

greenlive

 GRUPPO EDITORIALE Collins Srl
COLLINS SRL www.netcollins.com
www.mondopratico.it

 MONDOPRATICO.IT
BRICO HOME GARDEN

FILIALE DI MILANO - €1,55

Anno XI _N° 84/2017 _novembre/dicembre

Pellegrini Garden: un buon esempio di garden italiano

Il nuovo Centro Giardinaggio Pellegrini è il più grande delle Marche e forse del centro Italia, sicuramente uno dei più significativi. Ne abbiamo parlato con i suoi promotori, Michela Pellegrini e Paride Corsalini.



_ Interviste

Hozelock verso la filiale italiana

_ Eventi

Stati generali del verde pubblico a Milano

_ Retail

L'8 aprile sarà Viglietta Guido Spring Day

_ Normative

Da marzo nuovi limiti sui topici anti-coagulanti



MYPLANT
& GARDEN

International Green Expo

greenline

presentano



MAIN SPONSOR



GAME

GARDENING MEETING

NEL 2018 TORNA GAME

TRE GIORNI DI FORMAZIONE E INFORMAZIONE
PER I RETAILER DEL GIARDINAGGIO ITALIANO

21-23 febbraio 2018

FIERA MILANO - RHO - MYPLANT & GARDEN

PLATINUM SPONSOR



MEDIA PARTNER



Terricci



La vita delle piante è anche la nostra

È nata Cuore di Bio, una linea di prodotti di massima qualità, biologici e 100% naturali. La gamma è composta da 3 terricci che ricoprono tre importanti impieghi: per piante verdi e fiorite, per orto e per piante aromatiche e officinali, e da un concime, anch'esso biologico, ideale per il nutrimento di piante verdi, fiorite, frutta e ortaggi.

Usati insieme si raddoppia l'efficacia e si otterranno piante ancora più sane, profumate e rigogliose, ortaggi più sani e abbondanti e frutti ancora più sani e numerosi.

Le formulazioni dei prodotti Cuore di Bio sono state studiate dai laboratori Vigorplant nel massimo rispetto dell'ambiente e della salute.





LA GAMMA PIÙ COMPLETA ED EFFICACE.

Con Vithal® e Roundup® potrai offrire la migliore gamma di insetticidi, fungicidi ed erbicidi sistemici, che **qualificano il tuo punto vendita e soddisfano i tuoi consumatori.**



INSETTICIDI



LUMACHICIDI



ERBICIDI



FUNGICIDI



TALENTI NATURALI PER LE VOSTRE PIANTE!

Prodotti di qualità
 da COMPO BIO.



- Prodotti efficaci per ogni campo di applicazione
- Piante sane curate con metodi semplici
- Innovazione sì, ma naturale!

Scopri gli altri prodotti COMPO BIO!

NOVITA'



COMPO BIO LA QUALITÀ
 SENZA COMPROMESSI



SBM Life Science presenta la nuova offerta 2018



Brand diversi, soluzioni efficaci e sicure, un unico partner.



MAX

SlowGARDEN
CONCIME A LENTA CESSIONE

Actiwin
PRATO

Maxicrop

La nuova collezione Fertil. Prodotti e taglie su misura per i vostri clienti.



Una nuova linea di prodotti specificamente concepita per rendere il consumatore autonomo nella scelta del prodotto più adatto. Abbiamo scelto di parlare un linguaggio nuovo agli utenti del nostro marchio: quello delle taglie, esattamente come nell'abbigliamento (S, M, L, XL), coadiuvato da pratiche tabelle interpretative del rendimento delle confezioni (n° di vasi realizzabili). Vendere il terriccio diventa più facile.

UN ESEMPIO:

Tipo di contenitore	N. contenitori realizzabili
Balconetta 450 x 250 mm 	2 - 3
Balconetta 550 x 250 mm 	2 - 3
Balconetta 650 x 250 mm 	2
Vaso diametro 14 cm 	37 - 40
Vaso diametro 16 cm 	21 - 23
Vaso diametro 18 cm 	16 - 18
Ciotola bassa diametro 30 cm 	5 - 6



IL PRIMO NUTRIMENTO

Fertil Srl

Calciate (BG) - Italy - www.fertil.it

Produzione e Distribuzione per il Sud Italia:

Fertileva s.r.l. - Laterza (TA) - Italy - www.fertileva.it





vaso Mitu Pac cm.100



www.euro3plast.com

passionate by
nature



OK! PAD

Trasforma il tuo smartphone e tablet in un terminale palmare



iOS



Android

Scopri di più



OK Pad è la prima App per la logistica del Garden Center, completamente integrata con il gestionale OK.

- _ carichi di magazzino
- _ vendite
- _ rettifiche di prezzo
- _ rettifiche di giacenza
- _ inventario
- _ stampa etichette
- _ invio ordini da remoto
- _ gestione cantieri



Il gestionale cresce con te

tel. +39 026420030



www.rpsoft.it

presentano

GAME

GARDENING MEETING

21-23 febbraio 2018

FIERA MILANO - RHO



MAIN SPONSOR



NON PERDERE LA "TREGIORNI" DEDICATA AL COMMERCIO DEL GARDENING ITALIANO!

Convegni, workshop tematici, tavole rotonde ed esperti per analizzare tutte le opportunità e le difficoltà di chi vende giardinaggio oggi in Italia.

- Come è andato il 2017?
- In che modo i commercianti possono sfruttare il Bonus Verde?
- Quale fisco per il garden center?
- Come stanno cambiando le normative di terricci, concimi e agrofarmaci a uso hobbistico?
- Come possono sfruttare l'e-commerce i "negozi fisici"?
- Come gestire la comunicazione digitale del punto vendita?
- Come sfruttare la tecnologia informatica all'interno del negozio?
- Come possiamo progettare l'omnicanalità in un negozio specializzato?

A queste e tante altre domande daremo risposta a **GAME GARDENING MEETING!**

La partecipazione a **GAME GARDENING MEETING** è gratuita.

Sfrutta la possibilità di prenotare il tuo posto online!

Per consultare il programma completo, prenotare il posto a sedere e tutte le informazioni utili:

www.gameexpo.it



PLATINUM SPONSOR

MEDIA PARTNER



SEGUI IL LORO ISTINTO

Con l'arrivo del freddo
gli animali consumano più energie
e necessitano di più calorie:
nutrili secondo natura,
NUTRILI CON B-WILD.

Tanta carne e pochi cereali.

MORE THAN
65%
ANIMAL
ingredients

Potato **FREE**

LOW
Grain



Monge
Natural Superpremium

BWild
FEED THE INSTINCT

Solo nei migliori
pet shop e negozi
specializzati

NO CRUELTY TEST

MADE IN ITALY

15 Opinioni

Tra ottimismo di fine anno e novità da non perdere nel 2018
di Paolo Milani

Dove sta andando il garden, dove lo stiamo portando
di Paolo Montagnini

23 In primo piano

- 17-18 gennaio: i garden center si incontrano al Congresso di Aicg
- Vale 567 miliardi il mercato mondiale del bricolage
- Apre Fico e non manca una serra
- È partito il demo show itinerante di Hozelock
- Confagricoltura Lombardia difende il glifosato: "ha vinto la scienza"
- Vigorplant spinge sull'acceleratore
- Arcaplanet compra Fortesan: nasce il terzo retailer europeo del pet
- Nuova sede per Rinaldo Franco
- L'8 aprile sarà Viglietta Guido Spring Day
- Verso l'11esima edizione di Progetto Fuoco
- Hitachi guarda al futuro e diventa Koki
- Fabrizio Tesi nuovo presidente di Coldiretti Pistoia
- Vinci con Kärcher "In 5 per voi"
- Leroy Merlin: ottimizzare la User Experience per consolidarsi sul mercato italiano

34 Ambiente

36 Innovazione



16 Cover story

Pellegrini Garden: un buon esempio di garden italiano

Il nuovo Centro Giardinaggio Pellegrini è il più grande delle Marche e forse del centro Italia, sicuramente uno dei più significativi. Ne abbiamo parlato con i suoi promotori, Michela Pellegrini e Paride Corsalini.

di Paolo Milani



23



34



36



36



Collins s.r.l.
Via G. Pezzotti, 4 - 20141 Milano
greenline@netcollins.com
www.netcollins.com

Direttore Responsabile

David Giardino

Direzione Commerciale

David Giardino: direzionecommerciale@netcollins.com

Direttore editoriale

Paolo Milani: paolo.milani@netcollins.com

Coordinamento redazionale

Martina Speciani: martina.speciani@netcollins.com

Traffico impianti

Carlo Sangalli: pubblicita2@netcollins.com

La redazione

Marco Ugliano, Anna Tonet, Manuela Lai.

Collaboratori

Enrico Bassignana, Valentina Bonadeo (Studio Montagnini), Lorenzo Luchetta, Marc Mignon (Meravigliosamente), Paolo Montagnini (Studio Montagnini), Andrea Pironi, Paolo Ricotti (Planet Life Foundation), Severino Sandrini (Mc Sinergie), John Stanley.

Consulenti tecnici

Antonio D'Ambrosio (Rabensteiner), Cristian Pisoni (Rp Soft), Paolo Tenca (Tecnova), Fabio Torrini (Florinfo), Elisabetta Ferrari (Dettagli), Roberta Casartelli (Dettagli), Paolo Notaristefano (AIPSA).

Concessionaria esclusiva per la pubblicità:

Collins Srl - Via G. Pezzotti, 4-20141 Milano
tel. 02/8372897-8375628 - fax 02/58103891
collins@netcollins.com - www.netcollins.com

Ufficio Commerciale:

Elena De Franceschi, Marialuisa Cera, Valentina Compagnoni.

marketing@netcollins.com - tel. 02/8372897 - fax 02/58103891

Ufficio Abbonamenti: **Carlo Sangalli**
abbonamenti@netcollins.com

Costo copia: z 1,55

Abbonamento triennale + contributo spese postali: Italia: z 45,00

Abb. annuale Paesi Europei UE: z 130,00

Abb. annuale Paesi Extraeuropei: z 170,00

Grafica e impaginazione: Laserprint S.r.l. - Milano

Fotolito: Laserprint S.r.l. - Milano

Stampa: Grafiche 2000 - Cassinetta di Lugagnano (MI)



CONFINDUSTRIA

Aderente al Sistema confindustriale



Associata all'USPI
Unione Stampa
Periodica Italiana

ANES

ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIALE
SPECIALIZZATA E TECNICA

Aut. Tribunale di Milano n. 420 del 2/7/2007 - Iscrizione Roc n. 7709

Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento C.S.S.T. - Certificazione Editoria Specializzata e Tecnica Per il periodo 01/01/2016 - 31/12/2016

Periodicità: **bimestrale**

Tiratura media: **6.200 copie**

Diffusione media: **6.004 copie**

Certificato CSST n° 2016 - 2585 del 02/03/2017

Società di revisione: **METODO**

CSST CERTIFICAZIONE
EDITORIALE
SPECIALIZZATA E TECNICA

MEMBER OF IFAC
International Federation of Audit Bureau of Circulation

Il contenuto delle interviste rilasciate alla redazione di "GreenLine" è da ritenersi sempre espressione dei pareri propri delle persone interpellate. Tutti i testi ivi contenuti, sono riproducibili previa autorizzazione scritta da parte dell'editore e citando la fonte.

Informativa ex D. Lgs. 196/03 - Collins Srl titolare del trattamento tratta i dati personali liberamente conferiti per fornire i servizi indicati (n.d.r. gli abbonamenti). Per i diritti di cui all'art. 7 del D. Lgs. n.196/03 e per l'elenco di tutti i responsabili del trattamento previsto rivolgersi al responsabile del trattamento, che è l'amministratore. I dati potranno essere trattati da incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati alle società del Gruppo per le medesime finalità della raccolta e a società esterne per la spedizione della rivista e per l'invio di materiale promozionale. Il responsabile del trattamento dei dati raccolti in banche dati ad uso redazionale è il direttore responsabile cui, presso l'ufficio abbonamenti Collins Via Giovanni Pezzotti 4 - 20141 Milano, tel. 028372897, fax 0258103891, ci si può rivolgere per i diritti previsti dal D. Lgs. 196/03.



inserzionisti

- AGRATI
- ALFE
- BAMA
- COMPO
- ERBA
- EURO3PLAST
- FERTIL
- FLORA
- FLORADecORA
- FLORINFO
- GIEFFE
- HOMI
- ITAL-AGRO
- KOLLANT
- L'ORTOLANO
- MAT
- MONGE
- MYPLANT & GARDEN
- ORG. ORLANDELLI
- PIRCHER
- PROGETTO FUOCO
- RP SOFT
- SBM LIFE SCIENCE
- SEMENTI DOTTO
- SIBRAND
- SODIFER
- STAFOR
- VALAGRO
- VERDEMAX
- VIGLIETTA MATTEO
- VIGORPLANT

News

- 38 Hozelock/Hozelock verso la filiale italiana**
di Paolo Milani
- 42 Stati generali del verde pubblico/Come sta il nostro verde?**
di Martina Speciani
- 48 Francoforte/Novità e conferme a Francoforte**
a cura della redazione
- 50 Myplant & Garden/Myplant & Garden 2018: ci siamo!**
a cura della redazione
- 52 Ribimex/L'universo brico-garden di Ribimex**
di Marco Ugliano
- 54 Homi-Festivity/Homi 2018 ai blocchi di partenza**
a cura della redazione
- 56 Viglietta Guido/L'8 aprile sarà Viglietta Guido Spring Day**
di Carlo Sangalli

Living

- 58 Christmas time**
di Martina Speciani

Trade Marketing

- 60 BricoBravo/L'e-commerce secondo BricoBravo**
di Alessandro Samà
- 62 strategie/Perché il cassetto è vuoto?**
di Paolo Montagnini
- 66 Buyer Point/Un'edizione da... Guinness!**
a cura della redazione
- 68 normative/Rodenticidi: nuova classificazione per gli anticoagulanti**
a cura della redazione

Retail

- 70 Nuove aperture**

Category

- 74 Newline**
- 77 Bigline Hozelock/Il tubo che si riavvolge da solo**
- 79 Bigline SiBrand/Habit, l'anima verde di SiBrand**



Iscriviti alla newsletter settimanale su www.mondopratico.it



Seguici su Facebook!



Segui [_greenline](https://twitter.com/greenline) su Twitter



Guarda lo sfogliabile su www.mondopratico.it

SCOPRI le Nuove Offerte Bioventis



Affidati alla Protezione Naturale

Bioventis, l'innovativa linea **NATURALE Made In Italy**, da oggi si amplia offrendoti nuove soluzioni per la cura e la protezione del tuo spazio verde.

Prodotti efficaci e sicuri per l'uomo e l'ambiente, per una crescita sana e rigogliosa delle tue piante da orto e ornamentali e per giardini e vialetti naturalmente ordinati.

società del Gruppo



GENAGRICOLA

SDD S.p.A. - Via Lavariano, 41 - 33050 Mortegliano (UD) Italy
tel. +39 0432 760442 - fax +39 0432 761665 - info@sddspa.com

www.sddspa.com


SDD
SPA
SEMENTI DOM DOTTO

Fidarsi è bene. Certificato è meglio

La stampa tecnica e specializzata è il mezzo più sicuro ed affidabile per raggiungere target mirati e selezionati di operatori di settore e professionisti. Quando pianificate il vostro investimento e scegliete a quali riviste affidare il vostro messaggio pubblicitario, puntate su testate certificate CSST. Avrete la sicurezza e la garanzia di disporre di dati certi sulla tiratura e sulla diffusione, autenticati con metodologia internazionale. Avrete la certezza di operare scelte corrette e di investire nel modo migliore il vostro denaro, affidandovi ad Editori che lavorano all'insegna della trasparenza.

CSST CERTIFICAZIONE
EDITORIA
SPECIALIZZATA E TECNICA



A member of IFABC
International Federation of Audit Bureaus of Circulation

di Paolo Milani

Tra ottimismo di fine anno e novità da non perdere nel 2018



Il numero di fine anno induce quasi involontariamente a tracciare dei bilanci e a fare paragoni con il passato. Spero di non sbagliarmi, ma il 2017 sembra avere riportato il bel tempo nel mercato del giardinaggio italiano: e non sto parlando solo di meteorologia. Quest'ultima ha sicuramente aiutato, grazie a un clima particolarmente favorevole per il nostro comparto con una

primavera anticipata e un autunno che sembrava non finire mai, ma c'è di più. C'è stato anche un aumento delle vendite: l'analisi condotta da **Promogiardinaggio** e **Gfk** evidenzia un primo semestre positivo sia per i garden center sia per i centri bricolage. Non vale per tutti i comparti che compongono il nostro mercato, ma nella generalità - se il secondo semestre "tiene" (mentre scrivo manca ancora il risultato del Natale) - il 2017 dovrebbe essere stato un anno positivo per molti. Un ottimismo che riscontriamo anche nella nascita di nuovi centri giardinaggio e nel miglioramento di quelli esistenti: investimenti che non possono essere stimolati che dal desiderio di rispondere con maggiore puntualità all'aumento di domanda di verde riscontrato sul territorio.

A contribuire alla visione ottimistica, influisce sicuramente anche il fatto che il 2018 si apre con l'opportunità del "bonus verde": mentre sto scrivendo la Legge di Bilancio è ancora in fase di votazione, ma quest'anno dovrebbe essere davvero quello buono. Per la prima volta gli italiani (privati e condomini

in particolare) saranno "aiutati" - e quindi incentivati dallo Stato - ad affrontare opere di riqualificazione di giardini, tetti e terrazzi. Una plauso va fatto al lavoro di **Nada Forbici** e del **Cnffp** (Coordinamento Nazionale Filiera del Florovivaismo e del Paesaggio).

È un'opportunità importante ma è anche un banco di prova. Dovremo essere bravi a comunicare e a sfruttare bene questa occasione: certo è che se nel 2018 non aumenteranno le vendite di verde in Italia, nonostante gli aiuti pubblici e l'attenzione mediatica, dovremo porci più di qualche domanda sulla qualità del nostro lavoro. Spero di essere altrettanto ottimista nel dicembre del prossimo anno.

Inoltre il 2018 vedrà due novità importanti per me: la prima è il nuovo webmagazine **Green Retail**, che porterà la comunicazione di **Greenline** sul web, con una newsletter e un'attività di informazione quotidiana attraverso i social. La linea editoriale sarà dedicata agli operatori B2B del mercato del giardinaggio e ai retailer in particolare.

Seguiteci su www.greenretail.it!

Dulcis in fundo, a febbraio organizzeremo una nuova edizione di **GAME Gardening Meeting** in collaborazione con **Myplant & Garden**. Tre giorni di convegni e corsi di formazione dedicati ai retailer del mercato del giardinaggio italiano. Tenetevi liberi il 21, 22 e 23 febbraio: sarà tutto gratuito e stiamo lavorando per organizzare un appuntamento che non potete perdere! Prenota il tuo posto su: www.gamexpo.it!

di Paolo Montagnini

Dove sta andando il garden, dove lo stiamo portando



È arrivato il momento di darci una visione precisa, una strategia, per costruire un'identità riconoscibile guardando in faccia la realtà e quindi anche la legislazione, gli aspetti fiscali, il valore dell'offerta.

Sul sito idiavoli.com, omonimo del famoso libro e gestito da **Guido Brera**, è riportata una bella frase di **Jean-Luc Godard**: "Non è

da dove prendi le cose - ma dove le porti". Già. L'espressione "*dove sta andando il garden*" lascia intendere una sorta di abbrivio, di movimenti autonomi diretti da forze esterne e non governabili che vanno oltre la capacità di decidere da parte dei player che operano nel settore: una sorta di inesorabile gravità, un destino ineluttabile e segnato. E invece siamo noi a guidare, anche se non a tutti appare chiaro.

Per governare un processo, è necessario decidere quale direzione prendere: parallelamente, per capire dove stiamo portando il garden, occorre una visione comune, una massa critica di imprenditori coesi e un progetto condiviso. Ma non basta, dobbiamo anche definire delle regole base che traccino le condizioni. Dobbiamo essere consapevoli che è possibile costruire il futuro solo rinunciando a quelle convinzioni, sbagliate, che sono ormai radicate in noi: fino ad oggi ci hanno accompagnato, ma non saranno spendibili in futuro. E invece si fa finta di niente e non si coglie il messaggio fondamentale: tutto passa.

Premetto che non è stato un grande anno: si evidenzia una sensibile mancanza di liquidità che interessa il mercato nel suo complesso. Sembra che alcuni format non abbiano più le condizioni operative per sostenersi sul mercato. Oltre alla cronica riluttanza nel divulgare informazioni e numeri che, se condivisi, aiuterebbero a creare una visione, manca la volontà di costruire un modello con big data settoriali, che aiuterebbe l'intero mercato. Si evidenziano una produttività sotto gli standard necessari e una attività di sviluppo e rinnovamento dei punti vendita che appare troppo lenta. Considerata la situazione attuale, l'elenco delle cose da fare è lungo e non è facile definire le priorità: alcune sono interne alle singole imprese, altre esogene e riguardano il mercato. Partendo da queste ultime, i segnali premonitori dell'insostenibilità di alcune situazioni sono sempre più evidenti e riguardano alcuni fattori di successo del garden che potrebbero venire a mancare. Può il garden continuare a restare agricolo? Può il garden svilupparsi con le attuali norme urbanistiche? Il fisco tollererà ancora a lungo certe situazioni ibride? Pare di no. E non è sufficiente tamponare con la classica "pezza locale". Serve una regola generale. Senza certezze amministrative, urbanistiche e fiscali si resta fermi e si perde terreno. Un *loop* vizioso che, per esempio, porta l'industria a guardare con interesse verso altri canali. Dobbiamo decidere su quale modello puntare per il garden del futuro e sostenere un processo comune: dieci punti vendita eccellenti non fanno un settore, non fanno il mercato, non educano il consumatore.

