

greenline



GRUPPO EDITORIALE
COLLINS SRL
Collins Srl
www.greenretail.it
www.mondopratico.it



GREENRETAIL.it

FILIALE DI MILANO - €1,55

Anno XVI N° 115/2022 aprile/maggio

Viridea compie 25 anni con il 10° negozio

A marzo è stato inaugurato il 10° Viridea a Castenedolo (BS), in occasione del 25esimo anniversario della catena. Abbiamo incontrato Fabio Rappo, il suo fondatore.

_Biostimolanti

La nuova frontiera della cura delle piante

_Elho

Intervista a Claudio Furlan, sales manager per l'Italia

_Florovivaismo

Incontro con Nuova Floricoltura Meridionale

_Barbecue

La centralità della casa premia i bbq nel 2021





Naturen®

by KB

"Rispettare la natura è rispettare se stessi"

La **consapevolezza di rispettare e preservare la natura** che ci circonda è ormai sempre più forte in ognuno di noi.

La **linea Naturen** è stata studiata dagli esperti su misura per nutrire e coltivare le tue piante con prodotti il cui impiego è **consentito in agricoltura biologica**. Si tratta di prodotti di origine naturale che permettono agli amanti del verde di prendersi cura delle proprie colture: dalle piante di casa al giardino e ai prodotti dell'orto.

Un'ampia gamma che mette a disposizione non solo agrofarmaci consentiti in agricoltura biologica, ma anche rimedi della tradizione, terricci e fertilizzanti **totalmente naturali**.

Naturen è la risposta ideale per chi desidera risultati efficaci ottenuti con soluzioni sicure e sempre più rispettose per l'ambiente, facili da utilizzare e in grado di soddisfare anche i pollici verdi più esigenti.

***CONSENTITO IN
AGRICOLTURA
BIOLOGICA**



Ital-Agro srl
Via V. Veneto, 81
26857 Salerano sul Lambro (LO)
Tel. 0371-71090

Naturen è un marchio di Evergreen Garden Care France SAS e distribuito in Italia da Ital-Agro

www.kb-giardino.it

fuoridiverde.it



LINEA BIOLOGICA



la bellezza è semplice.



AMORE PER I VASI,
PASSIONE PER IL VERDE

www.erasrl.it

Fioritura massiccia e garantita senza aggiunta di concime

- Terriccio Premium pronto all'uso ideale per piantagione e il rinvaso di piante fiorite
- Una stagione di fioritura garantita dal deposito di concime attivo per 6 mesi
- Ideale assorbimento dell'acqua, anche dopo un lungo essiccamento



Flora-gard®
Floragard Product

... e tutto fiorisce!

www.floragard.de

07 Opinioni

Quanto incide l'aumento dell'inflazione sui consumi di gardening?

di Paolo Milani

Le nostre aree di competenza

di Paolo Montagnini

19 In primo piano

- ➔ Macchine per il verde: + 14% nel 2021
- ➔ Vietata la vendita di piante e bulbi in Russia
- ➔ Quanto inquinano le emissioni delle macchine da giardino a benzina?
- ➔ Giardinaggio su Amazon: cosa cercano gli italiani?
- ➔ Nasce Move City Sport: spazio al verde sportivo
- ➔ Dal 19 al 21 giugno torna Spoga+Gafa
- ➔ Giannalberto Cancemi nuovo direttore generale di Leroy Merlin Italia
- ➔ Nuovo e-shop B2B del grossista Dfi
- ➔ Bama riduce i consumi e la produzione di CO₂
- ➔ Premiato il design del barbecue Smokefire di Weber
- ➔ Conclusa l'acquisizione di Floramiata

30 Innovazione



10 Coverstory

Viridea festeggia 25 anni con il 10° negozio

Inaugurato a marzo, il nuovo garden center di Castenedolo in provincia di Brescia è il 10° negozio di Viridea e la sua nascita coincide con il 25esimo anniversario della catena. Abbiamo incontrato Fabio Rappo, il suo fondatore.

di Paolo Milani

19



30



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

La redazione
Marco Ugliano, Anna Tonet, Carlo Sangalli.

Collaboratori
Paolo Montagnini (Studio Montagnini), Severino Sandrini (Mc Sinergie), John Stanley.

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

greenline

**L'unico trade magazine del giardinaggio
e del florovivaismo certificato CSST**

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

Costo copia: € 1,55
Abbonamento triennale + contributo spese postali: Italia: € 45,00
Abb. annuale Paesi Europei UE: € 130,00
Abb. annuale Paesi Extraeuropei: € 170,00

Grafica e impaginazione: Laserprint S.r.l. - Milano
Stampa: Arti Grafiche Lombarde - Quinto de' Stampi, Rozzano (MI)



CONFINDUSTRIA
Aderente al Sistema confindustriale



Associata all'USPI
Unione Stampa
Periodica Italiana

ANES

ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA
PERIODICA SPECIALIZZATA
Associazione Nazionale
Editoria Specializzata

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 CSST Certificazione Editoria Specializzata e Tecnica
Per il periodo 1/1/2021 - 31/12/2021

Periodicità: **bimestrale**
Tiratura media: **4.200 copie**
Diffusione media: **4.113 copie**
Certificazione CSST n° 2021-5587 del 24/2/2022
Società di revisione: BDO ITALIA

CSST CERTIFICAZIONE
EDITORIA
SPECIALIZZATA E TECNICA

Member of IFRA
International Federation of Audit Bureaus 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.



News

- 32 Elho/Elho e la bellezza dei rifiuti**
di Paolo Milani
- 36 Nuova Floricoltura Meridionale/Fiori italiani e certificati**
di Paolo Milani
- 42 Verdevivo/Biostimolanti: la nuova frontiera del benessere delle piante**
di Paolo Milani
- 46 Industrie Ottiche Italiane/Occhiali, anche nei garden center**
di Marco Ugliano

Trade Marketing

- 48 eBay/L'Home & Garden spopola su eBay**
a cura di eBay
- 50 Florinfo/Il centro giardinaggio diventa phygital**
a cura della redazione
- 54 analisi bbq/Gli italiani riscoprono l'outdoor e i bbq**
a cura della redazione

Category

- 60 Newline**
- 63 Big Line Stefanplast/Linea di vasi Opera**
- 65 Big Line Pagano Fiori/Esperienza e innovazione**

Buyer Point

- 66 Bentornato Buyer Point**
di Carlo Sangalli



Iscriviti alla newsletter
quindicinale su www.greenretail.it



Seguici su Facebook!



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



Segui [GreenRetail.it](https://www.linkedin.com/company/greenretail) su LinkedIn



Scarica gli arretrati su
www.greenretail.it

32



42



50



54



66



inserzionisti

ACTIVA
AGRATI
ALFE
ALFER
ARBER HORTICULTURE
ARENA VIVAI
BAMA
BLUMEN
CIFO
COMPO
COPYR
ERBA
EUROTERRIFLORA
FERRARI GROUP
FLORAGARD
FLORA TOSCANA
FLORINFO
FRATELLI VITALE
GIEFFE
HONEYWELL
HOZELOCK
IDEL
ITAL-AGRO
KOLLANT
LEONESSA VIVAI
LOSA LEGNAMI
NERI
ORG. ORLANDELLI
PALLETWAYS
PVG
RAIN
RIALTO BY ERREBI
RINALDO FRANCO
ROTOMECH
SALMAR
SBM LIFE SCIENCE
SIT
SPOGA+GAFA
STA FOR
STIHL
TAVOLA
TECFI
TERAPLAST
TERCOMPOSTI
TRAMEX INTERNATIONAL
TURCO SILVESTRO
VARESE GARDENING
VEBI
VERDEMAX
VIGORPLANT
ZAPI
ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI

Solabíol®



FINO AL **100%** DI
FIORITURE IN PIÙ

FINO AL **50%** DEL
RACCOLTO IN PIÙ



SENZA
NATURAL BOOSTER



CON
NATURAL BOOSTER

CONCIMI NATURALI CON "NATURAL BOOSTER" L'EFFICACIA È NELLE RADICI!

Test di efficacia in campo effettuati presso STEPPASTREDHOR in Langueux, Francia.



www.solabiol.it

GREEN MONKEY

POWERED BY
Grippaz

Il nuovo guanto monouso in Nitrile
super resistente.
Il tuo alleato per il verde.



100% Nitrile – Latex-free
Protezione latex-free
per chi soffre di allergia o è
molto sensibile al lattice.



Resistenza agli oli
Adatti al contatto con
sostanze chimiche oleose,
solventi, grassi animali,
detergenti, ecc.



Stretch fit
Eccellente comfort
di calzata e
perfetta aderenza.



Touch screen friendly
È possibile utilizzarli
con qualsiasi monitor
touch screen.



EN ISO
374-1:2016
Type B



JKPT

EN ISO
374-5:2016



VIRUS



di Paolo Milani

Quanto incide l'aumento dell'inflazione sui consumi di gardening?



Fino a febbraio l'inflazione è stata contenuta nel +2,2% ma le previsioni parlano di una forbice tra il 4,2% e il 5,8% entro la fine dell'anno. Gli aumenti dei prezzi dei prodotti di largo consumo, a parità di carrello della spesa, obbligheranno gli italiani a spendere tra l'1,6% e il 2,2% in più rispetto al 2021. Secondo le ultime previsioni di Iri si tratta di un aumento tra 125 e 200 euro per ogni famiglia. Sempre Iri prevede un aumento del fatturato della GD (tra 1,2 e 1,7 miliardi di euro), ma una diminuzione dei volumi di vendita compresa tra il 2,5% e il 3,6% rispetto al 2021.

Un'indagine di Banca d'Italia sulle aspettative di inflazione e crescita pubblicata lo scorso 7 aprile ha evidenziato le criticità legate alla guerra, all'andamento dei prezzi delle materie prime e alle tensioni nel commercio internazionale. *"Le attese sull'inflazione al consumo - spiega Banca d'Italia - hanno raggiunto livelli storicamente elevati e restano ampiamente superiori al 2% su tutti gli orizzonti temporali (le aspettative a 12 mesi sono pari al 4,6%, quelle tra 3 e 5 anni al 3,8%). I prezzi praticati dalle imprese hanno accelerato e continuerebbero ad aumentare con intensità crescente nei prossimi 12 mesi, sospinti dalla più elevata inflazione attesa e dai rincari degli input produttivi".* Accanto alla difficoltà nel reperire molte categorie di

prodotto, i rivenditori dovranno affrontare anche l'esigenza di risparmio delle famiglie italiane nel 2022. Secondo lo studio di Iri ne trarranno vantaggio le *private label* (nei primi due mesi del 2022 hanno aumentato la quota di mercato del +1,4%) e le insegne dei *discount* (+7,9% le vendite) e degli ipermercati (+1,3%). Previsioni meno rosee invece per le grandi marche (-0,6%) e i prodotti *premium* (-0,4%). Tutto ciò si tradurrà in un inasprimento della concorrenza, in particolare sul fronte della convenienza. Secondo il rapporto *Outlook Italia - Clima di fiducia e aspettative delle famiglie italiane 2022*, realizzato da Confcommercio in collaborazione con Censis, il 24% delle famiglie italiane prevede di ridurre i consumi nel 2022, anche perché il 26% si attende una diminuzione del proprio reddito. Il 54,8% teme gli aumenti del costo dell'energia e la necessità di affrontare spese impreviste a causa del conflitto bellico. Il mondo del giardinaggio è tradizionalmente "immune" dalle crisi inflazionistiche. Quando l'economia va in crisi di solito le vendite di prodotti per il giardinaggio aumentano; forse perché l'esigenza di risparmiare tocca maggiormente settori come i viaggi e il turismo e le famiglie italiane con meno soldi da spendere si concentrano sulla casa. Un trend già fortemente in crescita nell'ultimo biennio di lockdown. Non a caso nello studio di Censis-Confcommercio emerge tra i desideri prioritari degli italiani quello di migliorare l'abitazione (indicato dal 29,3% delle famiglie) e quello di acquistare mobili e arredamento (21,8%).

di Paolo Montagnini

Le nostre aree di competenza



Come comportarsi in un momento di grande volatilità e cambiamento? Su quali basi fondiamo le scelte che dovranno accompagnarci nel futuro?

Statisticamente risulta che il prezzo medio di cessione del singolo articolo è in crescita. Questo dato emerge da un *panel* significativo di punti vendita indipendenti, quindi senza la correlazione derivante da una strategia comune, come potrebbe capitare monitorando una o più insegne. Ma si tratta di *up selling* (stanno comperando prodotti di maggior costo e qualità) oppure è banalmente inflazione? Per dare una risposta precisa serve fare dei conti altrettanto precisi, i ragionamenti con la *pancia* vanno rimandati. Però, nei fatti, è possibile che si stia perdendo di più o crescendo di meno del previsto. In ogni caso la realtà è diversa da quella che si crede e quindi i clienti alto spendenti forse non stanno apprezzando un'offerta di maggior valore, semplicemente comprano gli stessi oggetti, con un listino più alto. Altro tema emergente è riferibile alla quantità: faccio incetta di prodotti confidando in una futura indisponibilità oppure corro il rischio di entrare in rottura di stock acquistando sul consumo come in passato? Si specula o si resta senza benzina? Si vive nella certezza della disponibilità o nell'ansia di aver speso troppo? Realmente complesso decidere: la cosa giusta in questo contesto, spesso senza il conforto di dati, non è vincere basandosi sulla fortuna o sulle intuizioni, perché il livello di rischio è troppo elevato. Quindi da dove far nascere le decisioni giuste? Il sito di "Incoaching" riporta un'affermazione interessante: le convinzioni che abbiamo sono quelle sensazioni

di certezza, ma non necessariamente di verità, che possono funzionare da *catene invisibili* o da *binocoli* da sfruttare per allargare la propria realtà. Quindi la ricerca di certezze ci farà acquistare di più se pensiamo che questo ci faccia stare bene e ci renda meno ansiosi, nonostante un esborso più importante per un carico di prodotto eccezionale (se disponibile!). Quello che entra in gioco non è quindi solo la nostra esperienza. Siamo esperti della nostra narrazione, dei nostri sentimenti, della nostra esperienza vissuta, ma vogliamo anche essere tranquilli, meno ansiosi e quindi ci costruiamo un nostro percorso, anche se potrebbe essere istintivo e forse più rischioso. La nostra esperienza si sposta dal vissuto verso uno status dove diventiamo esperti in funzione di cosa scegliamo di credere. E questi aspetti spesso non ci permettono di leggere correttamente i fatti e il mercato. Molti di noi sono esperti in quello che fanno tutto il giorno, il mestiere, la professione, perché lo fanno da molto tempo. Improvvisamente, quando una spirale di media, eventi mondiali e scienza si uniscono, ci troviamo di fronte a una serie di circostanze a cui potremmo non essere preparati. Una possibilità è quella di diventare intelligenti ed esperti in ognuna delle nuove sfide, proprio come abbiamo imparato altre abilità importanti in passato. Tutto ciò richiede però energia, attenzione e l'umiltà di incontrare nuove idee e rendersi conto che non siamo ancora navigati. Che dobbiamo reimparare. Un'altra è quella di fingere semplicemente di esserlo, confondendo le nostre (ben meritate) sensazioni con la reale competenza. E la terza possibilità è quella di fare semplicemente spallucce e ignorare tutto. Non vi sono certezze e linee guida purtroppo, ma non è mai stato così facile imparare ciò che dobbiamo imparare. E non è mai stato così urgente farlo.



TS-ATOMIC

VLTIMATE

L'UNIVERSALE PROFESSIONALE

Quanto ti vuoi spingere?



*Turco
Silvestro*



SUBSTRATO
PROFESSIONALE
UNIVERSALE

CON INOCULO DI MICORRIZE

- ✓ MICORRIZE DEL GENERE GLOMUS
- ✓ MICORRIZE DEL GENERE TRICHIA
- ✓ BATTERI UTILI DELLA RIZOSFERA
- ✓ MIGLIORE SVILUPPO ED EFFICIENZA
- ✓ AGEVOLA L'ASSORBIMENTO DI NUTRIENTI

CON STALLATICO TRASFERIBILE
AI SENSI DEL REG. CE 1069/2009

- ✓ APPORTO DI SOSTANZA ORGANICA PER
LA COLONIZZAZIONE E LE FUNZIONI

CONCIMAZIONE ORGANICA

- ✓ CON 11% DI AZOTO



BIOTECNOLOGIA
energia

CON MICORRIZE

micorrize del genere glomus

micorrize del genere trichoderma spp. (oltre 1.000,0 ufc/g)

batteri utili della rizosfera (oltre 100.000.000,0 ufc/g)

Stallatico trasformato (ai sensi del reg. ce 1069/2009)

Concimazione organica con 11% di Azoto

Migliore sviluppo
ed **efficienza radicale**

Agevola l'assorbimento
degli **elementi nutritivi**



DISPONIBILE NEI FORMATI: 20 Litri EN - 45 Litri EN - 70 Litri EN

TURCOSILVESTRO.IT

VLTIMATE

Viridea festeggia 25 anni con il 10° negozio

Inaugurato a marzo, il nuovo garden center di Castenedolo in provincia di Brescia è il 10° negozio di Viridea e cade nel 25esimo anniversario della catena. Abbiamo incontrato Fabio Rappo, il suo fondatore.

Lo scorso 4 marzo è stato inaugurato il 10° garden center **Viridea** a Castenedolo (BS) in occasione del suo 25esimo anniversario. Fondata nel 1997, **Viridea** ha espresso fin dal principio un *format* di centro giardinaggio moderno e multispecialistico che ha fatto scuola in Italia. Nel 2021 i 9 garden center **Viridea** hanno accolto circa 6,5 milioni di visitatori con un fatturato di quasi 80 milioni di euro e una crescita del 26,5% sul 2020, rilevante anche rispetto ai 64,6 milioni di euro del 2019 prepandemico.

Ma negli ultimi anni ci sono state molte tappe significative nel percorso di crescita di **Viridea**. Nel 2019 ha aperto il primo ristorante **Erba Matta** all'interno del garden center di Cusago (MI): un progetto destinato a ripetersi dopo la pandemia. Nel 2020 ha lanciato la linea di *private label* "**Per Passione**", che l'anno scorso ha generato circa 2 milioni di euro. Sempre nel 2020, spinto anche dalla pandemia, è nato l'e-shop di **Viridea**. Nel 2021 ha rilevato il polo commerciale toscano **Legnaia** insieme a **Flora Toscana** e **Gruppo Mati**. Quindi sono 11 i punti vendita gestiti da **Viridea**.



In occasione dell'apertura di Castenedolo sono state assunte oltre 40 nuove figure, tra addetti e responsabili di reparto, che portano a 550 il numero dei dipendenti di Viridea. Al centro della foto Fabio Rappo, fondatore di Viridea.

Per analizzare le innovazioni del nuovo garden center di Castenedolo e ricordare i 25 anni di **Viridea**, abbiamo incontrato **Fabio Rappo**, il suo fondatore.

L'intuizione originale di Viridea

Greenline: Piante e fiori si sono sempre venduti, ma quando nel 1997 avete immaginato il primo concept di Viridea avete intuito l'importanza

di affiancare all'offerta di verde vivo una gamma di prodotti necessari per vivere l'outdoor e la casa in modo naturale. Non prodotti scelti a caso ma il "tris" pet, decor e Natale, che era presente nel 1997 e c'è ancora oggi e non solo in Viridea. Oggi possiamo dire che è stata una bella intuizione?

Fabio Rappo: Il primo negozio di Cusago è stato più un gesto di *passione* che di *ragione*: per noi era tutto nuovo e non conosceamo il lavoro.



Dopo 25 anni non trovo grosse differenze dal punto di vista del *concetto*. Volevamo quel tipo di assortimento, che naturalmente è evoluto nel tempo, e volevamo creare un luogo non orientato in una maniera *cruda* all'acquisto, quindi solo "parcheggio scatola e contenuto", ma che fosse un posto piacevole da visitare. Faccio l'esempio del laghetto, presente nel primo negozio e diventato una costante nei nostri garden: è superfluo rispetto alla vendita di beni e di servizi. Però serve ad aggiungere piacevolezza al luogo e quando abbiamo degli spazi verdi li dedichiamo volentieri al laghetto. Per noi è una sorta di *catalogo vivente*, un'ispirazione capace di rendere piacevole il luogo indipendentemente dalla necessità di fare acquisti. Concettualmente **Viridea** è ancora quella del 1997, **ma in realtà è cambiata tantissimo** al suo interno. In questi 25 anni abbiamo visto merceologie morire e altre crescere. La Pasqua, per esempio, era un momento importante negli anni Novanta, mentre oggi è praticamente scomparsa. Al contrario, la profumazione era accennata e oggi è diventata una merceologia forte.

