

greenline

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

 GREENRETAIL.it

FILIALE DI MILANO - €1,55
Anno XVII N° 121/2023_marzo

TERCOMPOSTI

TRIPLO

WWW.TERCOMPOSTI.COM



LA NUOVA LINEA
COMPLETA DI SUBSTRATI
UNIVERSALI E SPECIFICI

I MIGLIORI RIVENDITORI
D'ITALIA HANNO SCELTO
TERCOMPOSTI-TRIPLO

TERCOMPOSTI

TRIPLU®

AD OGNI PIANTA LA GIUSTA QUANTITÀ DI TERRICCO



- ▶ FORMATO SALVA SPAZIO DA 1,5 L
- ▶ SACCHETTO SALVA FRESCHEZZA CON ZIP APRI E CHIUDI
- ▶ CONFEZIONE CON PLASTICA RICICLATA



SCOPRI TUTTA LA LINEA DI TERRICCI SPECIFICI POCKET

- ▶ PIANTE GRASSE
- ▶ BONSAI
- ▶ ORCHIDEE
- ▶ PEPERONCINI
- ▶ PIANTE AROMATICHE



WWW.TERCOMPOSTI.COM



greenline



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



GREENRETAIL.it

FILIALE DI MILANO - € 1,55

Anno XVII N° 121/2023_marzo

L'Europa del verde nel 2022

Il mercato europeo del giardinaggio ha diminuito il giro d'affari dell'1,2% nel 2022, ma i volumi sono scesi del 5,8%.
Ne abbiamo parlato con Ivano Garavaglia di GfK Italia.



_Ital-Agro Vithal Expert

Incontro con Ivan Podeschi

_Interviste

Maria Cucci ci parla dei 50 anni di Telcom

_Vasi per il giardinaggio

Analizziamo il mercato con 9 aziende leader

_Sbm Life Science

Intervista con Ferdinando Quarantelli

La nostra offerta sta cambiando radicalmente:
sempre più vicina ad un'impronta green
che contribuisce alla salvaguardia
del nostro pianeta.

Prodotti BIO con materie prime di origine
naturale e confezioni di seconda vita.



QUALITÀ
DI SEMPRE MA PIÙ
SOSTENIBILE



COMPO-HOBBY.IT



AMORE PER I VASI,
PASSIONE PER IL VERDE

www.erbasrl.it





INSETTI

FUNGI

MALERBE

SPECIALTIES

Finalmente un linea di prodotti per la cura delle piante, di libera vendita, testata dai professionisti dell'agricoltura. Massima efficacia di risultato a basso impatto ambientale, nel pieno rispetto per l'ambiente.



VERDEVIVO

Prodotti di origine totalmente naturale
**EFFICACIA APPROVATA
DALLA NATURA**

VERDEVIVO.BIO

NATURALMENTE BIO! NATURALMENTE ECOLOGICO!



La gamma Bio è stata allargata con nuovi prodotti!

Questi sono i terricci, della Floragard Vertriebs-GmbH, utilizzabili in agricoltura biologica. Con questo nuovo approccio prodotto, innovate nel vostro punto di vendita e richiamate l'attenzione dei vostri clienti. Che sia a l'interno o all'esterno, per le piante ornamentali, le piante legnose e le piante acidofile, per le piante aromatiche e piante da orto, per il prato e per le orchidee. Con questi terricci unici dal punto di vista visivo e tecnico, andate a scoprire tutti i settori d'applicazione del giardinaggio vicino alla natura. Il frutto della lunga esperienza della Floragard Vertriebs-GmbH (da oltre 100 anni) nel settore ortoflorovivaismo che ha permesso questo sviluppo. Con il nuovo concime vegetale Flora Veggie-Power, rispondiamo alle esigenze del giardinaggio ecologico. Grazie al nostro lavoro di ricerche, assicuriamo che le nostre miscele utilizzabile in agricoltura biologica procurano una crescita sana, e fioritura abbondante ed un gusto saporito.



09 Opinioni

In un mondo phygital i negozi "fisici" sono obbligati all'omnicanalità
di Paolo Milani

Progetti e zona rossa
di Paolo Montagnini

18 Buyer Point 2023

Aperte le richieste di appuntamento!

27 In primo piano

- ➔ Macchine da giardino: nel 2022 vendite tornate ai livelli pre Covid
- ➔ Rosàfor di Vicenza vince il Premio Gardenia-Aicg 2023
- ➔ Claber è entrata nel Gruppo Fitt
- ➔ Aosom semplifica l'import dalla Cina
- ➔ Gs1 Italy: come "parla" il pack degli alimenti per cani e gatti
- ➔ Assofloro aumenta la presenza sul territorio

32 Innovazione



10 Coverstory

L'Europa del verde nel 2022

Il mercato europeo del giardinaggio ha diminuito il giro d'affari dell'1,2% ma i volumi sono scesi del 5,8%. Eppure la primavera 2022 ha registrato vendite da record. Ne abbiamo parlato con Ivano Garavaglia, Head of Retail di GfK Italia.

di Paolo Milani

18



27



32



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 1/1/2022 - 31/12/2022

Periodicità: **bimestrale**
Tiratura media: **4.200 copie**
Diffusione media: **4.150 copie**
Certificazione CSST n° 2022-6577 del 20/2/2023
Società di revisione: REFIMI

CSST CERTIFICAZIONE EDITORIA SPECIALIZZATA E TECNICA

MEMBERSHIP OF THE IFAI

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

- 34** Sbm Life Science/La cura del verde per Sbm
di Paolo Milani
- 38** Christmasworld/Gran ritorno a Francoforte
a cura della redazione
- 42** Telcom/I 50 anni di Telcom
di Paolo Milani
- 46** Ital-Agro/Ital-Agro lancia Vithal Expert
di Paolo Milani
- 50** Brunnen Industrie/Brunnen accende l'ambiente
di Marco Ugliano

Living

- 54** Viva Magenta!
di Martina Speciani

Trade Marketing

- 56** Facebook reputation/I garden da 5 stelle
di Paolo Milani
- 64** analisi vasi/Ritorno alla normalità nel 2022
a cura della redazione

Category

- 72** Newline
- 77** Big Line Leonessa Vivai/I nuovi colori (e gusti!)
di Leonessa Vivai
- 79** Big Line Pvg/Qlima, specialista del comfort fuori
e dentro casa



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

42



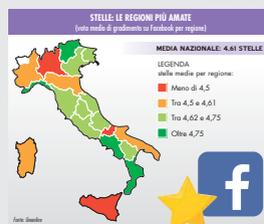
46



54



56



64



inserzionisti

ALFE
ARCHMAN
ARENA VIVAI
BAMA
BAVICCHI
BLUMEN
BONFANTE
BRUNNEN INDUSTRIE
COMPO
COPYR
ERBA
EUROTERRIFLORA
FERRARI GROUP
FLORAGARD
FLORINFO
GIEFFE
GREENPROF
HOZELOCK
IDEL
IL PAESEVERDE
ITAL-AGRO
KOLLANT
LEONESSA VIVAI
LOSA LEGNAMI
ORG. ORLANDELLI
PAGANO FIORI
RAIN
SBM LIFE SCIENCE
SDD SEMENTI DOTTO
TECFI
TERAPLAST
TERCOMPOSTI
TERFLOR
VEBI
VERDEMAX
VERDI
ZAPI



tera®



Diamo alla
plastica
una nuova
vita

 **plastica**
seconda vita

Tera® utilizza **plastica riciclata da raccolta differenziata** per la produzione dei suoi articoli, ed è certificata **Plastica Seconda Vita** dall'Istituto per la Promozione delle Plastiche da Riciclo.



www.teraitaly.com



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

di Paolo Milani

In un mondo phygital i negozi "fisici" sono obbligati all'omnicanalità



In tutti gli incontri e convegni dedicati al commercio specializzato appare in tutta evidenza come l'evoluzione digitale abbia profondamente mutato lo scenario distributivo, con più rischi che vantaggi per i negozi "fisici".

Cambiano soprattutto gli attori: negli anni Ottanta i centri giardinaggio erano spaventati dai nascenti centri bricolage, ma oggi assistiamo a una totale disarticolazione della

filiera. Dopo l'avvento degli e-shop multinazionali, oggi si stanno sviluppando i marketplace in cui chiunque vende ovunque, poi è arrivato Alibaba che permette a tutti di importare quantità da grossista da rivendere in Italia magari usando video di Tiktok o Instagram. Non mancano neanche i fornitori che vendono direttamente online ed è giusto così, perché devono poter portare i loro prodotti anche in zone carenti di negozi.

Nella convinzione che "il mercato si regola da solo" e quindi nella totale assenza di controlli o supporti, tutti i piccoli rivenditori specializzati "fisici" italiani si sono trovati da soli a dover contendere i clienti ai colossi multinazionali dell'e-commerce (spesso avvantaggiati da fiscalità di favore), ma soprattutto sono stati costretti ad affrontare nuovi investimenti per diventare "omnicanal".

Partiamo dal presupposto che i negozi "fisici" non scompariranno perché lo shopping, cioè visitare punti vendita alla ricerca di prodotti da acquistare, è un antistress.

Se hai una passione (suonare la chitarra, il modellismo o il giardinaggio) l'esperienza della visita personale in un negozio specializzato non è sostituibile da nessun sito web. Per adesso. L'integrazione tra il negozio "fisico" e il mondo digitale, con quindi un approccio *phygital* al mercato, non è però così semplice da progettare, poiché potrebbero essere davvero molti gli strumenti da sfruttare. Dal *Bopis* (*buy online, pickup in store*) all'e-shop di territorio, dall'uso di sensori per misurare i flussi per migliorare il merchandising alle soluzioni per controllare gli scaffali e ridurre le rotture di stock, fino alle soluzioni come il *grab&go* (se c'è fila alla cassa, la puoi saltare pagando con un'app) o le casse per il *self check-out* e il *frictionless shopping*. Soluzioni che i clienti sono ormai abituati a usare nei supermercati o da Ikea e che si aspettano di trovare anche nei centri giardinaggio.

Qualsiasi siano le scelte, i supporti tecnologici devono essere sempre tesi a ottenere informazioni dettagliate sul comportamento e sui gusti dei clienti. In questo modo i *retailer* possono sfruttare le nuove tecnologie per offrire la migliore esperienza d'acquisto possibile, perché personalizzata per ogni cliente.

Non dimentichiamo infine la sostenibilità, un macro-trend che tocca trasversalmente tutti i mercati. Un negozio specializzato oltre a selezionare i fornitori non può fare molto. Però quando programiamo le promozioni e gli sconti potremmo decidere di incentivare solo gli acquisti sostenibili, facendolo sapere ai nostri clienti.

di Paolo Montagnini

Progetti e zona rossa



Quali progetti mettere in campo per questo 2023 iniziato, al momento, con poco slancio. Ma soprattutto come fare per portare a termine le decisioni prese e renderle operative in modo efficiente.

Parlando con un alimentarista su come la congiuntura abbia influito sulla situazione economica generale e sul risultato finale del 2022, ho raccolto una fotografia che potrebbe quasi essere trasferita al garden: costi

operativi in sensibile crescita, difficoltà nel trasferire al mercato gli aumenti dei prodotti, drastica riduzione del margine e del risultato operativo. Una situazione che richiede ragionevolmente una risposta adeguata, la pianificazione di contromisure.

Occorre una strategia di intervento che per prima cosa dovrebbe fotografare quantitativamente la situazione e poi tracciare un percorso sul contenimento dei costi, sull'aumento della produttività o sul possibile spazio disponibile per la crescita del margine. Situazioni che richiedono dopo l'analisi una certa progettualità che coinvolge il metodo, le persone e quindi le attività vere e proprie a cui fa seguito il controllo.

Ma da qui in poi si riscontra, con discreta frequenza, che molti progetti non vengono mai portati a termine. In molti garage ci sono diverse auto rotte e non ancora riparate, in paziente attesa oppure dimenticate e superate.

Ci sono progetti piccoli e artigianali, ristrutturazioni più importanti e complesse e tutto ciò che sta nel mezzo. Ma a prescindere dalla priorità e dalla dimensione rimangono incompiuti a causa di una cattiva pianificazione, della mancanza di risorse e, soprattutto, della mancanza di determinazione e

abilità nel superare sfide che avrebbero potuto essere vinte. Siamo sopraffatti dall'emergenza anche quando non è tale, dai nuovi imprevisti e dal poco tempo che dedichiamo a pensare all'azienda. Talvolta invece si arriva in fondo e si porta a termine il lavoro progettato, ma con un budget eccessivo o con scadenze non rispettate. Che cosa serve per evitare un possibile insuccesso? Paradossalmente va progettato anche il progetto, serve metodo per valutare tempi, risorse, filiera di approvvigionamento, che si tratti di prodotti, di servizi e anche solo di dati e documenti necessari all'obiettivo.

La capacità di prevedere i possibili ostacoli (alcuni prevedibili e altri meno), avere il tempo necessario al coordinamento perché nulla va avanti da solo, motivare le persone e condividere con loro finalità e visione.

Tutte attività a corollario ma indispensabili. Se in agenda non abbiamo il tempo necessario stiamo pianificando di non portare a termine il nostro progetto. Il punto di forza sta anche nella delega e nell'affidare il programma a qualcuno che ha acquisito le capacità per anticipare e affrontare tutte le sfide che si presenteranno lungo il percorso. Non si deve confidare di rispettare le scadenze grazie alla speranza o alla fortuna, ma perché sono stati messi a frutto sforzi e pianificazione. Il pensiero speranzoso (*wishful thinking*), cioè scambiare per realtà i propri desideri (e/o le proprie convinzioni), aiuta davvero poco. Prendiamo esempio da progetti ben gestiti che stanno intorno a noi, che arrivano quando devono arrivare perché ben organizzati. In un mondo dove è importante reagire non basta avere idee, qualunque tipo di progetto stiate portando avanti in questo momento è fondamentale saperlo gestire evitando di arrivare in *zona rossa*, stressati, in ritardo, carichi di conflitti e senza risorse.

L'Europa del verde secondo GfK

Il mercato europeo del giardinaggio ha diminuito il giro d'affari dell'1,2% ma i volumi sono scesi del 5,8%. Eppure la primavera 2022 ha registrato vendite da record. Ne abbiamo parlato con Ivano Garavaglia, Head of Retail di GfK Italia.

Lo scorso 22 febbraio in occasione del Congresso annuale dell'Associazione Italiana Centri Giardinaggio (Aicg) l'istituto di ricerca GfK ha presentato un'interessante fotografia dell'andamento del mercato del giardinaggio in Europa e in Italia nel 2022.

Ricordiamo che GfK rileva continuamente le vendite di quasi tutti i beni di consumo *non-food* in più di 70 paesi nel mondo, grazie alla collaborazione di oltre 130.000 insegne *retail* partner del progetto. GfK organizza dei *panel* dedicati ai singoli canali distributivi (centri *diy*, garden center, ferramenta, agrarie, ecc.) che, insieme, mostrano una fotografia generale dell'evoluzione dei vari comparti, in una logica multi-merceologica e multi-canale. Questo vale per tutta Europa ma non per l'Italia, dove ancora manca un *panel* dedicato ai garden center, mentre sono attivi da anni quelli dei centri bricolage e delle ferramenta.

Il mercato europeo del giardinaggio nel 2022

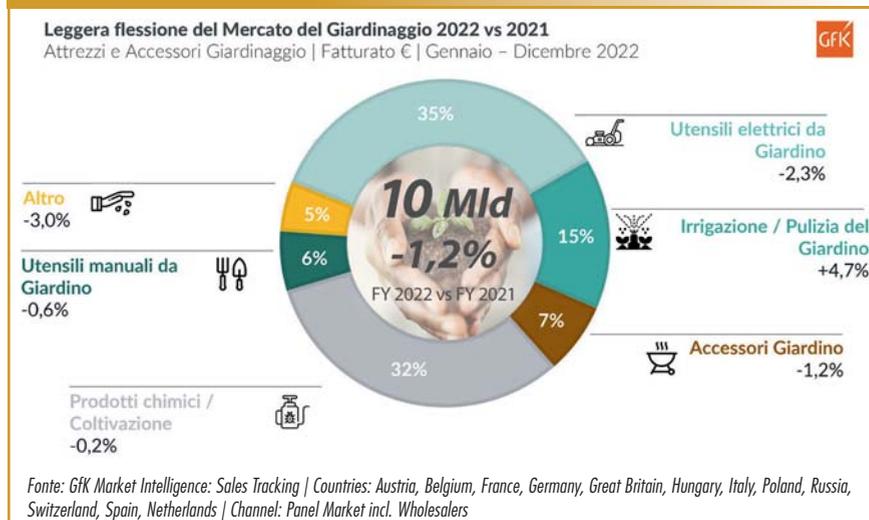
Secondo i dati rilevati da GfK in 12 paesi europei (Austria, Belgio, Francia, Germania, Gran Bretagna,

Italia, Olanda, Polonia, Russia, Spagna, Svizzera e Ungheria), il mercato del giardinaggio europeo ha sviluppato nel 2022 un giro d'affari di oltre 10 miliardi di euro con un calo del -1,2% rispetto al 2021.

Solo la categoria "irrigazione e pulizia del giardino" (cioè acqua a bassa e alta pressione) è risultata in crescita (+4,7%) e vale il 15% del mercato totale. Le categorie merceologiche più importanti hanno registrato una leggera diminuzione:

gli "utensili elettrici da giardino" che valgono il 35% del mercato hanno perso il -2,3% mentre i "prodotti per la cura e la coltivazione delle piante", che rappresentano il 32% del mercato totale, sono sostanzialmente stabili con un -0,2%. È interessante però notare come **la primavera del 2022 abbia fatto registrare in Europa un record di vendite**: nel mese di maggio sono state superiori anche al 2020 e 2021, che erano stati due anni

GRAFICO 1



particolarmente positivi, per poi diminuire nel proseguimento dell'anno, in particolare a giugno e agosto e con un dicembre tornato ai livelli del 2019.

La perdita del 2022 è stata attutita dall'aumento dei prezzi: infatti al -1,2% del giro d'affari corrisponde un calo delle vendite in volume del -5,8%. Una tendenza già iniziata nel 2021, quando il fatturato era salito del +7,8% ma i volumi erano diminuiti del -2,1%.

Il mercato italiano del giardinaggio nel 2022

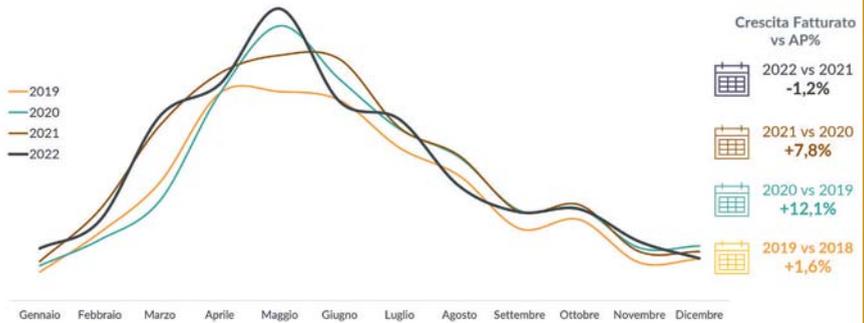
I fattori esterni hanno inciso pesantemente sull'andamento delle vendite di prodotti per il giardinaggio nel 2022 in Italia. Dopo l'impatto del Covid sulle famiglie e sulle imprese abbiamo assistito all'aumento dei costi delle materie prime che ha innescato una spirale inflazionistica a due cifre, con la conseguente diminuzione del potere d'acquisto. Il tutto aggravato dal conflitto russo-ucraino e dal conseguente aumento dei costi energetici.

Un quadro che sta inducendo molte famiglie italiane a contenere le spese non necessarie. Uno studio di **GfK Italia** ha rilevato come la propensione ad acquistare prodotti non programmati, gli *acquisti d'impulso*, sia in forte diminuzione. Coinvolgeva 21,9 milioni di italiani nell'autunno 2021, che sono scesi a 18,5 milioni nella primavera 2022.

Come abbiamo scritto, non esiste una *panel* dei garden center in Italia e quindi manca una visione d'insieme. **GfK** analizza però i canali dei **centri bricolage** e delle **ferramenta**

> GRAFICO 2

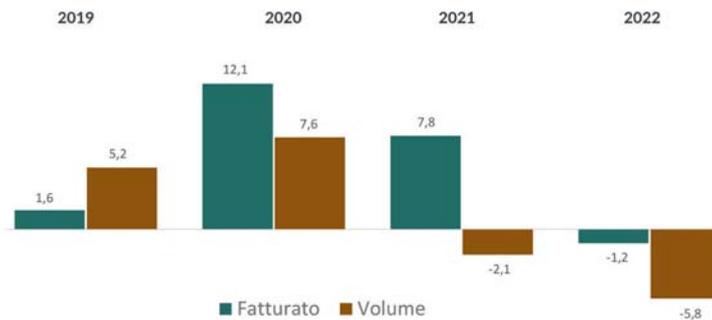
Dopo il boom primaverile senza precedenti, i ricavi a fine 2022 sono tornati ai livelli del 2019
Attrezzi e Accessori Giardinaggio | Fatturato € | Gennaio - Dicembre 2022



Fonte: GfK Market Intelligence: Sales Tracking | Countries: Austria, Belgium, France, Germany, Great Britain, Hungary, Italy, Poland, Russia, Switzerland, Spain, Netherlands | Channel: Panel Market incl. Wholesalers

> GRAFICO 3

Polarizzazione tra fatturato e domanda dovuto dall'impatto dei cambiamenti del mercato
Attrezzi e Accessori Giardinaggio | Crescita % Volume e Fatturato € | 2019 - 2022



Fonte: GfK Market Intelligence: Sales Tracking | Countries: Austria, Belgium, France, Germany, Great Britain, Hungary, Italy, Poland, Russia, Switzerland, Spain, Netherlands | Channel: Panel Market incl. Wholesalers

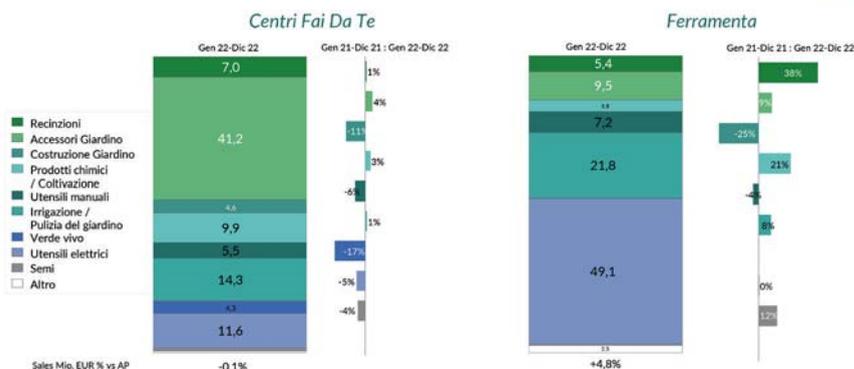
che veicolano una buona parte dei prodotti per il giardinaggio. I centri bricolage hanno sviluppato nel 2022 un giro d'affari di 5,3 miliardi di euro, di cui il giardinaggio

rappresenta l'11,4%, con un calo del -0,1% rispetto al 2021. Le feramenta invece hanno sviluppato nel 2022 un giro d'affari di 11,3 miliardi di euro, in cui il giardinaggio rappresenta il 3% del fatturato totale ed è in crescita del +4,8% rispetto al 2021.

Nel 2022 nei centri bricolage italiani sono aumentate le vendite di "accessori giardino" (+4%) e dei "prodotti per la cura e la coltivazione" (+3%). Segnano invece una forte diminuzione gli elementi per la "costruzione" del giardino (-11%) e il "verde vivo" (-17%). Un risultato negativo anche per gli "attrezzi manuali" (-6%), gli "utensili elettrici" (-5%) e le "sementi" (-4%). Le ferramenta hanno invece incrementato le vendite di "recinzioni" (+38%) e di "prodotti per la cura e la coltivazione" (+21%). Buoni risultati anche per le "sementi" (+12%), "irrigazione e pulizia" (+8%) e "accessori giardino" (+9%). Le niche

GRAFICO 4

Attrezzi e Accessori Giardinaggio: peso categorie merceologiche
Fatturato € | Gennaio - Dicembre 2022



Fonte: GfK Market Intelligence | Country: Italy | Channel: TSR DIY + Ironmongers

coverstory

famiglie merceologiche che hanno fatto registrare un risultato negativo sono “costruzioni giardino” (-25%) e “utensili manuali” (-4%). Per approfondire l'analisi dei dati relativi al mercato italiano e per perorare la nascita di un *panel* dedicato ai centri giardinaggio anche in Italia, abbiamo incontrato **Ivano Garavaglia**, Head of Retail di **GfK Italia**.

GfK sta lavorando al panel dei garden center italiani

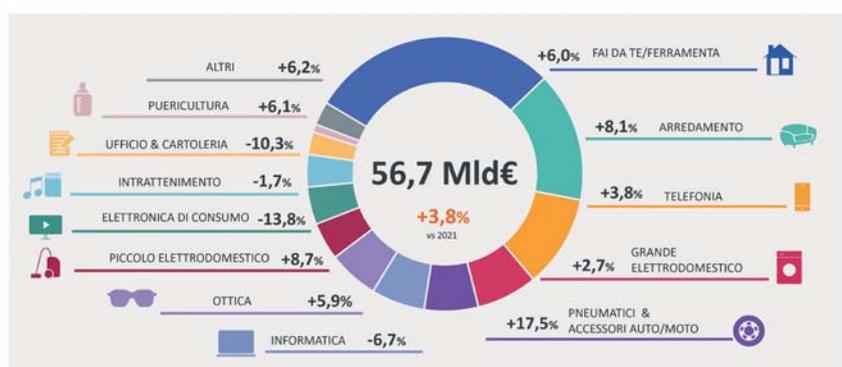
Greenline: GfK analizza i flussi di vendita di quasi tutti i beni di consumo non-food in più di 70 paesi in tutti i continenti. È un punto di vista privilegiato che vi permette di cogliere i macro trend che spesso incidono sulle performance dei singoli paesi. Come è andato il non-food nel mondo nel 2022 e quali saranno i trend che caratterizzeranno l'andamento del mercato nel 2023?