Pellegrini Garden: un buon esempio di garden italiano



Il 21 ottobre è stato inaugurato il nuovo Centro Giardinaggio Pellegrini a Sant'Elpidio a Mare, tra Macerata e Fermo, nelle Marche: il più grande nella sua Regione e forse del centro Italia, sicuramente uno dei più significativi. Ne abbiamo parlato con i promotori, Michela Pellegrini e Paride Corsalini.

Lo scorso 21 ottobre ha aperto i battenti **Pellegrini Garden** che, con i suoi 19.000 mq totali di cui 4.500 di serre coperte e 2.500 di vivaio, entra a pieno titolo tra i centri giardinaggio più grandi del centro Italia. Ma a prescindere dai "numeri", il nuovo **Pellegrini Garden** è significativo poiché rappresenta un modello ideale di quell'equilibrio tra verde vivo e complementi che è alla base del concetto di *garden center italiano*.

Piante e fiori sono decisamente i protagonisti e accolgono il cliente fin dai primi passi nel punto vendita, con un'esposizione ordinata, lu-

minosa e molto coinvolgente. Tutti i reparti sono ben congegnati e definiti e il negozio è già predisposto per uno sviluppo futuro, per esempio la possibilità di ospitare una fattoria

didattica e il reparto pet. Grande attenzione è stata dedicata anche al rapporto personale con la clientela, basilare nella strategia di **Pellegrini Garden**, grazie alla presenza di *info*



Il cliente entra direttamente nelle serre: la luminosità è accentuata dalla scelta del colore bianco, che mette ancor più in risalto i colori delle piante.

point nella serra e nei reparti tecnici a disposizione dei visitatori per consulenze personalizzate.

Va però detto che tutto questo non nasce dal caso e non si tratta di una nuova apertura ma di un trasferimento: **Pellegrini Garden** opera infatti dal 1973 a Civitanova Marche grazie all'intuizione del suo fondatore **Giampaolo Pellegrini**. Il punto vendita precedente, però, con 1.200 mq espositivi compresi gli ombrai, era ormai diventato troppo piccolo per le nuove esigenze della clientela e per lo sviluppo dell'attività, che oltre al garden center comprende anche la progettazione e realizzazione di giardini e allestimenti. Un percorso di crescita progressiva che nel 2010 ha anche determinato l'ingresso di **Pellegrini Garden** nel consorzio **Giardinia**.

Per saperne di più abbiamo incontrato **Michela Pellegrini** e **Paride Corsalini**, titolari di **Pellegrini Garden**.

Un crescita nel segno della continuità

Greenline: Come è nata l'idea di un nuovo garden center?

Paride Corsalini: Dalla volontà di avere una serra con le piante degna di un garden center. Dove eravamo prima non riuscivamo più ad avere quell'*appeal* sul "mondo piante" che per noi è sempre stato fondamentale. A un certo punto ci siamo detti "se vogliamo fare qualcosa in più, dobbiamo vedere qualcosa in più e cambiare aria". E in effetti così è stato.



Nella foto: Paride Corsalini e Michela Pellegrini.



La divisione dei settori nel vivaio e nella serra permette di irrigare i bancali in maniera indipendente e differente. Flusso e riflusso sono nascosti sotto il pavimento.



La Sala Corsi è centrale nella navata per sottolineare l'attività didattica sviluppata a favore del territorio. Sono previste visite per le scuole e c'è il progetto per un orto e una fattoria didattica.

Greenline: Facile dirlo, ma in pratica tutti sappiamo che non è così semplice aprire un centro giardinaggio, specialmente in Italia...

Paride Corsalini: Nonostante l'esperienza, devo dire che non saremmo mai riusciti da soli, senza la collaborazione di **Mc Sinergie** di **Severino Sandrini** e dei colleghi di **Giardinia**. Tanti dettagli tecnici e tante particolarità non saremmo stati in grado di gestirle da soli: **Severino Sandrini** è stato fantastico e ci ha permesso di evitare tanti errori che sicuramente avremmo fatto.

Greenline: Anche se non siamo molto lontani dalla sede storica, non temevate di perdere una parte della clientela?

Paride Corsalini: Nel trasferimento abbiamo cambiato Comune e Provincia e la sede precedente si trovava nell'*ombelico del mondo*: addirittura la rotatoria era soprannominata "*rotonda Pellegrini*" per la presenza del nostro negozio. Tutti ci dicevano che eravamo dei pazzi a spostarci, perché su quella strada passano

migliaia di macchine ogni giorno. Però lo spazio era troppo ridotto: avevamo solo 20 posti auto ed era un passo necessario.

Greenline: Nel nuovo garden center, il cliente è subito accolto nel verde, in un serra ampia e luminosa che contribuisce all'esperienzialità della visita. Un obiettivo che avete raggiunto?

Michela Pellegrini: Oggi con la serra abbiamo un *appeal* diverso: il cliente entra direttamente nelle piante e fa una passeggiata disintossicante nel verde.

Nonostante i nuovi spazi, siamo un'azienda familiare ed è un'impronta che ci piace. I clienti non devono pensare che ci siamo ingranditi e siamo diventati impersonali: il rapporto con il cliente per noi è fondamentale. Crediamo sia uno dei motivi del successo dei centri giardinaggio, rispetto alla Gd troppo impersonale. E i clienti ci dicono che vale la pena fare due minuti in più di auto per entrare in un centro giardinaggio così accogliente. Oggi sap-



Nelle serre e nei reparti tecnici sono presenti degli Info Point per l'assistenza ai clienti.

priamo che è stata la strada giusta da perseguire per crescere. Tutta la paura che ci portavamo addosso fino al 21 mattina, il 22 è scomparsa. E i clienti ci fanno tanti complimenti in modo spontaneo, non di circostanza. L'obiettivo è stato centrato e adesso dobbiamo continuare a gestirlo in maniera giusta. E poi nelle Marche un centro giardinaggio strutturato così non c'è!

Un negozio in evoluzione

Greenline: Siete partiti da un terreno libero?

Paride Corsalini: Sì, non c'era niente e abbiamo potuto costruire il negozio che volevamo. Nel punto vendita precedente invece siamo partiti da 8 mq e siamo arrivati a 1.200 mq, con continui ampliamenti nel corso del tempo.

Greenline: Non trattate prodotti per animali, è una scelta?

Paride Corsalini: Il negozio è predisposto e ci stiamo ragionando: vogliamo prima verificare i flussi di clientela. Nella zona ci sono già pet shop di due insegne e noi non abbiamo mai avuto esperienze: ma ci stiamo pensando.

Greenline: Nel nuovo negozio ospitate un'azienda che vende prodotti alimentari. Come nasce questa collaborazione?

Paride Corsalini: È un'esperienza positiva e ci piacerebbe fare qualcosa in più perché l'iniziativa è stata molto apprezzata. Ospitiamo un ingrosso di alimentari specializzato nella selezione di prodotti italiani di nicchia, che per la prima volta vende direttamente ai consumatori.

Grande spazio anche ai fiori artificiali, utili per gli allestimenti in particolare nel periodo natalizio.



I punti di forza

Greenline: Quali sono i punti di forza del nuovo negozio?

Michela Pellegrini: Sicuramente le piante. L'ingresso nelle serre per il cliente è qualcosa di particolare: lo manda in estasi e ce lo dicono. Noi diciamo che siamo *venditori di benessere*: perché con tre violette e 2 euro di spesa, il cliente può prendersi una pausa in un ambiente piacevole.

Le piante più di tutti hanno dato la svolta. Nonostante il periodo stiamo lavorando bene anche con il vivaio: le percentuali di incremento che abbiamo avuto sulla serra fredda e serra calda sono state notevoli.

Il Natale è storicamente un altro nostro punto di forza e i clienti hanno trovato nel nuovo negozio un reparto ampliato da 550 mq a 900 mq.

Paride Corsalini: Tra i punti di forza citerei anche la profondità di gamma: attrezzi, vasi, terricci, tutto esposto in modo molto ordinato e con una presentazione intuitiva. Tutto quello che ci avevano detto **Severino Sandrini** e i colleghi di **Giardinia**, come per magia si sta verificando.



Pur avendo ceduto spazio ai 900 mq dell'esposizione dedicata al Natale, i reparti dedicati al barbecue e agli arredi per esterno sono presenti anche in questo periodo.



Solo il meglio per il tuo orto!

Sementi orticole
in confezione ermetica



Sementi leguminose
in scatole
da 250-500-1000 gr.



il seme
della qualità

www.lortolano.com

visitateci al

**MYPLANT
& GARDEN**
International Green Expo

21-23 FEBBRAIO 2018 PADIGLIONE 16 STAND G13



Il vivaio si sviluppa su un'area di 2.500 mq, con aiuole e bancali ben ordinati per permettere una visita piacevole anche con il carrello.

Avevano ragione: gli spazi ti permettono di lavorare di più e meglio.

Greenline: Il punto vendita è logisticamente molto curato e sembra essere concepito per migliorare la praticità degli addetti: per esempio la buca di scarico, la zona di raccolta dei rifiuti...

Paride Corsalini: Sì è vero. Pochi giorni fa un collaboratore mi ha detto "entrano 10 volte le persone, vendiamo 10 volte tanto e io lavoro la metà". Detto da un dipendente è significativo.

Greenline: Oltre a puntare sul verde offrite anche servizi di giardinaggio. Cosa ne pensi del bonus verde?

Paride Corsalini: Facciamo servizi di giardinaggio con un'altra società e siamo pronti per il *bonus verde*, nella speranza che la gente lo recepisca. Finalmente un provvedimento a favore del verde.

Collaboriamo anche con un architetto paesaggista e dall'apertura del nuovo centro giardinaggio sono aumentate le richieste in modo esponenziale: quindi il negozio fa da traino anche per i lavori esterni.

Greenline: Visto che è stata citata, mi dite quali vantaggi e svantaggi ci sono in Giardinia?

Michela Pellegrini: Svantaggi non ne vedo. Al di là del Gruppo, dietro **Giardinia** ci sono delle persone con cui abbiamo stretto un bellissimo rapporto. È un momento di confronto fondamentale, soprattutto per noi che, rispetto agli altri, eravamo molto indietro. Tutti sono aperti a consigli e suggerimenti e c'è veramente uno spirito di associazione che va oltre la ricerca del prezzo migliore: è una sinergia positiva, una crescita comune. Ed è lo spirito che abbiamo



In fondo al reparto Natale c'è un'esposizione di eccellenze italiane selezionate, curata da un'azienda ospite specializzata.

sposato entrando nel gruppo **Giardinia**. Alla base c'è un confronto tra persone, persone meravigliose con cui noi lavoriamo davvero bene.

➔ www.pellegrinigarden.it



Il Natale è uno dei punti di forza di Pellegrini Garden e nella nuova sede ha potuto raddoppiare lo spazio espositivo. Il mix tra visita esperienziale e profondità di gamma è particolarmente riuscito.



Coloriamoci d'autunno



AMORE PER I VASI,
PASSIONE PER IL VERDE

www.ervasrl.it



SIAMO CRESCIUTI PER GUARDARE LONTANO.

Aria nuova in Gieffe, nuovo marchio, nuova compagine societaria.

Aria nuova in Gieffe, nuova compagine sociale, nuova forma societaria, nuovo logo, ma soprattutto nuove idee.

Cinque nuovi soci si uniscono alla famiglia, dando vita ad un gruppo di nove distributori in grado di garantire un'alta copertura del territorio nazionale.

Un gruppo forte, solido e compatto, che nasce dalla comune volontà di sostenere lo sviluppo e la trasformazione del mercato tradizionale della ferramenta.

Un gruppo ambizioso, che vuole essere il polo d'attrazione per tutti gli operatori del settore che credono nella nostra idea di futuro.

I PRINCIPALI NUMERI DEL GRUPPO

Un fatturato di oltre 200 milioni di euro; 130.000 mq. di strutture coperte nelle quali si gestiscono oltre 60.000 referenze con 200 agenti, che contattano oltre 20.000 dettaglianti sparsi su tutto il territorio nazionale e generano 8.500.000 di righe ordine all'anno.

GIEFFE
gruppo grossisti ferramenta

Corradini Luigi Spa
DFL Srl
Eurogross Srl
Fabrizio Ovidio Ferramenta Spa
Malfatti & Tacchini Spa
Perrone Spa
Raffaele Spa
Vigilio Franzinelli Srl
Viridex Srl

www.gruppogieffe.com



17-18 gennaio: i garden center si incontrano al Congresso di Aicg

Si terrà a Bologna, in particolare a Palazzo di Varignana a Castel San Pietro Terme, la sesta edizione del Convegno annuale di **Aicg, Associazione Italiana Centri Giardinaggio**. Il titolo del Convegno del 2018 è **Gustiamoci Il Verde, le tre B del Verde: Bello, Buono, Bonus!** Nel secondo giorno è prevista una visita guidata a **Fico Eatly World**, il parco agroalimentare più grande del mondo aperto il 15 novembre da **Eataly**.

➔ www.aicg.it



Vale 567 miliardi il mercato mondiale del bricolage

Nel 2016, il mercato mondiale del DIY e della ristrutturazione della casa ha toccato la quota di 567 miliardi di euro, con una crescita del 3,8% sull'anno precedente: è quanto emerge dal **Global Home Improvement Report 2017** di **Fediyma** (l'Associazione europea dei produttori di fai da te). L'America del Nord e l'Europa, insieme, rappresentano con 484 miliardi circa l'85% dell'intero mercato, nonostante la somma degli abitanti non arrivi al 15% della popolazione mondiale. Il Nord America e l'Europa rappresentano rispettivamente il 57% e il 28% del mercato mondiale: in particolare il nord America ha la più alta spesa pro capite, pari a quasi 900 euro. L'82% circa dell'intero mercato mondiale (467 miliardi di euro) è concentrato in sole 8 nazioni: Usa, Germania, Giappone, Canada, Gran Bretagna, Francia, Australia e Italia; inoltre, i tre paesi europei che realizzano il maggior fatturato (Germania, Francia e Gran Bretagna) rappresentano il 53% del mercato di tutto il Vecchio Continente. Queste le 10 principali insegne di DIY del mondo: **Home Depot** (Usa), **Lowe's** (Usa), **Adeo** (Francia), **Kingfisher** (GB), **Menards** (Usa), **Bunnings Building** (Australia), **Obi** (Germania), **Bauhaus** (Germania), **Sears** (Usa), **Canadian Tire** (Canada). **Home Depot** e **Lowe's** coprono insieme il 25% del mercato mondiale. Il **Global Home Improvement Report 2017** è distribuito in Italia da **Made4diy**.



➔ www.made4diy.com

APRE FICO E NON MANCA UNA SERRA

È stato inaugurato lo scorso 15 novembre a Bologna **Fico Eatly World**, il più grande parco agroalimentare del mondo promosso da **Eataly**. Al suo interno non mancano aree dedicate alla promozione e alla vendita di piante e fiori, affidate a **Flora Toscana**. In

particolare due postazioni: il negozio interno alla galleria dedicato a fiori, piante e articoli per il giardinaggio e lo showroom esterno. Quest'ultimo è una vera e propria serra (si chiama **La Serra di Flora Toscana**) ed è stata allestita in collaborazione

con il socio **Mati 1909** e progettata insieme al team di designer di **Organizzazione Orlandelli**. **Fico** è il primo parco agroalimentare: si sviluppa su una superficie di 100.000 mq e ospita 40 fabbriche, 9.000 mq dedicati alla vendita, 40 luoghi

di ristoro, auditorium e centro congressi, con oltre 2.000 aziende rappresentate. Sono attesi 6 milioni di visitatori ogni anno.

➔ www.floratoscana.it
 ➔ www.orlandelli.it
 ➔ www.piantemati.it



>> in primo piano

È PARTITO IL DEMO SHOW ITINERANTE DI HOZELOCK

Il 30 novembre è partito il demo show itinerante di **HozeLOCK** che in due settimane toccherà i più importanti negozi specializzati delle Regioni del centro e del nord Italia: si tratta di un truck

super accessorato con tutti i prodotti **HozeLOCK** che permetterà di dimostrare ai consumatori la qualità dei suoi articoli.

➔ www.hozeLOCK.it



Confagricoltura Lombardia difende il glifosato: “ha vinto la scienza”

Dopo mesi di discussione, il comitato d'appello della Commissione Europea ha deciso di rinnovare il glifosato per altri 5 anni, cioè fino a tutto il 2022, e non per 10 anni (2027) come prevedeva il rinnovo decennale. 18 voti positivi, 9 contrari (tra cui l'Italia) e 1 astenuto.

Confagricoltura Lombardia ha commentato positivamente il rinnovo della licenza, auspicandosi che l'Italia non faccia pericolose fughe in avanti: “Accogliamo con grande soddisfazione la decisione – ha spiegato **Antonio Boselli**, presidente di **Confagricoltura Lombardia** – perché la scienza ha prevalso: non esistono prove sulla presunta nocività di questa sostanza che, anzi, permette di evitare l'utilizzo di altri prodotti chimici. Usiamo i prossimi 5 anni per fugare ogni dubbio, ricordando che in Lombardia sono già vigenti forti limiti riguardanti il glifosato, che non viene usato nella fase di pre-raccolta, ma soltanto in quella di preparazione del terreno per la semina”. In effetti non è semplice distinguere le opinioni scientifiche da quelle politiche ed economiche: ma è un dato di fatto che le principali agenzie internazionali di ricerca (**Efsa**, la tedesca **Bfr** e l'italiana **Sirfi**) sembrano ritenere sicuro il glifosato, ad eccezione di **Iarc**.

Confagricoltura Lombardia non ha apprezzato la dichiarazione del ministro delle Politiche agricole, **Maurizio Martina** all'Ansa: “Abbiamo

votato contro il rinnovo perché siamo convinti che l'utilizzo di questa sostanza vada limitato. L'Italia già adotta disciplinari produttivi che limitano l'uso del glifosato a soglie inferiori del 25% rispetto a quelle definite in Europa, al fine di portare il nostro paese all'utilizzo zero del glifosato entro il 2020”. “Credo – spiega **Antonio Boselli** di **Confagricoltura Lombardia** – che si debba prendere atto della decisione europea e che si debba applicare nel nostro paese senza ulteriori limitazioni: non servono pericolose fughe in avanti, dettate da motivazioni politiche e non da prove scientifiche, che rischiano di creare ulteriori difficoltà per le nostre imprese, mettendole nella condizione di non riuscire a competere con le altre aziende dell'Unione”. Un parere condiviso anche da **Aproniano Tassinari**, presidente di **Uncai**, Unione Nazionale Contoterzisti Agromeccanici e Industriali: “Rinnovando l'uso del glifosato per altri cinque anni è stato raggiunto un buon compromesso tra le evidenze scientifiche e la sensibilità dell'opinione pubblica, purtroppo lasciata alla mercé del business della paura e del sospetto oltre che delle fake news”. Ricordiamo che l'uso del glifosato per uso domestico è già vietato.

➔ www.confagricolturalombardia.it

GARDEN CENTER IDENTITY

Orlandelli

FLORAL DISPLAY SOLUTIONS

orlandelli.it



a partire da € 194,00

Bancale espositore
low cost fisso in alluminio



NEW



AMOR

Arredamento
Linea Legno

SBM Life Science
presenta la nuova offerta **2018**



**Brand diversi, soluzioni efficaci
e sicure, un unico partner.**

MAX

SlowGARDEN
CONCIME A LENTA CESSIONE

Actiwin
PRATO

Maxicrop

 **SBM**
LIFE SCIENCE
New time, new way

VIGORPLANT SPINGE SULL'ACCELERATORE

Per la sua 18esima convention annuale, in programma il 19 e 20 ottobre, **Vigorplant** ha scelto l'Autodromo di Varano de' Melegari (PR). Folta la partecipazione del team **Vigorplant**, con più di 80 manager tra responsabili delle aree strategiche e produttive aziendali e gli

agenti di tutte le regioni italiane e dall'estero. Durante la *duegiorni* è stato presentato un bilancio molto positivo del 2017, con risultati di vendita ancora in netta crescita.

➔ www.vigorplant.com



Arcaplanet compra Fortesan: nasce il terzo retailer europeo del pet

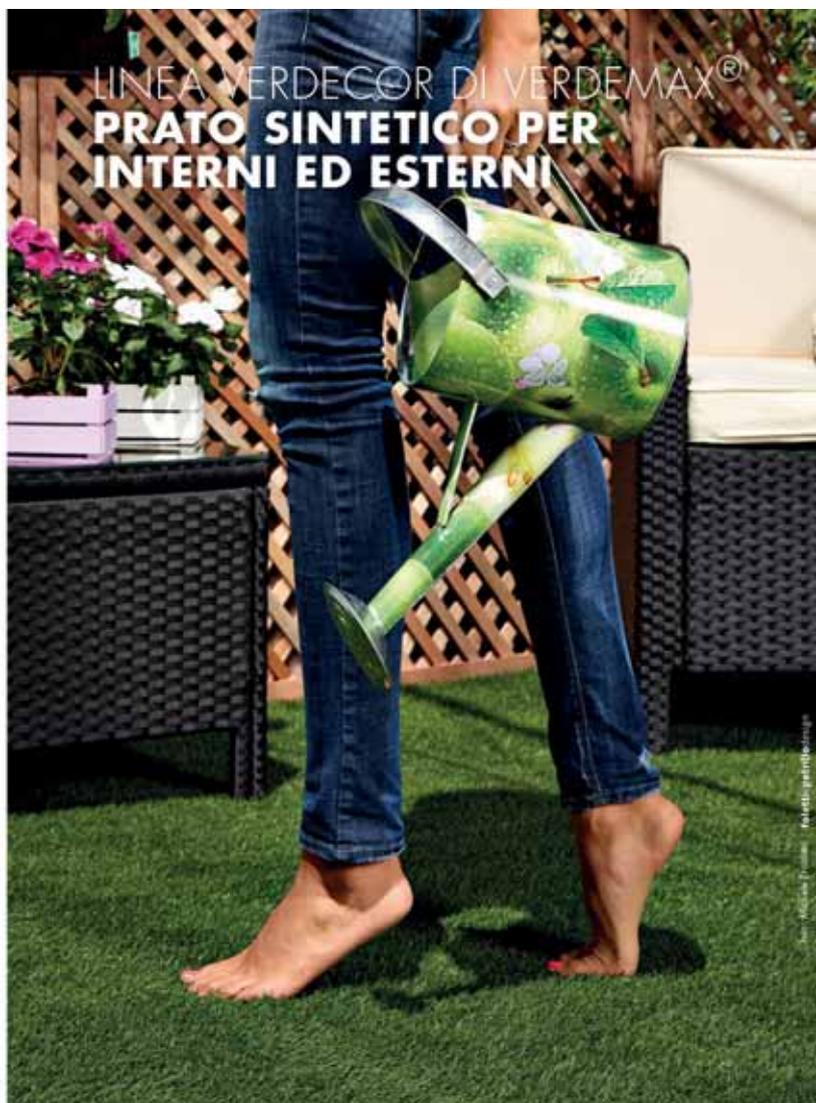
Dopo i negozi **Zoomarketshop** in Sardegna e **Country Shop** a Torino, lo scorso novembre **Arcaplanet**, nota catena di petshop, ha acquistato **Mondial Pet Distribution** proprietaria dell'insegna **Fortesan**, anch'essa dedicata agli animali da compagnia. **Fortesan** è il quinto operatore in Italia e porta in dote 69 punti vendita presenti in Liguria, Lombardia e Piemonte: l'unione dei due gruppi porta a una rete di 280 petshop in 15 regioni, il cui fatturato è stimato in circa 250 milioni di euro.