Greenline: Nel 1997 non c'erano modelli a cui ispirarsi: c'erano esempi in Europa ma non è detto che un format adatto al mercato inglese dia gli stessi risultati anche in Italia...

Fabio Rappo: Faccio una confessione: nessuno di noi aveva visitato alcun garden center estero quando abbiamo creato **Viridea** nel '97. C'è da vergognarsi a dirlo, ma è la verità! Abbiamo fatto di testa nostra e dopo naturalmente siamo andati all'estero: lì abbiamo trovato tante similitudini e raccolto qualche spunto in negativo e in positivo. In seguito abbiamo adottato un percorso di studio costante del mercato, in cui l'osservazione di quanto avviene all'estero ha un certo peso. È vero che non sempre quello che funziona all'estero va bene anche in Italia. Per esempio l'anno scorso abbiamo iniziato a Cusago a introdurre la famiglia dei prodotti per aiutare la diffusione di animali selvatici (*bird feeding*, insetti pronubi, pipistrelli, ecc.): c'è sempre stata,



www.spogagafa.com

THE GARDEN LIFESTYLE TRADE FAIR COLOGNE, 19.-21.06.2022



ORDERED

@SPOGA+GAFA

Non vediamo l'ora di fare incontrare nuovamente domanda e offerta.

L'assortimento che conquisterà i vostri clienti sarà in mostra alla spoga+gafa dal **19 al 21.06.2022: il momento perfetto per mettere a punto l'offerta con il giusto anticipo.**

TEMA TREND
2022
**Giardini
sostenibili**

ASSICURATEVI
ORA IL VOSTRO
BIGLIETTO!

Alla prossima mostra di garden lifestyle più grande al mondo per mobili da esterni e decorazioni, grill e BBQ, piante e tecnica, senza dimenticare i giochi da giardino, tutti gli occhi saranno puntati sul megatrend "giardini sostenibili".

La spoga+gafa 2022 sarà inoltre integrata per la prima volta da un format digitale. Moltissimi contenuti interessanti saranno così disponibili su richiesta non solo durante la fiera, ma anche dopo la sua conclusione. Per voi tutto questo si traduce in un'attrattiva e una portata ancora maggiori.

Approfittate dei nuovi spunti di crescita e dei buoni affari alla spoga+gafa 2022.

valentino.provera@koelnmesse.it
Telefon +39 02 8696131





ma abbiamo cercato di renderla più profonda e professionale con prodotti tecnici e performanti. Se vai all'estero ci sono reparti importanti dedicati a questi prodotti: da noi il risultato commerciale per ora è stato scarso, ma penso che persevereremo.

Greenline: L'intuizione pionieristica del 1997 di introdurre pet, decor e Natale nei garden center non è però piaciuta a tutti: in questi 25 anni ci sono state molte cause, sentenze e perfino il parere del Consiglio di Stato che non hanno aiutato lo sviluppo dei garden center in Italia. Oggi siamo alla vigilia dell'approvazione in Senato di una legge nazionale che finalmente riconosce l'esistenza dei centri giardinaggio e la necessità che siano multi-merceologici. Quindi alla fine avevamo ragione noi?

Fabio Rappo: Assolutamente. Io penso che se rispetti i dieci comandamenti, non fai niente di male. Invece aprire un garden center in Italia è sostanzialmente impossibile, salvo percorsi originali. Io credo non sia giusto. È secondario il problema *agricolo* o *commerciale*: il garden center è questo, questa è una formula che funziona ed è una formula di cui i cittadini hanno bisogno. Non è facilmente inquadrabile in regole scritte per altre attività: il risultato è che per aprire un garden center in Italia devi fare l'equilibrista.

Abbiamo aperto Castenedolo: sai quanti anni fa è partito questo progetto? 13 anni fa. Solo per costruire dal punto di vista urbanistico un *vestito* coerente con l'attività. Ma perché? È assurdo e sbagliato. È giusto avere delle regole ma le regole devono essere pragmatiche, pensate in favore dello sviluppo delle attività imprenditoriali.

La multimerceologia ha una funzione di servizio al cliente ma soprat-

tutto **risponde a una necessità del garden center di rendere meno stagionale il lavoro.** Non puoi aprire un'attività per sei mesi all'anno: non c'è continuità con il cliente, non puoi investire sul personale, insomma non funziona. Hai bisogno di riempire dei vuoti e la multimerceologia, sviluppata in modo coerente e assonante, ha anche la funzione di rendere sostenibile un'attività. Di lavorare tutti i giorni.



Greenline: Quasi sempre è l'imprenditoria che guida il cambiamento e i legislatori la rincorrono per normare l'esistente: penso all'agriturismo oppure ai social network oggi. I buoni legislatori sono quelli che velocemente forniscono gli strumenti normativi favorevoli allo sviluppo dell'economia. Che i garden center non abbiano ancora una legge è in effetti scandaloso.

Fabio Rappo: Nel 1998 ci rendiamo conto che abbiamo dei picchi di lavoro straordinari in primavera, quasi ingestibili e allora ci viene l'idea di tenere aperto fino alle 10 di sera. Nella sperimentazione ci rendiamo conto però che la gente ha delle difficoltà: perché l'allungamento dell'orario dalle 19.30 alle 22 coinvolge l'orario della cena. Venivano prima o dopo cena: c'era un ostacolo evidente. Ci venne così l'idea di offrire un punto di ristoro. Negli anni successivi abbiamo rinunciato

all'apertura *lunga*, ma abbiamo iniziato a lavorare per creare le condizioni urbanistiche, sulla base delle regole, per poter aprire un punto di ristoro, che poi si è chiamato **Erba Matta. Abbiamo aperto il primo Erba Matta nel 2019 ed è una idea su cui lavoriamo dal 1998.**

Sicuramente in qualche frangente abbiamo abbandonato la "spinta" ad arrivare all'obiettivo, anche per le risposte demoralizzanti: però sono passati 20 anni, cioè mezza vita lavorativa. È giusto? Secondo me no e non ci ha guadagnato nessuno. Non dico che ogni cosa sia possibile in qualunque luogo: però le attività, se rispettano i dieci comandamenti, devono essere aiutata a lavorare e crescere. Se sei gradito al cliente significa che un servizio glielo offri, una convenienza gliela porti. Vuol dire che soddisfi un bisogno.

Se c'è una soluzione apprezzata dal mercato, bella paesaggisticamente e i dieci comandamenti sono rispettati, perché frenare lo sviluppo imprenditoriale per tanti anni?

Greenline: Il 21 luglio 2019 avete aperto il primo ristorante Erba Matta, senza poter sapere che dietro l'angolo stava arrivando lo "stress test" del Covid. Avete in programma di replicarlo, magari quando la pandemia morderà meno?

Fabio Rappo: Ti dirò che non l'abbiamo vissuta così male quella pausa imposta. Perché l'attività era nuova per noi e obiettivamente la mole di clienti iniziale ci ha messo in difficoltà. La pausa ci ha dato tempo e modo per migliorare l'organizzazione e cooptare le persone giuste per creare la squadra. Ci è costato un sacco di soldi, ovviamente. Ora ci aspettiamo che pian piano le cose tornino normali.



NON FARTELE SCAPPARE!



Le RETI PER RECINZIONI
Confine resistono a lungo e
garantiscono confort e sicurezza
per gli amici animali.



CONTATTACI
+39 0825 449281
commerciale@fratellivitale.com
www.fratellivitale.it

L'idea funziona, la gente torna volentieri e siamo molto contenti di questa sinergia. Il ristorante fa lavorare un po' di più il negozio nei momenti di flessione e in stagione ci spiana un pochino i picchi e questo è bene. È un servizio al cliente. È un connubio che funziona bene, tanto è vero che stiamo lavorando per aprirlo a Rho.

Greenline: Legnaia assumerà immagine e sembianze di Viridea?

Fabio Rappo: Legnaia è Legnaia e non è Viridea. È una formula molto particolare e molto interessante, figlia di un retaggio storico perché è stata fondata nel 1903. Se siamo



entrati in **Legnaia** vuol dire che qualche problema c'era e anche molto grosso. Ma **Legnaia** rimarrà **Legnaia** perché il nome sulla piazza è importantissimo. In un primo momento avevamo pensato di cambiare insegna ma sarebbe stato un errore. È una formula particolare dove i tre attori, **Viridea**, **Flora Toscana** e il **Gruppo Mati**, svolgono ognuno la propria attività. Noi seguiamo la parte del garden center che chiaramente stiamo cercando di portare verso il nostro standard e il nostro format. Il centro giardinaggio insieme all'agroalimentare e al reparto dedicato ai professionisti crea una formula del tutto originale. Perciò **Legnaia** non diventerà **Viridea**.

Greenline: Alcuni dei tuoi figli lavorano in azienda e qualcuno già da parecchi anni. Ti posso chiedere come stai vivendo il passaggio generazionale?

Fabio Rappo: Quattro dei miei sei figli lavorano già in azienda, gli altri

studiano ancora. **Davide, Stefano, Fabiola e Micol** ormai lavorano da parecchio tempo in **Viridea**. La regola di casa è che ognuno occupa in azienda la posizione che è in grado occupare. Non è detto che essere titolari o contitolari comporti obbligatoriamente o necessariamente un ruolo apicale. Distinguiamo il ruolo della proprietà dal ruolo in azienda. La mia storia chiaramente è differente dalla loro, ma oggi **Viridea** ha quasi 700 collaboratori. Noi fondatori dobbiamo pensare responsabilmente. Il mio ciclo di vita non è lo stesso dell'azienda: sono stati sovrapposti nella fase iniziale ma ora si devono dividere.



Sostenibilità e responsabilità sociale

Greenline: L'ultima tendenza inserisce tra gli obiettivi di un'impresa, insieme all'utile, l'impegno per il sociale e l'ecosostenibilità. Cosa ne pensi?

Fabio Rappo: Al di là dei proclami, noi ci abbiamo pensato fin dall'inizio. **Viridea** è nata con sei principi: il primo riconosce all'azienda un ruolo sociale. L'obiettivo dell'azienda è di migliorare la qualità di vita delle persone che vi lavorano, dei clienti e dei fornitori. Un altro principio è la terzietà dei proprietari: gli azionisti ne hanno la responsabilità ma devono essere terzi rispetto all'azienda.

A proposito del personale, abbiamo previsto l'obbligo della trasmissione delle competenze. **Le competenze non sono personali ma sono dell'azienda.** Abbiamo quindi cercato di affiancare in più ruoli possibili una doppia figura, in modo da avere un *senior* e un *junior* con una differenza d'età

di almeno vent'anni. In questo modo diamo continuità in azienda sul lungo termine: se affianchi due coetanei, invece, prima o poi avrai un vuoto.

L'azienda è il luogo dove tutti devono poter trovare soddisfazione di bisogni personali: siano essi economici, di passione o di crescita professionale. La serenità è un valore? Secondo noi sì, quindi **la gestione dal punto di vista finanziario dell'azienda deve avere l'obiettivo di generare serenità.** Ci interessa il massimo dell'utile? **No, se questo deve andare a discapito di altri valori.**

Greenline: I garden center italiani mi sembra siano poco attenti al tema della sostenibilità. La catena inglese Dobbies ha pubblicato sul suo sito uno spazio dedicato agli impegni in questo senso...

Fabio Rappo: Ho visto il sito di **Dobbies**. Noi non abbiamo pubblicato un "decalogo" però stiamo già lavorando in questa direzione con una serie di azioni. A partire dall'energia, un mio *passaggio* da tanti anni, su cui abbiamo sempre posto grande attenzione. Abbiamo scelto i materiali più coibentanti, iniziato un percorso per introdurre le pompe di calore, già attive a Cusago e Castenedolo, in costruzione a Rho e poi le porteremo a Pavia; abbiamo già quattro impianti fotovoltaici installati e ne abbiamo in previsione altri 3-4 significativi. Attorno all'energia abbiamo intrapreso davvero tante azioni, secondo me più della media. I nuovi negozi vengono già realizzati in un certo modo, quelli più vecchi li stiamo ammodernando. Ma sui temi della sostenibilità preferisco non assumere posizioni integraliste. Vogliamo parlare dei vasi di plastica? Io non sarei così estremista. Se dopo aver concluso il suo ciclo di vita porto il vaso in un inceneritore, uso due volte il petrolio: per produrre un prodotto ed energia. Mi sembra più scellerato bruciare direttamente il petrolio, una materia prima straordinaria e in esaurimento, per produrre energia.

Il nuovo Viridea di Castenedolo

Greenline: Le dimensioni e il format del nuovo punto vendita replicano quanto sperimentato negli altri negozi ma ci sono anche innovazioni. Ne vogliamo parlare?

Fabio Rappo: La struttura replica quella degli altri garden, ma ci sono state delle modifiche al *layout*



CONCORSO COMPO VINCI LA NATURA

**COMPRANDO UN TERRICCIO DELLA GAMMA
COMPO SANA O COMPO BIO**
I TUOI CLIENTI VINCONO SEMPRE
numerosi premi legati alla natura

ALLESTISCI IL TUO PUNTO VENDITA
con i materiali che comunicano il concorso

AUMENTA LE TUE VENDITE
e fidelizza i tuoi clienti



scopri di più

**I terricci COMPO BIO
si rinnovano nella grafica,
utilizzano plastica riciclata
per i sacchetti
e ampliano la gamma
con le nuove referenze
per Piante Aromatiche
e per Piante
Mediterranee**

COMPO-HOBBY.IT



interno, allo scaffale espositivo, più moderno, e alla comunicazione di percorso e di prodotto. **Il layout espositivo è frutto di un nuovo concept di comunicazione in store** che mira a semplificare l'esperienza d'acquisto per i clienti caratterizzando in modo più immediato i diversi reparti. Anche il percorso di vendita è stato semplificato al fine di rendere più semplice la permanenza dei clienti in negozio. In questo store, abbiamo optato per una comunicazione empatica, giocata su grandi immagini evocative, che incuriosiscono maggiormente il consumatore. Anche la segnaletica di ogni reparto è contrassegnata da una colorazione dedicata.

Inoltre **abbiamo introdotto il servizio di toelettatura self service per i cani**: i clienti, provvisti di tessera prepagata, possono lavare il proprio pet nello spazio dedicato che si trova nel reparto Zoogarden. Se il progetto, che per ora è svolto in autonomia dai *pet-owner*, si rivelerà vincente, potremo anche valutare di assumere personale dedicato.

Greenline: Il bacino d'utenza del punto vendita di Castenedolo è particolarmente vivace. Nell'arco di 5 km ci sono almeno una decina di vivai e floriculture, così come non mancano importanti insegne specializzate nel bricolage e nel pet. Quali "leve" utilizzerete per entrare nel cuore dei bresciani?

Fabio Rappo: Le leve su cui puntiamo in tutti i nostri punti vendita: la **gradevolezza degli spazi** sia al chiuso sia all'aperto, un'**offerta completa** e non solo merceologica (anche a Castenedolo abbiamo riservato lo spazio per il ristorante), la **competenza** dei nostri addetti e una grande offerta di **prodotti e servizi di qualità**.

Greenline: Spesso i consumatori non considerano che un centro giardinaggio non è solo un "punto vendita" ma è anche (soprattutto) un'azienda agricola che concorre alla coltivazione di tutte le piante che vende. Ci sono iniziative volte a privilegiare le piante "made in Italy": qual è l'approccio di Viridea?

Fabio Rappo: Le piante restano il *core business* di **Viridea** e l'offerta è sempre più ampia. Da qualche anno ormai **abbiamo introdotto piante particolari e meno note, perché il pubblico sta cambiando**



ed è sempre più esigente e i risultati sono stati buoni. Anche i nostri fornitori stanno evolvendo e sempre più ci rivolgiamo a quelli che ci garantiscono qualità e varietà dell'offerta. **Da sempre Viridea acquista la maggior parte delle piante da fornitori italiani; ormai con alcuni di loro si sono create sinergie tali per cui programiamo insieme le produzioni dedicate al nostro fabbisogno**, come per esempio le piante **Per Passione** che è il nostro marchio privato e con il quale vogliamo vestire i prodotti di qualità più alta. A riprova di questo, basti pensare che le **nostre Phalaenopsis Per Passione sono coltivate interamente in Italia**.

Greenline: Nel reparto Casa & Decor del negozio di Castenedolo troviamo un'ampia offerta di giocattoli e prodotti per le belle arti. Un tipo di merceologie non strettamente attinenti al giardinaggio ma necessarie per completare l'offerta di un garden center. Da questo punto vista Viridea è stato un antesignano in Italia: quanto è importante l'ampiezza dell'offerta per un centro giardinaggio nel 2022?

Fabio Rappo: Da sempre abbiamo dato particolare considerazione alle famiglie. L'area giocattoli vuole rappresentare un'attenzione a questo target andando a selezionare pochi articoli vicini al mondo *educational* o comunque a prodotti che mettono in primo piano il momento del gioco. Per quanto riguarda il settore delle

belle arti, in fin dei conti **Viridea** punta a cliente amanti del *bello* e del *fai da te*, sia che questo avvenga nel proprio orto, nel giardino o nella propria casa. In particolare **su Brescia stiamo puntando molto sul reparto Diy** perché è in una zona con pochi riferimenti e i creativi potranno trovare un'ampia scelta anche di prodotti *trend* del momento.

Greenline: Anche il settore "profumazione" sta evolvendo molto all'interno dei garden: partendo dalle profumazioni ambientali (candele e diffusori) alcuni centri giardinaggio stanno sviluppando dei veri e propri reparti dedicati alla cura della persona con prodotti naturali. Qual è la vostra esperienza?

Fabio Rappo: Il mondo della **profumazione** è sicuramente uno di quei settori di forte tendenza negli ultimi anni. A differenza di alcuni nostri *competitor*, negli anni non abbiamo aumentato notevolmente lo spazio dedicato a questa merceologia, ma ne abbiamo sicuramente migliorato l'esposizione in funzione dell'innalzamento della qualità proposta. L'attenzione ai prodotti naturali per la cura della casa e della persona è aumentata sensibilmente e **Viridea** ha puntato molto su fornitori che garantiscono prodotti con un buon rapporto qualità/prezzo. **Proprio nel garden di Castenedolo gli spazi dedicati a questa merceologia sono stati particolarmente curati.**

➔ www.viridea.it



VERDEVIVO

Finalmente una linea
di prodotti per la **cura delle piante**
di **origine totalmente bio**
testata dai **Professionisti**



Principi attivi completamente naturali,
di **origine vegetale**



Formulati sviluppati per garantire
una **resa altissima** in **confezioni ridotte**



VerdeVivo:
una linea di prodotti
di **libera vendita**
testata dai **Professionisti**
dell'Agricoltura.

Massima efficacia
di risultato a basso
impatto ambientale,
nel massimo **rispetto**
per l'ambiente.

verdevivo.bio





Botanica on Web

La piattaforma di consulenza botanica.

ANCORA PIÙ POTENTE

NOVITÀ

VERSIONE KIOSK

Postazioni self service nel Garden Center dove il cliente, anche in autonomia, può interagire con Botanica on Web e trovare tutte le informazioni botaniche.

NOVITÀ

APP OPERATORE MOBILE

Fornire immediati consigli ai clienti, stampare cartelli e schede, direttamente in reparto, azzerando i tempi di lavoro.

La piattaforma web che rende più competitivo il tuo Garden Center è ancora più potente.

Botanica on Web viene utilizzata da oltre 300 Garden Center come strumento di lavoro quotidiano per la consulenza botanica, il marketing e la comunicazione.

La piattaforma è ricca di funzioni innovative come l'accesso al catalogo con migliaia di schede botaniche sempre aggiornate, la stampa di cartelli e di schede, la loro condivisione con i clienti, con il sito web e i social network.