Ivano Garavaglia: GfK è leader mondiale nella rilevazione delle vendite dei prodotti “durevoli”, in Italia abbiamo in rilevazione continua circa 30 canali della distribuzione moderna e tradizionale.

GRAFICO 5

La performance dei mercati non-food nel 2022

Trend gennaio-dicembre 2022 vs 2021



Fonte: GfK Market Intelligence – Panellmarket, trend a valore 2022 vs 2021

Questi canali, che vanno dalle grandi aziende della Gdo e dell'e-commerce fino ai negozi tradizionali come le ferramenta, hanno generato un valore di circa 57 miliardi di euro nel 2022, in crescita del +3,8% rispetto all'anno precedente. Come si può vedere nel grafico 5 (qui sopra) sono molti i settori che hanno fatto registrare un segno positivo.

In particolare, l'*Automotive*, il *Piccolo Elettrodomestico* e l'*Arredamento* hanno performato molto bene. Anche il settore *Home Improvement* con un +6% ha archiviato un altro anno positivo.

Greenline: Focalizzandoci sul mercato del giardinaggio, nel recente Congresso Aicg hai spiegato che -



La Qualità per la Natura

Oli vegetali Al.fe: i corroboranti naturali

STOP INSETTI e FUNGHI

Mangia sano e subito



Potenziatori delle difese naturali verso malattie fungine e insetti che attaccano le piante
Si possono impiegare su **TUTTE** le colture
Nessun giorno di carenza



SCOPRI
LA COLLEZIONE



contrariamente a quanto avviene negli altri paesi europei - in Italia analizzate i canali degli ipermercati, dei centri bricolage e delle ferramenta, ma non esiste un panel dedicato ai centri giardinaggio. Il limite è la mancanza di catene o c'è qualcosa di più?

Ivano Garavaglia: In Italia non è attiva la rilevazione del canale garden center. In tutti gli altri paesi d'Europa GfK rileva i centri del giardinaggio e addirittura in alcuni casi anche i *motoristi* e le rivendite agrarie. Purtroppo nel nostro paese non è mai stato possibile avviare questo progetto per diverse ragioni. Certamente una distribuzione composta da catene moderne come in Francia, per esempio, faciliterebbe la costruzione di un *panel* di punti di vendita garden center. Questa differenza non è per noi un limite, **GfK ha il know how necessario per gestire canali tradizionali e frammentati, basti pensare che lavoriamo da circa 15 anni con canali distributivi molto complessi**, come le ferramenta, le cartolerie e i grossisti di materiale idro-termo sanitario.

Gli ostacoli maggiori che furono sollevati in passato erano principalmente due: **la mancanza di sistemi gestionali per trasmettere i dati di vendita in maniera precisa e continuativa e la ridotta volontà di alcune insegne di condividere i dati di vendita.** Tuttavia, con l'evoluzione digitale degli ultimi tre anni e un mercato del *gardening* sempre più competitivo, la nostra speranza è che ci sia oggi una maggiore informatizzazione del settore e soprattutto una maggiore propensione delle aziende a utilizzare strumenti moderni per gestire al meglio la propria impresa.

Greenline: Vogliamo ricordare brevemente il rapporto di collaborazione che GfK propone ai centri giardinaggio?

Ivano Garavaglia: Il rapporto che GfK instaura con i *retailer* è di partnership e volutamente privilegiato rispetto ai



OUT
FIT
VERDEMAX®

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.

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

produttori. Non c'è alcun costo da sostenere per il partner di **GfK** ed è utile sottolineare che la riservatezza del dato che viene fornito a **GfK** è massima. **I retailer si impegnano a inviarci mensilmente o settimanalmente i dati del loro venduto tramite il loro software gestionale e GfK fornirà continuamente le informazioni relative alla loro arena competitiva.** I dati di vendita di un *retailer* sono inseriti all'interno dei nostri *database* insieme ai dati di tutti gli altri partecipanti al *panel*. Nessuno sarà in grado di riconoscere e risalire al *retailer* che ha fornito i dati. A massima tutela della riservatezza, **GfK** non dichiara neanche se un *retailer* è presente o meno nel *panel*.

Greenline: Quali sono i vantaggi che un proprietario di un garden center avrebbe collaborando con GfK?

Ivano Garavaglia: I vantaggi sono molteplici: **ottenere informazioni affidabili e accurate per programmare le attività commerciali e ridurre il rischio nel prendere le decisioni aziendali.** Avere accesso

a informazioni utili per misurare la propria performance nei confronti del mercato e misurare le performance delle marche che operano nel settore *gardening*.

Inoltre, coloro che collaborano con **GfK** possono accedere a informazioni relative ad altri canali che trattano i prodotti del giardinaggio e ai mercati esteri, spesso precursori di interessanti tendenze da poter sfruttare a proprio vantaggio. **Il tutto è facilitato dagli esperti di mercato che GfK mette a disposizione di chi collabora per supportarlo nella lettura e analisi del mercato.**

Greenline: Qual è il tipo di profondità dei dati richiesti?

Ivano Garavaglia: Il dettaglio che richiediamo è la singola referenza/articolo venduto: oggi con le casse che leggono i codici a barre dei prodotti è piuttosto semplice estrarre queste informazioni. Inoltre, tramite i *software* gestionali solitamente si imposta un'estrazione automatica ogni mese o settimana e senza intervento umano i sistemi trasmettono i dati a **GfK**.

Greenline: So che in alcuni mercati avete instaurato collaborazioni anche con i singoli punti vendita indipendenti...

Ivano Garavaglia: Ogni garden center può decidere di collaborare direttamente con **GfK**: la scelta di condividere i dati del venduto spetta sempre al singolo imprenditore. **GfK** ha il compito di illustrare da un lato i vantaggi che avrebbe il *retailer* collaborando e dall'altro la rigida politica di riservatezza e tutela del dato che viene condiviso, dopodiché ogni imprenditore avrà tutti gli elementi per valutare l'eventuale adesione al *panel* garden center.

Greenline: Siete quindi interessati a creare un panel dedicato ai centri giardinaggio anche in Italia?

Ivano Garavaglia: **Certamente siamo interessati a valutare nuovamente la possibilità di riattivare il progetto Garden Center.** Stiamo collaborando con l'associazione di categoria per capire se a distanza di una decina d'anni ci siano i presupposti e la volontà comune di intraprendere questo progetto.

f

DESIGN ESCLUSIVO

Tavolozza

PUNTI ACQUA SERIE



Il punto acqua con design minimalista, moderno, facile nella movimentazione e nell'installazione.

In una veste tutta nuova con finiture e palette colori studiate ad hoc.

Colori.
D'EFFETTO

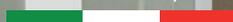


Prodotto al
100% in Italia



70° ANNIVERSARIO
1952-2022

made in Italy



www.bonfante.com

NEW COLORS

TAPPETO ERBOSO

ERBELIA®

N-fix

- 
- Maggiore germinazione
 - Emergenza più veloce
 - Migliore fertilità del suolo
 - Maggiore tolleranza a stress idrici e termici

Per un prato sano,
compatto e più verde

**SEME ADDIZIONATO
CON AZOTOFISSATORI**

L'azoto ottenuto dall'atmosfera disponibile per tutto il ciclo della coltura
Microrganismi azotofissatori, verso una riduzione della fertilizzazione azotata

ERBELLA N-FIX UNIVERSALE è un miscuglio di sementi addizionate con batteri azotofissatori per tappeti erbosi, di grande adattabilità alle diverse situazioni, sia di terreno che di temperatura.



PERCHÉ UTILIZZARE LE SEMENTI ADDIZIONATE CON AZOTOFISSATORI

L'utilizzo di inoculanti microbici costituiti da **microorganismi in grado di fissare l'azoto** è uno dei maggiori meccanismi di crescita delle piante e può portare ad una consistente riduzione della necessità di sopperire con la fertilizzazione.

Erbella N-FIX è il miscuglio di sementi per tappeto erboso addizionate con questi batteri. Una volta nel terreno i **batteri azotofissatori** penetrano all'interno delle radici e innescano da subito la formazione di noduli radicali i quali **assorbono e fissano l'azoto atmosferico, arricchendo in forma stabile il terreno di questo fondamentale elemento nutritivo**. I batteri azotofissatori forniscono quindi al tappeto erboso parte del nutrimento di cui ha bisogno **per crescere forte, compatto e più verde**.



SDD S.p.A. - Divisione Sementi Dotto - Via Lavariano, 41 - 33050 Mortelegiano (UD) Italy
tel. +39 0432 760442 - info@sddspa.com - www.sementidotto.it



GOLDEN SPONSOR



East End Studios
MILANO



Torna il 25 maggio
la giornata dedicata agli
incontri tra i buyer italiani
e internazionali e le aziende
produttrici.

Scopri come partecipare da
protagonista e prefissare
online gli appuntamenti
one-to-one con i
buyer presenti.



SCAN ME

L'EVENTO DEL BRICO - HOME - GARDEN

WWW.BUYERPOINT.IT

È un'idea di



Collins Srl

Via G. Pezzotti, 4 - 20141 Milano - Tel. (+39) 028372897

Email: buyerpoint@netcollins.com - marketing@netcollins.com

Tecfi
Fixing Systems



VITI CERTIFICATE PER CONNESSIONI STRUTTURALI SU LEGNO



- ▶ Prestazioni eccellenti ottenute grazie ad un'accurata combinazione tra i materiali selezionati e le speciali geometrie della vite
- ▶ Filetto brevettato e speciale alesatore per una rapida e sicura installazione anche nei legni più duri e con maggiore prossimità ai bordi
- ▶ Finitura Tecfi **Tipo Gold** (Esente da CrVI) giallo brillante intenso conforme al Regolamento 1907/2006(CE) - REACH



Le viti **TT-Woodpecker**® per applicazioni strutturali su legno, hanno conseguito la **Certificazione CE** in accordo alla normativa europea EN 14592:2008+A1:2012, superando ampiamente tutti i requisiti prestazionali previsti dalla norma durante gli Initial Type Testing svolti presso laboratori accreditati. L'accurata combinazione, tra i materiali selezionati e le speciali geometrie della vite, garantisce ottime performance e consente una progettazione sicura ed affidabile di connessioni strutturali secondo Eurocodice 5 (EN 1995:2009). Il filetto brevettato e lo speciale alesatore assicurano una rapida e sicura installazione anche nei legni più duri.



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
sales@tecfi.it

seguici su:



stand G16-H15

GOLDEN SPONSOR

Buyer Point:

aperte le richieste di appuntamento!

Torna a Milano, il 25 maggio, la giornata dedicata agli incontri tra produttori e buyer italiani e internazionali. Buyer Point, giunto alla sua 19^o edizione, si conferma sempre più punto di riferimento nel mercato della distribuzione brico-garden, appuntamento imprescindibile per le aziende italiane che guardano all'export e per i buyer italiani che cercano nuovi fornitori che per la prima volta si presentano nel nostro paese.



Dall'inizio del mese di marzo, le aziende espositrici di **Buyer Point** possono richiedere gli appuntamenti con i buyer che saranno a Milano il prossimo 25 maggio.

Con questo passaggio si entra nella fase più operativa dell'evento organizzato dal nostro **Gruppo Editoriale Collins**. Gli espositori hanno infatti la possibilità di caricare sul sito il materiale della propria azienda (cataloghi, listini, offerte, novità) che i buyer a loro volta possono consultare per decidere con quali aziende prefissare gli appuntamenti.

Sono oltre cento le insegne con le quali è possibile chiedere l'incontro, a rappresentanza di tutto il mondo distributivo italiano ed europeo. Si va dai nomi della grande distribuzione ai grossisti, dagli e-commerce alle insegne di edilizia.

Internazionalità

Cresce ancora un volta in maniera importante la **rappresentativa estera**, con **oltre 50 insegne** che hanno già confermato la propria presenza, un numero che è destinato pressoché a raddoppiare quando si arriverà a ridosso dell'evento.

Tra le novità va sicuramente segnalata la presenza di molti distributori, a coprire praticamente il 100% del territorio europeo dall'Atlantico fino all'Ucraina, che anche quest'anno vedrà la presenza del colosso **Epicentr K** che continua la sua attività anche durante la guerra.

Ancora una volta quindi **Buyer Point** si conferma una vetrina importante per l'export, ma anche un'occasione per le aziende estere di avvicinarsi al mercato italiano avendo a propria disposizione tutti gli interlocutori migliori per sondare le opportunità nel nostro paese.

Anche l'elenco degli **espositori** è infatti ricco di nomi esteri, molti dei quali arrivano per la prima volta in Italia, con **12 nazioni rappresentate per un totale di oltre 50 aziende provenienti da fuori dai confini nazionali**.

Oltre alla giornata di incontri del 25 maggio è confermata la **cena inaugurale nella serata di mercoledì 24**, un appuntamento che negli anni si è affermato come la festa del brico-garden italiano per la sua capacità unica di abbinare proficui appuntamenti di lavoro a un clima rilassato e conviviale.

➔ www.buyerpoint.it



MADE IN ITALY

archman

MANIAGO - ITALY

PRODUTTORI
DI ATTREZZI
PROFESSIONALI
PER LA POTATURA



HELIUM

by Archman

FORTE

il corpo di taglio è stampato in NYLON CARICATO IN FIBRA DI CARBONIO mentre la corda è in DYNEEMA® ad altissima tenacità.

LEGGERO

Il nuovo svettatoio HELIUM è un attrezzo estremamente leggero, pesa solamente gr. 1680, è l'ideale sia per l'hobbista che il professionista per eseguire tagli precisi senza fatica.

RAPIDO

Un'escursione ridotta della maniglia per l'azionamento del taglio, insieme al manico estendibile da 2,4 a 4 mt rendono facilmente accessibili i punti più difficili senza l'utilizzo di scale.



MOD. DEP.



WWW.ARCHMAN.IT

HELIUM.

Il tuo instancabile
compagno di lavoro

ARCHMAN S.r.l. Via Cristans, 10 - 33085 MANIAGO (PN) - Tel. 0427 71150 - Fax. 0427 71150 - info@archman.it

Gli espositori possono chiedere gli appuntamenti ai buyer delle seguenti aziende:

- A. CAPALDO
- **AGRICOLA HOME & GARDEN**
- AGROLAND (Romania)
- **ALBINTRA (Belgio)**
- ALTONA (Francia)
- **AOSOM**
- ARABESQUE (Romania)
- **ARTOOL (Romania)**
- ARTSANI (Romania)
- **AVITRADING (Francia)**
- AXEL GROUP
- **BIGMAT**
- BLADE MOTORS (Romania)
- **BRICK ROMANIA (Romania)**
- BRICO BRAVO
- **BRICO IO**
- BRICO OK
- **BRICO SA (Svizzera)**
- BRICO SHOPPING
- **BRICOCASA DEODATO**
- BRICOLIFE
- **CAESAROO**
- CAI - CONSORZI AGRARI D'ITALIA
- **CANESE DANTE**
- CARDINALE FERRAMENTA
- **CARREFOUR (Romania)**
- CDF - MACHIERALDO FERRARI VIANELLO
- **COOP ITALIA**
- CORA (Romania)
- **CRAFTINO (Romania)**
- DAXI (Romania)
- **DEKOMAG (Romania)**
- DENNER (Svizzera)
- **DEPO DIY (Lettonia)**
- DESIVERO
- **DFL LAMURA**
- DIEFFEMATIC
- **E-BAY**
- E-MAG (Romania)
- **EDIN EUROPE (Lussemburgo)**
- EPICENTR K (Ucraina)
- **ERMITAZAS (Lituania)**
- ETRACOM
- **EURONARCIS (Romania)**
- EVOLUZIONE BRICO
- **EZOOZA**
- FDT GROUP
- **FERCA**
- FEROSHOP (Romania)
- **FERRAMENTA CAROZZI**
- FERRAMENTA COBIANCHI
- **FERRAMENTA DEODATO**
- FERRAMENTA PRENESTINA
- **FRANCHINISHOP**
- FRASCHETTI
- **FRATELLI VITALE**
- GALICO (Belgio)
- **GARDEN TEAM**
- GIARDINERIA
- **GIARDINIA**
- GLOBUS (Germania)
- **GLS72**
- GO BRIKO
- **GOLDEN FISH (Romania)**
- GRANARIUM (Croazia)
- **GRUPPO GIEFFE**
- HOME CENTER DISTRIBUTION (Romania)
- **HOMELUX (Romania)**
- INFERRAMENTA
- **INSIGNIS (Romania)**
- INTERGAMMA (Olanda)
- **IRONSIDE (Francia)**
- JYSK (Danimarca)
- **KADIRELLI (Belgio)**
- LA FERRAMENTA SPA
- **LA FERRAMENTA CARDINALE**
- MANOMANO
- **MAOZ (Israele)**
- MAT GROUP (Rep. Ceca)
- **MATHAUS (Romania)**
- MAVROFIDOPOULOS (Grecia)
- **MEZONI (Romania)**
- MISTER WORKER
- **MR BRICOLAGE (Bulgaria)**
- NEAKAISA (Romania)
- **NEOPRO (Spagna)**
- OBI ITALIA
- **PAYMATE (Spagna)**
- PEDONE FERRAMENTA
- **PERAGA GARDEN CENTER**
- PN GROUP (Israele)
- **PRAKTIKER (Grecia)**
- PRODUCE SHOP
- **REMBKA (Romania)**
- RIVA SHOES
- **RODESCHINI**
- SAFIT
- **SHAZAR (Israele)**
- SHOPNOW
- **SIPAFER**
- STOCK ATH (Belgio)
- **SUNNY IMPEX (Rep. Ceca)**
- TEMAD (Romania)
- **TJX (USA)**
- TRIUSO (Germania)
- **TT GROUP**
- WORKSHOP

L'elenco è aggiornato al 14 marzo ed è implementato quotidianamente: per la lista aggiornata dei buyer, vai su www.buyerpoint.it.

vithal®



SIAMO PARTNER
SEMPRE PIÙ **VITHALI**,
INNOVATIVI,
RESPONSABILI
E ANCORA
PROTAGONISTI
NEL MERCATO
DELLA PROTEZIONE



fuoridiverde.it

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



Elenco espositori 2023:

- ACE COMPANY – CASA SI
- ALBERTS
- ALTONA
- APEX
- ARCANSAS
- ARCHMAN
- BAUCE BRUNO
- BAVICCHI
- BERNI GROUP
- BIACCHI GIANFRANCO
- BLUMEN
- BOLIS CARLO
- BOT LIGHTING
- BRICO RETAIL
- BRUNNEN INDUSTRIE
- CENTRALCARTA
- COMFERUT
- COMPO
- COPYR
- COVAL
- DINAMIC ITALIA
- DIVINA FIRE
- DOCTOR SOIL
- EBAY
- ECO SERVICE
- EMA DISTRIBUTION
- EMMEBI
- EPOCA
- ERREBI
- EUROEQUIPE
- EUROPROFIL
- EUROTERRIFLORA
- FAMI
- FERRABOLI
- FERRARI GROUP
- FLEDA TRADING
- FLORTIS
- FRA-BER
- FRATELLI CARILLO
- GEOVITAL
- GI-METAL
- GIERRE
- GIROMAGI
- GLOBO LIGHTING
- GRIMA
- GYS ITALIA
- HOPA CZ
- HS HOLZEXPORT SCHUSTER
- IGAP-GRANDSOLEIL
- INDUPHARMA – INDIA
- INSIGHT LLC
- IPAE-PROGARDEN
- IPIERRE SYSTEM
- IQ2
- IRON MINT
- ITAL-AGRO
- ITALIADOC
- KB
- KEMPER
- KRISAYA
- LEBEZ
- LIT GAS LIGHTER COLLECTION
- LOSA LEGNAMI
- MADE4DIY
- MALCO PRODUCTS
- MALFATTI & TACCHINI
- MARES
- MARLEY
- MARTEN
- MBM
- METAL DECOR
- METALY
- MONGARDI
- NEWPHARM
- NEXA
- ORGANIZZAZIONE ORLANDELLI
- ORPHEA
- ORVITAL
- OSRAM
- PALLETWAYS
- PALRAM CANOPIA
- PENGO
- POLYFLAME EUROPE
- PROGETTO GROUP
- PROXE
- RAIN
- RAM INDUSTRIE
- RENOLIT – TECNO IMAC
- RIDAP
- ROMEO MAESTRI & FIGLI
- RURIS
- SANDOKAN
- SDD SEMENTI DOM DOTTO
- SEVEN ITALIA
- SICOS
- SNIPS
- SO.DI.FER
- STARK
- STARPLAST
- STOCKER GARDEN
- STORCH-CIRET GROUP
- SWISSINNO SOLUTIONS
- SWITCHADO
- TAVOLA
- TECFI
- TEKNO-TEL
- TELCOM
- TENAX
- THIRARD
- TRAMEX INTERNATIONAL
- TRESTLES
- V-TAC ITALIA
- VERDEMAX
- VIBAC
- VIGORPLANT
- VITHAL
- ZIPPO ITALIA

L'elenco è aggiornato al 14 marzo 2023.



PASSIONE GIARDINO

www.esternidavivere.it



stand S14

I VANTAGGI PER CHI ESPONE

Ingresso esclusivo

Garantisce la possibilità di incontrare tutti i visitatori di Buyer Point e di prefissare gli appuntamenti online.

24 MAGGIO Opening Dinner

Il modo piacevole e informale per presentarsi al mercato durante il più grande momento di networking del settore.

Internazionalità

Dal 2016 sempre più buyer europei visitano Buyer Point e oggi rappresentano circa un terzo degli ospiti totali.

All inclusive

L'acquisto dello stand include i pasti, il trasporto della merce, il parcheggio e tutti i costi fieristici.

GOLDEN SPONSOR:





www.rain.it

Progettare in pochi click un impianto di irrigazione?

Si può!

Con il configuratore automatico
avrà in pochi istanti il tuo progetto
e la lista dei materiali!

Rain S.p.A.

Via Kennedy 38, 20023 Cerro Maggiore (MI)

Email: info@rain.it | Tel. 0331.514511

Vuoi sapere di più sul
nostro configuratore?

Scrivicci!



Tutto quel che serve a coltivare la voglia di natura.

Nella nostra visione c'è un mondo più verde, in cui il legame tra le persone e la terra è sempre più profondo e gratificante sotto ogni profilo. Un processo di crescita costante, alimentato da importanti investimenti in ricerca e sviluppo, finalizzati ad ottenere varietà orticole più ricche di sapore e a valorizzare le tipicità locali. Un'offerta multibrand che spazia dalle sementi ai prodotti per la cura del verde.



Più di 600 varietà di sementi di ortaggi e fiori, selezionate per offrire agli hobbisti tutto il meglio della natura, stagione per stagione, con prodotti speciali e sementi BIO.



Una linea completa di tutti i prodotti necessari a trasformare ogni seme in una pianta forte e sana. Soluzioni per la nutrizione, protezione e cura di piante ornamentali, da frutto e coltivazioni orticole.



Macchine da giardino: nel 2022 vendite tornate ai livelli pre Covid

La persistente siccità, che ha ridotto gli interventi di manutenzione nelle aree verdi, e l'aumento dei costi di produzione e quindi dei prezzi dei listini, hanno determinato nel 2022 in Italia un calo sensibile della domanda di macchinari per il giardinaggio: -15,2% il numero di macchine vendute.

Lo spiegano i dati dell'associazione dei costruttori **Comagarden/Federunacoma**: siamo passati da 1,654 milioni di macchine vendute nel 2021 a 1,403 milioni del 2022. Con decrementi sensibili per quasi tutte le tipologie di prodotto. Tra le categorie di prodotto che registrano perdite a due cifre: i rasaerba hanno un passivo del -21,4% (255.000 le unità vendute), i decespugliatori del -10% (273.000) e le motoseghe del -14,3% (369.000).

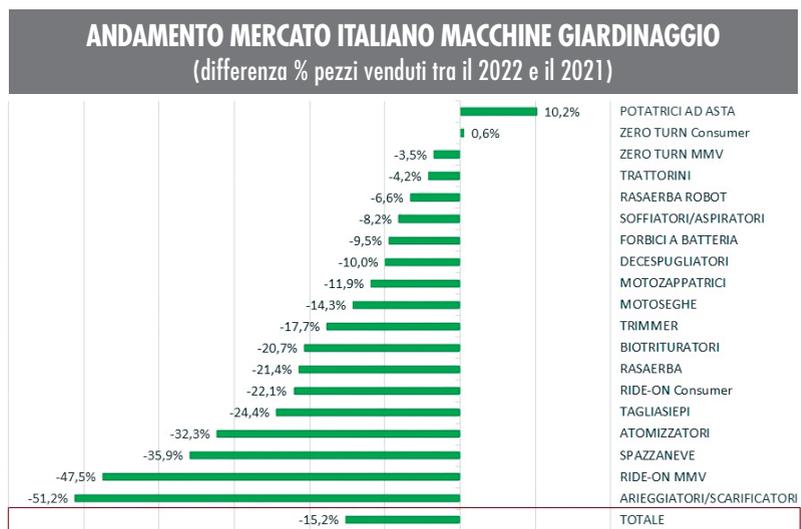
Le macchine tagliasiepi calano del 24,4% (94.000), mentre più contenuto è il passivo per i trattorini (-4,2% in riferimento a 22.700 macchine). Solo le potatrici ad asta (quasi 26.500 macchine) chiudono con un risultato positivo del +10%.

“Ciò che preoccupa i costruttori – spiega **Renato Cifarelli**, presidente di **Comagarden** – è il calo della domanda nella fascia media del mercato, che ha i numeri più importanti e che registrava un *trend* crescente. Se questo andamento dovesse confermarsi anche nel nuovo anno, avremmo un mercato sempre più polarizzato tra mezzi di fascia alta da una parte, costosi e accessibili a pochi, e prodotti economici dall'altra, spesso di bassa qualità e realizzati in quei paesi che esportano tecnologie poco affidabili anche in termini di sicurezza. La concorrenza dei prodotti a basso costo è un tema centrale al di là delle attuali oscillazioni del mercato, perché le industrie italiane ed europee sono tenute al rispetto di normative comunitarie sempre più esigenti, e questo comporta investimenti che incidono sul prezzo finale dei nostri macchinari e rischiano di ampliare ancora di più la forbice con quelli realizzati fuori dall'Unione Europea”.