➔ www.arcaplanet.it

➔ www.fortesanshop.it

VERDEMAX®

LINEA VERDECOR DI VERDEMAX®
PRATO SINTETICO PER
INTERNI ED ESTERNI



Il bello del verde, senza fatica.

Morbidezza, resistenza e praticità, ecco la descrizione migliore di Verdecor, la linea di prati sintetici nuova e ottimizzata per essere ancora più morbida, ancora più resistente ed ancora più pratica! Un'ampia gamma di prati per godersi l'eleganza e il calore di un prato all'inglese... tutto l'anno! Scopri anche gli accessori utili per il fissaggio organizzati nel pratico espositore per il tuo punto vendita.

Tanti Vantaggi:



Effetto naturale



No sfalci



Atossico per bambini



Facilmente lavabile

Verdemax®: la nostra professionalità è la vostra forza.



www.verdemax.it
Via Provinciale per Poviglio, 109
42022 Borello (Reggio Emilia)
Tel. 0522 481111
Fax 0522 481138
verdemax@roma.it

IL SALONE DEGLI STILI DI VITA

26 - 29 GENNAIO 2018
Da VENERDÌ a LUNEDÌ



DECORAZIONI D'ATMOSFERA



23 - 28 Gennaio 2018

Da Martedì a Domenica

FESTIVITY - PAD. 9

Settore festività, decorazioni natalizie



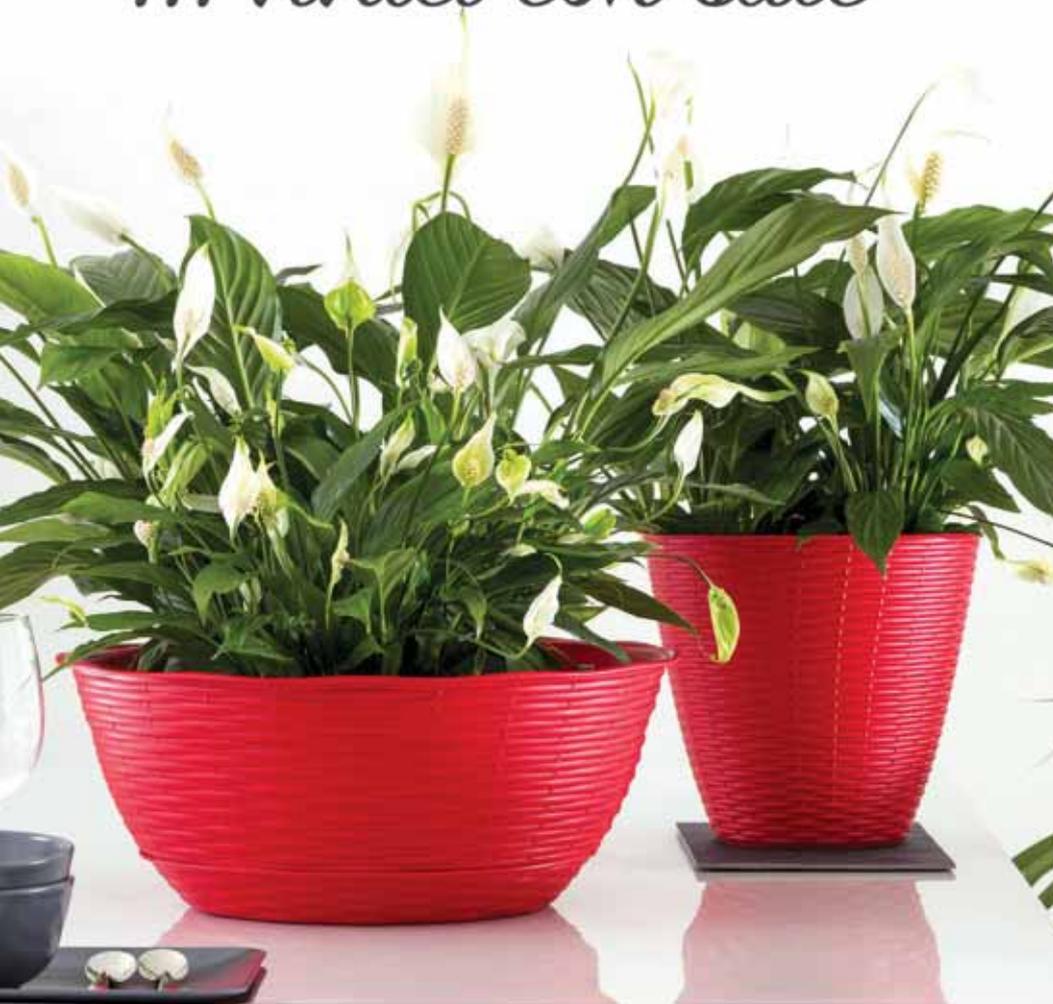
HOMI
HOMIMILANO.COM



FIERA MILANO



... vivaci con stile



Nuova sede
per Rinaldo Franco



Rinaldo Franco, storico produttore di articoli per animali, ha acquisito un nuovo sito produttivo e commerciale a Trezzano sul Naviglio (MI), in una posizione strategica dal punto di vista logistico.

La struttura occupa una superficie complessiva di 13.000 mq, pari a quasi 4 volte l'attuale sede di via Kulisciuff a Milano. Il sito ospiterà uffici e magazzini consentendo di riunificare gli stock ora posizionati in più sedi logistiche. Lo stabile è in fase di ristrutturazione e sarà ultimato nell'estate del 2018.

“L'importante investimento fa seguito al notevole sviluppo dell'azienda negli ultimi anni – ha spiegato **Dan Franco**, presidente di **Rinaldo Franco** – e consentirà di realizzare i nuovi progetti pianificati insieme alla terza generazione della famiglia **Franco**, con l'obiettivo di consolidare la leadership nel mercato del *petcare* e migliorare ancor di più il livello di servizio alla clientela”.

www.best-friend.it

L'8 APRILE SARÀ VIGLIETTA
GUIDO SPRING DAY



È stato presentato ufficialmente il 14 ottobre il **Viglietta Guido Spring Day**: si tratta del primo *open day* organizzato dal grossista di riferimento piemontese **Viglietta Guido**, che il prossimo 8 aprile ospiterà la propria clientela presso il Lago dei Salici, una location prestigiosa, immersa nella natura, diversa dai magazzini o i padiglioni fieristici che tradizionalmente ospitano questo tipo di eventi.

I 90 espositori attesi potranno sicuramente contare sulle visite di numerosi negozianti, vista la vicinanza geografica con la zona di competenza di **Viglietta Guido**, che opera in tutto il nord-ovest (Piemonte, Liguria, Lombardia e Valle d'Aosta) e la sua riconosciuta capacità di avere rapporti consolidati con i propri clienti.

www.vigliettaguido.com

Prodotti 100% italiani

www.bamagroup.com

ACQUISTA
BIGLIETTO
ONLINE
e risparmi!

PER OPERATORI
E PUBBLICO

www.progettofuoco.com



Fiera di Verona

21-25
Febbraio 2018

PROGETTO FUOCO®

La più importante fiera internazionale di impianti ed attrezzature per la produzione di calore ed energia dalla combustione di legna



- **754 aziende** delle quali **322 estere** provenienti da **38 Paesi** su **105.000 m²** di superficie espositiva*.
- **70.317 visitatori**, dei quali 14.450 stranieri provenienti da **69 paesi***.
- **Unico quartiere fieristico** dotato di impianto aspirazione fumi in funzione.
- Collaborazioni **scientifiche e tecniche** con i più prestigiosi Istituti Universitari e le più importanti Associazioni italiane ed estere del settore.
- Grado di **soddisfazione** degli espositori per la partecipazione a Progetto Fuoco 2016: 91% positivo, 8% neutrale, 1% negativo*.

*(Dati 2016)

Sponsor Tecnico

AIEL
ASSOCIAZIONE
ITALIANA ENERGIE
AGROFORESTALI

>> in primo piano

VERSO L'11ESIMA EDIZIONE DI PROGETTO FUOCO

Tutti gli operatori della filiera del settore riscaldamento a legna devono programmare il prossimo appuntamento con la manifestazione **Progetto Fuoco**, a Verona dal 21 al 25 febbraio 2018. Giunta all'undicesima edizione, questa fiera si può considerare tra gli eventi più importanti nel settore.

A tre mesi dall'evento hanno già confermato la propria presenza più di 500 aziende, tutte le principali produttrici di stufe, caminetti e caldaie di settore italiane, francesi, spagnole e tedesche, che sono i maggiori mercati di produzione: offerta che si affianca a quella di oltre 150 produttori di pellet e legna da ardere, provenienti oltre che dall'Italia, da Austria, Germania, Paesi dell'Est e Paesi Baltici, e a una nutrita rappresentanza di produttori di canne fumarie, accessori



e componentistica per il settore.

I dati dell'ultima edizione sono la testimonianza della portata dell'evento, a partire dagli espositori: 754 aziende (601 dirette e 153 rappresentate) delle quali oltre 322 estere. I visitatori sono stati 70.317, 14.540 dei quali stranieri.

La superficie espositiva è estesa su 105.000 metri quadrati, suddivisa in 8 padiglioni espositivi, con prodotti funzionanti grazie all'impianto di aspirazione fumi.

➔ www.progettofuoco.com

Hitachi guarda al futuro e diventa Koki



Roberto Ferraretto

Dall'ottobre 2018 la nuova denominazione di **Hitachi Koki** sarà **Koki Oldings Co** e utilizzerà il nuovo marchio **Hikoki** per distribuire nel mercato tutti i prodotti precedentemente commercializzati con il marchio **Hitachi**. Il cambio di denominazione sociale è fissato per giugno 2018 e a partire da ottobre 2018 verrà distribuito nel mercato il nuovo marchio **Hikoki**.

A seguito delle modifiche all'assetto societario del gruppo, **Hitachi Koki** ha deci-

so di acquisire il totale controllo della filiale italiana, rilevando a settembre 2017 il 49% delle azioni detenute da **Fercad** e ponendo fine a una *joint venture* iniziata nel 2001. Nel contempo è stato ufficializzato che **Roberto Ferraretto** (nella foto), attuale presidente della società, sarà confermato nel suo incarico anche per i prossimi anni.

➔ www.hitachi-powertools.it



UN TAGLIO PER OGNI STAGIONE

— *Attrezzi da taglio
per l'agricoltura
e il giardinaggio*

LINEA PROFESSIONALE

STAFOR®

Maniago (PN) ITALY - Tel. +39.0427.72376 - Fax +39.0427.700732 - info@stafor.com - www.stafor.com



100% MADE
IN MANIAGO
ITALY

40th

Anniversary
STAFOR
1975-2015



ART. 740



diventa ...



ADAMA
Kollant Casa e Giardino



Scoprite il nuovo Catalogo 2018



>> in primo piano

FABRIZIO TESI NUOVO PRESIDENTE DI COLDIRETTI PISTOIA

Fabrizio Tesi, rappresentante legale di **Giorgio Tesi Group**, tra i leader del vivaismo ornamentale, è il nuovo presidente di **Coldiretti Pistoia**. "Ringrazio tutti quelli che mi hanno voluto e votato alla presidenza provinciale di una così prestigiosa e importante

associazione - ha dichiarato **Fabrizio Tesi** -. Faccio parte della famiglia **Coldiretti** da sempre e assumere la carica di presidente provinciale mi riempie di orgoglio, consapevole della delicatezza degli impegni che mi aspettano". Il vivaismo pistoiese è in una fase nevralgica: il settore rappresenta oltre il 30% della produzione lorda

vendibile dell'agricoltura della Regione Toscana e una grande parte viene realizzata in provincia di Pistoia. Il settore, dopo anni di stasi, nell'ultimo anno ha visto crescere l'export. Ma è indubbio che occorrono profonde innovazioni strutturali nel settore, per mantenere un primato che è anche europeo. Nella foto **Fabrizio Tesi** durante il recente accordo tra **AC Milan** e **Giorgio Tesi Group**, nuovo *Technical Supplier* della squadra milanese, insieme a **Leonardo Bonucci** e **Giacomo Galanda** di **Giorgio Tesi Group**.

🔗 www.giorgiotesisgroup.it



Vinci con Kärcher "In 5 per voi"

Sono i prodotti della linea *Home Cleaning* di **Kärcher** i protagonisti del concorso che si conclude a fine anno "**In 5 per voi**". La gamma di aspiratori domestici VC, gli aspiratori WD multiuso, tutti i modelli di aspiragocce WV, i pulitori a vapore (SC, SV, SI), gli aspiratori aspiraceneri, l'aspiratore lavamoquette SE 5.100, tutti i modelli di scopa elettrica e la lucidatrice FP303 possono essere acquistati entro il 30 dicembre per partecipare all'estrazione *instant win* del premio settimanale in palio.

Collegandosi al sito www.kaercher-concorso.it/incinquepervoi è sufficiente registrarsi con i dati propri e quelli di acquisto per tentare di vincere una delle card *Manpower* in palio, una a settimana per un totale di 13 card. Il vincitore potrà usufruire di una collaborazione domestica di 100 ore da suddividere secondo le proprie esigenze su più servizi (pulizie domestiche, assistenza alle persone, giardinaggio, piccole riparazioni, ...). Inoltre, tra tutti coloro che avranno partecipato al concorso, sarà estratto un super premio finale, una collaborazione domestica di 500 ore (da suddividere anche in più servizi). Il concorso "**In 5 per voi**", sarà comunicato sul sito web, sulla pagina Facebook di **Kärcher Italia** e direttamente sul punto vendita con materiali dedicati e una campagna di comunicazione *digital* e radio.



🔗 www.kaercher-concorso.it/incinquepervoi



La Qualità per la Natura

1 litro

Al.Fe presenta **PERLA NERA** la nuovissima linea di concimi liquidi specializzati ad alto rendimento



• Universale



• Piante Grasse • Orchidee
• Bonsai • Aromatiche



• Cycas • Piante Grasse • Orchidee • Rosso di bue • Piante Fiorite
• Universale • Agrumi • Gerani • Acidofile • Piante Verdi



Novità Prodotto 2018

RISULTATI ECCEZIONALI per l'hobbista e il professionista nell'orto e in giardino



Leroy Merlin: ottimizzare la User Experience per consolidarsi sul mercato italiano

La strategia di **Leroy Merlin** in Italia è di affiancare all'apertura di nuovi negozi nei prossimi tre anni un'ambiziosa strategia digitale. L'insegna detiene già il 4,7% di quota del mercato italiano e il suo sito registra 5 milioni di visite al mese.

"Il potenziale c'è – ha spiegato **Lionel Devidal**, digital ed e-commerce manager di **Leroy Merlin Italia** –, ma per aumentare le conversioni dobbiamo capire meglio cosa si aspettano i nostri clienti italiani".

L'obiettivo principale della strategia digitale di **Leroy Merlin** è di ottimizzare la *user experience*. Il gruppo conta sulla piattaforma sviluppata da **ContentSquare** per analizzare e ottimizzare i percorsi degli utenti così che l'esperienza online sia una leva di crescita in un mercato frammentato.

"La maggior parte dei brand impiega le classiche analytics che captano principalmente dei *clic*. Tuttavia, più del 90% del tempo di visita si gioca prima – ha spiegato **Jonathan Cherk**, fondatore e ceo di **ContentSquare** –, Accedere a queste informazioni favorisce non solo un'ottimizzazione dell'esperienza a prescindere dal contesto e dall'intenzione dell'utente, ma permette anche di prendere decisioni con cognizione di causa".

Secondo uno studio condotto da **ContentSquare** sulle abitudini di navigazione degli utenti, gli italiani sono quelli che, rispetto ad altri paesi, registrano il numero più elevato di sessioni non transazionali prima di procedere all'acquisto. L'esperienza digitale del brand deve potersi adattare alle tipicità locali in un breve lasso di tempo. **Leroy Merlin**, grazie all'impiego della piattaforma **ContentSquare**, potrà tracciare la *roadmap* di azioni da intraprendere: "Il 50% del tempo verrà dedicato al miglioramento, il restante 50% verrà impiegato per l'attuazione di nuovi progetti", precisa **Lionel Devidal**.

➤ www.leroymerlin.it
➤ www.contentsquare.com

ANNUNCIO

MAT Linea Garden è alla **RICERCA DI AGENTI** plurimandatari per zone libere: Liguria, Lombardia, Toscana ed Emilia Romagna. Cerchiamo agenti con esperienza nei settori garden center e arredo giardino.

Inviare curriculum all'indirizzo info@mat.pd.it o contattare il nr 049-9902630.

floradecora

The freshest way in floral business

26–30. 1. 2018

THE FRESH MAKER



Rinfresca la tua offerta: a Floradecora pianifica il tuo assortimento sinergico di fiori, piante e decorazioni. Un solo luogo e una sola data per iniziare al meglio la stagione: non perdere l'opportunità di completare la tua offerta ordinando fiori freschi, piante ornamentali e composizioni floreali di piccoli e grandi volumi, pronti alla vendita diretta, ideali per ogni occasione dell'anno. Il tuo business non è mai stato così semplice!

*Acquista il tuo biglietto con sconto prevendita sul sito: floradecora.messefrankfurt.com
Il ticket comprende l'utilizzo gratuito dei trasporti pubblici di Francoforte.*

*visitatori@italy.messefrankfurt.com
Tel. +39 02-880 77 81*



messe frankfurt

A Fitt il premio Conai per il packaging sostenibile



Alessandro Mezzalira, ceo di Fitt

lavorizzare la sostenibilità ambientale degli imballaggi”, promosso da **Conai**, Consorzio Nazionale Imballaggi, con il patrocinio del Ministero dell’Ambiente. La cerimonia di premiazione si è svolta lo scorso novembre presso la Triennale di Milano in occasione dell’evento “L’economia del futuro”, promosso dal **Corriere della Sera**. Tra i 146 progetti presentati, **Fitt** è stata una delle aziende premiate per aver immesso sul mercato soluzioni di packaging innovative ed ecosostenibili nel biennio 2015-2016.

“Il premio **Conai** aggiunge un ulteriore elemento di merito nel medagliere di **Yoyo**, il rivoluzionario sistema di irrigazione che si avvale di un innovativo packaging in PET trasparente – ha commentato **Alessandro Mezzalira**, ceo dell’azienda veneta –. Questo riconoscimento è particolarmente importante per **Fitt**, costantemente impegnata nel perseguimento di logiche *green* legate tanto ai prodotti quanto ai processi produttivi”.

I casi premiati hanno conseguito una effettiva riduzione dell’impatto ambientale degli imballaggi quantificabile nel contenimento del 22% delle emissioni di anidride carbonica in atmosfera, nella diminuzione dei consumi di energia del 21%, e nel risparmio di acqua del 25%. I casi rappresentano le filiere di tutti e sei i materiali di imballaggio – acciaio, alluminio, carta, legno, plastica e vetro – e numerosi settori merceologici, dalla produzione di packaging a uso alimentare ai prodotti per la cura della persona e la detergenza, fino a imballaggi a uso industriale.



Il medagliere di **Yoyo**, il sistema di irrigazione ideato da **Fitt**, si è arricchito di un nuovo e prestigioso riconoscimento: il premio **Conai** riservato alle aziende che hanno realizzato e scelto imballaggi innovativi e dal minore impatto ambientale.

Fitt, specializzata nello sviluppo di soluzioni per il trasporto di fluidi (per uso domestico, professionale e industriale), è infatti tra le aziende vincitrici del “Bando **Conai** per la prevenzione – Val-



PAPERBRICKS, I MATTONI DI CARTA RICICLATA

Tutti dovremmo conoscere l’impatto ambientale della produzione della carta e, fortunatamente, la sensibilizzazione riguardo questo tema è in continuo aumento, così come la buona abitudine del riciclo. Tuttavia, la carta non può essere riciclata all’infinito, perché alla lunga la cellulosa perde resistenza, per cui un obiettivo ancora più sostenibile del riciclo è quello di trasformare la carta in altri oggetti utili. Animato da questo proposito, il designer coreano-neozelandese **WooJai Lee** ha trasformato la carta straccia di vecchi giornali in speciali mattoni, chiamati **PaperBricks**. Il processo produttivo prevede che la carta dei giornali sia macerata e ridotta in polpa, poi mescolata con la colla e

infine inserita in stampi a forma di parallelepipedo e fatta essiccare. I mattoni così ottenuti possono poi essere tagliati, fresati e levigati come il legno e assumono un aspetto variegato simile al marmo pur rimanendo soffici al tatto.

