

# greenline



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

GREENRETAIL.it

FILIALE DI MILANO - € 1,55

Anno XVIII N° 128/2024\_marzo/aprile

## TERCOMPOSTI

# TRIPLU

WWW.TERCOMPOSTI.COM



**NOVITÀ**

LA LINEA POCKET SI AMPLIA  
CON UN NUOVO FORMATO  
DA 3 LITRI

SACCHETTO SALVA  
FRESCHENZA CON ZIP  
APRI E CHIUDI



Dall'esperienza di **greenline** nasce

# GREENRETAIL.it

IL PORTALE B2B  
DEDICATO AL  
MERCATO DEL  
GIARDINAGGIO  
ITALIANO



Sfoggia gratis  
l'archivio online



Scansiona  
il Qr Code



[www.greenretail.it](http://www.greenretail.it)

Iscriviti  
alla newsletter!



 Seguici  
su facebook!



 Seguici  
su X!



 Seguici  
su LinkedIn!



# greenline

 GRUPPO EDITORIALE Collins Srl  
COLLINS SRL [www.greenretail.it](http://www.greenretail.it)  
[www.mondopratico.it](http://www.mondopratico.it)

 GREENRETAIL.it

FILIALE DI MILANO - €1,55

Anno XVIII N° 128/2024\_marzo/aprile

## Vivai Brugna conquista Instagram

Da trent'anni Vivai Brugna è un punto di riferimento a Trento e i suoi tutorial stanno conquistando gli italiani su Instagram.

Ce ne parla Davide Brugna.



Facebook reputation

I garden center con 5 stelle

Interviste

Incontro con Christian Gorio di Gf Garden

Pratoverde Garden

Intervista a Emilio Marchionni

Verde certificato

L'esperienza de L'Ortofrutticola di Albenga





**Divertimento  
ed entusiasmo  
per piccoli  
giardinieri**

12 personaggi  
12 varietà

# Gli Orticelli

I SEMI PER IL TUO PICCOLO ORTO

**Gli Orticelli, la linea di semi pensata appositamente per i più piccini.**

Invogliare i bambini a fare l'orto può essere un'attività divertente ed educativa.

Gli Orticelli sono la soluzione ideale: 12 personaggi, 12 varietà.

Il Packaging dai colori vivaci con l'illustrazione vettoriale del personaggio, è in grado di coinvolgere il bambino e catturare la sua attenzione.



espositore  
in cartotecnica  
180 buste







AMORE PER I VASI,  
PASSIONE PER IL VERDE  
*made in Italy*  
[WWW.ERBASRL.IT](http://WWW.ERBASRL.IT)







# NOVITÀ 2024

## LINEA AMMENDANTI

### PULA DI CAFFÈ

È un ammendante consentito in agricoltura biologica, costituito da pellet di puro caffè dalla granulometria uniforme ideale per nutrire in modo organico piante, fiori, orti e giardini.

### FAVORISCE LA CRESCITA

La sua composizione 100% vegetale, oltre ad essere una ricca fonte di Azoto (N: 2,7%), Potassio, Magnesio e Calcio, contiene molecole come la Guaranina, la Caffaina e la Mateina del caffè capaci di stimolare la crescita delle piante.

### PARTE NOBILE DEL CAFFÈ

Dalla lavorazione dei chicchi del caffè si recupera infatti la parte più nobile che viene trasformata in omogenei pellet cilindrici facilmente distribuibili e disgregabili dopo l'applicazione.



dalla PARTE PIÙ NOBILE del Caffè







**Questo prodotto, dal pratico formato in pellet, è ideato sul concetto dell' economia circolare, garantito da filiera controllata italiana.**

**> VIGORPLANT.COM**

Seguici su:    





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





# Il cuore delle vostre piante batte per il nostro terriccio

Non scendete a compromessi: con il terriccio Floragard potete contare sul meglio quando si tratta delle vostre piante. Che si tratti di piante da interno in vaso, di piante in vaso sul balcone o in giardino, il terriccio Floragard è la scelta giusta con il nostro tuttofare per interni ed esterni. Materie prime di alta qualità, una combinazione di guano e un fertilizzante di prima qualità garantiscono una ritenzione idrica ottimale e un apporto di sostanze nutritive a lungo termine in qualsiasi periodo dell'anno. Le vostre piante vi ringrazieranno.



**Flora**  **gard**<sup>®</sup>

... e tutto fiorisce!









## News

- 30** **Pratoverde Garden/Soluzioni professionali per l'hobbista**  
di Paolo Milani
- 32** **L'Ortofrutticola/Le aromatiche certificate di Albenga**  
di Paolo Milani
- 36** **Gf Garden/Il volto sempre più internazionale di Gf Garden**  
di Paolo Milani
- 42** **Myplant & Garden/Ottava edizione in crescita**  
a cura della redazione
- 44** **Messe Frankfurt/Successo per le fiere di gennaio**  
a cura della redazione

## Buyer Point

- 46** **Le prime 100 insegne confermate**  
a cura della redazione

## Trade Marketing

- 56** **analisi vasi/Il mercato dei vasi verso la sostenibilità**  
a cura della redazione
- 64** **web reputation/I garden più amati su Facebook nel 2023**  
di Paolo Milani

## Retail

- 72** **Nuove aperture**

## Category

- 73** **Big Line Pvg/Sviluppo e innovazione ecosostenibili**
- 74** **Newline**
- 75** **Big Line Blumen/Nuove proposte bio**
- 77** **Big Line Sbm Life Science/Algasan concime liquido biologico**



Iscriviti alla newsletter  
quindicinale su [www.greenretail.it](http://www.greenretail.it)



Seguici su Facebook!



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



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



Scarica gli arretrati su  
[www.greenretail.it](http://www.greenretail.it)

**30**



**36**



**46**



**56**



**72**



inserzionisti

ALFE  
ARBER HORTICULTURE  
ARENA VIVAI  
BAMA  
BAVICCHI  
BLUMEN GROUP  
BONFANTE  
BRUNNEN INDUSTRIE  
COMPO  
COSWELL  
ELHO  
ERBA  
EUROTERRIFLORA  
FARMAP INDUSTRY  
FERRARI GROUP  
FLORAGARD  
FLORINFO  
FRATELLI VITALE  
GEOVITAL  
G.F.  
GIEFFE  
IDEL  
IL PAESEVERDE  
ITAL-AGRO  
KOLLANT  
LEONESSA VIVAI  
NEWPHARM  
ORG. ORLANDELLI  
PALLETWAYS  
SBM LIFE SCIENCE  
SDD SEMENTI DOTTO  
STIHL  
TAVOLA  
TECFI  
TERAPLAST  
TERCOMPOSTI  
TERFLOR  
VERDEMAX  
VIGORPLANT  
ZAPI





# Terra<sup>®</sup>

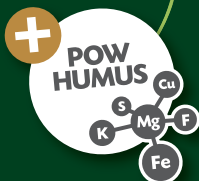
a brand of Teraplast S.p.A.

**Una nuova storia di  
eccellenza e artigianalità**





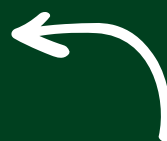
+ FIORI + FRUTTI  
+ CRESCITA  
VIGOROSA E  
RIGOGLIOSA



# COMPO BIO FORTIGO PLUS

## UNA MARCIA IN PIÙ PER LE PIANTE.

LA NUOVA LINEA DI TERRICCI E CONCIMI ARRICCHITI DA ATTIVATORI NATURALI CHE FORTIFICANO E PROMUOVONO LA CRESCITA DELLE PIANTE.



SCOPRI DI PIÙ  
[compo-hobby.it](http://compo-hobby.it)



di Paolo Milani

## Può esistere una società senza negozi?



Anche se non si vede, l'*intelligenza artificiale* è già entrata nelle nostre vite e a molti sarà capitato, acquistando online, di ricevere risposte scritte da robot (*chatbot*) e suggerimenti d'acquisto selezionati in funzione delle nostre attività pregresse. Tutti strumenti di *intelligenza artificiale* finalizzati a rispondere alle domande più frequenti dei clienti e aiutarli a gestire gli acquisti e le informazioni in modo autonomo.

Altri strumenti sono meno visibili ma forniscono servizi altrettanto utili per un e-commerce. Come gli strumenti di *pricing* che analizzano l'offerta della concorrenza e propongono gli scostamenti di prezzo più adeguati per massimizzare le vendite. Arrivano a consigliare i prezzi giusti per i diversi tipi di clienti (*persona*) basandosi sui comportamenti degli utenti nello shop. Mi ci sono anche "tools" che prevedono le tendenze di acquisto, gli stock necessari e la gestione dell'inventario. La capacità di elaborare rapidamente una grande quantità di dati proveniente da fonti differenti e il *machine learning* sono due tecniche che stanno già cambiando il mondo dell'e-commerce. Non alludo a chi vende piante, ma al mercato dei biglietti aerei, delle assicurazioni online e dei marketplace. Dove la posta in gioco permette di finanziare strumenti avanguardistici.

Tutto molto bello quindi? Non esattamente e dipende dal modello di società in cui vogliamo vivere in futuro. L'ultimo *Osservatorio di Confcommercio* denuncia un calo del 20,2% dei "negozi fisici" dal 2012 a oggi: più di 111.000 attività, praticamente 1 su 5, fagocitate dall'e-commerce (dal covid, dal caro-affitti, dalla mancanza di politiche di sostegno, ecc.) e non sostituite.

La "desertificazione commerciale" colpisce maggiormente i centri storici, con picchi nelle librerie (-35,8%) e nelle ferramenta (-33,9%) e in città come Belluno (-25,8%) dove è sparito 1 negozio su 4.

Eppure uno studio condotto dall'*Osservatorio Retail Brand Communication* dell'Università Iulm ha rivelato che i consumatori sono poco propensi all'idea di sostituire il "negozio fisico" con l'e-commerce: "l'88% del campione risponde che non cambierebbe i negozi fisici per quelli online, mentre l'87% crede che il servizio nei negozi fisici sia indispensabile e non sostituibile. Inoltre, una corposa percentuale, l'86%, vorrebbe che negozi fisici e commercio elettronico coesistessero in maniera funzionale" ("L'intelligenza artificiale al servizio delle vendite retail" di Confimprese).

I motivi sono tanti. C'è una certa resistenza ad approcciare i nuovi strumenti: non tutti sono "nativi digitali" e tra gli ultra cinquantenni c'è una certa resistenza a *consumare* tempo per migliorare le conoscenze informatiche. Ma soprattutto c'è un problema di *privacy* e di tutela delle informazioni personali, oggi trascurato per mancanza di normative e controlli. È ormai chiaro ai più che i dati in possesso delle aziende saranno utili soprattutto a loro: servirebbero norme per rendere davvero trasparente e utile per entrambe le parti l'uso dei dati e per assicurare alti livelli di protezione degli stessi.

Infine, ma non meno importante, l'*intelligenza artificiale* non è empatica: è sicuramente utile per rimuovere compiti ripetitivi, per riconoscere la lingua del cliente e rispondere in tutti gli idiomi del mondo, ma non "vede" se il cliente è triste o allegro, se piange o se indossa un vestito da sposa. Prendere un caffè nel bar del corso o alla "macchinetta" non è la stessa *esperienza*, anche se l'espresso è uguale.

di Paolo Montagnini

## Situazioni che frenano la crescita



**Il percorso di sviluppo di un'azienda non basta sia condiviso e coerente. Deve anche ammodernarsi e prendere in esame nuovi modelli di pianificazione, misurazione e controllo. Quindi annullare gli scontri interni, attraverso un pensiero comune che accantoni concetti ormai superati.**

Spesso ci fissiamo su alcuni concetti che diventano il riferimento assoluto a cui ambire, a cui avvicinarsi il più possibile, perché divengono la misura di un successo riconosciuto da tutti. Il punto è che spesso seguire certi indicatori porta fuori strada l'azienda e il suo conto economico. Prendiamo oggi in esame due fattori, uno off line e l'altro on line: la dimensione del punto vendita, il numero di *follower*. Ma le valutazioni non cambiano di molto. Lo scontro generazionale e il passaggio di consegne, di cui abbiamo già parlato, sono spesso fattori di mancato sviluppo, dove ciascuno rivendica le posizioni e i comfort raggiunti. Però non tutti i problemi nascono da questo tema, seppure importante e sottolineato che, talvolta, chi è anagraficamente meno giovane in seno all'azienda non ha la mentalità più vecchia, perché l'imprenditore orientato al futuro non perde le sue doti di esploratore. C'è però un altro fattore da considerare: il pensiero divergente e persino la sua assenza. Ciò si verifica quando in un'azienda, su alcuni temi e a prescindere dall'età, il modo di pensare mette a confronto gruppi ideologici dove non si raggiunge mai un accordo: ogni gruppo pensa solo alla propria visione.

Inizio con la dimensione. In un'azienda potrebbero nascere a riguardo due correnti di pensiero: superficie sempre più grande, perché per crescere servono più metri, oppure più produttività, cioè far *lavorare* di più e meglio il singolo mq. La produttività, che

però non si vede, si contrappone alla dimensione. Oggi si dovrebbe vendere in 4.000 mq quello che si vende in 5.000. Perché i costi fissi per mq sono crescenti, lo spazio costa sempre di più e il fatturato obiettivo, sempre per mq, si allontana. Non resta che capitalizzare la superficie disponibile adottando diversi modelli di gestione e va trovata la dimensione minima efficiente. Se vi hanno consigliato di crescere, sappiate che il merito va ai "consiglieri" ma il conto economico "bucato" resta il vostro.

Parlando invece di *follower*, riconosco l'importanza di avere un numero cospicuo di potenziali e devoti "adepti", ma dicasi lo stesso per i prodotti in gamma: non è importante quanto sia lungo l'elenco dei prodotti a listino ma quanti ne escono dalle casse. Di norma, con misure reali, fatte anche nei garden, con circa il 25% dei prodotti si arriva all'80% dei ricavi. Ma nelle piante è leggermente meglio. Avere tanti *follower* significa avere generato una interazione positiva che poi va gestita. Quello che conta è oggi l'*interaction rate*, detto anche *engagement rate*. Ossia il tasso che misura il grado di partecipazione del pubblico, rispetto a un dato contenuto. Ampiamente utilizzato nel mondo dei *social media*, esso si esprime nelle interazioni generate da commenti, *like* e condivisioni. A differenza, però, del calcolo delle singole azioni compiute sul post, tale indicatore fornisce una visione d'insieme sul coinvolgimento generale degli utenti da un punto di vista qualitativo, più che quantitativo. Per l'*interaction rate* il calcolo tiene conto del numero di interazioni e delle persone raggiunte. Naturalmente, non tutte le azioni coinvolgono il pubblico allo stesso modo. Però dove il coefficiente è più alto i *follower* giudicano e partecipano. I *follower* dormienti contano poco e, grazie a tale metrica, è quindi possibile orientare i propri sforzi e le proprie risorse nella direzione giusta, avendo un'idea chiara dell'andamento delle campagne *social*. Misurare ogni azione con la giusta metrica.



# Vivai Brugna

## conquista Instagram

**Da trent'anni Vivai Brugna è un punto di riferimento a Trento e i suoi tutorial stanno conquistando gli italiani su Instagram. Ce ne parla Davide Brugna, che dirige insieme alla famiglia il garden center trentino.**

Lo scorso anno ha festeggiato il 30° anniversario ma è anche balzato all'onore delle cronache per essere stato il **centro giardinaggio che ha raccolto più follower su Instagram nel 2023**: oltre 101.000 nuovi fan, passando dai 7.700 di fine 2022 ai 109.000 del 2023. Oggi, in soli due mesi, sono già diventati 141.000 e tutto lascia presupporre un altro record quest'anno.

Dal 1993 **Vivai Brugna** è un punto di riferimento a Trento per gli appassionati di giardinaggio e i possessori di giardini. Come succede in molti garden center italiani, è una storia familiare che nasce da un'attività vivaistica per poi trasformarsi, seguendo la naturale evoluzione del mercato, in un centro giardinaggio.

Per saperne di più abbiamo incontrato **Davide Brugna**, che insieme ai suoi familiari dirige **Vivai Brugna** e con **Nicole Pellegrini** è uno dei due "volti" su Instagram dell'azienda.

### **30 anni fa apriva il garden center**

**Greenline: Il garden center, fondato trent'anni fa nel 1993, è stato l'evoluzione di un'attività vivaistica?**

**Davide Brugna:** Nel dopoguerra il nonno è partito per l'Argentina in cerca di fortuna. L'ha trovata e agli inizi degli anni Sessanta è tornato in Italia e ha acquistato una bella porzione di campagna con una casa di famiglia abbastanza grande sulle colline di Trento. Era un contadino e ha avuto l'idea di puntare sui kiwi: una intuizione vincente perché fino agli anni Ottanta i kiwi andavano benissimo in Italia. Ancora oggi abbiamo una base di produzione di questi frutti. Accanto al vivaio di produzione a Mattarello (TN), nel 1993 i miei genitori, dopo le lauree in agraria e biologia, aprono il vivaio di vendita a Trento. Sette anni fa, con lo sviluppo della Psa (*Pseudomonas Syringae Actinidiae* detta "cancro dei kiwi" - ndr), abbiamo dovuto interrompere la produzione di kiwi e ci

siamo spostati sulla produzione di talee: lonicere, gelsomini, bossi, pircanta, ecc. Oggi **abbiamo un'area completamente di produzione e un'area completamente di vendita: questo ci permette di essere indipendenti, soprattutto per le piante da esterno**. Noi vendiamo quello che scegliamo di coltivare: nelle fiere cerchiamo delle piante particolari ma quelle senza brevetto le produciamo noi dalle piante madri. **Cerchiamo di essere autosufficienti: per avere un prezzo di vendita giusto e una qualità come vogliamo noi.**

**Greenline: Si dice che il "verde vivo" sia il core business di un garden center: da un certo punto di vista la selezione e la qualità dell'offerta di verde è il suo biglietto da visita, no?**

**Davide Brugna:** È un aspetto che piace molto ai nostri clienti: sanno che sono piante coltivate a Trento, abituate al clima di Trento. A parte le aromatiche, compriamo da fuori solo le cose un po' parti-





Il vivaio di produzione di Mattarello si estende su 3.000 mq di cui 1.000 di serre. Il garden center di Trento si sviluppa su 6.300 mq di cui 1.000 coperti.

colari, qualche vaso 24 e 30 che ci manca. Comunque con l'esperienza abbiamo capito il numero di piante che ci serve ogni anno: produciamo 5/6.000 piante da esterno e poi tutte le primaverili come gerani, viole, surfinie, ecc. Talvolta capita di finire una varietà: pazienza!

### “Tutti dobbiamo fare la nostra parte”

**Greenline:** Nel sito dichiarate di aver intrapreso una politica sostenibile, racchiusa nello slogan “agire biologico”. Ce ne puoi parlare?

**Davide Brugna:** È stata più che altro una scelta mia. Sette anni fa mi sono rotto di vendere *roba chimica*: perché il cliente non sa usarla, ne usa troppa e poi si ammazzano le api. Sono sempre stato molto legato all'idea che ognuno debba fare la propria parte. Mi sono preso la responsabilità di perdere il fatturato degli “spruzzini” e di sostituirli con prodotti naturali. Solo che sette anni fa nessuno proponeva prodotti naturali, ricordo che solo in due avevano l'olio di neem



Davide Brugna e Nicole Pellegrini, protagonisti dei tutorial su Instagram.

o gli estratti di ortica. **Sicuramente avrei venduto più “spruzzini chimici”, ci ho perso soldi, però ognuno deve fare la sua parte.**

**Greenline:** Quanto è stato recepito dai tuoi clienti?

**Davide Brugna:** Mediamente. Il cliente non è contento di fare 3/4

trattamenti con il neem anziché un trattamento con un prodotto chimico. Ma alla fine questa è la strada che dobbiamo percorrere.

### Greenline: La legge ti ha dato ragione...

**Davide Brugna:** Era ovvio e giusto, secondo me. Noi siamo contadini di estrazione: viviamo in campagna e mio padre vive ancora nella casa contadina del nonno. Vedo con i miei occhi come è cambiata la natura evitando i trattamenti: torniamo a vedere i bruchi che non vedevo più da quando ero bambino, gli uccellini che tornano a fare i nidi sugli alberi... Ricicliamo anche i vasi di plastica e sensibilizziamo i clienti a riportarli.  **Quest'anno abbiamo realizzato una nuova linea di vasi personalizzata insieme ad Arca, con la scritta “riportaci in vivaio”.** Proprio per suggerire ai clienti di fare la loro parte: noi stiamo attenti e li raccogliamo, che ognuno faccia il suo!

### Instagram? Una follia!

**Greenline:** Non posso non farti una domanda sull'exploit che state registrando su Instagram dall'anno scorso. Come è nato questo progetto?

**Davide Brugna:** In modo molto spontaneo: abbiamo realizzato dei *tutorial*, fatti in casa in tutta tranquillità e abbiamo visto che funzionavano. Quindi siamo andati avanti. È stato un esperimento che ha dato un esito inaspettato: non abbiamo neanche un e-commerce. Di solito queste operazioni sono legate alle vendite online.

**Greenline:** C'è un investimento pubblicitario o è traffico organico e virale?

**Davide Brugna:** Abbiamo una ragazza, che dobbiamo ringraziare perché ha una pazienza infinita con me e  **Nicole**, che ci propone le idee per i video. C'è una programmazione, ma  **l'aumento è stato tutto organico:** una pazzia che anche noi non ci spieghiamo.

Adesso abbiamo iniziato a pianificare delle “sponsorizzate” in tutta Italia, per allargare ulteriormente il numero di *follower*. Sinceramente è un investimento annuale molto limitato,  **ma ci serve soprattutto per assimilare dati e preferenze del pubblico. Informazioni che poi utilizziamo quando realizziamo campagne più importanti,** per esempio





in occasione di eventi o di San Valentino, **per colpire il pubblico giusto**. Ma la crescita su Instagram nel 2023 è tutta organica: una follia.

**Greenline: I vostri tutorial sono didattici e forse la platea dei social, composta maggiormente da giovani, ha maggiore necessità di informazioni?**

**Daide Brugna:** Nel vivaio noi vediamo molti giovani: molti di più rispetto a quando ho iniziato io dieci anni fa. Sono molti interessati, non vengono solo per regalare la pianta nella ricorrenza: mi piace parlare con loro perché **sono molto preparati. Il futuro dei giovani di adesso sarà bellissimo!** Sanno - quando vengono a parlare con me in serra - a cosa serve il bark di cocco o magari l'umidificatore. Finalmente qualcuno che sa di cosa stiamo parlando! Mi piace la giovane generazione: non devi convincerli, se tu sei onesto lo capiscono da soli che non stai provando a rifilargli una pianta per un'altra. Il lavoro con le nuove generazioni sarà molto più semplice e agevolato, per chi ha sempre lavorato bene.