Da oggi Botanica on Web è ancora più potente grazie all'App Operatore Mobile e alla Versione Kiosk.

STAMPA CARTELLI,
PROMOZIONI E SCHEDE
BOTANICHE

OFFRI AI CLIENTI
TUTTE LE INFORMAZIONI
SULLE PIANTE

COMUNICA SUI SOCIAL
NETWORK E SUL TUO SITO WEB



UN VYPER PER AMICO!



IL CARRELLO AVVOLGITUBO PORTATILE DI CUI NON POTRAI FARE A MENO.

Il carrello avvolgitubo **Vyper** di IPIERRE è stato pensato con un design Made in Italy compatto che lo rende facilmente trasportabile da una zona all'altra del giardino o del terrazzo. Inoltre, è realizzato con materiali di alta qualità: telaio in alluminio, rullo e spalla in resina antiurto, ideale per 25m di tubo (Ø 1/2") o 15m di tubo (Ø 5/8").



È disponibile anche la versione **Vyper Kit** che comprende l'avvolgitubo Vyper insieme a 15m di tubo nero-verde (Ø 1/2"), lancia regolabile con stringitubo, tre raccordi rapidi e presa rubinetto fil. 3/4" F.



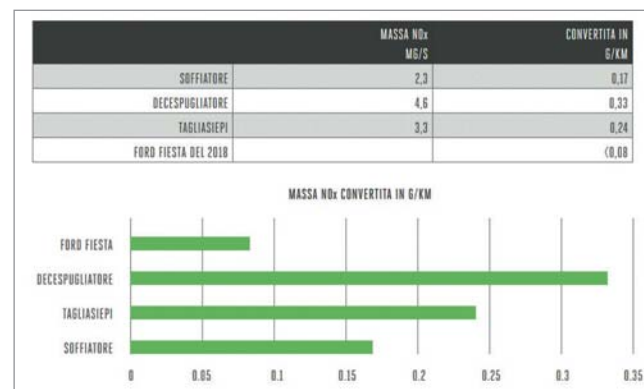
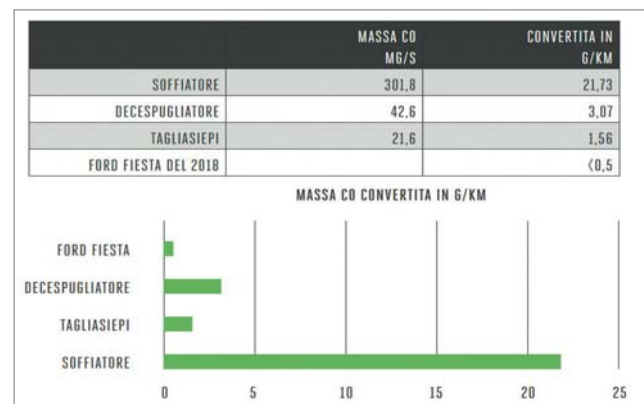
IPIERRE SYSTEM SRL

Via Ca' di Mazzè 18 - 37134 Verona - Italy
Tel. + 39 045 8750388 Fax + 39 045 9251091
info@ipierre.eu / www.ipierre.eu

Quanto inquinano le emissioni delle macchine da giardino a benzina?

Ego Power Plus, una delle principali imprese impegnate nello sviluppo di prodotti a batteria, ha diffuso un interessante studio scientifico dedicato alle emissioni delle macchine per giardinaggio alimentate a benzina, dal quale emerge che sono più inquinanti di un'automobile.

Il **Report Ego** dimostra infatti che le macchine per la manutenzione del giardino a benzina consumano quantità di carburante più significative rispetto a un'automobile media e le loro emissioni in alcuni casi superano i livelli consentiti di particolato.



Il monossido di carbonio (CO), prodotto dalla combustione incompleta di combustibili a base di carbonio, contribuisce direttamente al riscaldamento globale ed è prodotto principalmente dai veicoli. Un'automobile "media" ne produce 0,5 g/km, molto meno rispetto alle principali macchine da giardino, come soffiatori (equivalente di 21,73 g/km) e tagliasiepi (1,56 g/km). Le emissioni di ossidi di azoto (NOx) di una Ford Fiesta (<0,08 g/km) sono poca cosa rispetto a un soffiatore (0,17), un tagliasiepi (0,24) o un decespugliatore (0,33).

"A oggi il **Report** è il nostro più grande progetto di ricerca e i dati sorprendenti che abbiamo scoperto rivelano quanto gli utensili alimentati a benzina siano dannosi per il nostro ambiente - ha spiegato **Emma Gayler**, marketing manager Emea di **Ego Power+ Europe** -. Li abbiamo sottoposti a test sulle emissioni proprio perché gli utensili che impiegano motori a benzina non sono soggetti ai medesimi standard e test dei veicoli stradali, e abbiamo riscontrato risultati allarmanti. Consapevoli di quanto questi utensili siano dannosi in termini di inquinamento, è sconcertante che siano tutt'ora impiegati per la manutenzione degli spazi esterni". Per scaricare il **Report** fotografa il codice Qr.



➤ www.egopowerplus.it
➤ www.challenge2025.eu



vebi
BIO

Protezione e difesa naturale dell'orto e del giardino

Scegliere prodotti naturali per la cura dell'orto e del giardino significa **approcciare gli infestanti in modo preventivo** per evitare danni e perdite del raccolto.



SCOPRI IL MONDO VEBI BIO

FOR GREEN LOVERS

UN IRRIGATORE PER OGNI NECESSITÀ

SCEGLI QUELLO PIÙ ADATTO AL TUO GIARDINO

Ferrari Group propone una linea completa di irrigatori di superficie, indispensabili per un'innaffiatura completa e autonoma, in grado di raggiungere facilmente ogni zona di giardini, prati e aiuole.



GIRANDOLA 3 BRACCIA "CLASSIC"

Su piantone, dotato di braccia in plastica e con innesto rapido.



IRRIGATORE AD IMPULSI VARIABILI

Su base, con regolatore di gittata e innesto rapido.



OSCILLANTE "FLUCTUS"

16 fori di uscita, selettore per 4 diverse aree irrigabili, con innesto rapido. Copertura superficie massima: 200 mq.

FERRARI[®]
group

FERRARI GROUP S.R.L.

Via Europa, 11 - 43022 Basilicogiano (Parma) Tel. +39 0521 687125
info@ferrargroup.com / www.ferrargroup.com

GIARDINAGGIO SU AMAZON: COSA CERCANO GLI ITALIANI?

Per capire quando e cosa cercano gli italiani su Amazon, Witailler ha analizzato gli acquisti di articoli per il giardinaggio sul marketplace da febbraio 2021 a febbraio 2022 da parte degli italiani. L'analisi effettuata da Witailler, startup innovativa da poco parte del gruppo Retex che si propone di aiutare le aziende ad aumentare le vendite online sul marketplace di Amazon, non ha il solo scopo di delineare i comportamenti di acquisto degli italiani, ma fornisce anche un valido aiuto a tutti quei merchant non ancora presenti sul marketplace che potrebbero però ampliare il proprio bacino di clientela e le vendite.



Nel corso dell'ultimo anno il volume di ricerche si è focalizzato sull'**arredamento da giardino**, come **lettini da giardino**, **ombrelloni** e **gazebo**, che hanno avuto il loro picco tra maggio e giugno 2021, rappresentando complessivamente il 20% di volumi di ricerche rispetto al totale della categoria.

Grande interesse anche per i **barbecue** da giardino e terrazzo: hanno avuto il proprio picco a marzo 2021 con l'11% di volumi di ricerche rispetto al totale.

Spiccano anche le **motoseghe** (apice a febbraio 2022 con l'11% di volumi di ricerche), i **vasi tradizionali da giardino** (picco a febbraio 2022 con il 4,5% di volumi di ricerche) e le **idropultrici** (apice a febbraio 2021 con il 4% di volumi di ricerche).

"L'andamento generale delle ricerche degli utenti di Amazon nel periodo di tempo considerato per la nostra analisi - spiega **Federico Salina**, Ceo e co-founder di Witailler - si può riassumere così: da febbraio le ricerche di prodotti per l'outdoor e il giardinaggio cominciano a salire, fino ad arrivare a un periodo di punta da aprile a giugno, con una progressiva discesa fino alla bassa stagione che inizia a settembre. In particolare vediamo che gli attrezzi professionali sono meno soggetti a stagionalità".

➔ www.witailler.com

Nasce Move City Sport: spazio anche al verde sportivo

Si svolgerà a Bergamo dal 18 al 19 ottobre 2022 la prima edizione di **Move City Sport**, la nuova mostra dedicata allo sport per il benessere, al gioco e al tempo libero per tutte le fasce di età. Promossa da **Ais (Associazione Impianti Sportivi)** e organizzata da **PromoBerg, Fierecom & Events, Paysage e Mg Global Services**, la nuova mostra grazie al patrocinio del **Coni** chiamerà a raccolta oltre agli operatori anche le istituzioni, gli enti di ricerca e il mondo delle professioni coinvolte nello strategico sviluppo di un settore.

Move City Sport sarà articolata in 5 aree tematiche, una delle quali - **Move Green City Sport** - è dedicata al verde sportivo e al paesaggio dello sport.

➔ www.movecitysport.com

PBack Box SWS 58 e 30

belle e funzionali a 360°



Ganci di fissaggio regolabili

Pratiche e sicure, le nuove **PBack Box SWS 58 e 30 di IDeL**, rappresentano la soluzione perfetta per godere a tutto tondo della bellezza delle fioriture sui propri balconi!

Grazie al loro particolare design ed ai **ganci regolabili** queste cassette consentono di eliminare le numerose problematiche di utilizzo dei supporti in ferro (ruggine, graffi, rotture, ecc...).

Inoltre, **il sistema di riserva d'acqua SWS** incluso, garantisce un drenaggio e un'idratazione delle radici della pianta ottimali!



Riserva d'acqua con doppio fondo

- ✓ **Ganci regolabili per una massima stabilità e sicurezza;**
- ✓ **Sistema di riserva d'acqua inclusa;**
- ✓ **Capienti; ✓ Belle; ✓ Robuste!**

Colori disponibili:



Alloggio per ganci di fissaggio regolabili

Scrivi a customercare@idel.it per avere maggiori informazioni

Dormi sonni tranquilli...



Alle tue piante ci pensa Cifo

L'eccellenza italiana per la nutrizione delle piante,
da oltre 55 anni.

Formulati universali e specifici per la nutrizione e
la cura delle piante. Prodotti naturali e biologici,
concepiti nel massimo rispetto dell'ambiente, della
natura e della salute.

www.cifo.it

cifo
dal 1965

Segui tutte le novità CIFO su



Ai sensi dell'art. 46 del Regolamento CE 1272/2008 (CLP), prima di concludere il contratto d'acquisto si richiede di prendere visione dei pericoli associati al prodotto. Poiché la classificazione dei prodotti può subire variazioni nel corso del tempo, per eventuali aggiornamenti si rimanda all'etichetta del prodotto.

Dal 19 al 21 giugno torna Spoga+Gafa

L'edizione 2022 di **Spoga+Gafa** a Colonia, interrotta dal 2019 a causa della pandemia e per la prima volta nella data anticipata di giugno, si preannuncia come una delle edizioni più partecipate. Le nuove date di giugno sembrano aver convinto sia gli espositori che si rivolgono ai centri giardinaggio sia chi è orientato verso la rivendita specializzata, ben adattandosi alle tempistiche degli ordini di entrambi i settori.



Il nuovo *layout* dei padiglioni con focus sui mobili darà vita a un "triangolo con distanze ridotte" nei padiglioni 3.1, 11.1 e 11.2 e nell'esclusivo padiglione 10.2, innescando una nuova dinamica e garantendo ottimi afflussi di pubblico in tutti i padiglioni dell'arredamento della più grande fiera al mondo dedicata a mobili per esterni e decorazioni.



Il prossimo giugno a **Spoga+Gafa** il segmento del mobile sarà coronato in via eccezionale dall'evento **Home meets Spoga+Gafa**, dedicato ai mobili da interno. Il padiglione 4.2 proporrà quindi un combinato dell'offerta indoor e outdoor. A causa del permanere delle restrizioni di viaggio in Asia si prevede una riduzione degli espositori provenienti da quelle regioni. Le aziende asiatiche con rappresentanza in Europa prenderanno comunque attivamente parte alla rassegna e hanno già manifestato interesse ad ampliare i loro stand, al pari dei concorrenti europei.

➔ www.spogagafa.com



STIHL

PRONTI PER LA PRIMAVERA?

CARE AND CLEAN KIT
CON MULTISPRAY E SUPERLUB.

Fatti trovare pronto per ogni sfida con
accessori originali STIHL.



Per maggiori informazioni rivolgiti al
Rivenditore Specializzato visita il sito www.stihl.it

Qlima

Il tuo specialista
del trattamento
dell'aria



LA GIUSTA QUALITÀ DELL'ARIA



DEUMIDIFICATORI



UMIDIFICATORI



PURIFICATORI

Giannalberto Cancemi
nuovo direttore generale
di Leroy Merlin Italia

Dopo otto anni di esperienza alla guida di **Leroy Merlin Italia**, **Olivier Jonvel** ha consegnato il testimone a **Giannalberto Cancemi**, fino a oggi direttore acquisti. **Giannalberto Cancemi** sarà quindi il nuovo direttore generale del "ramo" italiano della catena francese, mentre **Olivier Jonvel** andrà a ricoprire la carica di Ceo di **Bricomart Portogallo**.



➔ www.leroymerlin.it

NUOVO E-SHOP B2B DEL GROSSISTA DFL

Il grossista campano **Dfl** ha lanciato una nuova edizione *mobile friendly* del suo e-shop B2B che propone oltre 40.000 referenze.

La nuova veste grafica semplifica la ricerca di informazioni, mentre la ricerca unificata e i filtri tematici guidano gli utenti alle scelte più convenienti. Le promozioni e i vantaggi sono sempre in evidenza mentre l'area personale raccoglie tutte le informazioni collegate al proprio profilo.

➔ www.dfl.it

Bama riduce i consumi e
la produzione di CO₂



Nello scorso marzo **Bama** ha acquistato tre presse ibride a basso consumo energetico, che si integrano in un investimento più complessivo

volto a ridurre i consumi a vantaggio dell'azienda e dell'ambiente.

Bama segue il protocollo Industria 4.0 come da certificazione del 2017.

➔ www.bamagroup.com

DIETRO OGNI
IMPRESA
DI SUCCESSO,
C'È
QUALCUNO
CHE HA PRESO
UNA DECISIONE
CORAGGIOSA



Corradini Luigi spa | Eurogross srl | Fabrizio Ovidio Ferramenta spa | Franzinelli Vigilio srl | Malfatti & Tacchini srl | Perrone & C. snc | Raffaele spa | Viglietta Guido & C. sas | Viridex srl

9 grossisti associati
210 milioni di € di fatturato sviluppato
140.000 mq. di strutture coperte
60.000 referenze gestite
220 agenti di vendita
20.000 clienti dettaglianti sul territorio nazionale

GleFFE
gruppo grossisti ferramenta

[www.gruppogieffe.com]

SCOPRI
LA COLLEZIONE!



Dalla trentennale esperienza Verdemax nasce **OUT-FIT**.

Il Garden Lifestyle pratico ed elegante per indossare la tua passione. La linea completa di abbigliamento che unisce praticità e robustezza allo stile italiano.

Nove capi originali,
store in store:
10 mq di
area espositiva.

**OUT
FIT**
VERDEMAX®



outfit.verdemax.it

Verdemax
Via Provinciale per Poviglio, 109
42022 Boretto (Reggio Emilia)
Tel. 0522 481111
Fax 0522 481139
verdemax@rama.it

Premiato il design del barbecue Smokefire di Weber

Lo scorso 12 aprile il barbecue a pellet **Smokefire Stealth Edition** di **Weber** ha ricevuto il premio **Red Dot Design Award** per la categoria Design di prodotto 2022. Il premio **Red Dot Design Award**, istituito nel 1955, è uno dei maggiori riconoscimenti di eccellenza a livello internazionale nelle categorie *Design di prodotto*, *Design di comunicazione* e *Concetto di design*, a cui partecipano ogni anno oltre 20.000 candidati da circa 60 paesi. Il barbecue **Smokefire Stealth Edition** è disponibile in due modelli (EPX4 ed EPX6) e permette di cuocere ad alte temperature e affumicare a basse temperature utilizzando il pellet.

➤ www.weber.com

➤ www.red-dot.org

CONCLUSA L'ACQUISIZIONE DI FLORAMIATA

Il 25 marzo si è conclusa l'acquisizione di **Floramiata** da parte di **Gabe** che diventa socio unico, insieme a **Floro-vivaistica Bisceglia** (3% delle quote). È stata infatti perfezionata la cessione delle quote di **Findeco**, **Lms Energia** e **Romano Dainelli**.

"Dopo due anni di intensa operosità tesa al rilancio dell'attività grazie a fondamentali innovazioni in ambito produttivo, commerciale e all'introduzione di nuovi strumenti informatici - spiega il comunicato ufficiale -, la nuova compagine si inserisce strategicamente nell'attività di **Floramiata** per dare continuità a un ambizioso progetto con l'obiettivo di raggiungere i giusti primati produttivi ed economici spettanti ad un'azienda leader del settore florovivaistico".

Gabe è una *holding* nata per investire in progetti innovativi per il business floricolo, grazie al proprio *know how* ed esperienze specifiche maturate nel mondo florovivaistico. **Floramiata** nasce quarant'anni fa a Piancastagnaio (SI) ed è una azienda leader nella produzione di piante da interno: coltiva oltre 60 specie di piante all'interno di serre completamente riscaldate da energia geotermica.

➤ www.floramiata.it

Coltivato con terriccio
leader



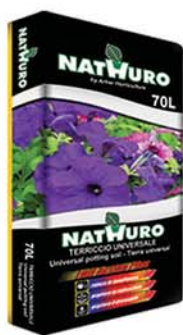
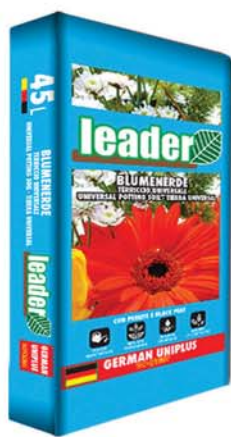
Coltivato con terriccio di
azienda primaria italiana



Metti a **CONFRONTO** i nostri terricci
con i migliori sul mercato.
Solo così ti renderai conto che siamo i
PRIMI IN QUALITA'!

leader

**The Top
Quality**



www.arber.it
arber@arber.it

Stiamo selezionando agenti plurimandatari per zone
ancora libere. Se sei interessato manda il tuo curriculum a :
career@arber-horticulture.com

il verde che non ti aspetti



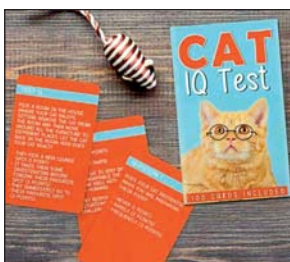
Per facilitare i lavori di pulizia del giardino, questo supporto si aggancia a un sacchetto di carta o plastica e si conficca nel terreno per mantenerlo aperto in posizione e raccogliere velocemente foglie o altri rifiuti.

Grazie a un sensore e a due sonde da 20 cm, questo strumento privo di batterie è in grado di misurare accuratamente l'umidità e il pH del terreno, oltre che la luce dell'ambiente, per una cura ottimale delle piante.



Una vera chicca per i party outdoor: un secchiello del ghiaccio con un potente altoparlante Bluetooth integrato nella parte inferiore, che può illuminarsi in sette colori diversi e con varie modalità di luce.

Il cavastivali, grazie alla sua estremità a forma di U che si aggancia al tallone, offre una presa sicura e aiuta a sfilarsi gli stivali senza sforzo. Inoltre, è dotato di un utile raschia fango che consente di ripulire anche le suole.



Vi siete sempre interrogati su quanto sia (o magari non sia) intelligente il micio di casa? Finalmente potete risolvere i vostri dubbi grazie a questo esame di intelligenza per gatti, composto da 100 carte-test.

Questa ghianda di dimensioni decisamente fuori dall'ordinario è appositamente traforata per consentire agli uccellini di raggiungere il cibo al suo interno ed è dotata di un resistente gancio in resina sulla sommità.



