

MIG



N.242 - GENNAIO 2019 - MENSILE | EPT - Via Zancle, 6 - 37138 VERONA | www.ept.it | ept@ept.it

solo
by **AL-KO**

Nuovi
ROBOLINHO®
3° generazione



4 ANNI DI GARANZIA
CON REGISTRAZIONE ONLINE*



www.al-ko.com/garden

TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA MANUTENZIONE DEL VERDE

BATTERIA ULiB 1500



Taglio



Pulizia



Taglio&Potatura



Taglio erba



Decespugliamento



Diserbo

PELLENC

pellencitalia.com



ITALIA

GAMMA GREEN

POTENZA A TUTTO CAMPO

ITALIAN POWER è sinonimo di qualità ed affidabilità, ideale per tutti coloro che cercano prodotti innovativi e prestano particolare attenzione al fattore economico. La gamma che garantisce eccezionali risultati in tutti i campi e per tutti gli utilizzi, è stata progettata con la massima cura nella ricerca del dettaglio e all'attenta ricerca dei componenti, sfruttando le ottime prestazioni dei motori RATO.



Biotrituratori



Transporter cingolati



Trinciasarmenti



Rasaerba



Spazzaneve



Arieggiatore

MACCHINE PERFORMANTI DOTATE DI MOTORI  RATO

Distribuito da:

Multipower
Quality & Services

Multipower srl
Via Don Minzoni, 6D/6E
42044 Gualtieri
(Reggio Emilia) Italy
Tel. 039 0522 22 11 28
Fax 039 0522 22 11 36
E-mail: info@robin-multipower.it
www.italian-power.it
Facebook: Multipower srl

SCOPRI LA NUOVA GAMMA DI MOTOZAPPE 2018



Un altro anno se n'è andato. Intenso, contraddittorio, strategico. Sta cambiando il garden, non più ancorato alle coordinate rigide di una volta. Più flessibile, davanti a nuove frontiere e non solo alle solite macchine. S'interroga il rivenditore, guardandosi indietro e proiettandosi in avanti. Sorridendo mentre maneggia un prodotto a batteria, convinto non tanto tempo fa che solo un bel motore a scoppio avrebbe garantito certe prestazioni. Il figlio invece sorriderà nel vedere la sorpresa del papà, lui che certe tendenze le aveva già respirate in giro per l'Europa dove fino a qualche anno addietro l'Italia s'affacciava anche solo per capire che sarebbe successo in un futuro magari anche piuttosto lontano. Il mercato e l'Eima hanno ribadito che non c'è altra strada che questa, un unico grande scenario in cui ci sarà da sgomitare e dividere quote che prima venivano spartite come sempre. Cambiati i gusti, certe esigenze, le abitudini di molti italiani. È cambiata la vita, è diverso il lavoro. Senza pause, neanche nei fine settimana, "sempre sul pezzo" come dicono le nuove generazioni. Al giardinaggio non resta che muoversi di conseguenza, aggiornando le proprie idee perché oggi c'è chi non ha spazio nemmeno per il pranzo della domenica e quindi l'erba vuole tagliarla in fretta. Anche se i romantici del verde esistono ancora e sono pure tanti, perché il profumo del prato è giusto gustarselo fino in fondo. Sarà una scoperta continua il 2019, con paletti nuovi e tanta carne al fuoco. Corrono le aziende, a far l'andatura e con lo specialista a seguirne le tracce ma a fare anche di testa sua perché in fondo in campo col cliente finale ci va tutti i giorni lui. E allora si farà guidare dalla ragione ma anche dall'istinto, mescolando esperienza e intuizioni. Chiamato stavolta più che mai però a dar retta a produttori e distributori. A unire le forze, a erudirsi giorno dopo giorno. Ad essere fermo e paziente anche davanti a chi, al bancone del suo negozio nato dalla fatica dei suoi nonni, si pavoneggerà come quello che tutto sa. Perché oggi il mondo gira in modo differente. Per tutti. Giusto o sbagliato che sia.



EPT

Editrice Periodici Tecnici sas

Direttore Responsabile
Dino Bellomi

Direzione, Redazione, Amministrazione
Via Zancle, 6 - 37138 Verona
Tel. 045 81.01.914 - Fax. 045 81.01.914
www.ept.it - E-mail: ept@ept.it
Pec: ept@pec.it

Direttore Editoriale
Elisabetta Bellomi (e.bellomi@ept.it)

Redazione
Alessandro De Pietro (a.depietro@ept.it)

Hanno collaborato
Mauro Milani, Marco Magnano,
Luisa Ghidoli, Luca Begnoni,
Matteo Gentilin

Per AssoGreen
Roberto Dose

Impaginazione
Studio MG

Pubblicità e Sviluppo

EPT
Tel. 045 81.01.914 - Fax. 045 81.01.914
www.ept.it - E-mail: ept@ept.it

Stampa
UNIDEA Srl - Via Casette, 31
37024 Santa Maria di Negrar (VR)

Socio effettivo

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIALE DI SETTORE

Registrazione presso il Tribunale di Verona
n° 1019 del 28/10/1991. ROC N° 1867

Gli articoli e le inserzioni pubblicitarie pubblicate su MG Marketing Giardinaggio sono sotto la responsabilità degli autori e degli inserzionisti.
Tutti i diritti riservati. Ogni riproduzione è vietata se non autorizzata espressamente per iscritto dall'Editore.

Abbonamento 1 anno (9 numeri) Italia più spese di spedizione € 42 (IVA assolta dall'Editore).

INFORMATIVA

Sia che la rivista sia pervenuta in abbonamento o in omaggio, si rende noto che i dati in nostro possesso sono impiegati nel pieno rispetto del Regolamento Europeo 679/2016 (c.d. "GDPR"). L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla succitata legge. In conformità a quanto disposto, si comunica che presso la nostra sede di Verona, via Zancle 6, esiste una banca dati ad uso redazionale. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti (consultare, modificare o cancellare i dati) contattandoci al tel 045 8101914/fax 045 8101914 o scrivendo a ept@ept.it



Il nostro DNA. Design e Potenza.

GZ2700T



NOVITÀ 2019



- Cilindrata: 27 cm³
- Potenza: 1 kW
- Peso: 2,7 kg
- Lunghezza della barra: 25cm
- Passo della catena: 3/8
- Velocità della catena (133% potenza): 24,1m/s
- Tecnologia Strato Charged®
- Pulsante di stop a ritorno automatico
- Occhiello per fune
- Pompa dell'olio regolabile
- Livello carburante visibile
- Primer

Il nostro DNA è costruire prodotti ben progettati, semplici da usare, intuitivi, con motori potenti e dalla lunga vita operativa. Tutti studiati per soddisfare utenti con l'aspettativa di poter svolgere i lavori più intensi e gravosi; a fine giornata lasciarti quella entusiasmante sensazione di aver scelto il partner migliore, per molto tempo.

DA OGGI ANCHE ONLINE

Visita il nostro sito e scopri la nostra gamma prodotti completa, i servizi dedicati e come restare sempre in contatto con noi. Ti aspettiamo su:

www.zenoah.com/it/



approfondimento

- 8** Anno nuovo, vecchie certezze

assogreen

- 24** «Meteo alleato. Voto al 2018 del garden? Fra il 6,5 e il 7»
- 34** Rivenditore, solito Natale Il business va tutto altrove
- 48** «Robot, boom di macchine per le piccole superfici»

comunicazione

- 60** Google, un ecosistema dal valore strategico

dalle aziende

- 28** Einhell, l'alto valore del sistema Brushless

focus

- 30** Osservatorio, ci voleva proprio

formazione

- 46** «Adesso imparate a vendere le idee»

inchiesta

- 50** Robot, pronto l'ultimo allungo

norme

- 36** Appalti, l'ambiente al primo posto

punto vendita

- 26** Anche l'occhio vuole la sua parte

rubriche

- 38** News

scenario

- 62** Quella fiducia a intermittenza

64 Tuttomercato

MARUYAMA

SOFFIATORI



MOTOTRIVELLE



POTATORI TELESCOPICI



ATOMIZZATORI



DECESPUGLIATORI



POTENTI & LEGGERE

SOFFIATORI



TRANSPORTER



TAGLIASIEPI



MULTIFUNZIONE



MOTOSEGA
TOP-HANDLE
MCV3101TS

CILINDRATA : 30,2 cc

PESO : 3,1 kg

POTENZA : 1,4 HP

SABRE ITALIA

www.sabreitalia.com

0444 977655

Incoraggianti i primi segnali, ma le variabili sono sempre numerose. Favorevole il clima, dopo un 2018 interessante il mercato adesso corre velocemente verso la stagione. Con fiducia e parecchie frecce

ANNO NUOVO, VECCHIE CERTEZZE

Partenza lanciata. Aria frizzante, in questo inizio di 2019. Tanto da fare, sul mercato. L'inverno, sornione, ha messo a posto ogni tassello. C'è un mosaico straordinario da creare, tasselli da definire, un percorso da impreziosire. Propositi e bilanci, obiettivi e novità, rivenditori a scaldare i motori e aziende a dettare gli ultimi suggerimenti. A definire strategie e ad affilare le armi. Anno diverso dagli altri. Già disegnato dagli attori protagonisti. Almeno nei suoi tratti-chiave.

TELA BIANCA. Naturale la traccia del 2018, in teoria prologo ideale dell'anno nuovo. Perché quel che s'è cominciato mesi fa non poteva essere

concluso in fretta. Soprattutto in un periodo strategico come questo. Con tante situazioni in sospenso ed altre in rapida evoluzione. Le previsioni sono tutte rivolte al bello, senza coni d'ombra o particolari perplessità. Buon segno. «Stiamo attuando un'agile politica aziendale», precisa Thomas Goi, direttore commerciale di **Active**, «a favore dei rivenditori ai quali offriamo ottime marginalità e la possibilità di differenziarsi da tutto quanto il mercato offre attualmente. Con soddisfazione percepiamo un sempre maggiore coinvolgimento dei rivenditori alle nostre politiche aziendali e questo ci fa essere molto fiduciosi e ci permette di credere ad un mercato complessivamente positivo nel 2019».





«Abbiamo preparato molte novità e il 2019», assicura Luca Corbetta, product e marketing manager di **AL-KO Garden & Home Italia**, «sarà un mercato effervescente. Anche sulla base dei risultati raggiunti coi prestagionali ci aspettiamo un anno molto interessante».

«**Blue Bird** è sicuramente ottimista rispetto alle prospettive di mercato 2019. Sempre confidando nell'aiuto della meteorologia», la condizione di Roberto Tribbia, dell'ufficio commerciale dell'azienda vicentina, «siamo sicuri che il rinnovamento apportato in alcune delle gamme prodotto porterà dei buoni risultati di vendita. Gli obiettivi per la prossima stagione sono di consolidare la nostra posizione nei settori di mercato che già presidiamo, oltre ad allargare la nostra presenza in quei settori in cui finora siamo stati assenti o poco focalizzati».

«Dopo una stagione 2018 positiva», premette Alessandro Barrera, responsabile commerciale di **Brumar**, «sotto tutti gli aspetti, anche grazie ad una situazione climatica che da aprile in poi, è stata estremamente favorevole e lunga, ci aspettiamo anche per il 2019 risultati positivi. Crediamo che i rivenditori non abbiano particolari situazioni di stock e pertanto siano pronti ad acquistare».

«Nel 2018 abbiamo fatto un grande lavoro», la premessa di Giovanni Volpi, direttore commerciale della **Davide e Luigi Volpi**, «frutto del lavoro della nostra continua e costante R&D, introducendo novità e investendo su nuovi progetti. Abbiamo allargato le gamme di prodotti proposti e parallelamente abbiamo operato sul nostro network distri-

butivo in modo da renderlo sempre più funzionale alla vendita dei nostri prodotti. Infatti la nostra azienda sta cambiando, la Volpi è ovviamente sempre identificata come l'azienda leader da 140 nel campo dell'irrorazione, ma è anche conscia come si debba essere sempre in movimento ed attenti alla evoluzioni del mercato. Per questo abbiamo aperto il campo alle macchine a batteria e aggiornato la nostra rete commerciale, perché si potesse entrare in quei canali che altrimenti non avremmo potuto raggiungere. Abbiamo chiuso il 2018 con un incremento a doppia cifra e con una buona redditività. Siamo certamente soddisfatti, soprattutto se consideriamo i tempi. Ma non possiamo fermarci, dobbiamo andare avanti su questa strada, investire in tecnologie avanzate, in nuovi prodotti, senza trascurare e dimenticare la nostra storia che ci ha fatto diventare certamente un'azienda leader nella qualità. Aumenteremo la comunicazione presso il rivenditore del marchio Volpi, a cui daremo prodotti per la irrorazione, per la raccolta olive e prodotti per la potatura, in modo da dare una gamma di vendita per lavorare per tutto l'anno. Anche i nostri agenti sono contenti di questo e quindi chiederemo a loro di dedicarci tutto il tempo necessario per raggiungere gli obiettivi prefissati che sono molto ambiziosi».

«Nel 2019», il punto di Nicolò Conti, dell'ufficio marketing di **Einhell Italia**, «ci attende un mercato all'insegna delle batterie: la nostra Vision aziendale è "Una batteria Power X-Change in ogni casa con giardino". Puntiamo a crescere sempre più in questo settore di mercato e garantire una



gamma completa, per tutte le esigenze, a tutti i nostri clienti».

«Ci attendiamo un mercato in lieve crescita», sottolinea Giovanni Masini, direttore marketing di **Emak**, «dopo una stagione 2018 altalenante, ma con livelli di stock presso la rete di entità normale». «Il 2019 si prospetta come un anno di crescita e conferma sotto molti aspetti. Certamente lo sviluppo della batteria e del taglio robotizzato», il quadro di Manuel Munaretto, responsabile marketing di **Husqvarna** all'interno di Fercad, «traineranno il nostro mercato e accompagneranno prodotti tradizionali e grandi innovazioni».

«Sarà un mercato molto aggressivo», osserva Michele Capaldi, marketing manager di **Gianni Ferrari**, «ma tendenzialmente stabile per le macchine attuali. Unico punto interrogativo rimarrà la lieve incertezza dovuta all'introduzione dei motori Stage V. Si tenderà ad azzerare i magazzini e dare il via all'avvento dei nuovi motori».

«Grillo anche nella stagione 2018», l'analisi di Stefano Grilli, responsabile commerciale e marketing di **Grillo**, «ha confermato il trend positivo degli ultimi anni, raggiungendo un risultato al di sopra di ogni migliore aspettativa. Infatti, grazie ad una distribuzione capillare nei mercati principali e una presenza consolidata in 54 paesi costruita passo a passo nell'ultimo decennio, a scelte qualitative quotidiane riguardo ai prodotti e servizi della propria proposta, ad importanti investimenti tecnologici e logistici indirizzati al mantenimento di tutto il ciclo produttivo all'interno dei propri sei stabilimenti cesenati e ad una forte pensione

a guardare il medio periodo piuttosto che correre dietro alle schizofrenie del mercato di oggi - pur senza sottovalutarlo - il 2018 si è chiuso con grande soddisfazione e con una base molto positiva anche per la prossima stagione guardando gli ordini dei programmi prestagionali già in portafoglio per il primo trimestre. Quindi il nostro atteggiamento è positivo e ci fa sperare in una ormai prossima stagione interessante. Se poi anche il meteo dovesse darci una mano come accaduto per quella passata...».

«Abbiamo ottime sensazioni dopo un prestagionale in crescita del 15%. I nostri rivenditori», osserva Daniele Bianchi, responsabile commerciale e marketing di **Grin**, «sono sempre più affezionati al nostro marchio, stanno recependo sempre meglio i nostri prodotti e hanno accolto con entusiasmo le novità presentate ad EIMA. La linea a batteria ha confermato in prestagionale per proprie potenzialità, così come le macchine dotate di motore Instart».

«Nel 2019», il quadro di Maurizio Fiorin, OPE manager di **Hikoki Power Tools Italia**, «ci attendiamo un anno di grande conferma sui prodotti a batteria, sia per uso privato che nel professionale. L'esordio con la linea Cramer, presentata in Eima, preannuncia un anno molto intenso di attività e, speriamo, anche di buone vendite».

«Siamo molto positivi. L'entusiasmo che ci ha permesso di rilanciare **Ibea**», evidenzia l'ufficio commerciale dell'azienda varesina, «un marchio italiano così importante e da sempre punto di riferimento del settore in Europa, sta contagiando sempre più rivenditori che mostrano interesse per il mondo Ibea e di questo non possiamo che essere molto soddisfatti».

«È sempre più difficile», sottolinea Roberto Foti Belligambi, sales manager Turf & Golf di **John Deere Italiana**, «fare delle previsioni visto quanto i fattori esterni, in primis il meteo, impattano sul mercato delle macchine per aree verdi. Comunque da parte nostra l'outlook rimane abbastanza positivo anche per il 2019».

«Mi aspetto un mercato ancora stabile», la previsione di Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «senza sviluppi significativamente positivi. Solo alcune categorie di prodotto proseguiranno su un trend più positivo, mi riferisco principalmente ai prodotti a batteria e ai robot».

«Il 2018 è stato un anno positivo per **Multi-power**», osserva il direttore commerciale Andrea

Tachino, «pertanto mi aspetto un 2019 altrettanto buono, contando sul consolidamento delle linee prodotti attuali e la novità Yamaha che dovrebbe farci fare un altro salto di qualità».

«Il mercato della batteria come da alcuni anni a questa parte, è in fortissima espansione. La tecnologia», osserva Marco Guarino, dell'ufficio comunicazione e marketing di **Pellenc Italia**, «sta evolvendosi in modo estremamente rapido, ed il numero dei competitor si è fatto decisamente importante. Pellenc, in quanto pioniere delle tecnologia della batteria, è riconosciuto come uno dei leader

di mercato, e la sfida sarà sicuramente quella di mantenere questa posizione. Senza dubbio il 2019 sarà un anno pieno di sfide, di novità e di iniziative che il gruppo Pellenc è pronto ad affrontare».

«Ci attendiamo un mercato simile a quello del 2018», la premessa di Ruggero Cavatorta, responsabile marketing di **Sabart**, «tenuto conto che alcuni fattori esterni possono modificare in modo significativo l'andamento della domanda e



AL-KO

non sono controllabili dalle aziende, ad esempio l'andamento climatico e la stabilità politico-economica».

«Credo che molto dipenderà da tre fattori: l'andamento dell'economia mondiale, le politiche interne del nostro paese e per ultimo l'andamento climatico. Gli economisti», evidenzia Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «prevedono un rallentamento della crescita in Europa e in Asia che potrebbe coinvolgere





Blue Bird

anche l'economia americana. Le politiche interne sono poco chiare e soprattutto ancora molto incerte. La speranza è nel meteo che speriamo possa essere in linea al 2018, che è risultato favorevole grazie a temperature miti e abbondanti precipitazioni primaverili».

«Le attese nella robotica sono sempre alte», premette Nicola Ciabatti, responsabile vendite Italia Robotics Division di **Zucchetti Centro Sistemi**, «il mercato ha registrato un trend di crescita importante e costante negli ultimi anni e non c'è alcun motivo per non aspettarsi lo stesso successo nel 2019. Naturalmente l'andamento climatico può parzialmente influenzare in meglio o in peggio il risultato finale».

VARI TRAGUARDI. Ognuno ha una sua linea da tagliare. Un punto d'arrivo, numeri da far quadrare e livelli da scalare. E non è solo una

questione di fatturato. «Una rete vendita sempre più coinvolta e gratificata», puntualizza Thomas Goi di **Active**, «va formata e consolidata perché possa trattare al meglio sempre più prodotti della nostra vasta gamma che ogni anno si arricchisce di grandi novità. Lo sviluppo della conoscenza del brand è fondamentale. Oggi è vitale attuare importanti iniziative di marketing per aumentare la conoscenza del brand presso il pubblico finale. Non solo riconoscibilità del marchio ma anche consapevolezza nella scelta, facilità d'uso, assistenza e, perché no, simpatia. Questo non potrà che fare da traino per i rivenditori che ci seguono e che ci seguiranno».

«L'obiettivo», rileva Luca Corbetta di **AL-KO Garden & Home Italia**, «è la crescita e la otterremo anche coi nuovi prodotti come i Robot. Nuova gamma completa che vede la terza generazione di Robolino, macchine migliorate nelle prestazioni e nel rapporto qualità/prezzo. Altra famiglia di prodotti che ci farà crescere è quella dei prodotti a batteria. In particolare abbiamo inserito dei tosaerba con scocca in acciaio dall'imbatibile rapporto fra prestazioni e prezzo. Prodotti che vanno a rimpiazzare le macchine a scoppio con le stesse performance e soprattutto con dei prezzi veramente eccezionali».

«Gli obiettivi», sottolinea Alessandro Barrera di **Brumar**, «sono come minino di consolidare i risultati ottenuti, ma ci aspettiamo vendite più interessanti nel settore ricambi e accessori, soprattutto perché risentiremo ancora di più degli effetti positivi del nuovo catalogo uscito nel 2018 e che a breve sarà ampliato da un'uscita integrativa che proporrà ulteriori referenze».

«La gamma per la potatura a batteria», la fotografia di Giovanni Volpi della **Davide e Luigi Volpi**, «può darci molto ed ovviamente sarà nostra cura svilupparla ulteriormente. Sono previsti infatti nuovi prodotti anche per il 2019 che si vadano a sommare a quelli proposti questo anno. Anche nelle macchine per la raccolta delle olive siamo cresciuti moltissimo con la nuova linea Olytech ed abbiamo già in cantiere nuove macchine rivoluzionarie per il 2019. Per quanto riguarda il mercato dell'irrorazione, essendo membri rappresentativi per l'Italia dell'ESMA, cioè l'ente che raggruppa i principali produttori europei, ci siamo recentemente confrontati con i nostri competitor europei e purtroppo la fotografia unanime è di un mercato dell'irrorazione in fase di stasi o in leggero calo. Noi non staremo



Einhell

comunque ad aspettare. Investiremo e ci muoveremo, decisi a restare in questo mercato dove l'azienda è riconosciuta come leader indiscussa. Con la forza del suo marchio e soluzioni di qualità».

«I nostri obiettivi per il nuovo anno», i paletti fissati da Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «sono molto ambiziosi: migliorare i risultati di un 2018 già molto soddisfacente, diventare leader di mercato nel settore degli articoli a batteria, crescere nel settore Garden, consolidare i rapporti con i nostri rivenditori, ampliare la nostra clientela».

«Il consolidamento di una serie di prodotti lanciati nel corso del 2018», evidenzia Giovanni Masini di **Emak**, «e soprattutto il lancio e la diffusione presso la nostra rete della nuova gamma di prodotti a batteria, recentemente presentata all'EIMA, che si completerà nel corso della stagione».

«Obiettivi? Consolidare e confermare», i punti fermi di Manuel Munaretto di **Fercad**, «quanto di buono fatto in questo anno. Il grande successo che c'è stato, dopo una partenza a rilento in primavera a causa del maltempo, ci ha dato le giuste indicazioni per poter puntare ad un ruolo di riferimento in tutti i settori del mercato di bosco e giardino anche nelle prossime stagioni».

«Agiremo in contemporanea su due strade. Da una parte», rileva Michele Capaldi di **Gianni Ferrari**, «inseriremo i nuovi prodotti con demo specifiche a tutti i livelli in maniera tale da consolidare i mercati di riferimento e dall'altra ne apriremo dei nuovi grazie appunto alle novità».

«Abbiamo in programma molti eventi», rivela Daniele Bianchi di **Grin**, «per supportare al meglio i nostri rivenditori. Vogliamo far conoscere e provare il nostro sistema di taglio a più utilizzatori possibili. Vogliamo poi ampliare le vendite delle nostre macchine nel centro sud Italia grazie all'ingresso di nuovi concessionari. Dal lato ricerca e sviluppo invece stiamo lavorando al 110% per portare a termine diversi progetti che sono in cantiere da tempo e in dirittura di arrivo».

«Come già detto e come sempre fatto», l'introduzione di Stefano Grilli di **Grillo**, «gli obiettivi che ci siamo dati per il 2019 sono molto concreti e, considerando gli andamenti dei risultati raggiunti in rapporto al potenziale dei prodotti a catalogo



e delle importanti novità che saranno in distribuzione fra pochi mesi e dei diversi mercati seguiti, anche il 2019 di Grillo non dovrebbe sbagliare. Quindi i nostri obiettivi sono certamente ambiziosi ma altresì raggiungibili».