**Greenline: L'esposizione su Instagram in qualità di "personal shopper" ha portato maggiori visite nel punto vendita, anche solo per conoscervi?**

**Daide Brugna:** Se conoscessi il nostro vivaio sapresti che da noi si viene prima di tutto per fare due chiacchiere. L'ambiente è sereno e rilassante e i clienti vengono accolti in un clima familiare: la vendita

è *self service* ma è normale che si fermino a bere un caffè con noi o a chiacchiere. Io poi sono appassionato di piante rare e strane e mi piace il confronto diretto col cliente: magari fosse sempre così.

Ci sono appassionati che frequentano il vivaio portati dai *social* e succede che ci riconoscano: capita soprattutto a Nicole. I video di Nicole piacciono molto perché è super spontanea.

**Greenline: Non siete gli unici che realizzano video dedicati alle piante, però...**

**Daide Brugna:** Forse abbiamo successo perché la nostra comunicazione è molto empatica. **Cerchiamo di metterci nei panni di chi guarda i video su Instagram.**

Se io volessi una informazione puntuale, molto scientifica, aprirei un libro o parteciperei a un corso. Una laurea ce l'ho anche io, ma non è questa la comunicazione che deve passare. Deve essere empatica e semplice. Per questo non usiamo mai paroloni. Lo "stories" sono completamente non preparate, ci tengo a dirlo: è tutto materiale

che fluisce! Mostriamo anche i nostri insuccessi nelle coltivazioni: perché è giusto che il cliente sappia che le piante sono esseri viventi e anche noi professionisti possiamo farle morire senza sapere il perché. Questa è la comunicazione che vogliamo far passare. Anche i *reel* sono molto spontanei: abbiamo una linea guida ma improvvisiamo e penso si percepisca nei video.

**Greenline: Avete in programma di aprire un e-shop?**

**Daide Brugna:** Probabilmente si farà, ma non so quando. Il futuro sarà quello, ma oggi non siamo allarmati dal fatto di non avere l'e-commerce.

**Aspettative per il 2024**

**Greenline: Come è andato il 2023? Anche a Trento c'è stata un primavera particolarmente lunga e piovosa?**

**Daide Brugna:** Di mio sono sempre ottimista e direi che è andato bene,



Il team di Vivai Brugna.  
Da sinistra Nicole Pellegrini,  
Laura Arnone, Davide, Flavio,  
Daniela e Simone Brugna.

"QUEST'ANNO ABBIAMO REALIZZATO UNA NUOVA LINEA DI VASI PERSONALIZZATA INSIEME AD ARCA, CON LA SCRITTA "RIPORTACI IN VIVAIO". PER SUGGERIRE AI CLIENTI DI FARE LA LORO PARTE: NOI STIAMO ATTENTI E LI RACCOGLIAMO, CHE OGNUNO FACCIA IL SUO!"

DAIDE BRUGNA, TITOLARE DI VIVAI BRUGNA





ENJOY THE GARDEN

# UNCONVENTIONAL GARDEN

gfgarden.it



**PRO**  
aqua@op™ GR EY

**TUBO IN TESSUTO  
AUTO-ESTENSIBILE  
FINO A 15 E 25 METRI  
MADE IN ITALY**

- mini lancia ergonomica o lancia ergonomica 8 jet
- raccordi portagomma a scatto, presa rubinetto 3/4"
- contenitore per una facile risistemazione e sistema di aggancio al rubinetto



aqua@op™ GR EY

**TUBO IN TESSUTO  
AUTO-ESTENSIBILE  
FINO A 25 METRI  
MADE IN ITALY**

- lancia ergonomica 8 jet
- raccordi portagomma a scatto, presa rubinetto 3/4"
- borsa contenitore



GF è un'azienda italiana, dal 2022 parte del gruppo francese EXEL. Produce e commercializza articoli in materiale plastico per l'irrigazione (tubi ed accessori), la cura del giardino e l'outdoor living. È presente in più di 50 paesi. Qualità, innovazione e design sono le linee guida. Stili di vita e desideri dei clienti vengono raccolti e trasformati in soluzioni innovative ed esclusive, con particolare attenzione all'ambiente ed una forte etica sociale.

La Mission GF è quella di rendere il giardinaggio un'esperienza di assoluto benessere



**bama**<sup>®</sup>



100% MADE IN ITALY

**Sfera**  
VASO



non possiamo lamentarci. Ma anche se fosse andato peggio del 2022, sarebbe andata bene lo stesso: non è che tutti gli anni bisogna fare “più” per forza. Se alla fine, anche con l’aumento dei prezzi, si riesce a stare sul mercato, penso si possa essere felici. Anche qua eravamo preoccupati per il maltempo, ma poi abbiamo recuperato a giugno. Da noi la stagione è diversa: inizia tardi e arriva fino all’inizio dell’estate.

**Greenline: Sei ottimista anche per il 2024?**

**Davide Brugna:** Ottimismo sempre: ci vuole. Quest’anno la Pasqua cade presto e può essere un’opportunità molto interessante.

**Greenline: In Europa si nota una certa attenzione verso piante indoor con prezzi esorbitanti e una riduzione delle dimensioni dei vasi di coltivazione. Cosa ne pensi?**

**Davide Brugna:** Ogni tanto mi vengono in mente cose strane e tre anni fa sono andato in Ecuador da Ecuagenera. Il famoso vivaio specializzato in orchidee e ibridi particolari in mezzo alla foresta tropicale: un posto sperduto dove queste piante crescono spontaneamente. Hanno creato un impero e vendono piante in tutto il mondo. Io sono andato per capire meglio questo mondo, quello degli anthurium in particolare.

Abbiamo proposto alcune specie nel garden ma non ho riscontrato un particolare interesse. La gente vuole spendere poco e piuttosto prende una pianta più piccola. Forse in futuro, con un e-commerce, ci riproverò: qui non c’è un bacino d’utenza abbastanza grande. I prezzi di alcune piante stanno crollando e cominciano a diventare dei prodotti accessibili. L’Olanda sta producendo tanti philodendri e si stanno abbassando i prezzi: un philodendron gloriosum che un anno e mezzo fa pagavi 60 euro in vaso 14, adesso costa 25 euro. Bisogna sapere aspettare.

➔ [www.vivaibrugna.com](http://www.vivaibrugna.com)



[www.bamagroup.com](http://www.bamagroup.com)


Sei un privato? Scrivi a [consumatori@bamagroup.com](mailto:consumatori@bamagroup.com)  
Sei un’azienda? Scrivi a [commerciale@bamagroup.com](mailto:commerciale@bamagroup.com)





**CONFINE™**

**STRISCE FRANGIVISTA**



**GODITI LA TUA OASI DI  
TRANQUILLITÀ**

**...AL RIPARO DA OCCHI INDISCRETI**

**CONTATTACI**

+39 0825 449281

commerciale@fratellivitale.it

www.fratellivitale.it



**FRATELLI  
VITALE**





# 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.







## in primo piano

### 300.000 bulbi alla Flover Farm

Sabato 16 marzo è stato aperto ufficialmente il campo di tulipani della **Flover Farm** di Busso-lengo (VR) con lo spettacolo di 300.000 fiori di 100 varietà diverse: 100.000 in più rispetto all'anno scorso. Sono stati trapiantati in autunno prevedendo una fioritura a scalare. Da metà marzo a metà aprile, condizioni climatiche permettendo, sarà possibile passeggiare nelle distese colorate immergendosi in un'atmosfera fresca e vibrante, in cui vivere un'esperienza a contatto con la natura che cresce e cambia sotto i nostri occhi.

Il campo sarà aperto dal lunedì al venerdì dalle 15 alle 19; sabato, domenica e festivi dalle ore 10 alle 19 (chiuso a Pasqua). L'ingresso ha un costo di 5 euro per ospite e comprende la possibilità di cogliere 3 tulipani; è gratuito per bambini sotto al metro di altezza. Ogni tulipano in più raccolto avrà il costo di 1 euro. Una novità di quest'anno sono i tour esperienziali aperti alle scuole. I bambini delle scuole primarie, accompagnati dagli insegnanti, potranno assistere a una lezione alternativa all'aria aperta con la possibilità di prenotare il momento didattico, il laboratorio e la merenda.

➔ [www.flover.it](http://www.flover.it)



### FITT PER IL SOCIALE

**Fitt**, insieme ad altre imprese del vicentino, ha contribuito alla donazione all'ospedale cittadino di un nuovo sistema di monitoraggio per la terapia intensiva neonatale. Il nuovo sistema, donato dalla Fondazione San Bortolo, garantirà agli operatori sanitari strumenti più avanzati per prendersi cura dei piccoli pazienti.

Il contributo di **Fitt** si inserisce nel quadro della strategia di sostenibilità *The responsible flow* dell'azienda vicentina.

➔ [www.fitt.com](http://www.fitt.com)



# Remix



made in italy



LA TUA FONTANA,  
IL TUO STILE



**Dove passiamo noi...  
lasciamo il segno!**



**leader** 

**By Arber Horticulture**

Leader in Europa nella produzione di substrati  
Professionali e da Hobby di *alta qualità*.



[www.arber.it](http://www.arber.it)  
[arber@arber.it](mailto:arber@arber.it)

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



## in primo piano

### Eletto Prodotto dell'Anno 2024: i vincitori del mondo outdoor

Il 18 marzo sono stati presentati i 58 prodotti che si sono aggiudicati l'edizione 2024 del premio **Eletto Prodotto dell'Anno**. Un premio presente in 40 paesi del mondo e giunto alla 19a edizione italiana, che identifica con un logo riconoscibile e conosciuto le novità selezionate da 12.000 consumatori italiani.

La maggior parte dei prodotti premiati, il 35%, è alimentare, seguono i servizi (22%), la cura della persona (14%) e gli accessori per la casa (9%). Ultimi nella classifica i prodotti più affini al nostro mercato: *home care* (9%), giardinaggio (7%) e pet (4%).

Tra i premiati segnaliamo **Thermacell** per la protezione dalle zanzare, la gamma **Vital Bio** di **Ital-Agro**, il nuovo antiparassitario contro pulci e zecche **Frontpro** acquistabile senza ricetta e la linea **Monge Supreme** di alimenti per gatti super-premium.

➔ [www.prodottodellanno.it](http://www.prodottodellanno.it)

### SCOMPARI I 111.000 NEGOZI IN 10 ANNI

In dieci anni, dal 2012 al 2023, in Italia è scomparso 1 negozio "fisico" su 5, senza essere rimpiazzato. Il dettaglio in sede fissa è calato del 20,2%, pari a oltre 111.000 negozi scomparsi. Lo spiegano i dati della 9a edizione dell'osservatorio sulla *Demografia delle imprese nelle città italiane* promosso dall'**Ufficio Studi** di **Confcommercio** e presentato lo scorso 19 marzo.

Il commercio al dettaglio in sede fissa (esclusi bar e ristoranti) è passato dai 551.317 negozi del 2012 ai 439.805 del 2023: un calo del 20,2% pari a 111.512 negozi in meno. La situazione è ancora peggiore nei 120 comuni medio-grandi, dove i negozi sono passati dai 135.386 del 2012 ai 106.409 del 2023: il 21,4% in meno. In dieci anni 1 impresa attiva al dettaglio su 5 è scomparsa dal mercato e non è stata sostituita: è il risultato dell'introduzione delle nuove tecnologie nel processo d'acquisto. Sono i negozi delle città e nei centri storici quelli diminuiti particolarmente: -20,6% nel sud e -24% nel centro-nord. Le cause non sono solo imputabili all'e-commerce. Pesa anche la densità commerciale iniziale, la dinamica demografica, i consumi pro capite, lo sviluppo dei discount e i canoni di locazione dei negozi.

➔ [www.confcommercio.it](http://www.confcommercio.it)



A baby is holding a package of Mirtillo Gigante Americano blueberries. The package is white and blue, featuring a bowl of blueberries and the BERRYLAND logo. The text on the package includes "Mirtillo", "BERRYLAND", "MATURAZIONE INTERMEDIA", "Mirtillo Gigante Americano", and "Vaccinium corymbosum CHANDLER". A small note on the package says "Il mirtillo da raccogliere per un mese è mezzo eccellente!".

**Arena Vivai**  
Linea Garden

Per veri intenditori

[www.arenavivai.com](http://www.arenavivai.com)



# newpharm

Ispirati dalla scienza.  
Raccomandati dai professionisti.  
Realizzati per la protezione dei vostri spazi.



Visita il nostro sito,  
resta aggiornato per info  
e offerte.  
[www.newpharmgarden.it](http://www.newpharmgarden.it)



Usare i biocidi con cautela. AVVERTENZE Prima dell'uso leggere attentamente l'etichetta e le informazioni sui prodotti.



VERDEMAX<sup>®</sup>  
Junior

# FUNNY GARDEN

Una vasca da 45 litri con solide gambe in legno, completo di attrezzi in plastica con manico, ideale per imparare ad amare e a coltivare l'orto fin da piccoli.



VERDEMAX.IT

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

I vasi non sono imballaggi:  
prosegue il cammino  
normativo europeo

Il 4 marzo la Presidenza del Consiglio e i rappresentanti del Parlamento europeo hanno raggiunto un accordo politico provvisorio su una proposta di Regolamento sugli imballaggi. Per i vasi per il florovivaismo il testo riflette quanto proposto da **Assofloro** e **Coldiretti** come soluzione alternativa al testo adottato in plenaria dal Parlamento europeo: i vasi che vengono utilizzati dalle aziende florovivaistiche per la coltivazione di piante e fiori, compresi i contenitori per il trapianto direttamente riempibili, utilizzati nelle diverse fasi della produzione o destinati a essere venduti con la pianta, non sono considerati imballaggi bensì beni strumentali alla coltivazione. L'accordo provvisorio sarà ora sottoposto per approvazione ai rappresentanti degli stati membri in seno al Consiglio (Coreper) e alla commissione per l'ambiente del Parlamento. Se approvato, il testo dovrà poi essere formalmente adottato dalle due istituzioni, previa messa a punto da parte dei giuristi-linguisti, prima che il regolamento possa essere pubblicato nella Gazzetta ufficiale dell'Ue ed entrare in vigore. Il regolamento si applicherà 18 mesi dopo la data di entrata in vigore.

“Continua il *pressing* di **Coldiretti** per ricondurre le proposte sui tavoli europei a un giusto equilibrio tra sostenibilità ed esigenze delle imprese - ha spiegato **Mario Faro**, presidente della **Consulta Nazionale Florovivaismo** di **Coldiretti** -. Ancora una volta l'azione dell'organizzazione è stata determinante per tutelare il reddito delle nostre imprese e mantenere la competitività di uno dei settori del nostro paese più esportato all'estero, le cui vendite hanno raggiunto nel 2023 la quota record di 1,25 miliardi di euro. Difendere il florovivaismo italiano significa sostenere un settore dove l'attenzione alla sostenibilità e al miglioramento delle performance ambientali della produzione di piante e fiori è tra le più alte in Europa e nel mondo”.

 [www.assoflora.it](http://www.assoflora.it)



# Solabíol®



FINO AL **100%** DI  
**FIORITURE** IN PIÙ

FINO AL **50%** DEL

**RACCOLTO** IN PIÙ



Prova i prodotti  
Solabíol e segui i  
nostri consigli su:

**seezon.it**

Ispirazione | Giardinaggio | Soluzioni



SENZA  
NATURAL BOOSTER



CON  
NATURAL BOOSTER

**100%**  
ORIGINE  
NATURALE



**CONCIMI NATURALI CON  
"NATURAL BOOSTER"**

**L'EFFICACIA È NELLE RADICI!**

Test di efficacia in campo effettuati presso STEPP ASTREDHOR in Languieux, Francia.



## in primo piano

### L'inflazione sposta gli acquisti verso le private label

Per analizzare l'influenza degli aumenti dei prezzi sul comportamento d'acquisto dei consumatori, è interessante segnalare che nel 2023 le *private label*, cioè i prodotti con il marchio del rivenditore, hanno soddisfatto il 54% della crescita totale del mercato alimentare. Un record che ha spinto le vendite in Europa oltre i 340 miliardi.

Secondo l'analisi condotta dall'associazione **Plma (Private Label Manufacturers Association)**, le quote di mercato delle *private label* variano nei diversi paesi europei dal 51,9% della Svizzera al 20,7% della Repubblica Ceca. In Italia raggiungono il 29,7% delle vendite.

➔ [www.plmalive.eu](http://www.plmalive.eu)

### I CONSUMI FRENANO ANCHE IN FRANCIA NEL 2023

Nel 2023 le vendite di prodotti per il giardinaggio e il bricolage in Francia hanno risentito del maltempo e dell'instabilità economica. L'analisi di **Gfk**, che comprende solo una parte dei canali distributivi, evidenzia per il bricolage un calo del giro d'affari del -4% (circa 5,3 miliardi di euro) e dei volumi del -8,7%. I comparti del giardinaggio hanno invece evidenziato un calo generalizzato dello 0,6% del giro d'affari (circa 3,1 miliardi di euro) e del 5,2% dei volumi. Le perdite maggiori sono state registrate sugli utensili da giardino (-10,6%), i barbecue (-8,1%) e l'irrigazione (-5,9%). Crescono i robot rasaerba (+17%) e gli insetticidi domestici (+13%).

Il mercato del *pet care* è in controtendenza, con una crescita del 21,9% del giro d'affari e del 16,2% dei volumi.

Tra i canali distributivi, il mercato del giardinaggio francese ha visto prevalere nel 2023 i centri bricolage, che hanno incrementato la propria quota di mercato: 31,8% contro il 31,0% del 2022. Anche i centri giardinaggio e gli agri-garden (Lisa) sono leggermente in crescita: dal 24,7% al 24,8%. Sono invece in calo la Gdo (dal 13,3% al 13,0%) e i motoristi (dal 27,6% al 26,8%).

**Gfk** prevede una ripresa nel 2024: circa +12% per il *pet care*, +3% per il giardinaggio mentre il bricolage dovrebbe chiudere allineato con il 2023.

➔ [www.gfk.com](http://www.gfk.com)



La Qualità per la Natura

# SoleVivo

## Terricci 100% naturali. Altamente specializzati!

Dalla Ricerca Al.Fe



20 | 45 | 70 |



45 | 70 |



20 | 45 |



5 |



5 |







iDesign

## La resina di qualità

Hotel, ristoranti e centri storici di tutt'Italia sono le location ideali per i vasi e le fioriere della gamma **IDeLSign** di **IDeL**.

Manufatti di pregio, realizzati con cura e attenzione ai dettagli.

I prodotti IDeLSign si contraddistinguono per la loro estetica ricercata ed accattivante, dedicati a chi ama lo stile moderno ed essenziale, ma anche a chi apprezza l'intramontabile gusto rustico toscano.

Interamente realizzati in **resina**, si adattano perfettamente a progetti "Indoor" e "Outdoor". Infrangibili, facili da trasportare e semplici da pulire, i vasi IDeLSign sono resistenti anche alle temperature più estreme.

Per scoprire tutti i modelli ed i colori disponibili, invia una mail a **customer@idel.it**





# Il verde che non ti aspetti



Arena Vivai produce il nuovo Agapanthus Everpanthus Poppin' Star, selezionato per la straordinaria fioritura persistente e ripetuta talvolta fino ai freddi. Sempreverde, cresce rapidamente e sfida caldo e siccità con grinta.

Orgrownizer di Feel Green permette di mantenere in ordine la scrivania con un tocco di verde. Uno dei 3 scomparti contiene infatti il terriccio e i semi per piantare e far crescere una tra le tante piantine proposte.



L'ingnocchiatoio da giardino di Costway, con materassino in gomma Eva, se capovolto diventa un comodo sgabello. Dotato di 2 ampie tasche porta attrezzi, si ripiega per essere trasportato e riposto col minimo sforzo.

Biogya Seeds, tramite il marchio Hortum dedicato all'Home&Garden, propone i semi di Bonbonyto, un pomodoro ciliegino ad altissimo grado brix privo di epicarpo e con scarsa presenza di semi, per una sensazione gustativa unica.



Il kit per creare le proprie uova di Pasqua di Flying Tiger comprende uova che misurano 4,1x6,5 cm e simpatiche decorazioni a tema pasquale: un'attività fai da te divertente per adulti e bambini per celebrare la stagione.

Magnetika è la nuova lampada portatile di Bot Lighting che, grazie ai suoi accessori, può essere posizionata sia a parete con la piastra di fissaggio sia assicurata a scaffali, mensole o librerie tramite la comoda clip.



Per i mini giardinieri, Handy presenta il nuovo espositore Kids che comprende gli attrezzi più amati per giocare all'aperto: scope, badili e rastrelli. Tutta la gamma è certificata, garantita e sicura, a misura di bambino.

Per piccoli giardini e orti o per arieggiare e rimuovere il muschio, Grupa Topex propone i pratici sottoscarpe Verto con cinghie regolabili, costituiti da una suola di 30x13,5 cm e da 13 punte in metallo di 5 cm ciascuna.



Arriva in casa Gimborn Pudding Gim Cat, una nuova varietà di snack cremoso per gatti. Perfetto come premio, è una fonte di idratazione gustosa, in una pratica confezione salva freschezza, richiudibile con il tappo a vite.

Cobble Table, disegnato da Elisa Giovannoni per Qeeboo, è un tavolo caratterizzato da una base centrale dove si può inserire un vaso con una pianta o un secchiello col ghiaccio per mantenere fresche le bottiglie. Diametro 160 cm.





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



LL Communication

## Palletways: trasportiamo i tuoi pallet anche in Europa.

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



// Network espresso per merce pallettizzata

Trova il tuo Concessionario di zona su  
[www.palletways.com](http://www.palletways.com)



Palletways Plus



[portal.palletways.com](http://portal.palletways.com)



an Imperial™ company



# Pratoverde Garden: soluzioni professionali per l'hobbista

**Pratoverde mette a disposizione dei privati i suoi oltre 50 anni di esperienza nella manutenzione professionale del verde con un progetto che coinvolge i rivenditori specializzati.**

**Ce ne parla Emilio Marchionni, responsabile Italia di Pratoverde Garden.**

Fondata nel 1968 la padovana **Pratoverde** è un punto di riferimento da oltre mezzo secolo per i professionisti e i manutentori del verde sportivo, pubblico e privato. È nota per essere il distributore italiano del brand Usa **Toro**, leader mondiale nell'irrigazione professionale interrata e con una vasta offerta di macchine per la manutenzione del verde, ma l'offerta di **Pratoverde** affianca anche altri marchi professionali con l'obiettivo di offrire un servizio a 360° a manutentori e *greenkeeper*. Oggi **Pratoverde** è il fornitore di oltre l'80% dei campi da golf italiani, del 95% degli stadi italiani di serie A e dei più importanti parchi pubblici italiani.