➔ www.comagarden.it

ANDAMENTO MERCATO ITALIANO MACCHINE GIARDINAGGIO				
	2020	2021	2022	Var. % 2022/2021
MOTOSEGHE	373.804	430.167	368.815	-14,3%
DECESPUGLIATORI	286.574	304.048	273.696	-10,0%
RASAERBA	287.631	324.725	255.227	-21,4%
SOFFIATORI/ASPIRATORI	120.511	150.286	138.031	-8,2%
TAGLIASIEPI	123.549	124.395	94.084	-24,4%
TRIMMER	86.897	105.689	86.944	-17,7%
FORBICI A BATTERIA	30.993	38.818	35.119	-9,5%
RASAERBA ROBOT	26.368	34.768	32.473	-6,6%
MOTAZAPPATRICI	32.152	36.849	32.453	-11,9%
POTATRICI AD ASTA	19.827	24.031	26.474	10,2%
TRATTORINI	21.463	23.753	22.756	-4,2%
ARIEGGIATORI/SCARIFICATORI	12.962	20.512	10.010	-51,2%
BIOTRITURATORI	9.358	10.930	8.663	-20,7%
RIDE-ON Consumer	8.825	9.117	7.105	-22,1%
SPAZZANEVE	4.145	7.322	4.691	-35,9%
ATOMIZZATORI	7.683	5.089	3.447	-32,3%
ZERO TURN Consumer	1.521	1.540	1.549	0,6%
RIDE-ON MMV	1.635	1.731	909	-47,5%
ZERO TURN MMV	804	811	783	-3,5%
TOTALE MORGAN	1.456.702	1.654.581	1.403.229	-15,2%

Fonte: Comagarden Morgan



Fonte: Comagarden Morgan

ROSÀFLOR DI VICENZA VINCE IL PREMIO GARDENIA-AICG 2023



Lo scorso 23 febbraio, durante il Convegno nazionale dell'Associazione Italiana Centri Giardinaggio (Aicg), è stato assegnato il premio **Gardenia-Aicg** giunto alla sua quarta edizione. Quest'anno è stato premiato il garden center **Rosàflor** di Rosà, in provincia di Vicenza, diretto dalla famiglia **Bisinella**.

Fondato trent'anni fa, il garden center **Rosàflor** si sviluppa su oltre 11.000 mq di serre.

➔ www.aicg.it



HOMEBREWING



ENOLOGIA



GIARDINAGGIO

FARE BENE, CON PIACERE.

Dal 1954 produciamo e commercializziamo prodotti per chi considera il **fai da te** un vero piacere, soprattutto quando è realizzato con strumenti e soluzioni affidabili, sicure e che durano nel tempo, come i nostri prodotti.

È con questa filosofia che **Ferrari Group** è oggi sinonimo **Made in Italy** di diversi settori: Enologia, Homebrewing e Giardinaggio.

Da sempre fornitori stimati da migliaia di rivenditori, garden center, negozi specializzati, nonché partner consolidati della grande distribuzione, oggi la nostra offerta ci permette di proporci come leader esperto nella produzione e distribuzione di intere linee nel settore del **bricolage europeo**.



FERRARI GROUP S.R.L.

Via Europa, 11 - 43022 Basilicogioiano (Parma) Tel. +39 0521 68712
info@ferrarigroup.com / www.ferrarigroup.com

Claber è entrata nel Gruppo Fitt

Claber è entrata nel **Gruppo Fitt** andando a consolidare un gruppo specializzato nell'irrigazione *made in Italy* con solide radici nel Triveneto.

Le famiglie **Mezzalira** e **Spadotto**, proprietarie rispettivamente di **Fitt** e **Claber**, in passato hanno già collaborato e condiviso valori imprenditoriali e il legame con il territorio e di fronte ai nuovi scenari competitivi internazionali nel mercato dell'irrigazione è stato naturale trovare un accordo e un'unione. **Claber** conta oggi circa 180 dipendenti distribuiti nei 2 siti produttivi e nel centro logistico di Pordenone. Nel 2021 ha raggiunto un fatturato di 39 milioni di euro sviluppato in Italia e in oltre 80 paesi esteri.

"Fare impresa oggi significa affrontare un'epoca di sfide globali che impone non solo di prepararsi ad affrontare e gestire il cambiamento, ma di diventarne protagonisti, attuando nuove iniziative e sinergie, guidando il mercato e non subendolo - ha dichiarato **Gian Luigi Spadotto**, presidente di **Claber** -. Per questo ritengo che l'ingresso nel **Gruppo Fitt** potrà portare nuovo impulso allo sviluppo dell'azienda".

"Da tempo **Fitt** pone la sostenibilità al centro delle proprie scelte d'impresa indirizzando i propri investimenti nella creazione di prodotti che mirano ad essere *carbon neutral* - ha spiegato **Alessandro Mezzalira**, presidente di **Fitt** -. Questa operazione nasce dalla volontà di unire le competenze tecnologiche e i risultati della *Ricerca & Sviluppo* di **Claber** e **Fitt** per rispondere alla crescente sensibilità ecologica e sociale delle persone, valorizzando al contempo il patrimonio di esperienza umana e industriale del nostro territorio a livello internazionale".

🔗 www.fitt.com

🔗 www.claber.com

AOSOM SEMPLIFICA L'IMPORT DALLA CINA

Aosom, azienda globale fondata nel 2009 e specializzata nella vendita online di arredi per la casa, l'ufficio e il giardino, ha annunciato il nuovo servizio **Aosom Logistics** per mettere la propria esperienza logistica al servizio di altre aziende. **Aosom Logistics** è stato ideato e sviluppato per semplificare tutto il sistema di trasporto e importazione di prodotti e merci dalla Cina e di distribuzione in Italia e Europa. Avvalendosi di una rete di magazzini presenti in tutta Europa potrà immagazzinare i prodotti dei clienti, facilitando i diversi processi, scegliendo le tariffe più convenienti e riducendo i tempi di gestione. **Aosom** è presente in 12 paesi con 7 filiali e 20 magazzini proprietari, di cui due in Italia, a Belgioioso (PV) e Spinetta (CN) e un terzo in arrivo.

"Con **Aosom Logistics** manteniamo l'impegno nell'essere partner di nuove opportunità di business per le imprese italiane - ha dichiarato **Fabio Missoli**, Ceo e general manager Italy di **Aosom** -: infatti mettiamo la nostra esperienza al servizio di tutte quelle aziende che desiderano ampliare il catalogo di prodotti e aumentare le opportunità di distribuzione sul territorio, supportandole nel processo di importazione dalla Cina e offrendo un servizio di logistica avanzata che consenta loro di stoccare anche grandi quantità di merce".

🔗 www.aosom.it



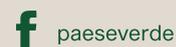
LE PIANTE FANNO PARTE DELLA FAMIGLIA, PRENDITENE CURA CON IL PAESE VERDE.

Il Paese Verde è il brand con cui Agribios Italiana mette a disposizione di hobby-farmer e greenlover la **cinquantennale esperienza** maturata nell'agricoltura professionale. Un'ampia gamma di **concimi**, prodotti per la **cura delle piante**, **terricci** e **disabituant**i in grado di coniugare efficacia e rispetto per l'ambiente.

Scopri tutti i nostri prodotti su www.ilpaeseverde.it



ilPaese Verde



GS1 ITALY: COME “PARLA” IL PACK DEGLI ALIMENTI PER CANI E GATTI

In occasione di un convegno organizzato online dalla mostra **Zoomark** lo scorso 26 gennaio, **Gs1 Italy** ha presentato alcuni dati dettagliati del mercato del *pet food* per cani e gatti derivati dall'*Osservatorio Immagino*, dedicato all'analisi delle etichette dei beni di consumo. È infatti interessante notare come i *claim* utilizzati per presentare i *plus* degli alimenti per umani siano stati trasposti anche per il *pet food* per cani e gatti. Abbiamo quindi i prodotti “rich-in”, in cui si esalta la presenza di vitamine, omega 3, proteine o fibre, e quelli “free-from”, in cui si sottolineano le mancanze, per esempio di zuccheri, coloranti, farinacei, carboidrati, Ogm, ecc.

L'analisi di **Gs1 Italy**, che compara anche gli andamenti delle vendite, evidenzia come i *trend* in aumento siano gli stessi per l'alimentazione umana o il *pet food*. Su oltre 3.000 prodotti *pet food* per cani e gatti analizzati da **Gs1 Italy**, 1.774 indicano sui pack i vantaggi “free from” (+1,0%) quasi alla pari con i 1.557 “rich-in” (+2,8% le vendite su giugno 2021). Solo 486 puntano sull'italianità, pur avendo un aumento delle vendite del +17,7%. È interessante notare come nella categoria “free-from” spicca la performance dell'indicazione “senza coloranti”: +21,4%. Tra i “rich-in” le vendite sono in aumento per la presenza di “ingredienti naturali” (+2,9%) e prebiotici (+1,5%). Anche alcuni temi legati alla sostenibilità stanno riscuotendo un successo di vendite. Come i prodotti *no cruelty* (+59,5%), i pack biodegradabili (+16,2%), quelli compostabili (+9,6%) e quelli che indicano la tracciabilità della filiera (+44,5%).

➔ www.gs1it.org

Assoflora aumenta la presenza sul territorio

Per dare voce al mondo della floricoltura **Assoflora** ha creato al suo interno la **Sezione Specialistica Floricoltori Assoflora**, strutturata con un proprio consiglio direttivo in rappresentanza di tutte le regioni. Lo scorso 2 febbraio sono state rinnovate le cariche direttive di **Floricoltori Assoflora** e con voto unanime è stato eletto presidente **Giacomo Chiarappa**, affiancato alla vicepresidenza da **Nicola Nozza** e **Bruno Bernabei**, quest'ultimo anche in qualità di referente nel Cda nazionale di **Assoflora**.

Un'importante novità emersa dall'incontro è la decisione di attribuire ai membri del consiglio direttivo della **Sezione Specialistica Floricoltori Assoflora** il ruolo di rappresentanti regionali.

Il consiglio direttivo di **Floricoltori Assoflora** rappresenta oggi dodici regioni italiane: Pier Botta (Piemonte), Gianluca Boeri (Liguria), Nicola Nozza (Lombardia), Luca Odorico (Friuli), Mario Calliari (Trentino), Michele Boarini (Emilia), Giacomo Chiarappa e Marco Carmazzi (Toscana), Paolo Bonini (Lazio), Bruno Bernabei (Marche), Francesco Tricarico (Puglia), Lillo Domenico (Basilicata) e Francesco Guarino (Sicilia).

➔ www.assoflora.it



Le linee by Copyr di concimi e corroboranti per la nutrizione e la difesa sostenibile, giorno dopo giorno

COMPLETI E SPECIFICI

NATURALI E BIOLOGICI

EFFICACI E DI FACILE IMPIEGO

REALIZZATI CON
ENERGIA RINNOVABILE

PLASTICOTTO[®]
by  idél

ECO

RICICLATI &
RICICLABILI



Proteggere l'**equilibrio naturale** è responsabilità di ciascuno di noi. Ciò significa che bisogna intraprendere delle azioni volte a rispettare e preservare l'ambiente.

Noi vogliamo fare la nostra parte!

Per questo abbiamo creato la linea **Plasticotto Eco** realizzata:

✓ Con materiali **riciclati** e **riciclabili**;

✓ Senza sprecare gli **scarti** che vengono reinseriti all'interno dei cicli di produzione;

✓ Utilizzando il **100% di energia rinnovabile**;

✓ Ricorrendo all'utilizzo di macchinari **ibridi** in grado di ridurre il consumo di energia!

Alcune referenze:



Etrusco



Volterra + Saucer



Campana



Ducale

Vieni a scoprire il nostro mondo, fatto di Vasi, Innovazioni e Passione!


Made in Italy

Seguici su:



0573.83355 | info@idel.it

www.IDeL.it

il verde che non ti aspetti



Peleg Design presenta i Leafriend, gli amici perfetti da posizionare sul bordo del vaso per sostenere i fiori o le piantine nei loro primi passi. Il set è composto da 3 friends, ognuno dei quali misura 6,6x3,5x2,3 cm.

Flex Cobra di Orbit è un ingegnoso sistema che, collegato semplicemente a un tubo da giardino, spruzza con precisione nella zona desiderata dell'acqua vaporizzata, per rinfrescarsi d'estate o per aumentare l'umidità.



Questa pratica pala pieghevole di Gentlemen's Hardware, robusta e resistente, consente di portare comodamente con sé l'attrezzo (per esempio in macchina) e di riporlo dopo l'utilizzo occupando pochissimo spazio.

Flip Fork rivoluziona gli accessori da barbecue racchiudendo 5 funzioni in 1: spatola, forchetta, coltello, "inteneritore" (tenderizer) e apribottiglie, il tutto in acciaio inox. Manico ergonomico in legno di acacia.



Splash è un innovativo porta quinzaglio che permette di portare sempre con sé una pratica vaschetta per far bere il proprio cane, oltre che di spruzzare un getto d'acqua per allontanare altri animali troppo socievoli.

È dell'azienda spagnola Vigar questo mini secchiello da giardinaggio, che permette di trasportare comodamente i vari utensili dotati di manici in bambù e di essere appeso facilmente a qualsiasi superficie verticale.



Dal 2004 Florida Dancing Birds realizza a mano diverse specie di uccelli ornamentali in Pvc per il giardino, che si muovono nella brezza alzandosi, abbassandosi e ruotando di 360° sul loro picchetto zincato.

Un regalo per gli amanti del giardinaggio firmato Transomnia: sotto la scritta *You'll find me in the garden* c'è un cartello rotante che su un lato recita *Down on my knees weeding* e sull'altro *With a drink in my hand*.



Boutique Garden propone un modo originale per far avvicinare i più piccoli al giardinaggio: dei kit per piantare e far crescere delle piantine di loglio sotto forma di simpatiche capigliature di diversi animali.

Si dice che per far crescere bene le piante ci si debba parlare. Per mitigare (o forse alimentare?) la sensazione di straniamento durante questi colloqui, il sito Vat19 propone questi buffi occhi magnetici per foglie.



TERCOMPOSTI

TRIPLO

AD OGNI PIANTA LA GIUSTA QUANTITÀ DI TERRICCO



- FORMATO SALVA SPAZIO DA 1,5 L
- SACCHETTO SALVA FRESCHEZZA CON ZIP APRI E CHIUDI
- CONFEZIONE CON PLASTICA RICICLATA



SCOPRI TUTTA LA LINEA DI TERRICCI SPECIFICI POCKET

- PIANTE GRASSE
- BONSAI
- ORCHIDEE
- PEPERONCINI
- PIANTE AROMATICHE



WWW.TERCOMPOSTI.COM



La cura del verde per Sbm Life Science

Forte di un'esperienza internazionale nella proposta di soluzioni biologiche per la cura del verde, Sbm Italia consolida sempre più la propria presenza nel mercato italiano. Ce ne parla Ferdinando Quarantelli, Cluster Head Sud Europa di Sbm Life Science.

Sbm e Solabiol sono marchi ormai molto noti nel mercato italiano, pur essendo stati introdotti soltanto nell'autunno del 2016. In seguito all'acquisizione di Bayer Garden da parte della francese Sbm Life Science nacque infatti la filiale italiana di Sbm, affidata a Ferdinando Quarantelli.

Il marchio **Solabiol** attivo in Francia da decenni ha permesso a **Sbm Life Science** di conquistare la *leadership* del mercato bio francese. Forte di questa esperienza e di un ampio catalogo di prodotti già testati sui mercati europei, **Sbm Italia** affronta il 2023 e il cambiamento normativo del mercato della difesa con un'offerta davvero interessante. Infatti ai marchi storici e leader di mercato **Solabiol**, **Nutri One**,

Protect Garden e **Protect Home**, si è aggiunta di recente la interessantissima offerta a marchio **Bio-gents**, un sistema integrato (senza uso di insetticida) per la protezione del giardino dalle zanzare, una soluzione già di successo in Francia, Spagna e Germania. Per saperne di più abbiamo incontrato **Ferdinando Quarantelli**, Cluster Head Sud Europa (Italia, Spagna e Portogallo) di **Sbm Life Science**.

Conseguenze della nuova normativa sugli Usi Non Professionali

Greenline: Da gennaio il noto decreto 33/2018 del Ministero della Salute ha rivoluzionato l'offerta di prodotti per la difesa del verde. Quali sono le prime ripercussioni sul mercato?

Ferdinando Quarantelli: Da 400 registrazioni PFnPE e PFnPO siamo passati a circa 100 e molte colture e pest non hanno soluzioni registrate. Alcune piante non hanno più prodotti per la difesa registrati e questa è la conseguenza più disdicevole per chi nel canale specializzato ha intenzione di proteggere le piante. **Proteggere piante come i limoni, le rose e le patate nell'orto diventa oltremodo complicato se non impossibile, ad**

esempio la rosa non ha un fungicida PFnPO pronto uso attivo su oidio, ticchiolatura e ruggine, per la dori-fora della patata e insetti del terreno non ci sono soluzioni insetticida e anche per gli agrumi ci sono forti limitazioni per la protezione da insetti (ad esempio afidi).

Guardando il bicchiere mezzo pieno possiamo dire che gli hobbisti hanno a disposizione delle soluzioni diverse: non dico peggiori o migliori, sicuramente minori per numero e certamente diverse. Dipende poi anche dal tipo di hobbista e da cosa vuole proteggere...

Greenline: Cosa intendi?

Ferdinando Quarantelli: Gli hobbisti "funzionali", che coltivano orti e frutteti con superfici non piccolissime (ad esempio di 250 – 500 mq), avranno problemi evidenti poiché oltre a un numero di soluzioni limitate (o spesso non disponibili), dovranno fare i conti anche con il fatto che i packaging autorizzati dal ministero hanno spesso subito forti limitazioni, per esempio il rame per l'orto sarà limitato a soli 50 mq trattabili (pack 50 ml).

Per quanto riguarda il prato, non resta alcun prodotto registrato per uso non professionale (diserbante,

Nutri One, il concime che garantisce risultati visibili in 7 giorni.





Solabiol è la linea innovativa ammessa in agricoltura biologica per nutrire e curare le piante in modo facile e sicuro.

insetticida e fungicida), in questo caso è veramente difficile capire cosa possa fare un comune cittadino che ha un prato e che desidera prendersene cura da solo.

Gli **hobbisti "passionali"**, che magari hanno un orticello più piccolo o che coltivano soprattutto piante da fiore per motivi estetici, avranno qualche soluzione in più rispetto a chi ha un orto con superfici maggiori.

Poi ci sono gli **hobbisti "biologici"** che sono un po' interdetti, la quasi totalità dei prodotti che avevano imparato a usare (proprio perché consentiti in agricoltura biologica) sono scomparsi poiché non registrabili con le nuove limitazioni (per esempio piretro concentrato per la protezione degli ortaggi).

Chi ha deciso di sostituire il glifosa-

te con l'acido pelargonico (un diserbante biologico e di origine naturale), è costretto a comprare il prodotto naturale con possibili limitazioni di packaging e costi esorbitanti.

Proteggere le piante sarà più difficile, occorrerà saper mixare le soluzioni disponibili, ricorrendo dove disponibili ai prodotti agrofarmaci registrati e ove necessario integrandoli al meglio con prodotti corroboranti e sostanze di base; **in questo contesto la competenza del rivenditore diventa sempre di più un fattore determinante e di successo.**

In sintesi, al canale distributivo e alle aziende produttrici l'onore e onere di dover spiegare al consumatore finale cosa fare per continuare a prendersi cura delle proprie piante in maniera sicura ed efficace.

Greenline: Voi avete il vantaggio di un'esperienza consolidata in Francia sulle soluzioni biologiche: quanto è importante far parte di un gruppo come Sbm?

Ferdinando Quarantelli: In Francia il marchio **Solabiol** si è affermato da 30 anni come *brand* biologico di riferimento. In questo paese già da tempo la vendita di prodotti chimici per uso non professionale ha subito forti limitazioni e ci sono catene distributive come **Botanic** e **Gamm Vert** che hanno fatto da tempo, e con un certo anticipo, scelte drastiche in tal senso. In quegli anni **Solabiol** ha conquistato uno spazio importante connotando la propria offerta al naturale in chiave moderna, offrendo prodotti ammessi in agricoltura biologica e totalmente naturali, ma sviluppando al contempo



Bancale espositore in alluminio



Carrello Cabriolet



Carrello DC



Carrello Vivaio e Garden



Scopri la più completa gamma di prodotti dedicati all'esposizione e movimentazione di piante e fiori: dal classico **carrello DC** con tutti i suoi accessori fino ai **bancali espositori** in alluminio o legno, completati da accessori funzionali come il rialzo per ottimizzare gli spazi.

La versatilità dei nostri prodotti vi aiuterà ad allestire il Garden Center, il vivaio o l'agraria, **migliorando le performance di vendita.**



MERCE IN PRONTA CONSEGNA

Ordina ora chiamando lo **0376 960311** o visita lo shop online **orlandelli.it**



Biogents: la soluzione integrata per il controllo delle zanzare in giardino, senza impiego di insetticidi grazie all'attrattivo brevettato da Biogents.



soluzioni tecnologicamente innovative e davvero capaci di tenere il giardino in ordine in modo sostenibile.

In Italia **Solabiol** è stato lanciato 6 anni fa e ad oggi rappresenta per **Sbm** la parte preponderante del business, sia per la gamma completa di prodotti per la difesa "biologica" sia per la parte dei concimi **Solabiol Natural booster**. Ricordo che **Sbm** è l'azienda leader nel segmento dei concimi naturali secondo la rilevazione di dicembre 2022 di **Griog**.

Inoltre cinque anni fa, grazie alla intuizione del nostro marketing manager **Claudio Perucchini**, in Italia abbiamo lanciato **Solabiol Free**: una linea innovativa (zeolite cubana, olio di soia, lecitina di soia, bicarbonato di sodio, sepiolite, sapone nero e trappole monitoraggio) per "liberare" gli hobbisti dalle complicazioni degli agrofarmaci e permettere una cura delle piante "facile, sicura e sufficientemente efficace". Le vendite di **Solabiol Free** sono cresciute costantemente e oggi rappresentano un completamento di gamma indispensabile per lo scaffale della protezione delle piante.

Il successo di **Solabiol Free** ci dice che a prescindere dalle leggi, molti hobbisti hanno già fatto una scelta personale in favore della maggiore sostenibilità e hanno iniziato a sperimentare con soddisfazione i nuovi prodotti **Solabiol Free**.

Sanium: il "must have" della difesa

Greenline: Dalla mannaia del Decreto 33/2018 si è salvato Sanium, l'unico insetticida sistemico di sintesi rimasto sul mercato. Un bel vantaggio per voi, no?

Ferdinando Quarantelli: Sanium è un insetticida sistemico di ultima generazione a base di Flupyradifurone, **Sbm Life Science** ha sviluppato una gamma completa in varie referenze: trigger, pillole e concentrato, sia per le edibili sia per le ornamentali, e ha ottenuto la conferma della registra-

zione per utilizzo non professionale. Nel mondo degli insetticidi per gli insetti con apparato boccale succhiante, come afidi, mosca bianca e cocciniglie, **Sanium** è la soluzione ideale. Quindi sicuramente **Sanium** diventerà un "must have" ma è bene chiarire che **Sanium** da solo non può risolvere tutti i problemi. Per esempio in presenza di larve di lepidotteri suggeriamo **Solabiol Insetticida Abbatte**, un trigger a base di piretro la cui formulazione è potenziata con l'olio di colza per garantire una maggiore efficacia su lepidotteri e su ragnetto rosso.

Inoltre a marchio **Solabiol** segnalò l'insetticida-acaricida biologico **Flipper**: un altro prodotto eccezionale che ha un successo enorme in agricoltura. Ha uno spettro di azione ampio (afidi, aleurodidi e ragnetto rosso) ed è un prodotto indispensabile per la protezione dell'orto; insieme a **Sanium** è una soluzione ideale per sostituire nell'orto i vecchi prodotti insetticidi di contatto (ad esempio piretroidi).

Greenline: La confezione di Sanium concentrato è passata da 100 a 5 ml: conseguenza delle nuove norme?

Ferdinando Quarantelli: La nuova legge limita fortemente i prodotti

Sanium è l'unico insetticida sistemico per uso non professionale ed è disponibile come trigger, concentrato e pillole.

concentrati. Nel nostro caso proponiamo **Sanium** concentrato in un flacone da 5 ml con il quale è possibile realizzare 1,5/1.9 litri di soluzione. In effetti la confezione precedente era da 100 ml (vendibile fino a giugno 2023), ma va detto che con 2 litri di soluzione si possono trattare 15/20 mq di superficie; il problema si porrà per gli hobbisti "funzionali" con orti e frutteti di maggiori dimensioni.

Biogents: la lotta biologica alle zanzare

Greenline: L'ultimo ingresso, la linea Biogents per limitare le zanzare in modo biologico, si integra in modo coerente con l'immagine di Solabiol. L'avete lanciata in Italia un anno fa, che riscontro ha trovato nel mercato?

Ferdinando Quarantelli: Molti proprietari di giardini stavano già cercando delle soluzioni alternative e biologiche per risolvere il problema delle zanzare.

Quando un anno fa abbiamo presentato Biogents, una soluzione senza insetticida, l'interesse è stato importante e immediato, perché sono tanti i proprietari di giardini che chiedono soluzioni senza insetticida, sia per una questione di fruibilità del giardino sia per una questione di costo dell'insetticida concentrato e/o del disinfestatore.

