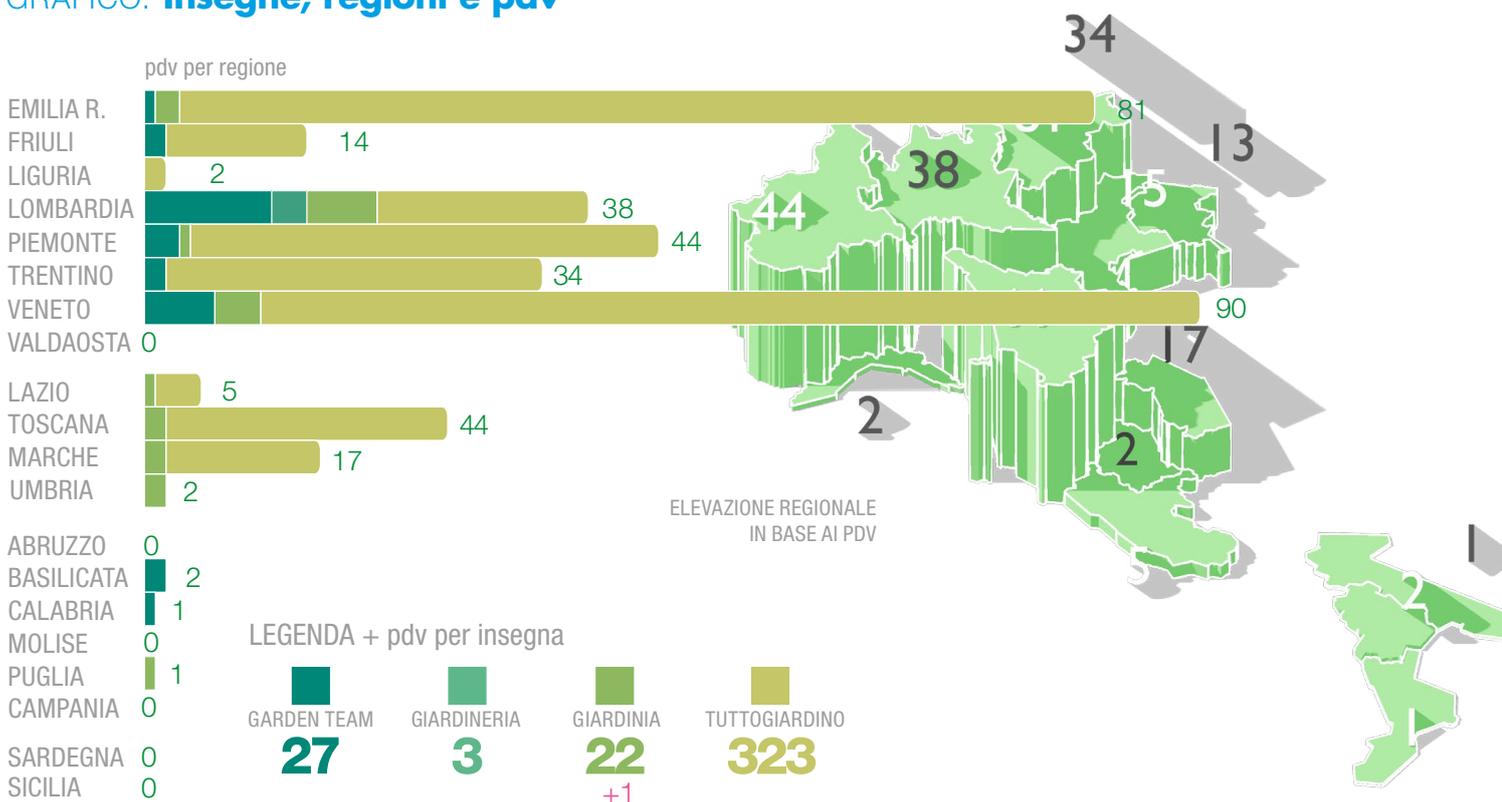
DOPPIA MAGLIATURA
ASSENZA DI NODI E TORSIONI
ECCELLENTE MALLEABILITÀ

Garden

TABELLA: Lo stato dei punti vendita garden

INSEGNA GRUPPO	pdv totali	diretti	franchising	consorziati	mq TOT
<i>Garden Team</i>	27	0	3	24	142.400
<i>Giardineria</i>	3	3	0	0	28.000
<i>Giardinia</i>	22 ⁺¹	0	22	0	94.500
<i>TuttoGiardino</i>	157	0	157	0	
<i>TuttoGiardino*</i>	166		166		
	375	3	348	24	264.900

GRAFICO: Insegne, regioni e pdv



Arredo Giardino - Arredo Urbano - Edilizia - Recinzioni Modulari

1952017
65° anniversario



Approfondimento SU
diyandgarden.com



diyandgarden.com