Ancora alla ricerca di ulteriori applicazioni della sua invenzione, Lee ha già creato una prima linea di mobili da interno con i suoi mattoni di carta, chiamata **PaperBricks Pallet**, che comprende una panca e un tavolino da caffè. Soddisfatto dai risultati di questo primo esperimento, l’architetto coreano ha affermato di essere già a lavoro su altri progetti con i **PaperBricks**, come pannelli divisorii e altri mobili e oggetti di uso comune.

➔ www.woojai.com



➔ www.fitt.com
➔ www.conai.org



Un **partner** solido al **tu**o fianco,
per **crescere** insieme.



[pircher.eu](https://www.pircher.eu)

LEGNO PER OGNI ESIGENZA!

Pircher ti propone un'ampia gamma di prodotti in legno per il giardino e per il fai da te. Consegna garantita entro 72 ore in tutta Italia con sistemi espositivi e layout personalizzati per il tuo punto vendita.

Pircher Oberland Spa | 39034 Dobbiaco (BZ) | Distribuzione Filiale Rolo
Tel. +39 0522 664 444 | info@pircher.eu | www.pircher.eu

 **PIRCHER**[®]
Amore per il legno dal 1928

il verde che non ti aspetti



Il vaso a forma di tronco ospita la tana di un piccolo scoiattolo, che si allaga quando si annaffia la pianta. Siccome lo scoiattolo galleggia, quando scompare vuol dire che è tempo di innaffiare!

Stufi dei soliti acquari a forma di parallelepipedo? Ecco l'originalissimo acquario-labirinto, realizzato in acrilico per resistere a ogni tipo di urto, per pesci curiosi e dall'indole avventurosa.



È inutile negarlo, ormai le emoji fanno parte del nostro modo di esprimerci, almeno via telematica. Non possono quindi mancare a Natale, per dare un tocco nuovo e originale al solito albero.

Bio vessel è una compostiera che, grazie alla rapida azione dei lombrichi nella terra, permette di creare il compost nella propria cucina con gli avanzi di cibo in maniera rapida, inodore e sostenibile.



I gatti sono animali che amano rilassarsi, ma anche osservare tutto ciò che li circonda, meglio se dall'alto. La cuccia da attaccare alla finestra, quindi, è il regalo perfetto per gli amanti dei felini.

Per gli amanti del campeggio più avventurosi è arrivata la tenda galleggiante: finalmente ci si potrà far cullare dalle onde, senza dimenticarsi di gettare l'ancora prima di andare a dormire!



Chi pensa che non sia elegante portare in tavola gli stuzzicadenti dovrà ricredersi ora che è stato ideato questo carinissimo porta stuzzicadenti a forma di fiore di loto, colorato ed elegante.

Questo semplice attrezzo, dotato di manico telescopico allungabile, 2 ganci intercambiabili e 2 ruote, è l'alleato perfetto per eliminare le erbacce dai vialetti senza l'uso di alcun agente chimico.



L'uovo magico, se posizionato in un luogo luminoso e bagnato leggermente, dà vita a una pianta di fagiolo con tanto di scritta *ti amo*. Dopo un paio di mesi, la pianta dovrà essere rinvasata.

Una stringa di mollettine luminose, pensata per appendere fotografie o disegni alle pareti di una stanza o in veranda, riscalderà allo stesso tempo l'ambiente di una magica atmosfera.





Non continue così

È tempo di agire. È tempo di unirsi e crescere.

Perciò è nata PromoGiardinaggio: un'Associazione no profit, una promessa forte, per fare assieme un salto di qualità.

PromoGiardinaggio riunisce tutti gli operatori specializzati: produttori, garden center, centri bricolage, agricerter, ferramenta, media. Associarsi significa lavorare insieme per sostenere i consumi, migliorare gli strumenti del mercato, esplorare nuove possibilità di crescita, creare un più costruttivo dialogo tra le aziende e stimolare l'amore per il verde. Aderite a PromoGiardinaggio: l'unione non fa solo la forza, l'unione fa il futuro.

PROMOGIARDINAGGIO
www.promogiardinaggio.org - info@promogiardinaggio.org



Hozelock

verso la filiale italiana

Dopo anni di distribuzione indiretta attraverso Escher, Hozelock Exel sbarca nel nostro paese con l'obiettivo di aprire una filiale italiana. Ce ne parla Emilio Marchionni, il nuovo direttore vendite Italia di Hozelock Exel.

Nel 2012 l'acquisizione della britannica **Hozelock** da parte della francese **Exel Industries** ha "scosso" il mercato del *gardening* europeo, poiché stava nascendo un nuovo "colosso". **Exel** infatti è leader mondiale nelle tecniche di polverizzazione per l'agricoltura e l'industria, ma ha anche un'ampia gamma di prodotti per il mercato hobbistico con marchio **Tecnoma**: una gamma che veniva così completata con l'unione di **Hozelock**, uno dei principali produttori europei di accessori per il *gardening* grazie a un'offerta completa di prodotti per l'irrigazione, spruzzatori a pressione e protezione per le piante. L'obiettivo dietro l'acquisizione di **Hozelock** era chiaro: accelerare il processo di sviluppo nel mercato *consumer* del gruppo **Exel**. Sia in Francia, dove è leader, sia in Benelux, Scandinavia e Gran Bretagna, dove **Hozelock** è il marchio di giardinaggio più conosciuto.

Nuova organizzazione per Hozelock nel mercato italiano

L'onda di questo cambiamento ha inevitabilmente raggiunto anche l'Italia e **Hozelock** sta effettuando un cambiamento strategico, in preparazione della nuova stagione 2017/18, con il reclutamento di **Emilio Marchionni** da marzo del 2017 nel ruolo di responsabile commerciale Italia, con l'obiettivo di rilanciare l'attività, grazie alla sua perfetta conoscenza del mercato e forte delle esperienze precedenti in **Vilmorin** e **Gardena**. A seguito della decisione di posizionarsi al più presto nel mercato



La nuova rete vendita di Hozelock in Italia, in occasione della riunione annuale svoltasi a Birmingham a novembre.

italiano, giudicato strategico per lo sviluppo del gruppo, i dirigenti di **Hozelock** sono stati unanimemente concordi nel chiudere lo storico contratto di distribuzione

con **Escher** fin dai primi di ottobre 2017.

Dall'1 ottobre 2017, quindi, Emilio Marchionni avrà l'intera responsabilità del territorio italiano.

L'avvolgitubo automatico AutoReel, inventato da Hozelock, ha aperto la strada a una nuova categoria di prodotto. Nella foto la nuova versione 2018.



La nuova rete vendita di Hozelock in Italia

• LOMBARDIA: Ugo Tasca (VA CO LC SO MI PV MN) ed Enzo Facchinelli (CR BS BG) • TRIVENETO: Luca Cordioli, Federico Pellegrini e Giuliano Miolo • PIEMONTE e AOSTA: Giuseppe Bozzer (NO VC VB BI AL) e Paolo Romano (TO CN AT AO) • LIGURIA: Lorenzo Carrea • EMILIA ROMAGNA: Learco Cavallini • MARCHE: Giovanni Castignani • TOSCANA: Alessio Baroni (LP LI GR PI) e Giampiero Gambini (FI AR PO) • LAZIO: Stefano Mosca • ABRUZZO e MOLISE: Luigi Orsini • SARDEGNA: Paolo Murineddu • PUGLIA e BASILICATA: Michele Foggetti • CAMPANIA: Antonio e Raffaele Bonifante • CALABRIA: Alessandro Santoro (garden e agrarie) e Sergio Rizzo (GD) • SICILIA: Maurizio e Filippo Farina

NUMERO VERDE: 800126383

Per meglio rispondere alle esigenze del mercato italiano, è stata già incrementata la forza di vendita sul territorio, con degli agenti esperti del settore per coprire al meglio l'insieme del territorio nazionale (vedere box).

Le prime risposte commerciali già dimostrano l'interesse dei distributori per il marchio **Hozelock**, grazie a un posizionamento dei prodotti e al suo eccellente rapporto prezzo/qualità, alle numerose innovazioni proposte sul mercato (come **SuperHoze**, **Sensor**, **Cloud**, **Easy Drip**) e alla gamma di tubi **Hozelock-Tricoflex**, molto nota e distribuita da tempo in Italia.

Hozelock on the road

Tra novembre e dicembre **Hozelock Exel** metterà in campo un'importante iniziativa che porterà ancora più prestigio e visibilità all'azienda. Un camion completamente attrezzato con buona parte della gamma esposta e con prodotti da provare sul campo svolgerà un percorso itinerante che toccherà tutte le Regioni italiane, facendo tappa dai rivenditori più importanti, con l'obiettivo di formare il personale e far conoscere al

grande pubblico i prodotti **Hozelock**. Per saperne di più sul nuovo corso di **Hozelock** in Italia abbiamo incontrato **Emilio Marchionni**.

Un'offerta studiata per il mercato italiano

Greenline: Cosa ti ha spinto ad assumere la direzione della distribuzione in Italia dei prodotti Hozelock Exel?

Emilio Marchionni: L'Italia è un mercato strategico per il nostro gruppo in termini di crescita. La nuova organizzazione, basata su una copertura commerciale e un livello di servizio adattato per i clienti italiani, dovrà permettere di raggiungere questi obiettivi.

Greenline: Hozelock Exel dispone di numerosi marchi, con quali lavorerete in Italia? Avete selezionato un catalogo specifico per il mercato italiano?

Emilio Marchionni: Commercializzeremo sicuramente il nostro marchio d'irrigazione **Hozelock**, quindi anche i prodotti della gamma di tubi **Hozelock Tricoflex**, il tubo estensibile **SuperHoze** e i nostri carrelli autorivolgenti **AutoReel**.

Il nostro catalogo 2018 valorizza il no-

stro *savoir faire* nella polverizzazione per il giardinaggio, con i due marchi leader in Francia, **Berthoud** e **Tecnom**, ma anche una offerta innovativa di prodotti alternativi al diserbo chimico, con diserbanti a gas ed elettrici.

➤ www.hozelock.it
➤ www.exel-industries.com



Il nuovo Appenditubo di Hozelock che permette di riporre il tubo in modo ordinato, insieme alle lance e ai raccordi. Disponibile da solo o nella versione kit, con tubo da 20 metri, vari raccordi (AquaStop, per rubinetti, ecc.) e le viti per fissarlo alla parete.



Il nuovo tubo Superhoze allungabile che triplica la sua lunghezza. Una caratteristica peculiare di Superhoze sono i raccordi rapidi, intercambiabili in caso di rottura. Disponibile nei formati 15 e 30 metri, viene proposto in una confezione riutilizzabile per riporre il tubo dopo l'utilizzo.



Le nuove pompe per giardino Flowmax sono compatte e multifunzionali.

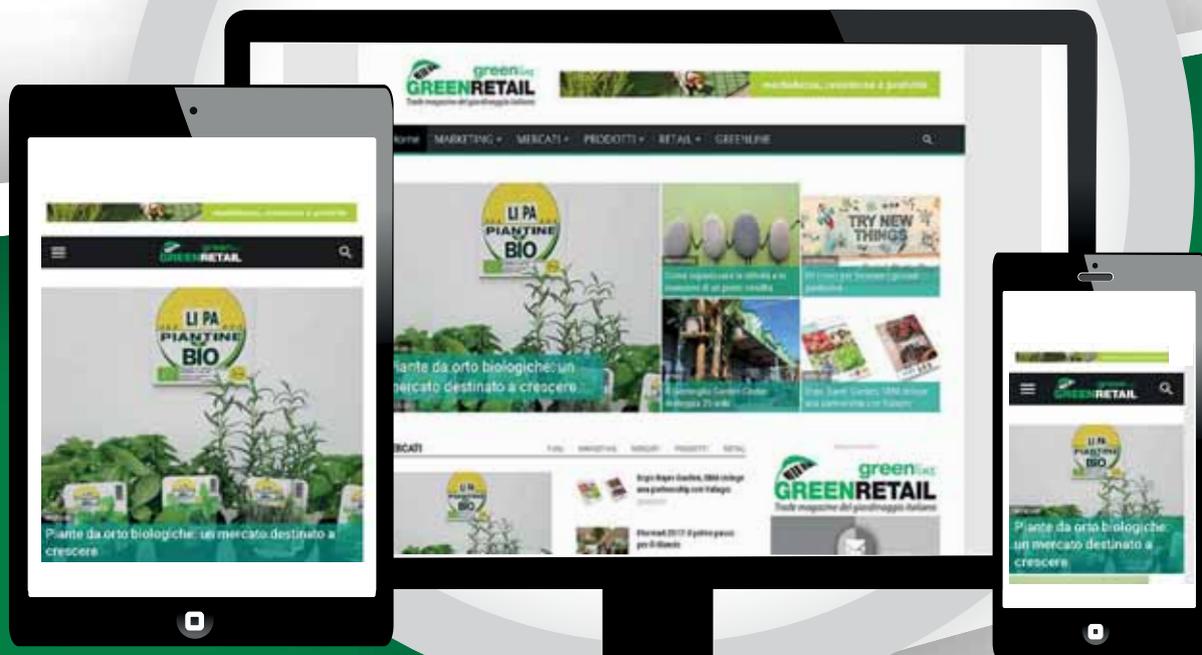


I tubi Tricoflex: un altro brand di eccellenza di Hozelock.



Dall'esperienza di **greenline**

greenline
GREENRETAIL.it



www.greenretail.it

IL PORTALE B2B
DEDICATO AL MERCATO
DEL GIARDINAGGIO ITALIANO

nasce la comunicazione digitale del verde

Nell'era digitale la comunicazione diventa "fluida" e Greenline affianca al magazine cartaceo una rete di informazione quotidiana e tempestiva grazie ai nuovi strumenti digitali.

Seguici
su facebook!



Iscriviti
alla newsletter!



Seguici
su Twitter!



Sfoggia gratis
l'archivio online



È un'idea di





Come sta il nostro verde?

Lo scorso 21 novembre, in concomitanza con la Giornata Nazionale degli Alberi, si è tenuto a Milano il terzo dei 4 appuntamenti che hanno dato vita alla **III edizione degli Stati generali del verde pubblico**, di cui **Greenline** è stato media partner. Dopo i primi due incontri svoltisi a Roma e prima della conclusione a Firenze, infatti, è stato il capoluogo lombardo a ospitare il convegno ideato dal **Comitato per lo sviluppo del verde pubblico**, con la partecipazione di **Ispira** - Istituto superiore per la protezione e la ricerca ambientale, il patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e

Si è svolta a Milano, nella suggestiva cornice dell'ex Padiglione 3 della Fiera cittadina, la terza tappa degli Stati generali del verde pubblico, giunti alla loro terza edizione. Una platea gremita ha ascoltato con interesse gli interventi e le discussioni dei relatori altamente qualificati che si sono alternati sul palco riguardo l'importanza del verde nelle nostre città e il suo progressivo riconoscimento.



LA FIERA
PROFESSIONALE DEL
FLOROVIVAISMO
E DEL GARDEN

21-23 FEBBRAIO 2018
FIERA MILANO RHO



SETTORI ESPOSITIVI

Vivai - Fiori - Vasi - Tecnica
Servizi - Macchinari
Decorazione - Architettura



**MYPLANT
&GARDEN**
International Green Expo

www.myplantgarden.com
Tel. (+39) 02 6889080



Il convegno si è tenuto presso l'ex Padiglione 3 della Fiera Campionaria di Milano, appena ristrutturato, all'interno del quale è stata montata una tensostruttura, adornata e circondata da numerosi fiori e piante, dal grande impatto scenografico.

con il supporto di **Assoflora Lombardia**. L'iniziativa si è rivelata un prezioso momento di incontro e di confronto sul tema dell'importanza del verde e sulla sostenibilità delle città, con **oltre 430 presenze** fra rappresentanti delle Istituzioni, funzionari pubblici, esponenti di associazioni imprenditoriali e di categoria, rappresentanti del mondo dell'Università, della ricerca e della formazione, addetti del comparto florovivaistico e di tutta la filiera del paesaggio.

Il verde in primo piano

A dare il via all'apertura dei lavori è stato il ministro **Maurizio Martina**, che ci ha tenuto a partecipare pur non essendo presente fisicamente, affidando il suo messaggio a un video che è stato mandato in onda all'inizio del convegno. Il ministro delle politiche agricole alimentari e forestali ha sottolineato come l'importanza del verde urbano e la sostenibilità delle città del futuro siano finalmente argomenti condivisi e di attualità e quanto sia sentita la necessità di confronto da parte

di tutti coloro che hanno interesse a lavorare, per quello che è il loro ruolo, per migliorare i territori in cui viviamo e l'intero paese.

L'esempio di Milano

Per dare un'idea alla platea gremita dello stato attuale e delle potenzialità del verde pubblico in città, **Pierfrancesco Maran**, assessore all'urbanistica, al verde e all'agricoltura di Milano, ha illustrato la situazione del capoluogo lombardo. Al momento esistono circa **24 milioni di mq di aree verdi pubbliche, che**

saranno ampliate nel prossimo futuro grazie a nuovi parchi (Citylife, Biblioteca degli Alberi, quartiere Adriano) e alla rigenerazione ambientale e riqualificazione dell'area di Porto di Mare-Rogoredo e degli scali ferroviari dismessi. L'assessore ha poi affrontato il tema dei **tetti verdi**, che al momento coprono a Milano una superficie di poco meno di 1 milione di mq ma potrebbero potenzialmente arrivare a 13 milioni di mq, con grandi benefici per gli abitanti e per la città stessa, tra cui l'isolamento termico, la purificazione dell'aria e l'aumento della biodiversità urbana.

Il videomessaggio di **Maurizio Martina**, ministro delle politiche agricole alimentari e forestali, ha aperto il convegno del 21 novembre.





*"Ogni cosa
al suo posto"*



I eгнаie



box garage



box casette





L'architetto **Stefano Boeri** ha auspicato che Milano possa diventare entro il 2030 una capitale europea della forestazione urbana.

Di Milano, sua città natale, ha parlato anche **Stefano Boeri**, il famoso architetto ideatore del Bosco Verticale, riprendendo la visione di una città verde lanciata qualche settimana fa dal sindaco **Sala**, proponendo che il capoluogo diventi, da qui al 2030, una metropoli leader nella forestazione urbana. "Grazie alla rigenerazione verde degli scali merci e di Expo, al progetto di riscoperta dei Navigli, ai Raggi Verdi e al recupero delle foreste orbitali del MetroBosco, grazie al verde nei cortili, sui tetti, sulle pareti degli edifici, grazie agli orti e ai giardini condivisi, **l'area metropolitana milanese può raddoppiare da qui al 2030 il numero di alberi esistenti** (circa 11 milioni) raggiungendo la percentuale del 25% di superfici boschive e diventando così una capitale europea della forestazione urbana – ha dichiarato l'architetto –. La sfida di **una città più verde e alberata, oltre che favorire la drastica riduzione dell'inquinamento dell'aria, il contenimento dei consumi energetici e l'aumento della**

biodiversità delle specie viventi, è il miglior modo, dopo la delusione per il mancato arrivo dell'**Emma**, per rilanciare il ruolo di Milano come metropoli capitale dell'innovazione anche sui temi ambientali".

Segnali positivi dalle istituzioni

Durante il suo intervento, invece, **Nada Forbici**, presidente di **Assofloro Lombardia**, ha posto l'accento sui due importanti traguardi conseguiti dalla filiera negli ultimi mesi, ossia il riconoscimento della figura professionale del manutentore del verde, contenuta nel *Collegato Agricoltura*, e il bonus verde, nuovo entrato nella legge di Bilancio 2018. Riguardo al primo punto, il presidente ha mostrato alcune immagini di verde pubblico mal curato, tra cui prati più simili a sterrati e alberi ridotti a pali, sottolineando come ciò sia dovuto allo svolgimento dei lavori da parte di personale non qualificato. L'art 12 del *Collegato Agricoltura 154* del 2016, però, prevede finalmente che la costruzione e manutenzione del verde affidata a terzi possa essere svolta esclusivamente da addetti che abbiano conseguito un attestato di idoneità o iscritti al Registro ufficiale dei produttori (Rup). In questo modo **si potrà promuovere la filiera a tutti i livelli, dalla pianificazione alla piantumazione, proseguendo con la manutenzione, compresa la scelta di materiale vegetale di qualità**, che serva veramente a rigenerare le nostre città.

Per quanto concerne invece il neonato **bonus verde**, che prevede detrazioni fiscali del 36% su una spesa massima di 5.000 euro destinata al verde, **Nada Forbici** ha ricordato come si tratti dell'importante frutto di tre anni di duro lavoro per convin-

cere il Governo a investire in questo settore. Pur trattandosi per ora di cifre piuttosto basse, **è importante aver dato il via a quello che si spera sarà un circolo virtuoso, in cui all'aumento degli investimenti nel verde corrisponderanno una crescita del gettito fiscale, un'accelerazione del processo di riqualificazione ambientale, una maggiore occupazione grazie alla riduzione della concorrenza sleale non qualificata e l'emersione di una fetta consistente di lavoro nero**. Per poter essere oggetto delle detrazioni, infatti, i lavori verdi dovranno essere certificati da aziende abilitate e professionalmente idonee: oltre a contrastare il lavoro non in regola, questa disposizione garantirà una maggiore qualità del verde che entrerà nelle nostre case e aiuterà a rigenerare le nostre città.

➔ www.assoflorolombardia.com



Pierfrancesco Maran, assessore all'urbanistica, al verde e all'agricoltura di Milano, durante il suo intervento. Seduta al tavolo dei relatori **Nada Forbici**, presidente di Assofloro Lombardia.

Come nascono gli Stati generali del verde pubblico

Il **Comitato per lo sviluppo del verde pubblico** è l'organo istituzionale che, nell'ambito del **Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare**, ha il compito di dare attuazione alla legge italiana n. 10/2013, intitolata "Norme per lo sviluppo degli spazi verdi urbani". In questa ampia missione si colloca il compito di promuovere una rinnovata cultura del verde, specie con riguardo al ruolo che esso ha negli insediamenti urbanizzati. Un ruolo, come ben noto, con ricadute precise e importanti su salute, ambiente, ed economia. In alcuni territori, addirittura, un ruolo con ricadute sugli stessi tratti identitari dei luoghi e delle comunità che vi sono insediate.