Questa tenda paravento e parasole, idrorepellente e resistente alle intemperie e ai raggi Uv, si può utilizzare all'occorrenza per riparare una porzione di balcone, giardino o terrazzo, per poi ripiegarla facilmente in poco spazio.

Gli amanti degli oggetti stravaganti non potranno resistere all'originalità di questo vaso a forma di tazza, dotato di foro di drenaggio sul fondo e realizzato in plastica resistente sia al gelo che ai raggi solari.



Ideato per chi ha a disposizione un balcone non troppo spazioso, il tavolino pieghevole in legno di acacia è un pratico salvaspazio da appendere alla ringhiera o al parapetto come piano d'appoggio aggiuntivo.

Comodo trasportino pieghevole per gatti, cani e altri animali di piccola taglia (fino a 20 kg), in materiale idrorepellente, con telaio in acciaio, reti di aerazione su tutti e quattro i lati e morbida imbottitura estraibile.





sitbrush.com



SPAZZOLA VIA LE CATTIVE ABITUDINI

La soluzione **eco friendly** per evitare l'utilizzo
di diserbanti chimici e lo spreco d'acqua

Disponibile in tre versioni:



Facili da montare su decespugliatori con potenza pari o superiore a 1,6 cavalli, grazie al kit di adattatori in dotazione.



Inquadra il QR Code e
guarda i prodotti in azione!

Ci trovi al BuyerPoint
STAND D10

Elho e la bellezza dei rifiuti

Certificata B Corp nel 2021, Elho investe in sostenibilità dal 2006. Oggi utilizza solo l'energia eolica prodotta dal proprio impianto e usa l'85% di plastiche riciclate: ma ha l'obiettivo di arrivare al 100% con zero emissioni di CO₂. Ce ne parla Claudio Furlan, sales manager Italy di Elho.

La olandese **Elho** rappresenta un *unicum* nel mercato dei vasi per come ha saputo imporre il proprio *brand* a livello internazionale. In un mercato spesso caratterizzato dalla ricerca del prezzo più basso, come talvolta avviene anche nei centri specializzati, **Elho** ha conquistato i clienti per l'innovazione, la qualità e la cura dei dettagli. Ha attirato l'attenzione prima dei centri giardinaggio con strutture espositive moderne e caratterizzanti e poi dei consumatori finali con colori, funzionalità e forme accattivanti. Basti pensare al vaso **Corsica**, che abbraccia la ringhiera del terrazzo e ha fatto scuola, o ai nuovi **inserti auto-irriganti** (*Self Watering Insert*). Per saperne di più abbiamo incontrato **Claudio Furlan**, sales manager Italy di **Elho**.

Innovazione di prodotto e nel punto vendita

Greenline: Elho si è subito imposta nel mercato italiano per l'intelligente

visione di marketing, che si è tradotta in sistemi espositivi in-store e vasi dalle forme innovative. Quanto è difficile spiccare in un mercato come quello dei vasi, dove spesso la competizione si basa sul prezzo?

Claudio Furlan: L'innovazione è da sempre nel Dna dell'azienda: il mercato è in continua evoluzione e con esso anche i consumatori. Capire le loro esigenze e cercare di anticipare le tendenze è il nostro focus quotidiano: **il consumatore è al centro di tutto.**

Non è mai solo una questione di prezzo, ci sono molti altri fattori che giocano un ruolo fondamentale nel processo d'acquisto: l'innovazione, l'originalità, la praticità e funzionalità del prodotto, la sua qualità, la presentazione sul punto vendita e la comunicazione. La sede dell'azienda è in Olanda, un paese che da sempre riesce a intercettare per primo le nuove tendenze in tema di verde. Siamo costantemente connessi con i consumatori europei, cerchiamo di capirne i bisogni e le esigenze per creare dei prodotti ori-

ginali, di alta qualità e sostenibili.

La nostra proposta commerciale offre diverse fasce di prezzo: vogliamo offrire prodotti sostenibili, trendy ma allo stesso tempo accessibili per tutti.

Greenline: In molti garden center italiani avete realizzato degli shop in shop in cui il brand è enfatizzato e dove la gamma si può esprimere al meglio. Quando è importante l'esposizione per migliorare la redditività del reparto vasi di un garden center?

Claudio Furlan: Uno dei punti di forza di **Elho** è quello di offrire il miglior supporto alla vendita ai nostri clienti: scaffalature che esaltano la bellezza dei prodotti, materiale Pos che ne spiega i vantaggi e riesce a ispirare il consumatore finale, sia offline sia online. **Lavoriamo a stretto contatto con i nostri clienti e cerchiamo di costruire una partnership forte basata sulla fiducia e sul continuo miglioramento.**

Vogliamo offrire la migliore esperienza di acquisto per il consumatore finale e generare ulteriore



traffico nel punto vendita. **Ci piace innovare e ci piace stupire:** siamo costantemente alla ricerca di quello che chiamiamo l'**effetto wow**. Una presentazione accattivante che dia al tempo stesso una chiara lettura dell'offerta e delle gamme per rendere l'acquisto semplice e intuitivo.

Elho è una B Corp: verso l'economia circolare

Greenline: L'attenzione alla sostenibilità non è una novità per Elho. Già oggi i vostri vasi sono realizzati al 100% con energia eolica e con



l'85% di plastica riciclata. Quanto è importante l'attenzione alla sostenibilità per Elho?

Claudio Furlan: Fare del nostro meglio per rendere il mondo un po' più verde e connettere quante più persone possibili con la natura sono due valori fondanti per Elho. Ecco perché lo sviluppo sostenibile è alla base di tutte le nostre collezioni.

Già dal lontano 2006 Elho ha iniziato a investire nelle politiche di sostenibilità e dal 2016 utilizziamo l'energia del vento, prodotta dalla nostra turbina eolica, per alimentare la nostra produzione. Attualmente l'**85%** dei materiali utilizzati provengono da **plastica riciclata**.

Nel 2021 abbiamo utilizzato più di 10 milioni di chili di plastica riciclata che abbiamo trasformato in bellissimi vasi. Noi la chiamiamo "**la**

bellezza dei rifiuti" ed è con questa convinzione che continuiamo a produrre i nostri vasi in Olanda, cercando sempre nuovi modi per diventare sempre più sostenibili.

Il nostro obiettivo è di arrivare a utilizzare il 100% di materiale riciclato e diventare così un'azienda totalmente circolare con zero emissioni di CO₂.

Inoltre nel 2021 siamo diventati l'unica azienda del nostro settore ad ottenere la certificazione **B Corporation** e ne siamo estremamente orgogliosi!

La certificazione **B Corporation** viene data a quelle aziende che usano il potere del business per creare un'economia più inclusiva e sostenibile. Per ottenere questa prestigiosa certificazione è necessario aderire a determinati standard di performance sociale e ambientale, di trasparenza e gestione economica.

Lo status di B Corp ci obbliga a delle specifiche responsabilità: mantenere il mondo un posto vivibile, sano e sicuro per le future generazioni. Noi riteniamo che sia una nostra precisa responsabilità quella di contribuire a un mondo più sostenibile e a connettere quante più persone possibile con il verde.

Greenline: Il 2021 ci ha lasciato in eredità aumenti di prezzo un po' per tutte le materie prime: plastica, trasporti, imballaggi, energia, ecc. Come sta affrontando questo particolare momento storico Elho?

Claudio Furlan: È davvero difficile riuscire a prevedere cosa succederà nel prossimo futuro. Quello che però abbiamo ben chiaro è che continueremo a investire nell'innovazione e a servire i nostri clienti nel miglior



Greensense Acqua Care è dotato di un sistema di auto irrigazione, una grande riserva d'acqua e ruote invisibili per una facile movimentazione. Una gamma di alta qualità adatta sia per l'interno sia per l'esterno. La linea Greensense è resistente al gelo e ai raggi UV, garantendo un colore inalterato nel tempo.

news

modo possibile. **Grazie alla solidità economica dell'azienda, siamo riusciti a garantirci delle grandi scorte di materia prime e abbiamo recentemente investito in un nuovissimo magazzino di 40.000 mq** per continuare a offrire ai nostri clienti i massimi standard di servizio, anche in questi tempi davvero incerti.

Le novità 2022

Greenline: Quali novità avete presentato per il 2022?

Claudio Furlan: Uno dei temi che ci ha maggiormente guidato nella creazione delle novità 2022 è stato quello di sviluppare soluzioni per rendere la cura e gestione delle piante facile e alla portata di tutti. E poi nuove forme, *texture*, colori e funzionalità per offrire il miglior prodotto per ogni stile, per ogni tipo di pianta e per ogni ambiente, sia interno sia esterno. Ovviamente tutte **le innovazioni del 2022 sono realizzate in plastica riciclata** e prodotte grazie alle nostre turbine **eoliche**.

Le novità principali del 2022 sono **Greensense Acqua Care**, un vaso



I vasi della linea Vibes possono essere abbinati ai nuovi inserti auto-irriganti Self Watering Insert.

dal design elegante e minimalista con un sofisticato sistema di auto irrigazione e una grande riserva d'acqua e **Vibia Campana Balcony**. Dopo il successo ottenuto dagli articoli per giardino e terrazzo della collezione **Vibia**, abbiamo lanciato una nuovissima collezione di prodotti ideali per il balcone. Forme innovative e colori divertenti per dare un tocco di originalità e di allegria a ogni balcone.

Ricordiamo inoltre **Vibes Fold**: fin dal suo lancio nel 2020, questa collezione ha conquistato subito i consumatori di tutta Europa ed ecco perché abbiamo deciso di allargare la gamma con nuove forme e nuove dimensioni. Le sue forme arrotondate, i toni pastello e la *texture* hanno reso la linea **Vibes** una delle nostre gamme più alto-vendenti. E per chi non ha esattamente il *pollice verde*, ogni prodotto della linea **Vibes** può essere abbinato ai nostri inserti auto-irriganti (*Self Watering Insert*), anch'essi diventati un *must have* per i nuovi *green lovers*.

Infine **Vivo Next**, la versione migliorata della popolare linea **Vivo**, ora prodotta con **plastica riciclata**. I vasi della linea **Vivo Next** sono molto più robusti di prima, poiché è stato migliorato il sistema di ancoraggio tra vaso esterno e interno. Sono state inoltre aggiunte una grande riserva d'acqua e le rotelle invisibili per una facile movimentazione. Grazie alla sua eleganza e alla sua robustezza, la linea **Vivo Next** può abbellire con classe sia spazi interni sia esterni.

➔ www.elho.com/it

PER UN PRATO PIÙ FORTE E UN BENESSERE SENZA LIMITI

fortyl
by Copyr





60 
ANNIVERSARY
1962-2022

PRODUZIONE ITALIANA - ITALIAN PRODUCTION

www.agrati.net

I fiori italiani e certificati si affermano in Europa



MPS
driven by
sustainability



Nuova Floricoltura Meridionale è una cooperativa che riunisce 300 produttori alle falde del Vesuvio ed esporta fiori recisi in tutta Europa. Qualità, freschezza, made in Italy e certificazione Mps sono alla base di un progetto lungimirante in un territorio difficile. Ne abbiamo parlato con Luigi D'Amora, presidente dal 2012 di Nuova Floricoltura Meridionale.

Il mercato europeo del fiore reciso è condizionato dall'importazione di produzioni provenienti da paesi che usano ancora antiparassitari vietati da decenni in Europa e in taluni casi operano senza alcun rispetto dell'ambiente e degli stessi lavoratori. Una condizione che genera una concorrenza sleale a danno dei produttori italiani ed europei che operano in un contesto di economia circolare. Da un punto di vista commerciale, le certificazioni, come **Mps**, hanno proprio l'obiettivo di caratterizzare le produzioni che rispettano certi standard e semplificare la selezione dei migliori produttori da parte dei buyer.

In Italia è interessante l'esperienza dalla **Nuova Floricoltura Meridionale** di Pompei (NA), una cooperativa che riunisce e gestisce commercialmente la produzione di 300 piccoli

e medi floricoltori della zona vesuviana. Va notato il contesto particolare in cui opera **Nuova Floricoltura Meridionale**: se è vero che la Campania è uno dei primi poli floricoli italiani, è anche vero che il contesto è contraddistinto da molte fragilità, come la presenza di piccoli appezzamenti e la mancanza di infrastrutture per collegare le varie "porzioni" del contesto produttivo.

Grazie ai centri di confezionamento e logistica si è specializzata nella vendita di **fiori recisi, verde ornamentale e materiale decorativo**, è certificata **Mps** fin dal 2012 ed esporta in tutta Europa dove è apprezzata per la qualità e la freschezza dei prodotti e un avanzato servizio logistico che quotidianamente spedisce fiori a temperature controllate.

Per saperne di più abbiamo incontrato **Luigi D'Amora**, presidente di **Nuova Floricoltura Meridionale**.

Da Pompei all'Europa grazie all'organizzazione

Greenline: Quanti soci ha Nuova Floricoltura Meridionale?

Luigi D'Amora: Oggi siamo circa 300 soci e il numero varia ogni anno. **Nuova Floricoltura Meridionale** è un'organizzazione nata con lo scopo di **aiutare i produttori locali a promuovere il proprio prodotto all'estero**, soprattutto nei mercati europei. Per raggiungere l'obiettivo abbiamo riunito in un unico polo un'offerta ampia e soprattutto standardizzata per soddisfare le esigenze dei buyer.

L'organizzazione è stata fondata nel 1996 e, dopo varie sperimentazioni, oggi ha trovato un equilibrio. **Siamo fortemente insediati in Olanda, Germania e Francia, mercati che assorbono l'80% del nostro fatturato.** Ovviamente

esportiamo anche in altri paesi, da Dubai, all'Australia, alla Russia.

Greenline: Come avete conquistato i mercati europei più importanti?

Luigi D'Amora: Con la **qualità** e la **freschezza** dei nostri prodotti. Il problema del fiore reciso è l'alta velocità nella vendita, poiché è un prodotto altamente deperibile. Noi abbiamo deciso di offrire ai nostri clienti "diretti" solo prodotti freschi e dopo il terzo giorno cediamo l'inventario nelle aste. Non realizziamo un prezzo "pieno" ma in questo modo **riusciamo a tenere sotto controllo la qualità e la freschezza della nostra produzione a favore dei nostri clienti**. In questo mercato la qualità è l'unica politica che premia.

Greenline: Orientate anche le produzioni dei soci?

Luigi D'Amora: Certo: ogni anno incontriamo i nostri soci e decidiamo insieme cosa piantare e in che zona. Un aspetto positivo di avere tanti soci su una zona così ampia è la biodiversità. Alcune aree sono più calde altre più fredde, alcune hanno terreni leggeri altri compatti. Quindi selezioniamo i prodotti più pertinenti per il tipo di clima e terreno.

Non solo: abbiamo produttori con terreni sul livello del mare o altri a 400/500 metri di altitudine. Avendo temperature più fresche in collina, usiamo questa differenza per posticipare di 15/20 giorni alcune produzioni. Tanti miglioramenti che ci permettono di ottimizzare le nostre prestazioni.

L'importanza della sostenibilità e della certificazione Mps

Greenline: Siete certificati Mps-Abc dal 2012. Quanto sono importanti per voi e i vostri clienti le certificazioni come Mps?

Luigi D'Amora: Abbiamo iniziato un percorso di certificazione con **Mps** nel 2012 e non è stato semplice, perché abbiamo un alto numero di produttori. Oggi però sono in tanti quelli che ci hanno seguito e penso che in breve tempo riusciremo a inserire più produttori in questo processo di certificazione.

La certificazione non è ancora determinante per tanti mercati e



questo purtroppo è demotivante, anche perché raggiungere la certificazione ha un costo. Tuttavia noi siamo molto attenti a questi temi e vogliamo essere sempre in anticipo rispetto agli altri. Siamo presenti sul mercato, siamo tra i leader del nostro settore e **pensiamo sia giusto prestare una forte attenzione all'ambiente in cui lavoriamo e alla sostenibilità dei nostri prodotti**.

Abbiamo investito nei pannelli solari, stiamo lavorando con tutti i soci produttori per ridurre l'impatto sull'ambiente e controlliamo i fitofarmaci utilizzati dai nostri produttori. Posso dare una notizia in anteprima: l'anno prossimo tutti i **nostri sacchetti in plastica verranno sostituiti dalla carta**. Con un duplice obiettivo: quello di essere pronti per la grande distribuzione, dove c'è un più rigido controllo, ma soprattutto perché vogliamo lavorare per ridurre le nostre emissioni e cercare di avvicinarci all'*impatto zero*.

Greenline: I buyer richiedono le certificazioni? Ci sono differenze in questo senso tra l'Italia e l'Europa?

Luigi D'Amora: Molte differenze: noi vendiamo anche alla grande distribuzione italiana e nessuno richiede certificazioni. Nel 2012 quando ci siamo certificati **Mps** abbiamo iniziato la nostra prima esperienza in Inghilterra e catene come **Tesco** e **Spencer** chiedevano già allora la certificazione. Anche nel mercato olandese le catene **Jumbo** e **Aldi** chiedono la certificazione.

C'era un progetto molto interessante in Olanda e Germania, volto ad accettare solo fiori certificati Mps dal 2021, ma è stato rimandato al 2023 a causa del Covid. Mi auguro non venga ulteriormente prorogato perché ci può distinguere da alcuni paesi, soprattutto africani, che oggi portano in Europa fiori coltivati con fitofarmaci che noi non usiamo da decenni e senza alcun controllo.

Greenline: State lavorando anche per aumentare il numero di soci certificati Mps. In alcuni casi però parliamo di piccole imprese (3/5.000 mq): quali difficoltà incontrate?

Luigi D'Amora: Il problema è proprio questo: le piccole aziende non vogliono investire in certificazioni, magari perché non hanno il ricambio generazionale o semplicemente per motivi economici. In alcuni casi bisogna essere realisti: talvolta gli adeguamenti alle strutture necessari per raggiungere la certificazione sono ingenti. C'è però un'alta percentuale nel nostro gruppo che aspira ad avere la certificazione.

Il webshop B2B sviluppa il 65% del giro d'affari

Greenline: Avete realizzato anche un webshop B2B per permettere ai vostri clienti un acquisto in autonomia. Quanto è importante l'e-commerce per voi?

Luigi D'Amora: Circa il **65% del nostro fatturato arriva tramite webshop**. I clienti trovano le foto-

grafie online, i prodotti freschi in tempo reale, le disponibilità, ecc. Ormai tanti non ci chiamano neanche più.

Si tratta ovviamente di un B2B: sono nostri clienti che hanno un accesso privato con credenziali e sono già profilati. **Nel webshop in alcuni periodi dell'anno ci sono anche 7.000 linee di prodotto: la consultazione libera rischia di essere più lunga e caotica per il cliente.** Abbiamo perciò introdotto una serie di filtri, personalizzati per ogni cliente in base agli acquisti precedenti e al tipo di impresa, che propongono solo una parte del nostro stock, quella più adatta alle esigenze personali del singolo cliente. Se si tratta di un piccolo fiorista vedrà le proposte a *mazzi* e non a *secchi*, se è più orientato sul *wedding* vedrà gli articoli per i matrimoni, se è un buyer della grande distribuzione gli mostriamo i carrelli e le grandi disponibilità. **Ci sono clienti che preferiscono consultare tutta l'offerta ma altri,**

magari meno avvezzi alla tecnologia, preferiscono trovare subito quello che stanno cercando.

Sono da sempre appassionato di informatica e curo personalmente lo sviluppo del webshop. **L'abbiamo realizzato nel 2014:** il primo anno è stata dura perché abbiamo dovuto modificare il nostro modo di lavorare. Ma oggi il webshop è totalmente automatizzato: il Cmr autofattura e addirittura spedisce ai clienti le foto dei prodotti contenuti nell'ordine per permettergli di aggiornare i loro webshop già all'atto dell'emissione della fattura. Così, mentre il prodotto è in viaggio, possono già iniziare a venderlo. Addirittura ad alcuni clienti **forniamo il servizio di aggiornamento dell'e-commerce: quindi siamo direttamente noi a inserire i prodotti negli e-shop dei clienti.** A noi è costato qualcosa introdurre questo servizio e al cliente chiediamo un contributo irrisorio: ma in questo modo lo fidelizziamo perché è un servizio unico.