«Il posizionamento mirato della distribuzione della linea Cramer. L'ampia gamma e l'elevata potenza dei prodotti», rileva Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, «predilige la vendita esclusivamente tramite i punti vendita specializzati. E poi il lancio dei nuovi robot Greenworks Optimow 1000 ed Optimow 1500 e Cramer RM10 e RM 15. Come Greenworks l'obiettivo è quello di ampliare e coprire meglio le zone distributive».

«Consolidare il rapporto», spiega l'ufficio commerciale di **Ibea**, «con chi ci ha dato grande fiducia è il nostro imperativo che non è secondo





Davide e Luigi Volpi

alla decisione di creare una efficace e moderna rete distributiva».

«L'obiettivo principale», riferisce Roberto Foti Belligambi di **John Deere Italiana**, «è quello di consolidare le performance in special modo nel segmento dei trattorini e ZTrak domestici nella fascia Premium».

«Parlando di **MTD**, l'obiettivo è quello di continuare la crescita a due cifre che abbiamo ormai da quattro anni», il quadro di Pietro Cattaneo, «rafforzando la presenza dei nostri marchi presso i rivenditori. Il marchio Robomow, acquistato da MTD lo scorso anno, sarà al centro della nostra attenzione, con l'obiettivo di creare una rete di vendita ed assistenza snella ed efficiente».

«Le intenzioni di **Multipower**», ribadisce il direttore commerciale Andrea Tachino, «sono ben definite da tempo e la crescita degli ultimi anni ci sta permettendo di raggiungere gli obiettivi prefissati. Il 2019 rappresenterà per noi un altro anno di innovazioni e di investimenti. Il lancio della linea Yamaha sarà di certo il nostro maggiore impegno per la prossima stagione e siamo certi che seguendolo con la politica commerciale impostata, potrà darci grossi risultati.

Intendiamo inoltre aumentare ulteriormente il personale e finire l'automazione del nostro nuovo magazzino ricambi, per poter garantire ai nostri rivenditori un servizio eccellente. Il nostro obiettivo sarà anche quello di continuare a gestire i vari marchi che rappresentiamo per il territo-

rio nazionale, fidelizzandoci sempre più ai nostri dealer e garantire a loro trattamenti di prima fascia, sia per le vendite con condizioni molto vantaggiose che per il servizio di post vendita, assicurando spedizioni tassative in 24 ore. La nostra storica filosofia riportata anche nel nostro marchio (Quality & Services) rimane la priorità anche per il futuro».

«Gli obiettivi», spiega Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «restano sicuramente quelli che hanno caratterizzato la crescita del marchio Pellenc nel corso degli oltre 20 anni dalla nascita della filiale italiana Pellenc Italia. Continuare a crescere proponendo sul mercato attrezzature per agricoltura e manutenzione del verde, progettate seguendo le richieste più precise provenienti dai professionisti di settore, in modo da migliorare le condizioni di lavoro, in sicurezza e nel totale rispetto dell'ambiente. Allo stesso tempo sarà fondamentale continuare a lavorare a stretto contatto con la rete vendita, in modo da formarla in maniera professionale, così da garantire un servizio totale al professionista che ha deciso di lavorare con attrezzature Pellenc».

«Consolidare l'ottimo risultato del 2018», sottolinea il responsabile marketing Ruggero Cavatorta, «è per **Sabart** un obiettivo sfidante: significa puntare a una crescita di circa il 4%».

«Il nostro principale obiettivo è il "Brand Change". A partire dal 2019», rileva Francesco Del Baglivo, product marketing manager della filiale italiana, «il Gruppo Stihl commercializza l'intera gamma di prodotti Viking esclusivamente con il marchio **Stihl**. Questo cambiamento ci consente di concentrare tutte le attività di vendita e marketing in un unico marchio. Inoltre il "Brand Change" apre le prospettive di vendita a livello mondiale di tutti i prodotti Viking».

«L'obiettivo», rileva Nicola Ciabatti di **Zuccheti Centro Sistemi**, «è potenziare i nostri canali di vendita su tutto il territorio con una maggiore attenzione alle regioni meridionali dove riteniamo sia giunto il momento d'investire e scommettere in una crescita del mercato nei prossimi anni; migliorare l'immagine dei nostri prodotti all'interno dei punti vendita. Sono previste anche iniziative per premiare la professionalità dei migliori dealer».

LA VERA PRIORITA'. Il lavoro sarà profondo per tutti. Esteso ad ogni campo, inevitabile che sia così. Ogni azienda con la sua prima molla da far scattare, con la sua scaletta davanti agli occhi, con

Husqvarna



un'opera specifica per ogni famiglia di prodotto. E non solo. «Desideriamo che per i nostri rivenditori», il punto del direttore commerciale Thomas Goi, «vendere **Active** risulti molto facile. Per questo indistintamente, per ogni categoria di prodotto, lavoreremo per aiutarli a far conoscere al pubblico finale gli enormi vantaggi competitivi che Active offre grazie all'alto contenuto tecnologico ed alla facilità d'uso delle nostre macchine. Del resto progettiamo e costruiamo in Italia e capiamo bene le esigenze per ogni singolo comparto».

«In particolare ci attendiamo ottimi risultati di vendita, supportati anche dai primi feedback positivi che stiamo ricevendo dal mercato, per la nuova gamma a batteria R3S, che presenta un ventaglio di prodotti estremamente completo e molto allargato rispetto a quelli trattati finora. L'offerta **Blue Bird**», il quadro disegnato da Roberto Tribbia, dell'ufficio commerciale, «ora spazia dal soffiatore, al multifunzione, al rasaerba trazione, al potatore telescopico, all'elettrosega da potatura. Si tratta solo di alcuni esempi della varietà di prodotti in gamma, tutti compatibili con la stessa batteria, disponibile in due potenze diverse».

«Continueremo a sviluppare sempre di più», il pensiero di Alessandro Barrera di **Brumar**, «la nostra famiglia di prodotti a batteria a marchio Ego, investendo ancora maggiormente in immagine e in varie forme di comunicazione e promozione. Faremo il possibile per migliorare le vendite delle motozappe a marchio Pubert made in France e di tutte le nostre gamme di tosaerba».

«Punteremo su nuove batterie, all'estero chiedono sempre di più la batteria al litio ed anche in Italia il mercato sta crescendo. I nostri prodotti da taglio potranno operare lavorando con un'unica batteria, magari con durate diverse. Ed inseriremo strada facendo», anticipa Giovanni Volpi del-



la **Davide e Luigi Volpi**, «altri prodotti altamente tecnologici. Abbiamo costituito una nuova società commerciale per la distribuzione esclusiva sul mercato europeo, Middle East ed africano di soluzioni di un'innovativa azienda leader del mercato asiatico della potatura elettronica. Un accordo a lungo termine fra Davide e Luigi Volpi Spa e il Gruppo Sanz, azienda spagnola che detiene il marchio Kamikaze. Volpi e Sanz si divideranno i mercati in modo da poter distribuire il prodotto in co-branding senza alcuna sovrapposizione. La proposta è articolata su tre forbici, una legatrice e tre forbici ad asta con una batteria comune da 44 V. Il progetto va anche oltre, con tutta una serie di progetti in via di definizione che nei prossimi cinque anni sfoceranno in altri prodotti fra decespugliatori, elettroseghe, tagliasiepi in primis. Senza tuffarsi nella mischia del mercato hobbistico, ma con l'intenzione di guardare al gradino superiore, quello del professionista ma con un prezzo parecchio competitivo».

«Nelle varie famiglie di prodotto», precisa Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «ci dedicheremo sempre di



Emak



Stihl

più allo sviluppo tecnologico, migliorando e aggiungendo plus a tutti i nostri articoli».

«Come sempre», racconta Giovanni Masini di **Emak**, «concentreremo i nostri sforzi commerciali sul referenziamento completo delle nostre gamme di prodotti, tra le più ampie del settore, supportando i nostri rivenditori più fedeli nelle loro attività di promozione della marca sul loro territorio locale». «Sicuramente la gamma Automower», sottolinea Manuel Munaretto di **Fercad**, «accoglierà le innovazioni maggiori. Ciò nonostante anche le motoseghe porteranno innovazioni significative per celebrare i sessant'anni dalla prima motosega prodotta dal marchio. Un evento importante che richiede la giusta attenzione».

«Agiremo», dichiara Michele Capaldi di **Gianni Ferrari**, «nella maniera più decisa e congrua sul campo per arrivare ad evidenziare le nostri costanti innovazioni che, in linea perfetta con le nuove normative, metteranno in luce la nostra sempre più importante affidabilità e potenza lavorativa garantita».

«Lo sfalcio dell'erba», la considerazione di Stefano Grilli di **Grillo**, «è ormai diventata una nostra peculiarità, sia nel mondo della raccolta che del rilascio a terra in tutte le sue sfumature. Tuttavia non tralascieremo, come già ampiamente dimostrato dalle importanti novità degli ultimi periodi, le famiglie delle macchine per la motocoltura che oltre essere la nostra storia, offrono ancora secondo il nostro punto di vista, credendoci ed investendoci, interessanti spazi per nuove idee. Anche innovative».

«Le attività di test delle macchine sono trasversali

e valgono per tutti i prodotti. In particolare quelle a batteria», spiega Daniele Bianchi di **Grin**, «hanno bisogno di essere presentate sul campo perché sono ancora poco conosciute le prestazioni e le caratteristiche».

«Abbiamo attrezzato un furgone dimostrativo», racconta Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, «con il quale organizzeremo prove in campo per dimostrare l'effettiva efficienza della nuova generazione di macchine a batteria».

«Oltre ai già conosciutissimi tosaerba e minitransporters cingolati, prodotti storici di **Ibea**, punteremo», rivela l'ufficio commerciale, «a far conoscere la qualità dell'importante gamma dei prodotti "a 2 tempi" come decespugliatori, motoseghe e taglia-siepi, prodotti dalle grandi potenzialità, e sulla una nuova gamma di accessori "Katana by Ibea" di livello eccelso. In quanto a novità crediamo molto in due prodotti che abbiamo aggiunto di recente alla nostra vastissima gamma: le nuove motozappe e la nuova serie di generatori e inverter».

«Per quanto riguarda tutto il portfolio, sia domestico che professionale», il quadro di Roberto Foti Belligambi di **John Deere Italiana**, «cercheremo nel prossimo futuro di implementare sempre più la visibilità del brand utilizzando maggiormente i ca-



Pellenc

nali web e dei social media, i quali ormai sono divenuti le corsie preferenziali per far arrivare ogni tipo d'informazione ai clienti finali».

«I trattorini come sempre», certifica Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «saranno al centro delle nostre strategie, con focus sulle esclusive macchine a raggio zero Cub Cadet. Da quest'anno, concentreremo la nostra attenzione anche sui robot, grazie ad una nuova gamma rivista e migliorata».

«I punti di forza che **Pellenc** porta avanti storicamente», la fotografia di Marco Guarino, «sono oggi più che mai attuali; l'ergonomia, la sicurezza, il risparmio e il rispetto dell'ambiente, sono argomenti dei quali non si può fare a meno di parlare. Sia per quanto riguarda l'agricoltura, che per quanto concerne la manutenzione del verde, anche grazie alle importanti novità presentate negli ultimi mesi, questi aspetti continueranno sicuramente ad essere principi cardine sui quali impostare tutto quanto il mondo di attrezzature Pellenc».

«Ci aspettiamo», l'obiettivo di Ruggero Cavatorta di **Sabart**, «un contributo alla crescita importante dal rinnovo del catalogo "Ricambi tecnici" per macchine da giardinaggio, storico core business della Sabart. Altri settori che potranno essere fondamentali per sostenere la crescita del 2019 saranno le vendite di ricambi e accessori agricoli e lo sviluppo della partnership con Fiskars, leader indiscusso nel settore degli attrezzi manuali per giardino con cui Sabart sta collaborando dal 2017 con risultati più che soddisfacenti».

«Concentreremo il nostro impegno», osserva Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «nella formazione e nelle attività di marketing per introdurre al meglio le tante novità offerte dai prodotti a batteria, i robot tosaerba iMow, le Smart Solution e motoseghe. Integreremo la nostra offerta con nuovi corsi tecnici e commerciali dedicati all'approfondimento di nuovi prodotti e tecnologie che daranno nuove opportunità di vendita e genereranno nuovi clienti».

«Abbiamo da sempre una gamma completa dei robot rasaerba. La linea Green, dedicata alle piccole aree, è particolarmente adatta per il canale delle vendite online. Come al solito», prosegue Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «un'attenzione molto particolare andrà al mondo dei professionisti del verde dai quali ci aspettiamo un contributo determinante al successo nella Robotica nel canale professionale».



John Deere

PUNTA DI DIAMANTE. Offerte complete, servizi continui, novità e vecchie macchine comunque sempre attualissime. Vie differenti, ognuno per la sua strada. Con un prodotto guida a fianco, con una tecnologia da lanciare piuttosto di un'altra. Con prodotti simbolo già rivelati. Dagli ultimi mesi di attività, dall'ultima Eima, dall'ultimo catalogo. E da posizioni molto chiare. «La nostra azienda», aggiunge Thomas Goi di **Active**, «concepisce un'azione globale di promozione e assistenza su tutta la gamma anche in presenza di importanti novità. Perché chi sceglie il nostro brand ha diritto di essere seguito e sostenuto sempre in quanto non è scontato che abbia bisogno dell'ultimissima nuova proposta Active. Per questo puntiamo ancora di più a rafforzare il legame che da sempre ci contraddistingue con il rivenditore, un legame fatto di rapporti e non solo di numeri e che, in ogni caso, gli garantisce marginalità difficilmente riscontrabili nel mercato pur offrendo prodotti di alta qualità. «Altra importante novità», riferisce Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «sarà il nuovo robot rasaerba RM24A. Una macchina semplice e dal prezzo accessibile, in grado tuttavia di gestire aree fino a 1500 mq con caratteristiche impegnative di conformazione e pendenza».

«Le novità più importanti le troviamo nella gamma Ego», osserva Alessandro Barrera di **Brumar**, «con l'inserimento di due nuovi tosaerba. Con un modello a spinta da 42 cm con la nuova batteria da 2,5 Ah che avrà un eccellente rapporto qualità-prezzo ed un nuovo modello semovente da 47 cm con batteria da 5 Ah, la nuovissima forbice erba/siepi con batteria da 12 Volt e 2 Ah, due nuovi decespugliatori tra i quali il model-

lo con testina a ricarica completamente automatica con tecnologia Powerload (novità mondiale che ha ottenuto il premio come "Novità Tecnica" alla recente fiera Eima), un nuovo tagliaerba, un nuovo soffiatore ancora più potente e due nuovi accessori per il decespugliatore Multitool. Anche alla gamma professionale, presentata nella primavera-estate 2018, si aggiungeranno un nuovo decespugliatore con impugnatura singola ed un nuovo tagliaerba con lunghezza di taglio da 75 cm. Nelle famiglie di decespugliatori Kaaz e Attila inseriremo, a completamento delle gamme con motore Honda, il nuovo motore GX 50, da 47,9 cc. Tutte le novità le potrete comunque scoprire consultando il nuovo "Catalogo Macchine" 2019 uscito a ottobre».

«Punteremo su tutte le nostre linee. A partire da una nuova pompa a batteria», rileva Giovanni

voluzione dei prodotti per gli amanti del giardinaggio: si tratta di sette macchine progettate e prodotte in Italia che si posizionano ai vertici della categoria per prestazioni, potenza e semplicità d'uso. Una motosega, un decespugliatore, un tagliaerba, un soffiatore e tre modelli di tagliaerba paragonabili agli equivalenti strumento a scoppio per un utilizzo in ambito privato».

«Per quanto riguarda le motoseghe», osserva Manuel Munaretto di **Fercad**, «il segmento professionale prevederà i maggiori investimenti e miglioramenti, come già è successo per la 572XP nelle scorse stagioni. Poi la batteria sarà sempre più comoda e performante, senza dimenticare Automower che vedrà dei nuovi ingressi importanti in gamma».

«Sicuramente», la certezza di Michele Capaldi di **Gianni Ferrari**, «sulle nuove macchine elettriche anche perché la decisa chiusura del cerchio dei sette anni di studio ci permetterà di guardare avanti e allargare la stessa tecnologia anche sui modelli di taglia medio-grande».

«Tralasciando le novità che riguardano il miglioramento continuo della gamma esistente sia per gli aspetti tecnici che per le performances operative», la premessa di Stefano Grilli di **Grillo**, «le novità 2019 sono diverse e in generale vanno a completare ulteriormente le diverse famiglie di macchine presenti nel nostro programma. Come la linea MD, trattori rasaerba con sfalcio multiplo a comando rapido fra mulching e scarico posteriore che grazie ai nuovi MD24 AWD e MD28AWD, top di gamma dopo MD13/18/22N, chiude la proposta con due modelli 4WD (con trazione integrale) per operare in massima sicurezza anche in condizioni difficili, disagiate ed estreme.

Come il nuovo GH9, trinciatutto idrostatico che insieme al più piccolo GH7, presentato nella scorsa stagione, è in grado di garantire un lavoro eccellente anche nelle situazioni più difficili grazie alla trasmissione con regolazione continua. Studiato e costruito interamente da Grillo e implementabile anche in altre macchine come motocoltivatori, falciatrici, dumper per dare ottimi risultati e performances anche con basse potenze, al pari di modelli più grandi e più impegnativi presenti sul mercato, ad una compattezza e distribuzione dei pesi da garantire manovrabilità e sicurezza in ogni operazione, e senza tralasciare un aspetto unico nella sua categoria, di essere una macchina polivalente che può diventare, in pochi minuti, una falciatrice o una turbina neve professionale».



Gianni Ferrari

Volpi della **Davide e Luigi Volpi**, «dopo il forte successo di Elektron con la sua batteria al litio e le quasi cinque ore di autonomia. A regime già da gennaio».

«Nel 2019 **Einhell** punta ad ampliare ulteriormente la gamma degli articoli a batteria del sistema Power X-Change. L'intenzione», rivela Nicolò Conti, dell'ufficio marketing, «è di aumentare del 30% un assortimento già ampio di articoli Tools e Garden. Grandi novità il nuovo decespugliatore Agillo a batteria con motore Brushless e il tagliaerba GE-CM 36/47 S HW Li dotato del nuovo sistema Double Twinpack che offre la possibilità di aggiungere altre due batterie per poter tagliare il doppio della superficie senza dover ricaricare».

«Punteremo sicuramente», spiega Giovanni Masini di **Emak**, «sulla nuova gamma a batteria dei brand Efco e Oleo-Mac, che rappresenta l'e-

«Abbiamo un nuovo progetto che abbiamo presentato ad EIMA: il primo trattorino **Grin**. Visto il successo in fase di presentazione», premette Daniele Bianchi di Grin, «abbiamo deciso di organizzare un road show in giro per l'Italia per dare la possibilità ai nostri rivenditori di far provare la macchina ai propri clienti con i nostri tecnici a disposizione per le spiegazioni sulla macchina». «Per il prossimo anno», l'obiettivo fissato da Maurizio Fiorin, OPE manager di **Hikoki Power Tools Italia**, «ci dedicheremo all'intero catalogo di novità Cramer, son prodotti di nuova concezione e generazione con batteria ad alta efficienza».

«Ci siamo fatti due domande: vogliamo appiattirci e banalizzare il nostro prodotto come purtroppo è la tendenza nel nostro mercato oggi? Vogliamo accontentarci di "stare negli standard" costruttivi ed estetici? No. Noi, no. Una risposta assolutamente chiara», la posizione di **Ibea**, «perché ci ribelliamo a questa logica con coraggio e consapevolezza che la qualità costruttiva di ogni categoria di prodotto deve essere messa in risalto. È giunta l'ora di tornare a mostrare e far conoscere come sono fatti i veri prodotti italiani». «Abbiamo implementato sui alcuni trattorini della nostra serie X100», evidenzia Roberto Foti Belligambi di **John Deere Italiana**, «un esclusivo ed rivoluzionario sistema di manutenzione per la sostituzione del lubrificante, che renderà più semplice, meno e a minor impatto ambientale la sostituzione del filtro e dell'olio su queste macchine». «Sicuramente», precisa Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «punteremo molto sulla nostra nuova gamma di macchine a raggio zero, che stanno riscuotendo un grande



Grillo

successo sia tra i clienti privati che tra quelli professionali».

«Due grandi novità sono state presentate da **Pel-lenc Italia** proprio alla fine del 2018 durante la fiera Eima», premette Marco Guarino, «quindi sicuramente molta importanza sarà data a queste attrezzature, ovvero la nuova legatralci Fixion2 e la nuova Gamma Alpha di attrezzature per la manutenzione del verde. In entrambi i casi ci troviamo davanti ad attrezzature che segnano un cambiamento importante rispetto al passato, e per questo la sfida per il nuovo anno sarà più che mai avvincente».

«Punteremo in particolare», sottolinea Ruggero Cavatorta di **Sabart**, «sulla gamma rinnovata dei "Ricambi tecnici" per macchine da giardino e forestali, sulla nuova catena professionale PowerCut™ serie 70 EXL di Oregon® e su alcuni accessori agricoli specializzati che ci stanno dando buone soddisfazioni a livello di vendite, ad esempio le nuove protezioni per alberi cardanici e cardani



Grin

Hikoki Power
Tools Italia



omocinetici dell'azienda australiana Bare-Co».

«In primavera», l'anticipazione di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, « presenteremo la MS 500i, la prima motosega con tecnologia del motore ad iniezione elettronica e con il miglior rapporto peso potenza al mondo. Da gennaio introduciamo sul mercato la centralina d'irrigazione GCI100 che potrà connettersi a diversi dispositivi Smart e al robot iMow che tramite un app gestirà la cura del giardino da qualsiasi parte del mondo. In primavera sarà disponibile il nuovo tosasiepi a batteria allungato HLA 56 che andrà ad aggiungersi alla gamma dei prodotti della serie Stihl Compact Lithium-Ion. Presenteremo Stihl Smart Connected un dispositivo da collegare a diverse attrezzature Stihl che tramite app sarà possibile visualizzare le ore di funzionamento della macchina, programmare l'assistenza e contattare il rivenditore di fiducia».

«L'innovazione di maggior successo», racconta Nicola Ciabatti di **Zuccheti Centro Sistemi**, «è

senza dubbio rappresentata dalla connessione IOT che consente con il modulo ZCS Connect di controllare il robot da remoto; si tratta ormai di un must molto richiesto dal mercato; la nostra linea di Robot 4.0 sta avendo sempre più successo per le caratteristiche uniche di configurabilità e capacità di adeguarsi alle caratteristiche del terreno grazie al gruppo di taglio snodato. Nel 2019 inizieremo la distribuzione del nuovissimo modello Ambrogio L15 Deluxe rivoluzionario per le dimensioni decisamente compatte, per la leggerezza e per la qualità dell'elettronica impiegata, nonostante il costo contenuto ai minimi livelli di mercato».

RIVENDITORE, A TE. Dovrà viaggiare forte il rivenditore, perfettamente in linea con produttori e distributori. Dovrà fare il suo dovere fino in fondo, condividendo strategie e diventando il braccio dell'azienda sul mercato del sell-out. Magari cambiando passo. O magari restare semplicemente quello che è sempre stato. «Il passo in avanti c'è», la certezza di Thomas Goi, direttore commerciale di **Active**, «ed è il passo più importante: il rivenditore deve ritornare ad essere un vero commerciante, che crede in ciò che vende e che sente "suo", che non proponga soltanto ciò che la volatilità del mercato chiede e che di solito è frutto di richieste generate e influenzate. La vendita facile non garantisce un futuro al rivenditore il quale deve affiancare la sua professionalità e competenza, qualcosa che faccia tornare i clienti che si sono fidati di lui. Un mercato così ampio e vario presuppone che ci siano clienti non intenzionati ad acquistare i prodotti con i brand più conosciuti. C'è una larga parte di pubblico, più grande di quella che possiamo immaginare, che cerca qualcosa di diverso, possibilmente italiano. Scegliersi i clienti, rivolgersi a loro, ascoltarli: solo a quel punto il prezzo lo farà il rivenditore, non il mercato. Lo faremo insieme: noi, i nostri rivenditori e quelli che decideranno di seguirci per iniziare un'esperienza di vendita veramente gratificante». «Già nel 2018», ricorda Luca Corbetta, product e marketing manager di **AL-KO Garden & Home Italia**, «i rivenditori si sono resi conto che il mercato sta cambiando, il progressivo aumento dei prodotti a batteria e dei robot costringe a rivalutare il modo di porsi sul mercato, è necessario iniziare a riposizionare la propria offerta per far fronte alle nuove domande. È un processo già in atto ma ci aspettiamo sempre più consapevolezza dei



APPROFONDIMENTO

rivenditori su questo argomento. È una necessità che può e deve diventare una opportunità».