Biogents è un brevetto tedesco, sviluppato da una società che opera prevalentemente nella ricerca scientifica sulla biologia delle zanzare. In trent'anni di ricerca hanno messo a punto un attrattivo in grado di catturare le zanzare femmina attive nella ricerca del soggetto da pungere prima della ovideposizione. Le zanzare vengono attratte dall'attrattivo nella trappola **Biogents Mosquitaire**, dove muoiono per disidratazione. A completamento abbiamo quindi **Biogents bg gat** per attrarre invece le zanzare ovideponente (quindi quelle che hanno già punto e che devono ovideporre nell'acqua!).

Biogents è una soluzione funzionale ed efficiente, da installare in giardino e capace di ridurre in modo importante la presenza delle zanzare in queste zone. Anche in questo caso abbiamo sfruttato l'esperienza francese, dove **Biogents** ha una storia di successo ed è un punto di riferimento per la distribuzione.

➔ www.seezon.it





La passione per la floricoltura proiettata al futuro.

- ✓ QUALITÀ CERTIFICATA
- ✓ ASSORTIMENTO
- ✓ CONSEGNE IN 48 ORE
- ✓ RETE VENDITA IN
TUTTE LE REGIONI


pagano fiori
Sponsor ufficiale della natura 

Via Don Primo Mazzolari, 7
Ruvo di Puglia (BA)
info@paganofiori.com
www.paganofiori.com

Gran ritorno a Francoforte

Molto attese dopo due anni di assenza forzata, a febbraio si sono nuovamente svolte le fiere dei beni di consumo di Francoforte, riunite in un unico evento per la prima volta, con un'ottima risposta da parte dei visitatori e soddisfazione degli organizzatori.

Le principali fiere internazionali dei beni di consumo **Ambiente, Christmasworld** e **Creativeworld**, unite per la prima volta nello stesso luogo e nelle stesse date, si sono confermate come *hub* globale per le tendenze future del *lifestyle*.

4.561 espositori hanno occupato l'intero quartiere fieristico di Francoforte, dal 3 al 7 febbraio, su una superficie di 352.950 mq e hanno incontrato **154.000 visitatori** provenienti da tutto il mondo. Per cinque giorni i padiglioni espositivi, al completo, sono stati animati da incontri e da un'energica atmosfera di ordini. "Con una straordinaria partecipazione internazionale - ha dichiarato **Detlef Braun**, membro del comitato esecutivo -, abbiamo realizzato un incredibile ritorno per il mondo dei beni di consumo globali dopo due anni di pandemia. Il nostro nuovo concet-

to *One Stop Shop* ha funzionato". I buyer hanno beneficiato di una varietà unica di nuovi impulsi commerciali: ad **Ambiente Dining, Living** e **Giving** sono stati ampliati dalla nuova sezione **Working**, con uno sguardo ai moderni mondi del lavoro.

Christmasworld ha ispirato il settore con attrazioni stagionali e decorazioni festive ad effetto per il periodo più bello e più venduto dell'anno. Con numerose offerte creative e *workshop* interattivi, **Creativeworld** ha celebrato il *boom* del bricolage come nessun'altra fiera.

L'alto livello di internazionalità ha superato ogni aspettativa: il 70% dei visitatori proveniva dall'estero. Oltre alla Germania, tra le nazioni che hanno partecipato in maniera più importante ci sono Italia, Francia, Paesi Bassi, Stati Uniti, Gran Bretagna, Spagna, Turchia, Svizzera, Grecia e Polonia.

"La combinazione di **Christmasworld, Ambiente** e **Creativeworld** si sta rivelando una soluzione molto fortunata sia per gli espositori sia per gli acquirenti, che dovrebbe essere assolutamente mantenuta" - ha sottolineato **Lars Adler**, presidente del consiglio di amministrazione **Evl (European Lifestyle Association)**.

Il fatto che gli operatori del settore vedano in **Ambiente, Christmasworld** e **Creativeworld** una piattaforma di successo è confermato anche dal sondaggio condotto da **Messe Frankfurt** tra i visitatori. L'indice di soddisfazione è stato molto alto e attualmente si attesta al 94%.

Sono già state fissate le date per la prossima edizione: Ambiente/Christmasworld: 26 - 30 gennaio 2024; Creativeworld: 27 - 30 gennaio 2024.

➔ www.messefrankfurt.com



**VANITOSA
PER NATURA.**



www.leonessavivai.it



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

RICHIEDI GRATUITAMENTE
IL BOX DEL GIARDINIERE
CON I CAMPIONI DEI PRODOTTI
DI TUO INTERESSE





BOX BOX
del **Giardinere** del **Giardinere**

CONTATTACI
www.euroterriflora.it
info@euroterriflora.it



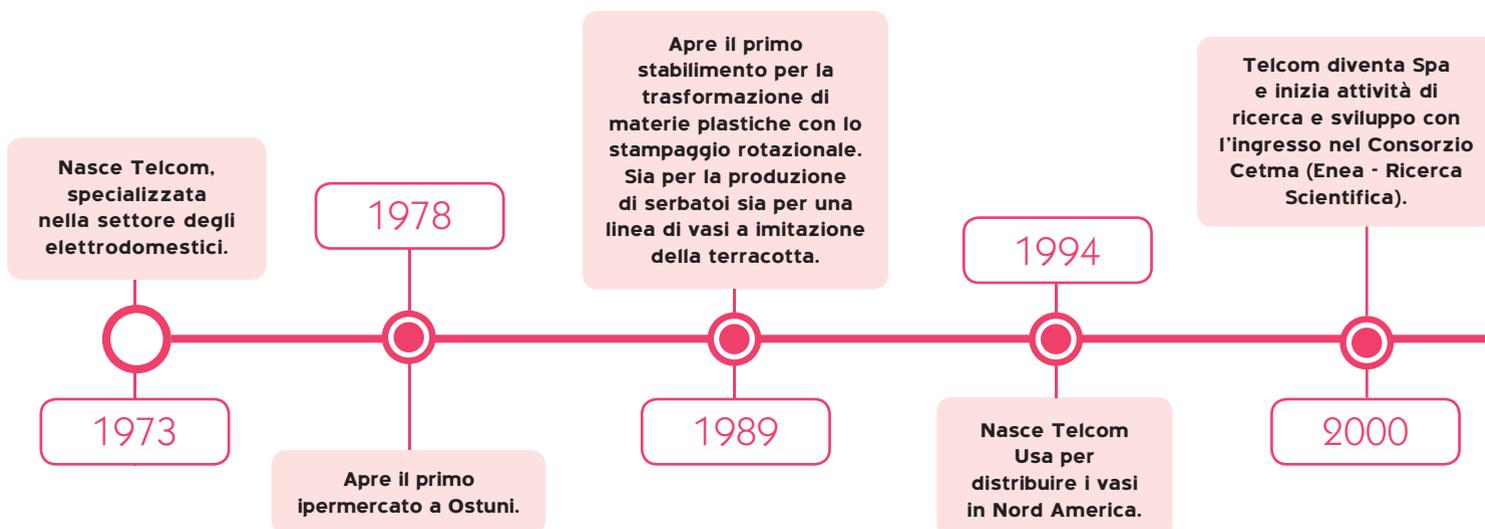
I 50 anni di Telcom

Nata per vendere elettrodomestici, la pugliese Telcom si è saputa imporre a livello internazionale nella produzione di vasi e soluzioni innovative per l'outdoor. Ne abbiamo parlato con Maria Cucci, direttore commerciale della divisione hobby di Telcom.

Il 50° anniversario di **Telcom** di Ostuni, in provincia di Brindisi, vale doppio perché costruire nel Mezzogiorno un gruppo industriale come quello fondato da **Alfonso Casale** nel 1973 non deve essere stato semplice. Oggi **Telcom** rappresenta un modello di sviluppo del *made in Italy*, perché ha mantenuto la sede a Ostuni, anzi l'ha ampliata notevolmente nel corso degli anni ed è riuscita ad affermarsi sul mercato internazionale grazie a un approccio

avanguardistico e tecnologicamente avanzato. Basti ricordare che **Telcom** ha sperimentato per prima la tecnologia rotazionale per la produzione di una linea di vasi decorativi simil-terracotta alla fine degli anni Ottanta. Una tappa tecnologica che ha segnato la storia dell'azienda, nata nel 1973 per distribuire elettrodomestici. Dopo i primi prodotti realizzati in rotazionale, sia vasi per il giardinaggio sia serbatoi per la raccolta di liquidi, **Telcom** ha sempre inve-

stito per ampliare la produzione e l'offerta. Ha iniziato a produrre vasi in terracotta nel 2004 e nel 2012 ha acquisito **Abruzzo Vasi** spostando gli impianti di produzione a Ostuni. Così come ha avviato impianti di produzione a iniezione e per lo stampaggio a soffiaggio, una tecnologia che **Telcom** usa soprattutto per la produzione di serbatoi. Con un'attenzione alla sostenibilità e all'uso delle energie rinnovabili che affonda le radici in tempi non sospetti.



Per tracciare un bilancio di questi cinquant'anni abbiamo incontrato **Maria Cucci**, direttore commerciale della divisione hobby di **Telcom** dal 2019 e testimone di molti dei progressi dell'azienda pugliese.

Da Ostuni agli Stati Uniti: 50 anni di made in Italy

Greenline: Anzitutto permettimi di complimentarmi per la promozione alla direzione commerciale: non sono molte le donne manager che conquistano ruoli apicali nel nostro mercato, senza avere in eredità l'azienda dai fondatori ...

Maria Cucci: Quando nel 2019 **Giuseppe Casale**, fratello del fondatore **Alfonso**, è andato in pensione e ha lasciato la direzione commerciale, l'azienda ha deciso di creare due divisioni: quella **hobbistica** e quella **professional**, dedicata ai serbatoi per la raccolta e lo stoccaggio di liquidi e affidata all'ingegner **Sergio De Gioia**. Io lavoro da 35 anni in **Telcom** e ho avuto dei grandi maestri: penso mi abbiano affidato la direzione commerciale della divisione hobbistica per dare un segno di continuità al lavoro svolto in questi anni. Da più di 10 anni è avvenuto con successo il cambio generazionale con cui **Raffaele Casale**, figlio del fondatore, è passato al timone dell'azienda.

Greenline: Come festeggerete i 50 anni?

Maria Cucci: Stiamo investendo molto sul territorio, in particolare sponsorizzando diverse attività culturali. Naturalmente organizzeremo anche un evento speciale per festeggiare, ma per ora non posso anticipare nulla.



La nuova linea Bali che riproduce l'effetto corda.

Greenline: In cinquant'anni Telcom ha raggiunto livelli di eccellenza apprezzati a livello internazionale, pur avendo sempre avuto come base un piccolo centro del sud. Ho partecipato personalmente all'inaugurazione della zona industriale di Ostuni, che ospitava la vostra nuova sede, e mi ricordo che mancavano ancora le strade e alcuni servizi essenziali. Possiamo dire che questo traguardo vale doppio?

Maria Cucci: Assolutamente. In questi cinquant'anni l'azienda ha sempre dovuto combattere con tutte le amministrazioni locali che si sono avvicendate, semplicemente per ottenere i servizi indispensabili nelle zone artigianali e industriali.

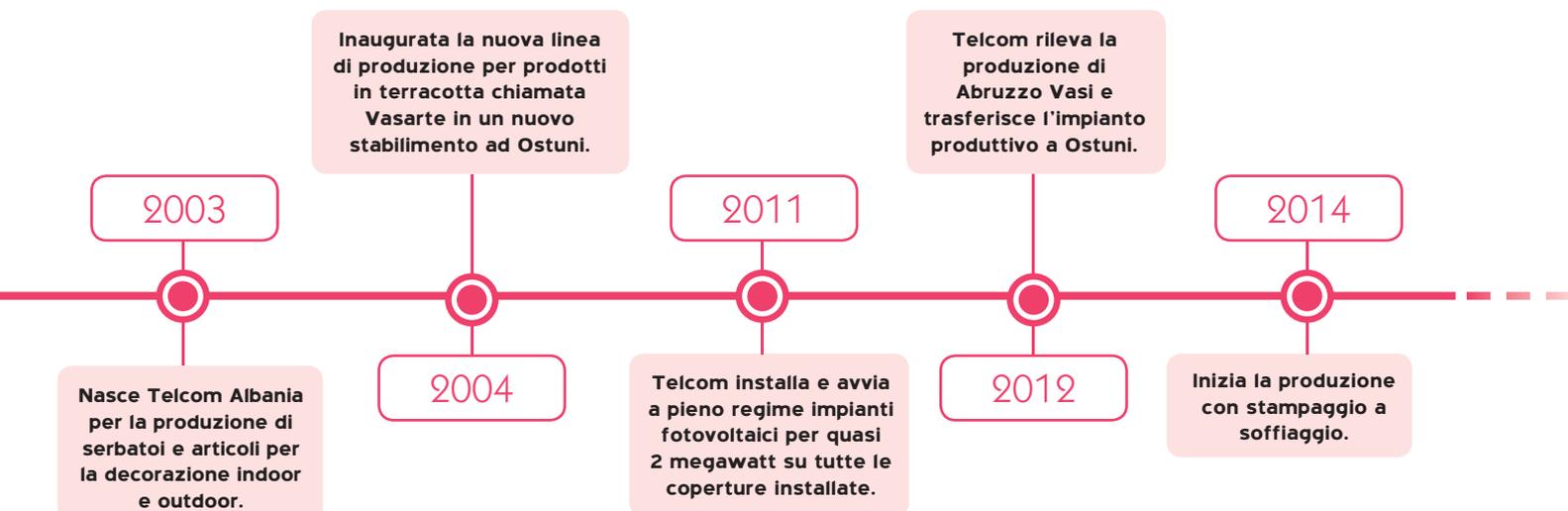
Greenline: Ripensando alla vostra storia, Telcom si è sempre contraddistinta nel mercato hobbistico per una visione tecnologicamente all'avanguardia. Siete stati tra i primi a

intuire le potenzialità della tecnologia rotazionale nel mercato dei vasi per il giardinaggio...

Maria Cucci: Sì, siamo stati sicuramente tra i primi in Italia. Fino ad allora eravamo commercianti di elettrodomestici: **Telcom** e l'acronimo di **Televisori Commercio**. Dal 1973 al 1987 vendevamo frigoriferi marchiati **Telcom** importati dalla Russia e avevamo una *joint venture* con **Merloni** per la produzione di elettrodomestici. Per diversificare, nel 1987 abbiamo acquistato la prima macchina rotazionale e da lì è nato il gruppo che oggi conosciamo.

Greenline: Quanto è importante il mercato internazionale per Telcom?

Maria Cucci: Direi abbastanza: oggi rappresenta una buona parte del fatturato. Ma importiamo anche tanto: noi abbiamo sempre proposto qualche gamma di importazione, perché **ci piace avere sempre nei**



nostri cataloghi delle linee esclusive che non si reperiscono facilmente in Italia o su altri mercati europei.

Greenline: Avete anche delle controllate e delle partecipazioni all'estero?

Maria Cucci: Telcom ha sempre avuto una propensione internazionale e delle partecipazioni all'estero. Oggi abbiamo delle controllate in Albania e Romania, specializzate nella produzione di serbatoi, ma in passato abbiamo avuto stabilimenti negli Stati Uniti, una *joint venture* in Thailandia, dei depositi in Spagna, ecc.

L'evoluzione del vaso da "contenitore di terra" a complemento d'arredo

Greenline: Quanto "pesa" la divisione hobby sul giro d'affari del gruppo Telcom?

Maria Cucci: Ha una parte preponderante perché ha un bacino d'utenza internazionale e quindi più ampio: i serbatoi sono voluminosi e sono difficili da esportare a causa degli alti costi di trasporto.

“PER NOI LA SOSTENIBILITÀ È UN VALORE MOLTO IMPORTANTE E I PRIMI IMPIANTI FOTOVOLTAICI LI ABBIAMO INSTALLATI 12 ANNI FA. OGGI TELCOM È UN'AZIENDA ALTAMENTE SOSTENIBILE, ABBIAMO 14.000 MQ DI PANNELLI SU TUTTA L'AZIENDA E RICICLIAMO OGNI DETRITO O SCARTO AL NOSTRO INTERNO. PER I FORNITORI ESTERI CHE LO RICHIEDONO ARRIVIAMO A PRODURRE VASI CON MATERIALE TOTALMENTE RICICLATO”.

MARIA CUCCI,
DIRETTORE COMMERCIALE
DIVISIONE HOBBY DI TELCOM

Ma nella tecnologia rotazionale, sia per la produzione di serbatoi sia per i vasi decorativi, abbiamo maturato un know how molto avanzato e che poche imprese possono vantare. Investiamo continuamente e ci perfezioniamo ogni giorno. Inoltre la tecnologia a iniezione, introdotta più recentemente, è stata



La linea Equa a iniezione realizzata con materiali al 100% riciclati.

accolta molto positivamente dal mercato e ha raggiunto la stessa importanza della produzione rotazionale.

Greenline: Siete tra le poche imprese specializzate in quattro tecniche produttive: rotazionale, iniezione, terracotta e soffiaggio...

Maria Cucci: Esatto. Ma precisiamo che il soffiaggio lo usiamo solo per i serbatoi, non per i vasi. Ci sono altre aziende che hanno cataloghi che coprono tutti i settori ma spesso sono prodotti distribuiti: noi produciamo tutto e lo facciamo a Ostuni.

Inoltre abbiamo anche **officine meccaniche per la realizzazione e la manutenzione degli stampi e un reparto che si occupa della trasformazione delle materie prime.**

Greenline: Non abbiamo ancora parlato della sostenibilità, un impegno che Telcom ha assunto in tempi non sospetti...

Maria Cucci: Per noi è molto importante e i **primi impianti fotovoltaici li abbiamo installati 12 anni fa**, nel 2011. **Telcom** è un'azienda altamente sostenibile e su tutta l'azienda ci sono pannelli fotovoltaici: più di 14.000 mq. Ricicliamo qualsiasi detrito o scarto al nostro interno e abbiamo maturato la tecnologia per produrre vasi con materiale totalmente riciclato, argomento sempre più attuale e sentito. Da diversi anni siamo fornitori di



Alcuni prodotti della nuova linea Balcony.

Ikea per il rotazionale e siamo il primo fornitore del settore giardino di **Auchan Francia**, con cui lavoriamo da oltre dieci anni.

Greenline: L'attenzione alla sostenibilità di oggi non stupisce poiché nel mondo dell'hobbistica Telcom ha sempre avuto uno sviluppo molto coerente e allineato con i trend del momento. In cinquant'anni avete vissuto l'evoluzione del "vaso" da "contenitore di terra" a elemento di design e d'arredo, che oggi viene esaltato da un processo di produzione sempre più circolare e sostenibile. Penso anche alla linea Modum, con mobili outdoor talmente particolari da essere usati anche negli interni...

Maria Cucci: Sì, il ruolo del vaso nelle nostre case si è molto evoluto in questi cinquant'anni, passando anche per il *boom* degli articoli illuminati con la linea **Modum**. È una linea di prodotti un po' particolare, che permette ai nostri clienti di offrire degli articoli diversi. A questo proposito posso anticiparvi che stiamo lavorando a una sezione "revival" di **Modum** che verrà rivisitata e integrata nei prossimi mesi.

Ma il nostro core business rimangono le linee di vasi rotazionali e a iniezione. In questa attività troviamo i maggiori riscontri da parte dei clienti perché **proponiamo ogni anno nuove gamme e colori.**

➔ www.telcomitalia.eu

Fondata più di 125 anni fa, **Bavicchi spa** ancora oggi è una tra le più prestigiose aziende a carattere familiare che distribuisce in tutto il mondo sementi per l'orto, il giardino e l'alimentazione naturale. Da sempre attenta alle esigenze del mercato e ad introdurre **prodotti innovativi**, anche quest'anno propone molte novità tra cui quelle qui sotto esposte che saranno presentate a tutti i clienti in anteprima al My Plant & Garden. Il marchio Bavicchi continua ad identificarsi con una completa linea di sementi e strumenti per orto e da fiore, oltre alla vasta gamma di semi per tappeti erbosi ad uso domestico, professionale e sportivo. Oggi l'obiettivo primario dell'azienda è quello di rimanere al fianco dei propri clienti e di continuare a puntare sull'innovazione, la tutela dell'ambiente e la biodiversità, per offrire sempre una gamma di prodotti e servizi volti a migliorare la qualità di vita del consumatore.



**Novità
2023!**



NUOVO ESPOSITORE MODULARE!

✓ **3 modelli combinabili per incontrare le esigenze di ogni punto vendita!**

✓ **Grafica personalizzabile in base al prodotto esposto!**

✓ **Grande comunicazione!**

✓ **Facile da montare!**



**Novità
2023!**

Direttamente dall'antica arte giapponese un modo originale e naturale di decorare la casa: *Kokedama!*



**Novità
2023!**

Nuovi astucci 500 g linea Prato Centometri!



Ital-Agro lancia Vithal Expert

Con la nuova linea per gli hobby farmer con patentino, Ital-Agro allarga la sua offerta dai green lovers “bio” fino al piccolo giardiniere. Ce ne parla Ivan Podeschi, nuovo direttore commerciale di Ital-Agro.



Fondata nel 1951 per fornire prodotti per la difesa delle piante agli hobbisti, **Ital-Agro** è stata acquisita nel 2002 dal **Gruppo Sipcarn Oxon**, azienda italiana specializzata nella ricerca di soluzioni per l'agricoltura che cercava un *brand* per proporre ai consumatori finali i prodotti pensati e concepiti per il segmento professionale. In particolare le soluzioni più “green”.

Già dal 2011 **Ital-Agro** è riuscita a proporre un'offerta completa agli hobbisti grazie all'accordo per la distribuzione in esclusiva per l'Italia dei prodotti del gruppo **Evergreen Garden Care**, noto per i *brand* molto conosciuti **Kb**, **Nexa** e **Osmocote**. Un'altra svolta è avvenuta nel 2021 quando, grazie al *know how* di **Sipcarn**, nasce la linea **Vithal Bio**, composta da sostanze di base, corroboranti e soluzioni naturali per difendere il verde.

Oggi l'unione dell'offerta specialistica nella difesa di **Vithal Bio** con la linea di terricci e concimi di **Kb** dà luogo a uno dei cataloghi più completi del mercato.

Per capire come hanno affrontato la nuova normativa sugli usi non professionali, abbiamo incontrato **Ivan Podeschi**, nuovo direttore commerciale di **Ital-Agro** da gennaio di quest'anno.

Dall'hobbista “bio” all'hobby farmer con patentino

Greenline: Assumere la direzione commerciale di un gruppo importante come Ital-Agro in un periodo particolare come questo, con un cambio di normativa che ha stravolto il mercato, non dev'essere stato semplice, mi sbaglio?

Ivan Podeschi: Da gennaio sono entrato in **Ital-Agro** in un momento di

forte cambiamento perché coincide con tutti i cambi delle leggi sui PFnPE e PFnPO. Permettami di ringraziare il mio predecessore, **Massimo Chelini**, che mi sta affiancando in questo progetto e rimarrà ancora per qualche anno in forza a **Ital-Agro**.

Greenline: Come avete affrontato i limiti imposti dalla nuova normativa sugli agrofarmaci?

Ivan Podeschi: A dicembre abbiamo presentato il catalogo con tutti i prodotti di libera vendita legati ai marchi **Vithal** e **Kb** e in questi giorni abbiamo presentato un secondo catalogo dedicato al marchio **Vithal Expert**, che comprende una serie di agrofarmaci per la piccola agricoltura da acquistare con *patentino* ma in piccole taglie.

Inoltre in questi anni abbiamo investito per i PFnPE e qualcuno siamo riusciti a difenderlo in esclusiva.

Ciò nonostante abbiamo deciso di continuare a distribuire alcuni prodotti con confezioni più ridotte per gli *hobby farmer* che hanno un *patentino*.

Greenline: In questo modo coprite le esigenze di tutto il mercato, dai prodotti bio fino a quelli a patentino?
Ivan Podeschi: Il mercato dei prodotti per la difesa delle piante oggi può essere diviso in almeno 5 segmenti diversi.

Il primo modo per difendere le piante è **concimarle in modo corretto**. Affiancando ai concimi tradizionali anche prodotti che stimolano la pianta a crescere meglio, quindi **fisioattivatori** come **Blackjak** e **biostimolanti** come **Abyss**. Questo perché le piante ben curate hanno meno bisogno di difesa.

Altri due segmenti sono rappresentati dalle **sostanze di base** e dai **corroboranti**. Prodotti biologici che noi abbiamo riunito nella linea **Vithal Bio**. Soluzioni che migliorano le difese delle piante.

Il quarto segmento sono i **nuovi PFnPE e PFnPO**: abbiamo investito molto per difendere i prodotti e oggi



possiamo offrire ai nostri rivenditori delle soluzioni in esclusiva.

Il quinto segmento di consumo del mercato hobbistico è rappresentato dagli **agrofarmaci con patentino in piccole confezioni**.

Greenline: Mentre sui primi quattro segmenti avete una storia ultra settantennale, la vera novità è la nuova linea per hobbisti con patentino?

Ivan Podeschi: Sì ed è ovviamente legata all'esito della legge. Ma troviamo un riscontro nel mercato perché la legge sugli Unp (Usi Non Professionali) **ha eliminato total-**

mente delle categorie di prodotto fondamentali per la piccola coltivazione. Per esempio oggi gli *hobby farmer* non hanno più un insetticida del terreno: perciò abbiamo deciso di continuare a proporre il nostro **Ercole** per gli hobbisti che decidono di prendere il *patentino*.

Greenline: Voi avete sempre avuto un'ampia gamma di diserbanti selettivi per il tappeto erboso. Oggi anche la cura del prato è rimasta senza difese...

Ivan Podeschi: Certo, non c'è più un erbicida. Tutti i nostri prodotti



Arena
Vivai
Linea Garden

La bellezza ci salverà

www.arenavivai.com

per la cura del prato sono passati nel catalogo a *patentino* e vengono acquistati sia dall'hobbista sia dai giardinieri, specialmente i prodotti per il diserbo a foglia larga. La nuova linea **Vithal Expert**, con prodotti a *patentino* ma di piccola taglia, sta rispondendo alle esigenze anche dei piccoli giardinieri, che magari non hanno gli spazi per stoccare grandi quantità di agrofarmaci.