La novità di quest'anno è che questa esperienza verrà offerta anche al pubblico dei consumatori italiani attraverso **Pratoverde Garden**, un nuovo ramo aziendale nato per proporre ai clienti dei garden center una vasta gamma di prodotti professionali che comprende sia le macchine sia i sistemi d'irrigazione. A guidare **Pratoverde Garden** è stato chiamato **Emilio Marchionni**, professionista con oltre 35 anni di esperienza come direttore commerciale in aziende nazionali e internazionali del settore.

## **Il risparmio idrico richiede un approccio professionale**

### **Greenline: Come nasce il progetto Pratoverde Garden?**

**Emilio Marchionni:** Nasce per sviluppare un segmento di mercato che fino a oggi non abbiamo coltivato molto, quello dei privati, ma che nello scenario futuro credo possa essere un volano estremamente interessante per i prodotti professionali di **Pratoverde**. Così come abbiamo fatto con i professionisti del verde, vogliamo far conoscere e valorizzare la qualità dei prodotti professionali **Toro** al grande pubblico, sostenendo i rivenditori specializzati con tutti i servizi che **Pratoverde** può offrire. Se pensiamo all'irrigazione dei giardini, possiamo offrire una serie di supporti fondamentali per lo sviluppo di questo mercato, come la progettazione gratuita e la valutazione dell'efficienza idrica. Un tema, quest'ultimo, molto sentito nel mondo professionale poiché un grande impianto permette dei risparmi idrici importanti: **perché non metterlo a disposizione anche dei privati? Le bollette dell'acqua iniziano ad aumentare anche in Italia e in estate ci sono limitazioni in molti comuni all'uso per irrigare.** C'è anche un



Emilio Marchionni, responsabile Italia di Pratoverde Garden.

tema di sostenibilità ambientale e di uso consapevole delle risorse che oggi non va sottovalutato.

**Noi mettiamo a disposizione dei rivenditori specializzati tutti gli strumenti utili per far risparmiare alle famiglie una quantità molto importante di acqua.** Perché abbiamo inserito nel progetto **Pratoverde Garden** tutte le soluzioni più innovative ed efficaci per la distribuzione e ottimizzazione dell'acqua, già ampiamente testate a livello professionale anche con l'aiuto delle università. Penso alle centraline dotate di sensori di umidità e che interagiscono via web con le stazioni meteorologiche per regolare i flussi in funzione delle previsioni climatiche. Quindi adattando i cicli di irrigazione alle reali esigenze del giardino. Dagli studi che abbiamo con-



dotto con le università è emerso un **risparmio minimo del 40%**; ma se la stagione è particolarmente altalenante, con molte fasi alterne di pioggia, caldo e vento, **può arrivare al 70%**.

**Non parliamo di risparmi secondari.** Non solo: **i nuovi ugelli professionali a grande uniformità di distribuzione permettono un ulteriore risparmio del 50% di acqua**, rispetto ai tradizionali ugelli regolabili usati normalmente. Risparmi che si vanno a sommare ai precedenti.

La centralina di irrigazione è ormai comandabile da remoto con uno *smartphone*. Un controllo utile anche per segnalare eventuali problemi all'impianto: con i sensori di flusso la centralina *legge* la quantità di acqua e di conseguenza può segnalare un utilizzo non corretto. Per esempio, se il cane mangia un irrigatore provocando una perdita, la centralina rileva la quantità di acqua eccessiva e segnala l'anomalia.

**Greenline: In che modo coinvolgerete i centri giardinaggio e i rivenditori specializzati?**

**Emilio Marchionni: Con la concorrenza dell'e-commerce i rivenditori specializzati venderanno sempre più servizi e assistenza personalizzata.**

Noi mettiamo a disposizione una serie di soluzioni a favore dei consumatori privati, che proponiamo attraverso partner presso cui il cliente possa rifornirsi di prodotti. Per esempio forniamo il servizio di progettazione gratuita in 48 ore ai garden center, ai centri bricolage o alle agrarie che vogliono offrirlo ai propri clienti: un progetto che comprende la portata dell'acqua, l'analisi di eventuali ostacoli nel terreno e naturalmente l'elenco con "lista della spesa". Se nel negozio mancassero alcuni articoli, facciamo una spedizione *ad hoc* per completare il progetto.

**Greenline: Gli italiani non si distinguono per la dedizione al fai da te: dopo il progetto ci deve essere un installatore? Emilio Marchionni:**

L'irrigazione interrata richiede conoscenze tecniche particolari, come la portata dell'acqua o il modo di effettuare lo scavo. Oggi il cliente privato deve rivolgersi a un installatore, spesso senza sapere dove andarlo a cercare: **noi vogliamo aiutare i punti vendita specializzati a diventare il punto di riferimento della propria zona. Non solo per il terriccio e le piante ma anche per la progettazione e la manutenzione di un impianto di irrigazione interrato:**



**con servizi e prodotti professionali.**

Spesso il cliente non affronta questo investimento perché non sa a chi rivolgersi e anche i rivenditori talvolta rinunciano a queste vendite perché non sanno a chi affidare un progetto professionale. Oltre ai servizi di progettazione, **Pratoverde** organizza quasi quotidianamente corsi di formazione online dedicati ai professionisti dell'irrigazione: con **Pratoverde Garden** metteremo a disposizione anche corsi dedicati agli addetti alle vendite, per un approfondimento sui prodotti necessario per affrontare la clientela in modo professionale.

Una novità di **Pratoverde Garden** è anche il nuovo concetto espositivo di **Toro**. Per fornire ad alcuni punti vendita anche degli espositori lineari, con la didattica e l'enfaticazione del servizio di progettazione gratuito. **Con Pratoverde Garden mettiamo a disposizione di tutti un servizio che finora era riservato solo ai professionisti del settore.**

**Greenline: Un centro servizi a disposizione dei centri specializzati per portare soluzioni professionali ai privati? Emilio Marchionni:**

La scommessa è questa. Un garden center ha le idee abbastanza chiare sulle necessità della propria clientela. Perché conosce il bacino d'utenza, magari ha fornito le piante per costruire una siepe e ha visto il progetto del giardino. Tutti elementi agronomici molto importanti che si potrebbero sfruttare per migliorare la qualità della vita delle persone. **Insieme ai rivenditori possiamo creare dei progetti ad hoc per ogni cliente**, lasciando a lui la scelta se installarlo da solo, guidato da un progetto, con una lista di prodotti e uno schema di funzionamento molto chia-

ri, o con l'ausilio di un professionista, magari fornito dal garden center stesso. Il tutto con prodotti professionali, tecnologicamente all'avanguardia e ad alta efficienza.

Faccio un altro esempio: noi abbiamo una gamma molto ampia di scarificatori che sono utili prima della semina del prato ma spesso il cliente non lo sa. Il centro giardinaggio all'atto della vendita di un sacco di sementi per il prato ha l'opportunità di ricordare la scarificazione. A volte danno queste indicazioni ma non hanno le macchine. Con **Pratoverde Garden** vogliamo fornire ai rivenditori quegli strumenti necessari per mettere in condizione i clienti di effettuare una scelta consapevole ed efficiente. Alcune macchine, come le catenarie per effettuare gli scavi, potrebbero essere proposte a noleggio, perché no? A favore sia del privato sia del piccolo giardiniere.

## Non solo irrigazione

**Greenline: L'offerta di Pratoverde Garden non si limita però all'irrigazione e comprende anche le macchine per la cura del giardino...**

**Emilio Marchionni:** Sì, i nostri agenti proporranno sia l'irrigazione interrata e la microirrigazione sia la gamma di attrezzature a batteria per la manutenzione del verde. Abbiamo selezionato una gamma essenziale, quella più utilizzata nei giardini, con prodotti semi-professionali molto validi. **Toro** ha preferito limitare il numero di macchine e dare una offerta ampissima di batterie e caricabatteria che si possono utilizzare su tutte le macchine, semi-professionali e professionali e per tutte le stagioni, dal taglio dell'erba passando per le elettroseghe per arrivare agli spalaneeve, il tutto con una qualità semi-professionale (e professionale) e non hobbistica. In pratica la batteria **Toro** diventa polifunzionale e polistagionale. **Toro**, inoltre, ha la gamma più ampia di tosaerba a batteria.

🔗 [www.pratoverde.it](http://www.pratoverde.it)



# Le aromatiche certificate di Albenga



**La cooperativa L'Ortofrutticola riunisce le produzioni di 600 imprese della piana di Albenga e le veicola per il 75% sui mercati internazionali. Anche grazie alle certificazioni Global Gap e Bio. Ce ne parla Luca Lanzalaco, responsabile del settore florovivaistico della cooperativa L'Ortofrutticola di Albenga.**

Il nostro viaggio attraverso il florovivaismo italiano sostenibile e certificato ci ha portato ad Albenga (SV), dove dal 1941 opera la cooperativa **L'Ortofrutticola** che promuove e commercializza le produzioni di oltre 600 aziende associate, pari al 60% della superficie coltivabile della piana di Albenga. Imprese che conferiscono quotidianamente le loro produzioni orticole e florovivaistiche, tutte coltivate secondo le normative a basso impatto ambientale e molte certificate **Global Gap** (Good Agricultural Practice) e **Bio** con logo dell'Unione Europea. Per saperne di più abbiamo incontrato **Luca Lanzalaco**, responsabile del settore florovivaistico della cooperativa **L'Ortofrutticola** di Albenga.

## **75% della produzione destinata all'estero**

**Greenline: Il nome "Albenga" è già un "brand" nel mercato florovivaistico e delle piante aromatiche...**

**Luca Lanzalaco:** La piana di Albenga, oltre a essere la più grande della Liguria, è anche una zona altamente vocata per la produzione agricola, grazie alle particolari condizioni climatiche. Un retroterra fertilissimo in una grande piana alluvionale formata dal fiume Centa, che dall'epoca romana in poi ha dettato le sorti del territorio. Quindi c'è un profondissimo legame con il paesaggio. Con l'arrivo della ferrovia all'inizio del '900, siamo passati da una produzione di autosufficienza, circoscritta all'area ligure, all'agricoltura moderna. La cooperativa **L'Ortofrutticola** è nata a cavallo tra le due guerre mondiali proprio per espandersi all'estero.

**Greenline: La cooperativa è nata per riunire le produzioni dei soci e centralizzare le attività di vendita?**

**Luca Lanzalaco:** Sì, ma anche come gruppo d'acquisto. Per ottimizzare il potere contrattuale delle piccole aziende e minimizzare la frammentazione della richiesta. Ancora oggi esprime questa necessità.

La cooperativa ha tre settori: due sono commerciali di vendita, dedicati all'orticoltura e ai fiori e alle piante, mentre il terzo è rappresentato dai magazzini che riforniscono i fattori della produzione. Quindi il socio che vuole cominciare una produzione si può rivolgere a **L'Ortofrutticola** sia per l'inizio della produzione, sia per l'assistenza tecnica nel corso della coltivazione, sia per la vendita finale. La cooperativa assorbe parte della produzione dei soci, a seconda delle tipologie, però veicola sia i prodotti orticoli, sia quelli frutticoli, sia i prodotti in vaso, che ormai sono la maggior parte della produzione negli ultimi trent'anni. **Le piante in vaso, in particolare le aromatiche, hanno fatto conoscere la piana di Albenga in molti mercati del nord Europa.** Dove dire "pianta aromatica" e dire "Albenga" è quasi la stessa cosa.

**Greenline: Avete una grande offerta di ortaggi?**

**Luca Lanzalaco:** Produciamo quattro ortaggi principali, che sono anche un po' le *bandiere* della coltivazione albanese e fanno parte del progetto **Tipico Sì**, iniziato due anni fa: il carciofo spinoso violetto, l'asparago violetto di Albenga, la zucchina trombetta e il pomodoro cuore di bue. Quattro ortaggi che nella loro totalità ricoprono anche tutto il periodo stagionale delle produzioni,



A woman with brown hair tied back, wearing a brown t-shirt and denim shorts, is watering a strawberry plant in a black plastic pot. She is holding a grey watering can. The pot is on a gravel surface. The background shows a wooden fence and some greenery.

**elho**<sup>®</sup>

GIVE ROOM TO NATURE

Vasi di design  
realizzati con  
plastica *riciclata*



elho.com



che vengono naturalmente integrati dalle produzioni più classiche come cavoli, altri tipi di pomodori, ecc. Non avendo un'ampia area di produzione, preferiamo gli articoli di nicchia con un valore aggiunto legato alla tipicità, alla stagionalità e a caratteristiche organolettiche ben precise. Il monopolio sulle primizie e sulle orticole che aveva Albenga è legato al fatto che c'è un clima particolare, con un inverno mite e l'estate fresca, utile per arrivare sui mercati in anticipo rispetto ad altre produzioni. Ma con il cambio climatico e la globalizzazione...

**Greenline: La cooperativa orienta anche la produzione dei soci per rendere più profittevole l'azienda?**

**Luca Lanzalaco:** In una situazione utopica direi di sì. In realtà non è facile perché, con circa 600 soci, c'è una altissima frammentazione e non è semplice. Forniamo tutti gli strumenti per illustrare l'andamento generale del mercato, ma ogni singolo socio ha la libertà di decidere.

La cooperativa è un buon punto di riferimento per i soci, perché controlla una bella fetta di mercato del totale delle piante commercializzate sulla piana di Albenga e quindi può fornire delle indicazioni.

**Le certificazioni biologiche e ambientali**

**Greenline: Perché avete deciso di puntare sulle certificazioni Bio e Global Gap?**

**Luca Lanzalaco:** Precisiamo che, su 600 soci, le aziende biologiche non sono moltissime ed essere certificati ad Albenga è complicato, proprio per la frammentazione. Per chi ha terreni piccoli non è facile certificare le aziende, mentre quelle più strutturate hanno affrontato il passaggio al biologico, anche come scelta di vita.

Invece **Global Gap**, anch'essa una certificazione volontaria, è diventata determinante per entrare in determinati canali di vendita ed è stata accettata e introdotta più in larga scala. Le normative europee sono sempre più indirizzate verso il mondo dell'agricoltura integrata, del rispetto ambientale e del risparmio energetico: tutti fattori certificati da **Global Gap** e più semplici da adottare anche nelle piccole aziende.



La cooperativa L'Ortofrutticola di Albenga sviluppa un giro d'affari di 21,5 milioni di euro. Movimenta 5 milioni di piante in vaso ogni anno e circa 600 carrelli di fiori al giorno.



**Greenline: All'estero c'è una maggiore richiesta di questo tipo di marchi all'atto della selezione dei fornitori di piante?**

**Luca Lanzalaco:** All'estero è indispensabile almeno **Global Gap**, perché ritengono che questa certificazione li tuteli in modo totale. All'estero chiedono già le certificazioni sulle emissioni di CO<sub>2</sub> e le piante prodotte ad Albenga viaggiano su gomma. Diversamente, in Italia, agli argomenti legati alla sostenibilità e al *plastic free*, forse per cultura, non viene riconosciuto un valore aggiunto. Vengono visti solo come un costo in più.

**Greenline: Quanto valgono le esportazioni sulla vostra produzione?**

**Luca Lanzalaco:** Il 70/75% della produzione albenganese va all'estero. Principalmente si tratta di piante aromatiche e alcuni fiori stagionali, come stelle di Natale, ciclamini e crisantemi. Vengono acquistate e commercializzate da gennaio a fine maggio, con picchi intorno a Pasqua che è il periodo tipico in cui nel nord Europa scatta la nuova stagione e tutti mettono in ordine i giardini e i terrazzi.

**Greenline: I centri giardinaggio francesi e olandesi evidenziano la produzione nazionale delle piante e tra gli obiettivi dichiarati nei Report di Sostenibilità c'è l'intenzione di ridurre le importazioni. Cosa ne pensate?**

**Luca Lanzalaco:** In Italia sono pochi i consumatori che chiedono piante certificate o coltivate in Italia.

In paesi come la Francia, dove sono fortemente nazionalisti, i rivenditori ci tengono a sottolineare le produzioni nazionali. Noi puntiamo sulla qualità: all'estero la grande distribuzione prima di fare delle vendite specifiche prende delle campionature e le fa analizzare, proprio per garantire al consumatore un prodotto "pulito" e di qualità al momento dell'acquisto.

**Greenline: Come giudicate l'andamento del mercato nel 2023 e quali aspettative avete per il 2024?**

**Luca Lanzalaco:** Negli ultimi 2/3 anni le problematiche più grandi sono legate ai costi dei trasporti. Avendo un periodo di vendita così ristretto, potevano incidere molto sul buon andamento della stagione. Invece siamo riusciti a contenerli, con un'ottimizzazione dei carichi, ed è stata una buona stagione che ci ha permesso di mantenere i livelli di vendite dell'anno precedente.

Nel 2024 siamo partiti meno titubanti e con meno dubbi da parte dei clienti rispetto al 2023. Anche se nei primi due mesi abbiamo avuto un clima sfavorevole, con molte piogge in particolare nel nord Europa.

**Però allo stesso tempo qui ad Albenga la produzione è ottima: grazie al clima mite le piante sono abbastanza in anticipo e abbiamo una qualità molto più alta rispetto all'anno scorso.**

Quest'anno siamo pronti sui blocchi di partenza per esaudire tutte le richieste che arriveranno nelle prossime settimane e contiamo di fare una buona stagione. In particolare cercheremo di sviluppare il mercato del nord Europa e dei paesi scandinavi. Lo scorso autunno abbiamo visitato dei clienti in Finlandia e in Svezia e abbiamo buone speranze. Sono mercati che iniziano più tardi, a causa del clima, ma sono molto sensibili e interessati alle piante in vaso, in particolare le aromatiche.

- [www.ortofrutticola.eu](http://www.ortofrutticola.eu)
- [www.tipicosi.it](http://www.tipicosi.it)



**STIHL**



## OTTIENI UNA BATTERIA OMAGGIO.

**OTTIENI UNA BATTERIA AP O AR OMAGGIO  
DAL 30 MARZO AL 30 GIUGNO 2024!\***

È possibile accedere alla promo in due modi:

- ① Acquistando una macchina STIHL del sistema AP o AR + batteria AP o AR riceverai in omaggio una seconda batteria identica a quella acquistata.
- ② Acquistando due stesse batterie della gamma AP o AR, ne riceverai una terza identica in omaggio.

SCOPRI DI PIÙ SUL SITO [STIHL.IT](https://www.stihl.it)

\* la promozione è valida per le batterie AP e AR, ad eccezione della AP 500 S e dei prodotti che vengono acquistati in set comprensivi di macchina, batteria e caricabatteria. Riceverai la batteria omaggio direttamente dal tuo Rivenditore Specializzato di fiducia aderente all'iniziativa. Fino ad esaurimento scorte.

**APIII**  
SYSTEM



# Il volto sempre più internazionale di Gf Garden

**Gf Garden, azienda italiana nata nel 1966, dopo l'acquisizione da parte di Exel industries sta vivendo un'importante fase d'integrazione tra i brand Gf, Hozelock, Tricoflex e Devaux. Abbiamo parlato di questi importanti cambiamenti con Christian Gorio, responsabile vendite Italia di Gf.**

**Gf Garden**, fondata nel 1966, è una delle aziende storiche del *gardening made in Italy* ed è stata tra le prime imprese italiane a intuire, sul finire degli anni Settanta, le potenzialità dei prodotti per l'irrigazione domestica, spinta dai fondatori, **Gaiti** e **Ferrari**, che ancora oggi danno il nome all'azienda.

Nel 1984 la prima gamma di prodotti per l'irrigazione: un pezzo di storia dell'industria *made in Italy* che annovera anche successi internazionali, come la doccia solare **Sunny** lanciata sul mercato nel 2007.

Nel 2022 l'azienda italiana è stata acquisita da parte dal gruppo francese **Exel Industries**, uno dei più importanti *player* operanti nel settore del giardinaggio e cura delle piante, un colosso con un giro d'affari di 1,1 miliardi di euro. Il Gruppo ha consolidato la sua presenza nel settore Garden attraverso l'acquisizione, nel 2012, dell'azienda britannica **Hozelock**, leader del settore nel nord Europa, e successivamente con **Gf** che vanta una presenza capillare in Italia e nell'Europa del sud.

**Gf** ha sede a Correggio (RE) con un polo produttivo di 5 stabilimenti, tra impianti e magazzini, di oltre 20.000 mq e con circa 150 dipendenti. L'azienda oggi rappresenta quasi un *unicum* in Europa, in quan-

to specializzata nello stampaggio di materie plastiche anche per la produzione di *private label*.

Per saperne di più abbiamo incontrato **Christian Gorio**, responsabile vendite Italia, chiamato a supportare questa importante evoluzione.



Eco Fork è l'ultima novità di Hozelock: il design ergonomico garantisce un'aerazione ottimale del terreno, salvaguardando i delicati microrganismi essenziali per biodiversità e benessere del suolo.

**Un riferimento per tutti i brand Exel**

**Greenline: Dal 2024 Gf Garden distribuisce tutti i brand di Exel per il settore Garden?**

**Christian Gorio:** Sì. Nell'immediato siamo distributori per la gamma **Hozelock** e per una selezione di referenze di **Tricoflex**, una delle aziende leader in Europa nella fabbricazione di tubi flessibili, già appartenente al gruppo **Exel**. Inoltre, da quest'anno **Gf** distribuisce i brand specializzati negli *sprayer*, come **Berthoud**, **Laser** e **Tecnoma** e abbiamo preso in carico anche **Devaux**, azienda acquisita alla fine dello scorso anno specializzata nella produzione di utensili in acciaio forgiato, di cui stiamo valutando la gamma di prodotti per il camino, che va a completare la nostra proposta, e la linea di attrezzi manuali che abbiamo presentato in occasione della fiera Myplant & Garden a Milano.

**Greenline: Non ci sono sovrapposizioni tra l'offerta di Gf e Hozelock nell'irrigazione?**

**Christian Gorio:** **Gf** e **Hozelock** hanno due anime diverse e hanno anche una storia diversa: **Gf** si rivolge da sempre alle ferramenta e ai grossisti, mentre **Hozelock** ai garden center. Da questo punto di vista non si scontrano ma si integra-





“  
*Un giardino  
e il suo giardiniere  
sono complici  
e in qualche modo  
amici.* – Paolo Pejrone



IT'S Comunicazione its.it



JUST THE  
*Beginning*



**Un mondo di cure  
per un giardino incantato.**

Entra in un nuovo universo di amore per il verde, dove potrai far sbocciare magnifiche fioriture, trasformare il tuo prato in un verde incanto e favorire una crescita straordinaria di piante e fiori. Ogni nostro substrato è composto dagli ingredienti più pregiati, per accogliere la bella stagione con un trionfo di colori e profumi nel tuo giardino.