«Ciò che ci aspettiamo dai rivenditori per questo 2019», il punto di Roberto Tribbia, dell'ufficio commerciale di **Blue Bird**, «è una capacità di ascolto ed apertura rispetto a questi nuovi "mondi" che stiamo loro presentando, e che siamo convinti rappresentino un'ottima possibilità di business per l'immediato e per il futuro. Mantenendo sempre un occhio di riguardo per il mondo dello scoppio, nel quale Blue Bird è da decenni uno dei protagonisti fissi del mercato, pensiamo che sia necessario adattare gamma prodotti, approccio al cliente e modalità di vendita all'evoluzione del mercato, che corre sempre più rapida sotto i nostri occhi».

«Il mercato», conclude Alessandro Barrera, responsabile commerciale di **Brumar**, «si sta rapidamente evolvendo verso prodotti che rispettino maggiormente l'ambiente e la salute degli utilizzatori siano essi privati che professionisti. La crescita che possiamo definire esponenziale verso i prodotti a batteria cambierà in modo importante le esigenze del consumatore e il rivenditore dovrà essere pronto e preparato ad inserire nel suo assortimento questa nuova categoria di prodotti. Molto importante sarà non sbagliare la scelta del partner con il quale condividere negli anni questo percorso, rivolgendosi ad aziende che abbiano nel loro DNA questa missione e che abbiano al loro interno prodotti con innovazioni esclusive, progettate da tecnici altamente qualificati e responsabili di progettazione, sviluppo e realizzazione di utensili affidabili e al passo con i tempi.



Multipower

Sicuramente EgoPower+, distribuita in esclusiva per l'Italia da Brumar, ha tutte queste caratteristiche e siamo convinti che è così anche per i numerosi clienti che ci hanno già dato fiducia. Una delle nostre missioni nei confronti dei rivenditori è di accompagnarli in questo percorso di rinnovamento, soprattutto nel mercato del Sud Italia dove investiremo risorse per promuovere questi nuovi prodotti a batteria, convincendo i dealer che questo sarà il futuro prossimo dal quale non potranno essere assenti».

«Dobbiamo far crescere il nostro rivenditore. Lui deve seguirci e noi dovremo dargli i giusti input. Diventando sempre più specializzato», l'immagine di Giovanni Volpi, direttore commerciale della **Davide e Luigi Volpi**, «ed assicurando prima di tutto un servizio di assistenza e ricambio. Il prodotto va seguito, anche nei tempi dovuti. Ormai sempre più stretti».





MTD Products Italia

«Ci aspettiamo che i nostri rivenditori», la strada tracciata da Nicolò Conti, dell'ufficio marketing di **Einhell Italia**, «facciano proprio il nostro concetto di batteria intercambiabile, così a loro volta poterlo trasmettere ai loro clienti. La piattaforma Power X-Change garantisce autonomia e libertà senza dover più dipendere da cavi elettrici e carburante, garantendo ottime prestazioni per tutte le esigenze».

«Ce lo aspettiamo», l'auspicio di Giovanni Masini, direttore marketing di **Emak**, «come naturale evoluzione del percorso che abbiamo fatto insieme in questi ultimi anni, focalizzato sul miglioramento del servizio al cliente, sulla qualità dell'esposizione all'interno del punto vendita e sulle attività di promozione dei nostri prodotti e della marca».

«Consapevolezza del rivenditore, noi compresi», conclude Michele Capaldi, marketing manager di **Gianni Ferrari**, «ad una sempre più proficua collaborazione e preparazione per sostenere le

attività future».

«Il rivenditore è sempre più parte fondamentale del mondo Husqvarna. Grandi investimenti tecnologici e di prodotto prevedono una certa formazione per essere capiti. Ecco perché», l'istantanea di Manuel Munaretto, responsabile marketing **Husqvarna** all'interno di Fercad, «puntiamo ad avere un rivenditore sempre più attento alle novità, profilato nel negozio e formato tramite la partecipazione ai corsi appositi».

«I passi che ci aspettiamo dai nostri rivenditori sono chiari e conosciuti. Siamo convinti», il quadro di Stefano Grilli, responsabile commerciale e marketing di **Grillo**, «che le aspettative e i risultati sono una logica conseguenza del "modo di lavorare". Per questo da ormai diversi anni seguiamo un programma di crescita e coinvolgimento dove ogni fase è basata sulla condivisione di scelte ed obiettivi, nella consapevolezza che solo in questo modo si possano raggiungere obiettivi comuni importanti e solidi. Investiamo in modo continuativo tempo e risorse per creare ed organizzare momenti che chiamiamo di "vita in azienda". Non sono i soliti meeting dove si sta in cattedra e ci si "carica" con parole e numeri, ma sono vere situazioni di incontro per dimostrare cosa facciamo e soprattutto come lo facciamo. Dando così la possibilità a chi collabora con noi di vedere e toccare con mano, in modo diretto e concreto. Passando fisicamente del tempo nei vari stabilimenti, parlando con gli operatori, conoscendo i dettagli dei vari processi produttivi. Dalla progettazione alla prototipazione, alla costruzione dei componenti meccanici, alla verniciatura, alla messa in produzione. Un grande valore aggiunto per tutti che oltre a creare le basi e rafforzare il coinvolgimento diretto di chi poi quotidianamente è il "rappresentante Grillo" per il proprio mercato-cliente, aiuta a cementare e perseguire obiettivi comuni di crescita e sviluppo».

«Vogliamo che il rivenditore ci decida più tempo», la richiesta di Daniele Bianchi, responsabile commerciale e marketing di **Grin**, «per poter organizzare attività assieme a lui. Stiamo organizzando una serie di incontri formativi che permetteranno alla rete vendita di crescere professionalmente e di avere tutte le info commerciali e tecniche per vendere al meglio i nostri prodotti: il rivenditore dovrà però dedicarci tempo e attenzione. Solo così pensiamo che la nostra rete vendita possa



Zucchetti Centro Sistemi

fare dei passi in avanti consistenti».

«Ci aspettiamo», conclude l'ufficio commerciale di **Ibea**, «la forte volontà di dare spazio ad una azienda italiana molto conosciuta dal pubblico finale e che, per come ci ha seguito, sappiamo dare grande soddisfazione in termini di vendita e margine. A volte ci si lamenta troppo di questa Italia, ma è ora di rendersi conto che noi italiani abbiamo davvero una marcia in più: professionalità, capacità costruttiva e cura dei dettagli. Dare più spazio e valore ad aziende storiche del nostro paese, probabilmente, farebbe un gran bene a tutti. Ci rivolgiamo quindi ai tanti commercianti che sappiamo essere sensibili a questo tema e attenti alla qualità dei prodotti che commercializzano».

«Sinceramente e senza voler peccare di presunzione», l'istantanea di Roberto Foti Belligambi, sales manager Turf & Golf di **John Deere Italiana**, «pensiamo che oggi il nostro Dealer network sia ad un livello di professionalità già molto elevato. In ogni caso le attività di training e sviluppo delle nostre concessionari continueranno anche per il 2019, con attività e workshop sia a livello nazionale che internazionale».

«In tutto ciò ci aspettiamo ovviamente importanti risposte dai nostri rivenditori», l'input di Andrea Tachino, direttore commerciale di **Multipower**, «che dovranno capire i numerosi vantaggi nel legarsi sempre di più ad un'azienda come la nostra e soprattutto condividere le nostre idee di commercio per il futuro. Siamo in una situazione di grande confusione, dove i dealers si trovano spesso in difficoltà per le scelte da fare e speriamo quindi che con la nostra politica trovino la strada giusta per il loro ed ovviamente il nostro futuro».

«Storicamente **Pellenc** nel selezionare la propria rete vendita», il quadro di Marco Guarino, dell'ufficio comunicazione e marketing della filiale italiana del colosso francese, «presta estrema attenzione non solo all'atto del vendita, ma soprattutto a quello del post vendita, in modo da garantire al cliente finale un supporto totale anche una volta effettuato l'acquisto. Durante l'anno infatti sono numerosi i corsi di formazione e aggiornamento che i tecnici Pellenc tengono direttamente con i rivenditori. Anche per questo, il rivenditore Pellenc dovrà continuare a focalizzarsi in modo importante sugli aspetti del post vendita, dell'assistenza e del supporto al cliente finale, in modo da garantire sempre un servizio all'altezza del marchio, rapido, performante e professionale. Oltre a questo, Pellenc Italia ha investito in modo importante



Sabart

nel promuovere le prove in campo delle attrezzature da parte del rivenditore, e queste spesso risultano essere argomenti vincenti. Far provare le attrezzature direttamente all'utilizzatore finale è un modo per mettere realmente alla prova il "futuro acquisto", e allo stesso tempo il servizio fornito al cliente risulta essere ancora più completo».

«Ci aspettiamo», l'auspicio di Ruggero Cavatorra, responsabile marketing di **Sabart**, «di collaborare con il concessionario sempre più a livello di partnership nei vari aspetti del business. Già oggi stiamo collaborando in modo proficuo con concessionari che sviluppano vendite B2C via internet oppure che sono attivi presso manifestazioni locali fra fiere, open day ed altri eventi».

«Credo sia necessario trovare dei vantaggi competitivi nel mercato puntando su elementi che vanno oltre il core business. La customer experience per esempio, che significa l'esperienza complessiva che i clienti vivono durante tutta la loro relazione con l'azienda, è oggi», chiude Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «un elemento cardine del business dal quale dipende il successo dell'azienda. Questo è il tema che ci piacerebbe che i rivenditori sviluppassero con maggiore attenzione nei prossimi anni». «Registriamo segnali d'interesse dei rivenditori importanti che non hanno ancora investito nella robotica in maniera convinta. Riteniamo», il punto di Nicola Ciabatti, responsabile vendite Italia Robotics Division di **Zucchetti Centro Sistemi**, «che il loro pieno coinvolgimento possa contribuire ad una crescita ulteriore del nostro comparto. Anche i manutentori stano comprendendo che i robot sono uno strumento di lavoro per i professionisti e non un nemico da combattere. Ci aspettiamo molto da questo segmento per noi molto importante».

Anno positivo, ma con una punta di rammarico per quelle condizioni che ad un certo punto parevano perfette e da cui invece non è partita quell'accelerata su cui in tanti avrebbero scommesso. Bicchiere comunque mezzo pieno

«METEO ALLEATO VOTO AL 2018 DEL GARDEN? FRA IL 6,5 E IL 7»

Un bel voto, anche se si poteva fare di più. «Il 2018? Da 6,5 a dir la verità, probabilmente anche da 7», il peso di un anno agli occhi di Roberto Dose, voce storica di Assogreen. Non c'è male, anche se insieme a molte luci c'è stata anche qualche ombra. Ci sta. La propensione non ancora straordinaria all'acquisto ha



ad un certo punto rallentato vendite non solo auspicabili ma anche effettive perché il quadro stava andando proprio in quella direzione. Il vero fattore nuovo è stato ancora una volta il robot. «La sua massiccia presenza anche all'Eima non ha fatto altro che ribadire un concetto chiaro a noi rivenditori sul peso specifico della macchina. Ulteriore riprova di quel che sarà il futuro», l'istantanea di Dose, in uno scenario facile da descrivere per certi versi. Basta tirar fuori la storia della coperta. Perché la fetta del mercato quella è. E se un prodotto acquista punti, altri devono per forza segnare il passo. Cedendo le proprie posizioni, costretti a fare un passo indietro, destinati a riflettere. «Le famiglie tradizionali in effetti qualcosa hanno perso. Non è solo il robot ad averle spiazzate, certi mercati possono anche aver subito una sorta di saturazione. La torta non è immensa», l'avvertimento di Dose dall'alto del suo campo d'osservazione privilegiato dell'associazione specialisti

macchine da giardino che in questi anni tanto ha fatto per innalzare la cultura del verde ed entrare nelle pieghe di un settore mai davvero fotografato in tutte le sue specificità. Scende anche nel dettaglio Dose. «Le famiglie tradizionali hanno sofferto. Mi riferisco ai rasaerba, ai decespugliatori, ai soffiatori, alle motoseghe. Il mercato è affollato e la richiesta ha solo lievi oscillazioni in genere, senza troppi sbalzi. L'altro aspetto da tenere in considerazione è la molteplicità dei canali distributivi che vanno a penalizzare proprio i prodotti più accessibili con tutta questa frammentazione fra internet, la grande distribuzione e tutto il resto». Il bilancio definitivo è comunque positivo. Col meteo a dare una mano, con la primavera a sbocciare tardi ma comunque strada facendo a ridare al rivenditore tutto quel che aveva perso nelle prime battute. Con tutto il resto a correre a ruota. Quindi con una bella energia e l'ulteriore certezza di stagioni ormai non più da restringere a quei quattro o cinque mesi prima dell'estate. Il verde è ormai andato oltre, di parecchio anche. Anche nel 2018 è stato così. E proprio questo prolungarsi e sconfinare fino alle porte dell'autunno ha detto ad un certo punto che le vendite potessero avere in fondo un peso ancora superiore rispetto a quel che è stato. Del 2019 non v'è certezza, non resta che attendere. Ma l'anno rimasto ormai alle spalle ha raccontato molto ed elargito parecchi spunti. Non solo con la batteria, fortissima variabile ad un mercato chiamato un giorno magari neanche troppo lontano a ritarsi. L'indirizzo è piuttosto chiaro, il mondo del verde in evoluzione. Fra passato e futuro. Vecchi valori e innovazione.

ECHO
DEPEND ON IT



58V GAMMA A BATTERIA



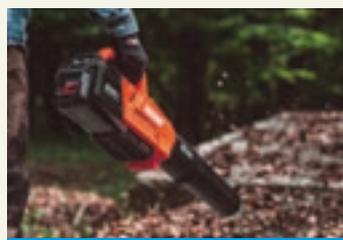
ECDST-58V



ECCS-58V



ECHT-58V



ECPLB-58V



ECLM-58V

NUOVA GAMMA A BATTERIA MID SERIE 58V

Gamma a batteria 58V Mid Serie, novità del 2019, con batterie Lithium-Ion da 58V per utilizzo semi-professionale, ideale anche per privati esigenti.

Con la serie 58V si gode della comodità di un peso contenuto, di un sistema di batteria unica che può essere applicata su molteplici attrezzi, e della garanzia di prestazioni elevate. Tutti i prodotti della gamma sono dotati di motore brushless per aumentare le prestazioni riducendo la necessità di interventi di manutenzione.

Le batterie Lithium-Ion della Serie 58V sono disponibili nella versione da 2Ah e 4Ah.



Il design è entrato pure nel cuore delle macchine per il giardino Impreziosendole, con un tocco in più degno del vero made in Italy
Al rivenditore la prossima mossa, guardando fisso il suo cliente

ANCHE L'OCCHIO VUOLE LA SUA PARTE

S spesso ci pensano gli occhi a dire tutto. Più forti delle parole, anticipatori di uno stato d'animo e di volontà tenute in disparte. Capita anche nei punti vendita, davanti a macchine da giardino e specialisti acuti. Capita sempre, per questo sarebbe meglio accorgersene. «Un venditore preparato si accorge di certi segnali, chi è ben allenato capisce se un prodotto può essere più o meno gradito dal punto di vista estetico», la premessa di Luca Portioli, esperto di dinamiche commerciali, forte dell'esperienza soprattutto nel settore delle automobili ma anche grande appassionato di giardinaggio e piccola agricoltura, hobby che lo porta spesso e volentieri a guardare i punti vendita di macchine da giardino con sguardo particolarmente interessato e penetrante. C'è poi un altro step, quello del tatto. Quello viene dopo. «L'altro indizio per lo specialista», prosegue Portioli, «è il momento in cui il cliente sente il bisogno di toccare con mano, di sentire quel che evidentemente ha pensato di poter anche acquistare. Lo capisci anche quando ti ascoltano in un certo modo, quando fanno domande aperte e non chiuse. Quando nel loro volto in effetti qualcosa cambia. Quando uno ti pone un quesito aperto significa che vuol effettivamente sapere, quan-

do sono chiuse significa che vuoi certezze ma anche che le risposte in un certo senso te la sei data con la domanda. Certi input vanno afferrati al volo, ne va di una trattativa». Il mercato va anche ad onde, anche quello delle auto. «Fantastici settembre e ottobre», il sunto di Portioli, «prima del blocco di novembre, a testimoniare come le occasioni del mercato vadano colte al volo. Anche percependo il minimo dettaglio». Sempre in evoluzione il mercato, dove il dettaglio fa la differenza. Per un'auto così come per un rasaerba.

ALTRO INPUT. Le vendite hanno le loro dinamiche, accelerate nel garden anche da una nuova variabile che da qualche anno sta mostrando sempre maggiore incidenza. «Vero, il cliente è fortemente attratto soprattutto dal design. Soprattutto i privati», evidenzia Portioli, «ma in parte anche in professionale. Anche se tanti manutentori sono ancora combattuti, con lo spirito critico di chi vede la bella macchina come quella che non possa svolgere fino in fondo il duro lavoro di otto ore di una lunga giornata. Quelli che restano convinti che una macchina debba soprattutto produrre senza andare molto oltre e anche se non è particolarmente gradevole fa niente». Un esempio? Presto fatto. «Da tanto tempo», l'aneddoto di Portioli, «sono molto combattuto su un prodotto che guardo ormai da anni, per me con un design avanzatissimo e con materiali davvero appropriati. In più c'è tanto altro. Ne sono fortemente attratto, magari poi la macchina non sarà all'altezza di tutto il resto però certamente



il biglietto da visita è stato eccellente. Il design ormai è un punto fisso, come lo è da sempre soprattutto per l'Italia. Siamo i maestri dell'alta qualità e del bello, ovunque è riconosciuto tranne che da noi. Il tricolore, anche su un articolo di medio livello, all'estero viene subito ipervalutato. Giusto che anche il mondo del giardinaggio e le sue macchine sfruttino questa potentissima leva».

NUMERI CHIARI. La corrente del made in Italy è sempre fortissima. Capace nel 2017 di generare un export di 22 miliardi fra arredamento, illuminazione, articoli in porcellana e ceramica più gioielleria, con un +6% rispetto all'anno precedente. Aumentate del 12% le esportazioni dei gioielli, dell'11% quelle delle sedie, del 7% di accessori di mobili. Tutto rilevato dalla Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi e Promos, in base ai dati Istat di 2017 e 2016. L'Italia ha esportato in particolare in Francia, Stati Uniti e Svizzera. Ha mandato il suo design e le sue soluzioni di altissima qualità ad Hong Kong, in Cina, in Canada, in Turchia. Nella top 20 anche Germania, Regno Unito, Spagna ed Emirati Arabi. Anche il business dell'ultimo Natale ha detto che l'Italia è sempre il punto di riferimento per chi desidera prodotti senza compromesso alcuno. Buoni e belli. Vale circa 230 milioni di euro al mese, rispetto al 2017, l'export mensile del paniere italiano dei prodotti tipici delle feste che vanno dal panettone allo spumante fino ad arrivare a tutti gli altri generi alimentari tradizionali del periodo. Il dato è elaborato dalla Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi in collaborazione con Promos, azienda speciale per le attività internazionali. Dall'analisi di mercato "Feste ed export: i prodotti italiani nel mondo" emerge che il valore delle esportazioni nei primi nove mesi del 2018 è di 2,2 miliardi di euro, in crescita del 6,1% rispetto allo scorso anno. Ad apprezzare maggiormente il made in Italy sono Regno Unito e Stati Uniti in crescita rispettivamente dello 0,21% e del 10,2%. Terza la Francia, +8,2%. Seguono Germania, Svizzera e Belgio. L'incremento maggiore si registra con la Svezia, +27% e con il Canada (+25%), Tra i prodotti più gettonati lo spumante e il prosecco che prendono la via di Regno Unito (282 milioni, +5,3%) e Stati Uniti (245 milioni, +13%), Belgio (+33,5%) e Svezia (+31,6%). Il panettone e i prodotti di pasticceria raggiungono soprattutto la Francia (173 milioni, +5,3%), ma sono sem-

pre più apprezzati anche in Australia (+5,4%). Gli esempi sono infiniti, partendo dalla moda e spaziando ovunque. Uno su tutti la mitica 500, per la prima volta esposta al pubblico al Moma di New York, all'interno della mostra «The Value of Good Design» che si svolgerà dal 10 febbraio al 27 maggio. Il modello è la 500 serie F, la più famosa di sempre, prodotta tra il 1965 e il 1972. Tra il 1957 e il 1975 sono stati realizzati in totale più di quattro milioni di esemplari. «La 500 è un'icona di stile italiano mai passata di moda e che, nel corso dei decenni», spiega Luca Napolitano, Head of Emea Fiat and Abarth brands, «ha conquistato innumerevoli fan in tutto il mondo, grazie ai suoi tratti inconfondibili e alla sua spiccata personalità. Sin dal 1957, Fiat 500 ha saputo regalare un tocco di colore e un sorriso alla quotidianità dei suoi clienti, diven-



tando ambasciatore del Bel Paese e affermandosi come icona riconosciuta di design e stile made in Italy». Come volevasi dimostrare. «I numeri parlano chiaro», conclude Portioli, «ma al di là delle cifre è chiarissima la percezione del potere del made in Italy all'estero. Che sia una semplice felpe col tricolore o degli occhiali da sole. Basti guardare i negozi nelle principali vie delle più grandi città del mondo. Bene che anche le macchine da giardino abbiano sposato la linea del design, bene che abbiano anche cavalcato una leva che appariva prima secondaria ma che adesso evidentemente è diventata assolutamente importante per dare alle nostre macchine argomentazioni in più».

Una tecnologia in grado di aumentare il ciclo di vita di nove utensili della famiglia Power X-Change. Senza le spazzole di carbone nel motore i vantaggi diventano innumerabili. Compresa una maggiore autonomia

EINHELL, L'ALTO VALORE DEL SISTEMA BRUSHLESS

EINHELL

Nel mondo dei prodotti per la cura dei vostri spazi verdi, esiste una tecnologia capace di aumentare la vita degli utensili in cui è installata: è il sistema Brushless di Einhell, perfettamente in linea con la mission della multinazionale tedesca, che da anni punta al risparmio (energetico, ambientale ed economico), senza rinunciare al massimo delle performance. Presente su diversi apparecchi del sistema Power X-Change, la peculiarità della tecnologia Brushless è la rinuncia all'installazione di spazzole di carbone all'interno dei motori che regolano il funzionamento degli elettro-utensili. Questa importante modifica permette di dire addio alle dispersioni di energia, di aumentare, a parità dell'assorbimento, la potenza del motore (25% in più), di rallentare l'usura dell'utensile e di incrementare l'autonomia dell'apparecchio (50% in più), con una minore richiesta di energia elettrica e quindi un minor impatto ambientale. Non solo: la tecnologia Brushless comporta una costruzione più compatta degli attrezzi, rendendoli più maneggevoli e leggeri nell'utilizzo. Per la cura e la manutenzione del vostro verde, la tecnologia Brushless è al momento presente su un totale di 9 prodotti Einhell: 3 Tagliaerba, 1 Arieggiatore, 1 Elettrozappa, 1 Elettrosega, 2 Soffiatori e 1 Decespugliatore, tutti funzionanti e utilizzabili nella massima libertà grazie al sistema Power



X-Change. Ad esempio l'Arieggiatore GE-SC 35 Li è perfetto per una cura attenta del manto erboso ed è ideale nella scarificazione di terreni di piccole e medie dimensioni, impostabile in base alle esigenze. Per il taglio di legna e di rami, l'elettrosega GE-LC 36/35 vanta una lunghezza di taglio di 330 mm, una velocità di



avanzamento di 15 m/s, grazie all'utilizzo di 2 batterie Power X-Change da 18V. Degno di nota, nella gamma dei soffiatori, il modello GE-CL 36 Li E è un apparecchio maneggevole ad alte prestazioni per un uso illimitato in giardino e in cortile, grazie alle due grandi rotelle di appoggio e alla cinghia che permette la distribuzione del peso lungo tutto il corpo del consumatore.

Perché con Einhell, anche la cura del verde è sempre un lavoro Ben Fatto!



Einhell

BRUSHLESS
ENERGY
Einhell

6114

BRUSHLESS ENERGY: PIÙ EFFICIENZA PER IL TUO GIARDINO.

Scopri i vantaggi della tecnologia
senza spazzole di Einhell.



Scopri tutta la potenza dell'innovativa tecnologia Brushless Energy di Einhell per tutti i tuoi lavori in giardino: dalla manutenzione degli spazi verdi alla potatura di alberi e arbusti fino alla pulizia da foglie e detriti di tutte le aree esterne.