Un 2023 di cambiamento e di opportunità

Greenline: Accanto al cambio di normativa, il 2023 inizia con un'inflazione sopra il 10% che non aiuterà i consumi. Che obiettivi avete per quest'anno?

Ivan Podeschi: Io sono convinto che il 2023 alla fine sarà un bell'anno. È vero che sono cambiate le regole ma non è cambiato il mercato. Anzi il mercato mi sembra particolarmente vivo e non ho mai visto così tanto interesse nelle fiere come quest'anno. Sarebbe stato peggio con le regole invariate ma senza domanda. Invece il mercato è vivo, è interessato ai nuovi prodotti e ha bisogno delle aziende del settore, che devono mettersi in discussione e trovare nuove soluzioni.

Il 2023 sarà sicuramente un anno di cambiamento ma anche di opportunità: i clienti ci sono e le esigenze sono sempre le stesse.

Greenline: Da un certo punto di vista con l'introduzione della linea **Vithal Expert** con *patentino*, che coinvolge anche i piccoli giardinieri e manutentori, quest'anno vi rivolgete a una platea di consumatori più ampia rispetto al passato?

Ivan Podeschi: Esatto e spero sia la strategia vincente. Oggi siamo l'unica azienda in Italia che può offrire nello stesso pacchetto di prodotti tutte le soluzioni. Dai terricci ai concimi, dalla difesa biologica agli agrofarmaci a *patentino*. Senza dimenticare la difesa della casa e i disabituanti. Siamo in grado di offrire le soluzioni più opportune a tutti i tipi di hobbisti, da chi coltiva sul terrazzo e non vuole usare prodotti chimici fino all'*hobby farmer* che coltiva orti o frutteti di una certa dimensione, anche semplicemente per tradizione familiare.

In più abbiamo tutte le soluzioni che derivano dalla Francia, cioè dal rapporto in esclusiva con **Evergreen Garden Care**. Un paese dove i limiti normativi sono arrivati prima dell'Italia e dove si sono affermate molte soluzioni **Kb**, che noi stiamo portando in Italia. Come l'insetticida **Biopolysect** o il lumachicida **Limex PFnPE**. Prodotti che arricchiscono la nostra offerta.

Greenline: Oltre all'apporto di uno dei più grandi gruppi europei specializzati nel settore, voi potete contare anche sullo sviluppo del brand **Vithal** che porta al consumatore finale le esperienze maturate dalla casa madre, **Sipcam**, in agricoltura biologica...
Ivan Podeschi: **Ital-Agro** fa parte del gruppo **Sipcam** che è uno dei più importanti gruppi italiani in agricoltura, impegnato ogni giorno nel trovare soluzioni efficaci e rispettose dell'ambiente per il mondo professionale. Tecnologie che poi trasferiamo anche al consumatore finale in **Ital-Agro** con la linea **Vithal**.

Per esempio il nuovo **3logy PFnPE** è composto da tre terpeni (Eugenolo, Timolo e Geraniolo) e per me rappresenta il futuro dei PFnPE. Un prodotto a basso impatto ambientale ma con una certa efficacia, già sperimentata nell'agricoltura professionale. Questo è possibile perché c'è la ricerca di **Sipcam** e questa sinergia ci sta permettendo di portare sul mercato delle soluzioni uniche e prodotti innovativi che saranno il futuro dei nuovi PFnPE.



Quindi affrontiamo la nuova normativa e le difficoltà del mercato nel 2023 con la consapevolezza che siamo il terminale della più importante azienda italiana in agricoltura, impegnata nel trovare soluzioni innovative per i prossimi anni, e siamo il terminale distributivo di **Evergreen Garden Care** con il brand **Kb**, uno dei più grandi gruppi europei nell'hobbistica.

Greenline: Il consumatore finale conosce poco i corroboranti e le sostanze di base. Il mercato dovrà fare uno sforzo anche comunicativo?

Ivan Podeschi: Nell'ambito delle attività a sostegno di **Vithal Bio**, quindi tutti prodotti di estrazione naturale, abbiamo sviluppato una serie di **vignette** che spiegano in modo semplice l'utilizzo del prodotto. Abbiamo poi predisposto una serie di **micro-video** e stiamo realizzando

delle **schede dettagliate da inserire nei nostri manuali dell'orto e del frutteto**. Proprio per spiegare al consumatore che oltre alla linea tradizionale ci sono anche una serie di prodotti naturali che hanno un'efficacia ormai garantita.

Inoltre dal 21 marzo i consumatori che acquisteranno i prodotti **Vithal Bio** potranno partecipare a un concorso che mette in palio biciclette elettriche, monopattini elettrici, vasi purificatori e naturalmente buoni acquisti. Oltre ai consumatori, i primi tre premi verranno assegnati anche ai rivenditori

che hanno sponsorizzato l'iniziativa e veicolato i biglietti vincenti.



Il 21 marzo inizia il concorso che premia i consumatori e i rivenditori dei prodotti **Vithal Bio**.

➔ www.fuoridiverde.it

HOZELOCK

Pure



RENDIAMO ALLA NATURA QUELLO CHE CI HA DONATO

Compostiera rotativa EasyMix 2in1™



Fate il vostro **compost**



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



Più informazioni
qui





Brunnen Industrie

accende l'ambiente

Conosciuta sul mercato per il pellet e i tronchetti di puro legno vergine, Brunnen Industrie propone prodotti innovativi e accattivanti nell'ottica di un servizio al cliente sempre più mirato.



Specializzata nella produzione e nella commercializzazione di pellet e tronchetti di puro legno vergine, la vicentina **Brunnen Industrie** intercetta da sempre le esigenze del mercato. **Loris Boseggia**, responsabile acquisti **Brunnen Industrie** e sviluppo progetto **Carboncil**, ci presenta l'azienda e i prodotti proposti ai clienti negozianti.

Greenline: Chi è Brunnen Industrie e come opera sul mercato?

Loris Boseggia: Brunnen Industrie nasce dall'unione di un team di persone con esperienza pluriennale nel campo della commercializzazione del pellet e dei tronchetti di puro le-

gno vergine, ai quali ha affiancato, nel corso del tempo, altri prodotti di punta quali il carbone vegetale e la carbonella istantanea.

L'analisi del mercato, la valutazione degli obiettivi e l'identificazione di nuovi bisogni sono i fattori chiave che hanno incoraggiato lo sviluppo di nuovi prodotti, il miglioramento di quelli già esistenti e hanno garantito a **Brunnen Industrie** una crescita costante nel tempo.

Greenline: Quali caratteristiche distintive hanno i vostri prodotti?

Loris Boseggia: Fin dalla sua costituzione, **Brunnen Industrie** si è prefissata lo scopo di selezionare e distribuire alla propria clientela solo

prodotti con elevati standard qualitativi, confezionati con packaging accurati e gestiti con una logistica puntuale e precisa e con un servizio di post-vendita professionale nei confronti del consumatore finale.

Come già accennato, all'originario pellet di legno, la cui qualità è garantita dalla certificazione Enplus, si sono affiancati via via nuovi prodotti quali la carbonella vegetale a marchio "**Carbonito**" e "**Top Quality**", caratterizzata dall'elevato grado di incandescenza, dall'alto potere calorifico e dalla ridotta produzione di fumi e successivamente dai bricchetti di carbone a marchio "**Grill**" che, forti della loro forma regolare, bruciano più lentamente ed hanno una durata



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.



Leggere attentamente l'etichetta prima di usare il prodotto.



SCOPRI IL MONDO VEBI BIO

FOR GREEN  LUVERS



maggior rispetto alla carbonella di legna e sono l'ideale per le grigliate che richiedono un tempo di cottura prolungato.

Ultima nata, ma già fonte di soddisfazione è la rivoluzionaria carbonella istantanea **Carboncil**, un prodotto naturale che in soli dieci minuti permette già di grigliare e che non ha bisogno di accendifuoco, legnetti e carta per la sua accensione: basta un solo fiammifero. Distribuita in esclusiva europea, è attualmente pubblicizzata su web e sulle reti Mediaset e La7.



Il trasporto di questi prodotti può avvenire via terra, nave e treno, anche tramite container, con lo scarico finale presso i centri di distribuzione o i rivenditori.

Greenline: Le note vicende degli ultimi anni hanno inevitabilmente cambiato le dinamiche del mercato: come ha reagito la vostra azienda?

Loris Boseggia: Quella venutasi a delineare negli ultimi anni è una situazione di mercato totalmente diversa rispetto a quella degli esercizi precedenti. La pandemia Covid-19 prima, la contestuale

crisi che ha toccato il settore dei trasporti, soprattutto su container, e la successiva guerra russo-ucraina hanno fatto emergere crescenti preoccupazioni e tensioni legate alle difficoltà logistiche, al rialzo dei prezzi e alle difficoltà degli approvvigionamenti. Condizioni, queste, assolutamente imprevedibili fino a poco tempo prima.

Ciononostante, **l'andamento della gestione di Brunnen Industrie è stato positivo, in quanto ha visto il fatturato aziendale crescere costantemente** in un contesto di maggiore richiesta del prodotto commercializzato e ha garantito il raggiungimento degli obiettivi previsti.

Greenline: Quanto influiscono le scelte della politica (penso all'Iva ridotta al 10% dell'ultima legge di bilancio) sul vostro lavoro?

Loris Boseggia: La recente riduzione dell'Iva sul pellet di legno dal 22% al 10% per il 2023 è da considerarsi un risultato storico per la filiera legno-energia e rappresenta la con-

comunque, che un intervento del genere sia poco probabile.

Greenline: In che modo Brunnen Industrie supporta il negoziante nella vendita?

Loris Boseggia: Curiamo il packaging dei nostri prodotti con la stessa attenzione con la quale monitoriamo la qualità di questi ultimi. Per questo, **cerchiamo di offrire sempre qualcosa di accattivante e di innovativo, anche a marchio personalizzato**, sviluppando linee dedicate e differenziate per ogni cliente o realtà commerciale. Cerchiamo di essere sempre recettivi nei confronti del cliente e, in contatto costante con lui, cerchiamo di trovare una soluzione ad ogni possibile difficoltà che dovesse incontrare.

"IL SERVIZIO AL CLIENTE È UN ASPETTO ESSENZIALE SE SI VOULE CONTINUARE AD OPERARE IN UN MERCATO SEMPRE PIÙ DIFFICILE E COMPETITIVO".

LORIS BOSEGGA, RESPONSABILE ACQUISTI BRUNNEN INDUSTRIE E SVILUPPO PROGETTO CARBONCIL.

Greenline: Oggi non conta più solo la qualità del prodotto, ma anche (e soprattutto) la disponibilità a magazzino: quanto è importante per voi il servizio al cliente?

Loris Boseggia: Il servizio al cliente è un aspetto essenziale se si vuole continuare ad operare in un mercato sempre più difficile e competitivo. I magazzini di stoccaggio localizzati in più regioni, il nuovo impianto di confezionamento che opera secondo una logica di Industria 4.0, l'approvvigionamento di materia prima dai principali fornitori esteri, i contatti costanti con gli spedizionieri e i trasportatori internazionali e una logistica la cui solidità è basata sull'esperienza maturata nel corso degli anni sono un insieme di fattori che garantiscono a **Brunnen Industrie** la possibilità di fornire i propri clienti in modo sicuro e puntuale.

➔ www.brunnenindustrie.com

” VI AIUTIAMO
A FAR
CRESCERE
LE VOSTRE
IMPRESE “



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
290 milioni di € di fatturato sviluppato
140.000 mq. di strutture coperte
60.000 referenze gestite
240 agenti di vendita
20.000 clienti dettaglianti sul territorio nazionale

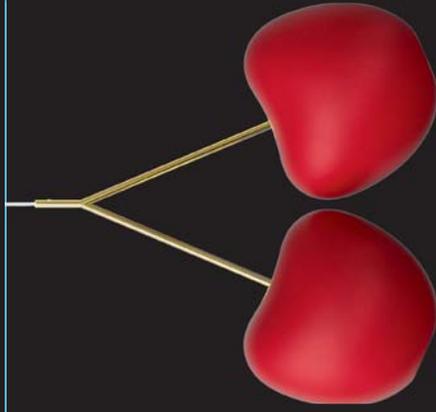
GIeFFE
gruppo grossisti ferramenta

[www.gruppogieffe.com]

di Martina Speciani



1



2



3



Viva

Magenta!

Il colore pantone 2023 è Viva Magenta, una tonalità vibrante e spregiudicata, descritta dal direttore esecutivo di Pantone Color Institute, Leatrice Eiseman, come “uno dei colori più forti e luminosi che il mondo abbia mai conosciuto”.

1. **ARENA VIVAI** - Le rose Crazy Fashion (Nirp) si distinguono per bellissimi fiori doppi raffinati ed eleganti, a forma di coppa, con petali color magenta e vistose striature bianche. Sono rose dal portamento eretto e dalla profumazione intensa, con rami solidi e una buona resistenza alle malattie più tipiche della specie.
2. **QEEBOO** - Cherry Lamp è una lampada da soffitto a sospensione con lampadina Led disegnata da Nina Zupanc. I creatori la descrivono come “voluttuosa, carnosa e accattivante: non puoi fare a meno di fissarla e lasciarti catturare dalle sue curve!”.



11

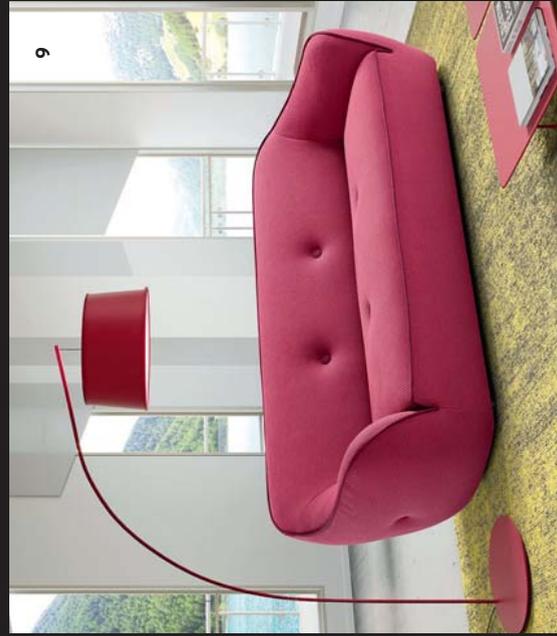


4

10



9



8



3. **MOROSO** - Oggetto d'arredo funzionale sia all'utilizzo indoor che outdoor, la poltroncina *O-Nest* disegnata da Tord Boontje è realizzata in polietilene riciclabile tinto in massa, ottenuto mediante stampaggio rotazionale e resistente alla luce e all'acqua.

4. **WALLPEPPER** - *Wild Flamingos*, disegnata da Patrizia Cerri, è la carta da parati perfetta per chi desidera una casa che rispecchi in pieno le ultime tendenze *urban jungle*. L'azienda propone soluzioni decorative *made in Italy* realizzate solo con materiali naturali, ecocompatibili, privi di Pvc e certificati resistenti al fuoco.

5. **SOCIETY6** - Gli sgabelli pieghevoli di *Now Color*, leggeri e resistenti all'acqua, sono compagni ideali per le giornate trascorse all'aria aperta per esempio in spiaggia, in occasione di un *pic nic* o anche semplicemente sul terrazzo o in giardino.

6. **NORMANN COPENHAGEN** - *Little Bird* è una gamma di irresistibili figure decorative progettate dal designer Jan Christian Delfs. Disponibili in diverse dimensioni e colori, questi uccellini stilizzati in rovere massello apportano all'arredamento una nota scandinava, *chic* e informale.

7. **PETITE FRITURE** - I designer Amandine Chhor e Aïssa Logerot hanno sviluppato la serie di tavolini *Hollo*, caratterizzati da linee semplici e realizzati in acciaio con rivestimento epossidico. Adatti sia all'indoor che all'outdoor, i tavolini sono disponibili in tre dimensioni diverse e in vari colori.

8. **LE POULPE BY TIBO** - Il designer francese Thibault Guérin (in arte Tibo) ha creato questi simpatici polpi in resina con colori acrilici, disponibili in varie tonalità e pensati come complementi d'arredo stravaganti da appendere al muro.

9. **EGOITALIANO** - *Bebop* è un divano decisamente pop, caratterizzato dal rivestimento elastico coloratissimo, dai dettagli in lycra e dai bottoni decorativi. Disponibile in diverse configurazioni, è disponibile anche nella versione poltrona.

10. **MISSONI** - Per non rinunciare al lusso neanche quando si tratta di oggetti complementari, la nota casa di moda lombarda propone le candele *Chevron* in cera naturale, con motivo a *zig zag* in rilievo, della durata di ben 140 ore. Misura 13x20 cm.

11. **EMU** - La prima collezione tessile dell'azienda è nata nel 2021 a partire da trame prodotte in esclusiva, da cui sono stati creati 10 mood estremamente ricchi di abbinamenti che si declinano in bellissimi rivestimenti per cuscini e sedute. In foto la palette denominata *Vulcano*.

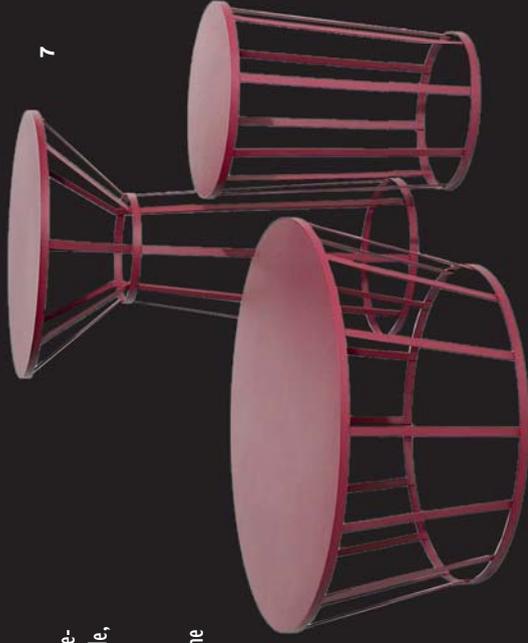
5



6



7





Facebook e i garden da 5 stelle

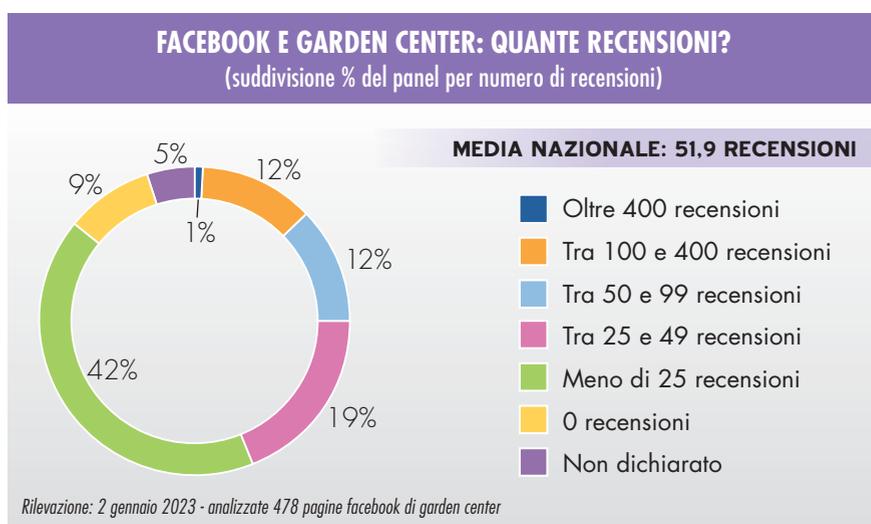
Nelle pagine ufficiali di Facebook dei centri giardinaggio gli utenti possono esprimere giudizi e voti. Qual è il voto medio dei garden center italiani? E dove sono i negozi più apprezzati? Per rispondere a queste e altre domande abbiamo rilevato le prestazioni di 478 garden center.

Dal 2021 abbiamo avviato un *Osservatorio* semestrale dedicato alla "Facebook reputation" dei centri giardinaggio italiani, con il duplice obiettivo di evidenziare le performance migliori e di misurare nel corso del tempo l'andamento del gradimento dei garden center italiani sul *social network* più importante in Italia.

Ricordiamo che Facebook stimola gli utenti a esprimere un parere sulle *pagine* ufficiali delle imprese, attraverso l'espressione di un giudizio e di un voto da 0 a 5 stelle.

Le aziende non sono obbligate a dare visibilità ai giudizi e hanno la possibilità di nascondersi: lo ha fatto il 5% delle 478 pagine ufficiali dei centri giardinaggio italiani che abbiamo analizzato a fine 2022. Una percentuale in calo rispetto al 9% di fine 2021.

Nel 2022 i garden center italiani hanno raccolto un **voto medio di 4,61 stelle**, in leggero calo rispetto al 4,68 del 2021. I giudizi espressi sulle pagine Facebook dei **478 garden center analizzati** hanno generato più di **21.200 votazioni**, con un **incremento del 33%** rispetto ai 15.900 del 2021.



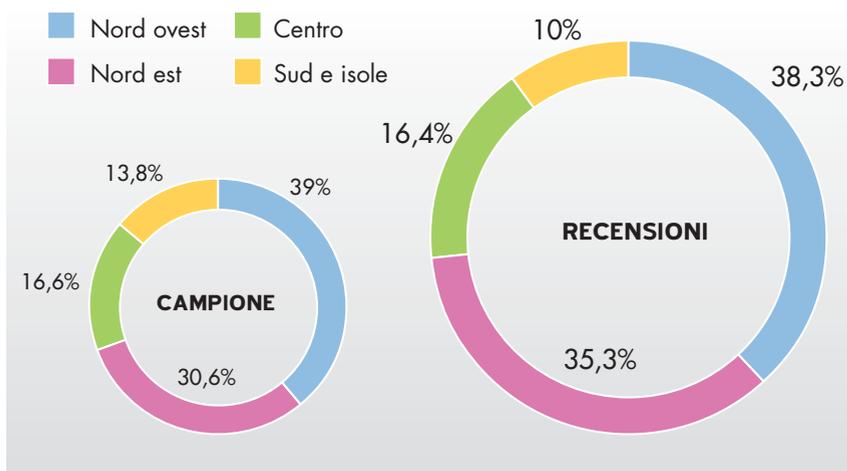


RECENSIONI GARDEN: DOVE SONO ESPRESSE?

(suddivisione % delle recensioni totali per macro area)

RECENSIONI GARDEN: LE CITTÀ PIÙ COMMENTATE

(le città in cui i garden center hanno il maggior numero di recensioni su Facebook)



1. VERONA	1.719	
2. MILANO	1.471	▲
3. BRESCIA	1.125	▲
4. TREVISO	1.124	▼
5. TORINO	1.030	▼
6. ROMA	983	▲
7. BERGAMO	853	
8. MONZA	751	▼
9. BOLOGNA	640	
10. COMO	631	

Fonte: Greenline

Fonte: Greenline

Dove sono espresse le recensioni

Al 5% dei garden center analizzati che ha deciso di nascondere le "recensioni" possiamo aggiungere il 9% che non ha ricevuto alcun giudizio, neanche quello del proprietario. Nel complesso il 14% dei negozi

analizzati non ha un giudizio: era il 19% nel 2021. Il restante 86% dei garden center **ha raccolto nel 2022 mediamente 51,9 recensioni** (erano 48,4 del 2021). In realtà il 61% è al di sotto della media nazionale e **solo il 13% supera le 100 recensioni** (era il 10% nel 2021).

Quasi il 74% dei giudizi è stato

espresso nel nord, il 16% nell'area *centro* e il 10% nell'area *sud+isole*. Una divisione che rispecchia abbastanza la ripartizione dei punti vendita: nel nord troviamo infatti quasi il 70% dei garden center totali. È interessante però notare come il **nord-est abbia raccolto il 35,3% delle recensioni a fronte del 30,6% dei**

perché non aggiungi un po' di
ZEOVER nei **TUOI VASI**?
PROVARE per **CRESCERE!**

ZEOVER assicura un apporto costante di nutrienti anche dopo la fine dei trattamenti

ZEOVER assicura una riserva d'acqua duratura evitando periodi di stress

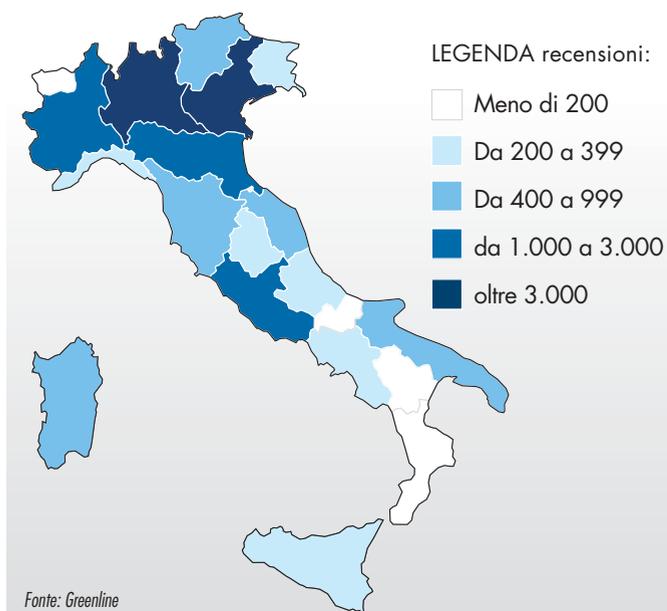
CRESCITA delle **VOSTRE PIANTE**

+ VELOCE **+ SANA** **+ FOLTA**



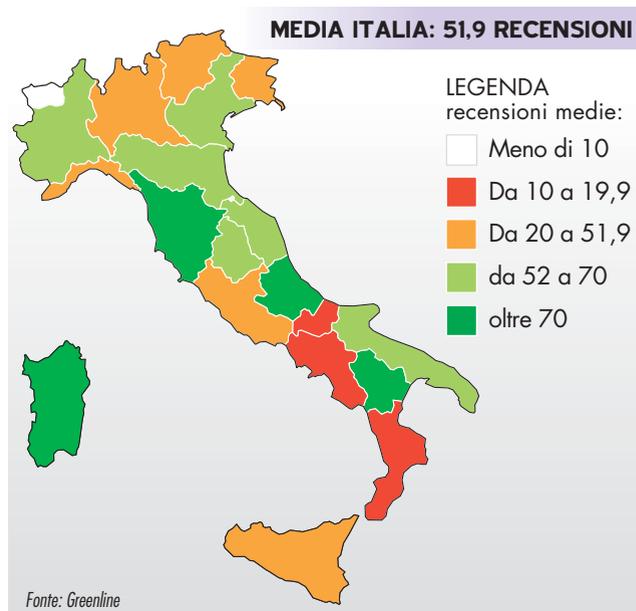
RECENSIONI TOTALI: LE REGIONI PIÙ COMMENTATE

(numero totale di recensioni per ogni regione)



RECENSIONI MEDIE: LE REGIONI PIÙ COMMENTATE

(numero medio di recensioni per ogni negozio)

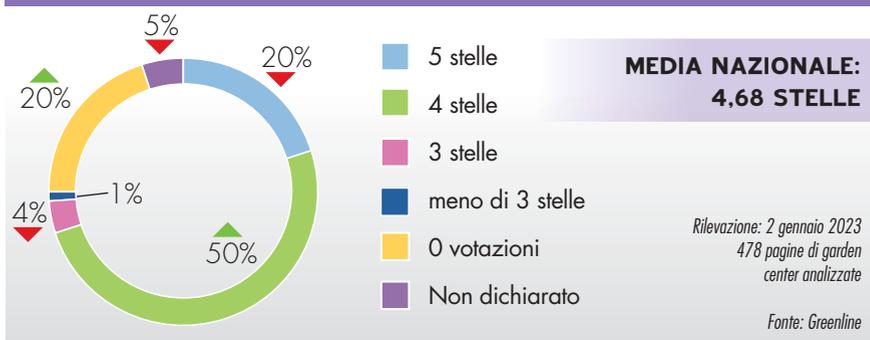


punti vendita. Al contrario nell'area sud+isole troviamo il 13,8% dei negozi ma il 10% delle recensioni.