Greenline: L'azienda è stata fondata da tuo padre, prematuramente scomparso a 52 anni. Il tuo ingresso nel 2012 ha segnato però una svolta in Nuova Floricoltura Meridionale: la certificazione Mps e l'e-commerce sono due esempi...

Luigi D'Amora: Sento questa azienda un po' *mia*, proprio perché è un progetto lanciato da mio padre. Ho assunto la presidenza anche per il lato economico ma soprattutto per l'affetto familiare che mi lega a questo progetto. Oggi siamo un'azienda innovativa e lo spirito è sempre giovane, anche se siamo nati nel 1996. **Anzi vogliamo motivare i giovani a entrare nel nostro settore,** anche se impone uno stile di vita stressante e con orari molto impegnativi durante i picchi di lavoro. **Il ricambio generazionale è un grosso problema,** sia tra i produttori sia tra i commercianti: in poco tempo i *players* saranno sempre meno.

➔ www.lanuovafioricoltura.com



La Qualità per la Natura

**Pomodori
sani e buoni**
Le migliori Soluzioni

AL.FE srl Via Majorana, 9 - 46030 Pomponesco (MN)
Tel 0375 868802 - Fax 0375 869352 -
www.alfenatura.com - E-mail: info@alfenatura.com



TeraPlast™

italian beauty



www.teraplast.com

Teraplast S.p.A. | Via del Progresso, 65 - 36070 Castelgomberto (VI) - ITALY



IL TERRICCIO È
LA NOSTRA VITA,
IL NOSTRO LAVORO,
LA NOSTRA MISSIONE.



Le novità che cerchi per la tua casa e il tuo giardino
le trovi su: www.euroterriflora.it



flori BOX

LA NOVITÀ DI APRILE E MAGGIO

Isola FLORIBOX

è la linea di assortimento di confezioni con maniglia facili da trasportare.



Terriccio del Vivaista universale professionale:

è un substrato di coltivazione di alta qualità, composto da torba bionda di sfagno con mix di ammendanti vegetali di origine naturale.

Torba bionda di sfagno: è un ammendante, ossia un materiale destinato a migliorare le caratteristiche chimiche, fisiche e biologiche dei terreni, consentito in agricoltura biologica.

Terriccio specifico per Piante grasse: è un substrato di coltivazione per cactacee e succulente. La formulazione prevede l'impiego di materie prime ottimali per la vita delle piante grasse.

Humus Terrafertile Salvapianta: è un substrato PEAT FREE di nostra formulazione, composto da matrici organo-vegetali arricchite con concime minerale composto bilanciato, in grado di rigenerare il terriccio presente nei vasi di piante da appartamento e da esterno che abbiano subito stress di varia natura.

Ciascun prodotto è inserito in un mini pallbox espositivo. Su di un pallet epal possiamo posizionare quattro mini pallbox con prodotti a vostra scelta.



**Terriccio del
Vivaista universale
professionale**
25 L



**Torba bionda
di sfagno**
12 L



**Terriccio
specifico per
Piante grasse**
7 L



**Humus
Terrafertile
Salvapianta**
7 L



Biostimolanti: la nuova frontiera del benessere delle piante

Per proteggere il verde gli hobbisti dovranno sempre più integrare diverse soluzioni, volte alla nutrizione, al benessere e alla prevenzione delle colture. Ne abbiamo parlato con Alessandro Paterniani, general manager di Kollant, dopo il lancio della linea di biostimolanti Verdevivo.

Il mercato dei prodotti *consumer* per la cura delle piante sta vivendo un profondo processo di trasformazione. In parte guidato dall'evoluzione normativa, che limiterà la presenza sugli scaffali di soluzioni chimiche per la difesa del verde in favore di prodotti biologici. Ma in parte trainato anche dalla maggiore attenzione al migliore utilizzo delle risorse naturali, al rispetto ambientale e alla sostenibilità. Sono temi affrontati anche nell'agricoltura biologica professionale in cui la *salute del suolo* si ottiene dall'integrazione di vari elementi; non solo fertilizzanti ma anche sostanze naturali capaci di migliorare la struttura del terreno e la salute delle piante. In questa direzione è interessante la nuova linea **Verdevivo**, presentata da **Kollant**, che rende acces-

sibile la **biostimolazione** a tutti gli appassionati.

I biostimolanti sono prodotti di origine naturale, spesso sottoprodotti di altre lavorazioni, che nell'agricoltura biologica professionale vengono utilizzati per migliorare l'assorbimento degli elementi nutritivi presenti nel suolo. **La biostimolazione agisce a livello metabolico, mettendo nelle condizioni la pianta di esprimere completamente il suo potenziale.**

Per saperne di più abbiamo incontrato **Alessandro Paterniani**, general manager di **Kollant**.

Biostimolanti: dalla lotta all'integrazione

Greenline: L'impegno di mettere a disposizione degli appassionati gli stessi biostimolanti utilizzati con successo nell'agricoltura biologica

professionale rappresenta un'innovazione importante per il mercato italiano. Quanto è impegnativo parlare di biostimolazione nel mercato italiano del giardinaggio?

Alessandro Paterniani: Parlare di biostimolazione è una sfida entusiasmante perché siamo di fronte a una tecnologia innovativa ma alla portata di tutti i consumatori, anche quelli che non hanno una profonda competenza tecnica. **Ovviamente**, come in tutti i casi in cui ci confrontiamo con qualcosa di nuovo o innovativo, **è necessario uno sforzo educativo: raccontare e generare una prima esperienza.** Non è difficile parlare di biostimolazione, ma ciò che fa la differenza è la modalità di interazione con il consumatore. Che in parte sfrutta i canali di comunicazione, ma molto, come ben sappiamo, avviene nei punti vendita. Se il



punto vendita è impostato con una vendita consulenziale e quindi con personale per supportare e rispondere alle domande del consumatore, lo sforzo educativo avviene con successo. Perché crea una nuova conoscenza nel consumatore e orienta le scelte in abitudini.

Dove la vendita è meno supportata e i clienti si muovono in modo più autonomo, evidentemente il consumatore tende a replicare le sue abitudini e quindi con più difficoltà entra in contatto con un concetto innovativo come la biostimolazione. Non è difficile trasferire i concetti chiave della biostimolazione, ma sicuramente è necessario un investimento di tempo e di attenzione per educare il consumatore e **portarlo a conoscenza di qualcosa che non fa ancora parte del suo bagaglio culturale.**

Greenline: Anche le limitazioni normative obbligano a un salto culturale verso prodotti più naturali...

Alessandro Paterniani: Certo. Nell'evoluzione del quadro normativo le

soluzioni dell'agricoltura professionale non saranno più accessibili al consumatore hobbista. Però, a fronte di una riduzione di soluzioni disponibili rispetto al passato, dovremo gestire le stesse sfide per avere un orto sano e un giardino confortevole.

A fronte delle vecchie sfide dobbiamo trovare nuove soluzioni.

Le nuove soluzioni arrivano da prodotti di origine naturale, ma derivano anche da un cambiamento di approccio. Sono due i temi fondamentali nel nuovo scenario: la **prevenzione** molto più della cura, quindi la ricerca di uno stato di salute e di benessere delle piante anziché un rimedio a fronte di un problema conclamato, e l'**integrazione** di tutti gli strumenti disponibili. Cioè integrare sempre più difesa, biostimolazione, nutrizione e anche tecniche agronomiche per creare un ambiente più favorevole allo sviluppo degli organismi vegetali e meno esposto ai parassiti.

Nuovi concetti e nuovi consumatori

Greenline: Accanto agli hobby farmer, che coltivano le piante in modo utilitaristico, si sta affermando il fenomeno del **plant parenting**, in cui le piante sono considerate membri della famiglia. Due tipi di consumatori molto differenti...

Alessandro Paterniani: Sono due tendenze che si stanno facendo strada, ma per tutti c'è **un ruolo più centrale dell'ambiente dome-**



Alessandro Paterniani, general manager di Kollant

stico. L'esperienza traumatica del Covid ci ha obbligato a passare più tempo in casa, inizialmente con la sensazione di essere reclusi, ma poi abbiamo conservato alcune abitudini, come lo **smart working**. Abitudini che ci portano a passare più tempo in casa: si ricercano quindi degli ambienti non solo più confortevoli ma nei quali ci riconosciamo di più. **Nei confronti dell'ambiente domestico si sta attenuando il rapporto utilitaristico e si sta sviluppando sempre più un rapporto di identificazione.**

Di conseguenza mi sento di poter individuare due trend. Da una parte la voglia di cimentarsi con la produzione alimentare, quindi l'**orto domestico**. Un'esperienza con maggior tecnicismo e un obiettivo concreto, cioè la produzione. Accanto al rapporto **tecnicistico**, ce n'è anche uno più emotivo.

UN TAGLIO PER OGNI STAGIONE

— *Forbici per potatura forgiate*

LINEA PROFESSIONALE

STA^{Forged}FOR[®]

Maniago (PN) ITALY - Tel. +39.0427.72376
Fax +39.0427.842904 - www.stafor.com

ART. 930

100% MADE IN ITALY

40th Anniversary
STA FOR
1976-2016

NEWS

LE FORGIATE



Fragole a Km0?

Se le coltivi tu,
hanno un sapore in più!

I vasi **Trifoglio** sono ideali per far crescere le fragole e non solo, anche sul balcone. Fai il pieno di Vitamina B, Acido Folico e Potassio!

Condividi le tue foto e noi le pubblicheremo!



Analogamente al ruolo degli animali domestici, le piante diventano uno strumento e un obiettivo di un percorso **emotivo**. **La pianta diventa una componente del mio benessere: se la pianta sta bene, sto bene anche io. Prendermi cura della pianta è un modo per prendermi cura di me stesso.** Di conseguenza tutti i prodotti destinati al verde domestico devono a loro volta sviluppare o rendere evidente questa dimensione.

Soluzioni naturali figlie dell'economia circolare

Greenline: Oggi qualsiasi impresa non può prescindere da linee di comportamento ecosostenibili e criteri Esg. Anche se per gli hobby farmer sarà uno choc, la sostituzione di prodotti di sintesi con biostimolanti e soluzioni naturali per la cura del verde va in questa direzione. **Non crede?**

Alessandro Paterniani: Per noi è un tema rilevante. Una caratteristica dei biostimolanti, sicuramente quelli di **Verdevivo**, è di **derivare da un modello di economia circolare**. I nostri prodotti derivano dall'utilizzo di residui e sottoprodotti di altre lavorazioni alimentari e quindi **offrono una seconda vita, riportando alla natura ciò che viene dalla natura**. Non solo **Verdevivo** esprime un'innovazione tecnologica, ma lo fa nell'ambito di un'economia circolare sostenibile.

“A FRONTE DELLE VECCHIE SFIDE DOBBIAMO TROVARE NUOVE SOLUZIONI. LE NUOVE SOLUZIONI ARRIVANO DA PRODOTTI DI ORIGINE NATURALE, MA DERIVANO ANCHE DA UN CAMBIAMENTO DI APPROCCIO. LA PREVENZIONE MOLTO PIÙ DELLA CURA E L'INTEGRAZIONE DI TUTTI GLI STRUMENTI DISPONIBILI”.

ALESSANDRO PATERNIANI, GENERAL MANAGER DI KOLLANT

Greenline: Nella linea Verdevivo proponete dei super concentrati: una scelta coerente con il rispetto dell'ambiente: meno acqua, meno trasporti, meno carburanti, meno inquinamento...

Alessandro Paterniani: Anche in questo caso è però necessario uno sforzo educativo. Di fronte allo scaffale il consumatore vede due bottiglie di dimensioni diverse, due prezzi differenti e dovrebbe capire che attraverso il dosaggio più basso contribuisce a ridurre l'impatto ambientale. **La nostra proposta ha anche l'ambizione di scardinare alcuni schemi consolidati, specie se vanno contro il rispetto per l'ambiente.** È ovvio che la distribuzione ha un ruolo fondamentale. Per quanto il nostro sforzo di comunicazione possa essere ampio e mirato, l'esperienza d'acquisto si genera il più delle volte nel punto vendita.



**VANITOSA
PER NATURA.**



www.leonessavivai.it



Occhiali, anche nei garden center

I.O.I., Industrie Ottiche Italiane, dal 2006 propone occhiali da lettura (e non solo) in diversi canali distributivi, tra cui anche i garden center:

I'Ad Mario Martucci ci racconta i plus dell'azienda piemontese e i nuovi trend del mercato.

Nei garden center e nelle agrarie è possibile trovare espositori dedicati agli occhiali da lettura: tra le aziende che fin da subito hanno proposto i propri articoli ai negozianti c'è **I.O.I., Industrie Ottiche Italiane**. Abbiamo intervistato l'Ad dell'azienda, **Mario Martucci**.

Greenline: Come nasce I.O.I. e come si è sviluppata negli anni?

Mario Martucci: Industrie Ottiche Italiane è nata nel 2004 come produttrice di occhiali da lettura nel canale delle farmacie, canale in cui allora era permessa la vendita di tali tipologie di occhiali, oltre che nei negozi di ottica.

A partire da luglio 2006, a seguito del Decreto Liberalizzazioni - il cosiddetto "Decreto Bersani" - che ha distinto le licenze di vendita degli esercizi commerciali solo in *food* e *non food*, i punti vendita *non food* hanno potuto commercializzare qualsiasi tipologia di prodotto, compresi gli occhiali da lettura.

Industrie Ottiche Italiane ha quindi immediatamente colto questa nuova opportunità e, per prima, ha aperto la vendita in altri canali, come quelli delle tabaccherie, delle

aree di servizio, delle ferramenta e infine quello delle edicole.

Nel 2014 l'azienda ha acquistato dalla **Angelini Farmaceutici** il ramo d'azienda **Occhiali Corpootto**, il noto marchio di occhiali per lettura, il primo ad essere presente a partire dagli anni '90 nelle farmacie. Negli anni successivi il Gruppo attraverso la consociata **Crimea** ha acquisito i marchi **El Charro** e **De Tomaso**, che si aggiungono a circa altri 15 marchi di occhiali di proprietà del Gruppo.

È recente l'acquisizione del famoso *brand* di moda italiano **Gian Marco Venturi** per una collezione di occhiali da lettura e da sole destinati anche al canale delle ferramenta, pertanto un marchio moda italiano che entra per la prima volta in questo canale di vendita.

Quindi **Industrie Ottiche Italiane** si differenzia per la sua elevata specializzazione nel settore, perché ha come unico oggetto della sua attività la progettazione, la fabbricazione e la distribuzione di occhiali da vista presso gli ottici e di occhiali da lettura e da sole in molteplici canali di vendita, compreso il canale delle ferramenta e dei casalinghi. Ogni *brand* è destinato a un deter-

minato canale di vendita, ad esempio **Foreyever** al canale dei negozi di ottica, **Corpootto**, **Prontoleggo** e **Da vicino** alle farmacie, **El Charro**, **Gian Marco Venturi**, **De Tomaso**, **Espressoocchiali** e **Prontixte** al canale delle ferramenta e casalinghi.

Greenline: E i garden center e le agrarie?

Mario Martucci: Siamo presenti da anni anche presso i canali distributivi più "vicini" al mondo garden, che serviamo tramite i grossisti. **Siamo sicuri che anche i centri giardinaggio possano essere in linea con la vendita dei nostri prodotti**, in generale per l'età dei clienti e in particolare per le caratteristiche di un modello specifico di occhiali che proponiamo: mi riferisco in particolare agli occhiali protettivi, pensati per la sicurezza di chi lavora in giardino.



Greenline: Espositori, cataloghi, promozioni, nuovi marchi: quali sono le altre principali novità per il 2022?

Mario Martucci: Industrie Ottiche Italiane è sempre all'avanguardia nelle novità essendo specializzata e leader indiscussa in Italia nella fabbricazione e vendita di occhiali da lettura.

Riguardo agli espositori, l'azienda presenta quest'anno nei vari *brand* delle novità esclusive: **gli espositori precaricati sia da banco che da terra.**

Questo per la comodità del gestore del punto vendita, che così non deve più perdere tempo a montare l'espositore e poi ad esporre uno ad uno gli occhiali.

Ma non solo: negli espositori precaricati da terra dei *brand* **El Charro**, **Gian Marco Venturi**, **Future**, i supporti degli occhiali nascondono due tipi di antitaccheggio, per ridurre al minimo i furti.

Per quanto concerne i cataloghi, a gennaio e a settembre di ogni anno stampiamo e distribuiamo ai clienti i cataloghi dei 18 marchi che fabbrichiamo e vendiamo.



Riguardo le promozioni, proponiamo continui canvass molto aggressivi ai grossisti, che a loro volta possono ribaltarli ai rivenditori.

Tra i nuovi marchi di quest'anno **Gian Marco Venturi Eyewear**, un prestigioso marchio moda, entra per la prima volta nel mondo delle ferramenta con occhiali da lettura e da sole con prezzi al pubblico molto competitivi.

E ancora, **El Charro** presenta, unica sul mercato, i nuovi occhiali da lettura **Eco**, con montatura e confezione riciclata e riciclabile. "We lead, others follow." Noi conduciamo, altri inseguono: questo è lo slogan che ha utilizzato **Industrie Ottiche Italiane** nelle pagine pub-

blicitarie per presentare questa novità unica sul mercato!

Il modello **El Charro Vermont** con lenti blue Block per pc, è disponibile anche con diottria zero e anche nel comodo espositore da banco con *crowner* per evidenziare le peculiarità di questo modello.

E poi i nuovi modelli **El Charro Messico**, **Washington**, **Maryland**, i nuovi **Espressoocchiali Glamour**, e ancora gli occhiali da lettura con *clip on*, ovvero con le lenti da sole che si applicano al frontale della montatura con un clip magnetico, per leggere comodamente al sole, in spiaggia, e tante altre novità per ogni *brand*.

➤ www.ioi.it



Il Team Orlandelli ti accompagna nella realizzazione di un progetto personalizzato dal *design* distintivo

1. **Raccontaci** la tua idea
2. **Creiamo** un *layout* su misura
3. **Rinnoviamo** il tuo punto vendita



Area Format
150 m²



FORMAT ORTO&AROMATICHE

In vista del boom primaverile, organizza il tuo spazio espositivo con il nuovo *Format* espositivo **Orto&Aromatiche**.

Il layout permette una **totale immersione** nelle **differenti tipologie** di piante da orto esposte, oltre che ad una **movimentazione facilitata** grazie alla presenza dei carrelli *Cabriolet* ed un percorso d'acquisto **chiaro, ordinato ed essenziale**.

ORGANIZZAZIONE
ORLANDELLI

seguici su
  

info@orlandelli.it
(+39) 0376 960311

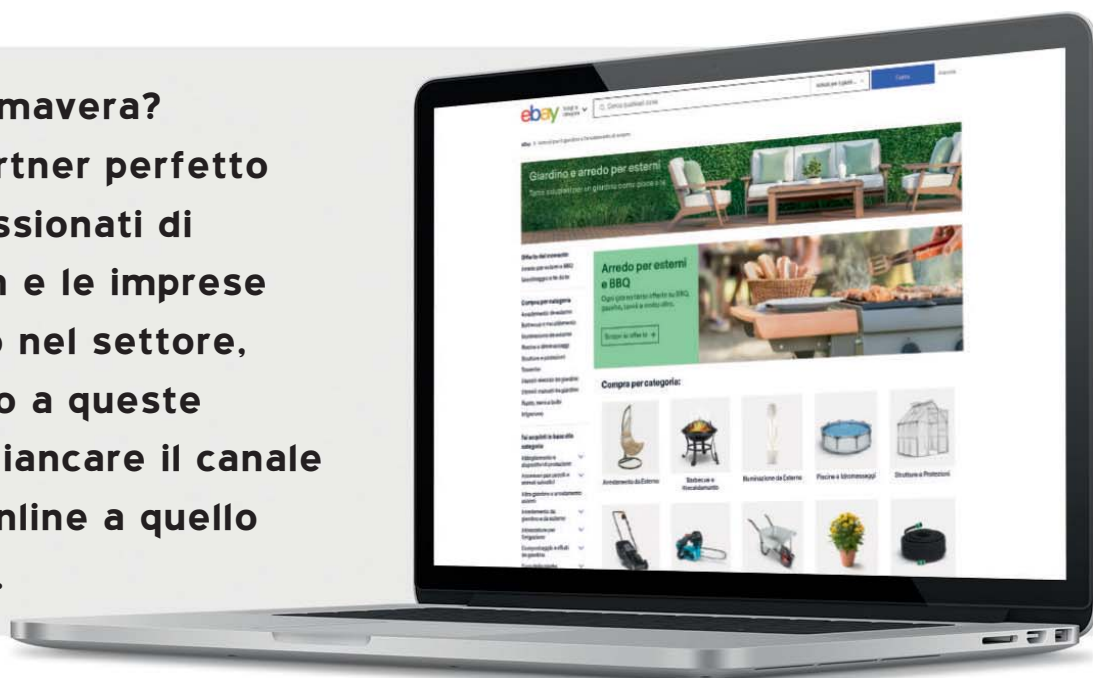
shop online
orlandelli.it





L'Home & Garden spopola su eBay

**Voglia di primavera?
eBay è il partner perfetto
per gli appassionati di
brico-garden e le imprese
che operano nel settore,
permettendo a queste
ultime di affiancare il canale
di vendita online a quello
tradizionale.**



La primavera è arrivata e con essa è tornata la voglia di dedicarsi alla cura del proprio spazio verde, che sia il giardino, l'orto o il terrazzo: su **eBay**, marketplace leader globale, gli appassionati possono trovare tutto il necessario per i loro hobby, grazie alla vasta offerta per il gardening e l'arredamento outdoor.