Prova i nostri prodotti con motori Brushless per una maggiore potenza, autonomia e durata, sempre con il massimo della comodità, sicurezza e sostenibilità ambientale.

Visita
einhell.it

Einhell Italia 

Prezzi sempre sotto controllo, monitorati passo dopo passo perché il rivenditore abbia ogni giorno una finestra sul mondo online. Frutto dell'idea di Assogreen e la mano sapiente del portale Competitoor

OSSERVATORIO, CI VOLEVA PROPRIO

C' erano tutti a Vicenza, il 18 dicembre. Nuove leve e vecchi padri. Quelli che nel 2002, sul pullman tornando dalla Germania dopo uno dei tanti meeting di allora, decisero che i rivenditori meritavano di unirsi. Che il settore avesse bisogno di una guida. Così nacque Assogreen. Tanta strada da allora, tante idee, tanto fermento pur fra tante difficoltà. Prima di Natale l'incontro che ha chiuso il 2018, approfondimento di qualità su temi tutti attuali. Fra l'Assogreen di oggi e quella di ieri. Quella di Angelo Teruzzi e Roberto Dose, quella di Davide Marostegan e di altri pionieri del tempo. I temi hanno catturato la platea, come sempre riunita nella sala convegni della Confcommercio di Vicenza. Partendo dall'Osservatorio prezzi online proseguendo col Bonus Verde e il Cam, finendo con la valorizzazione delle risorse aziendali. Tutto in una mattinata densa e piena di applausi, di suggerimenti e confronti. Di concorrenti diventati colleghi, seguendo una delle massime di Assogreen quando mosse i primi passi. Tutti insieme davanti ad esempio al nuovo Osservatorio dei prezzi, alleato preziosissimo nella vita di tutti i giorni.

A PORTATA DI CLICK. Illuminante la via indicata da Davide Lugli, CEO di Competitoor. Il progetto è quello di un portale per il monitoraggio dei prezzi dei prodotti venduti online fruibili da tutti i soci. «Dedicato a chi vuole vendere, a chi produce e a chi distribuisce, ma soprattutto utile per chi una presenza online non ce l'ha ma ci si vuole avvicinare con una conoscenza alle spalle, soprattutto legata al settore in cui opera. Noi abbiamo scelto



come strumento di lavoro», le considerazioni di Lugli, «un monitor di prezzi, perché il prezzo è un dato numerico che raccoglie tante caratteristiche che servono per scegliere un prodotto piuttosto che un altro. I prezzi vengono compressi dalla competizione dei diversi distributori. Quando Assogreen ha dimostrato interesse per aiutare i soci nel mondo di internet ci siamo confrontati e da lì è nato lo spunto di costruire un osservatorio per cominciare a dare giornalmente una finestra su ciò che succede nel mondo online in Italia. Non sapevamo neanche noi cosa ne sarebbe venuto fuori, invece abbiamo trovato dati davvero molto interessanti». Nel mondo 3,9 miliardi di persone, ovvero oltre il 50% della popolazione mondiale si



informa, lavora, acquista e comunica attraverso il Web. Nei paesi industrializzati questa percentuale supera il 95%. L'utilizzo principale di Internet è l'infocommerce, ossia la possibilità di ottenere informazioni su un determinato prodotto o servizio prima di acquistarlo e l'84% di chi compra online, confronta i prezzi di quattro differenti siti Web per essere sicuro della propria scelta. Il mondo dell'e-Commerce tra il 2012 e il 2016 è raddoppiato e da 10 anni continua a crescere. Gli investimenti pubblicitari online hanno superato dal 2014 sia quelli della stampa che quelli della televisione, guidati dalla capacità che ha il Web, come prodotto digitale, di essere perfettamente misurabile e di conseguenza efficiente. In 60 secondi online, succedono più cose di quante ne potremmo gestire nel corso di una vita intera: vengono fatte 3,5 milioni di ricerche su Google, acquistati 750.000 dollari di prodotti, visti quattro milioni di video su YouTube, inviati 450.000 tweet. In un mercato che cambia così rapidamente è facile perdere i punti di riferimento e trovarsi a competere con concorrenti che non si conoscevano o che fino a poco tempo prima non esistevano. Dall'altra parte Amazon ed Ebay, i principali marketplace che detengono il 20% del mercato B2C, rendono sempre più semplice, anche per privati o piccole aziende, l'attività di vendita, aumentando così il numero di offerte simili che finiscono per gareggiare tra loro solo per il prezzo. Fra i brand che si sono avvalsi della competenza di Competitor anche Valentino, Mercedes, Clarins, Morellato, MaxMara, LiuJo e Giochi Preziosi.

EQUILIBRIO CONTINUO. «Non è con il prezzo più basso che si vende», la regola di Lugli,

«ma con il prezzo giusto. E online il prezzo giusto cambia ogni giorno». Per conoscere il prezzo perfetto a cui vendere i tuoi prodotti e incrementare i profitti, devi necessariamente controllare il mercato in cui si opera, verificare quanti e quali sono i tuoi concorrenti. Utilizzando Competitor ti accorgerai che online non c'è nulla di statico, tutto è sempre in movimento, soprattutto i prezzi che cambiano in continuazione. Marketplace estremamente popolari come Amazon utilizzano complessi algoritmi per modificare i prezzi in maniera dinamica e vendere di più. Sui comparatori di prezzo compaiono spesso offerte civetta o sottocosto da parte di nuovi concorrenti e la pubblicità online diventa sempre più "intelligente", in grado di seguire letteralmente un visitatore e proporgli sconti dedicate. Aumentare le vendite online senza abbassare i prezzi, significa quindi curare differenti aspetti della propria comunicazione e creare una relazione duratura con i propri clienti, convincerli che un prezzo, alto è giustificato da determinate condizioni o che un prezzo estremamente basso è un'occasione da cogliere al volo. Competitor avendo tra i suoi clienti alcuni dei più importanti brand ed e-commerce che vendono con successo online e controllando milioni di prezzi al giorno, nel tempo ha raccolto interessanti casi di studio che mostrano quanto variazioni di prezzo al rialzo, effettuate nei giusti tempi, abbiano portato significativi miglioramenti ai margini di guadagno. Grazie all'analisi di queste variazioni si costruiscono politiche di prezzo e sconti (pesate rispetto ai concorrenti) che portano ad aumenti di fatturato. Vendere online è soprattutto un'attività di bilanciamento dinamico, di confronto tra ciò che possiamo offrire rispetto

ad un mercato che cambia. Tutti i giorni. I prezzi di un e-commerce sono dinamici quando variano automaticamente in base ad una serie di fattori interni ed esterni, come le scorte di magazzino, il periodo del giorno, il numero di visite e, soprattutto, i prezzi della concorrenza. Uno degli errori tipici, per chi comincia a vendere online, è quello di impostare i prezzi dei propri prodotti e poi lasciarli fermi. Comportarsi in questo modo è molto rischioso, è infatti statisticamente rilevato che otto persone su dieci controllano almeno quattro e-commerce prima di acquistare ed è molto facile attraverso siti di comparazione prezzo o con i motori di ricerca, trovare concorrenti ed alternative su internet. Esistono differenti software in grado di aiutarti a gestire dinamicamente i prezzi del tuo e-commerce, ma ognuno di questi ha bisogno di dati per poter scegliere correttamente come modificare giornalmente i prezzi senza farti perdere margini di guadagno. Competitor, attraverso API e moduli specifici per le principali piattaforme e-commerce, ti dà la possibilità di avere in tempo reale i prezzi dei tuoi concorrenti ed ottimizzare la tua politica di prezzi in maniera precisa e rapida.

PASSO AVANTI. I vantaggi sono concreti, prima base per avere un quadro sempre preciso e aggiornato. «Il rivenditore non dovrà solo poggarsi ad una conoscenza di pancia, come spesso succede, ma avrà anzi un quadro numerico e soprattutto reale. Quando io vorrò vendere un prodot-

to», evidenzia Lugli, «potrò con un semplice click vedere chi lo sta vendendo e a che prezzi e con che sconti. E come questi prezzi cambiano nel tempo. Dopo farò le mie deduzioni sulla base delle mie capacità commerciali». Il passo è spedito, il web va cavalcato. Altre strade non ce ne sono. «C'è chi dice che la vendita online aumenterà del 30% nei prossimi cinque anni, io sarei un po' più prudente ma di sicuro il ritmo sta aumentando. C'è in corso», avverte Lugli, «un cambio generazionale anche ma non solo per una questione di età anagrafica. Le nuove leve sono nate nel mondo del digitale. Il web è del 1994, quindi chi è nato dopo è nato con la possibilità di poter fare qualsiasi cosa con un click. Sono loro gli acquirenti, ma anche i venditori del futuro. E le potenzialità del web verranno usate tantissimo, l'importante però è che vengano sfruttate correttamente. Internet non è un canale televisivo o un giornale. Invece se un venditore bravo oggi vuole avere successo conoscendo bene i suoi prodotti e i suoi clienti deve usare tutti i canali a sua disposizione. L'Osservatorio di dice i prezzi, se io mi rendo conto che su questo prodotto sono competitivo e posso giocarmi delle carte buone l'online ha mille strumenti che si possono attivare in poco tempo. Vendere oggi un prodotto al giusto prezzo e in poco tempo è facilissimo». In un solo secondo online vengono fatte oltre 60.000 ricerche su Google, inviate 2.5 milioni di e-mail dagli oltre 3,5 miliardi di utenti connessi ad internet. Questi sono solo alcuni indicatori che mostrano la dimensione del mercato online e la rapidità con cui questo si sta espandendo.

Per questo motivo anche le modalità con cui si analizzano i concorrenti e le opportunità commerciali oggi devono adeguarsi. «Non è più possibile raccogliere dati manualmente», il suggerimento di Lugli, «le informazioni diventano rapidamente obsolete e prendere decisioni basate su dati poco precisi può rivelarsi fatale». Va anche a fondo Lugli, ad uno dei tanti noccioli della questione. «Non possiamo rilevare dati, quelli sono nascosti come i costi del prodotto e le vendite. Non possiamo conoscere quanta gente mette a carrello quel prodotto, ma dalla visibilità e dal prezzo di vendita si possono ricavare questi dati. Perché un prodotto che ha grande visibilità è un prodotto anche molto cercato, molto trovato e quindi molto acquistato. Seguire chi sono i leader dei vari prodotti permette anche di migliorare la capacità di vendere online. Copiando dai più bravi».



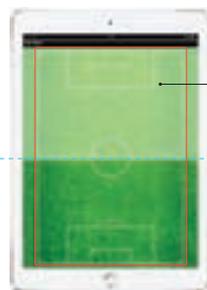


Wiper Professional

- ▶ Soluzione Ecologica.
- ▶ Macchinario Silenzioso.
- ▶ Nessun materiale di risulta.
- ▶ No smaltimento erba.
- ▶ Non compatta il terreno.
- ▶ Disturba le talpe.
- ▶ Taglio anche in orario notturno.
- ▶ Riduce il fabbisogno di irrigazione del 30%.
- ▶ Possibilità di taglio appena conclusi eventi atmosferici avversi.
- ▶ Peso: 43 kg.

Adattabile per ogni configurazione.

Il sistema robotizzato Wiper Yard è pensato per tagliare perfettamente il prato dei campi da calcio professionali e favorire la crescita del tappeto erboso, esso può garantire anche il taglio di due o più campi da calcio adiacenti con funzione programmata a zone, secondo le fasce orarie di utilizzo dei campi.



Wiper Connect

-  Control APP
-  Go away (perimetro virtuale)
-  Geolocalizzazione
-  Geofence alarm (antifurto)

L'automazione per grandi aree.



NKO
Garden Robots

wiperprofessional.it - info@nikocompany.com - fax +39 0438 471398

La corsa all'acquisto durante le feste ancora una volta non ha toccato il punto vendita specializzato di macchine da giardino. Il motivo? «Prodotti non appetibili per il periodo, a meno che non si crei una sezione ad hoc»

RIVENDITORE, SOLITO NATALE IL BUSINESS VA TUTTO ALTROVE

Non c'è verso. Il Natale e il giardinaggio avranno sempre poco a che fare. Peccato, perché a dicembre e man mano che ci si avvicina alle feste pare che si debba cambiare il mondo per forza. Compresa la propria vita e gli acquisti da lì all'eternità. Come una linea del traguardo da oltrepassare con pacchi regalo anche sulla testa e una borsa gigante che racchiude tutto. Dal panettone al frigorifero o alla lavatrice, come quella di Eta Beta. Natale è scappato ancora, senza che lo specialista abbia mai abbozzato una qualsiasi forma di business. Neanche un rasaerba o un decespugliatore. O un robot, visto che da dicembre a marzo di mezzo non c'è un'eternità. Lo specialista è rimasto al suo posto, evidentemente convinto che la battaglia sia persa in partenza. «I prodotti legati al nostro settore non sono così appetibili da mettere in piedi una vera e propria campagna natalizia», la sentenza di Roberto Dose, ex presidente di Assogreen ma sempre voce parecchio autorevole dell'associazione italiana specialisti di macchine da giardino.

La riprova sta anche nella frenesia del momento, di quel conto alla rovescia frenetico a cui tutti partecipano come inghiottiti in un vortice profondissimo. «Proprio perché a Natale pare sia necessario far tutto prima, proprio perché tutto è focalizzato sull'immediato non si pensa a comprare un rasaerba o una

qualsiasi macchina per il garden», ribadisce Dose dall'alto della sua esperienza. Così è, ma non per tutti. Qualche punto vendita è andato oltre, negozi parecchio strutturati e soprattutto con la convinzione che il Natale potesse davvero rendere. Qualcuno ha creato così una vera sezione a parte, un angolo dedicato in cui spingere sull'acceleratore con iniziative ad hoc del tutto staccate dalla normalità del lavoro quotidiano. «Qualcuno in effetti è rimasto, anche se quei pochi lo fanno in maniera assolutamente professionale. Creando quindi la richiesta, trasformando il Natale quasi in un ramo d'azienda. Chi ha investito in maniera importante», continua Dose, «ne ha tratto beneficio e fatturato, ma il rivenditore resta e resterà sempre piuttosto staccato da questo mercato». Il Natale se n'è andato ormai, senza lasciar molta traccia. Luci ovunque ormai spente, vacanze (per chi ha potuto farle) terminate, la routine quotidiana davanti ma anche la primavera in fondo dietro l'angolo. E l'istinto per l'acquisto ad ogni costo rimesso da parte, nel cassetto, almeno quelli rimasti con un po' di spazio dopo averci infilato di tutto. Raffreddando bancomat e carte di credito a lungo bollenti lungo quelle settimane pazze, chissà perché poi. Questione di abitudini, di un immenso luogo comune ormai metabolizzato da tutti e quindi diventato legge. Legare il cordone non sarebbe stato male, accorciando il tempo e avvicinando i primi tagli dell'erba a fine dicembre. Magari falsando in parte la realtà, ma come in fondo fan tutti quelli che s'aggrappano al Natale e all'enorme business che assicura. Provando a vendere di tutto. E spesso e volentieri riuscendoci anche.





N O V I T À 2 0 1 9

Grin R-EVOLUTION a 82V:

due modelli, due larghezze, due batterie.

BM37-82V NEW

BM46-82V



LA BATTERIA

CON LE STESSA PRESTAZIONI DELLO SCOPPIO!

INCREDIBILE POTENZA

Motore e batteria da 82V regalano una qualità di taglio da motore a benzina. Ottima in erba alta e situazioni difficili.

82V

ECCEZIONALE DURATA CON UNA CARICA

60 minuti di taglio, 800 mq, con BM46-82V a batteria da 5 Ah.
30 minuti di taglio, 400 mq, con BM37-82V a batteria da 2 Ah.

MQ



RICARICA RAPIDA

75 minuti per la batteria da 5 Ah.
30 minuti per la batteria da 2 Ah.

MINUTI



Contattaci per un test drive su prato al 800-543858

www.mygrin.eu



YouTube

I criteri minimi fissano precisi parametri anche per il taglio dell'erba. Col verde pubblico a darsi delle regole mirate e soprattutto ad avere città sempre più pulite. Con voci premianti come ago della bilancia

APPALTI, L'AMBIENTE AL PRIMO POSTO

Appalti nuovi. Criteri Ambientali Minimi, quelli del Cam. Compresi quelli che riguardano i giardini. «Quelli che gli appalti li modificheranno completamente», l'incipit di Andrea Pellagatta, vicepresidente del SIA, associazione italiana arboricoltura, specializzato nella gestione del verde urbano intervenuto lo scorso 18 dicembre nella sede di Confcommercio di Vicenza all'assemblea di Assogreen. Tutto è regolamentato nelle 13 pagine del piano d'azione per la sostenibilità ambientale dei consumi nel settore della pubblica amministrazione. I criteri minimi riguardano l'affidamento del «servizio di gestione del verde pubblico» e «le forniture di prodotti per la gestione del verde pubblico». Con indicazioni per le tecniche di giardinaggio a minor impatto ambientale per ammendanti, impianti di irrigazione e piante ornamentali. Fra i criteri premianti ci sono proprio «prodotti e servizi con prestazioni ambientali migliori di quelle garantite dal rispetto dei soli criteri di base».

LE PREMESSE. «La stazione appaltante, nella preparazione della documentazione di gara, dovrà provvedere ad elaborare una lista delle più comuni specie vegetali adatte alle condizioni climatiche della regione ove si trovano i siti di impianto, tenendo in considerazione anche il tipo di suolo sul quale verranno messe a dimora e dando priorità alle specie con esigenze idriche limitate. Per stabilire la lista di specie vegetali idonee per le condizioni di crescita locali e per le altre indicazioni, la stazione appaltante può consultare



la documentazione scientifica appropriata, inclusi testi ufficiali di livello nazionale o regionale o far riferimento alle facoltà di agraria e scienze forestali delle Università». C'è molto altro, compreso il peso specifico di chi il lavoro dovrà condurlo e portarlo a termine. «Se la stazione appaltante gestisce il verde pubblico di competenza con proprio personale, dovrebbe prevedere momenti formativi, a meno che il personale non abbia già formazione specifica sul tema».

IL TAGLIO DELL'ERBA. Precise anche le specifiche tecniche. Compresa quella sul taglio dell'erba, dove «l'offerente deve prevedere l'utilizzo di tecniche a basso impatto ambientale in base alla localizzazione, estensione e importanza dell'area verde da trattare quali il mulching nei tappeti

ornamentali o in contesti ad elevato valore storico-naturale mentre, nei parchi estensivi periferici, la fienagione e, ove possibile, il pascolo. Con la presentazione di un piano di sfalci coerente con il criterio». E poi c'è il consumo di acqua, perché «l'aggiudicatario deve adottare pratiche di irrigazione che consentano una riduzione del consumo di acqua ivi inclusa la pacciamatura, almeno nelle zone interessate a fenomeni di eccessiva evaporazione. Inoltre deve installare, ove non già esistente, un impianto di irrigazione automatico che consenta di regolare il volume di acqua erogata nelle varie zone, dotato di temporizzatori regolabili per programmare il periodo di irrigazione e di igrometri per misurare l'umidità del terreno e bloccare automaticamente l'irrigazione quando l'umidità del terreno è sufficientemente elevata. Ad esempio dopo che è piovuto. Per massimizzare l'uso di acqua non potabile (piovana, freatica, compresa acqua grigia opportunamente filtrata) deve anche realizzare un sistema di raccolta delle acque meteoriche e/o acque grigie filtrate in modo che possano essere utilizzare dall'impianto di irrigazione». E la verifica è presto fatta: «L'offerente, sulla base delle risorse idriche disponibili in relazione al clima locale e alle caratteristiche del territorio in cui dovrà essere ubicato l'impianto di irrigazione, dovrà descrivere come prevede di realizzare il sistema di raccolta e di utilizzo delle acque, elencare tutto ciò che prevede di acquistare. Allegando le schede tecniche dell'impianto di irrigazione e delle altre componenti tecniche più significative».

QUESTIONE DI COMPOST. Fra le clausole contrattuali anche la gestione dei residui organici. Tutto spiegato nel dettaglio. «I residui organici (foglie secche, residui di potatura, erba) prodotti nelle aree verdi, devono essere compostati in loco o cippati "in situ" e utilizzati come paccime nelle aree idonee per ridurre il fenomeno di evaporazione dal terreno. Qualora il compostaggio in loco non fosse tecnicamente possibile e, ove tali residui non potessero essere interamente utilizzati come paccime nelle aree verdi gestite nell'ambito del contratto, le eccedenze di tali rifiuti organici debbono essere compostate in impianti autorizzati oppure, ove abbiano le caratteristiche fisiche adeguate, debbono essere utilizzate come



biomassa per esigenze termiche della stazione appaltante o di enti limitrofi».

CAPITOLO FORMAZIONE. Nel documento ci sono anche i parametri per la formazione, che deve riguardare «tecniche di prevenzione dei danni provocati da parassiti, malattie e infestanti tramite scelta di specie e di varietà di piante ad alberi e processi termici; nozioni sui prodotti fitosanitari, caratteristiche e indicazione di quelli autorizzati per essere impiegati nella produzione biologica, nozioni sull'uso di prodotti basati su materie prime rinnovabili, sul maneggiamento, la gestione di prodotti chimici e dei loro contenitori, sull'uso legale ed in sicurezza di pesticidi, di erbicidi e tecniche per evitare fenomeni di resistenza indotta dei parassiti alle sostanze chimiche usate, sull'uso e le caratteristiche del compost; pratiche di risparmio idrico ed energetico; gestione e raccolta differenziata dei rifiuti». Fissati anche i palle della verifica: «Il contraente, ove non possa dimostrare che il personale che impiegherà nella commessa sia opportunamente formato, dovrà presentare, entro 30 giorni dalla decorrenza contrattuale, un programma di formazione con indicazione di docenti, loro profilo curricolare, sede, date e ore di formazione previste e dovrà indicare il personale che dovrà prendervi parte. Entro il termine massimo di 90 giorni dalla decorrenza contrattuale, dovrà produrre il foglio delle firme di presenza, i test di verifica effettuati ed i risultati conseguiti. Analoga formazione deve essere effettuata per il personale assunto in corso di esecuzione contrattuale, se non adeguamento formato. Un referente dell'amministrazione aggiudicatrice presenzierà alle lezioni effettuate».

China Awards, 29 premiati a Milano

Ventinue premiati in nove categorie: 18 società italiane, sette cinesi e tre Leoni d'Oro. È il bilancio della tredicesima edizione dei China Awards, organizzati dalla Fondazione Italia Cina e da MF-Milano Finanza. I riconoscimenti sono stati assegnati nella ormai tradizionale cornice del Museo della Scienza e della Tecnologia "Leonardo da Vinci" di Milano, davanti a una platea di circa trecento esponenti del mondo imprenditoriale, giornalisti e opinion makers. «Oggi più che mai, alle imprese italiane che vogliono affrontare il mercato cinese», ha dichiarato il presidente della Fondazione Italia Cina, Alberto Bombassei, «non basta individuare le strategie utili per poter competere alla pari sui mercati globali ma devono maturare una approfondita conoscenza della specifica realtà economica e culturale della Repubblica Popolare. Anche per questa ragione, l'appuntamento con i China Awards resta per la Fondazione un momento importante perché sa esprimere la nostra visione positiva e pragmatica nei confronti della sfida cinese, una sfida ancora difficile da affrontare nonostante i grandi passi in avanti compiuti in questi anni».

Calendario Antonio Carraro, domina il Made in Italy

Le coltivazioni più delicate, pregiate, difficili da lavorare. A filari stretti o arroccate su pendii ripidissimi, necessitano di una passione e una dedizione al lavoro fuori dal comune.

Una passione, quella di Antonio Carraro, che trova corrispondenza nel concept di trattori dalle caratteristiche singolari, scaturito dall'ascolto letterale delle esigenze di quegli agricoltori. Trattori contraddistinti dal colore rosso che risulta il vero protagonista della pubblicazione anche per quanto riguarda l'impaginazione grafica. Un rosso pieno, senza compromessi, senza sfumature, chiamato dai designer rosso 100/100, icona di altre eccellenze Made in Italy come Ferrari, Valentino, Campari. Perché se la passione fosse un colore, non potrebbe essere che il rosso! Il calendario 2019 è reperibile presso i concessionari e gli importatori Antonio Carraro.



Stihl, al via a Waiblingen una linea di produzione propria per le batterie

Il gruppo Stihl sta avviando una linea di produzione propria per i prodotti a batteria nella sede centrale in Germania. In tal modo, la compagnia sta sostenendo sforzi per i produrre tecnologie top di gamma anche per prodotti a batteria.