Al fine di stimolare la discussione e il dibattito, ma anche politiche attive sul territorio, dal 2015 vengono indetti, in occasione della Festa degli Alberi del 21 novembre, gli **Stati generali del verde pubblico**.

Un'opportunità per fondere, mescolare e contaminare il più possibile esperienze, competenze e linguaggi diversi in nome di un alto obiettivo comune.

www.minambiente.it/pagina/comitato-il-verde-pubblico

onegiardinaggio.com

f o t in

Buongiorno.

DEAMAX RISVEGLIA
LE TUE ORCHIDEE.



ORIGINE

DeaMAX è il nuovo *concime concentrato per orchidee* fantastiche tutto l'anno. Grazie alla sua formula ricca di preziosi microelementi ed *estratti di origine vegetale*, DeaMAX supporta la *rifioritura* delle tue orchidee ed aiuta a prolungarne la durata.

 **Valagro**[®]
Where science serves nature

GARANTITO DA



Novità e conferme a Francoforte

Mancano poche settimane all'apertura della grande manifestazione di Francoforte che comprende e unisce i settori dedicati al mondo del Natale e delle feste, della creatività, della decorazione floreale e dell'ufficio. Parliamo ovviamente di **Christmasworld** (26-30 gennaio), **Floradecora** (26-30 gennaio) **Creativeworld** (27-30 gennaio) e **Paperworld** (27-30 gennaio). *Merry Business* è il motto di **Christmasworld**, nelle cui aree espositive saranno presentate le gamme complete degli articoli decorativi e degli addobbi per tutte le feste stagionali. Si introduce il concetto di *convenience*, cioè uno shopping pratico e comodo, in cui si ricercano articoli già predisposti: vasi con fiori e piante o decorazioni già pronte. Tra le novità dell'edizione 2018 si segnala la nuo-



va area Christmas Delights nella Galleria 1, dedicata a bevande, dolci e tè della stagione natalizia e anche idee regalo gourmet. Nella scorsa edizione sono stati 1.061 gli espositori rappresentati di 42 Paesi e 43.233 i visitatori provenienti da 110 Paesi.

Totalmente *refreshed* la seconda edizione di **Floradecora** (pad. 11.1), in cui saranno protagonisti fiori freschi, piante ornamentali e composizioni floreali, posti su tavoli disposti lungo il corridoio principale, ordinati per singola tipologia per un confronto diretto ed etichettati con nome del coltivatore, periodo di fioritura, ecc. Il padiglione dedicato alle piante ornamentali e ai fiori freschi presenta una struttura chiara, con al centro la *fattoria* (quest'anno in stile bavarese), il punto di ritrovo per networking, conferenze specializzate e workshop. Nei *flowercircles* (stand circolari) ci saranno invece le presentazioni individuali delle aziende espositrici.

Il trend del *do it yourself* è sempre positivo, come hanno dimostrato i dati di **Creativeworld** 2017: 339 espositori (+15%) da 37 Paesi e più

di 8.650 visitatori. Oltre 330 saranno gli espositori dell'edizione 2018, con un'elevata internazionalità. Protagonista sarà il bricolage decorativo, quindi gli articoli per la grafica e le belle arti, i lavori manuali e le creazioni tessili, l'hobbistica e il fai da te. Riflettori puntati su Creative Impulse Award, premio prestigioso dell'industria internazionale del diy, che si svolgerà in una nuova area di presentazione. Slogan di **Paperworld**, il mondo dell'ufficio, sarà invece il benessere come stile di vita.

I buyer

I visitatori di Francoforte sono i *top decision maker* del settore delle decorazioni e addobbi per feste di tutti i canali distributivi: store del fai da te, garden center, negozi di fioristica, supermercati, discount, punti vendita al dettaglio di generi alimentari, negozi di mobili, boutique del regalo, ristorazione, settore alberghiero, centri commerciali, agenzie di marketing urbano, organizzatori di eventi, aziende di articoli decorativi e *visual merchandising*.



Inspired by Nature

- ✓ Ampia gamma di alberi di Natale fino a 6 metri di altezza in PE, PVC e floccati
- ✓ Decorazioni e addobbi natalizi
- ✓ Candele di produzione europea, sfere di vetro e plastica
- ✓ Propria produzione in Cina e Bulgaria
- ✓ E' possibile visitare i nostri showroom di Como, Hong Kong e Dongguan (Cina) previo appuntamento con il nostro ufficio

Flora s.r.l.

Via Intimiano, 29
22070 Senna Comasco (CO)
Tel.+39 031 460583
Fax. +39 031 461338

www.floracomo.it

info.flora@floracomo.it



Myplant & Garden 2018: ci siamo!



Nel più grande polo fieristico d'Europa, la più importante manifestazione professionale italiana dedicata all'orto-florovivaismo, al paesaggio e al garden scalda i motori. Stanno infatti assumendo una forma definitiva i tre padiglioni – per un totale di 45.000 mq – della prossima edizione di **Myplant & Garden (21-23 febbraio)**, all'interno dei quali si stanno saldamente assestando gli 8 macro settori in mostra.

I padiglioni

Nel **padiglione 20**, oltre alla nutritissima presenza di imprese della filiera **vivaistica**, stanno trovando spazio con adesioni importanti i marchi del **motorgarden**, a cui sarà dedicata anche un'area esterna di circa 300 mq per le **prove pratiche**. Sempre più visibilità sarà riservata alle realtà del **green building** e dell'**outdoor** (piscine comprese), con una **landscape area** che prevede la fortunata formula d'incontri e di esposizione anche di **studi di architettura** internazionali lanciata nell'edizione 2017. La sala **convegni** e il gruppo di realtà aderenti al progetto **Urban Green Manage-**

ment completano l'offerta espositiva di questo padiglione.

Nel **padiglione 16** largo soprattutto alla vastissima offerta **orto-florovivaistica**, ai **servizi** per mercati e imprese, ai **vasi** e al comparto della **tecnica** in generale. Probabile anche l'allestimento di una mostra di carattere paesaggistico, che è al momento allo studio.

Il **padiglione 12**, *new entry* di questa edizione, collegato con il padiglione 16, avrà un ingresso dedicato e sarà l'area più **ricca di novità** per contenuti, iniziative e offerta espositiva. Ampia sarà la presenza di marchi noti dell'**orto-florovivaismo**, della tecnica, dei servizi, delle strutture e degli accessori outdoor come i **barbecue**, ai quali sarà dedicata anche un'**area esterna** per le prove pratiche.

Metà del padiglione 12 si trasformerà nel più grande, colorato e raffinato **Décor District** mai visto prima: tra *defilé* "flower-fashion", allestimenti e ambientazioni d'eccezione, contest floreali coi grandi maestri internazionali della decorazione, laboratori *art&craft*, stilosi set fotografici e una lounge "firmata" di altissimo livello, troveranno spazio e forma i nuovi *trend* della decorazione floreale e del *decor in&out*.

Gli appuntamenti

Non mancheranno gli **incontri sui temi più attuali del mondo del verde**, che come nella passata edizione attrarranno in fiera centinaia di operatori della filiera, dal mondo della progettazione a quello della vendita, dalla produzione alla ricerca. Ci si confronterà su temi quali bonus verde, *circular economy*, novità legislative del comparto, formazione professionale e tecnica, diserbo e tanto altro ancora.

I mercati internazionali

Grazie alla preziosa partnership con **Euromonitor International** – istituto di ricerca sui mercati globali – **Myplant** è in grado di offrire in anteprima qualche anticipazione sull'andamento dei principali mercati internazionali: **il valore del mercato mondiale del gardening** ha raggiunto nel 2016 83 miliardi di Usd, con gli Usa come player principale, seguiti da alcuni paesi europei e dal Giappone. L'Italia è 7^a in classifica, con buoni segnali di ripresa. Questi temi (sbocchi, opportunità, prospettive), saranno presentati dall'istituto di ricerca durante i giorni della manifestazione.

➔ www.myplantgarden.com



elabora



stampa



esponi



informa



vendi

Flor-Qr: la innovativa piattaforma Web-Mobile Florinfo di marketing e consulenza botanica. Un modo nuovo per affascinare i clienti e fare business!

Un sistema facile e veloce con cui produrre cartellonistica e fornire consulenza. Il vostro cartello: pronto in meno di 10 secondi! Perfettamente impaginato, con una grafica elegante, foto in HD, i consigli e le istruzioni d'uso già inserite dalle Grandi Banche Dati Botaniche Florinfo, pronto da esporre, personalizzato per la vostra azienda!

Un cliente ha bisogno di maggiori informazioni?

Con Flor-Qr fornirete consigli e suggerimenti immediati, come se foste sempre a fianco del cliente! In qualsiasi momento, leggendo i Flor-Qr stampati sui cartelli, si visualizza su qualsiasi Smartphone o Tablet un accurato mini-sito mobile di ogni vostro articolo ricco di approfondimenti e consigli. Potrete così soddisfare le esigenze dei clienti e dotare di un potente strumento informativo i vostri addetti alle vendite!

Il sistema Flor-Qr renderà il vostro punto vendita ESPERENZIALE ed AUTO-VENDEnte e questo si tradurrà in un sensibile aumento del gradimento dei clienti e quindi... del vostro fatturato!

Flor-Qr: una risposta alla vendita!



FLOR-Qr

Piattaforma web di consulenza botanica



Fotografa e prova

Flor-Qr potrà essere arricchito in ogni momento con diversi altri pacchetti, come ad esempio:



FLOR-Qr
GARDEN



FLOR-Qr
EMPORIO

Per maggiori informazioni
www.florinfo.it

FLORINFO

Via G. Reni, 22 - 50065 Pontassieve (FI)
Tel. 055 8367471 - Fax 055 8315896
info@florinfo.it

L'universo brico-garden di **Ribimex**



Consociata italiana dell'omonima azienda francese, Ribimex Italia propone un'ampia offerta di prodotti, con i due marchi Ribitech (per il brico) e Ribiland (per il garden). Ce ne parla il direttore generale Alessandro Guzzonato.



Alessandro Guzzonato,
direttore generale di Ribimex Italia.

Forte dei suoi 40 anni di esperienza nel settore del giardinaggio, del bricolage e della casa, **Ribimex Italia**, consociata italiana della francese **Ribimex**, vanta un qualificato team commerciale, amministrativo e tecnico completamente al servizio della clientela, con prodotti di qualità sempre disponibili per garantire il servizio migliore, con rigoroso controllo degli stock e rapidità delle consegne. L'azienda ha creato da tempo una gamma di articoli per il giardinaggio a marchio **Ribiland** e una linea di prodotti per il bricolage a marchio **Ribitech**: prodotti innovativi, funzionali e di alta qualità ideati per rispondere alle richieste di un mercato sempre più esigente.





Abbiamo intervistato il direttore generale di **Ribimex Italia**, **Alessandro Guzzonato**: ecco cosa ci ha detto.

Greenline: Sig. Guzzonato, ci fa un bilancio del 2017 di Ribimex, in base alle aspettative di inizio anno e ai risultati ottenuti?

Alessandro Guzzonato: L'azienda sta continuando il trend positivo di crescita che si attesta intorno ad una media del 10%. Un buon risultato per noi, considerando la stabilità della distribuzione brico-garden e le criticità in generale del canale trade. La strategia aziendale **Ribimex** per il triennio 2016-2018 è all'insegna dell'attuazione di un piano di investimenti che riguarda, in primis, nuovi prodotti e tecnologie sempre più orientati verso il *made in Italy*. Possiamo dirci soddisfatti delle risposte che stanno arrivando dal mercato, in relazione alle nuove proposte.

Greenline: E cosa ci può dire in merito alle previsioni per il prossimo anno, sia per il settore diy, sia per il settore garden?

Alessandro Guzzonato: Continueremo con un'intensa attività di marke-

ting per dare visibilità ai due *brand* di gamma, "**Ribiland**" per il garden e "**Ribitech**" per il brico/fai da te. Contiamo di aumentare sempre di più la nostra presenza presso ferramenta e garden center che rappresentano i nostri principali canali di riferimento e a cui stiamo dedicando grande attenzione commerciale. Ci stiamo orientando sul prodotto di livello medio-alto, con un'attenzione al rapporto qualità-prezzo, con l'obiettivo di offrire ai nostri clienti maggiore profondità di gamma e competitività.

Greenline: Quali sono le gamme di prodotti che vi stanno dando le maggiori soddisfazioni?

Alessandro Guzzonato: Siamo in crescita nei comparti degli aspiracenere (che rimane il nostro *core business*), dei *wet&dry*, degli utensili e dell'attrezzatura da giardino, degli utensili manuali per il fai da te.

Tra le gamme best-seller possiamo menzionare anche paranchi e verrickelli, pompe sommerse e di superficie, teli di copertura.

Greenline: Ribimex punta decisamente all'allargamento dell'offerta del fai da te e al rafforzamento del garden: in che modo state lavorando per raggiungere questi due obiettivi?

Alessandro Guzzonato: il catalogo "**Ribitech**" è stato migliorato ed ampliato, con l'inserimento di varie famiglie di prodotti, come l'utensileria manuale (cacciaviti, pinze, chiavi, cesoie), trapani e smerigliatrici. È stata completamente rinnovata la gamma dei proiettori a LED. Abbiamo effettuato un completamento della gamma **Ribiland**, già consolidata da tempo, per quanto riguarda il programma irrigazione (avvolgitubo automatici), i nebulizzatori a batteria, attrezzi e utensili da giardino.

➤ www.ribimex.it



Homi 2018

ai blocchi di partenza

Tutto è pronto per l'edizione di gennaio del Salone degli stili di vita, dove conosceremo le ultime tendenze del settore dei casalinghi, ma non solo.

I complementi d'arredo, con la loro evoluzione, dinamicità e versatilità saranno al centro di **Homi**, il Salone degli stili di vita, che si terrà in **Fiera Milano (Rho) dal 26 al 29 gennaio 2018** e dal 23 al 28 gennaio per quanto riguarda il settore **Festivity**, in mostra nel padiglione 9.

Grazie a un format capace di coniugare elementi di tradizione e innovazione, **Homi** darà spazio a tutte le tendenze del momento offrendo numerosi spunti d'ispirazione e riflessione, di fronte a un mondo in perenne mutamento: dagli accessori d'arredo all'illuminazione, dalla decorazione all'oggetto di design, dal tessile casa alle profumazioni per ambiente, il Salone proporrà percorsi di stile attraverso le creazioni delle aziende protagoniste, accomunate molto spesso da una forte filosofia di sperimentazione.

Ampio spazio sarà dedicato al **mondo della tavola e della cucina**: nella prossima edizione non mancheranno infatti i grandi nomi dell'accessorio per la cucina e il *tableware*, le proposte più originali per la decorazione della tavola, insieme a esempi curiosi e interessanti in cui la qualità del cibo si sposa con la bellezza del packa-



ging, come quelli ospitati all'interno dello spazio **Homi Food**.

Ricerca e creatività saranno poi al centro della manifestazione anche grazie alle numerose aree che daranno spazio agli oggetti ad alto tasso di originalità: da **Homi Sperimenta** e **Homi Creazioni** alle tante iniziative per supportare i designer emergenti e dare visibilità al talento di piccole, spesso piccolissime realtà italiane e internazionali ricche di voglia di innovare.

Gli operatori potranno muoversi tra intriganti percorsi di visita che li porteranno a scoprire le tante **proposte di design**, il meglio dell'artigianato di qualità, le nuove tendenze dell'abitare che si coniugano con la tecnologia, i laboratori e le esperienze ispirate alle culture di tutto il mondo. In mostra tante nuove suggestioni anche nelle aree speciali di **Homi** consolidate da tempo. **La Magnifica Forma**, per esempio, offrirà ai visitatori inedite produzioni dell'artigianato italiano, mentre negli spazi **Dream Desire Design (DDD)** e **Homi Asia Design** si respirerà un'atmosfera internazionale. Infine, un'ampia agenda di appuntamenti completerà l'offerta di **Homi**: **workshop, convegni, tavole rotonde e talk show** saranno momenti di incontro i cui gli operatori potranno scambiarsi idee e spunti per affrontare al meglio il mercato e le attività di business.



➔ www.homimilano.com

Un Natale all'insegna del buon gusto, delle novità, ma sempre nel rispetto delle tradizioni. Questo è quanto propone Flora per il Natale 2017. Gli alberi di Flora che raggiungono anche i 5 metri di altezza, sono sinonimo di qualità, materiali autoestinguenti certificati, mix di colori per accontentare ogni gusto, scatole dal design accattivante e di grande robustezza che permettono di riporre a fine stagione e per anni i nostri alberi. Insieme agli alberi mille e più accessori dai colori pastello, al natu-

rale, che quest'anno sarà di gran moda, senza dimenticare il sempre tradizionale rosso abbinato a diverse tonalità di oro, dal satinato, all'oro-crema nella tonalità champagne. Flora propone una vasta collezione di sfere in vetro con abbinamenti molto originali per rendere ancora di più il vostro albero un elemento di decorazione della casa di gran classe. FLORA ha da quasi 60anni lo stesso amore e passione per il Natale.. per la festa più bella dell'anno Flora è e sarà il partner più sicuro ed affidabile.

Inspired by Nature



Flora s.r.l.

Via Intimiano, 29
22070 Senna Comasco (CO)
Tel.+39 031 460583 -
Fax. +39 031 461338

www.floracomo.it
info.flora@floracomo.it

L'8 aprile sarà Viglietta Guido Spring Day



Il prossimo 8 aprile Viglietta Guido organizzerà il suo primo open day, un appuntamento che si presenta ricco di novità e con un'impostazione originale. Abbiamo intervistato Stefano Viglietta, titolare dell'ingrosso piemontese insieme a suo padre Guido, per farci raccontare cosa succederà.

È stato presentato ufficialmente sabato 14 ottobre alla forza vendite il **Viglietta Guido Spring Day**. Si tratta

del primo open day organizzato dal grossista di riferimento piemontese **Viglietta Guido**, che il prossimo 8 aprile ospiterà la propria clientela

presso il Lago dei Salici, una location prestigiosa, immersa nella natura, diversa dai magazzini o padiglioni fieristici che tradizionalmente ospitano questo tipo di eventi.

I 90 espositori attesi potranno sicuramente contare sulle visite di numerosi negozianti, vista la vicinanza geografica con la zona di competenza di **Viglietta Guido** (che opera in tutto il Nordovest: Piemonte, Liguria, Lombardia e Valle d'Aosta) e la sua riconosciuta capacità di avere rapporti consolidati con i propri clienti.

Abbiamo chiesto a **Stefano Viglietta**, titolare dell'ingrosso piemontese insieme a suo padre **Guido**, di raccontarci le sue aspettative sull'evento.





SPRING
DAY
2018

Il Viglietta Guido Spring Day si svolgerà il prossimo 8 aprile presso il Lago dei Salici a Caramagna Piemonte (CN). Novanta gli espositori attesi, che potranno sicuramente contare sulle visite di numerosi negozianti provenienti dall'area di competenza del grossista piemontese, che opera in tutto il Nordovest: Piemonte, Liguria, Lombardia e Valle d'Aosta.

Greenline: Viglietta Guido è famosa nel mercato, oltre che per la qualità del suo servizio, per la sua riservatezza. Proprio per questo motivo, il vostro open day ha colto molti di sorpresa: come mai avete preso questa decisione?

Stefano Viglietta: Abbiamo condiviso questa idea con i nostri clienti, che evidentemente ci vedono come un loro partner strategico e vogliono condividere una giornata di incontro con noi. Sembrerebbe che di fronte a una premessa di questo tipo non potevamo sottrarci, la verità è che siamo veramente contenti di organizzare questo open day.

Greenline: A giudicare dalla location si prospetta un avvenimento diverso da altri simili...

Stefano Viglietta: L'evento si svolgerà di domenica, un giorno in cui le persone hanno voglia di svagarsi, ci sembrava quindi giusto scegliere una location che potesse garantire una giornata piacevole ai nostri clienti che decideranno di partecipare. È chiaro che un open day ha un significato essenzialmente commerciale, ma crediamo che organizzarlo in un bel contesto sia

un aiuto in questo senso, non una distrazione. D'altro canto l'evoluzione del commercio moderno ci insegna che un bel negozio vende più di uno brutto.

Greenline: Organizzativamente è una bella sfida.

Stefano Viglietta: Il Lago dei Salici di Caramagna Piemonte (CN), il luogo che abbiamo scelto come sede dell'evento, oltre a essere un posto suggestivo ha un'organizzazione impeccabile: è in grado di gestire un flusso di persone ben superiore alle presenze che ci aspettiamo e, naturalmente, attrezzato anche nel caso ci sia una giornata di pioggia. Per cui è una sfida assolutamente alla portata.

Greenline: Un altro aspetto importante è proprio la prossimità della location: lo avete organizzato "vicino a casa".

Stefano Viglietta: Sì, noi siamo un'azienda con un bacino d'utenza ben preciso, che raggiungiamo in maniera capillare e al quale riusciamo a garantire ottimi standard di servizio. Operiamo in tutto il Nordovest: Piemonte, Liguria, Lombardia

e Valle d'Aosta. Per questo organizzarlo nel nostro territorio era per noi un'esigenza sia pratica, sia simbolica: pratica perché i nostri clienti possono raggiungerci con spostamenti ridotti, simbolica perché ci sentiamo e vogliamo essere un'azienda piemontese, anche se ormai il nostro raggio d'azione è esteso all'intera area appena citata.

Greenline: Chi sono i partecipanti di Viglietta Guido Spring Day?

Stefano Viglietta: I nostri clienti. È una giornata per loro, per presentargli in anteprima le novità, per ringraziarli della loro fedeltà, per premiarli con delle offerte dedicate, per offrirgli un buon pranzo, insomma per coccolarli.