Le regioni che hanno raccolto maggiori recensioni sono, nell'ordine, la **Lombardia** (6.000 recensioni e media 51,7 per ogni negozio), il **Veneto** (4.400 e 69,6) e l'**Emilia Romagna** (2.300 e 54,2). Si tratta ovviamente delle regioni più popolate: se analizziamo la media delle recensioni per ogni negozio rispetto a quella nazionale di 51,9 recensioni per punto vendita, scopriamo che i garden center più giudicati sono in **Abruzzo**

FACEBOOK E GARDEN CENTER: QUANTE STELLE?

(suddivisione % del panel per numero di stelle)



RECENSIONI: I GARDEN CENTER PIÙ COMMENTATI SU FACEBOOK

(i garden center che hanno il maggior numero di recensioni su Facebook nel 2022 - confronto con 2021)

GARDEN CENTER	CITTÀ	RECENSIONI	RENK	TREND
1. FLOVER VILLAGGIO DI NATALE	Bussolengo (VR)	970	0	▲▲▲▲
2. STEFLOR	Paderno Dugnano (MI)	514	+ 7	▲▲▲▲
3. BARDIN GARDEN CENTER	Lancenigo (TV)	462	- 1	▲
4. PERAGA	Mercenasco (TO)	441	- 1	▲▲
5. AGRI BRIANZA	Concorezzo (MB)	385	- 1	▲
6. IL VILLAGGIO DI BABBO NATALE DI MONDO VERDE	Taneto di Gattatico (RE)	365	+ 1	▲▲▲
7. CENTRO VERDE MORANDI	Caravaggio (BG)	351	- 2	▲
8. FLORICOLTURA QUIAIATO	Castel D'Azzano (VR)	313	- 2	▲
9. LAGO FIORITO GARDEN CENTER	Desenzano (BS)	271	+ 41	▲▲▲▲
10. AGRICIRIÈ	Ciriè (TO)	268	+ 8	▲▲▲

+/- RANK: posizioni guadagnate o perse nel 2022 confronto 31/12/2021 - 31/12/2022

TREND: aumento delle recensioni nel 2022

LEGENDA: ▲ meno di 9 recensioni ▲▲ tra 10 e 50 recensioni ▲▲▲ tra 50 e 100 recensioni ▲▲▲▲ oltre 100 recensioni

Fonte: Greenline





GREENPROF

THINK SMART, LIVE GREEN

FLOROVIVAISMO • SOSTENIBILITÀ • AMBIENTE

SALONE PROFESSIONALE DEL FLOROVIVAISMO E DEI SERVIZI PER LA TUTELA AMBIENTALE

BOLOGNAFIERE
6 | 7 | 8 SETTEMBRE
2023



Segreteria organizzativa

multimedia tre

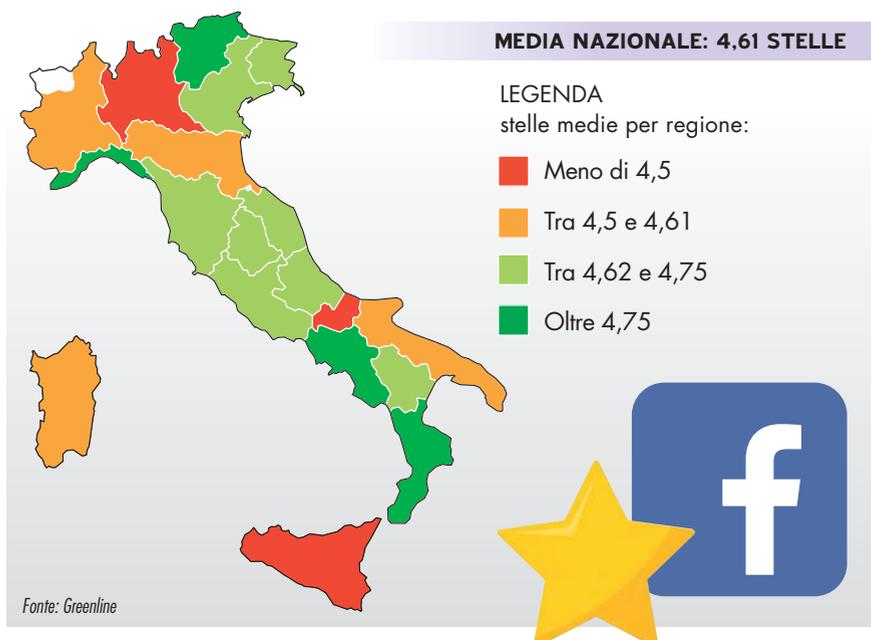
WWW.GREENPROF.IT

an event by

Bologna Fiere

STELLE: LE REGIONI PIÙ AMATE

(voto medio di gradimento su Facebook per regione)



(98,3 recensioni per negozio), in **Toscana** (79,4) e in **Sardegna** (74).

È Verona la città che ha raccolto più recensioni, seguita da Milano, Brescia, Treviso e Torino, le uniche città con più di 1.000 voti. Tra le città del centro spiccano Roma (6°) e Pescara (18°) mentre nell'area *sud+isole* segnaliamo Cagliari (11°), Palermo (24°) e Lecce (26°).

I garden più recensiti d'Italia

La pagina Facebook legata a un centro giardinaggio che ha il mag-

gior numero di recensioni è **Flover Villaggio di Natale** di Verona (970 a fine 2022), seguita da **Steflor** di Milano (514) e **Bardin Garden Center** di Treviso (462). Nell'area *centro* spiccano **Pellegrini Garden** di Civitanova Marche (con 191 recensioni, al 19° posto della classifica generale), **Solara Villaggio di Natale** (seconda pagina ufficiale del garden romano, dedicata al Natale) e **Giromagi** di Arezzo. Nell'area *sud+isole* segnaliamo **La Serra Fiorita** di Cagliari (con 266 recensioni all'11° posto della classifica generale), **Centrovi-**

STELLE: I GARDEN CENTER HANNO MEDIAMENTE 4,61 STELLE

(stelle medie su Facebook dei garden center per macro area)

NORD OVEST	4,52	★
NORD EST	4,67	★
CENTRO	4,70	★
SUD E ISOLE	4,62	★
MEDIA ITALIA	4,61	★

Fonte: Greenline

vai **Garden Center** di Lecce e **Floral Tecnowood** di Palermo.

Le pagine Facebook che invece hanno raccolto più recensioni nel 2022 sono, nell'ordine, **Steflor** di Paderno Dugnano (MI), **Vivaio Franciacorta** di Adro (BS) e **Lago Fiorito** di Desenzano sul Garda (BS).

I garden center del centro Italia piacciono di più

L'indice di gradimento dei centri giardinaggio italiani è sempre alto: **la media nazionale è di 4,61 stelle**, in leggera flessione rispetto alle 4,68 stelle del 2021.

Su 478 garden center analizzati **il 20% ha 5 stelle**: sono 95 negozi, contro i 128 del 2021. La percentuale sale al 70% se consideriamo anche le pagine con almeno 4 stelle, mentre sono il 25% i garden senza voto. Le pagine più "amate" sono nell'area *centro* con una media di 4,70

WEB REPUTATION SU FACEBOOK: I GARDEN CENTER PIÙ AMATI

(i garden center con le migliori recensioni su Facebook)

GARDEN CENTER	CITTÀ	STELLE	RECENSIONI
1. CASA NATURA VIVAIO	Taranto	5	114
2. FLORDENNY	Granarolo dell'Emilia BO	5	110
3. DE ANTONI GARDEN	Camisano Vicentino VI	5	106
4. DOLOMITI GARDEN	Belluno	5	79
5. GIANNINI VIVAIO GARDEN CENTER	Conversano BA	5	69
6. MB GARDEN	Massa	5	60
7. VIVAI LAVERMICOCCA	Bari	4,9	81
8. LEGNANO GARDEN CENTER	Legnano MI	4,9	67
9. AGRIGARDEN COSSARI	Borga CZ	4,9	66
10. BAIÀ FIORITA	Vedelago TV	4,9	54

Campione: i garden center che hanno almeno 51 recensioni, cioè la media nazionale nel 2022

Fonte: Greenline

STELLE DI FACEBOOK: LE CITTÀ PIÙ AMATE

(le città con più di 10 garden center che hanno il miglior voto medio)

1. VICENZA	4,72	★
2. TREVISO	4,71	★
3. ROMA	4,67	★
4. BERGAMO	4,66	★
5. VERONA	4,58	★
6. TORINO	4,56	★
7. BRESCIA	4,53	★
8. VARESE	4,46	★
9. MONZA	4,45	★
10. MILANO	4,40	★

Fonte: Greenline



SANIUM

I NUOVI INSETTICIDI SISTEMICI



Afidi



Cocciniglie



Mosca bianca

LA NUOVA PROTEZIONE A 360°

Protegge fino a

8

settimane

Agisce già dopo

1

ora

Principio attivo di nuova generazione



QUALITÀ MADE IN ITALY



GARDEN & HYDRO

Con oltre cinquant'anni di storia, **IPIERRE SYSTEM** è oggi la sintesi perfetta tra le conoscenze acquisite e una visione del futuro orientata alla **qualità** e alla **soddisfazione del cliente**.

I prodotti **IPIERRE SYSTEM** sono il frutto dell'impegno nella ricerca qualitativa ed espressione di tecnologia e design **Made in Italy**. Tutte le nostre soluzioni per il **giardinaggio** e l'**idraulica** sono in costante evoluzione e si prendono cura di ogni giardino e di ogni casa, rispettando il bene più prezioso: l'acqua.

Scegliere **IPIERRE SYSTEM** significa affidarsi ad un partner serio ed affidabile, che con la sua rinnovata organizzazione è pronto a soddisfare le richieste dei Clienti, anche quelli più esigenti, con un **approccio personalizzato e flessibile**.



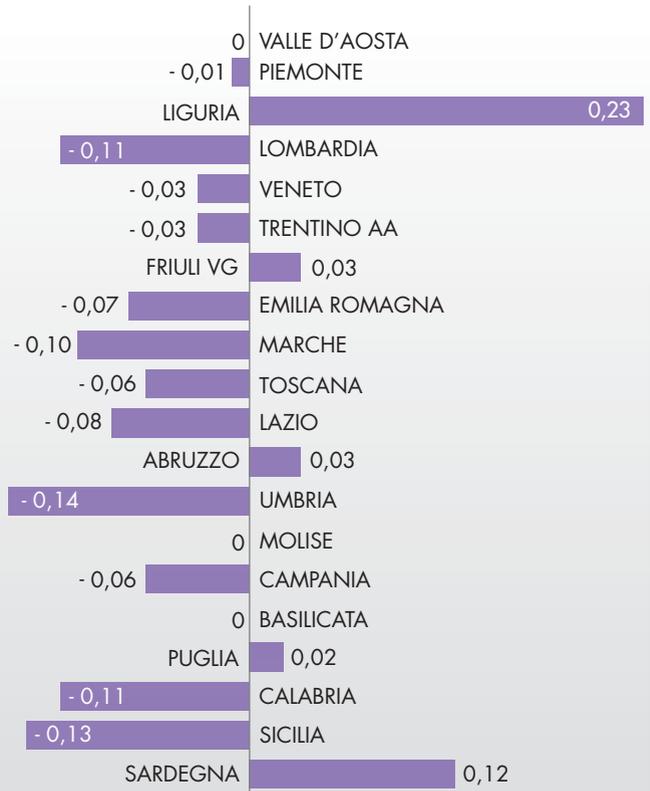
IPIERRE®

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

STELLE: COME CAMBIA IL VOTO DELLE REGIONI

(differenza del voto medio su Facebook per regione tra 31-12-21 e 31-12-22)



Fonte: Greenline

stelle; al contrario la media nazionale viene abbassata dal nord-ovest con un voto medio di 4,52 stelle.

I garden center più apprezzati sono in **Campania** con un voto medio di 4,81 stelle, in **Trentino** (4,78 stelle), in **Calabria** e **Liguria** (entrambe 4,77 stelle).

I garden center che hanno migliorato la propria valutazione nel 2022 sono in **Liguria** (4,77 stelle rispetto alle 4,54 del 2021) e **Sardegna** (da 4,44 a 4,56).

Per analizzare e confrontare le valutazioni delle singole città, abbiamo dovuto introdurre il limite della presenza di almeno 10 punti vendita. Entrando troppo nel dettaglio, con un campione così ridotto, emergerebbero casi limite: ci sono province (21 per la precisione) che hanno solo 1 punto vendita.

Tra le province che hanno almeno 10 garden center analizzati, spiccano **Vicenza** con un voto medio di 4,72 stelle e **Treviso** con 4,71 stelle (erano 4,68 nel 2021). Bene anche **Roma** e **Bergamo** che superano la media nazionale.

I garden center a 5 stelle

Anche in questo caso non è paragonabile un garden con 5 stelle espresse da 1 solo utente con uno da 4,9 stelle espresse da 500 votanti. Per analizzare in modo omogeneo la *Facebook reputation* dei centri giardinaggio italiani abbiamo quindi scelto di escludere dall'analisi i negozi con un numero di recensioni inferiore alla media nazionale di 51,9 giudizi. Dai 478 garden center analizzati l'analisi si è ristretta quindi a 117 negozi.

Abbiamo rilevato 95 garden center con 5 stelle, ma solo 6 hanno più di 52 recensioni.

Sono **Casa Natura Vivaio** di Taranto (114 recensioni), **Flordenny** di Bologna, **De Antoni Garden** di Vicenza, **DoIomiti Garden** di Belluno, **Giannini Vivaio Garden Center** di Bari e **Mb Garden** di Massa.

ZAPICID

la linea innovativa per la lotta
alle formiche e agli scarafaggi
by ZapiLabs



Comunicazione riservata ad Agenti di vendita, operatori professionali e personale tecnico specializzato. Le informazioni contenute sono a carattere informativo e non sostituiscono quanto riportato sulle etichette del prodotto. Prima dell'uso leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni per l'uso riportate sulla confezione.

Informazioni: numero verde 800-015610
www.zapigarden.it



Vasi: ritorno alla normalità nel 2022

Nonostante una contrazione delle vendite rispetto al boom registrato nel 2021, causata soprattutto dall'aumento dei costi di produzione e dalla siccità, oltre che da un generale "ritorno alla normalità", il mercato dei vasi per hobbisti nel 2022 ha comunque performato meglio che nei due anni precedenti, compreso il 2019 pre Covid.

Dopo un 2021 contraddistinto da un vero e proprio *boom* di vendite con circa 200 milioni di euro di *sell in*, secondo le nostre stime il mercato dei vasi destinati agli hobbisti ha registrato una contrazione nel 2022 (184 mio *sell in*), superando comunque in maniera discreta il risultato del 2020 (181,5 mio *sell in*) e ampiamente quello del 2019 pre Covid (169 mio *sell in*).

In mancanza di analisi di mercato specifiche e pubbliche, abbiamo condotto un sondaggio coinvolgendo le principali imprese del settore. Elaborando i dati gentilmente forniti da queste ultime, abbiamo quindi stimato che nel 2022 il mercato dei vasi per hobbisti abbia generato un **fatturato di circa 184 milioni di euro di *sell in***, pari a un giro d'affari di circa **330 milioni di euro con prezzi al consumo**. Come era accaduto nel

2021, i **vasi in plastica a iniezione** rappresentano circa il **70% delle vendite**, seguiti a distanza da quelli in **plastica rotazionale (16%)** e da quelli in **terracotta (14%)**.

Tra le principali cause della contrazione registrata nel 2022, le aziende intervenute hanno identificato l'aumento dei prezzi dei costi di produzione (energia e materie prime) che ha causato inevitabilmente un calo della marginalità, la grave siccità dello scorso anno e lo spostamento della spesa dei consumatori verso altri campi, complice anche la fine delle restrizioni imposte dal Covid. Nonostante uno scenario internazionale instabile e la difficoltà di fare previsioni per il futuro, molte delle aziende intervistate confidano che la costante passione dei nuovi *green lovers* e un meteo più favorevole possano essere foriere di un 2023 positivo. Contributo **Conai** sugli imballaggi permettendo.

Un 2022 non male, tutto sommato

Come giudicate l'andamento del mercato dei vasi per hobbisti nel 2022? Dopo i record del 2021 ci sembra che le vendite di un po' tutti i prodotti legati al giardinaggio si siano assestate. Qual è l'esperienza del mercato dei vasi? Quali trend di consumo stanno emergendo?

ARCA

Mario Cornero

Direttore commerciale

Viste le premesse, l'anno 2022 è stato tutto sommato positivo. Abbiamo riscontrato un **moderato rallentamento delle vendite a volume** e - anche se in misura minore, visti gli inevitabili aumenti dei prezzi - **a valore**, il tutto purtroppo accompagnato da un più che proporzionale decremento della marginalità a causa dell'aumento dei costi dei fattori



produttivi. È sempre maggiore l'attenzione ai temi dell'ecosostenibilità, come l'utilizzo di plastiche riciclate. Ciò implica l'esigenza di un maggior controllo da parte di tutti su potenziali fenomeni di "greenwhasing".

DEROMA

Ivan Crosara

Sales manager Italia

Il 2022 ha riportato la curva delle vendite ad un andamento, in termini di stagionalità, più vicino alla sua naturale storicità, ma **sicuramente nella seconda parte dell'anno il sell out ha mostrato segnali di stagnazione a causa di motivi diversi**, dal meteo non ideale fino all'andamento dei prezzi in forte crescita e alla diversa destinazione della disponibilità all'acquisto.

Tutto ciò che è terracotta e terracotta decorata è senza dubbio in forte crescita, mentre i prodotti in plastica mantengono le stesse performance, con un trend piuttosto flat...

Registriamo sicuramente che la vendita online tramite i nostri partner continua ad essere in forte crescita.

EDELMAN

Fabio Casotto

Agente Italia

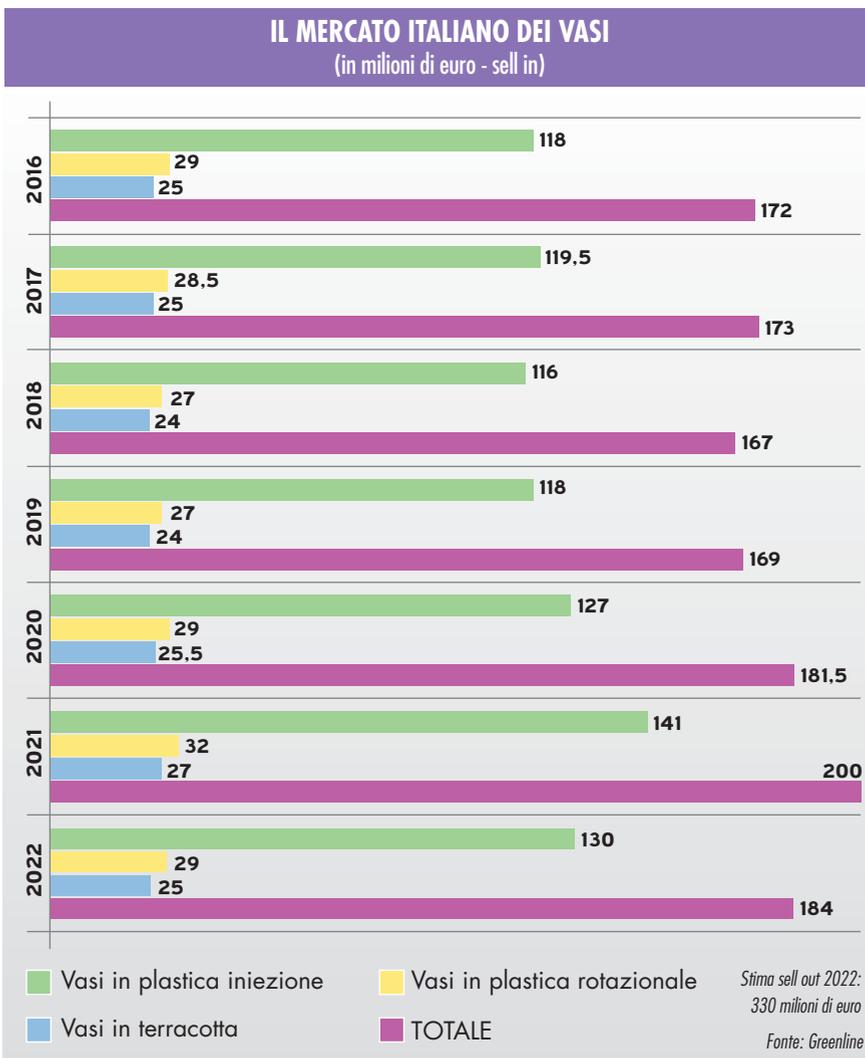
Nel primo trimestre 2022 c'è stato un periodo di stallo, rianimandosi nelle stagioni successive. E la cosa che colpisce di più è che è stato registrato in tutta Europa. Un'attenzione comune rivolta a viaggi e vacanze ha "distratto" momentaneamente dal piacere del decoro. Resta di fatto che **il periodo Covid ha avvicinato le generazioni X e dintorni al gusto di creare/decorare l'habitat quotidiano** ed è in quella direzione che rivolgiamo la nostra creatività. Forme, colori e materiali appropriati a questo mood.

GARDEN ITALIA VASI

Davide Mazzucchelli

Ufficio commerciale

Numeri e statistiche di vendita a portata di mano ci permettono di confermare la vostra percezione in merito all'assestamento delle vendite, definendo **il 2022 come una sorta di "ritorno alla realtà"**. Le vendite hanno subito un calo rispetto al 2021, tuttavia i volumi dei fatturati sono tornati ai livelli pre Covid. Riteniamo che la contrazione delle vendite sia derivante non solo dalla flessione fisiologica dopo i record del 2021, ma anche dagli importanti eventi internazionali che hanno mutato l'assetto economico globale causando la cri-



si energetica, l'impennata dei costi delle materie prime, l'inflazione e il conseguente scoraggiamento per gli acquisti dei beni non primari.

Nel nostro settore gli effetti negativi dell'attuale congiuntura economica sono stati calmierati dal consolidamento di tutte le pratiche green e dei nuovi **trend emersi durante il lockdown**. La cura del giardino, gli orti sui balconi, la passione per il verde domestico, il micro-gardening sono diventati a tutti gli effetti gli hobby più praticati dagli italiani, *millennials* inclusi... È sufficiente fare uno *scroll* veloce sui vari *social* per notare la presenza diffusa di *post* con **piante rigogliose in stile urban jungle**, con verdeggianti ripiani di succulente, con angoli di sansevierie e con orti verticali per ottimizzare al massimo lo spazio a disposizione.

MIPLAST

Pierluigi Migliorati

Ceo

Nel 2022 il mercato si è effettivamente assestato e **non ci sono stati**

incrementi sostanziali di rilievo, a causa dell'aumento sconsiderato ed ingiustificato dei costi delle materie prime e delle fonti energetiche.

MONACIS

Pietro Colucci

Direttore commerciale

Il mercato 2022 sarà ricordato, a mio avviso, per **due fasi corrispondenti ai due semestri**.

Nel primo, grande vitalità commerciale, clima ottimista, voglia di investire e un senso del fare derivato dalla consapevolezza di esserci messi alle spalle tutta quella ansietà provocata da 2 anni di Covid. **Nel secondo semestre è arrivato il problema del costo dell'energia** che ha bloccato tutto e che ancora fa da spauracchio nel 2023.