Le batterie a zaino per applicazioni professionali saranno prodotte in uno stabilimento altamente automatizzato a Waiblingen-Hegnach. L'azienda sta dimostrando ancora una volta la sua forza innovativa nel campo dei prodotti eco-friendly per la silvicoltura e l'agricoltura, così come per la manutenzione del verde pubblico e privato. «Entrare nella produzione di batterie», evidenzia Bertram Kandziora, presidente del comitato esecutivo di Stihl, «è il proseguimento logico della strategia della batteria Stihl. In soli dieci anni abbiamo ampliato la nostra gamma a batteria da un taglia-siepe a tre linee di prodotti». Stihl ha lanciato la sua linea a batteria per professionisti e privati esigenti nel 2009. Nel 2016, la società ha aperto un competence center per batterie e sviluppo elettronico nella sua sede di Waiblingen espandendo il suo centro di sviluppo. Oggi più di 300 dipendenti vi lavorano. «Siamo stati in grado di riempire molte posizioni vacanti negli ultimi mesi», prosegue Kandziora, «soprattutto nei settori delle batterie, dell'elettronica, dei prodotti connessi e dell'IT. Questo è essenziale per un'ulteriore crescita in questo segmento promettente».

Convegno AICG, il centro di giardinaggio specchio del territorio

Per la settima edizione del convegno nazionale AICG, uno degli appuntamenti più attesi del settore, si è andati in Puglia, la regione che rappresenta fortemente la cultura e i territori del mediterraneo e del mezzogiorno d'Italia. Il convegno si è svolto a Borgo Egnazia a Savelletri di Fasano, in provincia di Brindisi. Il titolo del convegno 2019, «Il centro giardinaggio racconta il territorio: cultura, paesaggio, radici e futuro sostenibile», ha riassunto ed evidenziato i temi di maggiore attualità legati al ruolo strategico che il verde e le piante rappresentano per la qualità degli spazi urbani, nei processi di mitigazione e adattamento ai cambiamenti climatici, nella valorizzazione dei paesaggi e dei territori. Il convegno è stato anche l'occasione per un aggiornamento sulle tematiche più strettamente legate alla gestione tecnica e manageriale dei centri di giardinaggio, con uno sguardo anche internazionale.



L'urlo della Giornata Mondiale del Suolo

«La chimica non è sinonimo di veleno»



In occasione della Giornata Mondiale del Suolo, celebrata il 5 dicembre per valorizzare una risorsa preziosa, fragile e non rinnovabile, da cui dipende la vita dell'uomo, Federchimica Assofertilizzanti e CREA in collaborazione con UNIBO, UNITE e le società scientifiche SISS, SICA e SIA ha proposto un seminario di approfondimento sulle tematiche con-

nesse all'uso sostenibile dei fertilizzanti per la sicurezza alimentare. L'incontro si è tenuto a Roma alla Società Geografica Italiana, stimolando la riflessione su un tema caldo per un'opinione pubblica disorientata che, da una parte è abituata a contare su una disponibilità illimitata di cibo senza porsi troppe domande, mentre dall'altra è vittima di luoghi comuni e disinformazione. «Chimica non è sinonimo di veleno», spiega Anna Benedetti, dirigente di ricerca CREA, presidente SISS e National Focal Point della Global Soil Partnership FAO, «perché tutti gli organismi viventi sono basati sulla chimica, tutte le reazioni metaboliche che avvengono in un organismo vivente sono chimica, nel suolo abbiamo i processi che regolano i servizi ecosistemici che si basano su processi chimici. È impensabile non fertilizzare un suolo da destinare ad agricoltura, nel lungo periodo porterà alla perdita della fertilità e della produttività stessa, compromettendo quindi sia la possibilità di avere cibo sufficiente sia la biodiversità definita come il capitale naturale pro capite».

AFFIDATI A MANI ESPERTE

Forbice professionale
a doppio taglio
con lama piatta

Art.2022



FALKET®



FALKET di Gianola Paolo
PREMANA (LC) ITALY
Telefono / Fax: 034 1.890280
email: info@falket.com

www.falket.com

MADE IN ITALY

Emak, patto col Gruppo Merlo «Formazione ai livelli massimi»



Emak ha stretto una partnership con il Gruppo Merlo, leader nella progettazione e produzione integrata di macchine ad alta tecnologia per l'edilizia, l'agricoltura, l'industria e l'igiene urbana. All'impegno costante per l'innovazione, Emak e Merlo affiancano da sempre l'attenzione verso la sicurezza degli operatori: da questa premessa nasce la nuova collaborazione volta a realizzare corsi di formazione rivolti ai professionisti del verde, dedicati alla sicurezza e alla prevenzione nell'utilizzo corretto ed efficiente delle macchine e delle attrezzature da giardinaggio. «Siamo lieti di annunciare la nuova partnership con il Centro Formazione e Ricerca del Gruppo Merlo per la realizzazione di corsi di formazione. Il CFRM», evidenzia Luca Vandelli, customer service manager di Emak, «è la realtà più innovativa in Italia e tra le più apprezzate in Europa per l'addestramento all'uso di macchine industriali, agricole e per il mondo delle costruzioni. Da sempre in Emak riconosciamo alla formazione un valore strategico: è lo strumento principale per promuovere e valorizzare lo sviluppo professionale dei collaboratori, tutelandone al contempo la sicurezza. E per quanto riguarda la sicurezza sul lavoro nell'utilizzo di macchine e attrezzature da giardinaggio e forestale, non può prescindere da una formazione adeguata e da un addestramento mirato». «I programmi formativi del CFRM», afferma Paolo Peretti, direttore del Centro Formazione e Ricerca Merlo, «offrono ai partecipanti gli strumenti conoscitivi, i metodi e le tecniche per affrontare con sicurezza e in modo consapevole l'uso delle macchine e delle attrezzature di lavoro, spesso semplici da usare ma potenzialmente pericolose se affidate a mani inesperte o non adeguatamente preparate». Già avviato il primo corso di formazione dedicato alla motosega a catena.

Dicembre a pieni giri, MD centra il pokerissimo



Il 17 dicembre MD S.p.A ha festeggiato il suo opening day invernale con l'apertura contemporanea di quattro punti vendita. Accese già le insegne dei nuovi MD a San Severo (Foggia), Pompei (Napoli), Maranello (Modena) e Magenta (Milano).

E due giorni dopo è stato tagliato il nastro del nuovo centro di Monopoli, in provincia di Bari. Il 2018 s'è chiuso così con un numero ragguardevole di new opening, dieci solo nel mese di dicembre, che portano in totale i punti vendita del Gruppo inaugurati nel corso dell'ultimo anno a ben 37. Una media di tre al mese, che conferma le previsioni del piano quadriennale annunciato ad aprile 2018 dal cavalier Patrizio Podini, presidente e fondatore del Gruppo MD.

Le ultime inaugurazioni sono un'ulteriore testimonianza della forza di questo Gruppo, impegnato a superare i già ottimi dati di bilancio che lo vedono oggi secondo player italiano del settore discount con 2,3 miliardi di euro di fatturato nel 2017 e ben 750 punti vendita.

Volontari del verde, Roma lancia l'idea

«Adotta il verde, Roma ti assicura». È il nome dato al pacchetto messo in campo dal Campidoglio per sostenere le associazioni di volontariato che si impegnano per il patrimonio verde della capitale. Tre le principali novità: la copertura assicurativa gratuita per chi adotta aree verdi, già attiva da quest'estate; l'istituzione di un ufficio dedicato al volontariato e il consolidamento di un secondo dedicato alle adozioni del verde; corsi di giardinaggio gratuiti dal 2019 in collaborazione con il servizio giardini. Le 120 aree verdi curate dai volontari coprono una superficie di un milione di metri quadrati. «Abbiamo fatto entrare nel vivo una gara europea da quattro milioni sul verde», ha detto la sindaca Virginia Raggi, «ma i cittadini devono aiutare non sostituirsi all'amministrazione perché altrimenti vuol dire che l'amministrazione è assente. Il ruolo dei cittadini nella cura del quartiere è fondamentale. Dobbiamo applicare la stessa logica della cura domestica a quella della comunità».



Husqvarna®
READY WHEN YOU ARE

HUSQVARNA

01/19



COLLEZIONE XPLORES

VESTI IL TUO TEMPO LIBERO

INDUMENTI DI QUALITÀ PER IL TUO TEMPO LIBERO

Vestiti comodo anche al di fuori del lavoro e sfrutta ogni momento libero. Con la collezione Husqvarna Xplorer potrai vivere al meglio le tue esperienze outdoor, senza rinunciare a comodità, vestibilità ed eleganza. Tutti gli indumenti e gli accessori sono realizzati in materiali di alta qualità e adattati per la vita all'aria aperta.



COLLEZIONE XPLORER

VESTI IL TUO TEMPO LIBERO

Berretto Invernale in Lana



Cappellini



Gilet in Pile



T-shirt Xplorer con stampa X-CUT



Felpa con cappuccio



Zaino



T-shirt Xplorer a manica lunga.
Stampa Motosega Pioneer



Borsone Trolley




Husqvarna[®]
READY WHEN YOU ARE

HUSQVARNA XPLORER.



Sacca da Viaggio

- Robusta sacca da viaggio da 70L
- Realizzata in materiale durevole
- Dotata di numerose funzionalità
- Materiale esterno cerato
- Tasca interna in rete
- Fornita di due organizer.
- Spallacci removibili



T-shirt Camouflage Corteccia

- T-shirt a maniche lunghe
- Ideale per il clima variabile
- Unisex
- Logo Husqvarna motivo corteccia
- Perfetta per l'attività giornaliera



FERCAD SPA, Via Retrone 49
36077 Altavilla Vicentina (VI)
Tel: 0444-220811, Fax: 0444-348980
E-mail: husqvarna@fercad.it - www.husqvarna.it



Copyright © 2019 Husqvarna AB (publ). Tutti i diritti riservati. Husqvarna® è distribuita da Fercad SpA. www.fercad.it.


Husqvarna®
READY WHEN YOU ARE

Deere & Company, utile di 784,8 milioni Anche il quarto trimestre a gonfie vele

Deere & Company ha totalizzato nel quarto trimestre 2018, conclusosi il 28 ottobre 2018, un utile netto di 784,8 milioni di dollari, corrispondenti a 2,42 dollari per azione, rispetto ai 510,3 milioni di dollari, equivalenti a 1,57 dollari per azione, registrati nel quarto trimestre 2017 concluso il 29 ottobre dello scorso anno. Per l'anno fiscale 2018 l'utile netto di Deere & Company è stato di 2,368 miliardi di dollari, corrispondenti a 7,24 dollari per azione, rispetto ai 2,159 miliardi (6,68 dollari per azione) del 2017. Ad influire sui risultati del quarto trimestre e dell'anno 2018 sono stati gli aggiustamenti degli accantonamenti per le imposte sul reddito dovuti alla promulgazione della normativa sulla riforma fiscale degli Stati Uniti del 22 dicembre 2017. I risultati del quarto trimestre hanno previsto un adeguamento netto favorevole delle imposte sul reddito di 37 milioni di dollari, mentre l'intero anno riflette oneri fiscali sull'utile netto per 704 milioni di dollari. Al netto di tali aggiustamenti l'utile netto di Deere & Company per il quarto trimestre e l'anno 2018 sarebbe risultato rispettivamente di 748 milioni di dollari, equivalenti a 2,30 dollari per azione, e 3,073 miliardi di dollari, equivalenti a 9,39 dollari per azione. Le vendite e i ricavi netti a livello globale sono aumentati del 17% raggiungendo i 9,416 miliardi di dollari per il quarto trimestre, e del 26% nell'anno, raggiungendo i 37,358 miliardi. Le vendite hanno raggiunto un valore di 8,343 miliardi di dollari per il quarto trimestre e di 33,351 miliardi di dollari per l'anno, rispetto ai 7,094 miliardi di dollari e 25,885 miliardi di dollari del 2017. «John Deere», dichiara Samuel R. Allen, presidente e amministratore delegato di Deere & Company, «ha registrato un altro anno positivo, in cui le performance dell'azienda hanno tratto vantaggio da un ulteriore miglioramento delle condizioni di mercato e dalla positiva risposta alla nostra innovativa offerta di prodotto».



Zoomark International 2019 scavalca il week end

Zoomark International 2019 aprirà da lunedì 6 maggio a giovedì 9 maggio 2019 - non più, quindi, nel weekend, come avveniva per le edizioni passate - permettendo così agli operatori professionali italiani e internazionali di organizzare la loro visita nei giorni di loro maggiore gradimento e garantendo anche una migliore distribuzione dell'afflusso nei quattro giorni di attività. La decisione di spostare le date nei giorni infra-settimanali è il risultato di una ricerca effettuata da Zoomark tra i professionisti che visitano la fiera e gli espositori. L'obiettivo è superare le 27.000 presenze di visitatori del 2017, di cui un terzo provenienti dall'estero. È questa una delle novità più rilevanti della 18a edizione di Zoomark che si svilupperà con un nuovo layout: i padiglioni 25 e 26 e i nuovissimi 28, 29 e 30, aumentando la superficie espositiva di circa il 10% per accogliere un numero ancora maggiore di espositori.

Bambini-giardinieri, a Cagliari mille piante in più

Oltre mille piante messe a dimora dai bambini delle scuole cagliaritanee per la settimana festa degli alberi al Borgo nuovo di San Bartolomeo. Per imparare a rispettare il verde, ma anche nel nome della solidarietà e dell'accoglienza. L'iniziativa, organizzata dal Comune con la collaborazione di Legambiente, ha un obiettivo: sensibilizzare i cittadini, partendo dalle bambine e dai bambini delle scuole elementari e medie alla difesa e valorizzazione del verde. Muniti di rastrelli, palette e innaffiatori e aiutati dagli operai del Servizio Verde pubblico e dei volontari di Legambiente, i piccoli giardinieri hanno concluso la piantumazione iniziata nella scorsa edizione dando vita al primo passo dell'imminente lavoro di definitiva riqualificazione di quell'angolo di città. Ogni pianta ora porterà un'etichetta col nome del bambino-giardiniere.



FSC International, successo assoluto in Laguna

«Foreste determinanti per il futuro del pianeta»

Sono iniziati lunedì 26 novembre con una visita ai boschi di San Donà di Piave e Cessalto i lavori del Board of Directors di FSC International, che quest'anno s'è riunito a Venezia. Tra i temi oggetto del dibattito il ruolo delle foreste nell'equilibrio naturale, servizi ecologici, diritti dei lavoratori e parità di genere nel settore forestale. «Per il futuro del pianeta, delle persone e degli animali che vi abitano, le foreste saranno sempre più importanti: giocheranno in particolare un ruolo sempre più incisivo nel contrasto ai cambiamenti climatici in atto.

In questo senso, siamo contenti di essere in Italia per questo meeting perché è uno dei Paesi più promettenti per quel che riguarda la valorizzazione dei servizi naturali dei boschi», il concetto di Kim Carstensen, direttore generale di FSC che ha aperto il 79esimo Board of Directors di FSC International parlando ai dodici rappresentanti delle camere ambientale, sociale ed economica arrivati da Brasile, dall'Indonesia, dai Paesi Bassi, dagli Stati Uniti, dalla Germania, dal Canada, dall'Ecuador, dalla Malesia, dall'Uruguay e dalla Svezia.

Per cinque giorni i membri del Board of Directors si sono confrontati sulle sfide che l'attuale situazione delle foreste nel mondo pone, con particolare attenzione al loro ruolo nella mitigazione dei cambiamenti climatici, alle opportunità legate alla valorizzazione dei servizi ecologici, ai diritti dei lavoratori e al gender balance nel settore forestale.

Fiera di Montichiari, in primo piano il biologico



Torna a primavera la Fiera di Vita in Campagna, la manifestazione rivolta agli agricoltori per passione e organizzata dall'omonima rivista di Edizioni L'Informatore Agrario, in programma dal 22 al 24 marzo

2019 al Centro Fiera del Garda di Montichiari (Brescia) con una nona edizione tutta dedicata al tema del biologico. Dal giardino all'orto, fino alla piccola agricoltura e agli allevamenti amatoriali, la passione per il verde sarà protagonista nei 34mila metri quadrati della fiera che, con oltre 300 espositori e più di 200 corsi pratici gratuiti in calendario, attira ogni anno 40mila hobby farmer da tutto il Paese. Grazie alla sua formula di mostra-mercato, la Fiera di Vita in Campagna offre infatti uno spazio non solo per confrontarsi e imparare ma anche per fare acquisti di qualità direttamente in fiera tra le migliori produzioni delle aziende vivaistiche specializzate, oppure ortaggi, piante aromatiche e officinali, sementi, fertilizzanti e piccola attrezzatura. Non mancheranno inoltre gli spazi e gli appuntamenti dedicati agli animali da compagnia e alla casa di campagna, con prodotti e soluzioni tecniche per renderla più confortevole e accogliente.

AgruMI, i frutti del Mediterraneo vanno in scena a Milano

Il finger lime o limone caviale, a forma di perline succose, originario dell'Australia e coltivato anche in Italia, sarà tra i protagonisti più curiosi dell'ottava edizione di AgruMI, la grande fiera milanese



dedicata ai frutti simbolo del Mediterraneo e ai prodotti legati alla loro lavorazione, in programma sabato 16 dalle ore 12 alle 19 e domenica 17 febbraio 2019 dalle ore 10 alle 18 a Villa Necchi Campiglio. Il Bene del FAI – Fondo Ambiente Italiano nel centro di Milano ospiterà trenta espositori che presenteranno non solo piante, ma anche marmellate, mieli, mostarde, profumi, cosmetici e raffinati decori. I visitatori, passeggiando tra il giardino e il campo da tennis coperto della dimora, potranno conoscere e acquistare manufatti selezionati e rare prelibatezze. Dai limoni di Sorrento alle marmellate di arance, mandarini, mandaranci e bergamotti del Giardino della Kolymbethra, Bene del FAI nella Valle dei Templi di Agrigento, gli ospiti potranno viaggiare con l'immaginazione dalla Sicilia alla Liguria, dalla Sardegna al Lago di Garda, con le sue caratteristiche limonaie.

Alluvione, Sabart in soccorso delle aziende bellunesi

Bartoli: «Ai nostri clienti prodotti tipici del loro territorio»

Sabart ha promosso un'iniziativa a sostegno delle piccole aziende del bellunese, fortemente colpite dalla devastazione causata dall'alluvione dello scorso ottobre. «Da specialisti nel settore forestale, ci siamo sentiti profondamente colpiti da questa tragedia e abbiamo deciso di sostenere imprenditori e cooperative locali che hanno subito danni a strutture e produzioni attraverso l'acquisto di prodotti tipici del territorio», spiega Luigi Bartoli, amministratore delegato di Sabart, «fornendo un contributo concreto per accelerare la ricostruzione e mettere i produttori nelle condizioni migliori per continuare a operare sul mercato». Per tutto il periodo natalizio, dal 10 al 31 dicembre, a fronte di un ordine minimo Sabart ha donato ai clienti come premio alla fiducia un kit di prodotti alimentari e di artigianato originarie delle zone colpite dall'alluvione. Le specialità enogastronomiche provenivano dal circuito Dolomiti-km0-Valcomelico, nato con l'obiettivo di promuovere i prodotti di alta qualità del territorio cadorino delle Dolomiti Bellunesi, raggruppandone i piccoli produttori e aziende locali in un sistema collaborativo a rete. I manufatti artigianali sono stati realizzati dalla bottega La Fosina, che dal 1923 porta avanti la tradizione del ferro battuto lavorato a mano, producendo oggetti artistici esclusivi per l'arredo, per l'illuminazione della casa e per un'originale idea regalo. Un'arte che si è sviluppata a partire dalla fabbricazione di attrezzi e utensili per boscaioli e contadini, poi evoluta nella realizzazione di pezzi ornamentali e d'arredo unici nel loro genere per originalità e finiture.



Clab alle porte, clienti e fornitori adesso uno di fronte all'altro

La A.Capaldo S.p.A., grossista di riferimento per la distribuzione di articoli di ferramenta e giardinaggio in Italia, annuncia l'atteso Clab, evento che si terrà l'11 e il 12 maggio 2019 nella moderna struttura di Santorelli, in provincia di Avellino. Clienti e fornitori, poli opposti della filiera, avranno la possibilità di conoscersi meglio e confrontarsi in un appuntamento di due giorni. Clab esprime il percorso di rinnovamento che la A.Capaldo S.p.A. ha intrapreso negli ultimi anni: dall'informatizzazione dei processi di supply chain all'automazione dei magazzini, dal nuovo portale B2B alla Business Intelligence. Facendo tesoro degli oltre 80 anni di storia la Capaldo vuole accrescere il suo ruolo di leader di settore investendo nei giovani, nelle nuove tecnologie e in grandi progetti innovativi. Clab è inteso come luogo di ritrovo dove condividere la propria passione e i propri interessi, e come laboratorio di idee, di rinnovamento, di scambi. Il 2019 sarà un anno molto importante per la Capaldo: oltre all'evento, sono previsti interventi e investimenti in tutte le aree aziendali seguendo la strategia espressa dal business plan triennale 2019-2021.

Fiera di Santa Lucia di Piave fra tradizione e innovazione

Edizione numero 1358. Fiera millenaria, quella di Santa Lucia di Piave andata in scena nel trevigiano dal 15 al 17 dicembre. Innovazione, tecnologia e sostenibilità i temi inclusi in una manifestazione ormai da secoli punto fermo del territorio. Con la sua proposta trasversale, con tutte le novità del mercato e i migliori servizi per l'agricoltura, la viticoltura, la frutticoltura, la zootecnica, le attività forestali e delle energie rinnovabili. «Non solo un appuntamento espositivo», la premessa di Alberto Nadal, amministratore unico Azienda Speciale Santa Lucia Fiere, «ma un vero e proprio momento d'incontro per i protagonisti del comparto agricolo. Oltre all'importante ritorno in fiera dei grandi marchi della meccanica, abbiamo lavorato per proporre un ricco programma di eventi tecnici di informazione e formazione per agricoltori e professionisti del settore. Con questa edizione vogliamo porre particolare attenzione ai temi della sostenibilità in agricoltura, laddove questa comprenda, oltre all'accezione ambientale, quella sociale, culturale ed economica».



Il 2018 d'oro di Zucchetti Centro Sistemi e delle sue soluzioni 4.0

Bernini: «Forte aumento nelle energie rinnovabili, bene anche i robot»

S'è concluso con un segno molto positivo il 2018 per la multi divisionale Zucchetti Centro Sistemi. Risultati brillanti che segnano un +20% di fatturato rispetto all'anno precedente, ma soprattutto importanti incrementi in termini di Gross Margin e EBITDA. «Abbiamo avuto un forte aumento nel settore delle energie rinnovabili e delle nostre divisioni software. Anche la robotica con il robot tagliaerba Ambrogio sempre più connesso e l'automazione con i suoi macchinari di distribuzione/raccolta che consentono una tracciabilità completa degli oggetti», sottolinea soddisfatto il Cavaliere del Lavoro Fabrizio Bernini, presidente di Zucchetti Centro Sistemi, «hanno aumentato i loro volumi di vendita grazie soprattutto alle soluzioni IoT che integrano le nostre competenze software con l'hardware. Abbiamo organizzato gruppi di lavoro tecnici interdivisionali per ricercare soluzioni innovative sfruttando le più recenti smart technologies: Internet of Things, Cloud, Big Data, Reti Mesh, Ibeacon. Il nostro approccio è offrire soluzioni innovative all'avanguardia con l'era della digitalizzazione e dell'Industria 4.0 sia in termini software che hardware». ZCS si confronta con una pluralità di settori industriali e offre soluzioni variegate ma contraddistinte da fattori comuni: alta tecnologia, performance e qualità dei servizi offerti. Riconoscimenti diretti dal mercato, ma anche da importanti commissioni scientifiche. Come quello ricevuto nella cornice della Sala delle Feste del Consiglio Regionale della Toscana, importante riconoscenza nel contesto del Premio Innovazione 2018, per il progetto SIMS-Smart Integrated Mesh System, una piattaforma tecnologica integrata Mesh-IoT per lo sviluppo ed il controllo di reti globali la cui applicabilità potrà estendersi alla gestione di illuminazione in campo pubblico e privato, impianti di riscaldamento-raffreddamento, allarmi, controllo produttivo e di tutto ciò che prevede il monitoraggio e l'interazione tra sistemi elettronici-elettromeccanici.