**Scopri tutti i nostri prodotti  
su TERFLOR.IT**





## news

no. La mia figura è stata voluta in azienda proprio per coordinare questo passaggio, in supporto a **Nicola Bertacchini**, ora direttore commerciale per il settore giardinaggio del **Gruppo Exel Industries** e quindi sempre più impegnato con nuove incombenze internazionali frutto delle recenti acquisizioni. Una riorganizzazione che ha modificato logicamente alcune dinamiche all'interno dell'azienda.

**Gf** ha un enorme vantaggio competitivo che è quello di avere un'officina interna che produce stampi per i nostri prodotti e 46 macchine per lo stampaggio. Questo ci ha consentito, in passato, di creare la gamma **Unconventional**, una linea di prodotti per l'irrigazione dal design differente, in grado di uscire dai canoni dell'irrigazione tradizionale.



La linea di accessori per l'irrigazione Reco è prodotta con più del 70% di plastica riciclata. Una gamma composta dai must-have, compresa la doccia solare.

Non proporremo doppioni ai nostri clienti ma un'integrazione, infatti, i rivenditori che hanno la gamma **Hozelock** potranno facilmente ampliare l'offerta con la linea **Unconventional** o con la linea **Reco** composta da prodotti per l'irrigazione in plastica riciclata. Da questo punto di vista, una delle sfide più importanti è integrare le forze vendita di **Hozelock** e **Gf**, in modo che ciascuna recepisca i punti di forza dell'altra.

**Greenline:** Oltre a questa attività, **Gf** è nota a livello internazionale anche per la produzione di private label: se non sbaglio anche Geolia di Leroy Merlin...  
**Christian Gorio:** Confermo: produ-

ciamo una parte dell'assortimento della linea **Geolia** di **Leroy Merlin**, ma sono tante le realtà distributive in Europa con cui **Gf** collabora in questo modo. **La nostra capacità di operare nell'ambito delle private label è proprio uno dei nostri punti di forza.**

**Greenline:** Quali sono gli obiettivi per il 2024?

**Christian Gorio:** Personalmente lo ritengo un anno di passaggio: parliamo di due brand, **Gf** e **Hozelock**, che fino a due anni fa erano competitor. Sarà un primo anno di allineamento e di comprensione, sia all'interno che all'esterno.

**Gf** non ha nulla da invidiare ad altri brand presenti sul mercato, siamo un'azienda italiana e abbiamo una struttura produttiva molto importante.



La gamma degli avvolgitubo automatici Auto Reel di Hozelock da appendere alla parete si arricchisce del modello "mobile" da trasportare in giardino.

## Reco in plastica riciclata

**Greenline:** Molto interessante la linea in plastica riciclata Reco. C'è interesse da parte dei rivenditori specializzati verso i prodotti "sostenibili"?

**Christian Gorio:** È una bella gamma, completa in quelli che sono i 20/80 dell'irrigazione da giardino. È riciclata oltre il 70%: date le specifiche caratteristiche meccaniche o di colorazione, al momento non possono essere realizzati con il 100% di materiale riciclato.

La linea **Reco** si rivolge a una nicchia di mercato, ci sono realtà che la inseriscono perché credono effettivamente che vadano promossi i prodotti riciclati, altre che la scelgono per integrare la gamma o per seguire il trend della sostenibilità. **I garden center, trattando il verde vivo, forse vi prestano maggiore attenzione, rispetto ai prodotti di "contorno";** ma non possiamo generalizzare, spesso dipende dalla sensibilità e dalla grandezza del garden center.

- [www.gfgarden.it](http://www.gfgarden.it)
- [www.hozelock.it](http://www.hozelock.it)
- [www.exel-industries.com](http://www.exel-industries.com)



# Linea Grill



**Una Linea Completa per il GRILL**  
**Diventa il Re della griglia!**

**BRUNNEN**INDUSTRIE  
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









Renditi  
Unico

con



*La differenza si vede*

I prodotti che cerchi  
per la tua casa e il tuo giardino  
li trovi su: [www.euroterriflora.it](http://www.euroterriflora.it)



**CONTATTACI:** [info@euroterriflora.it](mailto:info@euroterriflora.it)



# Myplant in crescita

**La ottava edizione di Myplant & Garden, svoltasi dal 21 al 23 febbraio presso Milano Rho Fiera, ha visto un aumento di visitatori del +8% e una crescita del numero degli espositori del +15%.**

Con 762 espositori (+15% rispetto ai 655 del 2023), 204 delegazioni di buyer internazionali (150 nel 2023, +27%), 50.000 mq di fiera (45.000 nel 2023, +10%), 25.000 presenze (23.000 nel 2023, +8%), 114 insegne estere d'acquisto accreditate (85 nel 2023, +26%) da 45 paesi e 4 continenti, gli organizzatori archiviano una ottava edizione di **Myplant & Garden** particolarmente ricca, partecipata e intensa.

## **Innovazione, business e convegni**

“Siamo molto soddisfatti - ha dichiarato **Valeria Randazzo**, exhibition manager del Salone internazionale del Verde -. Abbiamo raccolto tantissimi riscontri positivi, sia da parte degli espositori sia da parte dei visitatori. Qualità dell'offerta in mostra, alto livello dei buyer, valore dei contenuti dibattuti, bellezza dell'insieme, abbondanza di opportunità di relazioni e contatti e concretezza delle prospettive di business sono i concetti cardine di questa edizione”.

Lombardia, Veneto, Toscana e Olanda guidano la classifica delle aree di provenienza degli espositori, aumentati di oltre 100 unità dalla passata edizione e tutti ben rappresentati nei **9 macro settori espo-**



**sitivi** (vasi, vivai, tecnica, servizi, macchinari, fiori, decorazione, sport & *landscape*, arredo giardino) per proporre le novità e le innovazioni del comparto.

Da Europa (Germania, Francia, Romania, Polonia, Lituania, Spagna e Svizzera le più rappresentate) e Asia (con l'*exploit* del Giappone, con ben 12 comitive, poi Armenia, Cina) le delegazioni di compratori più cospicue, mentre continua a crescere il numero di delegati dal Medio Oriente.

Molto ricchi di contenuti gli incontri realizzati su tematiche che hanno spaziato dalla transizione ecologica e rigenerazione urbana al legame tra verde e salute.

Grandi riscontri sono stati inoltre dichiarati dalle aziende selezionate per il percorso **Myplantech**, un itinerario tra i padiglioni che ha individuato i prodotti e le soluzioni innovative che stanno dando forma al futuro del comparto.

## **La soddisfazione degli organizzatori**

“Ogni anno presentiamo un **Myplant & Garden** diverso dal precedente - ha continuato **Valeria Randazzo** -, perché più ricco, interessante e variegato. È parte di un percorso di crescita che tutti insieme, come grande *community* del verde, stiamo percorrendo. Abbracciando nuove realtà, canali, settori e orizzonti. Abbiamo intenzione di ampliare ancora i nostri spazi e raggiungere nuovi traguardi, offrire opportunità sempre migliori e sempre più proficue alle aziende e agli operatori, garantire una formazione efficace, amplificare la voce degli addetti ai lavori e diffondere una sana cultura del verde”.

La prossima edizione di **Myplant & Garden** si svolgerà dal **19 al 21 febbraio 2025**.

➔ [www.myplantgarden.com](http://www.myplantgarden.com)







# Successo a Francoforte

**Il trio di fiere di Francoforte 2024 si è concluso lo scorso 30 gennaio con bilanci molto positivi per tutti e tre gli eventi in scena, Ambiente, Christmasworld e Creativeworld. Appuntamento al 7 febbraio 2025.**

“Celebriamo il business insieme” è stato il motto dell’edizione di quest’anno della *super fiera* del settore dei beni di consumo, composta da **Ambiente, Christmasworld e Creativeworld** e svoltasi dal 26 al 30 gennaio presso la Fiera di Francoforte. Un festival di record: con un incremento del 10%, 4.928 espositori hanno presentato i loro nuovi prodotti su oltre 360.000 metri quadrati espositivi. Nonostante uno sciopero ferroviario durato diversi giorni, circa 140.000 visitatori provenienti da tutti i rami del commercio e dei canali di vendita sono stati ispirati da un’ampia gamma di tendenze e innovazioni al più grande evento nella storia di **Messe Frankfurt**. In qualità di piattaforma di *networking* e ordinazione più internazionale del settore, punto di riferimento dell’industria con oltre 170 paesi e regioni partecipanti, la manifestazione ha fornito orientamento, ispirazione e soluzioni alle sfide attuali del mercato.

Il trio di fiere di gennaio di Francoforte, rinomato a livello internazionale, si è confermato ancora una volta un

evento di punta che fornisce orientamento a rivenditori e produttori. “Succede una volta all’anno – ha dichiarato **Detlef Braun**, membro del comitato esecutivo di **Messe Frankfurt** – e solo qui a Francoforte! L’economia è sotto una pressione enorme a causa delle crescenti tensioni globali. Ecco perché gli incontri personali, le nuove soluzioni, l’ispirazione e lo sviluppo di nuovi mercati di esportazione e canali di vendita come l’ospitalità e il settore *contract* sono insostituibili”.

## Cresce l’internazionalità

Alla luce dei nuovi record della fiera, le aspettative erano naturalmente molto alte. Queste sono state ampiamente superate: **Ambiente, Christmasworld e Creativeworld** sono state caratterizzate da nuovi contatti con i buyer, contatti commerciali globali e flussi di visitatori da tutto il mondo.

L’internazionalità è aumentata: **tre visitatori su quattro sono arrivati a Francoforte dall’estero**. Con una crescita del 5% dei visitatori interna-

zionali rispetto all’anno precedente, raggiungendo l’attuale 71%, l’evento ha superato il risultato dell’edizione precedente. La Germania ha guidato la classifica delle nazioni visitatrici quest’anno. Italia e Cina hanno occupato il secondo e il terzo posto tra i primi cinque paesi visitatori, seguite da Paesi Bassi e Stati Uniti. Insieme, gli ottimi numeri registrati hanno ancora una volta sottolineato l’importanza delle fiere leader come l’evento più internazionale per il settore dei beni di consumo.

## Arrivederci a febbraio 2025

**Ambiente, Christmasworld e Creativeworld** continueranno a svolgersi contemporaneamente presso il quartiere fieristico di Francoforte anche nel 2025. Verranno, tuttavia, spostate all’inizio di febbraio, con **apertura simultanea il 7 febbraio**. **Creativeworld** si concluderà il 10 febbraio, mentre **Ambiente e Christmasworld** continueranno fino all’11 febbraio.

➔ [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)





# LANCE E PISTOLE IPIERRE: PRATICHE, ROBUSTE E VERSATILI



REALIZZATE  
CON MATERIALI  
DI ALTA  
QUALITÀ

## SCEGLI IL PRODOTTO PERFETTO PER IL TUO GIARDINO

**IPIERRE** è da sempre il partner perfetto per prenderti cura dei tuoi spazi verdi.

Le **LANCE** IPIERRE sono uno strumento indispensabile per innaffiare il giardino. **Robuste e resistenti** perché realizzate con **materiali di primissima qualità**, sono regolabili e permettono di direzionare il getto d'acqua anche in zone difficili da raggiungere. Ideali per l'innaffiatura delle piante ed un valido aiuto per la pulizia negli spazi esterni.

Per chi invece preferisce l'utilizzo di **PISTOLE**, è possibile scegliere tra prodotti in **plastica** o **metallo** di diverse tipologie e caratteristiche: con **regolatore di flusso**, con **innaffiatoio** o **soffione multigetto a 5 funzioni** per un controllo più preciso dell'erogazione d'acqua. Sono disponibili anche pistole con **funzione ECO** e **impugnatura antiscivolo**.

**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





# BUYER POINT

## le prime 100 insegne confermate

È online sul sito [www.buyerpoint.it](http://www.buyerpoint.it) l'elenco delle prime 100 catene che saranno presenti a Milano il prossimo 29 maggio. Come sempre l'elenco è ricco di novità e spunti interessanti e di nomi che sicuramente attireranno l'attenzione delle aziende espositrici.

Su [www.buyerpoint.it](http://www.buyerpoint.it) è disponibile l'elenco dei primi 100 ospiti confermati a **Buyer Point (Milano, 29 maggio)**. Scorrendo l'elenco, la prima caratteristica che balza all'occhio è che quasi la metà delle insegne presenti (48 su 100) proviene dall'estero, un dato decisamente fuori dall'ordinario in una manifestazione di questo tipo e che conferma la sempre maggiore vocazione internazionale di **Buyer Point**.

I paesi rappresentati saranno 22, a copertura di quasi tutto il mercato europeo, ma con anche un interessante presenza statunitense. Molti i distributori presenti, dagli spagnoli di **Paymate** e **Profesa** ai cechi di **Mountfield** e **Sunny Impex**, passando per Germania, Francia, Polonia, Belgio, Olanda e tanti altri.

Particolarmente interessante la presenza di **Honest General Trading**, un grossista rumeno che negli ultimi anni ha saputo imporsi all'attenzione internazionale per la sua crescita repentina e per la qualità dei

servizi offerti. Nata subito dopo la caduta del muro di Berlino, in questi trent'anni di storia ha raggiunto un fatturato che sfiora i 60 milioni di euro, un dato tra i più alti tra le realtà di questo tipo nell'est Europa.

A chiudere la pagina dei buyer esteri va segnalata la presenza di ben diciassette proprietari di negozi **Pro-Coop**, l'insegna belga focalizzata verso il cliente professionale che parteciperà a **Buyer Point** nell'ambito di un progetto di revisione della propria offerta commerciale improntato sull'aumento di prodotti *made in Europe* a discapito dell'importazione dalla Cina. Per le tante aziende espositrici che producono "qualità" sarà un'occasione importante per conoscere una realtà tra le più interessanti del panorama europeo.

Per quanto riguarda il mercato italiano, come sempre sarà presente praticamente tutto il mondo della grande distribuzione e dei grossisti e, come ormai tradizione, saranno presenti alcuni tra gli e-commerce più importanti di Italia che da qualche

anno approfittano della presenza dei grandi marketplace per accostarsi ai fornitori, offrendo soluzioni chiavi in mano per garantire la presenza su tutti i principali siti di vendita online. Per quanto riguarda il gardening, è confermata la presenza di tutte le maggiori catene italiane di centri giardinaggio.

Da un punto di vista statistico spicca la presenza contemporanea dei quattro *big* dell'ingrosso campano (**A. Capaldo**, **Fratelli Vitale**, **Ferramenta Cardinale** e **Dfi**), cui si aggiungono **Ferrari**, **Fraschetti**, **Viridex** e **Zangrillo** dal confinante Lazio, a testimonianza di un territorio che si è imposto come fulcro del mercato della ferramenta italiana.

Parallelamente all'elenco dei buyer è stato pubblicato anche l'elenco espositori. Si tratta, anche in questo caso, di un mix di aziende italiane ed estere che sicuramente saprà attirare l'attenzione e l'interesse di tutti i buyer presenti.

➔ [www.buyerpoint.it](http://www.buyerpoint.it)



**COSWELL**  
Specialista  
del mercato  
stagionale.

- ⚙️ **Creiamo valore** nel canale fai da te e ferramenta
- ⚙️ **Marchi premium** e **prodotti innovativi** per godersi le proprie passioni e attività all'aria aperta

FUMAKILLA  
**VAPE**

SINCE 1860  
**PREP**

*Zanzarella*

*Ballerina*

**DRAGO  
PULISAN**

**Vim**



I migliori alleati  
contro gli insetti



Prenditi cura della casa  
e degli ambienti che ami



PER MAGGIORI INFORMAZIONI  
CONTATTACI:  
E-MAIL: [commercialebrico@coswell.biz](mailto:commercialebrico@coswell.biz)  
TELEFONO: +390516649310  
OPPURE INQUADRA IL QR CODE  
E VAI ONLINE

GOLDEN SPONSOR



# LE INSEGNE 2024\*

- A. CAPALDO
- AGRICOLA HOME&GARDEN
- AGRIL (ROM)
- ALIBABA
- AOSOM
- AXEL GROUP
- BACKYARD GEAR (USA)
- BOXDOCCIA.IT
- BRICO BRAVO
- BRICO CASA DEODATO
- BRICO OK
- BRICO SA (SWI)
- BRICOLAJ.RO (ROM)
- BRICOLIFE
- BRICOMA (MAR)
- BRICONOW
- CANESE DANTE
- CARDINALE FERRAMENTA
- COBIANCHI
- COOP
- DAXI (ROM)
- DEPO (LET)
- DFL
- EBAY
- EDCO
- EDIN GROUP (LUX)
- ERMITAZAS (LIT)
- EURO NARCIS (ROM)
- EVO MAG (ROM)
- EVOLUZIONE BRICO
- EXPORGIN (TUR)
- FDT GROUP
- FERCA
- FERRAMENTA DEODATO
- FERRAMENTA PRENESTINA
- FERRARI
- FRASCHETTI
- FRATELLI VITALE
- GARDEN TEAM
- GIARDINERIA
- GIARDINIA
- GIEFFE GROUP
- GIF (FRA)
- GIORDANO SHOP
- GLOBUS (GER)
- GRANARIUM (CRO)
- GSG REGILL (USA)
- HOBBY LEGNO
- HOME CENTER DISTRIBUTION (ROM)
- HONEST GENERAL TRADING (ROM)
- IRONSIDE (FRA)
- KEIDEA
- KLO (UKR)
- LA FERRAMENTA
- LEROY MERLIN MARKET PLACE
- MACHIERALDO
- MALFATTI & TACCHINI
- MAM BRICOLAJ (ROM)
- MANOMANO (FRA)
- MARC ETHIER (CAN)
- MAVROFIDOPOULOS (GRE)
- MICUL FERMIER (ROM)
- MISTER WORKER
- MOUNTFIELD (CZE)
- MR BRICOLAGE (BUL)
- NEA KAISA (ROM)
- OBI
- PAYMATE (SPA)
- PEDONE
- PENGO
- PERAGA GARDEN CENTER
- PN GROUP (ISR)
- PROCOOP (BEL)
- PROFESA (SPA)
- REBIOP (SVK)
- SAD GOROD (UKR)
- SCHILLINGER (FRA)
- SEINEC (SPA)
- SERVICII PUBLICE (ROM)
- SHAZAR (ISR)
- SHOPNOW
- SIEC BUDOWLANA (POL)
- SONEPAR
- SPAR (UKR)
- SUNNY IMPEX (CZE)
- TECHNO TRADE GROUP
- TEONIC (ROM)
- TERNA
- THAU (BEL)
- TUTTOGIARDINO
- UTILITY
- VELLEMAN (BEL)
- VIANELLO
- VIRIDEX
- VIZIRGROUP (BEL)
- VOLVER (UKR)
- WHY
- WORKSHOP
- YALCO (ROM)
- ZANGRILLO

\* Elenco aggiornato al 20 marzo 2024.



**Tecfi**  
Fixing Systems

**TT**

**VITI CERTIFICATE CE  
PER APPLICAZIONI  
STRUTTURALI SU LEGNO**

Speciale alesatore

Speciale filetto **BREVETTATO**

Garanzia in prossimità dei bordi



**Certificazione CE**

Strutture di legno - elementi di collegamento di forma cilindrica

**Reazione al fuoco A1**



S.S. Appia km.193  
81050 - Pastorano (CE) - ITALY  
[www.tecfi.it](http://www.tecfi.it)

**GOLDEN SPONSOR**



# GLI ESPOSITORI 2024\*

- ALBERTS
- ALIBABA
- APEX
- ARCANSAS
- AREXONS
- ARTPLAST
- ASSOFERMET
- AZZANO CALZE
- BALTIC WOOD TRADE
- BAUCE BRUNO
- BAVICCHI
- BELLI E FORTI
- BERNI GROUP
- BLUMEN GROUP
- BONFANTE
- BOT LIGHTING
- BRICO RETAIL
- CAMP
- CARMIGNANI GROUP
- CB BRESCIANINI
- CENTRALCARTA
- CENTURY
- CO.RA.
- COMFERUT
- COMPO
- COSWELL
- CRESCENT GARDEN
- CRUSHPROOF TUBING
- DIVINA FIRE
- DOCTOR SOIL
- DOMINION INTERNATIONAL TRADING
- EBAY
- ELEPACKING
- EMMEBI
- EUROEQUIPE
- EUROMARKETING 90
- EUROPROFIL
- EZVIZ
- FAR
- FARMAP INDUSTRY
- FERRARI GROUP
- FLORTIS
- FRA-BER
- FRATELLI CARILLO
- GARSPORT
- GEOVITAL
- GIERRE
- GIMAP – FUMASI
- GMR TRADING
- GONZATO GROUP
- GRIMA
- HOPA CZ
- ICOGUANTI
- IDEA NEW GARDEN
- IND.I.A.
- INNOLIVING
- IOI INDUSTRIE OTTICHE ITALIANE
- IPAE-PROGARDEN
- IPIERRE SYSTEM
- IQ2
- IRON MINT
- ITAL-AGRO
- K DESIGN
- KB
- KORDO
- KRISAYA
- LA BRIANTINA
- LEMETEX
- LIT GAS LIGHTER COLLECTION
- LOSA LEGNAMI
- MADE4DIY
- MALFATTI & TACCHINI
- MANOMANO
- MARTEN
- MELICONI
- METAL EXPERT
- METALKAS
- METALY
- MONDO VERDE
- MONGARDI
- NEWPHARM
- NOBEX
- O&N
- ORGANIZZAZIONE ORLANDELLI
- ORPHEA
- ORVITAL
- OSRAM
- PALLETWAYS
- PENGO
- POLIPLAST
- POLYFLAME EUROPE
- PRACAL
- PROGRESS PROFILES
- PROXE
- RADEX
- ROOFY
- SANDOKAN
- SCRUB DADDY
- SDD SEMENTI DOM DOTTO
- SEVEN ITALIA
- SIMPLE DRAIN
- SO.DI.FER
- SOFISMA
- STOCKER GARDEN
- SUPERIOR
- SWISSINNO SOLUTIONS
- SYMBIAGRO
- TAVOLA
- TECFI
- TENAX
- TERCOMPOSTI TRIPLO
- THERMOMAT
- THIRARD
- TRAMEX INTERNATIONAL
- V-TAC ITALIA
- VERDEMAX
- VIGORPLANT
- VITHAL GARDEN
- WM SYSTEM
- ZINCO GROUP
- ZIPPO ITALIA

\* Elenco aggiornato al 20 marzo 2024.