Proprio l'**Home & Garden** rappresenta una delle categorie merceologiche di **eBay** più importanti in termini di numero di prodotti: ogni 16 secondi viene venduto un prodotto per il gardening e addirittura ogni 5 secondi uno per il bricolage (fonte *eBay Data & Trends in Italy 2021*)! Complice la pandemia, nel 2020 sono stati venduti oltre **2 milioni di prodotti H&G**, con un **+75%** rispetto al 2019: il particolare periodo storico ha portato gli italiani a trascorrere più tempo a casa, riscoprendo il piacere della cura dei propri spazi

e lo svolgimento di attività manuali, come il gardening e il bricolage, vere pratiche di *mindfulness* per scaricare lo stress.

Le chiusure delle attività fisiche hanno posto le imprese di fronte a enormi sfide e allo stesso tempo accelerato l'apertura all'online, una grande opportunità per le Pmi e le piccole attività locali che tradizionalmente fanno più fatica a digitalizzarsi.

eBay connette milioni di acquirenti e venditori in tutto il mondo senza competere con loro e agisce come vero e proprio abilitatore di business, offrendo **opportunità economiche per imprenditori, aziende, privati e organizzazioni di ogni dimensione**, rispondendo in modo diversificato alle esigenze e aspettative di ciascuno.

Sempre nel 2020, è stato registrato il **+98,1%** di nuove imprese che hanno aperto un negozio su eBay.it.

Il motivo principale è stata la volontà di affiancare l'online all'impresa fisica. **eBay** infatti promuove strategie di medio-lungo periodo che permettono alle aziende di comprendere come l'attività online rappresenti una risorsa di business complementare e integrata a quella fisica.

Presente in Italia dal 2001, **eBay** è fortemente radicato nel territorio, dove supporta le Pmi e le attività locali nell'apertura del canale online, contribuendo concretamente alla loro digitalizzazione: il 60% delle imprese italiane presenti sul marketplace, infatti, ha aperto il proprio canale online proprio grazie ad **eBay**. Nel corso di questi oltre vent'anni, l'Italia è diventata uno dei 5 mercati più grandi e rilevanti per **eBay** a livello globale, contando oltre 5,5 milioni di utenti attivi e decine di migliaia di imprese.

➔ www.ebay.it

CI PIACE GUARDARE AVANTI



ROTOMEC®

ROTOMEC spa - Via Molino di Sopra, 56 - 37054 NOGARA (Verona) ITALY
Tel. +39.0442.510400 - Fax +39.0442.510038 - info@rotomec.com - www.rotomec.com

Il centro giardinaggio diventa phygital



Botanica
on Web App
e Kiosk



NOVITÀ



Il consumatore italiano è poco informato sulle caratteristiche botaniche delle piante e ciò influisce sulla modalità di vendita: assistita, self service o phygital? Florinfo ne ha parlato in una tavola rotonda con i garden center.

Un centro giardinaggio deve fornire un servizio di consulenza botanica e questo può aumentare le vendite? Florinfo ne ha parlato con oltre 70 garden center italiani in un webinar dedicato.

Per orientare il consumatore e fornire quel minimo di informazioni, fino a oggi i garden center hanno utilizzato la cartellonistica (di reparto e di bancale) o i cartellini inseriti all'interno dei vasi.

Gli spazi sulla cartellonistica *fisica* sono però limitati dalla dimensione del supporto, mentre l'evoluzione tecnologica e digitale oggi ci permette di ampliare a dismisura le informazioni che si possono offrire e che soprattutto i consumatori richiedono, sfruttando i codici Qr e gli schermi degli smartphone che tutti i clienti hanno in tasca.

Dalla vendita assistita alla consulenza Phygital

Non tutti i consumatori amano rivolgersi agli addetti alla vendita per affrontare i propri acquisti. Molti preferiscono reperire le informazioni in autonomia. Se però il cliente non troverà risposte, le cercherà altrove grazie anche alla tecnologia che ha in tasca, ovvero il suo smartphone.

Fate attenzione perché è a questo punto che il garden rischierà di perdere delle opportunità di vendita, infatti le informazioni reperite in rete potrebbero essere non adeguate, con il rischio di invalidare il prodotto o peggio ancora indirizzare il cliente verso la concorrenza, Gdo, ecc.

Molto meglio quindi assecondare l'esigenza di informazioni all'interno del punto vendita tramite soluzioni **Phygital**.

Phygital è una parola composta da

Physical (ovvero fisico, diretto) e **Digital** (ovvero ricorso all'informazione tramite tecnologia digitale).

Botanica on Web di Florinfo è una soluzione che guarda al **Phygital**, fornendo ai centri di giardinaggio la possibilità di accedere dal Cloud alle informazioni botaniche certificate su migliaia di piante ornamentali, con cui stampare i cartelli e tutta la comunicazione botanica, nonché di implementare iniziative di marketing e comunicazione via web e social.

Con **Botanica on Web** il cliente può quindi ricevere informazioni fisiche tramite la consultazione dei cartelli e la consulenza fornita dagli addetti alle vendite dotati di **Bow-App** (Botanica on Web App) e *digitali*, con la scansione del **Qr-code**, l'utilizzo di **Kiosk Botanici digitali** o le **schede botaniche digitali** che il garden

La soluzione **più veloce** per il **trasporto** del **tuo business**.



LL Communication

Palletways: trasportiamo i tuoi pallet anche in Europa.

Palletways è il Network di trasporto espresso di merce pallettizzata che grazie alla sua capillarità sul territorio con una copertura in 20 Nazioni e l'utilizzo delle più moderne tecnologie, offre la giusta soluzione per ogni tipo di esigenza, assicurandoti un servizio di consegna rapido, sicuro ed affidabile, e favorendo lo sviluppo commerciale del tuo business in tutta Italia ed Europa.



// Network espresso per merce pallettizzata

Trova il tuo Concessionario di zona su
www.palletways.com



Palletways Plus



portal.palletways.com



an **Imperial™** company

trade mktg

center può inviargli da **Botanica on Web** sul suo smartphone.

In ogni caso il cliente vedrà soddisfatte le proprie esigenze di informazioni evitando la pericolosa deriva di cui abbiamo parlato precedentemente.

Botanica on Web 2022 presenta due novità assolute: la prima sono i **Kiosk Botanici Digitali**, da posizionare all'interno del garden center e in cui il cliente può accedere in autonomia a tutte le informazioni; la seconda è la **Bow-App** dedicata agli addetti alle vendite, con cui produrre direttamente dal proprio smartphone cartelli e schede e inviare consigli botanici ai clienti.

I vantaggi dell'assistenza self service

Altro argomento affrontato nel Webinar è stata l'analisi dei costi dei vari tipi di consulenza: self-service o assistita?

L'*assistenza self-service* viene fornita ai clienti tramite le informazioni sui cartelli e schede botaniche, nei **Kiosk informativi**, nelle **etichette applicate sulle singole piante** fino ai **Qr code**. L'alternativa all'*assistenza*



self service è l'*assistenza assistita*, cioè quella erogata da ogni singolo addetto alla vendita: proviamo a fare un confronto.

L'*assistenza self service* ha **costi di ingresso e manutenzione** relativamente bassi (meno di 1.000 euro all'anno), mentre l'assunzione di dipendenti comporta costi elevati (decine di migliaia di euro all'anno!). Gli strumenti *self service* sono **facilmente espandibili e replicabili**; al contrario, è invece sempre più difficile trovare personale qualificato. L'*assistenza self service* può contattare un **numero di clienti illimitato nello stesso istante ed è attiva per tutte le 24 ore** (anche quando il negozio è chiuso, grazie al sito web); l'addetto alle vendite risponde a un cliente uno

per volta e lavora circa 8 ore al giorno.

Naturalmente un centro giardinaggio specializzato ha necessità di attingere a entrambe le tipologie di assistenza, in quanto il rapporto umano e l'empatia tra le persone sono indispensabili.

La tecnologia ci aiuta però a coniugare le due tipologie di assistenza. La Bow-App mobile che supporta l'addetto alla vendita, affiancata da strumenti informativi *self service* come i Kiosk, i cartelli botanici, i Qr-code, ecc. Sono un esempio di come la tecnologia "digitale" può aiutare a ridurre i costi, migliorare il lavoro "reale" e fare guadagnare di più. Viva quindi il Phygital!

➔ www.florinfo.it

Arena
Vivai
Linea Garden



Cambia stile con le nostre piante

www.arenavivai.com



**VUOI
LIBERARTI
DALLE
ZANZARE?**



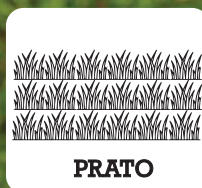
scoprili su

www.zapizanzare.it



**E vivere la tua
estate senza
ZZZZZZZZZZZZ...**

**Puoi scegliere i prodotti
ANTI ZANZARE
ZAPI GARDEN
ideali per:**



Gli italiani riscoprono l'outdoor e i barbecue



Anche a seguito della pandemia, le vendite di soluzioni per la vita all'aria aperta sono aumentate nel 2021.

I barbecue hanno sviluppato un giro d'affari di quasi 100 milioni di euro. Ce ne parlano i principali produttori di barbecue.

Gli investimenti per il miglioramento dell'abitazione che hanno impresso una spinta al mercato dell'outdoor nel 2020 sono proseguiti anche nel 2021. Anche il comparto dei barbecue ha tratto giovamento da questa situazione e ha sviluppato un giro d'affari stimabile in circa **95 milioni di euro** con prezzi al consumatore, pari a oltre **600.000 barbecue venduti**.

“Il 2021 è stato un anno importante per il settore *giardino* - spiega **Chiara Palazzetti**, direttrice marketing e comunicazione di **Palazzetti** -. I consumatori hanno confermato l'interesse verso i nostri prodotti e verso gli investimenti nella propria casa più in generale. Le minori restrizioni hanno sicuramente agevolato le visite nei punti vendita e, di conseguenza, gli acquisti”.

“Nel 2021 le vendite sono aumentate - dichiara **Davide Apollonio**, Ceo di **Ferraboli** -. Noi abbiamo registrato un super +35%, dovuto a un incremento nelle unità di vendita e un aumento di qualità e quindi di valore dei barbecue”.

“Le vendite sono aumentate per noi a doppia cifra nel 2021 - conferma **Federico Levrieri**, direttore vendite Italia di **Kemper** -; parliamo quindi dei barbecue portatili a gas relativi alla nostra gamma. Stiamo riscontrando un sempre maggior successo dei nostri prodotti portatili perché possono essere utilizzati da tipi diversi di consumatore: sia il privato che può grigliare all'esterno dell'abitazione se non ha tanto spazio, sia il cliente che ne fa un utilizzo più da campeggio”.

I barbecue a gas risultano in leg-

HOZELOCK

Pure



RENDIAMO ALLA NATURA QUELLO CHE CI HA DONATO

INNOVAZIONE 2022

Compostiera rotativa
EasyMix 2in1™



1

Fate il vostro **compost**



2

Arricchite il vostro terreno grazie
al **liquido di compostaggio**



Più informazioni
qui



Ermetico:
senza parassiti
e senza cattivi
odori



**Compostiera
rotativa**
Miscelazione
facile



Compostaggio
3 volte più rapido
di una compostiera
classica



gera crescita rispetto alle soluzioni a carbone ed elettriche: nel 2021 sono stati venduti circa **180.000 barbecue a gas** (30% sul totale dei volumi), pari al **54% del fatturato sviluppato dal comparto**.

“Nella stagione 2021, **Pvg Italy** ha continuato a registrare un *trend* positivo, in continuità con quanto accaduto durante le scorse stagioni - affermano dall'ufficio marketing di **Pvg** -. Il comparto a gas resta la scelta principale dei nostri clienti, che comunque dimostrano di apprezzare anche il segmento a carbone per la sua versatilità e facilità di uso”.

Aspettative per il 2022

Le previsioni per il 2022 sono rosee ma condizionate dall'instabilità economica e dall'aumento generalizzato di materie prime, trasporti ed energia iniziato già nel 2021.

“Gli aumenti li subiamo tutt'ora e sono stati aumenti fortissimi - spiega **Davide Apollonio** di **Ferraboli** -. Da un lato **sono serviti a riportare valore al mondo dei barbecue che troppo spesso venivano svenduti**.

Nella seconda parte del 2022 ci aspettiamo una riduzione dei costi, anche se lenta”.

“Purtroppo l'aumento dei costi delle materie prime e dei trasporti per i prodotti che arrivano dal Far East incidono notevolmente anche per quanto riguarda questa gamma di prodotti - afferma **Federico Levrieri** di **Kemper** -. È inevitabile che anche in questo settore stiamo assistendo a incrementi di costo percentuali a doppia cifra”.

L'impegno dei produttori è quello di calmierare gli aumenti dei prezzi ed evitare effetti inflazionistici ai danni dei consumatori. Ma la situa-

zione di incertezza, acuita dal conflitto in Ucraina, rende difficile qualsiasi previsione.

“Abbiamo forti partnership con i nostri fornitori - dichiara **Chiara Palazzetti** di **Palazzetti** - e il continuo dialogo con loro ci sta permettendo di riuscire a mantenere la continuità delle forniture. È comunque un momento molto complicato che ci vede molto impegnati ogni giorno”.

NEL 50% DEI CASI L'ACQUISTO DI UN BARBECUE VIENE EFFETTUATO IN UN CENTRO GIARDINAGGIO O UN DIY STORE, MA C'È SPAZIO ANCHE PER LE FERRAMENTA (19%) E LA GDO (14%). L'E-COMMERCE RAPPRESENTA MENO DEL 20% DELLE VENDITE TOTALI, ANCHE SE VA SOTTOLINEATA LA COSTANTE CRESCITA RISPETTO AL 6% DI CINQUE ANNI FA.

“Il lavoro svolto dal gruppo durante gli scorsi mesi ci consentirà di rispondere in maniera positiva alle richieste del primo trimestre del 2022 - confidano dall'ufficio marketing di **Pvg** -. La tendenza dei costi è tuttavia in aumento ed è verosimile pensare a un incremento dei prezzi. L'impegno della nostra azienda è comunque mirato a contenere al massimo le variazioni, così da limitare eventuali conseguenze negative sia sul *fisico* sia sull'*online*”.

Vince il negozio “fisico” ma l'e-commerce cresce

La maggior parte dei barbecue venduti in Italia viene veicolata dai negozi specializzati “fisici”. Nel 50% dei casi l'acquisto viene effettuato in un centro giardinaggio o un diy store, ma c'è spazio anche per le ferramenta (19%) e la Gdo (14%). L'e-commerce rappresenta meno del 20% delle vendite totali, anche se va sottolineata la costante crescita rispetto al 6% di cinque anni fa. Così come non dobbiamo sottovalutare che il primo *plus* dell'e-commerce è il prezzo basso, quindi una quota di mercato a valore del 17% genera maggiori vendite a volume.

Viene da domandarsi: il rapporto “umano” conta ancora all'atto dell'acquisto di un barbecue o il consumatore bada solo al prezzo?

“Il rapporto umano e il *toccare con mano* i prodotti contano eccome in questi anni - sostiene **Davide Apollonio** di **Ferraboli** -. I prodotti di medio/alto valore se non conosciuti e



TERCOMPOSTI

TRIPLU®



NUOVI
TERRICCI UNIVERSALI

+

CON ANCORA
PIÙ PROTEINE



I TERRICCI E CONCIMI AD ALTA PRESTAZIONE, PER TUTTE LE PIANTE

Una gamma completa di prodotti arricchiti con proteine, capaci di superare i tradizionali canoni dei terricci e concimi più diffusi e di rispondere ad ogni esigenza. Terricci ricchi di acidi fulvici e umici, sostanze organiche e amminoacidi ramificati di origine vegetale, estratti da materie prime d'eccellenza, svolgono un'attività nutritiva in grado di accelerare la funzione di sviluppo in modo del tutto naturale. Concimi arricchiti con tutti gli elementi utili a migliorare lo sviluppo radicale e fogliare, per una crescita sana e corretta di tutte le tipologie di piante, favorendo fioriture abbondanti, fruttificazione e colorazione dei frutti.

TERCOMPOSTI

TRIPLU®

Quello con le proteine.

www.terricciotriplu.it



replicati in serie richiedono esposizioni consone ed efficaci”.

“I punti vendita sono canali in cui è importante la versatilità del prodotto e una gamma varia - conferma **Chiara Palazzetti** di **Palazzetti** -, che possa accontentare tutte le diverse esigenze. In **Palazzetti** agevoliamo l'esposizione dei prodotti nei punti vendita e creiamo il materiale espositivo anche su misura per i clienti. Per noi è importante che i prodotti siano corredati di tutto ciò che serve per essere compresi al meglio”.

Va considerato infatti che **dietro la parola “barbecue” si cela una categoria di prodotto ampia e profonda**, che spazia dai modelli a gas più sofisticati e costosi fino ai barbecue per campeggio. Senza considerare le importazioni dall'estremo oriente, rese però ultimamente meno convenienti dai recenti aumenti dei trasporti via nave.

“È molto importante l'assistenza da parte di un rivenditore specializzato, specie sui barbecue di fascia alta - spiega **Federico Levrieri** di **Kemper** -. Per gli altri modelli,

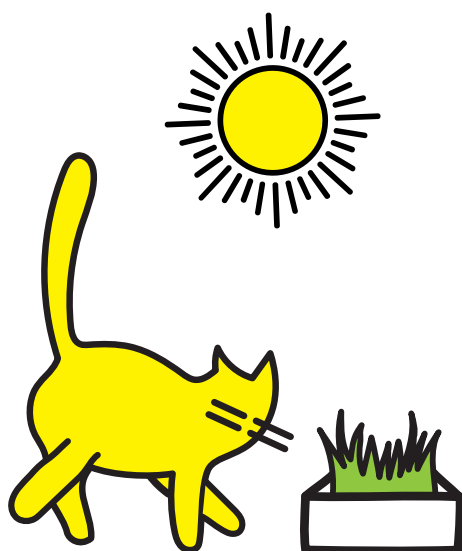
come i nostri portatili, sicuramente le vendite sono facilmente gestibili anche in altri modi”.

Quando parliamo di “e-commerce” non alludiamo soltanto ai grandi marketplace e ai pure players ma anche a tanti rivenditori specializzati “fisici” che, spinti anche dalla pandemia, stanno investendo nell'e-commerce o meglio nell'interazione della rete con i servizi offerti nel punto vendita in una logica omnicanale.