Greenline: E invece i fornitori come hanno reagito al vostro invito?

Stefano Viglietta: Molto bene, in maniera anche superiore alle aspettative. Il rapporto con i nostri principali fornitori è storico, radicato e consolidato, per cui ero abbastanza sicuro che avrebbero deciso di partecipare, ma la risposta è stata superiore alle aspettative, tanto che inizialmente pensavamo di allestire 70-75 stand e invece siamo passati subito a 90: un risultato che ci fa ben sperare per la riuscita dell'evento.



www.vigliettaguido.com

living

di Martina Speciani



12



1



2



11

Christmas time

1. **Slow Soul** - Per gli irriducibili delle festività, che a dicembre non si accontentano di addobbare un abete ma adornano la casa intera, Slow Soul propone una grande varietà di federe a tema per cuscini quadrati.
2. **Restoration Hardware** - Le luci sono un aspetto fondamentale delle decorazioni natalizie, non solo sull'albero: sotto delle campane di vetro, per esempio, regalano all'ambiente un'atmosfera davvero magica.
3. **Crate&Barrel** - Un'intera collezione all'insegna del Natale composta di tazze, vassoi, piatti, biscottiere e altro ancora, decorata con il pupazzo di neve ideato dalla designer statunitense Joan Anderson.



3



4. **Seletti** - La linea Pantone di Seletti, caratterizzata da oggetti e complementi d'arredo *minimal*, comprende anche queste palle di Natale in vetro, dal diametro di 8 cm, per un albero colorato, moderno e di design.

5. **Flora** - Da più di 50 anni Flora propone un'ampia offerta di addobbi e alberi di Natale artificiali di qualità, come il modello floccato in PE/PVC, di cm 102x180h, elegante col suo manto innevato e molto realistico.

6. **Wintercraft** - Con l'apposito kit è facilissimo creare lanterne di ghiaccio di tutte le dimensioni, decorazioni invernali semplici ma originali per il terrazzo o il vialetto d'ingresso, con il valore aggiunto del fai da te.

7. **Il tocco di Minerva** - Nato dalla passione di una giovane artigiana pugliese, il brand, disponibile anche su Amazon, offre prodotti realizzati a mano di alta qualità, come queste calze da riempire di dolci per l'arrivo della Befana.

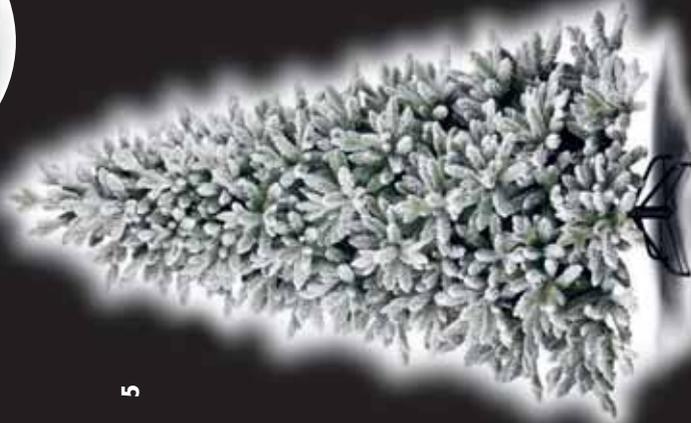
8. **Crearreda** - Ideali per decorare vetri, specchi e finestre, queste vetrofanie si applicano con la sola forza elettrostatica e sono facilmente removibili e riutilizzabili, senza lasciare alcun residuo di colla sulle superfici.

9. **Trixie** - Per coccolare anche gli amici a 4 zampe a Natale, la cuccia Igloo Santa, disponibile nei colori rosso e crema, è realizzata in peluche, con una morbida imbottitura in gommapiuma, cuscino estraibile e fondo antiscivolo.

10. **Ikea** - Il mobilificio svedese offre una gamma molto ampia di accessori a tema natalizio, come la lampada *Sråla* a forma di pacco regalo, che diffonde una luce morbida e brillante, per un'atmosfera calda e accogliente.

11. **Tescoma** - L'albero di Natale di pasta frolla o pan di zenzero è un centrotavola gustoso, divertente da preparare insieme ai più piccoli. Il kit comprende sia il tagliapasta sia il supporto in plastica da usare come base.

12. **Vallesusa Casa** - Chi ha detto che i pranzi di Natale devono essere affollati e interminabili? Per un romantico *fête-à-tête* natalizio, ecco 2 tovaglette ideate, tessute, stampate e confezionate interamente in Italia.



L'e-commerce secondo BricoBravo

 BricoBravo



di Alessandro Samà

In Italia l'e-commerce business to consumer sembra non conoscere

crisi; i dati forniti da Netcomm segnalano, nell'ultimo anno, una maggiore propensione delle famiglie a fare shopping online: sono in aumento il numero degli acquirenti, la frequenza di acquisto e lo scontrino medio. Il settore arredamento e living, ad esempio, ha registrato nel 2017 un +27% di transazioni rispetto all'anno precedente, con oltre 847 milioni di fatturato.

Anche se il commercio elettronico rappresenta per le piccole e medie aziende una formidabile occasione, il numero degli imprenditori italiani che investono sui mercati online è ancora basso: solo il 4% dei prodotti scambiati sul web è italiano, a testimonianza del fatto che sono ancora troppo poche le imprese che fanno e-commerce (circa 30.000 imprese italiane su 750.000 europee).

La mia esperienza diretta mi ha insegnato che per non essere esclusi dal mercato, il segreto è creare un commercio unificato, dove negozi fisici e negozi online si mescolino per creare una nuova esperienza d'acquisto, in grado di sfruttare tutte le opportunità offerte dalle nuove tecnologie. L'improvvisazione, soprattutto in questo campo, non porta lontano. Le aziende italiane devono iniziare un percorso di digitalizzazione, e adottare un nuovo modello organizzativo. Il mio consiglio è quello di sradicare la vecchia mentalità degli archivi cartacei, della comunicazione a voce o della presenza fisica per passare ad un approccio innovativo, capace di gestire in modo integrato le proprie attività, eliminando rallentamenti e rischi.

Oggi la digitalizzazione aziendale è un passaggio fondamentale che, oltre a velocizzare i processi aziendali, permette di risparmiare sui costi di gestione. Il primo passo è quello di avvalersi di software professionali in grado di semplificare tutte le attività di logistica, di pubblicazione di cataloghi, preparazione di ordini e spedizioni. Per ottenere i benefici di una digitalizzazione, dunque, bisogna sedersi a tavolino e ripensare concretamente l'intera organizzazione delle attività, dei processi amministrativi, contabili, organizzativi, produttivi etc. Solo con gli strumenti giusti si ha la possibilità di avere una mappatura completa e reale delle proprie attività, ed intervenire in tempo reale con azioni correttive, per migliorare le proprie performance.

La sfida di tutte le imprese sarà riconoscere che il digitale trasformerà velocemente il modo in cui si crea valore: esiste una relazione non causale tra il grado di maturità digitale dell'impresa e le sue performance aziendali.

 BricoBravo

www.bricobravo.com

Il perché di questa rubrica

La società sta cambiando rapidamente e con essa le modalità di acquisto; una nuova forza economica sta ridisegnando il volto del commercio e le abitudini delle persone: l'e-commerce e la digitalizzazione del business.

Questa rubrica si rivolge ai responsabili marketing, business manager, ma anche imprenditori che, per la prima volta, vogliono affacciarsi al mondo del commercio online con gli strumenti giusti.

Alessandro Samà, e-commerce manager di successo di BricoBravo, illustrerà come si struttura un e-commerce,

dal punto di vista tecnico e come si sviluppa un piano di comunicazione efficace, per sfruttare al massimo tutte le opportunità offerte dalle nuove tecnologie:

- Catalogo digitale
- Logistica
- Scelta dei partner
- KPI e standard qualitativi da mantenere
- Feedback clienti
- Multicanalità
- Mercato estero

La Ferramenta srl distributore Vilmorin Jardin

CONTATTACI O CHIEDI AL TUO AGENTE DI ZONA PER MAGGIORI INFORMAZIONI



La Ferramenta srl

La Ferramenta srl via del Grano, 241/243 Santarcangelo di Romagna - RIMINI
tel. 0541.325211 - fax 0541.621031 - info@laferramentasrl.it
www.laferramentasrl.it - www.labor-utensili.it

Perché il cassetto è vuoto?



Anche quando i volumi di fatturato crescono, nel cassetto spesso rimane poco. Colpa delle piante? Come fare? Proveremo a dare una risposta durante GaMe, che si terrà all'interno di Myplant dal 21 al 23 febbraio.

C'è un'arte specifica nella gestione vincente del punto vendita? Come

fare a capire che differenze passano fra le aziende di successo e quelle che sopravvivono nella mediocrità?

Vorremmo provare a rispondere a queste domande durante due incontri che terremo nel corso di **GaMe**, affrontando il progetto della futura serra e i temi della gestione finanziaria. Secondo il libro "Alla ricerca dell'eccellenza - lezioni dalle aziende meglio gestite" di **Peters** e **Waterman**, rispondere a queste domande è invece abbastanza facile. Sono otto gli elementi in comune che contraddistinguono le imprese vincenti:

- Le aziende "eccellenti" hanno l'elasticità e l'abilità necessarie per riconoscere i bisogni di un ambiente che cambia.
- Agiscono con un orientamento al contatto con il cliente.
- Mantengono la flessibilità con strutture semplici e piccoli staff.
- Incoraggiano la sperimentazione.

e. Lasciano autonomia per promuovere l'imprenditorialità.

f. Riescono a ottenere livelli di produttività straordinari con il coinvolgimento dei collaboratori.

g. Si concentrano sull'attività che conoscono meglio e su un particolare valore aziendale (per esempio lo sviluppo di nuovi prodotti, il servizio al cliente).

h. Sono al tempo stesso rigide e flessibili nei controlli.

Strumenti per nuovi imprenditori

Dalle parole ai fatti il passaggio non è però sempre facile e occorre individuare un modello che consenta a chi deve prendere decisioni di avere tutti gli strumenti necessari a costi e con tempi accessibili.

Partendo dal presupposto che non si può risolvere tutto in una sola volta ma si deve partire dalle priorità, ho cercato di focalizzare l'attenzione su due temi ben precisi:

1. **Il cassetto vuoto:** nonostante l'aumento del fatturato, la tensione finanziaria cresce e occorre dotarsi degli attrezzi necessari per capire la propria situazione e prendere provvedimenti. Comprendere cosa fare per avere il polso della gestione finanziaria del punto vendita.

2. **La produttività delle piante non aumenta** e quindi i costi crescenti dello spazio non trovano una copertura adeguata. Come far aumentare il fatturato della serra? Come migliorare il marketing di prodotto? Come cambiare lo spazio e la relazione con il cliente?

Si tratta di temi che coinvolgono almeno tre dei punti chiave per un'azienda di successo individuati da **Peters** e **Waterman**: cambiare in base ai bisogni, orientarsi al cliente, incrementare i valori di produttività e quindi il riempimento del cassetto.

1962 - 2017



55 ANNI DI QUALITÀ



FLORTÌ

INNOVATIVO PORTAVASI
GIREVOLE BREVETTATO



Fabbrica articoli per il giardino

www.agrati.net

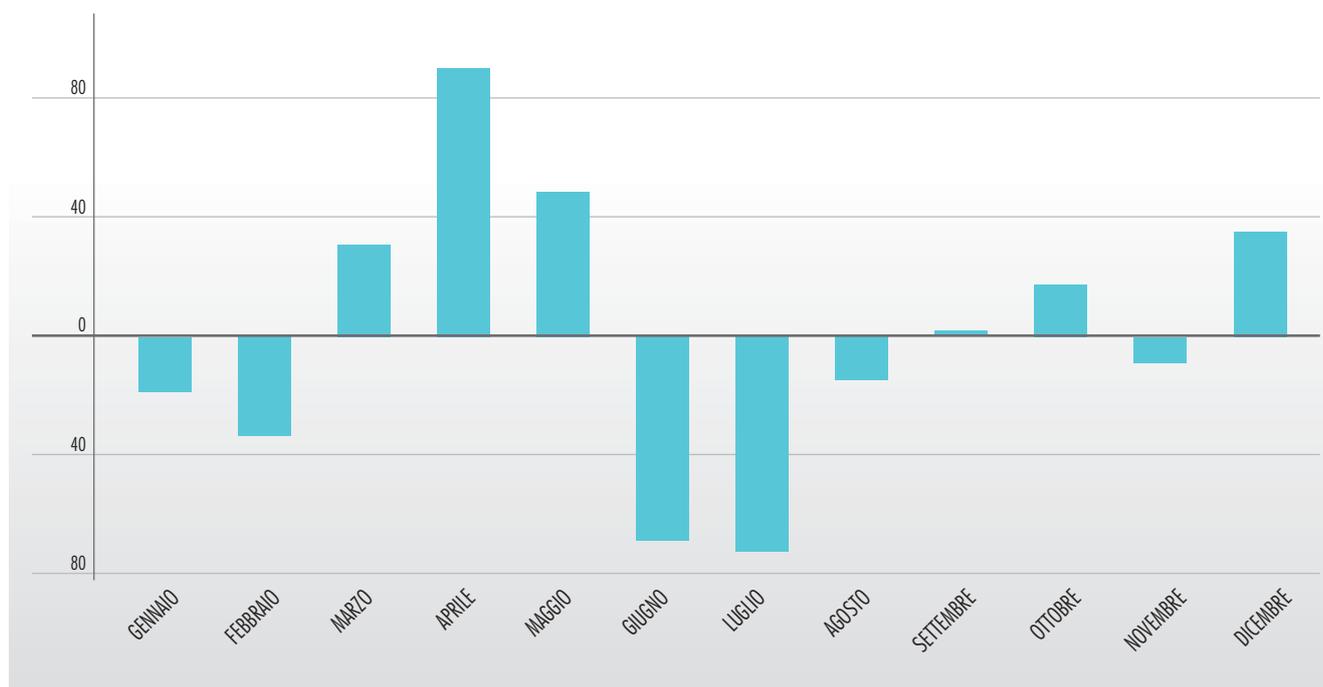
Made in Italy



FLUSSI DI CASSA DI UN GARDEN CENTER TRADIZIONALE

(valori in migliaia di euro)

Fonte: Studio Montagnini



La serra digitale

Per reinventare un settore dobbiamo comprendere prima la dimensione del cambiamento e poi costruire una nuova visione: da un mondo analogico a un mondo digitale, dove far convivere armonicamente proposte di gamma diverse, orientate a chi compra e non a chi acquista.

Nella serra *analogica* si collocano le piante in base alle loro caratteristiche e ai gusti di chi acquista: si tratta quindi quasi sempre delle stesse referenze, anche a detta di aziende fornitrici primarie. Gli spazi sono organizzati in base alla tradizione e alle esigenze specifiche, con piante ben irrigate e alla luce ma che non si evidenziano, non seducono e non si vendono. **Occorre superare la cultura del passato e lavorare digitalmente sui numeri, sia quelli dei clienti (come e cosa acquistano) sia quelli della gestione.** L'obiettivo è aumentare la produttività attraverso una nuova interpretazione della attività di gestione delle categorie: *cross selling*, stagionalità, scala dei prezzi, display ordinario ed extra display, esperienza, profilazione dello spazio e percorso commerciale. Ogni concetto è un pezzo del puzzle che concorre alla formazione del quadro finale.

Serra digitale è un progetto di revisione del format della serra destinato agli addetti ai lavori, per

cambiare la “cassetta degli attrezzi” focalizzando l'attenzione sui particolari che fanno vendere di più, come la capacità di ambientare ed essere creativi associata alla facilità di manutenzione e gestione del reparto e la capacità di valorizzare al meglio le idee e il prodotto.

Per garantire produttività e ritorno economico occorre una gestione moderna e corretta delle categorie di piante e dei relativi prodotti complementari, per offrire la risposta giusta ad ogni cliente adottando una presentazione multi-relazionale basata su regole facilmente adottabili da tutti. La produttività dell'area piante è una condizione essenziale per la sostenibilità del garden del futuro.

Dalla produttività della serra al rendiconto finanziario

Quanto costa lo spazio occupato dalla serra? Quali sono i costi diretti e come posso controllarli? Cosa posso fare se la serra mi costa di più di quanto non renda?

Il merchandising e il micro marketing sono indirettamente a servizio del piano finanziario. Ma il miglioramento delle prestazioni di vendita deve essere letto attraverso precisi indicatori e tradotto non solo nella formula *quanto* guadagno, ma anche *quando* guadagno e *quando* copro i costi. Credo che già ieri fosse difficile la-

vorare senza un budget di tesoreria, senza comprendere la fragilità e criticità finanziaria della propria impresa. Oggi, però, affrontare il futuro senza il controllo delle finanze aziendali rappresenta una grave debolezza. **I dati sono una risorsa strategica e la debilitazione dei flussi di cassa è sempre più diffusa tra i garden**, che non arrivano a coprire gestione corrente e investimenti, limitando fortemente l'evoluzione e lo sviluppo.

Abbiamo quindi pensato a un modello pratico e ci siamo chiesti che cosa non può non sapere l'imprenditore moderno riguardo a questi argomenti: da qui l'organizzazione di un incontro che vuole essere pratico, per tornare in azienda e capire lo stato della situazione finanziaria.

Comprendere cosa funziona bene e dove invece migliorare è il primo passo per un punto vendita in grado di creare le condizioni di crescita e di cambiamento.

Argomenti di grande attualità a cui si lega anche la gestione fiscale.

Ne parleremo a **Game**, un'occasione importante per confrontarsi e comprendere come due temi apparentemente distanti siano, nei fatti, fortemente interconnessi: il progetto della serra digitale e la produttività della serra commerciale del futuro diventano o un fattore di crescita o una debolezza che toglierà al garden l'identità che oggi vuole promuovere.

IL TUO FUOCO LO ACCENDIAMO NOI

GRUPPO
VIGLIETTA



Scopri la gamma completa
di accendifuoco **BLINKY**.



 **Viglietta Group**
Catalogo generale sul sito: www.viglietta.com
info@viglietta.com

 **VIGLIETTA MATTEO SPA**
Fossano
Tel.: 0172 638211
Fax: 0172 691624
info@viglietta.com

 **VUEMME SRL**
Alessandria
Tel.: 0131 519211
Fax: 0131 219652
vuemme@viglietta.com

 **FERR.SARDO PIEMONTESE SPA**
Oristano
Tel.: 0783 41791
Fax: 0783 418052
sardopiemontese@viglietta.com

Buyer Point, un'edizione da... Guinness!

Buyer Point 2018 svela le prime novità, partendo proprio dal focus estero che sarà dedicato all'Irlanda. Un accordo che consente un ulteriore aumento di buyer stranieri e che rende la manifestazione milanese l'unico vero appuntamento in Italia per le aziende interessate ad esportare.



La Guinness, la storica birra nata nel 1759 a Dublino, è oggi uno dei simboli dell'Irlanda a livello mondiale.

La prossima edizione di **Buyer Point (Milano, 8-9 maggio 2018)** sarà ancora più internazionale grazie a un accordo tra il **Gruppo Editoriale Collins** (che organizza l'evento, giunto alla sua quindicesima edizione) e **HAI, Hardware Association Ireland** (l'associazione irlandese dei produttori, grossisti e distributori di ferramenta/DIY/edilizia). Grazie a questo accordo, **gli espositori presenti a Buyer Point il pros-**

simo 9 maggio potranno incontrare una nutrita rappresentanza di buyer irlandesi che interverrà proprio per conoscere le offerte dei produttori italiani e valutarne l'acquisto.

Nel pomeriggio dell'8 maggio, prima dell'opening dinner divenuta ormai appuntamento fisso di **Buyer Point**, si svolgerà un convegno, riservato come sempre a espositori e buyer, nel quale i delegati di **HAI** illustreranno ai presenti le caratteristiche del mercato irlandese, le esigenze

dei retailer e una breve panoramica delle merceologie più ricercate.

L'Irlanda si propone come un Paese molto interessante per le aziende italiane che puntano all'export: con quasi 5 milioni di abitanti, l'Irlanda ha una radicata cultura del DIY, confermata dalla spesa pro capite per il mondo della casa, di gran lunga superiore alla media europea e circa il doppio di quella italiana. Il mercato irlandese è suddiviso in maniera più o meno paritaria tra



L'accordo tra Buyer Point e HAI si completa con l'organizzazione della delegazione italiana che parteciperà all'Hardware Show di Dublino nel marzo 2019.



rivendita tradizionale e grande distribuzione, e tradizionalmente è fortemente legato all'Inghilterra: **l'avvento della Brexit intaccherà per questo storico sodalizio, in quanto l'Irlanda cercherà di trovare nuovi mercati sia per l'importazione, sia per l'esportazione.** Lo sganciamento della sterlina dall'euro, che invece è utilizzato in Irlanda, potrà portare delle fluttuazioni in grado di incidere in maniera significativa sui costi di acquisto (e di conseguenza di vendita) per i buyer irlandesi. Proprio per evitare questo fenomeno, i negozi irlandesi stanno cercando di aumentare la quota di acquisti da fornitori provenienti dall'eurozona: **in questo senso Buyer Point rappresenta un'occasione unica per i decisori d'acquisto irlandesi e, di conseguenza, una possibilità da cogliere al volo per i fornitori italiani.** **L'accordo tra Buyer Point e HAI si completa con l'organizzazione della delegazione italiana che parteci-**

Cos'è Buyer Point

BUYER POINT è un appuntamento B2B unico nel panorama del brico home&garden italiano, poiché è l'unico che integrando la rete all'evento ha inventato un modo nuovo di mettere in contatto domanda e offerta. Il "cuore" di **BUYER POINT** è così la SALA BUYER nella quale il 9 maggio 2018 i top buyer specializzati, italiani ed esteri, avranno la possibilità di sviluppare speed date di 15 minuti in rapida successione con potenziali fornitori. L'obiettivo è di promuovere, in una giornata, più di 800 incontri one-to-one tra domanda e offerta, cioè tra i migliori buyer specializzati nel bricolage e nel giardinaggio e tra le industrie del settore.