Premio Giovani Innovatori, applausi anche ad Anemotech



«Individuare le migliori iniziative dei giovani innovatori italiani promuovendo le eccellenze di carattere sociale, la ricerca scientifica e tecnologica, la formazione e la cultura, l'imprenditoria giovanile e l'innovazione digitale». Questo il fil rouge del Premio Nazionale dei Giovani Innovatori promosso nei mesi scorsi da ANGI, associazione dedicata al mondo dell'innovazione in ognuna delle sue forme. Suddiviso in diverse categorie, il premio ha ottenuto l'alto patrocinio del Parlamento Europeo, della Rai, della Agenzia per l'Italia digitale, dell'Agenzia ICE, dell'Assessorato Roma Semplice di

Roma Capitale e ha ricevuto il consenso di numerose istituzioni italiane ed europee. A Roma l'evento conclusivo. A Montecitorio in tutto 22 complessivamente i riconoscimenti assegnati. A salire sul palco dei premiati (per la categoria Mobilità & Smart City) anche Gianmarco Cammi, direttore operativo di Anemotech e co-inventore del tessuto theBreath che racchiude una tecnologia all'avanguardia, applicabile in ambienti sia outdoor sia indoor, in grado di assorbire aria inquinata per poi rimetterla immediatamente in circolo pulita e purificata. La sua trama è infatti formata da due starti esterni in materiale stampabile e traspirante (con proprietà battericide, antimuffa e antiodore) e da un'anima intermedia, in fibra carbonica, capace di attrarre, trattenere e disgregare le molecole inquinanti e le sostanze volatili nocive.

Nuovo catalogo Einhell, brilla la gamma Power X-Change



È in arrivo il nuovo Catalogo Tools 2019 di Einhell da cui poter selezionare l'elettro utensile ideale per il proprio lavoro. Ampia la sezione dedicata alla gamma Power X-Change, il nuovo sistema di articoli a batteria da 18 V con cinque capacità di carica differenti in grado di alimentare oltre 70 apparecchi diversi. Nel settore Tools è in assoluto un'innovazione perché permette ai consumatori di

essere liberi nei movimenti e più veloci nel passaggio da un utensile all'altro durante i lavori in casa, in giardino o in officina. Ed inoltre assicura un notevole risparmio. Con il sistema di batterie Power X-Change è possibile infatti utilizzare la stessa batteria su ogni tipologia di apparecchio. Nella seconda parte del catalogo trovano ampio spazio le gamme di utensili e macchine stazionarie a cavo per la lavorazione del legno, per la pulizia degli ambienti come bidoni aspiratutto e idropulitrici, gli articoli ad aria compressa, le proposte per la lavorazione di pietre e piastrelle, le levigatrici e le smerigliatrici da banco, i trapani a colonna, i prodotti per la saldatura fino alle attrezzature per l'officina e gli articoli dedicati all'automotive.

Myplant al via, con tante idee anche per i wedding planner

Ormai alle porte Myplant, in calendario dal 20 al 22 febbraio alla fiera di Milano Rho. Un'infinita carrellata di proposte creative e commerciali per il mondo dei fiori, della decorazione, delle composizioni, degli accessori. Una spettacolare agorà per le tendenze matrimonio. Un ritrovo d'eccezione per fioristi e wedding planner, tra sfilate flower-fashion, fiori dall'Italia e dal mondo, contest, incontri e grandi maestri internazionali. Questo e molto altro ancora sarà il Décor District di Myplant: un gigantesco, prezioso e profumatissimo trend-book di 5.000 mq dedicato alla meraviglia, all'estro e al fascino del mondo floreale a 360 gradi. Per la prima volta in Italia, il marchio editoriale BLOOM'S presenterà in anteprima mondiale le tendenze floreali per il prossimo anno. Celebrati a livello globale come i migliori interpreti e anticipatori delle tendenze decorative, i guru di Bloom's, in un allestimento dalla scenografia effervescente, uniranno fiore italiano e creatività dal sapore internazionale, per dettare le linee guida delle prossime stagioni e offrire idee, spunti e soluzioni ai floral designer in fiera.



Verricello BB 1610X



Motore Blue Bird N61E a 2 tempi 57,9 c.c.
Potenza 2.0 kW (2,7 Hp) a 7000 rpm
Acceleratore semiautomatico
Fune consigliata: in poliestere Ø 10 mm (non fornita)
Avvolgimento base tamburo (n° giri) 6
Velocità d'avvolgimento 25 mt/min
Tiro diretto 600 Kg

Motore Blue Bird N61E 57,9 c.c.
Potenza 2.0 kW (2,7 Hp) a 7000 rpm
Capacità tamburo 80 mt con fune Ø 5 mm (inclusa)
Avvolgimento automatico con guida fune
Velocità d'avvolgimento 28 mt/min
Tiro diretto 1300 Kg



Verricello BB 610

Blue Bird
Industries

Via Due Camini, 19 - 36010 Zanè (VI)
Tel. 0445/314138 r.a. - Fax. 0445/314225 - E-mail: info@bluebirdind.com

Scenari di vita quotidiana in azienda. Rapporti da preservare e leve da muovere. Antonio Panareo ha riassunto in tre minuti tre il perfetto manuale per rendere tutti al meglio. «Fondamentali i giusti input»

«ADESSO IMPARATE A VENDERE LE IDEE»

Tre minuti bastano per dire molto. Forse tutto. Antonio Panareo, communication coach, ha ravvivato ulteriormente la mattina Assogreen di Vicenza dello scorso 18 dicembre entrando nell'animo dei rivenditori. Scuotendoli. Andando per un attimo oltre la frenesia del lavoro quotidiano, la routine che limita tutto a vendite, consegne, preventivi e clienti da accogliere. Teoria e pratica insieme, soprattutto frontiere nuove. Mai esplorate dallo specialista, approfondita solo in parte da Panareo quando le 13 erano già trascorse da un po' e a quel punto c'era soprattutto bisogno di sintesi. Di raggruppare in un attimo i concetti, innalzandone solo il peso specifico. «Tre minuti per dire intanto che il cambiamento ora è necessario, ma per cambiare bisogna sbattersi. E tutto parte dalla formazione e dalla preparazione. Imparate quindi a vendere le idee», il primo input di Panareo, anche FormAttore, parecchio apprezzato in vari ambiti, molto applaudito anche dai rivenditori di Assogreen. Il tema era quello del benessere lavorativo, così come la produttività aziendale. Quindi la valorizzazione delle risorse per ottenere obiettivi comuni. Quindi la condivisione di buone pratiche per il miglioramento continuo delle imprese. «I primi collaboratori siete voi stessi, quindi è fondamentale saper sempre far passare il messaggio giusto. Perché rimanendo seduti non succede nulla», l'altro input di Panareo, che ha chiuso poi sottolineando l'importanza di «evitare i disaccordi e del peso delle alleanze». Semplici pensieri, approfonditi e sfociati in un'altra teoria interessantissima, dopo attenti studi e analisi delle persone e



di contesti aziendali dove il saper interagire nella maniera più corretta possibile diventa requisito chiave. Identificando alla fine quattro tipologie di persone che comunicano diversamente fra loro. Raggruppati in quattro colori. «Non ci sono quelle sbagliate o giuste, ma utilizzano aree del cervello diverse. E per questo i processi della loro vita risultano essere diversi. Come pensano, come si muovono, come comprano, come ti affrontano. Ognuno di noi», la teoria di fondo», ha delle predominanze di utilizzo di queste aree cerebrali. E di queste persone abbiamo studiato tante cose. E la conoscenza di questa materia è straordinariamente importante per comunicare efficacemente con tutti. Perciò "4colors" ha lo scopo di aiutare le persone a comunicare meglio con chi lo circonda. Solo attraverso la conoscenza. Perché la comunicazione è il mezzo per diventare persone migliori. Perché chi non si forma si ferma».

shindaiwa®

NEW



NUOVI DECESPUGLIATORI T251 E T280TS

Novità 2019, due modelli di decespugliatore dalle prestazioni professionali, ideali per la cura di aree verdi di medie dimensioni. Il modello T251 è leggero e ben bilanciato, la macchina perfetta per gli utilizzatori esigenti. Il T280TS combina la potenza del performante motore da 28.1 cc con l'innovativa coppia conica HIGH TORQUE per performance di taglio pari a quelle di modello con cilindrata superiore.

DISPONIBILI DA GENNAIO 2019



Un'ampia fetta di utilizzatori l'ha preferito al semplice rasaerba, spendendo quindi decisamente di più. Opzione controcorrente, soprattutto per giardini senza grandi metrature. Anzi. Il mercato lancia un preciso segnale

«ROBOT, BOOM DI MACCHINE PER LE PICCOLE SUPERFICI»

S piazzati. Il robot ha preso una via diversa, una strada particolare. Nel senso opposto a quel che molti avevano preventivato. «Sono esplose le macchine per giardini piccoli», il punto di Roberto Dose, voce di Assogreen di cui è stato anche presidente, sempre sul campo coi suoi punti vendita friulani a percepire ogni indizio del mercato. L'evoluzione della macchina è incessante, la crescita pure. E il bello deve ancora venire. Il contesto però è differente rispetto alle attese. «Credevo che per una logica di costo il rasaerba robot andasse a sostituire in parte il rasaerba premium o una certa fascia di trattorini. La sorpresa, per certi versi, è stata scoprire come tanti clienti con giardini davvero di pochi metri quadrati di verde abbiano optato per una soluzione dal costo di otto-dieci volte superiore rispetto ad un norma-

lissimo rasaerba o macchina per superfici così ridotte. Quel cliente potrebbe accontentarsi anche di un prodotto anche da duecento euro, invece ne spende otto-dieci volte tanto. In sostanza non mi aspettavo che il robot sottraesse quote al rasaerba di prima fascia. È chiaro che quando l'indirizzo diventa questo il robot è diventato carta vincente, per tutti i vantaggi che assicura».

PASSO AVANTI. Va oltre Dose, come suggerito d'altronde anche dal mercato. Perché il rasaerba robot che rompe certi argini è un segnale chiaro. L'appassionato di verde vuole comodità, accetta poco i compromessi, mira in alto. «Questione culturale, non c'è altra spiegazione», il riassunto di Dose che però apre tante porte. Alla qualità ad esempio, scalzando antiche teorie magari ancora attuali ma a questo punto non certo universali. C'è anche un altro sentiero, quello del prodotto che vale senza troppo guardare a quanto costi. C'è anche quella fascia di clientela, che non vuole restare a metà sentiero ma che soprattutto vuole restar comodamente a guardare la macchina che lavora. Una via che adesso il mercato vorrà battere con forza, con tanta offerta proprio sulle macchine di ingresso. Con design sempre più accattivanti e gamme sempre più profonde. Ascoltando un mercato che ha parlato chiaro, percependo segnali arrivati da più parti, assecondando le priorità di un cliente che dal robot è sempre più attratto. Il robot ha allargato il campo, nei giardini anche minuscoli ma anche nelle grandi aree. Roba anche per il manutentore, assist non ancora raccolto del tutto anche se di tempo per immagazzinare il messaggio ce n'è ancora. Ad innalzare il ritmo ci ha pensato anche Bologna, quei cinque giorni di Eima che hanno detto senza mezzi termini come la macchina vada sempre più verso confini sempre più lontani. Trovando facile dimora sui campi di calcio, ma non solo. Terreno fertile quello del robot, atteso al suo personalissimo 2019



da protagonista assoluto. Accavallandosi ed intersecandosi ai cugini rasaerba e trattorino, ma anche con la giusta personalità ormai per poter viaggiare per conto suo. Ulteriori risposte sono attese già dai prossimi mesi, da primavera ma anche prima.

PALLA ALLO SPECIALISTA. Adesso tocca al rivenditore. Alla sua mano. Al suo intuito. Alla sua professionalità. «La strada è quella di sempre. Quindi la necessità di avere personale preparato, specializzazione estrema, professionisti che si dedichino completamente al robot senza trascurare nulla», il piano di Dose dall'alto del suo punto di osservazione. «C'è necessità di avere il meglio in termini di assistenza e di vendita, se il rasaerba-robot vuole fare il salto di qualità com'è nelle sue potenzialità chi lo vende al cliente finale deve per forza allinearsi ad alti standard. Non servono dopolavoristi o gente chiamata per qualche ora al giorno e spesso e volentieri senza grande preparazione specifica. Il robot è concetto evoluto, con la necessità di avere anche il massimo possibile della visibilità. Magari predisponendo un'area dedicata che possa evidenziare al meglio il prodotto. Magari assegnandogli un'area del punto vendita ben precisa, staccata dal resto delle macchine. Per non parlare della sfera prettamente tecnica. Da curare nei minimi particolari, senza lasciarsi sfuggire nulla. Mettiamoci anche nei panni del cliente, che il robot non può certo conoscerlo come il rasaerba. Non tutti ne conoscono il funzionamento, non tutti sanno maneggiarlo come si deve. Il rivenditore deve guardare a tutto, fino ovviamente al sopralluogo decisivo dove la macchina dovrà operare. Non bisogna dare niente per scontato. Quindi valutare il terreno e il recinto, fare tutte le verifiche del caso, pensare a tutto perché il nostro cliente quello si aspetta da noi. Soprattutto per una macchina nuova com'è il robot».

DIBATTITO APERTO. Da una parte la comodità, dall'altra l'appassionato di giardinaggio privato del gusto di tagliare l'erba come ha sempre fatto. Quindi restando il movimento, spingendo il rasaerba come d'abitudine. Generazioni di una volta ma anche nuove. «C'è ancora quella fetta di



clienti», ammette Dose, «ma per la verità gli agi che assicura il robot sono qualcosa che non può attrarre l'hobbista. Specialmente in un periodo come questo in cui il tempo è molto poco e la gente vuole anche rilassarsi e star bene con la propria famiglia, senza dover necessariamente dover tagliar l'erba. Soprattutto se c'è una macchina che lo fa per te. Non dimentichiamoci per di più che la macchina fa davvero un eccellente lavoro, che il risultato alla fine è davvero notevole, che il prato viene davvero tagliato in maniera impeccabile. Non c'è dubbio che il robot crescerà e parecchio anche. Resta da capirne il passo, ma il trend è assolutamente scritto. Guardate anche alle gamme delle varie aziende. Una volta ogni produttore o distributore aveva uno o due modelli, senza spingersi oltre. Adesso è tutto diverso, ora l'offerta copre davvero ogni esigenza. Dalle piccole ma anche alle grandi superfici. Tutto sarà più chiaro anche quando i prezzi saranno diversi, quando cioè saranno più bassi. Ma l'ultima tendenza ha detto che un robot l'acquisti comunque, questo mi ha anche sorpreso considerata la forbice molto estesa con certi rasaerba. Un cambio di fronte di cui il mercato dovrà tener conto. Anche la percezione dell'affidabilità del robot è aumentata. La macchina non è più il giocattolo o poco più come all'inizio tanti l'hanno etichettata, non è più solo il marchingegno che guardi e non acquisti perché non te la senti, a cui fai i complimenti per poi voltarle le spalle e percorrere il vecchio sentiero. Adesso comincia ad essere tutto molto diverso. Le aziende hanno già cambiato marcia, i rivenditori stanno arrivando, la richiesta è sempre più alta. Ora il mercato dovrà assestarsi, ma la linea è ormai precisa».

Incrementi continui a doppia cifra. Tanto fermento attorno ad una macchina sul punto di cambiar passo. Radicandosi nei giardini di ogni dimensione. Pronta ormai ad allearsi anche col manutentore

ROBOT, PRONTO L'ULTIMO ALLUNGO

Il loro momento. I robot si stanno moltiplicando, nelle catene di montaggio così come sui prati degli italiani e in tutta Europa. Freschi, nuovi, agili, perfetti per ogni esigenza. Il futuro pare scritto, ma anche il presente non è affatto male. Anzi. L'Eima a Bologna è stata un'ulteriore iniezione di adrenalina, ma anche la conferma che di robot se ne vedranno sempre di più. Grazie all'opera anche del rivenditore, grazie a valori sempre più alti e una ridefinizione dei prezzi. Con rasaerba e trat-

torini a guardare con una certa preoccupazione, con l'Italia a cavalcare l'onda, con gli utilizzatori sempre più convinti di una macchina sempre più strutturata. Sempre più tecnologica. Per i piccoli giardini ma anche per le aree parecchio estese. Nuova frontiera di un mercato ora come ora senza apparenti confini.

COLONNE FISSATE. Anno interessante l'ultimo, sotto tutti i punti di vista. «Il 2018 è stato un buon anno per la vendita dei robot e prevediamo





che il 2019 sarà ancora più interessante grazie alla tre generazione dei nostri Robolino. Prodotti più performanti», specifica Luca Corbetta, marketing e product manager di **AL-KO Garden & Home Italia**, «con una nuova struttura e facili da installare. Potenzieremo l'offerta di modelli che possono essere installati direttamente dall'utente finale con incluso nella confezione tutto il necessario come filo perimetrale e picchetti».

«È stato un anno molto positivo», racconta Manuel Munaretto, responsabile marketing **Husqvarna** all'interno di **Fercad**, «soprattutto a partire da aprile in poi. Siamo riusciti a consolidare la nostra posizione sul mercato e le iniziative intraprese hanno pagato. Ci riteniamo molto soddisfatti». «Per quanto riguarda i robot», premette Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «il 2018 è stato un anno di transizione. Abbiamo iniziato la produzione delle nuove Gamme Cub Cadet e WOLF-Garten e contemporaneamente AMA ha continuato la distribuzione dei nostri prodotti a marchio Robomow. Dal primo di novembre 2018, anche la gestione del marchio Robomow è passata sotto la responsabilità di MTD Products Italia».

«Le vendite dei robot della serie iMow Viking», la prima fotografia di Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «sono state molto positive. Riscontriamo ogni anno crescite importanti che ci fanno capire che il mercato riconosce la qualità del prodotto».

«Il 2018», il bilancio di Marco Tam, general ma-

nager di **Niko**, «si chiude con un segno positivo sia in Italia che in Europa, nonostante la siccità che ha colpito il Nord Europa dove Niko può contare su una consolidata rete di distributori».

«Il 2018 è iniziato in salita, causa anche la situazione climatica, ma è terminato con un segno positivo», l'istantanea di Nicola Ciabatti, responsabile vendite Italia Robotics Division di **Zucchetti Centro Sistemi SpA**. Ora la verifica del 2019.

ACCELERATA CERCASI. Dopo aver preso velocità, adesso il mercato è pronto a cambiare ancora marcia. I margini ci sono tutti. «Il 2019», sottolinea Roberto Polato, responsabile commerciale di **Blue Bird**, «continuerà ad affermare la crescita di questa categoria di prodotti. La proposta si sta allargando, nuovi marchi stanno arrivando sul mercato, rivenditori e privati sono sempre più interessati ai robot, il fattore prezzo sta migliorando e aiuterà tantissimo le vendite».

«L'anno 2019», sostiene Maurizio Fiorin, OPE manager di **Hikoki Power Tools Italia**, «sarà per noi l'esordio con due robot per la linea Greenworks e due modelli per la linea Cramer. Le caratteristiche tecniche e le funzionalità del prodotto ci rendono fiduciosi per un buon lancio nel mercato».

«Più che di salto di qualità», puntualizza Manuel Munaretto di **Fercad**, «parlerei di costante crescita delle vendite e dello sviluppo del prodotto. Un processo parallelo che continua a darci grandi risultati e conferme nel tempo».

«Le vendite», precisa Pietro Cattaneo di **MTD Pro-**

ducts Italia, «crescono a doppia cifra ormai da diversi anni, ritengo che il 2019 rappresenti la naturale prosecuzione di questo trend, ma non credo si assisterà ad un picco di crescita differente da quanto accaduto nel recente passato».

«Il mercato dei robot», la premessa di Marco Tam di **Niko**, «segna un trend positivo. Stanno entrando nuovi prodotti posizionati in diversi segmenti, come nel nostro caso con l'introduzione della nuova gamma di robot serie K posizionata e progettata per il nuovo segmento consumer pro con sei anni di garanzia. Crediamo che entro cinque anni il mercato Europa prenderà ulteriore slancio per passare dai trecentomila pezzi al milione di pezzi».

«Credo che abbiamo ancora tanta strada da

tentori che normalmente si occupano di grandi giardini. Il manutentore del verde potrà installare e seguire il robot gestendo solo la manutenzione, in questo modo avrà più tempo libero evitando i tagli manuali con i classici rasaerba o trattorini. Non solo ma potrà anche evitare l'incombenza dello smaltimento dell'erba falciata».

«Sempre più gli investimenti fatti dalle aziende», la certezza di Roberto Polato di **Blue Bird**, «porteranno ad avere dei prodotti intelligenti, gestendo sempre più aree grandi e in piena autonomia».

«Ormai il robot rasaerba è una realtà molto diffusa. Sta entrando in moltissime case e strutture. Come ben sappiamo», ribadisce Manuel Munaretto di **Fercad**, «la tecnologia non ha limiti e noi non ce ne poniamo per il futuro. Certamente anche i possessori di giardini di dimensioni ridotte ormai si stanno orientando verso questi robot; inoltre le grandi aree rappresentano sempre meno un ostacolo».

«Dai dati di mercato», dichiara Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, «la tendenza è di usare il robot anche nei piccoli appezzamenti. La riduzione del prezzo di acquisto e la facilità di installazione consentono l'approccio all'acquisto anche a coloro che hanno prati da 300 metri quadrati».

«Le gamme dei tre costruttori più importanti», la considerazione di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «si stanno ampliando per soddisfare le esigenze di tutti gli utilizzatori. Ma l'obiettivo è quello di rendere questi prodotti sempre più smart e facili da gestire».

«Le vendite dei robot», l'istantanea di Marco Tam di **Niko**, «sono concentrate sulle superfici medie dei giardini italiani della classe media, fra i 500 e gli 800 metri quadrati».

«Nel nostro paese», puntualizza Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «sta crescendo la necessità di utilizzare i robot tosaerba anche nelle superfici di giardino molto piccole. Ma anche le grandi superfici saranno interessate da nuovi prodotti che soddisferanno le esigenze di taglio dell'erba nei campi sportivi, campi da golf, parchi privati ed altro ancora».

«Il taglio robotizzato», rileva Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «è applicabile in egual modo sia ad aree piccole e semplici che a grandi spazi complessi. La diffusione di robot rasaerba per la manutenzione di queste aree dipende molto dall'approccio positivo della rete distributiva verso le novità tecnologiche».

Husqvarna Automower 450X



fare», avverte Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «perché la vendita dei robot è ancora disomogenea nel nostro paese. Ci sono diverse aree con un alto potenziale di vendita ancora da sviluppare. Questo sarà il nostro impegno nel 2019».

«Il mercato ci sta dando segni positivi di sviluppo sulla robotica. Ed anche i rivenditori un tempo più scettici si stanno interessando al settore. Di conseguenza», sottolinea Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «riteniamo che un salto di qualità avverrà, vedremo se sarà definitivo, noi lo attendiamo da molto tempo».

VARIE VIE. Campo ampio, davanti agli operatori. Ma che direzione sta davvero prendendo il mercato? «Finora abbiamo prodotto modelli che coprono prati fino ai 2000 metri quadrati, ma stiamo lavorando anche a modelli per metrature superiori. Questi nuovi modelli», assicura Luca Corbetta di **AL-KO Garden & Home Italia**, «potranno andare a servire la clientela dei manu-

L'OPERA DEL RIVENDITORE. Punto chiave: il lavoro dello specialista. Chiamato pure lui a correre. E a crescere. Sotto vari punti di vista. «Il salto di qualità», osserva Roberto Polato di **Blue Bird**, «è sicuramente nell'esposizione, nella gamma, nelle informazioni sul prodotto, nel materiale informativo, tutorial a supporto per le info di gestione. Sono tutti quei primi messaggi che un utilizzatore si aspetta di incontrare quando si reca su un centro specializzato. La gestione dell'assistenza e dei controlli stagionali dovrebbero essere gestiti in un ambiente idoneo a prodotti elettronici. Quindi pulito, sicuro e con attrezzatura adeguata».

«La continua formazione», la chiave di Manuel Munaretto di **Fercad**, «è sicuramente l'arma principale per riuscire a gestire al meglio questi piccoli capolavori di tecnologia. Per quanto complesso, un robot non deve spaventare chi deve installarlo o gestirne manutenzione o stoccaggio. La tendenza è ormai tracciata e un rivenditore preparato può togliersi grandi soddisfazioni con questo prodotto, a patto che sia sempre attento alla sua evoluzione».

«Servizio, pronto intervento ed elevata conoscenza del prodotto. Il problem solving», garantisce Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, «è alla base per essere preferiti da qualsiasi tipo di distribuzione».