“**Pvg** ha fornito un supporto importante attraverso il canale online e tramite il servizio di *dropshipping*, il tutto in un rapporto di sinergia con i propri rivenditori - spiegano dall'ufficio marketing di **Pvg** -. Un'esperienza positiva, seppur nata in un contesto difficile, che è nostra intenzione mantenere, poiché ci ha permesso di rafforzare ancora di più le nostre collaborazioni. Riteniamo che tale scenario avrà anche in futuro un impatto importante sul comportamento dei consumatori che, grazie all'omnicanalità, potranno beneficiare di un'offerta di servizi ancora più completa”.



ERBA GATTA



SEMI DI LOIETTO



Per il benessere di stomaco ed intestino



Coltivabile direttamente nella sua confezione



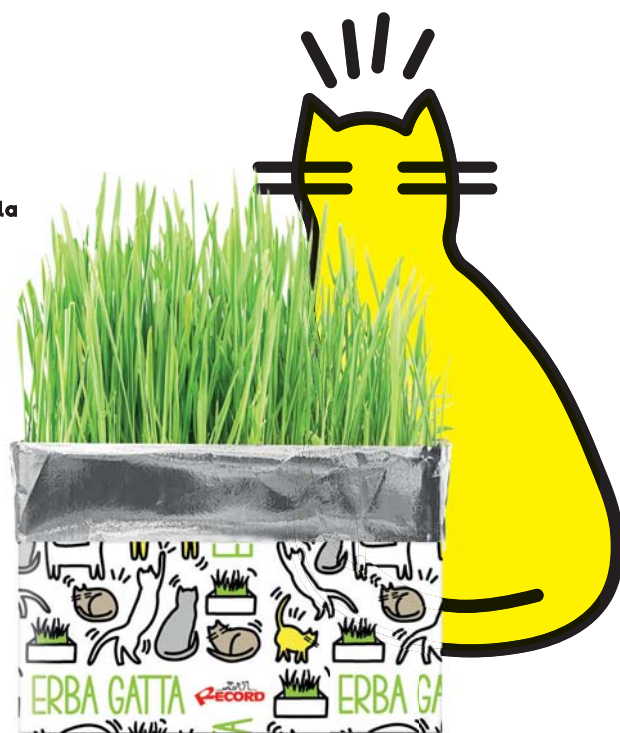
Rapida germinazione (circa 7 giorni)



Ricca di fibre e principi nutrizionali



Aiuta ad eliminare i boli di pelo



AVVOLGITUBO IPIERRE: INNAFFIARE È UNA PAROLA D'ORDINE

CON IMPUGNATURA IN METALLO



VIENI A TROVARCI
AL BUYER POINT 2022
nell'AREA CONSORZIO MADE4DIY



BUYER POINT
18ª EDIZIONE - 17-18 MAGGIO 2022 - EAST END STUDIOS - MILANO

Da **IPIERRE** un accessorio indispensabile per innaffiare con semplicità e tenere in ordine i giardini di piccole e medie dimensioni.

Carrello avvolgitubo **Black Cyber**, realizzato con **materiali di alta qualità**, l'avvolgitubo ha una **struttura in plastica con impugnatura in metallo** verniciato a polveri epossidiche.

Capacità: 50 m di tubo $\varnothing$ 1/2" o 35 m di tubo $\varnothing$ 5/8".

IPIERRE GARDEN è da sempre il tuo partner per la cura del giardino.

Scopri tutti i prodotti del nostro **ampio catalogo**, pensati per ogni esigenza della cura del verde.



IPIERRE SYSTEM SRL

Via Ca' di Mazzè 18 - 37134 Verona - Italy Tel. + 39 045 8750388 Fax + 39 045 9251091
info@ipierre.eu / www.ipierre.eu



IPIERRE
GARDEN

IL PAESE VERDE**Per un prato bello, sano e resistente**

Tra le novità del catalogo 2022 de **Il Paese Verde**, la **Linea Prato** è composta dai prodotti **Fertilgreen**, **Growing**, **Biogreen** e **Starter**. **Fertilgreen** è un concime ternario particolarmente ricco di azoto, in 3 diverse forme, per garantire una cessione rapida, intermedia e lenta di questo elemento basilare. Contiene inoltre fosforo, potassio, magnesio, zolfo e ferro, altrettanto importanti per lo sviluppo equilibrato dei vegetali. Un concime altrettanto valido è **Growing**, ricco di azoto a rapido e a lento rilascio, oltre che di fosforo, potassio, magnesio e zolfo. Per un prato biologico è consigliato scegliere **Biogreen**, prodotto di origine naturale organo-minerale, particolarmente adatto alle concimazioni autunnali. Infine, **Starter** è un concime specifico da usare al momento della semina, rigenerazione e posa del prato. Contiene azoto, potassio e molto fosforo altamente solubile, che determina lo sviluppo dell'apparato radicale creando le basi per un prato forte e ben nutrito.

➔ www.ilpaeseverde.it

**VERDEMAX****Nuova linea di abbigliamento per il gardening**

Tutti gli hobby all'aria aperta necessitano di un abbigliamento che non sia solo comodo, pratico e resistente, ma anche bello, curato e che permetta di identificarsi nella propria passione. Per questo **Verdemax** ha creato la nuova linea di abbigliamento **Out-Fit**, un modo elegante e pratico per vivere il giardino e gli spazi verdi. La linea completa **Out-Fit** unisce praticità, robustezza e comfort dei tessuti allo stile italiano, interpretando le esigenze degli appassionati del verde. **Ligustro – Technical Apron** è il grembiule più completo per tutte le esigenze. Realizzato con cotone pesante, è dotato di cinque tasche di cui una con zip ed è adattabile a qualsiasi esigenza di lavoro grazie ai molteplici accorgimenti pensati per tutti gli utensili di cui si può avere bisogno. Chiusura regolabile sulla schiena, per il massimo comfort e praticità.

➔ www.verdemax.it

**CIFO****Nuovo formulato con foglie di ortica per la difesa delle piante**

A completare i 13 prodotti e le 18 referenze della linea **Barriera Naturale** di **Cifo**, tutti a base di componenti vegetali e minerali e contraddistinti da nuovi packaging sostenibili, si aggiunge oggi anche **Cifotris Bio**. Si tratta di un formulato liquido pronto all'uso, consentito in agricoltura biologica, a base di macerato di foglie di ortica, sostanza naturale capace di attivare le difese naturali della pianta con una triplice azione: fungicida, insetticida e acaricida. Agisce nello specifico contro acari, insetti quali afidi, altica, tignola e carpocapsa e funghi quali alternaria, botrite, monilia, oidio e peronospora. Le foglie di ortica, infatti, sono ricche di acido formico, istamina e acetilcolina, composti contenuti nei peli fogliari (tricomi): queste sostanze irritanti sono sgradite ad alcuni insetti, dei quali paralizzano l'apparato nervoso e agiscono contro lo sviluppo di alcuni funghi patogeni. Il prodotto non è dannoso per l'uomo né tossico per gli animali e inoltre, essendo biodegradabile, non permane nell'ambiente.

➔ www.cifo.it

**TERAPLAST****Fioriera ecosostenibile Paros**

Forme morbide, finitura piacevolmente rigata, rispetto dell'ambiente: sono queste le caratteristiche di **Paros**, la fioriera ecosostenibile della linea **Insula** di **tera**, realizzata con plastica riciclata e riciclabile al 100%. La fioriera è disponibile in sei colori: *clay, white, black, forest, fog e sand*. Una *palette* che deriva direttamente dai rifiuti urbani riciclati: per questo, ogni sfumatura è unica. È dotata di riserva idrica con indicatore di livello, che consente all'acqua in eccesso di essere raccolta e trasferita nuovamente alla pianta quando questa ne ha bisogno. Resistente sia alle basse temperature che al caldo e ai raggi Uv, la fioriera ecosostenibile **Paros** è disponibile anche con un pratico supporto in metallo. In questa versione, denominata **Paros Kit**, la fioriera può essere appesa in maniera facile e sicura per conferire al balcone un tocco di colore e allegria. Tutti i prodotti **tera** sono certificati "Plastica Seconda Vita" da Ippr – Istituto per la Promozione delle Plastiche da Riciclo.

➔ www.teraitaly.com



ELHO

Nuova collezione Greensense Aqua Care

La collezione di vasi **Greensense** di **Elho** combina un elegante design industriale con una soluzione di auto irrigazione intelligente, che garantisce alle piante il supporto idrico necessario. Il serbatoio è facile da riempire e fornisce un'ampia riserva d'acqua, in modo che le piante sopravvivano alle calde estati o alle vacanze. È dotato inoltre di un pratico indicatore di livello che suggerisce quando è il momento di aggiungere altra acqua. Il misuratore indica infatti quando il livello dell'acqua è troppo basso e a quel punto non serve far altro che riempire il serbatoio e godersi le proprie piante. I vasi della gamma sono dotati di un tappo rimovibile, quindi sono adatti sia all'uso indoor che outdoor e facilmente trasportabili grazie alle ruote integrate. La linea **Greensense**, inoltre, è stata progettata pensando alla natura: è infatti realizzata al 100% con plastica riciclata, completamente riciclabile e prodotta sfruttando l'energia eolica delle turbine dell'azienda.

➤ www.elho.com/it



VIGORPLANT



Terriccio universale Dorater

Il **Terriccio Universale Dorater** è un terriccio professionale ideale per tutte le piante da giardino, orto, terrazzo e interno. Ottenuto dalla miscelazione di torbe di sfagno pregiate, humus di corteccia, Ecofibra e fibra di cocco, questo substrato consente di migliorare sia la capacità di scambio cationico che la nutrizione, aumentando la disponibilità degli elementi nutritivi e contrastando l'azione negativa dell'acqua irrigua in eccesso. La struttura e l'elevata porosità di **Dorater** assicurano un rapporto ottimale fra l'aerazione e la ritenzione idrica, favorendo una migliore crescita dell'apparato radicale. Per garantire un'ottima radicazione, **Dorater** è arricchito con una particolare combinazione di concimi a base di azoto, fosforo e potassio, così da garantire una spinta indispensabile all'apparato radicale della pianta.

➤ www.vigorplant.com

ACTIVA

Il piacere di stare all'aperto con Mini Halo

I device **Mini Halo** di **Thermacell** sono progettati per combattere le zanzare e pensati per un utilizzo facile e intuitivo. È garantita una protezione totale di 21 mq, grazie all'effetto repellente dovuto alla piastrina insetticida inserita nel device. Il dispositivo va azionato almeno 10 minuti prima di soggiornare all'esterno per consentire il raggiungimento della corretta temperatura di esercizio della piastrina insetticida.

Mini Halo deve essere utilizzato all'esterno e permette alle persone che amano stare all'aperto di godere del proprio relax nelle stagioni più calde senza l'incubo delle zanzare. **Mini Halo** è proposto in 7 colori con un design moderno e accattivante. I prodotti **Thermacell** sono presenti nei garden più prestigiosi, nei negozi dedicati all'outdoor, nelle più importanti catene Diy e nelle ferramenta. Contro le zanzare all'aperto: *Turn it on... Mosquitoes Gone!*

➤ www.thermacell.it



PALAZZETTI

Barbecue da giardino con forno a legna

Il barbecue **Gargano** è dotato di forno a legna Easy Medium in refrattario con vano interno della misura di 77x65 cm, piano di cottura forno idoneo al contatto con gli alimenti conforme ai regolamenti comunitari e portina del forno in acciaio inox con pratico termometro e maniglia antiscottatura di serie. Il focolare rinforzato da doppia parete ad alto tenore di allumina con ventilazione posteriore garantisce una maggiore resistenza al fuoco intenso della legna anche con utilizzi frequenti. L'area grill è dotata di piano fuoco in refrattario e materassino isolante. Il cassetto cenere con sistema **Fast-Fire**

Box per la circolazione d'aria migliora la combustione e facilita la pulizia a fuoco spento. Braciore portalegna in metallo verniciato, sottocappa metallica che protegge dal calore dei fumi di combustione, griglia cottura Bio in acciaio inox 76x37 cm con manici in bachelite, piano di lavoro in Marmotech levigato effetto granito rosso o grigio e pratici vani porta-oggetti richiudibili con antine.

➤ www.palazzetti.it

new line

VERDEVIVO

Per un tripudio di fiori rapido e naturale

La gamma di prodotti **Verdevivo**, totally bio con basi di origine vegetale, copre in modo completo tutte le principali esigenze di protezione di piante verdi, fiorite, orti e frutteti. Il biopromotore **Harmonia Gerani e Pianta Fiorite** è stato studiato per assecondare uno sviluppo sano, rigoglioso e veloce dei gerani e delle piante da fiore, siano esse in vaso o piantate direttamente in terra. La sua origine totalmente vegetale e il formulato di nuova generazione permettono ai principi attivi di essere assorbiti in modo rapido ed efficace dalla pianta, che reagisce regalando un'appagante esplosione di colori. In poco tempo le piante debilitate, o con fogliame ingiallito, ritrovano vigore, equilibrio e robustezza. Il biopromotore fortificante **Harmonia Gerani e Pianta Fiorite**, in formulazione liquida super concentrata, facilita l'attività metabolica delle piante verdi che diventano, nel tempo, sempre più forti e capaci di contrastare gli stati di affaticamento causati da gelate invernali o da stress idrici.

➔ www.verdevivo.bio



EUROEQUIPE



Il tubo che si allunga fino a 3 volte

Tubi da giardino leggeri, pratici e che garantiscano qualità e resistenza? **It's Magic Blue Hose** di **Idroeasy** risponde pienamente a queste esigenze. Sotto la sua pelle rinforzata infatti si nasconde una struttura innovativa che si allunga con la sola pressione dell'acqua fino a tre volte la sua lunghezza originaria. Alla chiusura dell'acqua il tubo si svuota e riprende la sua forma originale senza alcuna deformazione. È munito di 2 raccordi e una lancia a 6 funzioni compatibili con tutti gli accessori in commercio dotati di sistema a sgancio rapido da giardino. Come tutti i tubi da giardino **Idroeasy**, **It's Magic Blue Hose** è completamente atossico, perché realizzato in Italia con materie prime vergini che non rilasciano inquinanti al passaggio dell'acqua. È leggero e grazie alla sua particolare struttura resiste alle pieghe e alla torsione. È inoltre compatto e facile da riporre perché munito di comoda borsetta multiuso in plastica.

➔ www.idroeasy.com

TERCOMPOSTI

Terricci Bio in confezione "apri e chiudi"

Grandi novità in **Tercomposti**, che con l'arrivo della primavera 2022 lancia la gamma **Tercomposti Pocket**, composta da 3 terricci pronti all'uso (per orchidee, per bonsai e per piante grasse), presentati nel pratico formato da 1,5 Lt in confezione *doypack* "resta in piedi", con zip "apri e chiudi". La confezione "salva freschezza" dei terricci è quindi facile da riporre se non viene utilizzata interamente. Le miscele sono consentite in agricoltura biologica e la loro confezione deriva da plastiche riciclate. Il terriccio **Pocket Per Orchidee** è altamente poroso e stabile, con ridotta ritenzione idrica per non provocare fenomeni di ristagno e marciumi radicali. Il terriccio **Pocket Per Bonsai** ha una formulazione che garantisce un ottimo drenaggio e un alto livello di aerazione. Il terriccio **Pocket Per Pianta Grasse** è un prodotto altamente drenante adeguato a tutte le varietà di piante cactacee e succulente che accumulano acqua nei loro tessuti e la utilizzano nei periodi di siccità.

➔ www.tercomposti.com



GARDENA

Eco Line, la gamma sostenibile per i lavori in giardino

Gardena, da sempre attenta al tema della sostenibilità, quest'anno presenta la nuova linea di prodotti **Eco Line**, a riconferma del suo impegno per l'ambiente e della qualità sostenibile dei suoi prodotti. La gamma di prodotti comprende un set base per l'irrigazione (1 presa rubinetto con adattatore, 1 raccordo rapido, 1 raccordo acqua-stop e 1 lancia), una lancia a doccia a impulsi dal design ergonomico e funzionale, un irrigatore oscillante, 3 attrezzi manuali (trapiantatore, estirpatore e raschietto, realizzati con oltre l'85% di plastica riciclata ed elementi in legno di faggio certificato Fsc all'estremità del manico) e un paio di forbici da giardino. Gli imballaggi della gamma sono realizzati in cartone riciclato e riciclabile al 100% e sono stampati con inchiostro a base d'acqua. Gli attrezzi **Eco Line** per l'irrigazione sono perfettamente compatibili con tutti i prodotti della linea **Original Gardena System** di **Gardena**.

➔ www.gardena.com

Opera: la linea di vasi di design firmata Stefanplast

OPERA
garden collection



Opera è la collezione di vasi e balconette di **Stefanplast**. Una linea che si distingue per contrasti eleganti e design ricercato, che uniti all'innovazione di prodotto brevettata, la bi-iniezione, offrono una proposta unica. Lo stile naturale di Cloe si conferma un *trend* molto richiesto e dal suo successo è nato il nuovo decoro: **Gaia**.

Una linea che sposa la **raffinatezza del disegno floreale**, il segreto per una perfetta armonia. Un prodotto garden che spicca per colori moderni, di tendenza, che si abbinano a diversi stili, classico, moderno o *shabby chic*, per un arredo indoor e outdoor.

La gamma **Opera** rispecchia la qualità del marchio **Stefanplast** che combina al gusto e al design tutta la praticità di un vaso resistente, durevole nel tempo, disponibile in varie misure e dalla utilissima riserva d'acqua. Un prodotto tutto *made in Italy*.



PER INFORMAZIONI:
➔ www.stefanplast.it

new line

COMPO

Nuova linea per piante verdi

Compo lancia la gamma **Piante Verdi** per soddisfare la richiesta sempre maggiore da parte dei consumatori.

Compo Sana Terriccio per Piante Verdi garantisce una crescita sana, rigogliosa e una colorazione intensa delle foglie di piante verdi e ornamentali. Crescita rigogliosa garantita anche da **Compo Concime in bastoncini per Piante Verdi**, pensato per chi non riesce a dedicare troppo tempo alla cura delle piante. **Compo Nutimento in Gocce per Piante Verdi** garantisce invece un rilascio graduale di sali minerali e un'efficacia fino a un mese, senza paura di sbagliare dosaggio. Per fornire forza e vigore alle foglie mantenendo un colore verde brillante, **Compo Concime Liquido per Piante Verdi** è il *top seller* di gamma, che promuove la produzione di clorofilla, prevenendo ingiallimenti fogliari. Per una rapida rigenerazione a seguito di carenze nutrizionali **Compo Rinverdente Fogliare** ha un effetto purificante e antipolvere. Completa la gamma **Compo Lucidante Fogliare**, che assicura lucentezza alle foglie, eliminando polvere e macchie d'acqua calcarea o ferrosa.

➤ www.compo-hobby.it



NICOLI

Decò mette l'accento sulle piante

Decò di Nicoli è il sistema innovativo ed elegante di vasi con riserva d'acqua che permette alle piante di avere l'ottimale apporto idrico adatto alla loro crescita. Il kit è composto da un sistema a riserva d'acqua, due vasi di diametro 14 cm e due vasi di diametro 10 cm con relativi adattatori per essere utilizzato in diverse configurazioni, quindi è adatto a moltissime varietà di piante. È stato realizzato utilizzando polipropilene riciclato 2ndlife proveniente sia da rifiuto domestico sia industriale attraverso lo stampaggio a iniezione alimentato da fonti rinnovabili, quindi è un prodotto altamente sostenibile ed ecologico. Si lava facilmente senza detersivi ed è 100% atossico e riciclabile, per cui alla fine del suo ciclo di vita potrà diventare un nuovo vaso o qualcos'altro. **Decò** è perfetto in cucina per avere sempre a portata di mano gli aromi freschi, ma anche sul davanzale per le piante da interno oppure in terrazzo o in giardino per quelle da esterno.

➤ www.nicoli.com



COPYR

Concimi innovativi per il benessere delle piante

La linea **Fortyl** by **Copyr** nasce per rispondere alle esigenze degli appassionati del verde e permettere loro di nutrire le piante in modo equilibrato e sostenibile con concimi completi e specifici, naturali e biologici, efficaci e di facile impiego. La linea comprende concimi specifici dedicati alle acidofile, agli agrumi, alle fragole e ai frutti di bosco, ai gerani e alle piante fiorite, al mantenimento di prato e giardino, alle orchidee, all'orto-frutta, alle piante verdi e da appartamento e alla semina e rigenerazione del prato. I concimi **Fragole e Frutti di Bosco** e **Orto-Frutta** sono ammessi in agricoltura biologica. A seconda della tipologia di uso, alcuni prodotti sono disponibili sia in formulazione liquida che granulare. Tutti i prodotti della linea **Fortyl** by **Copyr** sono efficaci anche a bassi dosaggi, sostenibili senza spreco di prodotto, facili da usare e sicuri sia per uso professionale che hobbistico.