**BUYER** POINT...  
29 MAGGIO 2024

stand  
B8-B10

**Farmap**  
www.farmapindustry.it

PRODUCE  
ANCHE  
CONTO  
TERZI

**CONCIMI LIQUIDI**



**CONCIMI GRANULARE**



**CONTROLLER SPRAY**



**REPELLENTI**



Mail: info@farmap.it - www.farmapindustry.it

ESPOSITORE

www.buyerpoint.it



# BUYER POINT

# 29 MAGGIO 2024

 **East End Studios  
MILANO**

Torna il 29 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

Scansiona il Qr Code per partecipare all'evento o scrivici all'indirizzo:  
[buyerpoint@netcollins.com](mailto:buyerpoint@netcollins.com)

## I VANTAGGI PER CHI ESPONE:

### Ingresso esclusivo

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

### 28 MAGGIO Opening Dinner

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

### All inclusive

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

### Internazionalità

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



**coswell**

**MADE4DIY**

 **Palletways**  
We Deliver  
an Imperial company

**Tecfi**  
Fixing Systems

[www.buyerpoint.it](http://www.buyerpoint.it)

È un'idea di:

 **GRUPPO EDITORIALE  
COLLINS SRL**



**BUYER** POINT

**29 MAGGIO 2024**

stand  
**C9**



**TERRICCI DI QUALITÀ**



**GEOVITAL SERVICE SRL**  
Via della Vecchia Fornace - Perugia  
Telefono: 075 5915016 - Email: info@geovital.it

**ESPOSITORE**

[www.buyerpoint.it](http://www.buyerpoint.it)



# BUYER POINT

# 29 MAGGIO 2024

📍 East End Studios - MILANO

**GOLDEN SPONSOR**

**coswell**

**MADE4DIY**

**Palletways**  
We Deliver  
an Imperial company

**Tecfi**  
Fixing Systems



## EVENTI DI SUCCESSO



**2022**

Dopo 2 anni di stop a causa della pandemia, BUYER POINT torna con un'edizione da record con più di 100 buyer esteri.



**2012**

BUYER POINT si sposta nella location ormai storica degli East End Studios.



**2015**

Per sviluppare l'internazionalità, BUYER POINT si sdoppia: accanto a Milano nasce la prima edizione a Bucarest in Romania.



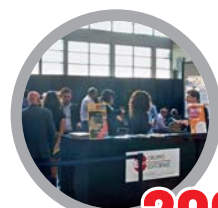
**2011**

Doppia edizione: BUYER POINT Brico all'NH di Milano e BUYER POINT Garden all'interno di Sun di Rimini.



**2013**

Edizione speciale a Roma in occasione del DIY Global Forum. BUYER POINT promuove gli incontri con i buyer esteri.



**2008**

La 1ª edizione di BUYER POINT si svolge all'interno di Sun/2Work di Rimini.



SCAN ME

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

www.buyerpoint.it



vithal®



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

vithal®  
BIO



\*Ricerca Circana su 12.000 consumatori,  
su selezione di prodotti.  
prodottodellanno.it cat. giardinaggio

vithalgarden.com

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



ESPOSITORE



# Il mercato dei vasi verso la sostenibilità

**Nel 2023 il meteo poco favorevole in primavera ha limitato le vendite dei prodotti per il giardinaggio, vasi compresi. Le industrie del settore sono però tutt'altro che ferme e stanno affrontando un processo di rinnovamento molto profondo in nome della sostenibilità.**

Gli anni che sono seguiti ai grandi exploit del 2020 e 2021, che nel settore del giardinaggio verranno probabilmente ricordati a lungo come i più prolifici di sempre, hanno registrato e continuano a registrare una lieve diminuzione delle vendite. La causa non risiede però solo in questi precedenti "ingombranti" con cui effettuare il paragone, ma per quanto riguarda il 2023 hanno influito anche una primavera decisamente negativa dal punto di vista meteorologico e un costo delle materie prime non ancora assestato, che ha spesso ridotto la marginalità di guadagno delle aziende. In mancanza di ricerche di mercato specifiche e pubbliche, abbiamo intervistato varie aziende produttrici di vasi per hobbisti e, elaborando i dati gentilmente fornitici, **possiamo stimare che nel 2023 questo mercato abbia generato 174,2 milioni di euro di sell in (-5,3% rispetto ai 184 del 2022), per un giro d'affari di circa 313 milioni di euro con prezzi al consumo.**

Tra le tendenze più in voga sembrano emergere vasi insoliti e decorativi e l'attenzione delle nuove generazioni al tema della sostenibilità, ambientale e non solo. Questa sensibilità, però, secondo quasi tutte le aziende intervistate è ancora propria solo di una ristretta cerchia di buyer e consumatori, mentre la maggioranza

continua a considerare il prezzo la principale leva d'acquisto.

## Un anno prudente

*Greenline: Come giudicate l'andamento del mercato dei vasi per hobbisti nel 2023? Quali trend di consumo stanno emergendo?*

### ARCA

**Mario Cornero**

*Direttore commerciale*

Viste le premesse, **il 2023 è stato un anno difficile ma tutto sommato non del tutto negativo.** Abbiamo riscontrato un decremento dei volumi con un rallentamento della crescita e - in alcuni casi - di stabilizzazione dei valori dopo gli aumenti degli anni precedenti, il tutto - purtroppo - accompagnato da un più che proporzionale decremento della marginalità a causa della non ancora raggiunta "normalizzazione" dei costi dei fattori produttivi. Notiamo uno spostamento dai canali di vendita tradizionali all'e-commerce.

### ART PLAST

**Davide Baraggioli**

*Junior sales manager*

**Art Plast** è un'azienda italiana che produce articoli in plastica che spaziano in diversi settori merceologici: nello specifico ci sono stati dei cali sulle vendite durante il 2023 nel

comparto dei vasi, recuperati dalle altre famiglie merceologiche che ci hanno permesso di superare il fatturato totale del 2022.

Per quanto riguarda il trend di consumo, percepiamo a livello sostanziale un **maggiore impiego di prodotti riciclati**, mentre a livello estetico una **ricerca di nuove varianti di colore e di finitura.**

### EDELMAN

**Fabio Casotto**

*Agente Italia*

Il 2023 ha avuto un andamento prudente, dettato soprattutto da una stagione meteo altalenante e un orientamento ai consumi verso altri obiettivi di spesa. Tutto si è tradotto in una lettura non facile, comunque rivolta al raggiungimento di una soddisfazione qualitativa e di stile del prodotto, che noi riteniamo sempre la direzione vincente. **Focus sulla generazione Z**, i nostri clienti del futuro.

### GARDEN ITALIA VASI

**Davide Mazzucchelli**

*Ufficio commerciale*

Analizzando le nostre statistiche di vendita emerge un andamento crescente per i primi mesi del 2023, che si è andato via via riducendo nei mesi a seguire fino alla registrazione di un lieve calo nella seconda metà dell'anno. Sicuramente stiamo viven-



do una fase di assestamento rispetto al boom del biennio pandemico e l'incertezza economica accentuatasi dallo scoppio di un altro conflitto internazionale ha scoraggiato l'acquisto dei beni non primari.

Statistiche sempre a portata di mano, **notiamo che anche per il 2023 si è confermato l'incremento nella vendita di cassette molto capienti rispetto ad altre tipologie di vasi**; riteniamo che ciò sia stato trainato dal consolidamento della pratica dell'"orto home-made": sempre più persone attente al portafoglio e alla salute prediligono infatti l'autoproduzione di frutta, verdura e aromatiche.

### MIPLAST

**Pierluigi Migliorati**

*Ceo*

Premettendo che purtroppo il 2023 è stato un anno generalmente negativo per le vendite del nostro comparto, **abbiamo riscontrato come trend emergente solamente quello dei "vasi di tendenza"**.

### NICOLI

**Luca Balbo**

*Responsabile commerciale*

Il mercato 2023 è stato influenzato dalle condizioni climatiche nella prima parte dell'anno e dal perdurare di un clima di incertezza e inflazione dovute alla situazione politico-economica internazionale. **Dopo i forti cambiamenti del periodo 2020-22 si è tornati a consumi più in linea con il periodo ante covid.** Nell'acquisto molti clienti sono più attenti a caratteristiche del prodotto, rapporto qualità/prezzo, durata e affidabilità nel tempo; soprattutto le nuove generazioni mostrano attenzione per i prodotti *green* utilizzando internet come fonte di informazione.

### PASQUINI & BINI

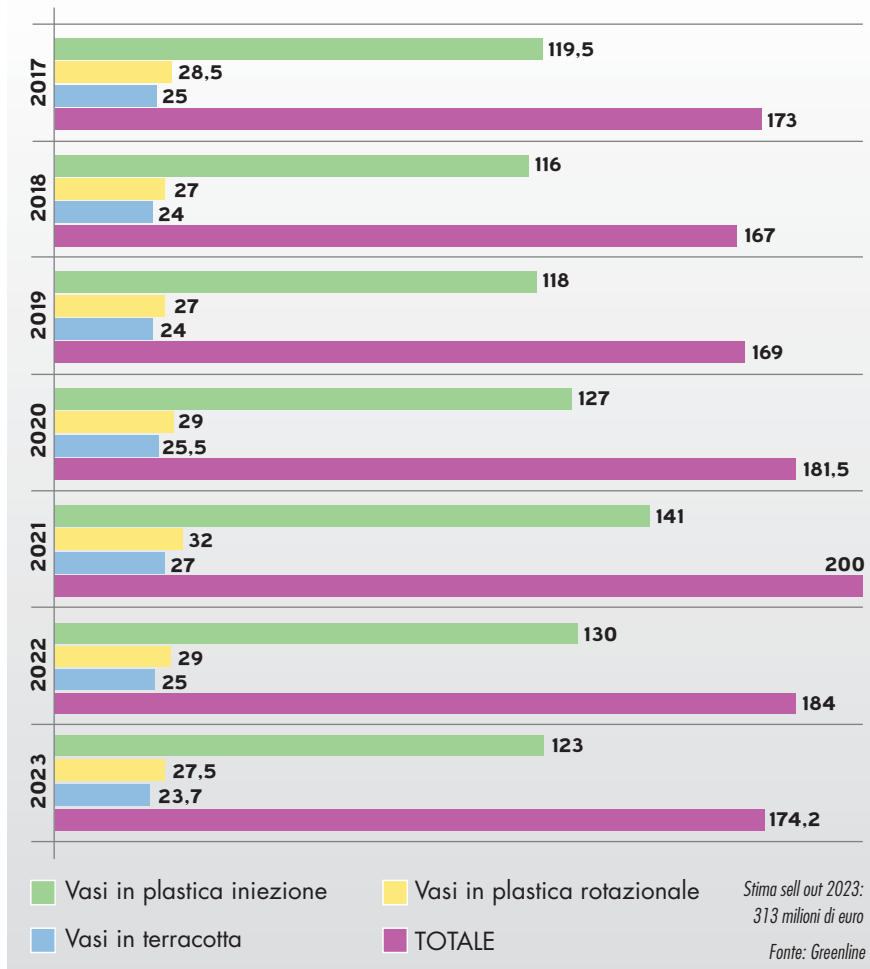
**Piergiorgio Loperfido**

*Ceo*

Il mercato 2023 ha subito una **contrazione, legata non tanto a un calo di interesse dei consumatori per il mondo del garden e della coltivazione domestica, quanto a una riduzione del potere d'acquisto** causata dai fenomeni inflattivi e dalla congiuntura economica globale. Va anche menzionato il cambiamento delle abitudini dei consumatori, probabilmente temporaneo, legato allo stile di vita post covid, maggiormente focalizzato sulle attività di svago e interesse, accantonate durante il periodo pandemico.

## IL MERCATO ITALIANO DEI VASI

(in milioni di euro - sell in)



Detto questo si confermano i *trend* di interesse verso il giardinaggio e la creazione di spazi verdi, sia in ambito urbano sia domestico, oltre al crescente interesse verso le problematiche di sostenibilità.

### PLASTECNIC

**Silvia Rossi**

*Responsabile marketing*

Stiamo attraversando anni complicati e dare una lettura di cosa stia accadendo è molto difficile, di fatto la spesa degli italiani si è orientata verso tutto ciò che riguarda la "leisure", principalmente vacanze e ristorazione; la casa e il verde sono passati in secondo piano, pertanto anche i vasi hanno subito un leggero calo. Il tema del verde rimane comunque una tendenza e quello che abbiamo rilevato è **che c'è un forte spostamento verso vasi più decorativi.** Le piante e i fiori sono parte integrante delle abitazioni, sono diventati elementi di arredo per creare atmosfere e una pianta necessita di un vaso che la valorizzi.

**Il tema della sostenibilità ambientale è sicuramente un altro trend importante.** Dal 2019 abbiamo avviato il programma "Re-Use Re-Love" che ci ha portato nel 2023 a utilizzare più del 70% di plastica riciclata e che punta ad arrivare all'80% in pochi anni.

### TEKNOPLAST - MONACIS

**Pietro Colucci**

*Direttore commerciale*

Emerge un *trend* di consumo volto verso la curiosità, che si può manifestare alla ricerca di **figure di vaseria più insolite, ceramica dell'estremo oriente o di vaseria multiuso.** Per esempio in plastica rotazionale, illuminata con sistemi rgb che coniugano e completano più fattori, eleganza, praticità e arredo.

### TERAPLAST

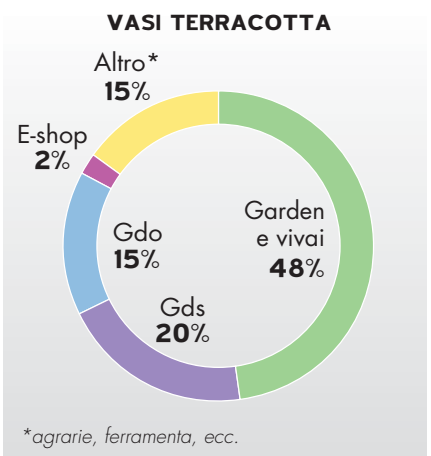
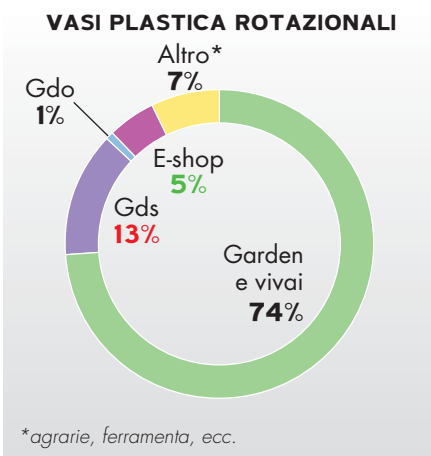
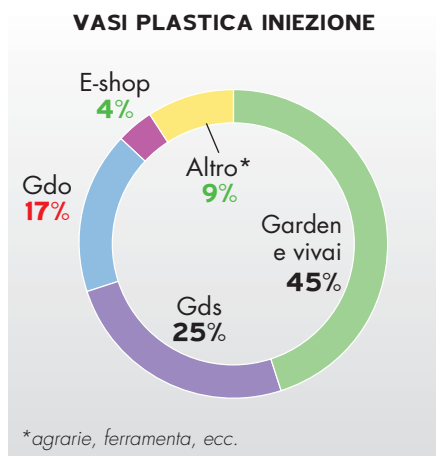
**Ufficio marketing**

Seppur l'andamento del mercato sia da considerarsi "statico", a causa probabilmente anche di una primavera meteorologicamente non favorevole per il nostro settore, nel 2023 ab-



**MARKET SHARE DEI CANALI DISTRIBUTIVI**

(% vendite mercato vasi Italia 2023 per canale)



Fonte: Greenline

biamo registrato un consolidamento della clientela incontrata durante la fase pandemica. Tra i nuovi trend che stiamo analizzando, **notiamo una forte sensibilità in merito alla tematica dell'acqua** con una maggiore attenzione legata al recupero e al riutilizzo di questa preziosa risorsa.

**Aziende più sostenibili dei consumatori?**

*Greenline: Negli ultimi anni un po' tutte le aziende del mercato dei vasi hanno introdotto la "sostenibilità" nelle proprie imprese, sia nei siti produttivi sia nel prodotto finale. Qual è la vostra esperienza?*

**ARCA**  
Mario Cornero

*Direttore commerciale*  
È sempre in aumento l'attenzione al tema dell'ambiente e, a nostro parere, **la plastica presenta caratteristiche pienamente compatibili con le crescenti esigenze di ecosostenibilità**, in quanto si tratta di materiale che per sua natura permette il riciclo totale e che presenta caratteristiche funzionali, estetiche e di costo difficilmente eguagliabili. Ciò implica l'esigenza di un maggior controllo da parte di tutti, istituzioni comprese, su potenziali fenomeni di "greenwashing". Per quel che riguarda **Arca**, le principali colorazioni delle linee sia garden sia coltivazione sono realizzate con minimo il 95% di plastiche riciclate derivanti dalla raccolta differenziata domestica, oltre che al 100% riciclabili. **Arca** offre una gamma diversificata adatta a ogni tipo di target. Le linee "classiche", di cui Arca è stata l'iniziatrice, sono ormai da anni diventa-

te parte indispensabile di ogni assortimento. Si tratta del similcotto e del similcotto spazzolato, che ripropongono le caratteristiche del tradizionale vaso in terracotta e coccio, ma in chiave più attuale. Le linee di design - studiate per un target moderno e sempre più esigente - presentano forme e finiture sia semplici e "minimalistiche" sia "più sinuose" e accattivanti, in grado di esaltare ambienti pubblici e privati, sia indoor sia outdoor. L'offerta è ampia e include balconette, fioriere, vasi e portavasi delle più svariate forme,

dimensioni e colori che possono ricreare effetti estetici unici.

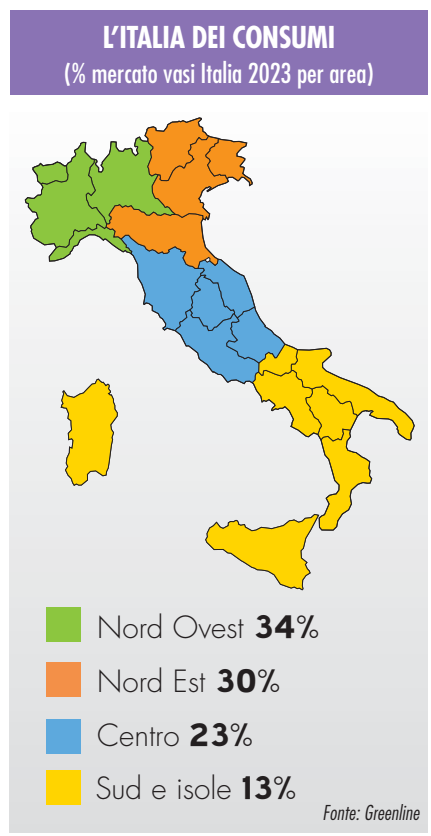
**ART PLAST**  
Davide Baraggioli

*Junior sales manager*  
Nella nostra realtà ottimizziamo ogni aspetto della produzione, dall'efficienza delle macchine al minore consumo di energia elettrica dovuto all'implementazione del fotovoltaico in ciascun sito produttivo.

**Il mercato lo guida il fruitore finale, che è sempre più attento all'acquisto di prodotti riciclati e riciclabili.**

Oltre il 90% della nostra produzione è composta da prodotti riciclati e la comunicazione in questo senso diventa l'argomento centrale.

Sui vasi in particolare vantiamo due tipi di certificazioni: "Plastica seconda vita" e "Remade in Italy". **Art Plast** è tra le prime aziende in Italia certificate da **Ippr (Istituto per la Promozione delle Plastiche da Riciclo)**, con il marchio "Plastica seconda vita", una certificazione dedicata ai manufatti ottenuti dalla valorizzazione del riciclo dei materiali plastici. Introduce i concetti di qualità e durabilità nelle materie plastiche da riciclo e ne garantisce la tracciabilità in tutta la sua filiera. "Remade in Italy", invece, permette al prodotto di rientrare nel codice appalti per le pubbliche amministrazioni, nel Cam (criteri ambientali minimi) ed esonera dal pagamento della *plastic tax*.



**EDELMAN**  
Fabio Casotto

*Agente Italia*  
È la nostra direzione da anni e nel 2023 abbiamo raggiunto la certificazione di azienda ecosostenibile.





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


Il Paese Verde mette a disposizione di hobby-farmer e greenlover le sue conoscenze del mondo del verde, per **nutrire, proteggere e curare** le piante nel pieno rispetto della vita e dell'ambiente. Un'ampia gamma di concimi, prodotti per la **cura delle piante, terricci e disabitanti** in grado di coniugare efficacia, qualità e sostenibilità. Il Paese Verde è un marchio Wefert.

Scopri tutti i nostri prodotti su [www.ilpaeseverde.it](http://www.ilpaeseverde.it)



# ilPaese Verde

 [il\\_paese\\_verde](https://www.instagram.com/il_paese_verde)

 [paeseverde](https://www.facebook.com/paeseverde)



## trade mktg

Abbiamo introdotto il brand “Because We Care” su alcuni dei nostri prodotti, per il contributo al raggiungimento degli obiettivi sostenibili Sustainable Development Goals (Sdg3, Sdg8, Sdg12, Sdg13, Sdg16 e Sdg17). Un progetto che coinvolge tutti i reparti dell’azienda, dal rapporto con il personale, agli acquisti, alla distribuzione. Un progetto ambizioso, già in sviluppo da mesi. Le richieste principali sono al momento dall’area nord europea, dove vengono usati questi criteri per una selezione delle aziende e dei prodotti. Molto meno nella nostra amata Italia.

### GARDEN ITALIA VASI

Daide Mazzucchelli

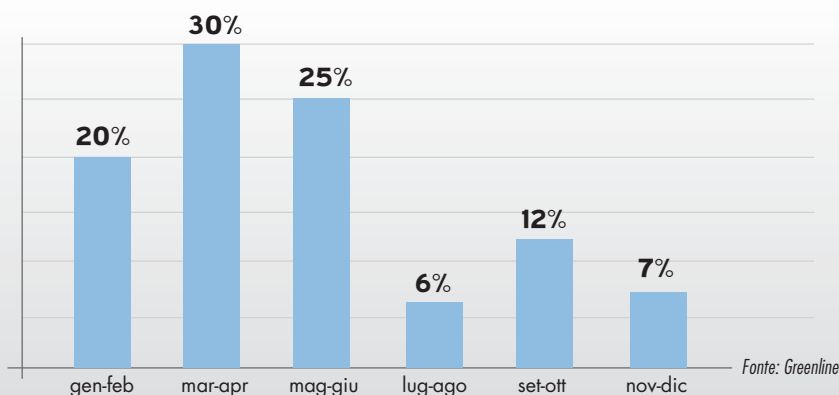
Ufficio commerciale

In tema di sostenibilità è ormai fuori discussione che il cambiamento climatico abbia effetti tangibili anche sull’economia del nostro paese; basti pensare alla siccità, agli eventi frequenti di grave intensità, alle ondate di calore che negli ultimi anni hanno creato danni direttamente al nostro settore e di riflesso anche sull’intera economia.