PLASTECNIC

Fabio Zanardi

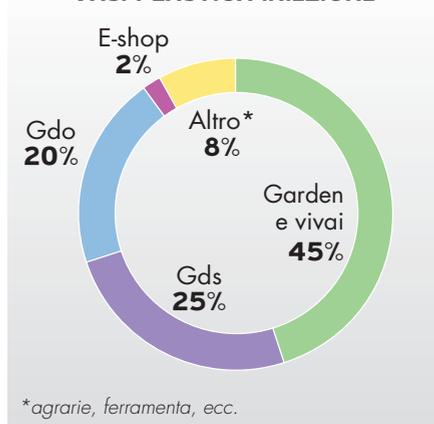
Sales director

Se nel 2020 e nel 2021, sebbene si sia dovuto affrontare enormi difficoltà derivanti dalla scarsità delle materie

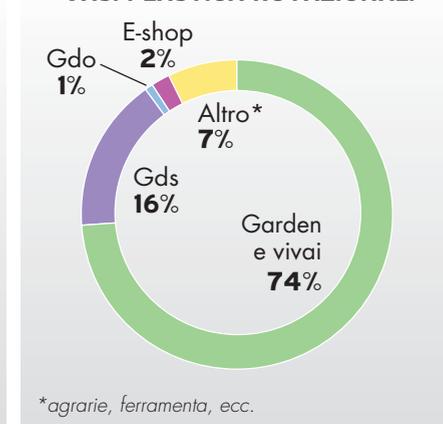
MARKET SHARE DEI CANALI DISTRIBUTIVI

(% vendite mercato vasi Italia 2022 per canale)

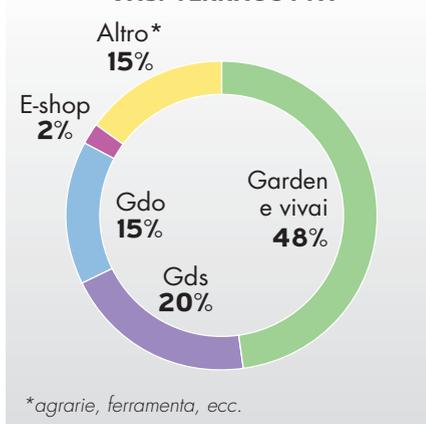
VASI PLASTICA INIEZIONE



VASI PLASTICA ROTAZIONALI



VASI TERRACOTTA



Fonte: Greenline

prime e dall'esplosione dei loro costi, siamo stati supportati da un mercato effervescente e anche disposto ad assorbire gli inevitabili aumenti di prezzo, **il 2022 è stata sostanzialmente la "Tempesta Perfetta"**.

Sulla scorta dei volumi del 2021 i nostri clienti si sono coperti con acquisti prestagionali significativi: la principale preoccupazione era avere merce per affrontare l'inizio della stagione senza rotture di stock e garantirsi prezzi certi in una situazione che nel 2021 ha portato a molteplici aumenti di listino. La logica è stata: compro prima, mi assicuro lo stock necessario almeno per i primi due mesi di stagione, compro meglio perché i prezzi già da gennaio 2022 saranno più alti. Fin qui tutto bene, poi tutto male.

A fine febbraio scoppia la guerra in Ucraina, i prezzi delle materie prime salgono ancora ma più lentamente, ma quelli dell'energia esplodono fino a toccare i massimi di luglio-agosto. I

MOLTE DELLE AZIENDE INTERVISTATE CONFIDANO CHE LA COSTANTE PASSIONE DEI NUOVI GREEN LOVERS E UN METEO PIÙ FAVOREVOLE POSSANO PORTARE A UN 2023 POSITIVO.

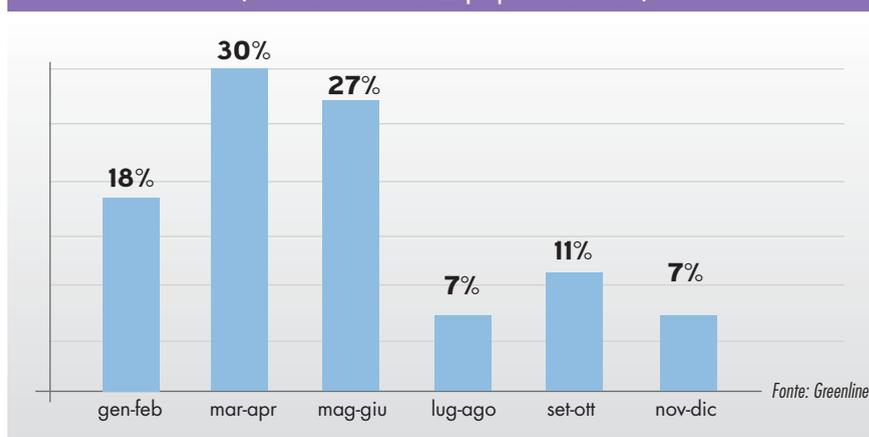
listini devono adeguarsi ma, a differenza dei due anni precedenti, non ci sono stagioni: solo un lungo autunno poco piovoso fino a maggio e un'estate torrida e siccitosa da giugno. Mentre noi e i nostri clienti rivenditori ci chiediamo che fine abbia fatto la primavera, i consumatori finali decidono di modificare radicalmente i loro orientamenti di spesa: ferie e ristorazione al posto di prodotti e accessori per la casa e il giardino. Le restrizioni imposte dal Covid si sono chiuse e la gente è uscita. Le coperture fatte

con gli acquisti prestagionali diventano stock che fermano i riordini e tutto si ferma.

Nella tempesta il mercato dei vasi è quindi affondato? Fortunatamente no: l'aumento dei consumi degli anni precedenti è stato anche un aumento del numero di consumatori e una parte di questi è rimasta anche dopo il boom e ha continuato ad acquistare, per questo, anche al netto dell'inflazione, il risultato del 2022 è stato comunque migliore di quello del 2019. **Trend di mercato?** Il tema della sostenibilità ambientale è forse quello dominante e abbiamo deciso di affrontarlo seriamente e responsabilmente, senza fare dichiarazioni insostenibili e senza fare promesse che non si possano mantenere. Abbiamo un "progetto Azienda" il programma "Re-Use Re-Love" che ci ha portato già oggi ad utilizzare più del 70% di plastica riciclata da rifiuto urbano e che punta ad arrivare all'80% in pochi anni.

I TEMPI DEL SELL OUT

(% mercato vasi Italia 2022 per periodo di vendita)



STEFANPLAST

Paolo Percassi

Direttore commerciale Italia

In effetti dopo il boom del 2021 il mercato ha rallentato sensibilmente, a causa anche di una stagione dal punto di vista meteorologico non proprio favorevole. Dopo un periodo primaverile abbastanza corto e freddo siamo passati ad un'estate subito molto calda e questo non ha aiutato. Inoltre nel 2021 c'era stata la corsa ad allestire spazi esterni degli esercizi commerciali e quindi soprattutto fioriere di grandi dimensioni erano andate letteralmente a ruba, cosa che nel 2022 ovviamente non si è ripetuta.

DACCI UN TAGLIO, MA CON PROFESSIONALITÀ!



IPIERRE è da sempre il compagno ideale in giardino grazie ad un ampio catalogo di prodotti e accessori che soddisfano ogni aspetto della cura del verde.

Per recidere fiori, tagliare rami e per la potatura abbiamo realizzato **forbici, troncarami e tagliasiepi** di diversa tipologia che garantiscono sempre un risultato eccellente grazie all'utilizzo di materiali di alta qualità, pensati per durare nel tempo.

Tutti i prodotti hanno un'**impugnatura ergonomica** con **rivestimento antiscivolo** che aiuta notevolmente l'operazione di taglio e potatura, rendendola più agevole e sicura. Le lame sono realizzate in materiali altamente resistenti, come la **lama in acciaio al carbonio temprato** o la **lama in acciaio inox temprato**.

FORBICI

Tra le forbici è possibile scegliere modelli versatili oppure strumenti specifici per alcuni tipi di lavori come le **forbici per potatura in vigna** (disponibile con lama da 19.20cm, 20cm o 22 cm), le **forbici coglifiore** o le **forbici ideali per la raccolta dell'uva**.



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



TERAPLAST

Ufficio marketing

Complessivamente, **il 2022 è stato un anno di assestamento rispetto ai precedenti due ma ha portato risultati nettamente superiori rispetto al periodo pre Covid**, grazie anche agli investimenti che hanno permesso all'azienda di crescere e di registrare un aumento significativo dei volumi. Cresce la curiosità nelle nuove generazioni per il *gardening* e l'interesse di arredare gli spazi *indoor* e *outdoor* con un tocco di verde, grazie a nuove piante di tendenza abbinate a vasi di design.

Difficile fare previsioni

Che aspettative avete per il 2023?

ARCA

Mario Cornero

Direttore commerciale

Per il 2023 la non ancora sopita spinta inflattiva e la riduzione del potere d'acquisto stanno frenando sensibilmente le vendite con un calo generalizzato di almeno il 30%. Iniziamo anche a riscontrare un "nuovo fenomeno" e cioè la preoccupazione da parte di **alcuni clienti** che - **vista la perdurante crisi idrica soprattutto in alcune zone d'Italia - temono l'emanazione di ordinanze che vietino l'irrigazione di parchi e giardini privati, limitando - così - la propensione all'acquisto di nuove piante e fiori.**

Ciò nonostante, siamo convinti che le imprese con "i fondamentali a posto" sia in termini economico-finanziari sia in termini di qualità dell'offerta e di competitività sapranno cogliere questi momenti difficili come un'opportunità per - creando maggiori efficienza ed efficacia - uscirne rafforzate. Infatti, al di là della situazione congiunturale penalizzante per tutto il settore, **nel più lungo periodo prevediamo trend di crescita positivi** grazie a un sempre maggiore interesse da parte dei consumatori per il "mondo del verde".

DEROMA

Ivan Crosara

Sales manager Italia

Deroma continua a perseguire il suo ambizioso programma di sviluppo sul territorio nazionale e *worldwide* cercando innanzitutto di adattarsi ai continui necessari cambiamenti strategici che gli eventi richiedono, assicurando tempi di risposta brevissimi al mercato. **Stiamo guardando**

L'ITALIA DEI CONSUMI

(% mercato vasi Italia 2022 per area)



Nord Ovest **34%**

Nord Est **30%**

Centro **23%**

Sud e isole **13%**

Fonte: Greenline

all'inizio della stagione con grande attenzione, ma siamo in ogni caso molto fiduciosi perché i messaggi dal mercato sono comunque piuttosto positivi; il post pandemia ha infatti consolidato una riscoperta del mondo vegetale e del giardino, del tempo e dello spazio personali che assicurano ancora una potenziale crescita. Anche il Trade è molto attento a portare avanti ordini coerenti con le reali esigenze della stagionalità e considerando il livello di stock e di *sell out*.

EDELMAN

Fabio Casotto

Agente Italia

È una corsa ad ostacoli che propone **situazioni nuove**, inaspettate, imprevedibili, che **richiedono elasticità mentale e capacità di adattamento**. Il nostro *team* sembra reagire in modo appropriato: nuove proposte decorative, canali *social*, esposizioni internazionali. A queste energie, si contrappone uno stock di magazzino importante dei nostri clienti, che porterà a una contrazione degli acquisti stagionali con una stabilità nel continuativo.

GARDEN ITALIA VASI

Daide Mazzucchelli

Ufficio commerciale

L'andamento crescente delle vendite registrato nei primi mesi è di buon auspicio affinché il 2023 si riveli un altro anno positivo per la vendita dei vasi.

Speriamo inoltre che i recenti "price cap" adottati dall'Unione Europea siano effettivamente efficaci nel prevenire le oscillazioni estreme dei prezzi di luce e gas, in questo modo anche l'impatto negativo che essi avrebbero sui consumi si attenuerebbe. Ovviamente gli eventi accaduti durante gli ultimi anni (pandemia, guerra in Ucraina, ecc.) ci hanno insegnato che nulla è prevedibile. In ogni caso e qualunque cosa accadrà **ci affideremo alla nostra capacità di resilienza e alla nostra flessibilità per reggere eventuali "stress test"**, come abbiamo fatto lo scorso anno ripianificando ad esempio i ritmi della produzione con l'ottica sempre di ridurre al minimo eventuali disagi alla nostra clientela.

MIPLAST

Pierluigi Migliorati

Ceo

La tassazione in Italia rasenta l'inverosimile, quindi anche questa sarà un'ulteriore tassa che avrà un negativissimo impatto in questo ed in altri comparti. Queste gravi situazioni andranno a delineare una riduzione del settore causando una crisi del comparto. **Ci sarebbe bisogno di incentivi a fondo perduto per le famiglie inerenti al mondo del garden** dando così una mano al rilancio del settore.

MONACIS

Pietro Colucci

Direttore commerciale

Il 2023 ha ereditato le problematiche "energetiche" acute, anche da altri scenari più che preoccupanti; mi riferisco alla guerra in Europa, non succedeva da 80 anni; ha contribuito ad accrescere e far ritornare tutti gli stati ansiosi che hanno accompagnato gli ultimi due anni. L'inflazione al 10% ha dato il colpo di grazia riducendo il poter di acquisto insieme a pillole di pessimismo già dispensate dai media.

STEFANPLAST

Paolo Percassi

Direttore commerciale Italia

Non si parla più di strategie nel lungo periodo ma bensì di medio, se



#ESPLOSIONEDIVITA



IL SUBSTRATO PER UN ORTO BIO STRAORDINARIO

Alta produttività 100% Naturale.

Scopri il **substrato** per la semina e il trapianto BIO di tutte le **orticole**: è **Ortaggi BIO!**

Uno speciale MIX di **pregiate torbe bionde e brune** per migliorare le caratteristiche **chimico-fisiche** del suolo in modo **100% naturale**.

Dove nascono **verdure genuine** per tutta la famiglia.

Scopri
OrtaggiBIO
su **TERFLOR.IT**

**bama**[®]

Salviamo le api

L'impollinazione sostiene
il nostro ecosistema



Come aiutare le api?

Riempi il tuo balcone di fiori colorati, sia all'interno che all'esterno usando le **fioriere doppie Klunia** con agganci regolabili ... e non usare i pesticidi!
Più fiori = Più api

Condividi le tue foto e noi le pubblicheremo!



www.bamagroup.com 100% PRODOTTI ITALIANI 

Sei un privato? Scrivi a consumatori@bamagroup.com
Sei un'azienda? Scrivi a commerciale@bamagroup.com

non breve. Purtroppo questo sarà lo scenario nei prossimi anni. **Uno scenario che porterà ad una selezione tra le aziende. Acquisiranno vantaggi competitivi solo le più solide**, le più strutturate e quelle che negli anni hanno continuato ad investire in innovazione e che si sono aperte al mondo *green*.

TERAPLAST

Ufficio marketing

Le condizioni economiche dettate dai fattori esterni non sono tra le più serene per i consumatori così come per molte aziende, ma **siamo fiduciosi e ci auguriamo che il 2023 possa godere, oltre che di condizioni economico-politiche normalizzate, anche di una bella primavera** con un clima che favorisca la coltivazione di piante e fiori, permettendo così ai moltissimi appassionati di continuare ad alimentare la loro passione per il verde. Noi invece siamo già all'opera con la progettazione e il lancio sul mercato dei nuovi prodotti per il 2024!

Lo spettro del contributo Conai

La recente decisione di considerare "imballaggi" alcuni vasi in plastica destinati al florovivaismo a noi sembra grave, poiché il "vaso" è la metà del prodotto "pianta in vaso" e non è mai un "pack". Qual è la vostra opinione?

ARCA

Mario Cornero

Direttore commerciale

A nostro modesto avviso, il vaso è un elemento costitutivo del "prodotto pianta" che lo accompagna come componente imprescindibile fin dall'origine in serra e non un mero imballaggio utilizzato per il trasporto. Fra l'altro, **la classificazione del vaso come imballaggio porterebbe all'obbligatorietà dell'etichettatura ambientale con implicazioni particolarmente complesse dal punto di vista tecnico/operativo e con ulteriori aggravii di costi** (da aggiungersi a quello del contributo **Conai** in sé) su tutta la filiera in un periodo in cui le imprese e i consumatori già risentono di criticità dovute all'attuale congiuntura.

A livello di associazioni florovivaistiche e a livello di produttori di vasi ci si è più volte confrontati con **Conai** per cercare di "dipanare" il tema. Fra l'altro, ci risulta che ultimamente sia stata fatta un'interrogazione parlamentare sull'argomento.

PLASTECNIC

Emilia Bonanomi

Direttore generale

Il vaso è parte integrante del prodotto pianta in vaso, quindi a tutti gli effetti parte integrante del prodotto. **Spero che un'azione coordinata delle associazioni di categoria e dei produttori possa almeno derogare i termini di applicazione** per trovare soluzioni maggiormente condivise.

Per ragioni di spazio non abbiamo potuto riportare tutte le risposte. Trovate il servizio completo su www.greenretail.it fotografando il codice Qr.



Carboncil



LA CARBONELLA AD ACCENSIONE ISTANTANEA

Basta un fiammifero!

Non servono accendifuoco,
legnetti o altro.

Diventa il Re della griglia in 10 minuti!



BRUNNENINDUSTRIE
accende l'ambiente

Brunnen Industrie Srl

Via A. Meucci, 18 • 36040
Brendola • Vicenza • Italy

Tel. +39 0444 401.216
Fax +39 0444 400.248

info@brunnenindustrie.com
www.brunnenindustrie.com



>> new line

AGRATI

Avvolgitubo girevole su treppiede

Agrati presenta **Art.160**, un avvolgitubo girevole dotato di un cuscinetto a sfere in acciaio inox che permette la rotazione a 360° del rullo su cui è avvolto il tubo: grazie a questa caratteristica unica, è possibile irrigare ogni angolo del proprio giardino senza avere la necessità di spostare continuamente l'avvolgitubo. L'avvolgitubo è realizzato in acciaio, con rullo e telaio verniciato a polvere poliestere atossica, mentre il treppiede è in acciaio zincato. Interamente realizzato in Italia, **Art.160** è dotato di 2 innesti rapidi universali in ottone, ma non include la bobina di tubo. L'ampio treppiede garantisce massima stabilità sia su pavimenti sia su prati. Il prodotto misura 580x500x900 mm e pesa 4,2 kg. Il video di presentazione dell'avvolgitubo girevole con treppiede è visualizzabile inquadrando il codice Qr nell'immagine.

➔ www.agrati.net



BAMA

Canestrina e i suoi mille usi



I contenitori non bastano mai! Lo sanno bene in casa **Bama**, dove si continuano a realizzare nuovi contenitori *multitasking* per cui l'unico limite all'utilizzo è la fantasia. **Canestrina** è il nuovo portaoggetti versatile che si fonde in modo armonioso in ogni ambiente. Qualunque sia lo stile dell'arredamento, dallo *shabby chic* all'*industrial*, ma anche classico o minimalista, grazie al suo design simil paglia **Canestrina** trova sempre il posto giusto. Questa scelta estetica strizza l'occhio ai materiali naturali, richiamando alla mente i cesti in vimini della nonna ma offrendo tutta la praticità e durevolezza della plastica. Ha un *decor* classico per un *appeal* moderno e versatile. Nei suoi 31x21x13h cm, si presta in casa come contenitore di oggetti di taglia contenuta. In terrazzo o in giardino, invece, **Canestrina** è l'ideale per contenere gli attrezzi da giardinaggio oppure piccoli vasi di fiori ed erbe aromatiche. Idonea anche per contenere alimenti, è prodotta con materiali 100% atossici, riciclabili e naturalmente *made in Italy*.

➔ www.bamagroup.com

VIGORPLANT

Nuovo terriccio per piccoli frutti

Nel 2023 **Vigorplant** ha introdotto importanti novità tra cui il terriccio professionale **Piccoli Frutti** ideale per la coltivazione di fragole, lamponi, mirtili, more, uva spina e ribes, nel formato 10 L con pratica maniglia. Può essere impiegato per la coltivazione in vasi, balconette o direttamente nell'orto per ottenere produzioni ricche ed abbondanti. Un prodotto che sposa a pieno il continuo trend di crescita che il consumo dei piccoli frutti sta avendo sempre più. Questo nuovo progetto è stato arricchito da una fantastica operazione a premi dal titolo '*Vigorplant ti porta a Gardaland*' in collaborazione con **Gardaland Resort**, il parco divertimenti più famoso d'Italia. Infatti, acquistando una confezione di **Piccoli Frutti** e ritagliando il *coupon* presente sul retro confezione, consegnandolo direttamente alle biglietterie del parco, i consumatori avranno diritto, a fronte dell'acquisto di 2 biglietti a tariffa intera diurna, a ricevere subito un ingresso omaggio.



➔ www.vigorplant.com



LEDVANCE

Linea Outdoor di luci per esterno

Funzionale e d'atmosfera: la luce per l'esterno, come quella *indoor*, andrebbe studiata con attenzione, soprattutto con l'arrivo della bella stagione. Perché basta un punto luminoso ben posizionato per trasformare un angolo buio del terrazzo o una zona di passaggio all'aperto in uno spazio armonioso e accogliente. Lo sa bene **Ledvance**, che con la sua linea di illuminazione **Outdoor** offre una gamma completa di lampade, *applique* e faretto Led studiati per l'esterno: efficienti, pratici e all'insegna del design. A partire dalla collezione **Style** con tecnologia innovativa Smart+, così come i sistemi **Solar** a energia solare e i prodotti **Garden**,

nati per abbellire il giardino, fino alle proposte **Classic**, essenziali e intramontabili: tutti i modelli sono progettati secondo i massimi canoni di sicurezza e risparmio energetico per illuminare terrazzi, giardini, vialetti, portici, facciate e piscine.

➔ www.ledvance.it

VERDEVIVO

Due proposte per una nutrizione attiva totalmente vegetale

Harmonia Universale è un biostimolante ad azione mirata per l'incremento dell'attività radicale e fogliare delle piante. Gli ingredienti sono stati studiati per essere assimilati rapidamente dall'organismo della pianta, migliorando in modo evidente l'attività metabolica dei processi fisiologici della stessa. Il formulato di ultima generazione a base di alghe, estratto di erba medica e melasso rinforza progressivamente le difese immunitarie delle piante, che possono così affrontare gli stress termici e le gelate invernali con una rinnovata resistenza. **Harmonia Supremo** è invece un concentrato di potenza indicato in caso di esemplari debilitati, stanchi, annegati o stressati per ristabilire l'equilibrio metabolico attraverso un processo riconosciuto spontaneamente dalle piante, senza forzature o sovraccarichi nutrizionali. **Harmonia Supremo** è inoltre ideale per mantenere le piante in salute nel tempo.



➔ www.verdevivo.bio



BAVICCHI

Kit fai da te per kokedama

Il kokedama è un'antica arte giapponese di coltivazione oggi molto di moda per creare angoli verdi sospesi. A differenza del bonsai, nel kokedama è assente il vaso esterno, che è sostituito da una sfera di muschio. Per gli amanti di queste decorazioni *green*, **Bavicchi** propone il pratico **Kit Kokedama**. Il kit è costituito da 2 contenitori in muschio di misure diverse già pronti all'uso, il terriccio specifico e la corda per appendere i kokedama. Il substrato è composto da 3 parti: torba nera (chiamata *ketoh* in Giappone), terreno di *akadama* (granuli di argilla) e fibra di cocco. *Ketoh* è una torba nera raccolta dal fondo delle più antiche risaie che contiene spesso resti di paglia di riso. Appiccicosa e densa, può fungere da legante. Il suolo vulcanico di *akadama* è apprezzato per la sua capacità di trattenere l'acqua fornendo anche aerazione, porosità e drenaggio. Le fibre di cocco, infine, hanno la capacità di immagazzinare l'acqua molto bene. Inquadrare il codice Qr per il video.



➔ www.bavicchi.it

BRUNNEN INDUSTRIE

La carbonella ad accensione istantanea

Brunnen Industrie è lieta di presentare la nuova carbonella istantanea **Carbencil**, un nuovo tipo di carbone vegetale contenente al suo interno un liquido ecologico derivante dalla fermentazione di prodotti vegetali che ne facilita l'accensione. Grazie a un processo naturale di fermentazione brevettato, infatti, **Carbencil** si accende in un attimo ed è pronta in soli 10 minuti. Con il suo potere calorifico di 6.400 kcal/kg, uno dei più alti sul mercato, permette inoltre di grigliare in meno tempo e, a partire dalla materia prima fino all'imballo utilizzato, è pensata per aver il minore impatto ambientale possibile. I piani di gestione forestale controllata attuati per l'ottenimento del legno consentono la sostenibilità nel tempo e ogni anno vengono organizzate giornate di rimboscimento nei paesi dai quali deriva la materia prima. **Carbencil**, infine, non contiene derivati di idrocarburi: per sua natura permette di affumicare gli alimenti in modo uniforme e con un sapore unico.



➔ www.brunnenindustrie.com

DFL

Potatore a batteria



Lif è un marchio di riferimento per il settore giardinaggio e agricoltura, uno dei nove *brand* distribuiti esclusivamente da **Dfl** che da tempo ha deciso di investire in una propria linea di *private label*, accuratamente studiata per soddisfare ogni necessità. Il potatore a batteria **Lf-10MP** è adatto per l'uso con una sola mano. Compatto e maneggevole, è indicato in operazioni di potatura. Impugnatura ergonomica *soft grip*, consente tagli fino a Ø 25 mm. Lunghezza barra 10 cm. Doppia posizione di taglio, ampia copertura dell'impugnatura e catena a basso contraccolpo garantiscono un funzionamento sicuro. Motore *brushless*, passo catena 1/4", velocità di taglio 6,7 m/s. Lubrificazione della catena manuale (non automatica). Completo di batteria, carica batteria, copri barra, chiave di servizio. Peso senza accessori 970 gr.

➔ www.dfl.it

new line

TERFLOR

Substrato universale Il Magnifico!

Il Magnifico! è un substrato di coltivazione universale innovativo, totalmente naturale (il cui utilizzo è quindi consentito in agricoltura biologica) e di altissima qualità, indicato per tutte le piante da interno e da esterno, sia da orto che da fiore. Da utilizzarsi in purezza, **Il Magnifico!** è composto da pregiate torbe bionde e scure attentamente selezionate e arricchito con leonardite e alghe (*ascophyllum nodosum*) liofilizzate, prodotti naturali al 100% che fungono da potenti biostimolanti radicali e fogliari e antistress, garantendo la crescita di piante sane, robuste e rigogliose senza dover ricorrere all'utilizzo di prodotti chimici. Fornito nella nuova linea di sacchi con confezione auto esplicativa, facilmente comprensibile anche dall'utente meno esperto, il nuovo packaging vanta sul retro delle informazioni semplici ma estremamente utili sull'utilizzo del prodotto. Disponibile nei formati da 10, 20, 45 e 70 litri.