➤ www.fortyl.it



FITT

Tubo compatto e leggero per usi intensivi

Fitt Force è l'innovativo tubo da giardino privo di Pvc per usi intensivi, 2 volte più leggero e 3 volte più compatto di un tubo tradizionale, adatto anche all'uso con carrello. **Fitt Force** si presenta piatto a riposo, per poi assumere la classica forma cilindrica durante l'utilizzo. Quando il flusso dell'acqua viene interrotto, **Fitt Force** ritorna alla dimensione di partenza e risulta così nuovamente maneggevole, compatto e pratico da riporre. Il prodotto è frutto di due tecnologie innovative: Hd-Tech, che garantisce altissima resistenza all'abrasione e alle forature, e maglia Nts, che assicura flessibilità, maneggevolezza e un flusso d'acqua continuo grazie all'assenza di nodi e torsioni. A partire dal 2024 tutti i prodotti della linea **Fitt Force** saranno totalmente compensati per quanto riguarda le emissioni di CO₂ e quindi *carbon neutral*.

➤ www.fitt.com



Pagano Fiori: esperienza e innovazione

Pagano Fiori, forte di uno staff giovane che si avvale comunque di una lunga esperienza nel comparto floricolo e non solo, oltre che di una efficiente organizzazione, continua a rappresentare al meglio la tradizione e la qualità dei prodotti florovivaistici pugliesi. Tra i tanti prodotti, **Pagano Fiori** offre un'ampia gamma di piante da interno, da balcone, da giardino e da orto, oltre che produzioni tematiche consigliate per le grandi occasioni. Per quanto riguarda i servizi, l'azienda pugliese si mette a disposizione per la gestione degli spazi nel comparto garden, per fornire materiale di supporto espositivo e pubblicitario e per la distribuzione su tutto il territorio nazionale, con diverse consegne a settimana. Inoltre, a partire dal 2022 sono stati attivati diversi **nuovi servizi**, come la **piattaforma di e-commerce in drop shipping** per i clienti che desiderano vendere le piante online.

Il valore aggiunto delle piante

Il **laboratorio artigianale di Pagano Fiori** propone la nuova linea di **terrarium** e di varie creazioni riconosciute sotto il marchio "**IdeAmo, il tuo mondo**", che si distinguono per qualità e offrono una visione diversa del prodotto. Nessun particolare è stato trascurato o lasciato al caso: la pianta è inserita in elementi (vasi e ciotole in vetro, legno, ceramiche, ecc.) di design in linea con le tendenze del momento e con i nuovi **trend** che il mercato richiede, arricchendosi di **packaging particolari** per presentare le piante anche in confezioni regalo. Uno degli obiettivi dell'azienda è far percepire al cliente la pianta come parte integrante dell'arredamento, che si pone come alternativa valida e naturale rispetto ad altri prodotti presenti nelle aree di vendita, offrendo valore aggiunto al reparto. Un'altra leva per incentivare le vendite può essere l'accento sulle capacità assorbenti di elementi nocivi da parte di determinate piante d'appartamento, o sullo stimolo del benessere psichico e fisico incentivato dalla presenza di piante sul posto di lavoro.



Tutti i materiali utilizzati dal laboratorio provengono dal reparto **Cama Home** (www.shopcamahome.it), che vanta un'esperienza ultra trentennale nel settore. A **Pagano Fiori** si guarda con attenzione al presente e ci si proietta nel futuro con nuove proposte commerciali e produttive.

PER INFORMAZIONI:

➤ www.paganofiori.com
➤ www.shopcamahome.it



Finalmente ci siamo! Dopo due anni di attesa forzata, siamo felicissimi di dare il via alla 18esima edizione di Buyer Point, ma soprattutto siamo entusiasti di poter tornare a incontrarvi, e a farvi incontrare, tutti insieme di persona.

Dopo 3 anni di assenza finalmente si aprono le porte per la 18esima edizione di **Buyer Point**, un evento importantissimo per la nostra azienda, che negli anni ci è sempre piaciuto definire come “un momento di incontro”.

E proprio il fatto di tornare a incontrarsi sembra mettere un punto a quello che è successo in questi ultimi due anni, fatti di *video call*, distanziamento sociale e spostamenti ridotti all'osso. Naturalmente l'emergenza non è finita e anche **Buyer Point** ha dovuto (giustamente) in parte adattarsi alle esigenze dettate dal Covid, ma la presenza di un grande numero di aziende e di buyer, molti dei quali provenienti anche dall'estero, è un bel segnale per il morale di tutti.

Ringraziamo tutte le persone che hanno continuato a credere nella realizzazione di **Buyer Point** quando nei mesi invernali sembrava a rischio anche l'edizione di quest'anno, tutte quelle persone che dicevano “se lo fate, io ci sono”, ringraziamo chi ha deciso di prenotare un aereo a febbraio, rischiando di investire a vuoto in una prenotazione, ringraziamo chi ha deciso di partecipare quando la situazione è migliorata, chiamandoci subito per domandarci “sono ancora in tempo?”.

Tre anni fa avremmo scritto che il focus è sulla Francia, con la presenza di diverse realtà tra le più in vista di un mercato tra i più importanti, che oltre 150 aziende hanno deciso di partecipare con uno stand, che la distribuzione italiana

ha risposto “presente” pressoché all'unanimità. Tutte affermazioni vere anche oggi e che ci fanno presagire un'edizione di successo, ma che passano in secondo piano rispetto alla soddisfazione di tornare ad incontrarsi.

Purtroppo di questa normalità non faranno parte i tanti visitatori che nel 2019 erano giunti dall'Ucraina. Per ovvi motivi quest'anno non potranno essere presenti, anche se in questi giorni molti buyer ci hanno scritto per comunicarci che presto torneranno operativi e che vogliono ricominciare a lavorare. Naturalmente speriamo con tutto il cuore di poterli incontrare al più presto, in un mondo che sia tornato il più normale possibile anche a quelle latitudini.

alfer[®]
aluminium

Organizzazione e sistemazione



I giusti ganci permettono di assegnare a ogni cosa il suo posto sia negli ambienti interni che all'esterno. Che si tratti di giardini, garage, cantine o soffitte, ogni cosa è sistemata in maniera sicura. I gommini presenti sui ganci garantiscono che niente possa graffiarsi. I ganci della serie **coaxis** sono disponibili in alluminio o in acciaio zincato.

Il gancio portautensili **x-star** è disponibile per il montaggio a parete e per il profilo **coaxis**:

Stabilità eccezionale a carico elevato (portata fino a 40 kg)
Supporto ottimale grazie alla molla di richiamo integrata e alle pinze parallele
Combinabile con i profili del sistema **coaxis**

alfer Italia SRL
Via Cavour 23/C
IT-39100 Bolzano

Tel.: +39 0432/88 14 23
Fax: +39 0432/88 23 15
E-Mail: info.it@alfer.com

www.alfer.com



GOLDEN SPONSOR

STAND D16-E15

18° EDIZIONE

BUYER POINT

17 - 18
MAGGIO 2022

ORPHEA®

LA LINEA COMPLETA CHE PROTEGGE DELICATAMENTE
ADULTI E BAMBINI DALLE ZANZARE



SCOPRI DI PIÙ SU WWW.ORPHEA.IT

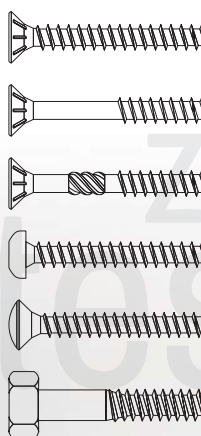
www.buyerpoint.it

GOLDEN SPONSOR

Tecfi
Sistemi di Fissaggio

certezze
per
lavorare
bene

PIÙ DI 1.000 VITI IN ACCIAIO E IN ACCIAIO INOX PER CARPENTERIA IN LEGNO CERTIFICATE CE



- ▶ Certificazione CE secondo EN 14592
- ▶ Filetto brevettato per una rapida e sicura installazione anche nei legni più duri e con maggiore prossimità ai bordi
- ▶ Finiture: zincate
zincate gialle "Tipo Gold - Esente da CrVI"
zincate nere
bronzate
ottonate
- ▶ Testa svasata, testa cilindrica, testa a goccia di sego, testa esagonale con filetto totale o filetto parziale
- ▶ Ampissima gamma: da $\varnothing 2,5$ a $\varnothing 12$ mm



Tecfi S.p.A. | S.S. Appia km.193
www.tecfi.it | 81050 - Pastorano (CE) - ITALY
ph. (+39) 0823 88 33 38 | info@tecfi.it
fax (+39) 0823 88 32 60 | sales@tecfi.it

seguici su:



GOLDEN SPONSOR

STAND D4

18° EDIZIONE

BUYER POINT...

17 - 18
MAGGIO **2022**

THERMACELL®

CONTRO LE ZANZARE

PER USO ESTERNO

PROTEZIONE
TOTALE
21m²



Riscopri il
piacere di stare
all'aperto



ACTIVA

Activa srl - 20132 Milano - Italy - Via Feltre, 32 - Tel. +39 02 706 37 301 r.a. - Fax +39 02 706 37 228 - info@no-flyzone.net - www.thermacell.it

www.buyerpoint.it

ESPOSITORE

18° EDIZIONE

BUYER POINT...

17 - 18
MAGGIO **2022**

STAND **A12**



Alla base
di un mondo
più verde.



u labintor.net

Coltivare la passione per l'orticoltura e il giardinaggio è sempre di più un modo per costruire un futuro Sostenibile. Un'idea di futuro che noi di BLUMEN Group sosteniamo con la forza dei nostri 100 anni di esperienza e la solidità di una ricerca costante al fianco degli **agricoltori professionisti** e degli **hobbisti** con il pollice verde.



ESPOSITORE

www.buyerpoint.it

STAND D12

18° EDIZIONE

BUYER POINT

17 - 18
MAGGIO **2022**



**VIENI A SCOPRIRE
IL CONCEPT
BRICO GARDEN
DI FLORATOSCANA**

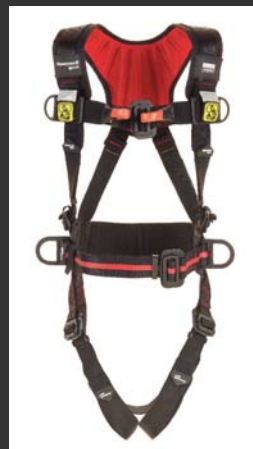


www.floratoscana.it

www.buyerpoint.it

ESPOSITORE

HONEYWELL DPI **PRODUTTORI DI DPI** **DALLA TESTA AI PIEDI**



Honeywell

STAND **E8-F7**

18° EDIZIONE

BUYER POINT...

17 - 18
MAGGIO **2022**



**OLTRE 70 ANNI
DI ESPERIENZA
IN SINERGIA
CON IL MERCATO**

vithal



ROSTAING
TALENTS IN HANDS

FACCO



fuoridiverde.it

Ital-Agro srl - Via V. Veneto, 81 - 26857 Salerano sul Lambro (LO) - info@ital-agro.it

www.buyerpoint.it

ESPOSITORE

18° EDIZIONE

BUYER POINT

17 - 18
MAGGIO **2022**

STAND **S14**



www.buyerpoint.it

ESPOSITORE

STAND B13

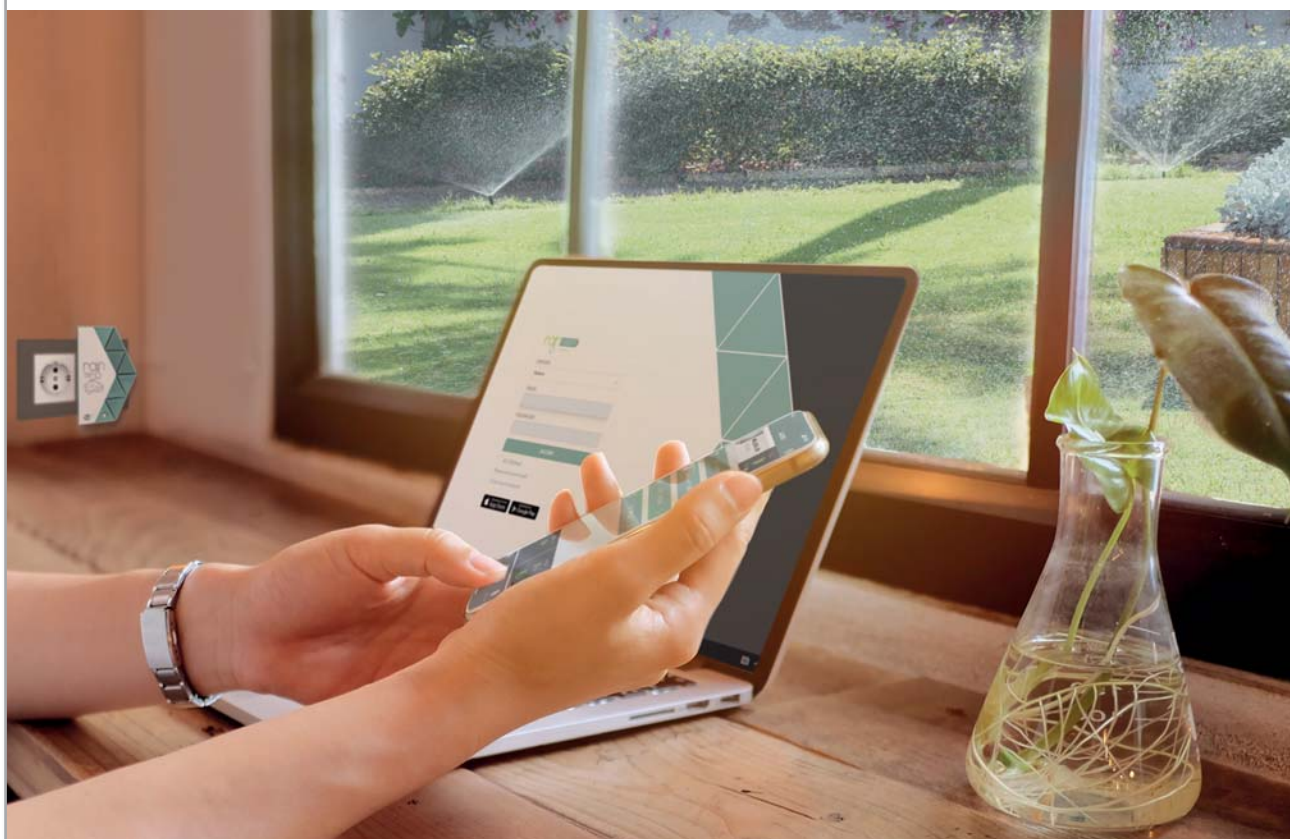
18° EDIZIONE

BUYER POINT

17 - 18
MAGGIO 2022



vision
smart irrigation



Il futuro dell'irrigazione è sostenibile e Smart.

CONNESSO & AUTO-RICARICABILE

Il nuovo Sistema d'Irrigazione Sostenibile, Energicamente Indipendente, e Connesso.
Bassi costi di manutenzione, gestione da remoto 24/7 da tutto il mondo.
Disegnato e prodotto in Italia.



RainHOME
Irrigation



Rain
Irrigation PRO



RainHOME
Irrigation

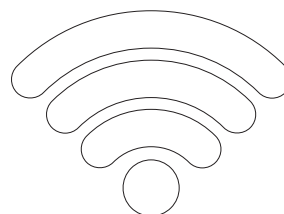


RainHOME
Irrigation



Rain S.p.A.

www.rain.it



www.buyerpoint.it

ESPOSITORE

Rialto

Arredo casa sostenibile made in Italy

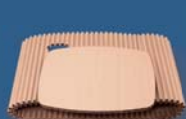
Rialto è una linea di accessori per la casa realizzati con una nuova tecnologia di ondulazione di materiali ecologici quali carte riciclate certificate FSC® e PEFC®, feltri e pelli derivate dalla filiera del riciclo.

Una linea di oggetti che comprendono contenitori, ceste, cestini, lampade, centrotavola e altro ancora.

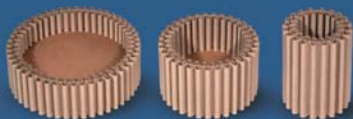
Sono disponibili in tre colorazioni: bianco, nero e avana per intonarsi con qualsiasi tipo di arredamento..

**Rialto**

Arredo casa sostenibile made in Italy



Non occupa spazio



Centrotavola e svuotatasche



Pouf contenitore



Ceste e cestini

Prodotto distribuito da:

Errebi SRL

Corso Buenos Aires, 64 - MI

Per maggiori informazioni visitate il sito:
www.rialto.design - email: sales@rialto.design
 oppure telefonate allo: 02 - 354.87.24

ESPOSITORE

STAND S4

18° EDIZIONE

BUYER POINT

17 - 18
MAGGIO **2022**



sochef 

Il sapore è semplice!

Per gli amanti della
cucina all'aria aperta
Golosone4

www.sochef.it - info@sochef.it

www.buyerpoint.it

ESPOSITORE

18° EDIZIONE

BUYER POINT...

17 - 18
MAGGIO **2022**

STAND S5



TRAMEX^{INT.}

L'arte degli ombrelloni

Disegnati in Europa con stile, prodotti in Cina con passione.



LO SPECIALISTA

Ideiamo, disegniamo e produciamo ombrelloni di design, in collaborazione con professionisti da tutto il mondo.

Guidati da un'inesauribile curiosità e da oltre 20 anni di esperienza, siamo alla costante ricerca di nuove tendenze ed opportunità per soddisfare le esigenze e le aspettative dei nostri clienti. I nostri ombrelloni sono una sintesi di design, qualità ed eccellenza a prezzi estremamente competitivi.

Siamo Tramex International, grandi virtuosi dell'unica arte che ci interessa: l'arte degli ombrelloni.

CONTATTACI

info@tramex-international.com

<https://tramex-international.com>

Prestige

 **NOVASUN[®]**
The shading solution

 **TRIFON**

www.buyerpoint.it

ESPOSITORE

STAND L3

18° EDIZIONE

BUYER POINT

17 - 18
MAGGIO **2022**



**Specialisti dell'ingrosso.
Attenti a ogni dettaglio.**

VARESE
Gardening

Il punto di riferimento per i professionisti del gardening.

Varese Gardening è al servizio dei rivenditori e dei professionisti del gardening della Provincia di Varese e delle aree limitrofe di Lombardia, Piemonte e del Canton Ticino.

Un'attività che rappresenta l'espressione di una visione innovatrice, frutto di un'esperienza trentennale sul territorio.

Varese Gardening propone un'offerta di prodotti e servizi dedicati a fioristi, giardinieri, ferramenta, agrarie, garden center, architetti e professionisti, disponendo di un'area di stoccaggio di 5.000 mq, dei quali 2.000 mq coperti.

Varese Gardening ha selezionato in esclusiva per l'Italia delle linee all'avanguardia, tra cui i dissuasori elettronici per topi e altri animali del brand svedese Silverline ed i concimi e le specialità per l'orticoltura, il giardino, il fuoco e la decorazione del marchio spagnolo Flower.

VARESE
Gardening

Varese Gardening Srl
Via A. Volta, 12 - 21040 Lozza (VA)
Tel. +39.0332.812067
info@varesegardening.it
www.varesegardening.it

www.buyerpoint.it

ESPOSITORE

18° EDIZIONE

BUYER POINT...

17 - 18
MAGGIO **2022**

STAND D11

ZETA R

*Senza Installazione
del filo perimetrale*

Intelligenza Artificiale

Radar
per Rilevamento Ostacoli

Riconoscimento Erba



AMBROGIO
ROBOT
IL ROBOT RASAERBA

SCOPRI DI
PIU' SU



www.buyerpoint.it

ESPOSITORE

Terricci & Substrati



la qualità professionale per chi ama le piante