Smossi dalla consapevolezza di far parte di un sistema interconnesso, abbiamo adottato delle pratiche più ecosostenibili volte ad alleggerire la nostra impronta sul pianeta: l’impiego di fonti rinnovabili per la produzione dei vasi e l’utilizzo di materiale in parte riciclato per realizzare degli articoli totalmente riciclabili sono esempi tangibili. Dopo anni dall’avvio del nostro “turning green” possiamo affermare che sicuramente **vi è un aumento della consapevolezza ambientale specialmente nelle nuove generazioni, tuttavia abbiamo la percezione che siamo ancora lontani dall’essere in presenza di un “fenomeno di massa”**. Nella scelta di acquisto riteniamo che una buona parte dei consumatori finali consideri ancora un fattore determinante il prezzo, più che l’anima *green* del prodotto. Nonostante ciò crediamo che il futuro dei prodotti ecosostenibili dipenda da un impegno congiunto di aziende, *social* e istituzioni. Sta a noi imprese infatti continuare a guidare la transizione proponendo dei prodotti ecosostenibili più facilmente accessibili, mentre è compito di chi li rivende e degli *influencer* sensibilizzare il consumatore rispetto a un acquisto a minor impatto ambientale e delle istituzioni premiare le *good practice* con sgravi fiscali e incentivi.

### I TEMPI DEL SELL OUT

(% mercato vasi Italia 2023 per periodo di vendita)



### MIPLAST

Pierluigi Migliorati

Ceo

A nostro avviso, **la maggior parte dei consumatori finali rimane ancora attenta solamente al prezzo**, mentre sono più che altro le aziende che si stanno impegnando a portare avanti il discorso della ecosostenibilità.

### NICOLI

Luca Balbo

Responsabile commerciale

Nicoli investe da molti anni nella riduzione dell’impatto ambientale in tutte le aree funzionali dell’azienda. Per la nostra produzione utilizziamo anche energia elettrica rinnovabile, sia autoprodotta di origine fotovoltaica sia acquisendone da partner certificati di origine eolica e idroelettrica, energia che alimenta macchinari a basso consumo.

Forti della nostra esperienza nel settore florovivaistico, dove da anni produciamo vasi con materie prime riciclate e riciclabili certificate (cyclos e Nir), anche per vasi e fioriere del nostro catalogo Garden utilizziamo il 94% di plastica riciclata e riciclabile (post consumo e post industriale).

Il marchio Second life, che apponiamo sui nostri prodotti delle linee Garden e sul materiale di comunicazione per i punti vendita, certifica e promuove l’impegno di Nicoli per il rispetto dell’ambiente. Utilizziamo inoltre imballi ecologici e investiamo in ricerca di nuovi materiali *eco-friendly*.

**La maggior parte dei rivenditori e delle catene presenti nel mercato sta aumentando l’attenzione per vasi sostenibili, ma con diversi livelli di attenzione e spazi espositivi dedicati e in misura minore di quanto avviene in altri paesi europei.**

### PASQUINI & BINI

Piergiorgio Loperfido

Ceo

Sempre di più rivenditori e consumatori chiedono prodotti sostenibili e plastiche riciclate e riciclabili. Materiali che fino a pochi anni fa erano guardati con sospetto, come le plastiche riciclate, adesso sono considerati virtuosi anche in settori baluardo della qualità dei manufatti (es. *automotive*). Viene naturale pensare che anche **il mondo dei vasi deve rispondere a questa esigenza, essendo per definizione il prodotto a contatto con le piante e “fautore” della crescita e diffusione stessa del verde.**

### PLASTECNIC

Silvia Rossi

Responsabile marketing

Il progresso economico ormai da anni procede su un percorso che non è più sostenibile dal punto di vista ambientale, in questo scenario le imprese hanno un ruolo primario e fondamentale nel farsi portatrici di nuove modalità, sia in termini di offerta di prodotti a basso impatto ambientale sia in termini di adozione di tecnologie e comportamenti rispettosi degli equilibri ambientali.

Per i consumatori il tema della sostenibilità è principalmente associato all’attenzione al clima e all’ambiente, a un impiego maggiore di energie rinnovabili e al rispetto delle risorse naturali. Questa attenzione dei consumatori è rivolta anche ai vasi e di conseguenza i rivenditori a loro volta fanno scelte di prodotti/fornitori “ecosostenibili”, anche se di fatto manca ancora una cultura consolidata, poiché il mercato è intriso di falsi miti e di slogan non sostenuti da reali conseguenze positi-



# TERCOMPOSTI

# TRIPLUO®

**NUOVA LINEA HOBBY**  
SOLO NEI MIGLIORI PUNTI VENDITA



[WWW.TERCOMPOSTI.COM](http://WWW.TERCOMPOSTI.COM)





# IPIERRE® GARDEN

## CON LE PISTOLE IPIERRE, INNAFFIARE SARA' UN GIOCO DA RAGAZZI.

Con l'arrivo dell'estate, il caldo si fa sentire e il tuo giardino ha bisogno di acqua.

Per innaffiare facilmente prato, piante e fiori, scegli le **pistole Ipierre Garden**: pratiche, semplici da usare e funzionali, realizzate in materiali di alta qualità garantiti dall'esperienza Ipierre.



**23780**

Pistola JUNIOR con lancia regolabile



**23790**

Pistola JUNIOR con innaffiatore



ve sull'ambiente o addirittura da comportamenti non completamente attuabili in termini pratici, fenomeno definito "greenwashing". È proprio su questo tema che le aziende hanno una grossa responsabilità nel costruire una cultura sull'argomento e non bisogna essere troppo deboli sul piano comunicativo. **Dobbiamo conquistare la fiducia dei consumatori, in particolare di questa "green generation" che non ha un'età specifica ma è trasversale alle varie categorie, dai boomer alla generazione Z**, dimostrando di essere realmente attivi nell'impegno a tutto tondo sulle tematiche legate alla sostenibilità, dalla tutela dell'ambiente ai diritti dei lavoratori.

### TERAPLAST

Ufficio marketing

Da anni in **Teraplast** siamo impegnati sul fronte della sostenibilità. L'inizio del nostro impegno coincide con l'introduzione di materie prime post consumo all'interno del ciclo produttivo e l'installazione dell'impianto fotovoltaico per l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili. Nel 2018 abbiamo ottenuto la certificazione "Plastica seconda vita" da **Ippr (Istituto per la Promozione delle Plastiche da Riciclo)** che identifica la quantità di plastica riciclata e riciclabile presente in ciascun prodotto. Negli anni a seguire, con la nascita del brand **Tera**, abbiamo sviluppato nuove collezioni iconiche sempre seguendo i principi dell'economia circolare.

**Dallo scorso anno l'azienda deposita a cadenza annuale il bilancio di sostenibilità** redatto su base volontaria e secondo gli standard internazionali del Global Reporting Initiative (Gri). **Il bilancio documenta l'impegno aziendale in termini di sostenibilità non solo ambientale ma anche sociale ed economica e permette a Teraplast di monitorare costantemente il piano di sviluppo sostenibile aziendale.** Siamo convinti che le imprese svolgano un ruolo cruciale nella transizione verso un modello produttivo meno impattante per l'ambiente e la comunità. Ed è proprio su questo che stiamo concentrando i nostri sforzi, per valutare e adottare pratiche di produzione e gestione che riducano il consumo di risorse e ponendoci sempre in relazione aperta nei confronti del territorio, sostenendo e coinvolgendo la comunità.

Attraverso supporti e canali diversificati, cerchiamo di comunicare il nostro impegno con il consumatore finale e di coinvolgerlo nell'intraprendere scelte sostenibili. Con il passare del tempo ci stiamo accorgendo che i nostri clienti ci riconoscono per questo anche se, nel nostro settore, il tema della sostenibilità certificata e che crea valore non è al primo posto delle priorità. Questo lo notiamo sia con il confronto con i responsabili degli acquisti, sia con i buyer e anche con i clienti. Un'anomalia, considerando che il nostro mercato per "natura" dovrebbe essere il volano per la sensibilizzazione alla sostenibilità.

Per ragioni di spazio non abbiamo potuto riportare tutte le risposte. Trovate il servizio completo su [www.greenretail.it](http://www.greenretail.it) fotografando il codice Qr.



Scopri tutti i prodotti  
Ipierre Garden

**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





**VANITOSA  
PER NATURA.**



[www.leonessavivai.it](http://www.leonessavivai.it)



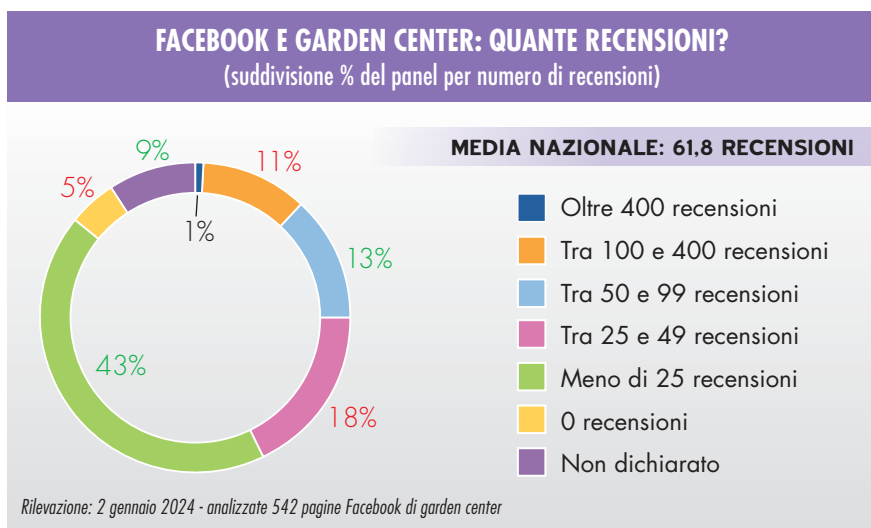
# Garden più amati nel 2023 su facebook

**Nel 2023 il giudizio dei garden center italiani su Facebook è salito a 4,65 stelle. Abbiamo analizzato i giudizi degli utenti su 542 punti vendita nel social più utilizzato. Ecco tutti i risultati!**

Nel 2023 le recensioni su Facebook dei centri giardinaggio italiani sono sensibilmente migliorate, passando da 4,61 a 4,65 stelle. La valutazione era già molto alta nel 2022, ma è ulteriormente migliorata.

Ricordiamo che **Facebook** stimola gli utenti a esprimere una valutazione delle *pagine* ufficiali delle imprese, attraverso l'espressione di un giudizio e di un voto da 0 a 5 stelle e che dal 2021 analizziamo nel dettaglio questo fenomeno. Con il duplice obiettivo di evidenziare le performance migliori e misurare nel corso del tempo l'andamento del gradimento dei centri giardinaggio italiani sul *social network* più importante in Italia.

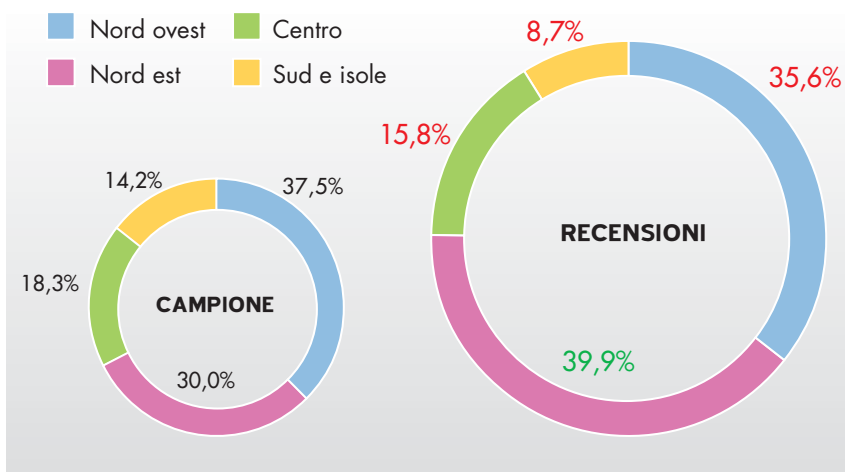
Per analizzare l'attività nel 2023 abbiamo monitorato l'attività di **542 pagine Facebook ufficiali di centri giardinaggio italiani** che hanno raccolto in totale 28.687 recensioni, con un **incremento del 35,2%** rispetto alle 21.211 di fine 2022. Pari a oltre 7.400 recensioni in più, contro le 5.287 raccolte nel 2022: **sembra quindi che gli utenti siano maggiormente disposti a rilasciare recensioni su Facebook.**





## 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)

VERONA	3.489	
MILANO	1.715	
TREVISIO	1.487	▲
TORINO	1.435	▲
BRESCIA	1.314	▼
BERGAMO	1.131	▲
ROMA	1.126	▼
MONZA	1.123	
PADOVA	1.016	▲
BOLOGNA	961	▼

Fonte: Greenline

Fonte: Greenline

### Il 9% "non dichiara"

Se dovessimo raffigurare graficamente le recensioni degli oltre 500 garden center analizzati sceglieremmo un iceberg. Sono infatti davvero pochi i negozi che hanno più di 100 votazioni: il 12% del totale, di cui solo l'1% supera le 400 recensioni. Anche se la

media nazionale è di **61,8 recensioni** (contro le 51,9 di fine 2022) la grande maggioranza, il 43%, ha meno di 25 votazioni e il 5% neanche una. Nel 2023 sono poi in aumento le attività che nascondono i giudizi: è una possibilità che **Facebook** permette e l'ha adottata il 9% delle 542 pagine totali analizzate, contro il 5% del 2022.

### Dove sono espresse le recensioni

Nel 2023 le recensioni su **Facebook** sono aumentate in particolar modo nei garden center ubicati nelle regioni del nord-est del paese: oltre il 50% di quelle registrate in tutta Italia lo scorso anno.



Bancale espositore in alluminio



Carrello Cabriolet



Carrello DC



Carrello Vivaio e Garden

## ORGANIZZAZIONE ORLANDELLI

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**

ORGANIZZAZIONE ORLANDELLI

seguici su

info@orlandelli.it  
 (+39) 0376 960311

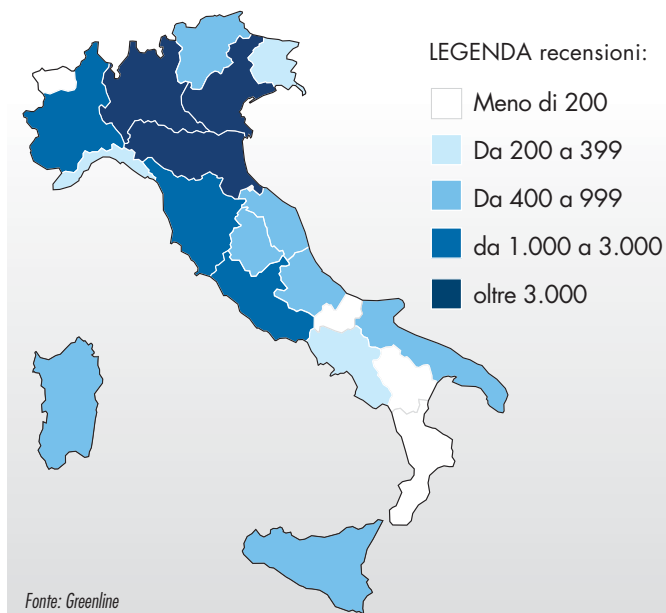
shop online  
**orlandelli.it**





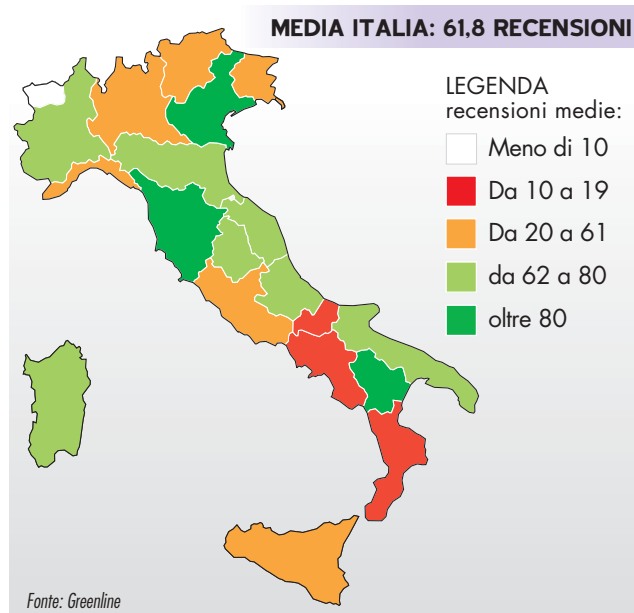
## RECENSIONI TOTALI: LE REGIONI PIÙ COMMENTATE

(numero totale di recensioni per ogni regione)



## RECENSIONI MEDIE: LE REGIONI PIÙ COMMENTATE

(numero medio di recensioni per ogni negozio)



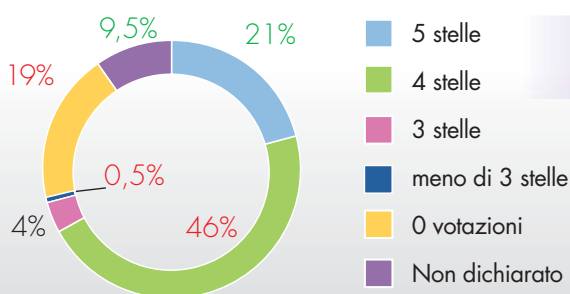
Pur rappresentando numericamente il 30% del campione dei negozi, i centri giardinaggio del nord-est hanno raccolto il 39,9% delle recensioni totali (era il 35,3% nel 2022).

Risultano più allineate le prestazioni del nord-ovest e del centro Italia, mentre scontano un certo ritardo i negozi dell'area sud+isole: con il 14,2% del campione raccoglie solo l'8,7% delle recensioni (era il 10% nel 2022).

Se spostiamo l'analisi sulle singole regioni, troviamo ai primi posti la **Lombardia** con 7.455 recensioni

## FACEBOOK E GARDEN CENTER: QUANTE STELLE?

(suddivisione % del panel per numero di stelle)



MEDIA NAZIONALE:  
4,68 STELLE

Rilevazione: 2 gennaio 2024  
542 pagine di garden center analizzate

Fonte: Greenline

## RECENSIONI: I GARDEN CENTER PIÙ COMMENTATI SU FACEBOOK

(i garden center che hanno il maggior numero di recensioni su Facebook nel 2023 - confronto con 2022)

GARDEN CENTER	CITTÀ	RECENSIONI	RENK	TREND
1. FLOVER VILLAGGIO DI NATALE	Bussolengo (VR)	2.366	0	▲▲▲▲
2. BARDIN GARDEN CENTER	Lancenigo (TV)	847	+ 1	▲▲▲▲
3. PERAGA	Mercenasco (TO)	675	+ 1	▲▲▲
4. AGRİ BRIANZA	Concorezzo (MB)	600	+ 1	▲▲▲
5. CENTRO VERDE MORANDI	Caravaggio (BG)	555	+ 2	▲▲▲
6. STEFLOR	Paderno Dugnano (MI)	518	- 4	▲
7. FLORICOLTURA QUIAIATO	Castel D'Azzano (VR)	456	+ 1	▲▲
8. IL VILLAGGIO DI BABBO NATALE DI MONDO VERDE	Taneto di Gattatico (RE)	398	- 2	▲
9. GREEN VILLAGE	Cittadella (PD)	394	+ 7	▲▲
10. ZOCCA GARDEN CENTER	Saccolongo (PD)	386	+ 20	▲▲▲

+/- RANK: posizioni guadagnate o perse nel 2023 - confronto 31/12/2022 - 31/12/2023

TREND: aumento delle recensioni nel 2023

LEGENDA: ▲ meno di 100 recensioni   ▲▲ tra 100 e 200 recensioni   ▲▲▲ tra 200 e 300 recensioni   ▲▲▲▲ oltre 300 recensioni

Fonte: Greenline



# bavicchi

## La pallina di grasso per l'estate

Con l'arrivo della stagione estiva, è essenziale garantire ai nostri amici volatili l'alimento necessario per nutrirsi.

Le nostre **PALLINE DI GRASSO ESTATE** della linea **WILDLIFE "gourmet"** sono la scelta perfetta per mantenere gli uccellini nel loro habitat preferito.

Composte da miscele di semi particolarmente appetibili, queste palline completano la gamma **BAVICCHI** per il mondo **WILDLIFE**.



## CINQUEmetri sport e sole

Il nostro **CINQUEmetri sport e sole** è la soluzione ideale per ravvivare e riparare le aree danneggiate dal maltempo e dal calpestio.

Questo prodotto offre una riparazione rapida e duratura, assicurando un tappeto erboso rigoglioso e resistente, perfetto per ogni tipo di attività.

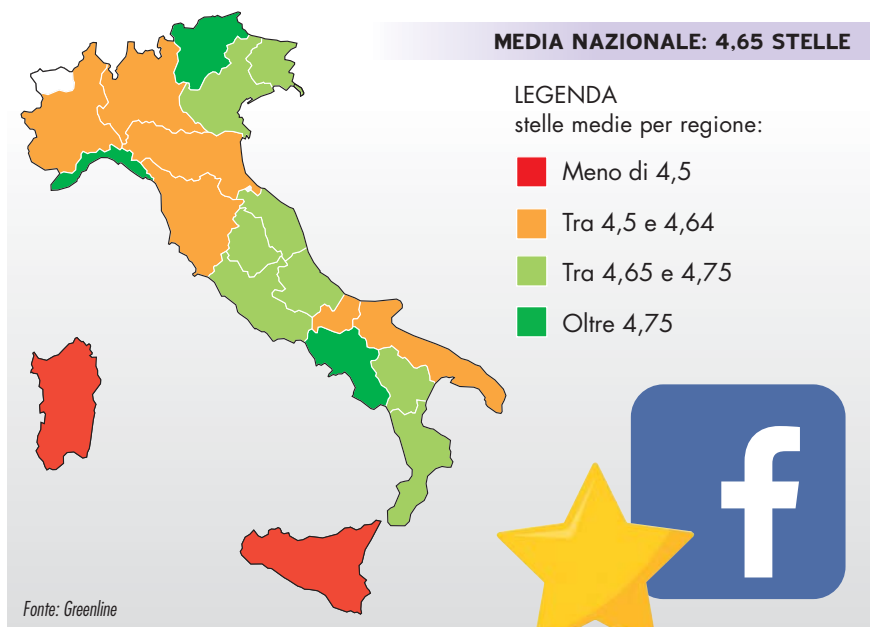
**CINQUEmetri sport e sole** garantisce un prato da gioco impeccabile in ogni stagione.