Una giornata di incontri e una piattaforma relazionale innovativa, capace di stimolare l'incontro e il business tra i manager del settore. Giunto alla sua 15esima edizione, **BUYER POINT** è ormai un evento internazionale: nel maggio 2017 a Milano hanno partecipato 70 direttori acquisti esteri. Un'organizzazione complessa, resa possibile da un utilizzo innovativo delle nuove tecnologie, che ci permette di mettere "in rete" domanda e offerta in una sorta di marketplace virtuale che si tradurrà in incontri personali il 9 maggio 2018.

però all'**Hardware Show di Dublino nel marzo 2019.** Si tratta dell'unico evento dedicato al mondo brico in Irlanda, un concept simile a quello di **Buyer Point** che nel 2017 è stato capace di richiamare più di 160 espositori e tutti i principali operatori del mercato.

Hardware Show 2019 si terrà al Citywest, un hotel con area congressi alle porte di Dublino, che ha già ospitato l'edizione 2015, raggiungibile velocemente sia dal centro città che dall'aeroporto.

➔ www.buyerpoint.it

8-9 maggio 2018

I ❤️ BPF

www.buyerpoint.it



Rodenticidi: nuova classificazione per gli anticoagulanti

A partire dall'1 marzo 2018 entrerà in vigore una nuova classificazione dei rodenticidi a base di sostanze attive anticoagulanti.

Ecco cosa cambia per i rivenditori.

Tra le sostanze per le quali è stata introdotta o modificata la *classificazione armonizzata*, previste nel Regolamento UE 2016/1179, ci sono tutte le sostanze attive anticoagulanti rientranti nella formulazione dei

rodenticidi attualmente presenti sul mercato. Lo ha ricordato in un comunicato ufficiale dello scorso ottobre **Assocasa** (*Associazione Nazionale detergenti e specialità per l'industria e per la casa*) costituita nel 1984 nell'ambito di **Federchimica**.



Questo è il pittogramma H360D che dovrà comparire sui rodenticidi contenenti una concentrazione di sostanza attiva anticoagulante pari o superiore a 30 ppm.

Chi è Assocasa

Assocasa (Associazione Nazionale detergenti e specialità per l'industria e per la casa), costituita nel 1984 nell'ambito di **Federchimica**, rappresenta le imprese di prodotti per la pulizia, la manutenzione e l'igiene degli ambienti non solo per la casa, ma anche per le comunità e l'industria. Quindi i produttori di: detersivi, saponi da bucato, coadiuvanti di lavaggio, biocidi e presidi medico-chirurgici (disinfettanti e disinfestanti ambientali), cere, prodotti per la cura delle auto, deodoranti ambientali.

assocasa.federchimica.it

A PARTIRE DALL'1 MARZO 2018 TUTTI I RODENTICIDI CONTENENTI UNA CONCENTRAZIONE DI SOSTANZA ATTIVA ANTICOAGULANTE PARI O SUPERIORE A 30 PPM SARANNO CLASSIFICATI COME TOSSICI PER LA RIPRODUZIONE E NELL'ETICHETTA DOVRÀ COMPARIRE IL PITTOGRAMMA H360D.

Attenzione dall'1 marzo 2018

Ciò significa che **a partire dall'1 marzo 2018 tutti i rodenticidi contenenti una concentrazione di sostanza attiva anticoagulante pari o superiore a 30 ppm** (equivalente a una concentrazione di circa lo 0,003% di sostanza attiva) **saranno classificati come tossici per la riproduzione e nell'etichetta dovrà comparire il pittogramma H360D** (può nuocere al feto).

È possibile che la formulazione venga classificata anche con altre indicazioni di pericolo, sulla base della sostanza attiva anticoagulante presente nel prodotto rodenticida. Per esempio H373 (può provocare danni al sangue in caso di esposizione prolungata o ripetuta) oppure H372 (provoca danni al sangue in caso di esposizione prolungata o ripetuta).

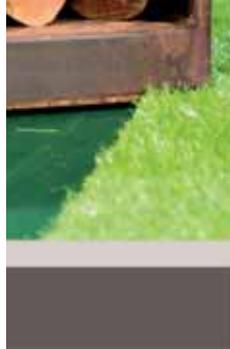
Cosa cambia per i rivenditori?

Come per tutte le procedure di classificazione ai sensi del **CLP** (regolamento 1272/2008), la decisione sui tempi di adeguamento delle etichette dei prodotti è demandata ai produttori, **mentre spetta ai rivenditori il rispetto delle tempistiche**. Il primo cambiamento importante è che **dall'1 marzo 2018 tutti i rodenticidi messi in vendita dovranno rispettare la nuova classificazione**. Non è previsto alcun periodo di smaltimento successivo per i rivenditori. La restrizione vale anche per gli utilizzatori finali, che potranno utilizzare i rodenticidi già acquistati solo entro 6 mesi dal divieto.

I nuovi rodenticidi classificati con il pittogramma H360D potranno essere venduti solo agli utilizzatori professionali, senza particolari restrizioni alla vendita o all'acquisto.



Semplicità ed eleganza
per il tuo giardino



VISITA IL NOSTRO SITO
www.mat.pd.it



M.A.T. srl

via A. Volta, 16, Z.I. delle Selve
Teolo, 35037, Padova
049 9902630
info@mat.pd.it
www.mat.pd.it

Ottimax apre a Gradisca il primo punto vendita friulano

È stato inaugurato sabato 11 novembre il nuovo punto vendita **Ottimax Italia** a **Gradisca d'Isonzo**, in provincia di **Gorizia**. 12.000 mq di esposizione per i settori: idraulica, pavimenti/piastrelle, vernici, sanitari, utensileria, ferramenta, falegnameria/infissi, edilizia, elettricità, illuminazione, sistemazione, giardino e auto/moto.

Il nuovo punto vendita nasce dalla riqualificazione dei locali dell'ex **Ipercoop** di Gradisca d'Isonzo, in disuso da diversi anni, perseguendo la filosofia della Regione Friuli. Ampi spazi espositivi, servizi dedicati, circa 100 addetti qualificati e attenti alle esigenze, anche del professionista rendono il nuovo polo un punto di riferimento per la vendita di prodotti professionali per costruire e ristrutturare al prezzo più basso del mercato, tutto l'anno e con Iva inclusa.

Con il sempre innovativo sistema di distribuzione misto, all'ingrosso e al dettaglio, il punto vendita unisce qualità e risparmio ampliando le possibilità di consumo di un target sempre più elevato di clienti: **grandi stock di merce** dei migliori marchi in pronta consegna; garanzia miglior prezzo, con rimborso pari a tre volte la differenza; **3.000 mq dedicati al settore edilizia** con sistema di drive-in (entri carichi, paghi e porti via); ampi orari di apertura *no stop* dalle 7.00 alle 20.00; **consegne in cantiere** e a domicilio, con un preavviso di sole 12 ore; **consulenza professionale**, preventivi gratuiti e finanziamenti personalizzati; **corsi di aggiornamento per i professionisti**, con gli OX Lab; tintometro (oltre 2.000 colori disponibili), taglio legno, duplicazione chiavi, caffè e colazione gratuita.

Punto di svolta della strategia di vendita di **Ottimax** è rappresentato dall'**OX++**, un laboratorio sperimentale nato per testare un format di vendita del "su misura" che trasformi la tecnica di vendita



generalista, tipica di **Ottimax**, a specializzata rispondendo, quindi, sempre meglio alle esigenze specifiche della clientela. Il nuovo servizio di prodotti su misura coinvolgerà in maniera uniforme tutti i settori e renderà possibile la realizzazione e la vendita di progetti per la casa plasmati sulle esigenze del cliente.

Certificazioni energetiche, preventivi personalizzati, progettazione e sopralluoghi godranno di uno spazio dedicato esterno al punto vendita, un *hub* riservato al potenziamento del servizio di vendita, realizzato grazie al supporto di un personale sempre più specializzato nel settore di riferimento.



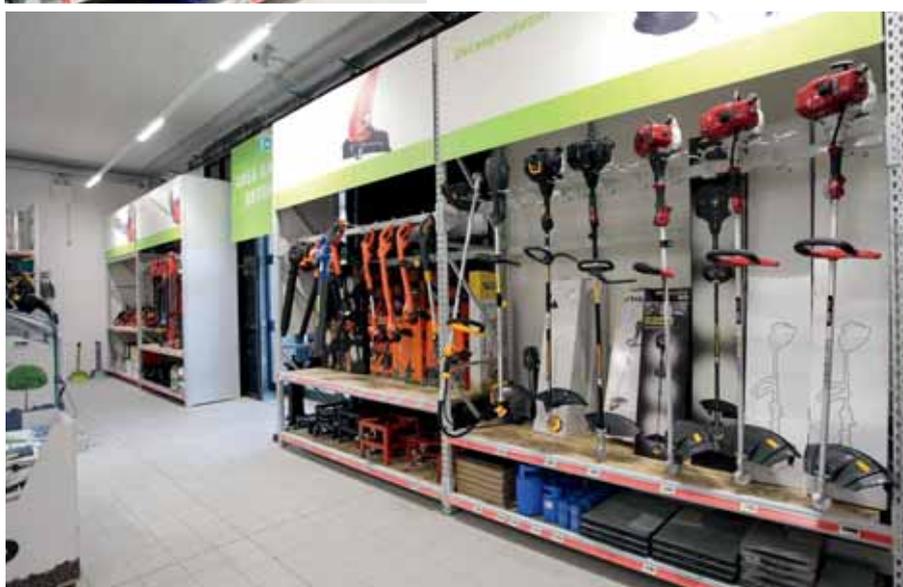
Pronto Hobby Brico apre il 6° punto vendita a Rende

Ha aperto il 24 novembre a **Rende (CS)** il sesto punto vendita dell'insegna **Pronto Hobby Brico (Gruppo Raffaele)**, già presente in Calabria con i negozi di Catanzaro, Lamezia Terme (CZ), Maida (CZ), Squillace Lido (CZ) e Amantea (CS).



Abbiamo raggiunto telefonicamente **Michele Raffaele**, uno dei soci del gruppo: "Il punto vendita, di circa 2.000 mq, presenta il classico format dei nostri negozi a marchio **Pronto Hobby Brico**, e cioè un'esposizione estremamente chiara della merce e la presenza, all'interno del negozio, di personale preparato e qualificato: questi elementi rappresentano il vero valore aggiunto dei nostri punti vendita. Un'importante novità è la scelta di dotare il negozio di etichette elettroniche: ovviamente, sulla scia di questo esordio, attrezzeremo poco a poco anche gli altri punti vendita che presentano ancora le versioni cartacee. Ma la nostra crescita non si ferma certo qui: stiamo già pensando a nuove aperture e ad allargarci sempre più. Come gruppo **Raffaele**, la

realizzazione di una nuova piattaforma logistica di circa 20.000 mq ci darà la possibilità di *pensare davvero in grande* e di raggiungere una dimensione nazionale".



nuove aperture

Tutte le novità del nuovo Brico Ok a Oleggio

Si presenta ai suoi clienti con una formula completamente rinnovata in tutti i reparti classici legati al mondo del fai da te il nuovo punto vendita **Brico Ok** di **Oleggio (NO)**, con una superficie di 3.000 mq, che sostituisce il più piccolo di Bellinzago Novarese.

Nel centro inaugurato il 1 novembre, grazie alla dimensione, è stato possibile ampliare il settore dell'antinfortunistica inserendo accessori per la sicurezza e capi di abbigliamento tecnico, che possono essere provati dai clienti grazie alla realizzazione di un camerino.

Ampio il reparto dedicato alla clientela femminile che spazia dalla decorazione per la casa, oggettistica country e vintage, fino a complementi arredo, storage e guardaroba.

Le referenze sono 20.000 e 14 gli addetti che aiutano negli acquisti; 2 le casse di cui è fornito.

Molto gradita la nuova iniziativa dedicata ai clienti, che permette di avere "prezzi da grossista" su acquisti a quantità.

La progettazione del layout merceologico rende il cliente autonomo nella presa dei prodotti anche ingombranti senza ricorrere all'aiuto del personale.



Presenti come di consuetudine i servizi dedicati al taglio legno, la progettazione d'impianti interrati per l'irrigazione, cornici e tende su misura,

servizio tintometro, targhe e timbri personalizzati e consegne a domicilio. È a disposizione un parcheggio da 100 posti.



Brico Ok apre a Casalmaggiore

Brico Ok ha acquisito il fai da te **Decri** di **Casalmaggiore (CR)** della società **Mondo Hobby** presso il nuovo Parco Commerciale Padano.

L'inaugurazione del punto vendita è avvenuta il 7 ottobre, dopo un breve periodo di chiusura per effettuare il rimodernamento dei banchi e l'integrazione fornitori.

Il centro si presenta quindi con nuovi reparti e nuovi layout espositivi, su una superficie di vendita di 1.600 mq, per offrire un assortimento di oltre 16.000 referenze, che spaziano dalla decorazione casa fino ai reparti più tecnici per gli amanti del fai da te.

Brico Ok offre diversi servizi tradizionali come il taglio legno, garanzia miglior prezzo, soddisfatti e rimborsati, progetti personalizzati, finanziamenti e pagamenti con carte di credito, preventivi gratuiti e servizio tintometro.

Il negozio, situato a poche centinaia di metri dal centro cittadino di Casalmaggiore, dispone di un comodo parcheggio da 50 posti. Nove sono gli addetti alle vendite che accolgono la clientela e due le casse a disposizione per gli acquisti.

Secondo negozio in Romagna per Bricocenter

Il nuovo negozio di **Forlì** di **Bricocenter**, insegna del gruppo **Adeo**, ha aperto il 30 novembre.

È il secondo in Romagna e non vuole essere solo uno spazio di vendita ma un luogo dove condividere la cultura del “fare insieme” attraverso numerose iniziative che coinvolgano l'intera comunità come laboratori ed esperienze pratiche. Un luogo dove, oltre al vasto assortimento di prodotti, è possibile scoprire una ricca proposta di servizi tra cui il prenota e ritira, il fermo point, la stampa fotografie, fotocopie e fax e la duplicazione chiavi.

Le referenze disponibili sono circa 15.000 su una superficie di 1.500 mq aperti al pubblico. I reparti su cui “punta”

maggiormente questo centro sono Bagno, Pittura e Giardino. La squadra è composta da una ventina di persone.

“Sono felice di essere a capo di una squadra entusiasta, pronta a diventare un vero punto di riferimento per i nostri concittadini – afferma **Danilo Compiani**, direttore del negozio **Bricocenter** di Forlì –. Con competenza e professionalità siamo a disposizione di tutti coloro che hanno la necessità di risolvere gli imprevisti che accadono quotidianamente nella propria abitazione. Vogliamo trasmettere il concetto che avere cura degli oggetti, ripararli o destinarli a un nuovo uso sia la soluzione più adatta per evitare sprechi di denaro e di risorse e al contempo prenderci cura del nostro ambiente”.



Bricofer ha aperto un altro punto vendita campano

È stato inaugurato il 25 ottobre il sesto punto vendita campano di **Bricofer**, affiliato Gruppo **Cangianiello**, con sede a **Sant'Egidio del Monte Albino**, in provincia di **Salerno**.

La superficie è suddivisa nell'area espositiva interna di circa 1.700 mq, l'esterna di 350 mq circa e in quella del parcheggio clienti, carico e scarico merci di 12.000 mq circa.

Ad accogliere la clientela sono presenti 21 addetti, pronti a consigliare all'interno delle 42/45 mila referenze, suddivise nei settori merceologici arredo bagno; utensileria-ferramenta; giardino; vernici; decorazione; edilizia; sistemazione; pavimenti; elettricità-idraulica; falegnameria; illuminazione.

Tra i servizi si può scegliere: taglio legno; duplicazioni chiavi e telecomandi;

realizzazione cornici su misura; servizio tintometro; corsi di bricolage; cambio merci; premium card; finanziamenti; progetti personalizzati; assistenza tecnica; preventivi gratuiti; consegna al domicilio; rimborso dell'acquisto se non soddisfatto. È presente un bar e 3 sono le casse per completare gli acquisti.

È a disposizione un parcheggio riservato con circa 130 posti auto.



>> new line

EUROEQUIPE

Tubo estensibile in stoffa con borsa multicolore

Idroeasy completa la sua ampia gamma di tubi da giardino. Accanto alla linea di tubi estensibili brevettati *made in Italy*, **Idroeasy** propone quest'anno il nuovo tubo in stoffa **Baggy Hose**, che sfruttando la sola pressione dell'acqua raggiunge un'estensione pari a 3 volte quella iniziale. La sua struttura leggera impedisce la formazione di nodi e di torsioni, per un utilizzo facile e veloce. Il classico tubo estensibile in stoffa si colora e si arricchisce inoltre di nuovi accessori e di una confezione originale e riutilizzabile: si trova infatti in una pratica e vivace *bag multicolor* in plastica, disponibile in lilla, verde, nero e azzurro. Lungo 15 m, **Baggy Hose** occupa però pochissimo spazio una volta riposto e include raccordi e pistola multifunzione, risultando quindi il tubo perfetto per ogni esigenza. **Idroeasy** centra anche in questo caso l'obiettivo di semplificare la vita dei consumatori nelle attività quotidiane di giardinaggio, rendendole pratiche e rilassanti.



➔ www.idroeasy.com

CIFO

La linea Torfy si rinnova

Anche grazie alla recente acquisizione di una quota di maggioranza di **Matécsa Kft.**, uno dei più grandi produttori di terriccio per vasi in Ungheria, **Cifo** ha ampliato e ristrutturato la sua offerta di terricci, disponibili a scaffale dal 2018. Presentiamo qui la rinnovata linea **Torfy**, già nota e apprezzata dai consumatori, rivisitata nelle formulazioni e nel packaging. I nuovi sacchi, infatti, presentano una grafica più contemporanea e attrattiva, oltre che più funzionale e intuitiva, grazie all'utilizzo di icone che ne evidenziano immediatamente le componenti e le caratteristiche. Inoltre la linea è stata ampliata fino a comprendere ben dieci referenze, tutte certificate bio, ognuna particolarmente indicata per determinati tipi di piante: Universale, Gerani e Fiorite, Acidofile, Agrumi, Tappeti Erbosi, Orchidee, Piante Grasse, e da oggi anche Piante da Frutto, Ortaggi, Aromatiche. A completamento dell'offerta, sono state inserite nella linea **Torfy** anche due referenze di materiali inerti: Corteccia di Piano Marittimo e Argilla Espansa.



➔ www.cifo.it

FERPLAST

Cappottino per cani

Anche in autunno e inverno una bella passeggiata nel parco con il proprio cane è piacevole. E in caso di pioggia? C'è **Radius**, il cappottino impermeabile e anti-vento del catalogo **Ferplast**. La caratteristica principale è l'alta visibilità grazie ai led lampeggianti, al colore giallo fluo e ai bordini riflettenti, ideale per le passeggiate serali. La batteria è inclusa e sostituibile. Offre tre modalità di luce, è dotato di chiusura con velcro ed è lavabile a mano a 30°C. È disponibile in varie misure e la protezione dal freddo è bassa.



➔ www.ferplast.com

PLANTUI ITALIA

Giardino idroponico per coltivare in casa

Plantui è un avveniristico strumento che consente di avere un giardino idroponico direttamente in casa, grazie a un sistema brevettato che funziona tutto l'anno in virtù di uno speciale spettro luminoso e aumenta di 2 o 3 volte il contenuto di vitamina C e beta-carotene rispetto alle piante asfitticamente accatstate nelle cassette dei supermercati. Il processo di crescita, abbinato a un sistema intelligente di irrigazione con nutrienti, riproduce lo spettro luminoso della fotosintesi fornendo alle piante la giusta quantità e qualità di luce necessaria per uno sviluppo ottimale. La luce e il sistema di irrigazione automatica vengono regolate dal **Plantui Smart Garden** durante le diverse fasi di crescita della pianta. Nella foto in scatola, **Plantui 3 Smart Garden** è la versione compatta che necessita solo di introdurre 3 capsule nell'apparecchio: sarà a quel punto il giardino idroponico a farle crescere. **Plantui 6 Smart Garden** (modello rosso) è la versione con 6 capsule.



➔ www.plantui-italia.it

BAMA

Tante nuove sfumature di vasi

Bama ha colorato la stagione autunnale con il lancio di tante nuove tonalità per i suoi vasi e le sue fioriere, ampliando così la già vasta gamma a disposizione dei suoi clienti. Sempre più numerosi, per esempio, sono gli amanti dello stile romantico e rilassato detto *shabby chic*, letteralmente “trasandato elegante”, nel quale i colori sono un elemento essenziale: **Bama** punta quindi sulla linea di tonalità pastello che comprende le varie sfumature del bianco, il salvia, il lavanda e il nuovissimo color cielo/carta da zucchero. Per sposare il clima autunnale e, ancor di più, l'avvicinarsi del Natale, **Bama** propone inoltre la nuova gamma rosso corallo, per donare a casa e terrazzo una nota di colore calda ed energica. Nelle foto: **ciotola Paglia** con sottovaso in versione cielo (foto 1) e **vaso Terra** nella tonalità rosso corallo (foto 2).

➤ www.bamagroup.com



CHABASITE70

Il substrato ideale per il letargo delle tartarughe

Per mantenere la temperatura corporea tipica, le tartarughe terrestri dipendono dal calore solare. Durante la stagione invernale, quando vanno in letargo, la loro temperatura corporea si abbassa molto e tutti i loro processi fisiologici rallentano. Il substrato 100% naturale **Chabasite70** può aiutare a salvaguardare la salute delle tartarughe in questo periodo particolarmente delicato.