«I rivenditori che hanno colto l'importanza di questa occasione», il punto di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «stanno investendo risorse in questa divisione della loro azienda, sia in termini di assistenza prevendita che post-vendita. Solo così è possibile gestire con efficienza ed in piena tranquillità questa tipologia di prodotto, che per sua natura necessita di esperienza e attenzione». «Il rivenditore», la strada tracciata da Marco Tam di Niko, «deve trasformarsi da rivenditore di robot a robot specialist. Consigliando, supportando e installando il robot adeguato alle diverse esigenze della clientela. La gamma Wiper premium nelle versione smart ha in dotazione il modulo di connessione GSM che consente sia al privato che al robot specialist di controllare e gestire il robot da remoto».

«La rete di rivenditori», il suggerimento di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «dovrà incrementare la qualità dei servizi offerti. Noi continueremo ad investire nel progetto assistenza iMow offrendo



Ambrogio 4.0 Elite di Zucchetti Centro Sistemi

uno strumento utile a individuare la proposta più adeguata al cliente finale. Questo è un supporto che aiuta a programmare meglio gli interventi da parte dell'officina».

«Il salto di qualità», la premessa di Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «deve avvenire in primis a livello culturale. La propensione all'innovazione deve partire dall'imprenditore ed essere estesa ai suoi collaboratori; è un processo piuttosto complesso ma indispensabile. Chi è stato lungimirante in passato, intuendo le enormi potenzialità della robotica, oggi trae un grande vantaggio rispetto ai suoi competitor, magari più forti nel comparto tradizionale, ma a disagio in ambito robotica per mancanza d'esperienza».

VERSO IL GRADINO PIU' ALTO. La domanda che tutti si pongono è se un giorno davvero il robot diventerà leader assoluto nel taglio dell'erba. Succederà proprio così? «Grazie alle nuove tecnologie», il quadro di Luca Corbetta di **AL-KO Garden & Home Italia**, «i prezzi dei robot stanno diventando sempre più competitivi e molti utenti con piccoli giardini scelgono questo prodotto che fa risparmiare tempo e fatica. Inoltre il robot non necessita della manutenzione che solitamente un tosaerba a benzina richiede».

«Per molti privati», sostiene Roberto Polato di **Blue Bird**, «credo che il taglio dell'erba sarà dei robot», la previsione di Roberto Polato di Blue Bird, «visto il tipo di proposte che stanno arrivando da parte dei costruttori. Sempre più performanti e a costi contenuti».

«Sicuramente avranno un impatto sempre più importante. I moderni sistemi di monitoraggio e gestione remota», aggiunge Manuel Munaretto



Wiper K24 S di Niko

di **Fercad**, «stanno aiutando e convincendo sempre più persone a intraprendere questa strada. Se non lo è già il presente, un futuro molto vicino vedrà i robot tagliaerba protagonisti indiscussi». «I dati parlano chiaro», osserva Maurizio Fiorin di Hikoki Power Tools Italia, «l'incremento di anno in anno è a due cifre. In Italia c'è ancora un po' di diffidenza ma il potenziale è alto, basta paragonare il mercato in Svizzera che è quasi doppio del nostro».

«Sicuramente», la certezza di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «assisteremo alla crescita di questa categoria ancora per qualche anno, ma

ritengo che il robot non sarà mai in grado di sostituire completamente le macchine tradizionali».

«Dipende molto dall'offerta prezzi. Quando ci sarà un robot da 199 euro al pubblico funzionante», l'ipotetico scenario di Marco Tam di **Niko**, «credo che i raserba saranno un prodotto di nicchia».

«Noi stiamo investendo molto anche nei tosaerba tradizionali e nei trattorini. Il mercato dei tosaerba in particolare», osserva Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «offre soluzioni a volte più "adattabili" ad alcune tipologie di giardini. Credo però che a lungo termine i robot saranno il mercato dominante per il taglio dell'erba, in particolare nei giardini di medie e grandi dimensioni».

«Siamo certi», il quadro di Nicola Ciabatti di **Zuccheti Centro Sistemi**, «che nei prossimi anni i robot per il taglio dell'erba cresceranno ulteriormente, avendo la meglio sui sistemi di taglio tradizionali. Questa situazione accade già oggi nei Paesi del Nord Europa, dove la densità di robot è molto alta, con quote lontane da quelle italiane».

MANUTENTORE NEL MIRINO. Altra questione: i robot diretti adesso anche verso grandi aree conquisteranno anche il manutentore ed il professionista del verde? «Assolutamente sì, anche il manutentore lavorerà coi robot. **Husqvarna**», rac-



conta Manuel Munaretto di Fercad, «sta già lavorando da molti anni in questa direzione e grazie al servizio Fleet Service e le App di gestione e controllo, questo futuro è già realtà. Si viaggia sempre più verso un concetto di flotta da gestire, soprattutto nell'ambito professionale».

«Il taglio dell'erba», avverte Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, «è sempre meno remunerativo. Il professionista preferisce fare lavori qualitativi sui giardini privati, magari con una o due manutenzioni generali all'anno. Molti giardinieri fanno accordi con i rivenditori di robot e consigliano il taglio dell'erba robotizzato».

«Per come lavorano oggi i robot», lo scetticismo di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «la possibilità che i manutentori un giorno si affideranno con regolarità ai robot per grandi superfici è ancora remota. Ma lo sviluppo tecnologico favorirà sicuramente l'espansione del raggio d'azione di queste macchine, anche nel settore professionale».

«L'automazione del taglio dell'erba è già una realtà. **Niko**», evidenzia il suo general manager Marco Tam, «ha presentato alla fiera EIMA la nuova serie Wiper Professional. Robot da 7.000 mq a 30.000 mq, molto apprezzata nei mercati nord europei».

«Il manutentore», sottolinea Roberto Polato di **Blue Bird**, «offrirà un servizio completo. Dall'installazione, al noleggio al rimessaggio questo offrirà la possibilità di lavorare con contratti su grandi aree».

«La nostra idea», rivela Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «è quella di affiancare il robot anche ai giardinieri professionisti. Il robot svolge una parte di lavoro nel giardino ma non è la soluzione a tutte le necessità. Dove c'è una ampia superficie possiamo trovare alberi, siepi, aree fiorite, orti, bordure da tagliare e zone dove il robot non può arrivare. L'obiettivo di un giardiniere credo sia la totale soddisfazione del cliente nel vedere il suo giardino ben tenuto a livello complessivo».

«Il manutentore del verde che si affiderà al robot rasaerba come strumento di supporto alla sua attività, ne trarrà grandi vantaggi. Fino ad oggi», la fotografia di Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «il robot rasaerba è stato spesso visto come uno strumento che toglie lavoro ai manutentori, in realtà ne agevola il lavoro più pesante e meno remunerativo che è il taglio dell'erba, lasciando inalterati tutti gli altri servizi tipici del "bravo" operatore del verde».

UNA POLTRONA PER TRE. Il robot ha penalizzato nelle vendite più il rasaerba o il trattorino? Più il primo che il secondo, almeno ad occhio nudo. Una risposta c'è, magari non proprio scientifica. E con varie sfaccettature ed interpretazioni. «Il trattorino classico vede la sua principale evoluzione nel rider frontale. Per Husqvarna questa macchina, comoda ed efficiente, garantisce ancora risultati di ottimo livello soprattutto su medie e grandi aree. Inoltre», prosegue Manuel Munaretto di **Fercad**, «permette di gestire al meglio anche l'erba alta e le grandi raccolte, senza doversi fermare tante volte a scaricare il cesto. Il tutto unito ad una comoda posizione di guida e una lunga autonomia di lavoro. Il rasaerba classico invece riesce a dare il meglio di se in contesti più contenuti e dove non ci sono grosse pendenze. Queste ultime rappresentano un ostacolo fastidioso, che i robot Automower riescono a bypassare agevolmente».

«Perché nelle grandi aree», la posizione di Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, «ci sono situazioni dove non è sempre possibile usare il robot, per cui l'investimento di acquisto va verso il prodotto che può risolvere ogni situazione. Detto ciò, la richiesta di robot per grandi aree sta aumentando».

«Sono tante le cose da valutare: il funzionamento, la rumorosità, l'eleganza del prodotto, il risultato del taglio, la manovrabilità in spazi ristretti, il fatto di non raccogliere. Il trattorino», spiega Roberto Polato di **Blue Bird**, «ancora oggi è necessario per una questione di relativo tempo di utilizzo e



Cub Cadet XR1 500 di MTD Products Italia



Stihl iMow RMI Serie 4

la possibilità di fare tanto lavoro».

«Il rasaerba è stato più penalizzato», la versione di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «a causa della disponibilità di nuovi modelli per superfici più contenute, ad un prezzo più competitivo. In alcuni giardini, il trattorino rappresenta ancora la soluzione più valida per la manutenzione del verde».

«Perché guidare un trattorino spesso rappresenta un piacere», spiega Marco Tam di **Niko**, «mentre utilizzare un rasaerba spesso è uno stress».

«Il tosaerba», la spiegazione di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «richiede una attività fisica e temporale che non sempre le persone vogliono dedicare. A questo proposito il vantaggio del robot è quello di lasciare più tempo libero per godersi il proprio prato. Il trattorino per molti clienti è un mezzo da guidare e da divertimento che nel contempo svolge un utile lavoro».

«Il taglio robotizzato», puntualizza Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «ha penalizza-

to entrambe le categorie e ciò accadrà anche in futuro. Oltre che da aspetti economici, la scelta della gestione del manto erboso sarà influenzata da questioni culturali: le fortissime argomentazioni in tema di ecologia, agronomia e qualità del taglio robotizzato risulteranno in futuro sempre più vincenti».

PUNTO PIU' ALTO. Punti forti da mettere sul tavolo del mercato. Ognuno ha il suo. «Il nostro punto di forza è il "Brand Change". A partire dal 2019», racconta Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «il Gruppo Stihl commercializza l'intera gamma di prodotti Viking esclusivamente con il marchio Stihl. Questo cambiamento ci consente di concentrare tutte le attività di vendita e marketing in un unico marchio. Inoltre il "Brand Change" apre le prospettive di vendita a livello mondiale di tutti i prodotti Viking. A questo importante cambiamento sono coinvolti tutti i modelli robot iMow».

«La tecnologia ZCS Connect, che permette di gestire e monitorare il robot a distanza con un click dal proprio Smartphone, si diffonderà sempre di più. I modelli Ambrogio più innovativi», precisa Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «come la nostra NEXT line (Ambrogio 4.0) hanno avuto un notevole successo dal loro lancio nel 2018 e stanno raccogliendo la preferenza negli ordinativi per il 2019. Riteniamo quindi che le caratteristiche uniche di Ambrogio 4.0, come la configurabilità delle dotazioni ed il piatto di taglio oscillante conquisteranno il mercato per la prossima stagione».

«Nel 2019 **Blue Bird**», l'anticipazione del respon-



sabile commerciale Roberto Polato, « presenterà una gamma di tre modelli adatti per un utilizzo privato che gestiranno aree da 500 a 1500 metri quadrati, con performance generali di altissimo livello, pendenze superabili fino a 30°, motore di taglio da 70W, batterie al Litio 28V – 4Ah, quattro ruote in appoggio e un prezzo di offerta veramente competitivo».

« Nel 2019 ci saranno grandi novità. Husqvarna », garantisce Manuel Munaretto di **Fercad**, « sta lavorando su tecnologie sempre più innovative che permetteranno di diminuire ulteriormente le complessità di gestione presenti nelle aree verdi. Inoltre la nostra offerta offre un'ampia gamma che incontra le esigenze di tutti gli acquirenti, soddisfacendo ogni esigenza di qualità e assistenza».

« Con Grennworks e Cramer », l'ottimismo di Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, « rappresentiamo due marchi molto giovani che si affacciano prepotentemente nel mercato con prodotti ecosostenibili. Il robot si aggiunge al programma vasto di prodotti a batteria a basso impatto ambientale».

« Il nostro primo punto di forza è sicuramente la gamma. Nel 2019 con tutti i nostri marchi », evidenzia Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, « metteremo a disposizione dei nostri clienti ben 26 modelli differenti, in grado di lavorare su aree da 150 a 5000 mq, coprendo così le esigenze di qualsiasi cliente. Nel 2019 assisteremo anche ad un pesante aggiornamento tecnico di tutte le piattaforme, per fornire macchine ancor più performanti ed affidabili a tutti i nostri clienti».

« La gamma completa da 500 a 30.000 metri quadrati », il primo punto di Marco Tam di **Niko**, « un prodotto attualmente affidabile, il personale altamente specializzato e focalizzato nella robotica. E soprattutto la velocità nei servizi».

PRIMO PLUS. Un valore su tutti. La punta di diamante. L'elemento da cui muover tutto. I robot hanno tanto da mostrare. E tanto da dare. « Husqvarna sviluppa questi prodotti da oltre vent'anni », il quadro globale di Manuel Munaretto, responsabile marketing **Husqvarna** all'interno di Fercad, « risultando leader mondiale in questa categoria. Sicuramente l'ottima gestione delle aree, la qualità del taglio con lame pivotanti e la comoda gestione del robot sono solo alcuni dei nostri punti di forza che andranno ad aumentare in questo 2019».

« I nostri clienti », evidenzia Francesco Del Bagli-



Robolinho 1200 di AL-KO

vo, product marketing manager di **Stihl Italia**, « riconoscono nei robot iMow tre caratteristiche: l'utilizzo intuitivo e semplice anche tramite app, la rapidità di esecuzione in modo silenzioso e il risultato finale ottimale. Tutte le operazioni sono completamente automatiche e permettono ai robot di lavorare ad ogni ora e addirittura in caso di pioggia o pendenze».

« La grande differenza di **Zucchini Centro Sistemi** rispetto ai competitor », spiega Nicola Ciabatti di Zucchini Centro Sistemi, « è che siamo l'unica azienda che produce esclusivamente robot rasa-erba. Questa caratteristica, che ci vede orientati alla robotica in senso assoluto e a tutti i livelli nella nostra azienda, ci distingue fortemente dagli altri. Il mercato ci riconosce inoltre: un forte dinamismo nell'innovazione, la gamma di robot più ampia del mercato, una qualità di taglio insuperabile e un'autonomia di lavoro sempre al top di gamma».

« Il punto forte principale dell'offerta 2019 della gamma Robolinho », rileva Luca Corbetta, marketing e product manager di **AL-KO Garden & Home Italia**, « sta nella nuova generazione che è più performante con un prezzo estremamente interessante. Credo che questo argomento unito alle molteplici migliorie apportate ai robot ci fornirà una notevole spinta nelle vendite. Il forte interesse dimostrato dai rivenditori nell'ambito delle offerte stagionali ci conferma che la prossima stagione sarà estremamente interessante e ricca di soddisfazioni».

« I nostri robot », rileva Maurizio Fiorin, OPE manager di **Hikoki Power Tools Italia**, « saranno gestibili tramite un'applicazione sul telefonino via GSM. Sarà possibile gestire tutte le funzioni della macchina da remoto, inoltre la certificazione

IPX5, la protezione contro l'acqua e la bassa silenziosità, inferiore ai 60dB li rendono differenti dal resto del mercato».

«Sicuramente la qualità di taglio. Il nostro sistema, caratterizzato da un solido piatto di taglio (basculante sui modelli RX e RS) ed equipaggiato con lame in acciaio», precisa Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «garantisce un risultato perfetto in ogni condizione. E in più, grazie a larghezze di taglio importanti è in grado di compiere il lavoro in meno tempo, riducendo l'usura dei componenti elettronici e meccanici. E per finire, le resistenti lame in acciaio sono in grado di tagliare anche l'erba alta e soprattutto durano per l'intera stagione senza necessità di continui interventi di sostituzione».

«I nostri plus? Semplicità di installazione, un'agevole programmazione, silenziosità», il quadro delineato da Roberto Polato, responsabile commerciale di **Blue Bird**.

«Qualità del taglio e l'autonomia della batteria», evidenzia Marco Tam, general manager di **Niko**, «associata ad una gamma di piattaforme adeguate per i diversi tipi di giardini e soluzioni in grandi aree verdi».

L'OFFERTA. **AL-KO** si presenta con una nuova generazione di robot tosaerba della serie Robolinho® inseriti nella gamma "solo by AL-KO" disponibile solo nei rivenditori specializzati appartenenti al canale tradizionale. All'EIMA è stato presentato l'allargamento della gamma con quattro nuovi modelli della terza generazione di Robolinho®: 1200E, 1200I, 2000E e 2000I. Per superfici fino a 2.000 m² con performance

e caratteristiche superiori ai precedenti modelli. Le nuove basi di ricarica facilitano l'installazione del prodotto e consentono maggiore sicurezza. Le prestazioni di taglio risultano decisamente migliori grazie al disco di taglio a doppio senso di rotazione che si alterna automaticamente ad ogni nuovo avvio. La nuova scocca permette dei movimenti fluidi e precisi anche su prati fitti ed evita il fenomeno del galleggiamento. Le ruote dal battistrada accentuato consentono un'ottima tenuta sui pendii più inclinati. Robolinho® può essere regolato su pendenze fino al 57% di inclinazione. Possibilità di impostare 9 punti di partenza diversi (oltre al punto di partenza dalla base di ricarica) per la massima garanzia di copertura del prato (opzione scelta automatica) e/o per l'efficace cura di aree secondarie difficili da raggiungere (opzione impostazione manuale). Design moderno e robusto con una riduzione della larghezza della macchina che risulta più versatile e snella nei movimenti. Le versioni "I" sono predisposte per il controllo remoto tramite apposita App che permette anche la regolazione e il settaggio del Robot. Gestito dal sistema "Innogy" può essere integrato nel sistema domotico della casa. Il modello 500 è già disponibile e distribuito sul mercato italiano, i nuovi modelli 1200 e 2000 verranno commercializzati a partire da febbraio.

Il robot 450X è il top della gamma **Husqvarna**. Modello per grandi superfici, ampiamente dotato di soluzioni intelligenti per poter affrontare le sfide di prati enormi e complessi, quali passaggi stretti, ostacoli, terreni irregolari e pendii fino al 45%. La navigazione assistita GPS ed una serie di caratteristiche che includono anche Automower® Connect ne fanno la via più intelligente per mantenere il tuo prato più verde, in salute e perfettamente rasato. Ovunque ti troverai, tramite la app Automower® Connect potrai monitorare ogni suo movimento, interagire con esso o semplicemente essere aggiornato, con il semplice tocco di un display. L'app Automower® Connect ti aiuta a controllare traccia, interazione e aggiornamento di stato con il semplice tocco di un display, in qualunque parte del mondo ti trovi. I sensori integrati che utilizzano la tecnologia a ultrasuoni aiutano il robot tagliaerba a rilevare oggetti, abbassano la velocità ed evitano collisioni. Fari a LED a efficienza energetica per una migliore visibilità e controllo anche al buio. Le luci inizieranno anche a lampeggiare in caso di malfunzionamento.

Optimow di Hikoki Power Tools Italia



Automower® Connect ti dà il pieno controllo del robot tagliaerba direttamente sul tuo smartphone. Puoi con estrema facilità inviare comandi di avvio, arresto e park, oltre a controllare e regolare il settaggio. Un sistema incorporato GPS crea una mappa del giardino, anche quando i cavi di limitazione e guida sono installati.

Il modello Elite di **Zucchetti Centro Sistemi** combina le caratteristiche della flessibilità e della modularità all'innovazione tecnologica in chiave 4.0. Il robot monta a bordo il device ZCS Connect, che unito al GPS, Bluetooth GSM, permette la connessione 24/24 h al robot ovunque, in tutta sicurezza. È possibile arrestare, avviare, escludere le aree da tagliare e monitorare il robot con un semplice touch. E grazie al Geofence Alarm il sistema avvisa quando il robot esce dal giardino. In questo modo è possibile restare sempre informati sui movimenti e sugli spostamenti di Ambrogio 4.0. Un sistema evoluto di antifurto. Combinabile con la Power Unit Medium, Premium ed Extra Premium passa dai 2.200 ai 3.500 m². Con il Kit Extra Premium è possibile dotare il robot di ricarica induttiva: sarà sufficiente uno sfioro con la base, sempre più piccola e meno ingombrante, e Ambrogio si ricaricherà ovunque. La ricarica ad induzione permette di evitare la consueta pulizia dei contatti. Anche la regolazione dell'altezza lama, ora motorizzata, è facilmente azionabile per facilitare l'utilizzo del proprio robot. La tecnologia ZCS è più user friendly ed interattiva: facilità di utilizzo e completa autonomia nella gestione del tuo prato sempre, ovunque, comunque super smart Ambrogio. La linea 4.0 ha garanzia valida fino a sei anni. In occasione di Eima, Ambrogio 4.0 ha ottenuto il premio di "Segnalazione" in occasione del concorso «Novità Tecniche 2018».

Optimow 10 ed Optimow 15 sono i due modelli Greenworks di **Hikoki Power Tools Italia**, macchine ideali rispettivamente per coprire 1000 e 1500 metri quadrati ed altezza di taglio da 20 a 60 mm, con un tempo di taglio da 80 minuti ed un lavoro anche fino ad una pendenza del 35% ed un tempo di ricarica di 90 e 60 minuti. Optimow è estremamente resistente e include tutte le più moderne funzionalità per ottenere risultati ottimali senza sforzo. Una volta impostato, è possibile controllare la macchina in modo semplice ovunque grazie all'app GreenGuide. Optimow si adatta a qualsiasi superficie e procede al taglio



RM24A di Blue Bird

dell'erba applicando traiettorie irregolari, assicurandosi di non lasciare zone scarsamente omogenee o dall'aspetto trascurato. I sensori d'urto e di sollevamento aumentano la sicurezza. In caso di urto contro un oggetto, Optimow fa retromarcia e seleziona una nuova traiettoria.

Sei anni di garanzia. E tanto altro. K24 S è il top di gamma della serie K del marchio Wiper Premium di **Niko**, equipaggiato anche con il modulo connect (come per la serie F) e dotato di regolazione elettrica dell'altezza di taglio personalizzabile per ogni singola area di taglio. L'operazione è gestibile anche da remoto tramite App. Il rasaerba robot, come gli altri modelli fra K10 e K16, può contare su un telaio composto da due unità distinte più la parte motrice (power unit) e la parte di taglio collegate fra loro attraverso un giunto che permette all'unità di taglio di seguire la morfologia del terreno indipendentemente dall'unità motrice. K24 S assicura un'ottima copertura fino a 2200 mq, fino a 1400 mq per K16 e 1000 per K10. Con batteria al litio da 5,8 Ah, caricabatteria da 5 Ah, fino ad otto aree di taglio gestibili, quattro ore e mezza il tempo medio di lavoro, lama di taglio da 25 cm, pendenza massima gestita del 35%, altezza di taglio da 25 a 65 mm. Con sensore prato rasato, sensore pioggia, sms alert, ricevitore bluetooth.

Blue Bird entrerà nel mercato con la Serie RM24A con batterie al litio da 28V 4Ah, motore brushless, tre lame mulching con velocità della lama di 2.900 rpm, ampiezza di taglio da 24 cm ed altezza regolabile da 26 a 65 mm, pendenza massima 30°, velocità di avanzamento di 0,5 m/sec, lunghezza del filo perimetrale massimo di 500 metri con 100 inclusi nella confezione. Rumorosità 65 dB (A). La parola al mercato.

Il colosso di Mountain View domina il mondo della ricerca con una quota di mercato pari all'80,5% su scala globale, arrivando al 96% su dispositivi mobili. Soluzione ai problemi, ora un esempio per tutti

GOOGLE, UN ECOSISTEMA DAL VALORE STRATEGICO

WWW

L'era moderna, quella della comunicazione in mobilità, ci ha paradossalmente reso più pigri. Oggi, quando cerchiamo delle risposte, non interrogiamo più il sapere acquisito negli anni scolastici e durante l'esperienza lavorativa. Per dubbi, curiosità o informazioni è sufficiente digitare: il riscontro arriva in un attimo. Per parlare del motore di ricerca diciamo semplicemente "Google", con la stessa semplicità con cui identifichiamo il nastro adesivo col marchio "Scotch" e la carta da cucina con "Scottex". Non c'è più spazio per gli altri, non ci sono Bing, Yahoo!, Excite che tengano. La forza di Google sta nel garantire sempre il responso più utile nel momento in cui viene interrogato. Il sito più visitato al mondo toglie spesso le castagne dal fuoco agli utenti; l'altro lato della medaglia è, per le aziende e i professionisti, la necessità di comparire. Non essere su Google equivale a

non esistere. Decidere cosa possa dire è una bella opportunità. Che significa? Creare contenuti in modo strategico consente di far parte dell'ecosistema appena citato, andando a condizionare la percezione degli interlocutori nei nostri confronti.

