



Home Page / Notizie / DIY superstore: settore sfiora 1,4 miliardi in primo trimestre

DIY superstore: settore sfiora 1,4 miliardi in primo trimestre

I numeri diffusi da Bricoday su dati NielsenIQ confermano la resilienza del DIY con un fatturato complessivo di 1,38 miliardi di euro. Garden in crescita (+8%), edilizia, sanitari, pareti & pavimenti sempre in testa alle vendite.

Economia 15 maggio 2026 - 15.04



(Teleborsa) - I dati di sell out dei **DIY superstore italiani relativi al primo trimestre dell'anno delineano un quadro di sostanziale tenuta** per il settore del Fai-da-te. Secondo l'ultimo report analitico che confronta il periodo gennaio-marzo 2025 con lo stesso trimestre del 2026, sul perimetro TSR (Total Store Report), il mercato ha registrato una lieve flessione dello 0,8%, **con un giro d'affari complessivo che passa da 1.396,2 a 1.384,7 milioni di euro.**

30 GIORNI-PIANO DI TAI CHI PER PRINCIPIANTI

GIORNO 1	GIORNO 2	GIORNO 3
GIORNO 4	GIORNO 5	GIORNO 6
GIORNO 7	GIORNO 8	GIORNO 9
GIORNO 10	GIORNO 11	GIORNO 12
GIORNO 13	GIORNO 14	GIORNO 15
GIORNO 16	GIORNO 17	GIORNO 18
GIORNO 19	GIORNO 20	GIORNO 21
GIORNO 22	GIORNO 23	GIORNO 24

Il dato è diffuso da Bricoday, l'evento leader per i mondi del Brico-Home-Garden in Italia (23-24 settembre 2026, Fiera Milano Rho-IT) su rilevamenti NielsenIQ.

Sebbene il dato aggregato mostri una sostanziale stabilità, l'analisi delle singole categorie merceologiche rivela cambiamenti nelle priorità d'acquisto degli italiani. Il protagonista del trimestre è il comparto degli elettrodomestici (grandi e piccoli), che mette a segno una crescita percentuale record a doppia cifra. Segnali molto positivi arrivano anche dal settore giardinaggio, che cresce dell'8% In ascesa anche automotive e materiale elettrico. Di contro, alcuni **settori storici mostrano segni di debolezza. Il calo più vistoso riguarda il legname (-8%). In contrazione anche l'illuminazione (-5%).**

I comparti "hard" come edilizia e sanitario mantengono le posizioni dominanti del mercato pur registrando entrambi una flessione del 3%. Sostanzialmente invariato il comparto casalingo, mentre la ferramenta si conferma tra le categorie più vendute.

30 GIORNI-PIANO DI TAI CHI PER PRINCIPIANTI

GIORNO 1	GIORNO 2	GIORNO 3
GIORNO 4	GIORNO 5	GIORNO 6
GIORNO 7	GIORNO 8	GIORNO 9
GIORNO 10	GIORNO 11	GIORNO 12
GIORNO 13	GIORNO 14	GIORNO 15
GIORNO 16	GIORNO 17	GIORNO 18
GIORNO 19	GIORNO 20	GIORNO 21
GIORNO 22	GIORNO 23	GIORNO 24

In generale, si nota un miglioramento dei risultati rispetto alla seconda parte dell'anno 2025, che aveva segnato un complessivo -3,5% a valore.

"Dopo un 2025 molto deludente per il mercato del bricolage - affermano gli organizzatori di Bricoday - i dati del 1° trimestre 2026 lasciano spazio a un moderato ottimismo. Alcuni settori faticano a uscire dal periodo negativo mentre altri, il garden in particolare, mostrano segni di vitalità. Confidiamo in ulteriore miglioramento dell'evoluzione del mercato e l'ottimo andamento delle prenotazioni degli stand a Bricoday ci fa ben sperare in una ripresa nella seconda parte dell'anno".

A inizio maggio, sono **più di 380 le aziende iscritte alla prossima edizione di Bricoday.** Il comparto Casa e Illuminazione è rappresentato da circa il 40% delle imprese già confermate; segue a ruota il settore DIY/Tecnico. Più distanziato ma in accelerazione il mondo del giardinaggio (al 16%), mentre i brand partecipanti al salone tematico Bricoday Digital (già Digital Village) sono al momento al 5%.

In definitiva, **i primi tre mesi del 2026 consegnano un settore in trasformazione** che dimostra una notevole capacità di adattamento. Se da un lato alcuni comparti rifiatano, la crescita del peso di altre categorie rivela un consumatore sempre più orientato al miglioramento del comfort domestico e la cura del verde, privilegiando l'aggiornamento tecnologico degli elettrodomestici a scapito degli interventi edili e strutturali più hard.

La sfida per i DIY superstore nel resto dell'anno **sarà intercettare questa polarizzazione dei consumi, bilanciando i reparti storici con i segmenti emergenti.** Trend che saranno al centro del dibattito della prossima edizione di Bricoday, momento privilegiato **per analizzare l'evoluzione delle strategie retail e l'adeguamento dell'offerta alle nuove esigenze e abitudini di acquisto degli italiani.**