

Los centros de jardinería de España incrementan su clientela un 13% en los dos años de pandemia

- Un 19% más entre los consumidores que tienen entre 25 y 45 años
- Las categorías que más han repuntado: plantas de interior, la decoración de interiores, los productos para huerto urbano y las plantas y flores para balcones y terrazas

Madrid, 23 de marzo de 2022. Han pasado ya dos años desde que empezó la pandemia, tiempo en el que los españoles han encontrado en las plantas y las flores productos con los que hacer más amables y relajantes sus hogares, en los que debían pasar tantas horas. Desde entonces los **centros de jardinería** han visto como **su clientela ha aumentado cerca del 13%**, según la [Asociación Española de Centros de Jardinería \(AECJ\)](#), que forma parte de la campaña de promoción del consumo [Europa Florece](#).

El aumento de la visita a los centros de jardinería ha sido mayor entre la **población joven, en concreto un 19%** más en el grupo de personas de 25 a los 45 años, una tendencia palpable también en las redes sociales donde los jóvenes muestran su pasión por las plantas, inclusive siguiendo a influencers que se dedican de forma exclusiva a las plantas.

El interés de los aficionados se ha incrementado en cuatro grandes categorías: **plantas de interior**, que han aportado mucha compañía a la población; **decoración de interiores**, debido a la mayor concentración de horas en casa; **todo lo relacionado con el huerto**, que ha permitido la creación de pequeños huertos agregando aromáticas y frutales y **plantas para balcón/terracea**, aportando más colorido directo a los espacios exteriores, según la AECJ.

Esta organización representa a cerca de 200 tiendas (unas 175 empresas) con una facturación global estimada ronda los 300 millones de euros, generando 4.000 empleos. Los centros de jardinería son establecimientos especializados que aúnan en sus instalaciones la venta de plantas y flores, productos para el cuidado del jardín y mascotas, elementos decoración, mobiliario de exterior entre otros.

La AECJ junto con distintas asociaciones de la producción y exportación de flor y planta viva agrupadas en FEPEX están llevando a cabo la campaña de promoción del consumo de flor y planta [Europa Florece](#). Europa Florece ofrece en [su web](#) y redes sociales diversos recursos para los consumidores y tiene como objetivo dar a conocer los beneficios emocionales y físicos que aportan las plantas, concienciar a la sociedad sobre la necesidad de que sean consideradas productos de primera necesidad y por lo tanto llenar hogares y espacios abiertos de plantas y flores.

Para más información: FEPEX. Begoña Jiménez, responsable de Comunicación.
91.319.12.01 bjimenez@fepex.es

Nota: El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.