### STELLE: LE REGIONI PIÙ AMATE

(voto medio di gradimento su Facebook per regione)



totali (media 56,9 per ogni negozio) e il **Veneto** con 7.399 (102,8). Al terzo posto, più distanziata, l'**Emilia Romagna** con 3.140 recensioni (73,0). Avendo una popolazione maggiore è normale siano ai primi posti: se analizziamo solo la **media delle recensioni per ogni negozio** (61,8 nel 2023) spiccano con performance superiori alla media nazionale la Toscana (89,0), l'Abruzzo (79,4), l'Umbria (73,0), il Piemonte (68,4), la Sardegna (68,3), le Marche (65,8) e la Puglia (64,5). **Le regioni che nel 2023 hanno rac-**

**colto il maggior numero di recensioni sono il Veneto (+2.944), la Lombardia (+1.411) e l'Emilia Romagna (+862).** I centri giardinaggio di **Verona** si confermano al primo posto per le recensioni su **Facebook**, con oltre 3.400 giudizi. Seguono molto distanziate **Milano** (1.715), **Treviso** (1.487) e **Torino** (1.435). **Il predominio veneto nel 2023 si evidenzia nell'analisi delle province che hanno raccolto il maggior numero di recensioni lo scorso anno: Verona (1.770), Padova (487), To-**

### STELLE: I GARDEN CENTER HANNO MEDIAMENTE 4,65 STELLE

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

NORD OVEST	4,59	★
NORD EST	4,70	★
CENTRO	4,69	★
SUD E ISOLE	4,64	★
<b>MEDIA ITALIA</b>	<b>4,65</b>	★

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	4,75	★
2. ROMA	4,74	★
3. VARESE	4,74	★
4. BERGAMO	4,74	★
5. PADOVA	4,72	★
6. TREVISO	4,71	★
7. VERONA	4,67	★

Fonte: Greenline

**rino (405), Monza (372), Treviso (363) e Bologna (321).**

### I garden center più recensiti d'Italia

Anche l'analisi dei centri giardinaggio che hanno raccolto il maggior numero di recensioni totali vede i negozi del Veneto nelle prime posizioni e con 5 posti tra i primi 10. È la pagina **Flover Villaggio di Natale** di Verona quella che ha il maggior numero di recensioni: ben 2.366. Seguono a una certa distanza **Bardin Garden Center** di Treviso (847) e **Peraga** di Torino (675). Gli altri centri giardinaggio veneti presenti nella "top 10" sono **Floricoltura Quiato** di Verona (456) e i due negozi padovani **Green Village** (394) e **Zocca Garden Center** (386). Nell'area "centro" spiccano **Febo Garden** di Pescara (246 recensioni, al 24° posto della classifica generale), **Giromagi** di Arezzo e **Ghiomelli** di Livorno. Nell'area *sud+isole* segnaliamo **La Serra Fiorita** di Cagliari (con 364 recensioni, al 12° posto della classifica generale), **Garden Foggia** e **Floral Gitto Garden** di Palermo.

### WEB REPUTATION SU FACEBOOK: I GARDEN CENTER PIÙ AMATI

(i garden center con le migliori recensioni su Facebook)

GARDEN CENTER	CITTÀ	STELLE	RECENSIONI
1. FLORDENNY	Granarolo dell'Emilia (BO)	5	163
2. CASA NATURA VIVAIO	Taranto	5	119
3. DE ANTONI GARDEN	Camisano Vicentino (VI)	5	108
4. DOLOMITI GARDEN	Belluno	5	80
5. FLORICOLTURA ROBAZZA	San Mauro Torinese (TO)	5	74
6. GIANNINI VIVAIO GARDEN CENTER	Conversano (BA)	5	70
7. VERDE FLORA	Viterbo	5	65
8. MB GARDEN	Massa	5	64
9. VIVAI ETNA	Gravina di Catania (CT)	5	64
10. PELLEGRINI GARDEN	Civitanova Marche (MC)	4,9	199

Campione: i garden center che hanno almeno 62 recensioni, cioè la media nazionale nel 2023

Fonte: Greenline



” **DA 50 ANNI**  
 L'ACQUA  
 DOVE VUOI ANCHE  
**NELLE GIORNATE**  
**DI SOLE**  
**MADE IN ITALY** “

**EFF3**  
 GARDEN



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](http://www.gruppogieffe.com) ]



# EASY LIFE, EASY SPRAYERS.



BATTERIA  
AL LITIO  
O AL  
PIOMBO

## IRRORATRICI E NEBULIZZATORI DA GIARDINO FERRARI GROUP

Da **Ferrari Group** un'ampia gamma di erogatori a batteria per il trattamento di giardini di piccole e medie dimensioni.

Realizzati con **materiali di alta qualità**, tutti i prodotti sono corredati da batteria al litio o al piombo, con serbatoio di diverse capacità, lancia regolabile e spallatura ergonomica.

**Ferrari Group è da sempre il tuo partner per la cura del giardino.** Scopri tutti i prodotti del nostro ampio catalogo, pensati per ogni esigenza della cura del verde.



 **FERRARI**<sup>®</sup>  
group

FERRARI GROUP S.R.L.

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

Le pagine Facebook che invece hanno raccolto più recensioni nel 2023 sono, nell'ordine: **Floer Villaggio di Natale, Bardin Garden Center di Treviso, Zocca Garden Center, Peraga di Torino e Agri Brianza di Concozzo (MB).**

**Sale il giudizio dei garden center italiani: 4,65 stelle**

L'indice di gradimento dei centri giardinaggio italiani è sempre più alto: la **media nazionale è di 4,65 stelle**, in crescita rispetto alle 4,61 stelle del 2022.

Sui 542 garden center analizzati **il 21% ha 5 stelle** (era il 20% un anno prima): sono 113 negozi contro i 95 del 2022. La maggior parte dei negozi analizzati ha una votazione di 4 stelle: sono il 46%, mentre sono solo il 4% ha un voto di 3 stelle. Il 19% non ha ottenuto alcun voto (era il 20%) e il 9,5% non lo dichiara.

L'aumento delle recensioni nell'area nord-est ha trainato verso l'alto anche la quotazione: è la zona più "gradita" con una media di 4,70 stelle (dalle 4,67 del 2022) e ha superato i negozi del centro Italia (4,69 stelle, in leggero calo).

**Sono a Vicenza i garden center più amati d'Italia**

Se analizziamo le regioni, i centri giardinaggio che piacciono di più sono in Campania (4,8 stelle come voto medio), in Trentino Alto Adige (4,79) e in Liguria (4,77).

**Le regioni che hanno migliorato la propria valutazione nel 2023 sono, in ordine di incremento, il Molise, la Puglia e la Lombardia.** Al contrario, hanno peggiorato la media regionale Toscana, Sardegna e Abruzzo.

Per confrontare le singole città e non entrare troppo nel dettaglio (molte province hanno 1 solo negozio), abbiamo introdotto il limite della presenza di almeno 10 punti vendita. Tra le province che hanno almeno 10 garden center analizzati, si conferma al primo posto **Vicenza** con un voto medio di 4,75 stelle, in crescita rispetto alle 4,72 del 2022. Al secondo, con 4,74 stelle medie, si affermano i centri giardinaggio di **Roma, Varese e Bergamo.**

**I garden center che hanno aumentato maggiormente la propria reputazione nel 2023 sono quelli di Varese, Verona, Brescia e Como.**

**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 61,8 giudizi. **Dai 542 garden center analizzati l'analisi si è ristretta quindi a 119 negozi.**

In totale abbiamo rilevato 113 garden center con 5 stelle (erano 95 nel 2022) ma solo 9 hanno più di 62 recensioni. Sono **Flordenny** di Bologna (con 163 recensioni), **Casa Natura Vivaio** di Taranto, **De Antoni Garden** di Vicenza, **Dolomiti Garden** di Belluno, **Floricoltura Robazza** di San Mauro Torinese (To), **Giannini Vivaio Garden Center** di Conversano (BA), **Verde Flora** di Viterbo, **Mb Garden** di Massa e **Vivai Etna** di Gravina di Catania. Nella "top 10" entra anche **Pellegrini Garden** di Civitanova Marche (MC) con 4,9 stelle espresse dal maggior numero di utenti (199).

DAI AI TUOI CLIENTI LE  
INFORMAZIONI BOTANICHE DI  
CUI HANNO BISOGNO...

**E' FACILE CON  
BOTANICA ON WEB!**



### CARTELLONISTICA

Botanica on Web permette di gestire e produrre la comunicazione per i prodotti del tuo punto vendita in modo semplice e veloce.

Scegli le piante, aggiungi messaggi promozionali, prezzi o sconti e stampa in A3, A4, A5 e Archetto, anche con layout personalizzati!



### APP OPERATORE MOBILE

Botanica on Web è disponibile su smartphone per gli operatori del reparto piante.

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

### KIOSK SELF SERVICE

Postazioni self service nel Garden Center dove i clienti, in autonomia, possono interagire con Botanica on Web e trovare tutte le informazioni botaniche, le indicazioni sulla cura o sulle caratteristiche di ogni pianta. Potrai soddisfare, così, ogni loro curiosità o necessità!





## >> nuove aperture



### Inaugurato il nuovo negozio Obi di La Spezia



Venerdì 1° marzo **Obi** ha aperto le porte del suo primo negozio sul territorio ligure, nella città di La Spezia.

Il punto vendita copre una superficie di 6.100 mq, è aperto 7 giorni su 7 e presenta un assortimento di oltre 50.000 prodotti, che spaziano da fiori e piante, insieme a tutto il necessario per la costruzione e l'arredo del giardino, a ogni genere di elettrodomestico fino a un'area interamente dedicata all'arredo bagno, oltre agli spazi per le vernici e il legno. È stata inoltre creata un'area dedicata

alla personalizzazione degli interni, che offre una vasta gamma di prodotti per la decorazione e la sistemazione della casa, comprese molteplici soluzioni per l'illuminazione.

Disponibili anche una serie di servizi su misura, come *Posa Pro*, il servizio di installazione pensato da **Obi** per assistere la clientela dal disegno progettuale degli ambienti sino al sopralluogo di fine lavori.

Il nuovo punto vendita si distingue per la forte attenzione all'ambiente attra-

verso l'impiego di energie rinnovabili, il ripristino della qualità del suolo, la progettazione paesaggistica delle aree verdi e la scelta di nuove specie vegetali.

[www.obi-italia.it](http://www.obi-italia.it)

### Evoluzione Brico: due aperture in Sicilia a insegna Bricolarge

**Ggm**, associato **Evoluzione Brico** con insegna **Bricolarge**, ha aperto il 1° marzo a Gela (CL).

La superficie del negozio è di 500 mq e in primavera si amplierà l'area coperta con la costruzione di un *dehors*. I settori trattati sono: ferramenta, utensileria,

vernici, legno, edilizia, antinfortunistica, auto, illuminazione, elettricità, bagno e arredo, sistemazione.

Interessante la presenza di un banco servito, incentrato soprattutto sulla minuteria idraulica e di ferramenta rivolta al piccolo artigiano, con l'obiettivo di

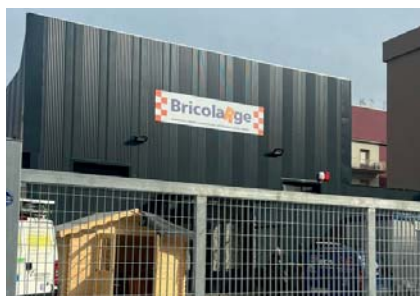
non far mancare alla clientela il punto di forza principale delle ferramenta tradizionali.

Al servizio di duplicazione chiavi, già presente, saranno aggiunti il tintometro e il taglio legno, che potranno essere inseriti grazie all'allestimento dell'ampio *dehors* esterno.

A distanza di una settimana, la famiglia **Leone** ha inaugurato un nuovo negozio **Bricolarge** a Caltagirone (CT). Il locale, sebbene di dimensioni ridotte (circa 400 mq), presenta in sintesi tutte le categorie principali necessarie nel settore brico-garden, esaltando in maniera particolare il settore elettrico e quello dell'illuminotecnica con

la presenza di un banco servito all'ingresso. Il negozio **Bricolarge** affianca una superficie su cui sorge un negozio **Expert** realizzato secondo i nuovi dettami stilistici dell'insegna e al cui interno si trova anche un ben realizzato corner **Kasanova**.

[www.evoluzione-brico.it](http://www.evoluzione-brico.it)  
[www.bricolarge.com](http://www.bricolarge.com)



# In **Pvg**, sviluppo e innovazione hanno una coscienza **eco-sostenibile**

*Le taniche di combustibile  
sono ancora più green.*

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, ma con uno sguardo sempre attento all'impatto sull'ambiente. In questi 40 anni, l'azienda si è costantemente impegnata per favorire la ricerca e lo sviluppo di operazioni commerciali sostenibili, con prodotti e servizi anch'essi sostenibili.

L'essere precursore nell'implementare un'economia circolare e offrire ai consumatori alternative che limitano l'impronta ecologica sono i valori cardine dell'azienda.

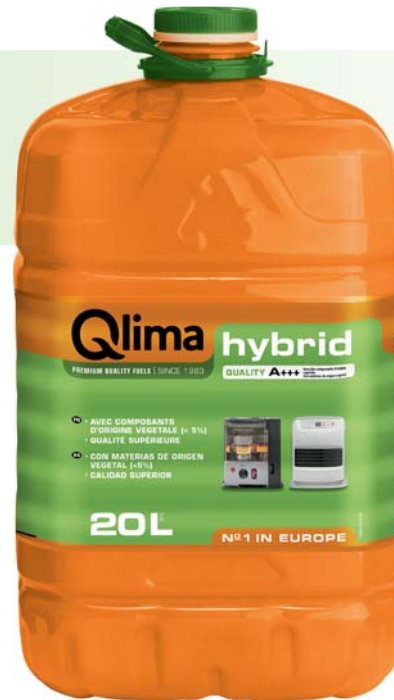
Per dare maggiore struttura a questo impegno, **Pvg** ha fatto propri gli standard di valutazione Esg, che misurano tre fattori principali nella sostenibilità: ambiente, sociale e *governance*. I criteri più importanti per valutare l'impatto etico degli investimenti in un'azienda.

Se da una parte Esg descrive i metodi, i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sdg) delle Nazioni Unite rappresentano i punti per l'attuazione pratica. **Pvg** ha selezionato alcuni di essi come linee guida per continuare a svolgere la propria attività limitando l'impronta ambientale.

Su questa base, alcuni passi sono già stati compiuti e hanno tracciato la strada che **Pvg** continua a percorrere come azienda leader di mercato.

L'introduzione delle taniche di combustibile in Pet, oltre 15 anni fa, è stata il risultato di un considerevole investimento da parte di **Pvg** che, in linea con i propri valori, ha segnato un passo molto importante nel mercato, sostituendo una plastica ad alta densità di polietilene con un materiale altamente riciclabile.

Nell'ambito di un piano più ampio, per aumentare la sostenibilità in tutta la catena di fornitura, è poi



iniziato il perfezionamento della tanica in Pet, con l'intento di ridurre il materiale utilizzato senza compromettere la resistenza e la qualità dell'imballo. Un'innovazione nel design ha quindi permesso a **Pvg**, nel 2023, di creare una **nuova confezione da 375 grammi**.

La riduzione del peso ha un impatto importante per il contenimento di emissioni, che inizia in fase di produzione e prosegue durante i trasporti, oltre che limitare l'immissione di materiale nel nostro ecosistema.

Sviluppo e innovazione non possono prescindere dall'affrontare le sfide climatiche. **Pvg** continuerà quindi a progredire con le proprie iniziative green, tenendo presenti tre punti fondamentali - sviluppo di energie pulite e accessibili, riduzione delle emissioni, produzione e consumi più sostenibili - con l'obiettivo di contribuire a colmare il divario fra economia ed ecologia.

PER INFORMAZIONI:

 [it.pvg.eu](https://it.pvg.eu)



## >> new line

ERBA

### Fioriere e cassette della linea Roof

Erba presenta 4 prodotti della linea **Roof**, dei classici rivisitati secondo le tecniche produttive più avanzate, ecosostenibili e composti dalle migliori miscele plastiche. Si tratta di **Anniversary 50<sup>th</sup>**, **Anniversary Small**, **Cube 50<sup>th</sup>** e **Relax 50<sup>th</sup>**, accomunati da linee rigorose e da una finitura ruvida che li rende fortemente materici. I prodotti possono essere utilizzati insieme, creando combinazioni di colori, altezze e volumi differenti per interpretare al meglio lo spazio da arredare. **Anniversary 50<sup>th</sup>** (75x33x65 cm) e **Anniversary Small** (75x33x33 cm) sono fioriere con cestello, griglia per riserva e predisposizione per le ruote. La fioriera **Cube 50<sup>th</sup>** con cestello, ruote e griglia per riserva, è disponibile nelle misure 33x33x33 cm, 40x40x40 cm e 50x50x50 cm. La cassetta **Relax 50<sup>th</sup>** (in foto), con cestello e griglia per riserva, misura 40x18x18 cm. Tutti i prodotti sono disponibili nei colori antracite, mandorla e tortora, sono riciclabili al 100% e prodotti in Italia.



➔ [www.erasrl.it](http://www.erasrl.it)



VIGORPLANT

### Pula di caffè pellettata, innovativa e sostenibile

Per il 2024 **Vigorplant** propone sul mercato un'importante novità all'interno della linea ammendanti, un prodotto innovativo ricco di nutrimento per piante, fiori, orti e giardini, caratterizzato da un odore gradevole al caffè. Dalla lavorazione del caffè si ottiene infatti una fonte di azoto, potassio, calcio e magnesio per le piante. Costituita da pellet di puro caffè a granulometria uniforme, presenta una porosità tipica e un elevato titolo di azoto, apporta ulteriori elementi nutritivi quali potassio, magnesio e calcio e molecole quali guaranina, caffeina e mateina, permettendo così di nutrire fiori e piante in modo semplice e sostenibile. Si tratta quindi di un ammendante consentito in agricoltura biologica costituito da pellet di puro caffè con una composizione 100% vegetale. È inoltre un prodotto universale per diverse coltivazioni e utilizzi: può essere utilizzato sia in terra sia in vaso anche per utilizzo interno.

➔ [www.vigorplant.com](http://www.vigorplant.com)

VEBI

### Nuovo insetticida concentrato microincapsulato

**Vebi** presenta **Draker Extreme**, il nuovo insetticida concentrato microincapsulato ad ampio spettro d'azione e con doppio effetto, abbattente e residuale. **Draker Extreme** è un'evoluzione dello storico **Draker 10.2**: la microincapsulazione è innovativa, la struttura è a "guscio d'uovo" per una miglior dispersibilità del prodotto, la membrana delle microcapsule è di origine vegetale, derivata dalle alghe. Inoltre, la formulazione di **Draker Extreme** è in base acquosa, senza solventi di origine petrolifera, caratteristiche che rendono il nuovo prodotto una soluzione per la lotta agli infestanti in linea con il percorso di sostenibilità che ha intrapreso l'azienda. **Draker Extreme** è adatto per il controllo di insetti volanti e striscianti ed è disponibile presso le migliori agrarie italiane nelle taglie da 250 ml, 1 litro e 5 litri con un *packaging* ad elevata visibilità.

➔ [www.vebi.it](http://www.vebi.it)



BRUNNEN INDUSTRIE

### Carbonella istantanea Carboncil

**Brunnen Industrie** presenta la carbonella istantanea **Carboncil**, un nuovo tipo di carbone vegetale contenente al suo interno un liquido ecologico derivante dalla fermentazione di prodotti vegetali che ne facilita l'accensione. I vantaggi però non finiscono qui. Con un potere calorifico di 6.400 kcal/kg, uno dei più alti sul mercato, **Carboncil** permette infatti di grigliare in meno tempo. Sostenibile ed ecologica, è pensata per aver il minore impatto ambientale possibile, a partire dalla materia prima fino all'imballo utilizzato. I piani di gestione forestale controllata attuati per l'ottenimento del legno consentono la sostenibilità nel tempo e ogni anno vengono organizzate giornate di rimboschimento nei paesi dai quali deriva la materia prima. Infine, **Carboncil** non contiene derivati di idrocarburi e per sua natura permette di affumicare gli alimenti in modo uniforme e con un sapore unico.

➔ [www.carboncil.it](http://www.carboncil.it)



# Blumen: nuove proposte bio



**Blumen Group**, azienda storica nel mercato italiano del giardinaggio, nasce 100 anni fa e nel tempo ha saputo conquistare un ruolo di primo piano grazie a tre importanti elementi: qualità, innovazione e servizio. La sua capacità di proporre al consumatore prodotti sempre più innovativi è la principale chiave di successo. Oggi i temi importanti che condizionano le scelte dei consumatori sono l'affermarsi della coscienza ecologista, una forte attenzione alla salute e la ricerca di prodotti e servizi che semplifichino le azioni quotidiane.

L'affermarsi della coscienza ecologista e naturalistica ha contribuito a creare un consumatore sempre più alla ricerca di prodotti "amici dell'ambiente", che **Blumen** soddisfa proponendo prodotti per il giardinaggio sostenibili e biologici con imballaggi e formule di origine vegetale. Si tratta di prodotti specifici per la nutrizione delle piante con il marchio **Biofito**, a base di estratti vegetali e di prodotti per la loro cura, completamente naturali, che rinforzano le difese e assicurano una barriera ecologica contro i più comuni parassiti.

**Biofito** propone concimi organici in bastoncini pronti all'uso: **Biofito Pomodori**, ideale per tutti i tipi di pomodoro, utile per soddisfare i fabbisogni nutritivi, favorisce la produzione di frutti abbondanti e gustosi. **Biofito Agrumi**, specifico per piante in vaso, promuove la crescita dell'apparato fogliare e radicale e favorisce lo sviluppo di frutti abbondanti e succosi.

La gamma **Biofito** comprende, inoltre, una linea di prodotti rinforzanti che aumentano le difese con formula-

zioni completamente naturali che assicurano una barriera ecologica contro i più comuni parassiti.

**Biofito Neem**, un olio ottenuto dalla spremitura dei frutti di neem, adatto per trattamenti preventivi e rivitalizzanti, in presenza di attacchi parassitari. Viene assorbito rapidamente dalla pianta e svolge un'azione repellente verso insetti succhiatori e crittogame quali oidio, ticchiolatura, ruggine, ecc. Spruzzato sulle foglie le rinvigorisce e le protegge.

**Biofito Propoli**, a base di sostanze di origine naturale, potenzia naturalmente le difese delle piante e ne migliora la resistenza agli stress biotici e abiotici.

**Biofito Humus di Lombrico**, studiato per rivitalizzare il terreno in modo sano e biologico, ne migliora la struttura, è ricco di sostanza organica, evita lo shock da trapianto, aiuta a mantenere il giusto grado di umidità del terreno, stimola lo sviluppo delle radici ed è inodore.

Sempre nell'ottica della salvaguardia dell'ambiente, **Blumen** ha appena rilanciato la **linea delle sementi biologiche**. L'assortimento è stato ampliato e, oltre a 20 varietà di ortaggi, sono state inserite 10 varietà di aromatiche, tutte certificate da **Ccgb**. Per rendere la nuova linea ancora più sostenibile è stata fatta la scelta di utilizzare un *packaging* realizzato in un materiale molto innovativo, una carta che non utilizza cellulosa proveniente dagli alberi e quindi senza impatto sulle foreste. Una scelta naturale a tutto tondo.