➔ www.terflor.it



BONFANTE



Prati sintetici di alta qualità

I tappeti sintetici con fondo in poliuretano proposti da **Bonfante** possono essere usati per giardini, bordi piscina, terrazzi, parchi, *dehor* e aree private o pubbliche; si installano su superfici già pavimentate o direttamente sul terreno seguendo le istruzioni di posa consigliate dall'azienda. I prati sintetici **Bonfante** sono realizzati con materiali di alta qualità, presentano una superficie morbida al tatto, non sporcano e richiedono una manutenzione davvero minima rispetto a un prato naturale. I tappeti sono disponibili in modelli diversi per spessore (11, 18, 20, 25, 30, 35, 40 e 50 mm), per struttura e intreccio dei fili, per colore, per sensazione al tatto e al calpestio; generalmente i rotoli garantiscono la copertura di una superficie di 50

metri quadrati. Vengono forniti anche gli accessori per l'installazione: la banda specifica per l'uso della colla monocomponente, la colla, la striscia monoadesiva per la posa su terreno e quella biadesiva per la posa su pavimentazioni esistenti.

➔ www.bonfante.com

PALAZZETTI

Tre diversi usi, un solo prodotto

Palazzetti Oreste è un prodotto realmente innovativo, che con un'unica fiamma scalda barbecue e forno, perfetto per essere posizionato all'aperto o sotto un porticato. Il sistema di cottura **Oreste**, in un unico volume, comprende: piastra di cottura in pietra lavica, forno a legna, 2 pratici piani lavoro, vano per caricare la legna e fare la fiamma. L'interno del forno è in thermofix, speciale materiale refrattario a elevate prestazioni che rende omogenea e costante la temperatura – ideale per cotture prolungate – e il gusto dei cibi inimitabile. La piastra in pietra vulcanica si scalda in soli 10 minuti ed è ideale per cucinare carne, pesce, verdure e formaggi, senza l'aggiunta di condimenti. La camera di combustione, facilmente accessibile grazie allo sportello, consente l'accensione e la gestione della fiamma estremamente agevole, ideale anche per cuochi meno esperti.

➔ ingiardino.palazzetti.it



ASTRALPOOL

Docce da esterno Chrome e Chrome Solar

La nuova doccia per esterno **Chrome** di **Astralpool** - brand del **Gruppo Fluidra** - si caratterizza per il suo stile moderno ed elegante, con un design semplice e pulito che esalta le tante combinazioni di finiture possibili. A catalogo sono presenti infatti non solo le più discrete ed eleganti finiture metalliche - antracite e argento - a cui è possibile associare doccia, miscelatore e rubinetto, piedi in rame o acciaio, ma anche una gamma di colori (blu, rosso, arancione e verde) pensati per caratterizzare la zona piscina con un piglio vivace, magari sposandosi con l'arredo scelto per il giardino. Il soffione è dotato di un sistema che evita la formazione di calcare oltre ad un effetto doccia piacevole e rilassante. Nella versione **Chrome Solar** (immagine di destra), l'acqua contenuta nel serbatoio da 30 litri viene erogata a una temperatura ideale a evitare ogni possibile shock termico e offrire nel modo più sostenibile possibile un'esperienza di vero relax sia prima che dopo il bagno in piscina.

➔ astralpool.it



IL PAESE VERDE

Per una cura delle piante innovativa e sostenibile

La linea **Brave** de **Il Paese Verde** è composta da prodotti naturali dalla tecnologia innovativa, che apportano una serie di importanti benefici, come lo sviluppo di microrganismi utili per favorire la crescita e consentire alle piante di sviluppare le proprie difese. Per favorire una radicazione poderosa e potenziare l'assorbimento degli elementi nutritivi da parte delle piante, il sostegno ideale è **Brave Crescita Sana**, un prodotto innovativo con inoculi di funghi micorrizici e batteri della rizosfera. La sostanza organica di **Brave Crescita Sana** migliora la fertilità del suolo e comporta un utilizzo efficiente dell'acqua da parte delle piante, favorendo l'assorbimento degli elementi nutritivi. Ricco di acidi umici, stimola la radicazione e la simbiosi tra apparato radicale e funghi micorrizici: le piante saranno così più resistenti a stress di vario genere, come attacchi parassitari, funghi, idrici e termici.

➤ www.ilpaeseverde.it



TERA

Nuova collezione di vasi e fioriere modulari

Tera propone **Trama**, il nuovo sistema di vasi e fioriere modulari progettati per creare aree verdi e delimitare gli spazi in ambienti outdoor. I nuovi modelli, realizzati in polipropilene con tecnologia a iniezione, sono caratterizzati da leggere venature che richiamano la naturalezza del legno – da cui il nome – e sono disponibili in cinque tonalità: *ash, snow, dark forest, moka e almond*. Tre i formati disponibili (**Trama 001**, 42x42x40h cm; **Trama 002**, 100x42x40h cm; fioriera **Trama 003**, 100x100x40h cm), tutti dotati di riserva d'acqua e abbinabili al Water Level Indicator per controllare il livello dell'acqua ed evitare in questo modo inutili sprechi e preservare la salute della pianta. I vasi e le fioriere **Trama** sono inoltre dotati di piedini di regolazione e predisposti per l'aggiunta delle ruote a scomparsa sul fondo. È infine possibile personalizzare il design del prodotto attraverso la scelta dei pomelli, sferici o piramidali, in base ai propri gusti.



➤ www.teraplast.com/it

FITT

Fitt Freel, l'avvolgitubo dinamico

Fitt Freel è la soluzione di **Fitt** pensata per rendere disponibili in un'unica combinazione l'avvolgitubo, pronto a essere connesso al rubinetto, e l'innovativo tubo compatto e leggero **Fitt Force**. L'avvolgitore presenta al suo interno un meccanismo dinamico, appositamente disegnato per i tubi compatti e leggeri: l'originale congegno, in attesa di brevetto, si adatta infatti al volume del tubo - se il tubo è pieno d'acqua si restringe, se il tubo è vuoto si distende -, evita strozzature e restrizioni del flusso e garantisce così un'esperienza d'uso senza pari. **Fitt Freel** è dotato di tubo raccordato **Fitt Force** da 20 metri, lancia multifunzione, presa rubinetto e raccordi per la connessione al rubinetto. Può essere installato a muro o ancorato al terreno; la leggerezza, la compattezza e l'impugnatura ergonomica ne facilitano il trasporto. **Fitt Freel** utilizza il 30% di materiale plastico proveniente da riciclo ed è garantito 5 anni.

➤ www.fitt.com/it



HUSQVARNA

Design smart per la cura di piccoli giardini

Husqvarna Automower 405X è il robot tagliaerba compatto e ideale per la manutenzione di superfici fino a 600 mq con pendenze fino al 40%. L'efficienza si basa su un taglio intelligente, ridotto ma costante in modo che il materiale sminuzzato ricada a terra, garantendo al suolo un nutrimento importante. Inoltre, le lame in acciaio al carbonio donano al prato una brillantezza unica. **Automower** non richiede benzina né olio e assicura anche un notevole risparmio sul fronte dei consumi elettrici, poiché necessita di una quantità minima di corrente. Durante la fase di taglio, se scarico, **Automower** ritorna in autonomia alla propria

stazione di ricarica per poi tornare operativo in 60 minuti. Il modello **405X** garantisce una perfetta gestione dei passaggi stretti, lavora in maniera discreta e silenziosa ed è equipaggiato con l'app Automower Connect per essere monitorato da smartphone.

➤ www.husqvarna.it

new line

COMPO

Nuova linea bio Rimedi Naturali

Compo lancia la nuova linea bio **Rimedi Naturali**, adatta per ogni tipologia di esigenza per la cura delle piante. **Compo Bio Tripla Azione** è una miscela 100% naturale di due estratti vegetali, estratto di ortica ad azione insetticida, fungicida e acaricida ed estratto di equiseto ad azione fungicida contro oidio, peronospora, ticchiolatura e botrite. **Compo Bio Lecitina di Soia** è un prodotto 100% naturale ideale per potenziare le difese delle piante nei confronti di funghi come oidio, ticchiolatura, ruggine, bolla del pesco e peronospora. **Compo Bio Aceto** è un prodotto 100% naturale, ideale per il contenimento delle erbe indesiderate; agisce per contatto in maniera non selettiva su erbe indesiderate a foglia larga e foglia stretta presenti in aree incolte, vialetti, sentieri, bordure, marciapiedi e nelle fughe di mattonelle. **Compo Bio Sapone Molle** è un prodotto 100% naturale e biodegradabile a base di acidi grassi naturali e dei loro sali di potassio, ideale per potenziare le difese delle piante nei confronti di insetti a cuticola molle.



➔ www.compo-hobby.it

GARDENA

Nuove soluzioni per la raccolta e la cura delle piante

Gardena lancia la nuova linea **Micro Cutting** composta da cinque utensili da taglio progettati per garantire il supporto giusto per ogni necessità di raccolta e di cura delle piante. La linea è composta da: il coltello da raccolta **Veggie Cut**; le forbici per erbe e fiori **Fresh Cut**; le forbici **Grip Cut** con lame di precisione affusolate in acciaio inossidabile; le forbici **Herb Cut** particolarmente adatte per tagliare gli steli legnosi; **Multi Cut**, le forbici multiuso per la casa, il giardino e vari hobby. Tutti i modelli della nuova gamma di forbici **Micro Cutting** sono dotati di manici ergonomici con componenti morbidi, che consentono un uso confortevole anche dopo un lungo periodo di utilizzo. Tutti i modelli sono inoltre utilizzabili sia da utenti destrorsi sia da quelli mancini. Le lame sono realizzate con materiali adatti al contatto alimentare e alla pulizia in lavastoviglie e nessuna plastica viene utilizzata nell'imballaggio, ma solo cartone che può essere facilmente riciclato dopo l'acquisto.



➔ www.gardena.com

WEBER

Nuovo barbecue elettrico multifunzionale

Il nuovo barbecue elettrico **Lumin Weber** è un dispositivo molto versatile, progettato per chi dispone di poco spazio esterno e desidera la comodità di un barbecue elettrico senza rinunciare al sapore del grill tradizionale. **Lumin** può raggiungere temperature elevate (superiori a 315 °C) in soli 15 minuti, per ottenere il tipico sapore del cibo cotto sul barbecue; è in grado inoltre di conferire a carne e verdure un ricco sapore affumicato grazie all'esclusiva funzione di affumicatura, cuocere verdure al vapore, stufare salsicce e tenere il cibo in caldo grazie alla varie impostazioni di cottura e agli accessori appositamente progettati; con **Lumin** si possono inoltre scongelare cibi surgelati direttamente sul barbecue mentre si preriscalda, risparmiando così tempo prezioso. Pulizia agevolata grazie alla vaschetta raccogli grasso accessibile anteriormente e alle griglie di cottura in ghisa smaltata lavabili in lavastoviglie.



➔ www.weber.com

BRUMAR

Decespugliatore con filo alimentato automaticamente

Ego Power Plus ha rivoluzionato ancora una volta la sua gamma di decespugliatori con l'introduzione dell'esclusiva tecnologia Line Iq sul suo ultimo modello **ST1610E-T**. La nuova tecnologia alimenta automaticamente la quantità corretta di filo della testina per fornire un diametro di taglio di 40 cm, eliminando il fastidio e la complessità dell'operazione manuale.

L'innovativo sistema è supportato dalla tecnologia Powerload di **Ego**, che consente agli utenti di sostituire il filo semplicemente infilandolo attraverso gli occhielli della testina e premendo un pulsante. Per una maggiore fruibilità, i manici regolabili e l'albero telescopico consentono all'utente di adattare perfettamente il decespugliatore aggiustandolo in base alla propria altezza. Le due velocità preimpostate rendono il decespugliatore adatto ad affrontare con facilità tutte le attività di rifinitura in giardino, sia nel lavoro quotidiano che nei lavori più impegnativi.



➔ www.brumargp.it

I nuovi colori (e gusti!) di Leonessa Vivai

Leonessa Vivai è una realtà florovivaistica giovane ma professionale, dinamica e innovativa, con sede a Travagliato in provincia di Brescia. Nel corso degli anni l'azienda ha affinato continuamente la ricerca e ampliato le proprie collezioni, che vengono coltivate su circa 8 ettari di terreno, per garantire un'offerta completa e variegata ai propri clienti. Importantissima novità è quella dello **shop online** (visitabile scansionando il codice Qr qui a fianco o al link www.vivaileonessa.shop/store/) al quale i clienti possono accedere direttamente per effettuare i propri ordini in maniera semplice e intuitiva.

Le novità 2023

Tra le novità più interessanti presentate a **Myplant & Garden** segnaliamo le ortensie della varietà **The Rembrandt** e le rose edibili **Taste Of Love**.

L'**ortensia macrophylla The Rembrandt** ha la sua particolarità nel cambio del colore del fiore con il passare del tempo. Diverse le varietà disponibili: **Dolce Chic**, con fiore inizialmente rosa e giallo limone, poi rosa confetto; **Elegant Rosa**, dal fiore rosa molto chiaro macchiato di verde che diventa poi rosa scuro; **Rosso Glory**, dal fogliame compatto e il cui fiore è in continua mutazione, prima verde, poi rosso, poi rosso e verde e infine rosso scuro; **Vibrant Verde**, con fiori che si aprono in verde per poi diventare rosa al centro e rossi in autunno.

Il fiore dell'ortensia Rosso Glory nasce verde per diventare poi rosso, in seguito rosso e verde e infine rosso scuro.



Non manca poi l'offerta di ortensie appartenenti alle varietà più classiche, come **arborescens, paniculata, quercifolia, serrata** e perfino quella **rampicante**.

La nuova collezione di **rose Taste Of Love** è composta invece da fiori edibili, i cui petali hanno un gusto e una consistenza speciali e contengono anche molti antiossidanti e vitamine. Cinque le varietà (e i gusti!) disponibili: **Dolce**, con fiori rosso cremisi e poi rosa dal gradevole profumo fruttato e un gusto dolce di ribes rosso; **Eveline Wild**, dai fiori color albicocca di medie dimensioni, molto doppi, e una piacevole fragranza fruttata, ha un sapore dolce e una *texture* del petalo setosa; **Nadia Zerouali**, i cui fiori doppi di medie dimensioni, di colore giallo chiaro, hanno un profumo



Rosa Nadia Zerouali



Altra novità per il 2023: grafiche rinnovate e accattivanti per identificare le varie collezioni.

e un gusto rinfrescante di agrumi e lemongrass; **Pear**, con fiori di media grandezza semidoppi, rosa chiaro e con un delicato profumo speziato e un sapore agrodolce di pera; **Theo Clevers**, i cui fiori dalla fragranza delicata sono racchiusi in grappoli stretti in un meraviglioso rosa vivace e dal delicato aroma di fragole.

Torna Piantonario

Per chiunque volesse conoscere meglio la proposta di **Leonessa Vivai**, infine, è già stata fissata la data per il 2023 di **Piantonario**, l'annuale atteso "porte aperte" organizzato dall'azienda di Travagliato (BS) per illustrare le novità e le ultime tendenze a gardenisti, giardinieri e operatori. Quest'anno si svolgerà il 30 agosto.

PER INFORMAZIONI:

➔ www.leonessavivai.it

new line

SEMENTI DOTTO

Semi per prato addizionati con batteri azotofissatori

Sementi Dotto presenta **Erbella N-Fix** Universale, un miscuglio di sementi addizionate con batteri azotofissatori per arricchire il terreno e fornire ai tappeti erbosi parte del nutrimento di cui hanno bisogno per crescere sani, verdi e compatti. Il tappeto erboso, infatti, non essendo in grado di utilizzare direttamente l'azoto che si trova nell'aria, dipende dall'attività di microrganismi del suolo che assorbono l'azoto dall'atmosfera e lo rendono biodisponibile: i batteri azotofissatori. Una volta nel terreno, i batteri azotofissatori penetrano all'interno delle radici e innescano da subito la formazione di noduli radicali dentro i quali assorbono e fissano l'azoto atmosferico, arricchendo in forma stabile il terreno di questo fondamentale elemento nutritivo. I batteri azotofissatori forniscono quindi al tappeto erboso parte del nutrimento di cui ha bisogno per crescere forte, compatto e più verde.



➔ www.sementidotto.it



STIGA

Nuovo robot rasaerba autonomo

Stiga lancia sul mercato il suo nuovo robot rasaerba autonomo: una macchina innovativa che combina il Gps Rtk con la Predictive Ags technology, brevettata per un prodotto la cui stabilità di segnale impedisce l'arresto della falciatura e garantisce un taglio di estrema precisione. In questo modo **Stiga** si propone di risolvere alcuni dei problemi più comuni dei normali robot rasaerba, come perdita del segnale Gps, blocco dei segnali radio, danni al prato dovuti al taglio eccessivo. La Predictive Ags technology garantisce un taglio organizzato e sempre regolare,

evitando il sovrascalfio che potrebbe verificarsi passando più volte nella stessa zona. Il robot inoltre impara e ricorda dove la ricezione del segnale Gps è debole o interrotta e determina i punti ciechi nel terreno, in modo da pianificare il percorso di falciatura più efficace senza perdita di segnale, interruzione o intervento del proprietario. L'esclusivo E-Power garantisce una maggiore durata della batteria e un'eccellente efficienza energetica grazie a un funzionamento più lungo tra una ricarica e l'altra.

➔ www.stiga.com/it

GRUPA TOPEX

Borsa da giardino comoda e versatile

Tra le novità del catalogo Giardino di **Grupa Topex** c'è la borsa da giardino della linea **Verto** (15G541) in Pp 150 g/mq con capacità di 270 litri e dimensioni 269 x 76 cm. Le caratteristiche principali sono: 3 comode maniglie per un agevole trasporto e scarico; dimensioni compatte, quando ripiegata, per riporla facilmente; bordo rinforzato; ideale per raccogliere foglie, rifiuti ed erbacce; resistente a danneggiamenti e intemperie. **Grupa Topex** è un'azienda polacca che offre una vasta gamma di attrezzi manuali e utensili elettrici. Nel corso degli anni ha raggiunto la posizione di leader del mercato degli utensili in Polonia ed è diventata uno degli attori più importanti nell'Europa centrale e orientale. Attualmente, il portafoglio di **Grupa Topex** comprende già sei marchi propri che offrono oltre 6.500 prodotti che, grazie all'ampia rete di distribuzione, possono essere trovati in 40 paesi in tutto il mondo, tra cui l'Italia.



➔ www.grupatopex.com

FISKARS

Potature precise senza sforzo

Per tagliare legno fresco fino a 50 mm di diametro **Fiskars** consiglia il troncareami bypass **Power Gear Tmx (L) LX98**.

Le lame bypass aiutano ad accedere facilmente ai rami e garantiscono tagli netti, mentre i manici in alluminio leggeri e resistenti presentano impugnature *soft grip* per una presa sicura e stabile. Per una regolare attività di potatura, invece, **Fiskars** propone tre gamme di forbici (**Solid, Plus e X-series**) per soddisfare ogni consumatore e garantire diverse condizioni di taglio. Tra i top di gamma, le forbici da potatura **X-series L Bypass (P961)** sono dotate di Power Gear, una tecnologia in grado di massimizzare la leva dove ce n'è più bisogno, conferendo 3 volte più potenza di taglio su rami e steli duri e spessi fino a 26 mm. Il rivestimento della lama è a basso attrito, resistente alla ruggine, con prestazioni migliorate: i tagli sono più facili e con minore resistenza. L'impugnatura ergonomica in Fiber Comp con *soft grip* regala una presa sicura e comoda. Un blocco scorrevole protegge la lama durante il trasporto.

➔ www.fiskars.it



Qlima, specialista del comfort

fuori e dentro casa

L'offerta di **Pvg** comprende un'ampia gamma di prodotti per il comfort domestico, mirata a soddisfare uno stile di vita più comodo e funzionale. In quest'ottica, e sulla scia dei successi ottenuti nelle scorse stagioni, **Qlima** conferma anche per il 2023 una linea completa di stufe da esterno, ideali per sfruttare giardini e terrazze anche nelle stagioni meno calde. La costante evoluzione di **Pvg** permette di offrire ai clienti una gamma sempre aggiornata e in linea con le necessità attuali, sapendo di poter contare su oltre 35 anni di esperienza, competenza e affidabilità.

Stufe a gas da esterno Qlima

Qlima rende possibile sfruttare gli spazi esterni anche quando la stagione è più fresca.

Le stufe a gas da esterno, con la loro piacevole fiamma, creano calore nell'ambiente e scaldano velocemente. Sono pratiche da utilizzare e, una volta spente, non richiedono pulizia. Il piezo elettrico agevola l'accensione e il tepore, che si diffonde dopo pochi secondi, è regolabile in modo da avere sempre la temperatura preferita. Tutti i modelli inoltre sono dotati di sensori di sicurezza integrati, per garantire la massima tranquillità nell'utilizzo.

 **Pronte all'uso:** non necessitano di installazione

 **Comode:** si possono spostare facilmente

 **Design:** la fiamma crea una piacevole e accogliente atmosfera

 **Sicure:** in caso di urto, si spengono automaticamente

Anche i dettagli di progettazione sono studiati per facilitare l'uso delle stufe a gas, oltre che per renderle un elegante complemento di arredo.

Ne sono un esempio il portabombola a scomparsa, sicuro e pratico per gli accessi, e il parafiamma, costruito appositamente per garantire una maggiore 'tenuta' del calore.



Disponibili in varie forme e colori, dallo stile più classico a quello più contemporaneo, si adattano a qualsiasi ambiente, rendendolo più caldo ed accogliente.

Stufe elettriche da esterno Qlima

Qlima offre proposte diverse per migliorare il comfort delle persone in ogni contesto. Le stufe elettriche da esterno si posizionano facilmente su terrazzi, patio o verande e consentono di prolungare quella piacevole sensazione di vita all'aperto anche quando le temperature sono più basse. Il riscaldamento elettrico scalda velocemente, è sufficiente premere un pulsante per un calore localizzato e intenso. È inoltre molto pratico, dato che non è richiesta alcuna manutenzione.

Le stufe elettriche **Qlima** sono progettate per soddisfare esigenze diverse: con posizionamento a terra e altezza regolabile oppure a muro, per una soluzione salva-spazio. Tutti i modelli sono dotati di kit per il montaggio e sono costruiti con materiali robusti e resistenti agli agenti esterni.

Le stufe elettriche da esterno **Qlima** permettono di trascorrere più tempo all'aperto e contribuiscono anche ad arricchire l'atmosfera.

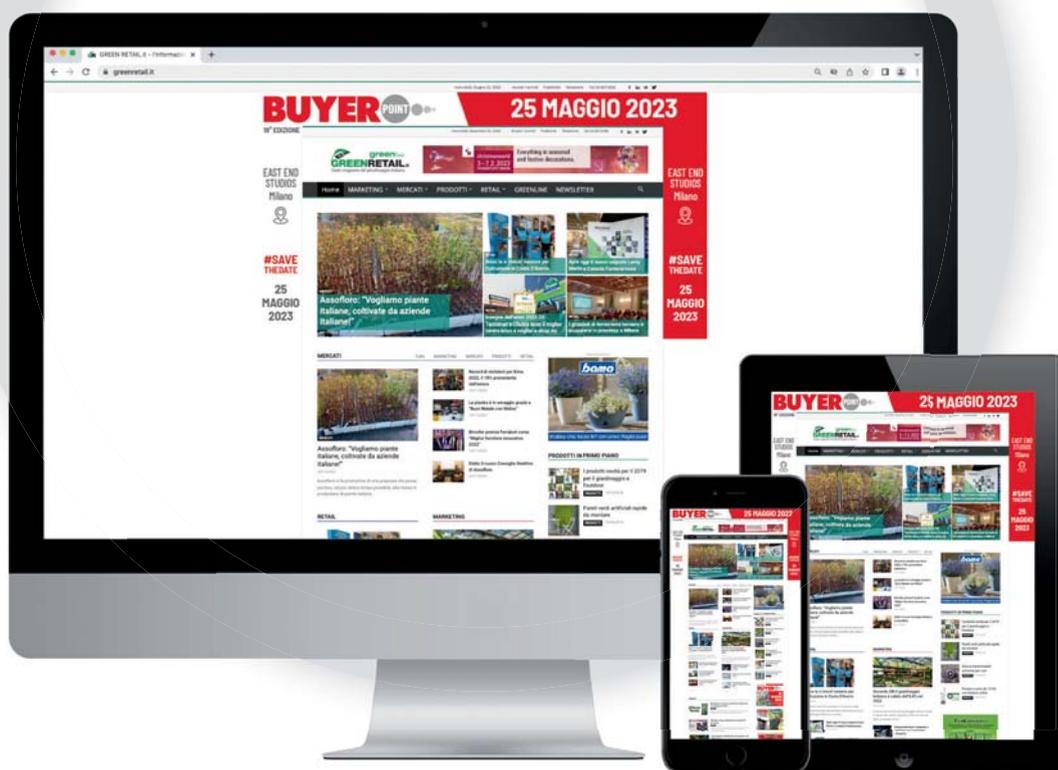


PER INFORMAZIONI:

➔ www.qlima.it

Dall'esperienza di **greenline**

greenline
GREENRETAIL.it



**IL PORTALE B2B
DEDICATO AL MERCATO
DEL GIARDINAGGIO ITALIANO**

È un'idea di



Collins Srl - Via G. Pezzotti, 4 - 20141 Milano - Tel. (+39) 028372897
Email: greenline@netcollins.com - marketing@netcollins.com - promotion@netcollins.com

nasce la comunicazione digitale del verde

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

Iscriviti
alla Newsletter!



Sfoggia gratis
l'archivio online

Scansiona
il Qr Code



Seguici
su Facebook!



Seguici
su Twitter!



Seguici
su LinkedIn!





CONCIME DI LUNGA DURATA
NUOVA FORMULA



MINIMO
SFORZO

MASSIMO
RISULTATO

UNA APPLICAZIONE ALL'ANNO
RISULTATI VISIBILI IN 7 GIORNI*



* VS PIANTE NON CONCIMATE



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

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

fuoridiverde.it