Chabasite70, infatti, aiuta a mantenere costanti umidità e temperatura nell'habitat della tartaruga, condizioni fondamentali durante il letargo. Il substrato svolge inoltre un'importante azione antibatterica e antiparassitaria, prevenendo il proliferare degli acari ed evitando la formazione di muffe e funghi che causerebbero seri problemi ai rettili. Tra le caratteristiche di **Chabasite70** vi è inoltre l'alto potere di assorbimento dell'ammoniaca contenuta nelle urine delle tartarughe, in modo da eliminare completamente i cattivi odori. Il substrato **Chabasite70** è naturale al 100% e privo di additivi chimici.

➤ www.chabasite70.it



MAT

Per scaldarsi dal freddo dell'inverno

La linea garden dell'azienda padovana nasce nel 2015 con la produzione di profili e accessori per arredo giardino in varie tipologie di materiale, primo tra tutti l'acciaio corten, una lega caratterizzata dall'alta resistenza agli attacchi degli agenti atmosferici, naturale e completamente riciclabile. La gamma dedicata al giardino comprende bordure in metallo per aiuole, arredo giardino, fioriere realizzate su misura in corten, acciaio inox e lamiera zincata con trattamento di verniciatura a polvere in un'infinita serie di colori.

Tra le novità della linea troviamo i **porta legna in corten e lamiera verniciata**, molto comodi grazie alle ruote a scomparsa, e gli eleganti **bracieri in corten** con diametro di 80, 100 e 120 cm e base di appoggio saldata sul fondo.

➤ www.mat.pd.it



BETA FENCE

Recinzione residenziale Palladio

Betafence offre varie soluzioni per il perimetro di aree residenziali, tra cui la recinzione **Palladio**, classica e adatta ai contesti architettonici tipicamente italiani. La distanza tra gli elementi verticali permette un'ottima visibilità rendendola una recinzione “leggera” e versatile. La robustezza ne determina la buona capacità di protezione, un buon livello di sicurezza e un'alta stabilità. Grazie agli speciali trattamenti anti-usura del rivestimento, è particolarmente resistente e durevole nel tempo. Disponibile in diverse altezze, presenta una larghezza standard di 2.000 mm. Di serie nei colori micaceo o nero, su richiesta può essere personalizzato in altri colori. Completa il sistema il **cancello Palladio**, a battente o carraio, una chiusura robusta, di elevato valore estetico e ampia possibilità di personalizzazione.

➤ www.betafence.it



new line

PIRCHER

L'Oktoberfest nel giardino di casa

Da oltre 200 anni la tradizione e la cultura bavarese vengono festeggiate all'Oktoberfest a Monaco di Baviera, in Germania. Per tutti coloro che non avessero avuto la possibilità di visitare la manifestazione di persona, **Pircher** propone la soluzione per portare l'Oktoberfest direttamente nel proprio giardino, ovvero il set da birreria **Bavaria**, caratterizzato da linee semplici ed elevata funzionalità. Il set comprende un tavolo, una panca e una panca con schienale, tutti composti da una struttura in ferro verniciato verde e da piani in legno di conifera mordenzato noce. Il **tavolo birreria Bavaria** misura 2.200x800x750h mm, la **panca senza schienale Bavaria** misura 2.200x250x480h mm e la **panca con schienale Bavaria** misura 2.200x250x450/840h mm. Sia il tavolo che le panche sono pieghevoli, in modo da poter essere riposti con facilità e con un notevole risparmio di spazio.



www.pircher.eu

ON SITE

Linea Casual per i cani



On Site presenta la nuova collezione autunnale **Casual** di **Hurtta**, che include due linee di abbigliamento tecnico protettivo e una di accessori per cani. La gamma **Casual** include **Quilted Jacket** e **Quilted Overall**, due capi protettivi studiati in base alla corporatura di specifiche razze di cani e una nuova serie di pettorine, collari e guinzagli, nei colori viola vinaccia, blu fiume, argento cenere e rosso sottobosco. I collari e le pettorine **Casual** sono realizzati in neoprene, un materiale molto morbido che non strappa il pelo e non crea frizione sui manti né irrita la cute. Sono inoltre rifinite con filo riflettente 3M, per la migliore visibilità in qualsiasi condizione. Gli anelli di aggancio e i moschettoni sono realizzati in lega leggera e presentano un'inedita finitura brunita.

www.hurtta.it

COPYR

La nuova gamma di Copyr contro i roditori

Generation è la nuova gamma di esche rodenticide di **Copyr** a base di Difetialone alla concentrazione di 0,0025%, ideata per l'impiego non professionale e facile da usare, grazie a pratici blocchetti o bustine monodose efficaci già dalla prima ingestione contro tutte le specie di ratti e topi (topolino domestico, ratto grigio e ratto nero). Tre le formulazioni proposte:

Generation Pat, un'esca in pasta fresca nel formato busta da 150 g, appetibile grazie alle bustine che ne facilitano l'ingestione e performante per il controllo dei roditori più invasivi anche in luoghi secchi e chiusi. **Generation Grain'Tech**, un'esca in grano pronta all'uso in astuccio da 150 g, efficiente senza perdite e fuoriuscite e versatile per tutti gli ambienti interni, anche con alta competizione alimentare. Completa la gamma **Generation Block**, un'esca in blocco paraffinato disponibile nel formato busta da 300 g. Il prodotto è stabile anche ad alte temperature e resistente a polvere e umidità. Tutte le formulazioni contengono Bitrex, una sostanza amaricante volta a prevenire l'ingestione accidentale da parte dei bambini e di animali non bersaglio.



www.copyrgiardinaggio.it



NORTENE

Le coperture invernali per le piante

Molte piante temono le variazioni stagionali, con gelate notturne e temperature in picchiata, per questo **Nortene** offre una vasta gamma di teli protettivi. Realizzate in fibra sintetica parzialmente trasparente, le coperture da svernamento **Nortene** in polimeri di propilene offrono una consistenza leggera e traspirante e sono disponibili in diverse grammature, forme e caratteristiche, per adattarsi ai vari tipi di pianta. Più il peso al metro quadro è elevato, più il tessuto risulterà spesso e resistente. **Climatic** è un velo di protezione 17 grammi, mentre **Wintertext** un velo da svernamento in PP 30 grammi, entrambi per piante e arbusti; **Hiversac** (in foto) è una copertura invernale per la protezione di piante e arbusti in vaso (30 e 50 gr); per una protezione elevata, **Hiverscratc** è una copertura invernale con chiusura a velcro (30 e 50 gr), mentre **Hiverzip** è dotata di zip e ideale per piante e arbusti in vaso (50 e 70 gr). Le coperture si possono utilizzare anche per velocizzare la crescita delle piante da orto in inverno.

www.nortene.it

big line <<
Hozelock



Il tubo che si riavvolge da solo

Hozelock, specialista mondiale nei sistemi di irrigazione, ha lanciato la nuova versione di **AutoReel**, il rullo avvolgitubo automatico. Con i suoi vent'anni di eccellenza produttiva britannica sin dal lancio del primo modello nel 1998, il tubo che si riavvolge da solo ha ora infatti una cassetta più piccola, più elegante e più intelligente, ma non solo! Gli utenti possono rilassarsi mentre **AutoReel** riavvolge automaticamente il tubo senza strozzature, attorcigliamenti o disagi, grazie allo speciale meccanismo di avvolgimento a strati, riponendo sempre il flessibile in modo semplice e ordinato. Una delle novità proposte da **Hozelock** è il **dispositivo multidirezionale**, che permette ad **AutoReel** di ruotare di 180°, raggiungendo quindi facilmente ogni angolo del giardino e risultando più discreto alla vista.



Consapevole dell'importanza del fattore "sicurezza", **Hozelock** ha dotato **AutoReel** di un **regolatore di velocità** di richiamo che assicura un riavvolgimento del tubo fluido e controllato. Inoltre, un meccanismo a prova di bambino impedisce che il tubo venga estratto o richiamato quando è in azione.

Ma le novità non sono finite! Per riporre tutti gli attrezzi per l'irrigazione in modo che siano sempre in ordine e a portata di mano, **Hozelock** ha ideato una **nuova cassetta**, perfetta sia per i raccordi che per le pistole a spruzzo.

I nuovi raccordi di qualità morbidi al tatto, poi, sono facilissimi da inserire e collegare con un solo click, per essere immediatamente pronti all'uso. La comodità è la caratteristica vincente del **nuovo gancio**, facile da montare e smontare, mentre l'unità è dotata di un fermo di sicurezza e di un blocco antifurto. La **nuova maniglia da trasporto**, infine, assicura che l'unità possa essere comodamente e facilmente sollevata e spostata per lo stoccaggio invernale, mentre la nuova cassetta per il tubo e il nuovo sistema di ancoraggio consentono di riporre ordinatamente il flessibile senza fuoriuscite d'acqua quando non è in uso. La versione rinnovata di **AutoReel** ha una garanzia di cinque anni (tre anni, più due extra se il prodotto è registrato online). Il nuovo rullo avvolgitubo automatico **AutoReel** è disponibile in varie misure che vanno dai 10 fino ai 40 m.

PER INFORMAZIONI:
➔ www.hozelock.com

new line

MA-FRA

Spazzola Elimina Peli

Con l'arrivo dell'autunno sia cani che gatti iniziano a cambiare il pelo in previsione del freddo invernale. Tutti i proprietari sanno bene quanto sia difficile combattere con la muta del mantello di cani e gatti, perché, nonostante li si spazzoli di frequente per ossigenare il pelo e favorirne il ricambio, la casa in questo periodo verrà invasa da uno "svolazzamento" continuo... **Mafra** ha studiato un accessorio indispensabile per venire in aiuto dei *pet owner* in questi frangenti: la nuova **Spazzola Elimina Peli**. Si tratta di una speciale spazzola in grado di rimuovere con estrema facilità e rapidità i peli dei pet da divani, cuscini e tappeti o sedili dell'auto. Le sue speciali setole in morbida gomma sono in grado di raccogliere tutti i peli, avendo cura al contempo delle superfici trattate.



➔ www.mafraforpet.com

FISKARS

Nuovo Universal Cutter PowerGear X

È nata la nuova versione dell'**Universal Cutter Fiskars PowerGear X**, con una potenza di taglio ancora superiore e che permette l'utilizzo dell'attrezzo con il minimo sforzo. Due i nuovi modelli proposti, la versione telescopica regolabile che permette di raggiungere i 6 metri di altezza e la versione standard che raggiunge i 4 metri. Il meccanismo di taglio super efficiente rende il taglio fino a 12 volte più facile rispetto ai meccanismi standard. Come già noto, inoltre, la testa può essere regolata fino a 230° con un pratico sistema di blocco/sblocco della lama. Altri punti di forza del nuovo modello sono il supporto arancione sotto la lama, che migliora la visibilità offrendo un valido aiuto durante il taglio, l'impugnatura ergonomica, il pomello nella parte terminale dell'attrezzo, che riduce lo sforzo e aumenta la performance di taglio e, infine, la base antiscivolo, che impedisce che il cutter possa cadere durante lo stoccaggio.



➔ www.fiskars.it



WEBER STEPHEN

Il bbq si tinge di rosso

Riuniti anche nella stagione fredda per un bel pranzo insieme al barbecue. Questa è la proposta di **Weber** che presenta il modello **Master-Touch Ø 57 cm GBS Red**. È un barbecue a carbone con braciere e coperchio in acciaio smaltato *weather-proof*, impugnature in nylon rinforzato con fibre di vetro, valvola d'aerazione in alluminio con manopola a isolamento termico, griglia di cottura articolata **Gourmet BBQ System** in acciaio cromato, griglia focolare in acciaio, termometro integrato. È dotato di sistema pulizia **One-Touch** in acciaio inossidabile con portacenere rimovibile, supporto per il sostegno del coperchio integrato, ganci portautensili integrati nella maniglia del braciere, ruote in plastica termoindurita con gomma, gambe con innesto a clip.

➔ www.weberstephen.it



RENTOKIL

Nuova lampada cattura insetti con tecnologia Led



Rentokil presenta **Lumnia**, una nuova gamma di dispositivi intelligenti dotati di tecnologia Led per la cattura degli insetti, che presenta molteplici vantaggi in termini di risparmio energetico, sostenibilità ambientale e massima efficienza nella cattura di mosche, tarme alimentari, zanzare e altri insetti volanti. La mosca domestica, per esempio, è attratta dai raggi UV-A perché i suoi occhi sono sensibili alla luce a quella lunghezza d'onda. **Rentokil**, dopo attenti test interni, ha sviluppato e ottimizzato con **Lumnia** una nuova tecnologia di propagazione della luce UV, sfruttandone maggiormente il potere attrattivo nei confronti degli insetti fototassi-positivi. Inoltre, la tecnologia Led di **Lumnia** permette di modulare l'intensità luminosa in base alla presenza di luce nell'ambiente e al grado di infestazione o di rischio infestazione presente, ottenendo fino ad un risparmio del 61% di consumo energetico annuo rispetto alle lampade della stessa tipologia. Infine, **Lumnia** è programmabile e contraddistinta da un design moderno, sostenuto da materiali durevoli.

➔ www.rentokil.it

Habit, l'anima verde di SiBrand

big line <<
SiBrand

Habit è un brand italiano in grande ascesa distribuito dal gruppo **SiBrand**, che grazie al suo ricco portfolio di marchi è capace di coprire diversi segmenti di mercato. Il suo obiettivo è dare visibilità a brand emergenti capaci di coniugare convenienza e qualità, ed è proprio questo il segreto della sua crescita costante.

Habit si rivolge a chi ama vivere all'aperto ma allo stesso tempo non vuole rinunciare alla comodità e al confort. Specialista in outdoor, il brand è da sempre impegnato a trasformare gli spazi esterni in zone confortevoli attraverso pratiche strutture e accessori dedicati alla vita a contatto con la natura. Inizialmente specializzato nella progettazione e realizzazione di box e cassette in lamiera da giardino, dopo i primi riscontri positivi del mercato **Habit** estende la propria produzione anche ai grandi box garage, alle pratiche legnaie e ad altri accessori dedicati, collocandosi ben presto tra le realtà più dinamiche del settore, grazie a un team di sviluppo altamente qualificato, sempre alla ricerca di nuove soluzioni.

Habit segue semplici linee guida:

- Materiali di qualità
- Prodotti diversificati e versatili
- Controllo del processo di produzione
- Prezzi competitivi

Le soluzioni **Habit**, versatili e robuste, sono disponibili in diverse dimensioni e colorazioni, per rispondere a tutte le esigenze. Qualunque sia la destinazione d'uso, garage, deposito attrezzi, magazzino o stoccaggio legna, **Habit** assicura la protezione necessaria.



Progettate per durare nel tempo, le strutture **Habit** sono dotate di un telaio e di pannelli in acciaio zincato e galvanizzato a caldo di prima qualità e rivestiti con speciali vernici antiruggine: ciò li rende molto resistenti alle intemperie e agli sbalzi di temperatura. I prodotti **Habit** hanno imballi di piccole dimensioni e sono facili da montare, forniti di tutta la bulloneria necessaria e istruzioni di montaggio, e una volta assemblati non necessitano di alcuna manutenzione. Inoltre, certa della qualità, **Habit** certifica e garantisce tutta la sua gamma. Distribuito dal gruppo **SiBrand**, **Habit** è presente in diversi negozi di garden e nelle principali catene dedicate al fai da te.



PER INFORMAZIONI:

- www.sibrand.it
- info@sibrand.it



Qlima UN SOLO NOME PER GLI SPECIALISTI

HOME MADE CLIMATES

- Interviste
- Eventi
- Schede Prodotto
- Aziende
- Volantini GDS
- Riviste
- News
- Trade news
- Nuove aperture
- Marketing
- Analisi
- Ambiente
- Innovazione
- Opinioni

Expo

Machieraldo

Machieraldo Expo: appuntamento il 10 aprile a Genova

16/01/16 | TRADE NEWS

Si terrà domenica 10 aprile il Machieraldo Expo, l'evento organizzato dall'omonimo grossista piemontese e dedicato a tutti i suoi clienti negozianti. Machieraldo aspetta i suoi clienti a Genova, presso il nuovo punto vendita Take&Carry, esempio

Condividi

Aperto un nuovo punto vendita Bricofer a Chiavari (GE)

18/01/16 | NUOVE APERTURE

Bricofer ha annunciato l'apertura di un suo nuovo punto vendita a Chiavari, in provincia di Genova, inaugurato il 30 dicembre dello scorso anno. Gestito dalla società Geco Supermercati Srl, ha una superficie di circa 1.000 mq ed è il secondo

Condividi

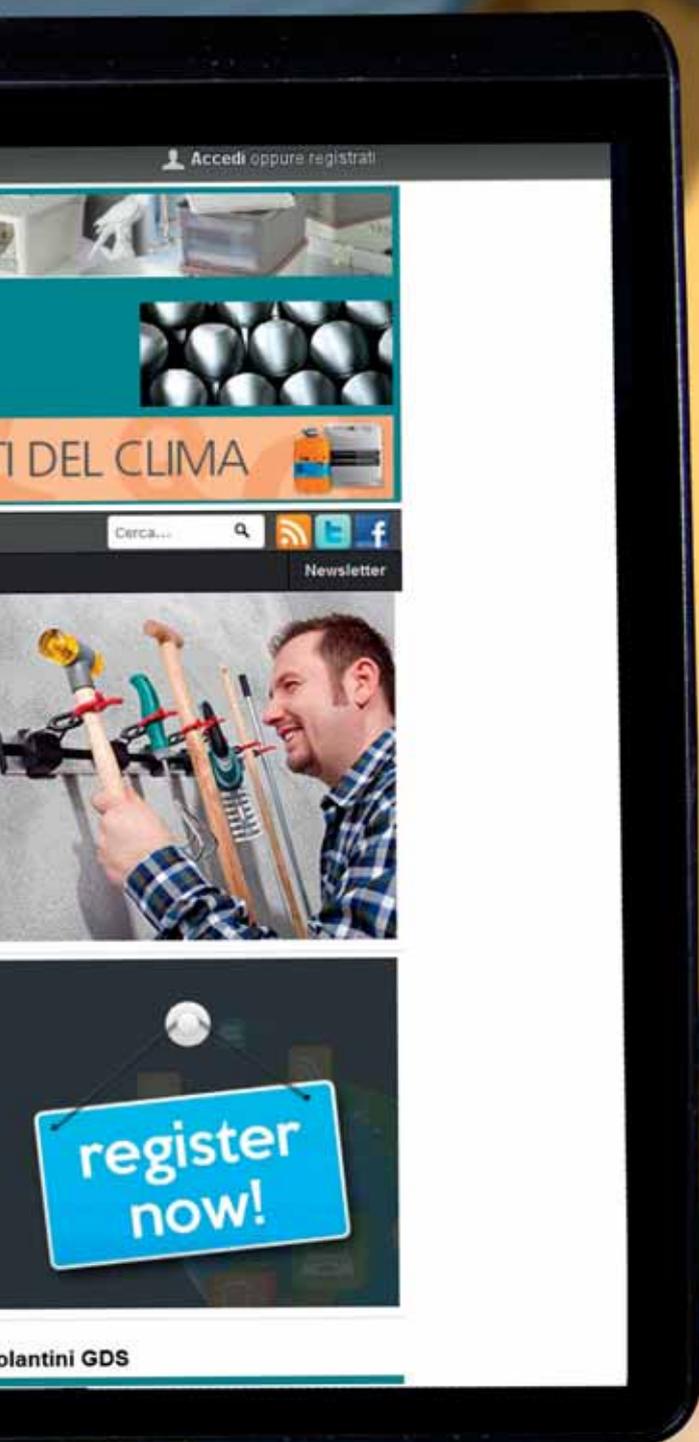


Scarica gratis i primi volantini del 2016 delle catene brico!

28/01/16 | NEWS

Comincia il nuovo anno e già sono disponibili i primi volantini 2016 delle principali insegne brico-garden di grande distribuzione. E' sufficiente entrare nella nostra sezione "Volantini GDS" per per

TUTTO L'HOME&GARDEN IN UN CLICK!



Conoscere tempestivamente le informazioni rappresenta un vantaggio competitivo che sarà sempre più importante. Nato nel 2008, MondoPratico.it è concepito per aiutare gli operatori del grande mercato del "brico home & garden" a stare al passo con i tempi.

NEWSLETTER SETTIMANALE: tutte le notizie più importanti ogni settimana. L'iscrizione è gratuita!

PROMOZIONI: puoi scaricare ogni settimana tutti i volantini promozionali della distribuzione specializzata nel "brico home & garden".

EVENTI: su MondoPratico.it puoi trovare il panorama più completo delle fiere specializzate aggiornato settimanalmente.

PRODOTTI NOVITÀ: ogni settimana tutti i prodotti più nuovi e interessanti.

NUOVE APERTURE: tutte le nuove aperture vengono segnalate tempestivamente con le immagini dei punti vendita.

I NOSTRI MAGAZINE: sfoglia online e scarica in pdf i nostri magazine!

è un'idea



GRUPPO EDITORIALE
COLLINS SRL

Collins S.r.l. - Via G. Pezzotti, 4 - 20141 Milano
tel. 0039/028372897 - fax 0039/0258103891
www.netcollins.com - www.mondopratico.it
collins@netcollins.com - marketing@netcollins.com

FERRA & CASA
MENTA & LINGHI

greenline

Naturen®

by **KB**

LA NUOVA IDENTITÀ BIO che esprime concretamente la Naturalità

Dai terricci alla nutrizione e protezione delle piante,
Naturen fornisce completa ed efficace per soddisfare le esigenze dei
consumatori nel tuo punto vendita.

***CONSENTITO IN
AGRICOLTURA
BIOLOGICA**



Naturen mette a disposizione tutta la forza della natura in un packaging che si fa notare: **facile da capire e pratico da usare.** Chiedi al collaboratore Ital-Agro della tua zona **i numerosi materiali studiati per valorizzare i prodotti e favorirne le rotazioni.**



Ital-Agro srl
Via V. Veneto, 81
26857 Salerano sul Lambro (LO)
Tel. 0371-71090 • Fax 0371-57320
info@ital-agro.it • www.ital-agro.it