PER INFORMAZIONI:

➔ [www.blumen.it](http://www.blumen.it)



## new line

### IL PAESE VERDE

## La soluzione naturale per la salute delle piante

**Il Paese Verde** presenta **Tricoder**, una soluzione naturale per migliorare la vita delle piante e la fertilità del suolo. Composto principalmente da Trichoderma, componenti vegetali e carbonio organico, **Tricoder** è progettato per ottimizzare l'attività microbica del suolo, fornendo un ambiente ideale per la crescita delle piante. La sua formula unica agisce come un potente antagonista naturale contro una vasta gamma di malattie del terreno, tra cui fusarium, pythium, armillaria, sclerotinia, phytophthora e rizoctonia. Questo contribuisce non solo a proteggere le piante dagli attacchi patogeni, ma favorisce anche una maggiore resistenza e salute nel lungo termine. Utilizzando **Tricoder**, si possono mantenere prato e tappeto erboso sani e verdi, migliorando al contempo la resa e la qualità delle coltivazioni. Questo prodotto versatile può essere impiegato con successo su una vasta gamma di coltivazioni, inclusi ortaggi, alberi da frutto, fiori e piante ornamentali.



➔ [www.ilpaeseverde.it](http://www.ilpaeseverde.it)

### TERFLOR

## Fioriture abbondanti e terreno fertile

**Terflor** presenta i substrati **Natura Plus** e **Nutripiù**. **Natura Plus** è un substrato di coltivazione idoneo a tutte le piante fiorite, particolarmente indicato per ottenere fioriture abbondanti e durature. È dotato di un concime a lento rilascio per garantire alla pianta tutto il nutrimento necessario a sostenerne la fase di fioritura per un periodo di almeno 4 mesi. **Nutripiù** è un substrato per invasi e trapianti sia di specie arboree che arbustive da esterno e per la realizzazione di aiuole fiorite. Ottimo sia da usarsi in purezza sia come elemento da miscelare al suolo per migliorarne le caratteristiche chimico fisiche, **Nutripiù** rappresenta la miscela ideale tra la componente torbosa e la sostanza organica ben umificata. Tale presenza migliora notevolmente la fertilità del terreno e la struttura, riducendo gli interventi di concimazione e gli apporti idrici.



➔ [www.terflor.it](http://www.terflor.it)

### TERAPLAST

## Vasi Solaia realizzati in galestro

**Teraplast** presenta il nuovo brand di vasi **Terra** e aggiunge un tassello importante all'area di business dell'azienda: nuove collezioni in terracotta, ceramica e galestro. Questa ambiziosa espansione della gamma di articoli rispecchia la precisa volontà aziendale di arricchire costantemente la propria proposta. La collezione **Solaia** è il fiore all'occhiello del brand, realizzata in galestro, materiale di pregio, certificato, che si riconosce per la particolare caratteristica estetica di rilasciare efflorescenze saline, donando un effetto puntinato in superficie e dettagli unici ai prodotti. Le tonalità della collezione riportano le naturali colorazioni della terra: il colore galestro con sfumature che variano dal beige al marrone chiaro, il galestro grigio con una *nuance* più neutra e contemporanea e l'effetto *Matera* (in foto), ottenuto grazie a una rifinitura manuale che rappresenta tutte le sfumature della terra. I vasi della collezione sono antigelivi, traspiranti e resistenti.



➔ [www.teraitaly.com](http://www.teraitaly.com)

### MONDO VERDE

## Fiaccola profumata alla canapa e citronella



La fiaccola profumata **Citronella Vip** della linea **Zanza Relax 4.0 Mondo Verde** crea la giusta atmosfera per momenti di tranquillità, da soli o in compagnia. La fiaccola è composta di cera di soia ed è *plant based* poiché non sono stati utilizzati derivati animali nella sua lavorazione ma soltanto materia prima vegetale, non contiene paraffine né altri derivati dalla lavorazione del petrolio. Una volta accesa, gli aromi di canapa e citronella si diffondono nell'aria distraendo e allontanando le zanzare, creando un ambiente caldo e accogliente, ideale per una serata tra amici, un incontro romantico o per dedicare del tempo speciale a se stessi. Quando scende la sera, si possono apprezzare le coreografie disegnate dalla fiamma viva nella complicità della notte. Lo stoppino antiventto e l'alta qualità della cera di soia garantiscono la sua durata fino a 5 ore. Distribuito da **Bavicchi** ([info@bavicchi.it](mailto:info@bavicchi.it)).

➔ [www.bavicchi.it](http://www.bavicchi.it)

# Algasan concime liquido biologico

Sbm Life Science presenta Algasan, un concime biologico liquido a base di alghe, con tecnologia Natural Booster per favorire lo sviluppo dell'apparato radicale di ortaggi e piante da frutto.

**Algasan** è un concime liquido universale, **100% biologico** a base dell'alga bruna *Ascophyllum nodosum*. Si pone come il compagno ideale per le **piante da orto e da frutto**, promuovendo raccolti **più sani, buoni e abbondanti**.

**Algasan** attinge alla potenza unica delle alghe provenienti dai mari del Nord, in particolare dall'*Ascophyllum nodosum*. Queste alghe sono una ricca fonte di sostanze nutritive e metaboliti che, attraverso la tecnologia **Natural Booster**, promuovono una crescita sana e rendono le piante naturalmente **più robuste contro gli stress ambientali**.

Questo concime biologico è progettato per essere utilizzato in tutte le fasi della crescita delle piante, ma risulta particolarmente efficace durante momenti critici come il trapianto, la fioritura e l'allegagione. Inoltre, si dimostra prezioso durante situazioni di stress abiotico, come colpi di calore, caldo intenso, siccità e danni da gelo.

## SCOPRI 3 BUONI MOTIVI PER SCEGLIERE LE ALGHE:

**1 DI PIÙ**  
Gli **alginati** contribuiscono alla crescita delle radici permettendo un maggiore assorbimento degli elementi nutritivi aumentando in questo modo la produttività e la dimensione dei frutti



**2 PIÙ BUONO**  
L'alto contenuto di **betaine** mantiene stabile il livello di clorofilla, favorendo la crescita di frutti ed ortaggi dalla polpa più soda e compatta



**3 PIÙ SANO**  
La **laminarina**, sostanza naturalmente presente nelle alghe, stimola le naturali difese della pianta



**Algasan** offre tre principali benefici per gli appassionati di giardinaggio attenti alla salute delle loro colture. Prima di tutto, la **laminarina**, una sostanza naturalmente presente nelle alghe, **stimola le difese naturali delle piante**, rendendole più resilienti agli stress. La pianta, dunque, cresce in modo più sano.

La stabilità del livello di clorofilla, garantita da **Algasan**, assicura che gli ortaggi crescano con una polpa più sana e compatta, rendendo i frutti non solo più belli ma anche più gustosi. Infine, gli alginati presenti nelle alghe favoriscono un **maggior sviluppo dell'apparato radicale ottimale**, consentendo alla pianta di assorbire in modo efficiente tutti gli elementi nutritivi di cui ha bisogno.

**Algasan** è disponibile in bottiglie da 1 litro e si utilizza alla dose di un tappo in 5 litri di acqua. Per ottenere risultati ottimali, è consigliato applicare il concime ogni 7 giorni durante la primavera/estate e ogni 15 giorni in autunno/inverno. Prodotto con materie prime di qualità professionale, **Algasan** è la soluzione ideale per il consumatore hobbista che desidera coltivare frutta e ortaggi in modo efficace e biologico.

PER INFORMAZIONI:

➔ [www.seezon.it](http://www.seezon.it)



## new line

### FLORAGARD

#### Terriccio senza torba per fioriere

Forte della sua competenza ormai centenaria, **Floragard** ha sviluppato una gamma di terricci senza torba e fortemente ridotti di torba che soddisfa i fabbisogni del giardinaggio ecologico sia per piante da interno sia da esterno. **Terriccio Fioriere Uab** (utilizzabile in agricoltura biologica) è un substrato pronto all'uso per l'invaso e il rinvaso delle piante da fioriere. Il compostato verde favorisce l'approvvigionamento degli elementi nutritivi delle piante e apporta un effetto vivace al terriccio, favorendo una eccellente capacità di ritenzione d'acqua. Il Miscanthus-Mix di provenienza regionale garantisce una buona capacità d'aria del terriccio e una impronta ridotta di CO<sub>2</sub> del prodotto. L'argilla Vital-Ton ottimizza l'immagazzinamento delle sostanze nutritive e le fornisce alle piante in caso di necessità. Il concime vegano Flora Veggie Power assicura una crescita abbondante, mentre l'argilla granulare aumenta a lungo termine la struttura stabile del terriccio.



➔ [professional.floragard.de](http://professional.floragard.de)



### IDEL

#### Idelsign: la resina di qualità

I vasi e le fioriere della gamma **Idelsign** sono manufatti di pregio, realizzati con cura e attenzione ai dettagli, che si contraddistinguono per la loro estetica ricercata e accattivante. La grande varietà di modelli, misure e colori disponibili permette a questi prodotti di poter essere inseriti in ogni tipologia di location, da quella più moderna a quella più tradizionale; dedicati a chi ama lo stile essenziale, ma anche a chi apprezza l'intramontabile gusto rustico toscano. I vasi **Idelsign** sono interamente realizzati in resina e si adattano perfettamente a tutti i progetti indoor e outdoor. Pratici e resistenti, sono studiati per valorizzare gli ambienti, ma anche per facilitare il lavoro dei professionisti del verde. I vasi **Idelsign** sono resistenti anche alle temperature più estreme, sono infrangibili, facili da trasportare e semplici da pulire.

➔ [www.idel.it](http://www.idel.it)

### STIHL

#### Tagliabordi a batteria entry level

**Stihl** presenta il nuovo tagliabordi a batteria *entry level* **Fsa 30**, che consente una facile conversione da tagliabordi a rifilatore ed è dotato di portalamina di ricambio per una sostituzione facile e veloce. L'asta, regolabile senza alcun utensile, si può estendere per 17 cm in 8 posizioni per adattarsi al meglio all'altezza dell'utilizzatore e consentire un lavoro ergonomico e meno faticoso. Anche l'impugnatura circolare e l'angolo di taglio sono regolabili, rendendo l'utilizzo confortevole in qualsiasi posizione e consentendo al tagliabordi di arrivare anche in punti del giardino poco accessibili ad altri attrezzi, per esempio a un tosaerba. La ridotta rumorosità durante il lavoro non rende necessarie protezioni per l'udito, mentre l'occhiello per il fissaggio a muro permette di riporre facilmente il tagliabordi risparmiando spazio. Infine, l'indicatore della carica sull'attrezzatura rende l'autonomia residua visibile in qualsiasi momento.

➔ [www.stihl.it](http://www.stihl.it)



### OLIVO TAPPETI



#### Nuovo zerbino in eco-cocco

Con lo zerbino in eco-cocco, **Olivo Tappeti** presenta una proposta che va oltre la semplice accoglienza all'ingresso di casa, scegliendo un approccio che punta alla sostenibilità e che offre molteplici vantaggi. A differenza degli zerbini tradizionali, che tendono a strapparsi con l'usura, lo zerbino riciclabile in eco-cocco è progettato con il telaio meccanico per resistere nel tempo senza perdere la sua integrità strutturale. Non solo resiste al calpestio giornaliero, ma mantiene la sua forma nel tempo. Essendo resistente, quindi, non si sfilaccia e mantiene un aspetto sempre pulito e mai disordinato. Gli zerbini in eco-cocco mantengono i loro colori vivaci anche quando rimangono esposti al sole, senza sbiadire nel tempo. Inoltre, i colori utilizzati sono sicuri per l'ambiente domestico e non contengono sostanze nocive. Infine, il poliestere e la gomma Tpr (Thermo Poli Rock) con cui sono realizzati sono entrambi riciclabili al 100%.

➔ [www.olivotappeti.com](http://www.olivotappeti.com)

## ADAMA HOME & GARDEN

### Olio bianco vegetale per la difesa delle piante

Gli oli vegetali e minerali rappresentano una alternativa efficace e a basso rischio all'uso di insetticidi con principi attivi di sintesi. **Biankoil di Adama Home & Garden** è un olio bianco vegetale di soia ottenuto per estrazione meccanica e trattato esclusivamente con procedimenti fisici. È caratterizzato da un alto contenuto in acidi grassi polinsaturi, in particolare acido oleico e linoleico, che determinano una decisa azione di induzione di resistenza verso gli stress biotici e abiotici. Inoltre esplica un'azione di contrasto verso parassiti nocivi come afidi, acari, mosche bianche, tripidi, cocciniglie e uova di insetti di varie specie. **Biankoil** possiede una spiccata azione filmante e agisce per contatto provocando asfissia, soffocamento ed essiccazione dei parassiti a corpo molle. È applicabile su piante da frutto, orticole, ornamentali e da fiore e può essere utilizzato in qualsiasi momento del ciclo produttivo.

➔ [www.adamahomeandgarden.com](http://www.adamahomeandgarden.com)



## LEONESSA VIVAI

### Le rose per i piccoli spazi

**Leonessa Vivai** propone varie novità per il 2024, tra cui le rose a fiore grande dalla crescita contenuta **Rosai Holiday Island Roses**, studiate appositamente per i piccoli spazi. Risultano quindi ideali anche da tenere in vaso, su terrazzi o balconi. Oltre che dalla dimensione ridotta, i colori di queste rose evocano le soleggiate isole vacanziera da cui prendono il nome e sono caratterizzate da abbondanti fiori, grandi, doppi e molto colorati. Di seguito presentiamo alcune delle varietà di **Rosai Holiday Island Roses** proposte da **Leonessa Vivai**. **Antigua** (in foto) ha fiori doppi, di medie dimensioni, di colore giallo-rosa-arancio con un leggero profumo. Dalla crescita sana e compatta, raggiunge un'altezza massima di 50/70 cm. La varietà **Bahama** regala una fioritura costante di fiori di media grandezza, doppi, gialli e con un profumo delicato, con altezza massima di 50/70 cm. Le rose **Borneo Odore** hanno fiori grandi, molto doppi, rosa con rovescio bianco e profumo eccezionalmente forte. Altezza massima 60/80 cm.

➔ [www.vivaileonessa.shop](http://www.vivaileonessa.shop)

## SEMENTI DOTTO

### I semi per l'orto dei più piccoli

La linea **Gli Orticelli** di **Sdd** è una gamma di semi pensata per i più piccoli, composta da 12 varietà, 10 ortaggi e 2 fiori. Involgiare i bambini a fare l'orto può essere un'attività divertente ed educativa, un modo per apprezzare e rispettare la natura e imparare importanti lezioni sulla crescita delle piante. Toccare la terra, osservare forme e colori diversi, rispettare i tempi della natura e delle stagioni e sporcarsi in libertà sono solo alcuni dei benefici indicati sul fronte busta. Un coinvolgimento attivo che permette ai bambini di sperimentare tutte le fasi dell'orto, dalla semina alla raccolta. Il **packaging** punta su colori vivaci e sull'illustrazione vettoriale del personaggio in grado di coinvolgere il bambino e catturare la sua attenzione. Le frasi utilizzate si rivolgono direttamente a lui con l'utilizzo di font divertenti e facilmente leggibili. Le indicazioni e i consigli su come coltivare l'ortaggio o il fiore sono riportate sul retro e consigliate da un simpatico contadino. Le buste **Gli Orticelli** sono disponibili in espositore in cartotecnica da 180 pezzi, 15 buste per varietà.

➔ [www.sementidotto.it](http://www.sementidotto.it)



## GARDENA

### Per la pulizia di casa e giardino



**Cleansystem Gardena** offre l'attrezzatura ideale per la pulizia e la cura delle aree esterne. Il sistema di pulizia ad acqua con attacco **Original Gardena System** può essere combinato in diversi modi. È composto da spazzole manuali da utilizzare sulle superfici più piccole, mentre se è necessario un raggio d'azione maggiore o la superficie da pulire è più ampia si utilizzano i manici con spazzole adatte. La novità è la spazzola **Bike**, dotata di setole per la pulizia delle superfici meno delicate come il telaio dei veicoli a due ruote e di una spugna morbida sostituibile per le aree più sensibili come i raggi. Particolarmente interessanti sono i pratici set completi, come quello per il lavaggio delle biciclette che comprende spazzola **Bike**, tubo in tessuto **Liano Life** e bastoncini shampoo. **Cleansystem**, con le sue molteplici spazzole, è l'ideale per un'accurata pulizia ad acqua all'aperto.

➔ [www.gardena.com](http://www.gardena.com)



## new line

COMPO

### Orti e aiuole rialzati per risparmiare tempo e fatica

Gli orti e le fioriere rialzati, portando le piante all'altezza del lavoro delle braccia, possono essere una soluzione per chi dispone di poco spazio sul balcone o in terrazzo per dedicarsi al giardinaggio. **Compo** propone a questo proposito un sistema di riempimento a 3 livelli. **Compo Bio Cippato di Legno** rappresenta la base drenante dello strato di fondo: il cippato di legno naturale, ideale come pacciamatura utile e decorativa, qui svolge un fondamentale ruolo per evitare dannosi ristagni idrici a livello radicale. Per lo strato intermedio, **Compo Bio Compost da Residui Vegetali** rigenera la fertilità del suolo grazie alla speciale composizione ottenuta dal riciclaggio naturale dei residui vegetali. Infine, per lo strato superiore, **Compo Bio Terriccio per Orto o Aiuola Rialzati** è un substrato leggero e nutritivo di alta qualità, ideale per favorire lo sviluppo delle radici.

➔ [www.compo-hobby.it](http://www.compo-hobby.it)



ELHO

### Vasi realizzati con scarti di caffè macinato

**Elho** presenta **Coffee**, una nuova collezione di vasi realizzata con gli scarti derivanti dal caffè macinato e disponibile da gennaio 2024. Ogni anno nel mondo si consumano miliardi di tazze di caffè. Tuttavia, solo una piccola parte del chicco di caffè raggiunge le nostre tazze, mentre il resto dei fondi finisce nei sistemi di smaltimento dei rifiuti generici, dove la maggior parte viene bruciata provocando emissioni nocive di CO<sub>2</sub>. **Elho**, sempre molto attenta all'impatto ambientale dei suoi prodotti, ha avviato una collaborazione con **Coffee Based**, che raccoglie gli scarti del caffè dalle aziende, e con essi ha creato la collezione di vasi **Coffee**. Ogni vaso della collezione contiene almeno 3 tazze di scarti di caffè, non solo visibili nel colore e nell'aspetto, ma percepibili anche nel profumo. I vasi **Coffee** sono disponibili in 4 misure (14, 16, 18 e 22 cm) e sono realizzati con materiali riciclati e riciclabili al 100%.



➔ [www.elho.com/it/](http://www.elho.com/it/)

HÖRMANN

### Box da giardino Juno

**Juno** è il nuovo box da giardino di **Hörmann**, ideato per mantenere l'ordine negli spazi esterni con praticità. Realizzato in lamiera d'acciaio zincata e verniciata di alta qualità, il nuovo box è impermeabile alla pioggia e resistente alle intemperie così come all'irradiazione solare. Alla robustezza, **Juno** affianca un sistema di chiusura a due punti con accessori in metallo e una serratura a cilindro sul coperchio, esclusive **Hörmann** a garanzia della protezione degli oggetti riposti. Due ammortizzatori integrati, inoltre, consentono un'apertura e una chiusura particolarmente comode. **Juno** è disponibile in due diverse dimensioni (1360×675×725 mm oppure 1660×875×725 mm) e nei colori alluminio grigio e grigio antracite. Installabile con semplicità e regolabile con piedini che si possono movimentare in altezza, questo box da giardino è il risultato di un ciclo produttivo improntato a severi criteri ecologici.



➔ [www.hormann.it](http://www.hormann.it)

PARTNER IN PET FOOD

### Mix feeding per i gatti di ogni età

**Prevital** è la gamma che accompagna il gatto dai primi mesi dopo lo svezzamento per tutta la vita adulta e nel periodo senior, supportando le sue diverse esigenze giorno dopo giorno. Con **Prevital** è possibile garantire il *mix feeding*, l'abitudine di alternare in ciotola alimenti secchi e umidi che favorisce la corretta idratazione dell'organismo del pet. L'ampia gamma propone infatti alimenti secchi e umidi in bocconcini o filetti, in salsa e gelatina, nelle varianti con carne o pesce, in una moltitudine di gusti, ricette e abbinamenti per alternare, oltre al gusto, anche la forma e la consistenza del cibo e contribuire al benessere totale del gatto e alla sua felicità. Le ricette della gamma sono arricchite con gli acidi grassi Omega3, biotina e zinco che assicurano cute e pelo sani e lucenti, con inulina che facilita la digestione e la taurina che è indispensabile per un cuore sano.

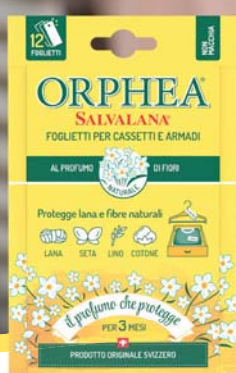


➔ [www.prevital.eu/it](http://www.prevital.eu/it)

# ORPHEA®

## SALVALANA®

ORPHEA PROTEGGE I TUOI CAPI PROFUMANDOLI GRADEVOLMENTE.  
❁❁ DA OGGI IN 5 ORIGINALI FRAGRANZE ❁❁



LANA



SETA



LINO



COTONE

Grazie alla linea di foglietti in cellulosa in 5 ricercate fragranze, Orphea® Salvalana® assicura la protezione di tutte le fibre naturali, in ogni stagione, regalando una profumazione duratura ad armadi, scatole per la biancheria e cassetti.



Prova subito il campione  
**OMAGGIO**  
di Foglietti Orphea Salvalana



**TI PIACE VINCERE  
FACILE?  
ECCO IL TUO ASSO!**



# vithal®

## BLACKJAK® BIO

Il fitostimolante dalle caratteristiche **UNICHE**. Un concentrato di sostanze **TUTTE NATURALI** che si trovano nella migliore Leonardite del Nord Dakota, con la più alta concentrazione di acidi fulvici, umici, umine, macro e microelementi.

### VANTAGGI

- **Da un grande successo** in agricoltura, disponibile anche per il consumatore hobbistico, grazie alla ricerca SIPCAM.
- È l'unico prodotto a base di estratti umici dotato di pH acido.
- **Potenzia l'efficacia** di tutti gli agrofarmaci.
- Stimola la spinta vegetativa e il rinverdimento, favorendo il **rapido recupero** dagli stress.
- È ideale per il superamento della crisi da trapianto.



**NUOVO  
FORMATO 20 ml**

**PRATICO  
E CONVENIENTE!**



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

\*Ricerca Circana su 12.000 consumatori, su selezione di prodotti.  
prodottodellanno.it cat. giardinaggio