AZIENDE COME CENTRI MEDIA. Oggi possiamo scegliere se diffondere un messaggio o addirittura subirlo (con tutti i rischi del caso). Ognuno di noi preferisce senza dubbio avere sempre il polso della situazione: una delle verità universali nel business (e non solo) è che s'impiega una vita a costruire una reputazione e possono essere sufficienti 5 minuti per comprometterla. Dunque? È fondamentale entrare nella testa del consumatore, dargli esattamente quello che sta cercando. Evitando il diffuso equivoco della comunicazione unidirezionale, basata sulla cara e vecchia "vendita push". Cosa considera Google per scegliere le informazioni da mostrarci? La formula segreta non la conosce nessuno, ma i principali fattori sono fortunatamente noti. E ci aiutano a rendere il marketing più orientato ai bisogni del cliente che all'ego del titolare d'azienda. Mica poco...

SCANSIONE COMPLETA. Il portale creato da Larry Page nel settembre del 1997 sfrutta degli strumenti che passano in rassegna ogni sito messo online. Sì, non ne viene tralasciato neanche uno, a patto che siano presenti le cose che approfondiremo tra poco. In sostanza si tratta di una sorta di censimento universale, una lettura di tutte le pagine con l'assegnazione di un punteggio. Sulla base del punteggio, mi viene garantita una posizione tra i risultati. Quindi? La logica con cui è stato architettato un sito condiziona la

TAEDA
COMMUNICATION



qualità delle fondamenta. Tradotto: già dalla definizione delle voci di menù posso vedermi assegnato un valore che influirà sul posizionamento. Per questo, scegliere attentamente la distribuzione delle pagine ha un peso rilevante. "Ma sì, che ci vuole? Home page, Chi siamo, Servizi e Contatti. Il gioco è fatto!": questa è l'esclamazione tipica di chi si butta a capofitto nel panorama web senza un minimo di analisi. Definire invece la struttura in modo consapevole equivale a capire le peculiarità aziendali ed osservare la ricerca svolta dagli utenti online.



PIANIFICAZIONE. Esiste uno strumento, Keyword Planner, in grado di fornire un dato reale sul quantitativo di digitazioni di uno specifico termine, così da capire se valga la pena o meno di dedicare spazio ad un particolare tema. Un esempio concreto? Scrivendo "rasaerba elettrico" su Keyword Planner mi viene detto che nel territorio italiano, ogni mese, tali termini vengono cercati tra le 1.000 e le 10mila volte, con una concorrenza "Alta" ed un costo per clic in caso di pubblicità su Google che varia dai 10 ai 27 centesimi. Nel marketing non c'è granché da divertirsi: l'80% del lavoro è analitica, il 20% creatività...

SCRITTURA E PAROLE CHIAVE. Dicevamo che le voci di menù sono importanti, ma anche come vengano elaborati i testi. Mettere insieme le parole affinché le persone non debbano leggere la solita cantilena in cui l'azienda si autoincensa pone in una condizione di vantaggio rispetto al 90% delle realtà italiane, ma ciò non basta. I concetti vanno sviscerati chiaramente, limitandosi tuttavia a quello che è necessario. Senza esagerare... Se ad ogni pagina del sito deve corrispondere una (ed una sola) parola chiave, essa va collocata in modo mirato anche nel testo per sottolineare la materia in questione. Quanto descritto finora rientra in un insieme di situazioni visibili all'esterno, assimilabili da un lettore attento. Come se fosse la punta di un iceberg, ma Google ispeziona così in profondità da considerare pure il "dietro le quinte" di un sito, gli elementi di codice che contraddistinguono titoli, paragrafi ed addirittura le foto. Maggior meticolosità viene impiegata nella creazione di un portale, migliori sono i benefici per la reputazione. Più le attività vengono svolte

in modo approssimativo, peggiore sarà la collocazione su internet. Semplice, no?

IL PESO DEL BLOG. Partiamo dal presupposto che lo sviluppo iniziale sia stato effettuato correttamente. Quanto spesso ci capita di digitare una stringa del tipo "Come far per..." e di atterrare su un blog? Escluse le ricerche di hotel e ristoranti o l'enciclopedia online Wikipedia, accade molto spesso. Questo è il motivo per cui vi è la necessità di rivestire il ruolo di editori, di veri e propri hub di comunicazione. Nelle imprese italiane c'è un livello di competenza pazzesco, eppure all'esterno si ha di rado questa sensazione. Un portale bello dal punto di vista estetico non basta più: per restare a galla, o ancor meglio emergere, è fondamentale che esso sia stato creato in modo attento e venga aggiornato di frequente con contenuti interessanti. La creazione periodica di trattati di approfondimento consente di fidelizzare il pubblico, costruire un'immagine, far cogliere le professionalità presenti nel quotidiano, ma soprattutto migliorare il posizionamento su Google. I classici comunicati stampa in cui si annuncia la partecipazione ad una fiera, un aumento di fatturato o l'acquisizione di un cliente prestigioso lasciano il tempo che trovano, per far spazio ad articoli che illustrano soluzioni concrete e vantaggi legati ad un metodo.

NEMICO O ALLEATO. Google riconosce il tempo di permanenza delle persone sulle pagine web, quante volte esse escano senza effettuare nessuna azione ed una serie di altri comportamenti che caratterizzano il vissuto di chi finalmente visita un contenuto di rilievo. Il motore di ricerca può essere un acerrimo nemico o un potente alleato: tutto dipende dalla nostra strategia...

Il quadro annuale fotografa ancora una volta l'Italia a varie velocità. Cresce la capacità di spesa delle famiglie, anche se l'umore continua ad essere piuttosto altalenante. Con variabili ancora da decifrare

QUELLA FIDUCIA A INTERMITTENZA

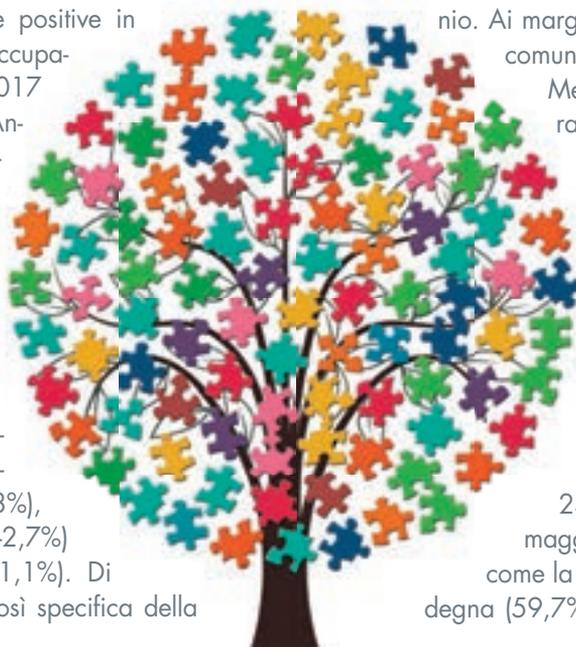
censis

Il quadro italiano è parecchio variegato. L'ultimo rapporto, annuale, del Censis ha scattato parecchie fotografie. In un Paese con le solite forti contraddizioni, a velocità differenti. Tanti mondi paralleli, con variabili tutte da prendere in considerazione.

ZONE DI CRISI. I territori con poco lavoro e quelli che non lo creano: i rischi per i sistemi di welfare locali. La risposta migliore al disagio resta la creazione di nuovo lavoro vero, sostenibile, con retribuzioni appropriate. In alcune aree territoriali il disagio è più marcato: tra le province il cui tasso di occupazione presenta un divario rilevante rispetto al tasso di occupazione nazionale ci sono Reggio Calabria (-20,4%), Foggia (-19,8%) e Agrigento (-18,2%). Mostrano invece performance positive in termini di crescita dell'occupazione nel periodo 2013-2017 le province di Barletta-Andria-Trani (+4,7%), Siracusa (+2,5%), Enna (+4%), Caltanissetta (+3,4%), Palermo (+2,6%) e Napoli (+1,0%). Sul fronte dell'occupazione giovanile sono presenti dinamiche di restrizione nel periodo 2013-2017 che interessano le province di Bolzano (-2,2%), Sondrio (-2,8%), Cuneo (-2,1%), Brescia (-2,7%) e Verbano-Cusio-Ossola (-1,1%). Di fronte ad una geografia così specifica della

creazione o meno di occupazione, anche le risposte di welfare non possono che modularsi sulle peculiarità locali. L'aumento dei divari interni nelle regioni italiane. La variabilità infra-regionale è aumentata nell'ultimo decennio per tutti i principali indicatori socio-economici.

QUESTIONE DI PIL. Le regioni che divaricano al loro interno non sono solo quelle dove è presente un grande magnete metropolitano, che determina fenomeni di accentramento che possono incidere sulla misura della variabilità regionale complessiva. L'aumento dei divari interessa quasi tutte le regioni. Ad esempio, il Pil pro-capite mostra una variabilità media infra-regionale di 6.160 euro/anno, con un aumento di 750 euro/anno nell'ultimo decennio. Ai margini del margine: il peso dei comuni periferici nelle aree del Mezzogiorno. Le aree interne raccolgono il 60% circa della superficie nazionale, il 53% dei comuni italiani e una popolazione di circa 13,5 milioni di abitanti. Ma anche le aree interne possono essere più o meno marginali e dunque molto diverse tra loro. I comuni periferici e ultraperiferici sono 1.842 (il 23,2% del totale) e risultano maggioritari in alcune regioni, come la Basilicata (84,7%) e la Sardegna (59,7%), e sono molto presenti in



SCENARIO

Trentino Alto Adige (47,6%), Sicilia (44,9%), Molise (43,4%) e Calabria (40,3%). La popolazione presente in questi territori (circa 4,5 milioni di abitanti) evidenzia profonde differenze su base geografica. Nelle aree del Mezzogiorno si arriva al 15,7% (con una punta del 63,7% in Basilicata), nel Nord-Ovest non si va oltre il 2,6%. La dinamica demografica degli ultimi 10 anni è negativa per i comuni periferici e ultraperiferici (-2% a fronte di un valore complessivo nazionale del +4,1%), con punte di impoverimento demografico che superano il 10% in Friuli e Molise.

FATTORE FAMIGLIE. Segnali di allargamento della forbice sociale nei bilanci delle famiglie. Negli ultimi cinque anni la capacità di spesa delle famiglie italiane ha mostrato un costante progresso. La quota che dichiara un aumento della capacità di spesa rispetto all'anno precedente ha raggiunto il 31,9% del totale. Quelle che invece hanno visto un peggioramento sono oggi il 15%. Anche con riferimento alle attese per il futuro si conferma una tendenza alla divaricazione delle famiglie. Nel 2018 gli ottimisti si attestano al 42,2% del totale, circa 12 punti in più rispetto al 2013. Si registra però una risalita dei pessimisti (dal 22,4% del 2015 al 23,2% del 2016, fino al 26,8% del 2018). Con riferimento al futuro del Paese, invece, i pessimisti (44,5%) superano di gran lunga gli ottimisti (18,8%). Paura, inquietudine, preoccupazione riguardano il Paese e i suoi scenari evolutivi molto più che la propria situazione familiare.

NUOVO MONDO. Circular economy: un'opportunità da coltivare con attenzione. Il mondo dell'impresa manifesta oggi un interesse crescente per la circular economy. Secondo un panel qualificato di più di mille persone interpellate dal Censis, i più convinti delle potenzialità della transizione sono proprio gli imprenditori e i liberi professionisti (32,6%). In posizione intermedia si collocano i funzionari pubblici e i dirigenti d'impresa (28,6%).

Un più diffuso scetticismo sembra invece attraversare l'ambiente accademico: solo il 19,2% dei docenti universitari e dei ricercatori accetta l'idea di trovarsi di fronte ad un nuovo paradigma. Certamente sull'economia circolare l'Italia ha carte importanti da giocare. Perché ha il più basso consumo di materiali grezzi in Europa (8,5 tonnellate pro-capite contro le 13,5 della media Ue). E si colloca ai primi posti tra i Paesi europei per quanto concerne la capacità di generare valore a partire dalle risorse impiegate nei processi produttivi: il rapporto tra Pil e Dmc (Domestic material consumption, definito come la somma di



tutte le materie prime estratte all'interno del territorio nazionale più tutte le materie importate, meno tutte le materie esportate) è di 3,34 euro/kg contro un valore medio europeo di 2,21 euro/kg.

AVANZANO I GIOVANI. Sharing economy: il ruolo trainante dei millennials. Nella sharing economy l'Italia è ancora in ritardo, soprattutto rispetto a Paesi come la Germania, ma le percentuali di italiani coinvolti in qualche modo in azioni di sharing, di noleggio sostitutivo o di acquisto di prodotti ricondizionati non sono trascurabili (il 19%, il 14% e il 22% rispettivamente). Il car sharing ha raggiunto nel 2017 1.310.000 iscritti e 7.030.000 noleggi. Significativa anche la crescita delle biciclette in condivisione, che sfiorano oggi le 40.000 unità con 265 Comuni coinvolti. Il 38,5% degli italiani è disposto a sperimentare queste nuove formule di utilizzo del mezzo privato.

Nel 2005 i giovani di 18-29 anni rappresentavano il 13,4% dell'immatricolato. Nel 2016 sono scesi al 7,9%. Per contro gli ultrasessantacinquenni, che coprivano il 10% delle vendite nel 2005, oggi si attestano al 17,6%.

MEDIA E SOCIAL. Il cambio di paradigma nell'informazione. Nella graduatoria dei media che gli italiani utilizzano per informarsi, telegiornali e Facebook sono ancora in vetta. Ma mentre i tg rafforzano la loro funzione, nell'ultimo anno Facebook ha subito una battuta d'arresto (-9,1% di utenza a scopi informativi). Il calo ha coinvolto anche YouTube (-5,3%), Twitter (-3%) e la rete in generale. La radio ottiene il primato della credibilità, con il 69,7% di italiani. Ultimi in classifica i social network, ritenuti non del tutto affidabili dal 66,4% degli italiani. Sono gli anziani a essere i più diffidenti (78,2%), mentre il 45,8% dei giovani li considera molto o abbastanza credibili.

TRATTORINI E RIDER

Legenda: (*) Trattorino (T) - Rider (R) - (**) Meccanica (ME) Idrostatica (ID) Autodrive (AD) Transmatic (TM)
 (***) TIPO DI TAGLIO: Scarico laterale (SL) - Raccolta (R) - Mulching (M) - Posteriore (SP)

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	TRATTORINO/RIDER (*)	MARCA MOTORE	MODELLO MOTORE	POTENZA HP (KW)	PRESA DI FORZA	TRASMISSIONE (**)	LARGHEZZA TAGLIO CM	TIPO DI TAGLIO (***)	ALTEZZA TAGLIO N. POSIZIONI	LAME N.	PNEUMATICI ANT./POST. (")	RUMOROSITA' dB (A)	DIMENSIONI CM. (LAXALXPR)	SERBATOIO LT.	CAPIENZA CESTO LT	PESO Kg. A VUOTO
---------	--------------------------------------	----------------------	--------------	----------------	-----------------	----------------	-------------------	---------------------	----------------------	-----------------------------	---------	---------------------------	--------------------	---------------------------	---------------	-------------------	------------------

HUSQVARNA

Distribuito da:
FERCAD SPA
 web: www.husqvarna.it
 email: husqvarna@fercad.it

Rider RC 320Ts AWD

Progettato per proprietari terrieri e professionisti che necessitano di una macchina a taglio frontale con raccolta del tagliato. Questo Rider Husqvarna di nuova concezione con sterzo articolato e AWD, offre efficacia di lavoro per molto tempo, versatilità e un'ottima manovrabilità. Ciò grazie alla combinazione di una potente coccia che trasporta l'erba dagli organi di taglio al cesto di raccolta posteriore ribaltabile, compattandola e dando all'operatore la possibilità di raccogliere fino al doppio d'erba di una macchina convenzionale e garantendogli di poter tagliare più a lungo prima di dover svuotare il cesto.



Rider Battery	vedi www.husqvarna.it	R	B&S		135 Ah	NO		85	M	25-70 (5)	2	155/50-8 / 155/50-8	78 dB (A)	78,7x105,5x173,6			241
R 112C	3.833,00	R	B&S	Power Built AVS	8,7 (6,4)	NO	ID	85	M/SP	25-70 (7)	2	155/50-8 / 155/50-8	<100 dB(A)	88x108x212	4	/	191
R 115C	4.147,00	R	B&S	Power Built AVS	12,9 (9,5)	NO	ID	95	M/SP	25-75 (5)	2	165/60-8 / 165/60-8	<100 dB(A)	90x108x229	7	/	219
R 213 C	3.928,00	R	B&S	Power Built AVS	9,1 (6,7)	NO	ID	94	M/SP	25-75 (7)	3	165/60-8 / 165/60-8	<100 dB(A)	89x107x190	12	/	229
R 214T	4.758,00	R	B&S	Intek V-Twin	17,4 (12,8)	NO	ID	94	M/SP	25-75 (7)	3	165/60-8 / 165/60-9	<100 dB(A)	89x107x191	12	/	226



TECNO GARDEN

DISTRIBUZIONE ALL'INGROSSO
 DI RICAMBI ED ACCESSORI
 PER MACCHINE DA GIARDINO

1986 **30 ANNI** 2016

Un sincero grazie a chi ci ha permesso di raggiungere questo traguardo

Via Cesare Battisti, 59/D 35010 Limena (PD)
 Tel. 049 / 769966 · Fax. 049 / 767313
www.tecnogarden.com
tecnogarden@tecnogarden.com

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	TRATTORINO/RIDER (*)	MARCA MOTORE	MODELLO MOTORE	POTENZA HP (KW)	PRESA DI FORZA	TRASMISSIONE (**)	LARGHEZZA TAGLIO CM	TIPO DI TAGLIO (***)	ALTEZZA TAGLIO N. POSIZIONI	LAME N.	PNEUMATICI ANT./POST. (")	RUMOROSITA' dB (A)	DIMENSIONI CM. (LAXALXPP)	SERBATOIO LT.	CAPIENZA CESTO LT	PESO Kg. A VUOTO
R 216	4.593,00	R	B&S	Power Built AVS	13 (9,6)	NO	ID	94-103	M/SP	25-75 (7)	3	165/60-8 / 165/60-8	<100 dB(A)	89x107x198	12	/	198
R 216 AWD	6.120,00	R	B&S	Power Built AVS	13 (9,6)	NO	ID	94-103	M/SP	25-75 (7)	3	165/60-8 / 165/60-8	<100 dB(A)	89x107x190	12	/	217
R 216T AWD	6.710,00	R	B&S	Intek V-Twin EFM	12,9 (9,5)	NO	ID	94-103-112	M/SP	25-75 (7)	3	165/60-8 / 165/60-8	<100 dB(A)		12	/	208
R 316T	6.120,00	R	Kawasaki	FH series V-twin	13 (9,6)	NO	ID	94-103-112	M/SP	25-75 (7)	3	165/60-8 / 165/60-8	<100 dB(A)	89x115x202	12	/	239
R 316T AWD	7.464,00	R	Kawasaki	FH series V-twin	13 (9,6)	NO	ID	94-103-112	M/SP	25-75 (7)	3	165/60-8 / 165/60-8	<100 dB(A)	89x115x202	12	/	258
R 316 TS AWD	8.356,00	R	Kawasaki	FH series V-twin	13 (9,6)	NO	ID	94-103-112	M/SP	25-75 (7)	3	165/60-8 / 165/60-8	<100 dB(A)	89x115x202	12	/	262
R320 AWD	7.503,00	R	B&S	Endurance series	14,4 (10,6)	NO	ID	94-103-112	M/SP	25-75 (7)	3	165/60-8 / 165/60-8	<100 dB(A)		12	/	253
RC318T	10.736,00	R	B&S	Endurance twin EFM	17,1 (12,6)	NO	ID	103-112	M/SP	25-75 (7)	3	16x6,5-8 / 16x6,5-8	<100 dB(A)		12	300	328
RC320Ts AWD	12.688,00	R	B&S	Endurance twin EFM		NO	ID	103-112	M/SP	25-75 (7)	3	16x6,5-8 / 16x6,5-8	<100 dB(A)		12	300	328
R 422Ts AWD	14.577,00	R	B&S	Endurance series V-twin	17,1 (12,6)	NO	ID	112-122	M/SP	25-75 (7)	3	195/65-8 / 195/65-8	<100 dB(A)	90x116x207	17	/	330
P 524 EFI	18.910,00	R	Kawasaki	FX twin EFI awd	13,9 kW @ 3000 rpm	NO	ID	112-122	M/SP	25-75 (7)	3	18x8,5-8" / 18x8,5-8"	<104 dB(A)	98X105X115	24	/	385
Z242F	5.673,00	T	Kawasaki	FR Series V-Twin	20,2 (14,9)	NO	ID	107	R/M/SL	38-102		11x6-5/18x8,5-8			13		
Z560X	15.372,00	T	Kawasaki	FX	23,8 (17,5)	NO	ID	152	R/M/SL	25-127		13x6,5-6 / 24x12-12			45		
TS 38	2.737,00	T	B&S	PowerBuilt AVS	7,7 (5,7)	NO	ME	97	SL	/	2	15x6"-6 / 18x8,5"-8	<100 dB(A)	/	5,7	/	/
TS 138	2.975,00	T	B&S	Intek	11,6 (8,6)	NO	CVT	97	SL	38-102	2	15x6"-6 / 18x8,5"-8	<100 dB(A)	/	5,7	/	175
TS 142	3.127,00	T	B&S	Intek	11,6 (8,6)	NO	CVT	107	SL	38-102	2	15x6"-6 / 18x8,5"-8	<100 dB(A)	/	5,7	/	175
TS 242	3.971,00	T	B&S	Endurance	12,7 (9,4)	NO	ID	107	SL	38-102	2	15x6"-6 / 20x8"-8	<100 dB(A)	/	5,7	/	/
TS 342	4.912,00	T	B&S	Endurance Series V-Twin	13,6 (10)	NO	ID	107	SL	38-102	2	15x6"-6 / 20x10"-8	<100 dB(A)	/	15,1	/	/
TS 346	6.019,00	T	B&S	Endurance Series V-Twin	18,7 (13,8)	NO	ID	117	SL	38-102	2	15x6"-6 / 20x10"-8	<100 dB(A)	/	15,2	/	/
TC 130	3.321,00	T	B&S	Intek	8,5 (6,3)	NO	ID	77	R	38-102	1	13x5"/16x6,5"	<100 dB(A)	/	5,7	200	/
TC 138	3.598,00	T	B&S	Intek	11,6 (8,6)	NO	ID	97	R	38-102	2	15x6"-6 / 18x8,5"-8	<100 dB(A)	/	5,7	220	/
TC 139T	4.514,00	T	B&S	Endurance Series V-Twin	11,1	NO	ID	97	R	38-102	2	15x6"-6 / 18x8,5"-8	<100 dB(A)	/	9,5	320	241
TC 142T	5.002,00	T	B&S	Endurance Series V-Twin	11,1	NO	ID	107	R	38-102	2	15x6"-6 / 18x8,5"-8	<100 dB(A)	/	9,5	320	244
TC 238	4.774,00	T	B&S	Endurance	12,1 (8,9)	NO	ID	97	R	38-102	2	15x6"-6 / 18x9,5"-8	<100 dB(A)	/	5,7	220	/
TC 239T	5.490,00	T	B&S	Endurance	11,1	NO	ID	97	R	38-102	2	15x6"-6 / 18x9,5"-8	<100 dB(A)	/	9,5	320	251
TC 338	5.742,00	T	B&S	Endurance Series V-Twin	15,09 (11,1)	NO	ID	97	R	38-102	2	15x6"-6 / 18x9,5"-8	<100 dB(A)	/	13,3	320	/
TC 342T	6.954,00	T	B&S	Endurance Series V-Twin	13,3	NO	ID	107	R	38-102	2	15x6"-6 / 18x9,5"-8	<100 dB(A)	/	13,3	320	260

JOHN DEERE

JOHN DEERE ITALIANA SRL
Web: www.JohnDeere.it

X350 R

Il tosaerba X350R fa parte della gamma Serie Select. È facile da utilizzare grazie ai pedali di comando trasmissione Twin Touch™. I pedali idrostatici Twin Touch vi consentono di controllare con facilità direzione e velocità di avanzamento del trattorino senza bisogno di togliere il piede dalla piattaforma.



X106	2.492,00	T	B&S		6,85 KW		TM	107	SL - M	25-100MM	2	11x4,00-4/15x6,00-6	87,5	132x97x103	9,1	opz.230	187
X126	3.135,00	T	B&S		9,6 KW		ID	107	SL - M	25-101MM	2	15x6,00-16/20x8,0-7	86	132x97x103	9,1	opz.230	210
X166	4.367,00	T	B&S Bic.		12,1 KW		ID	122	SL - M	25-101MM	3	15x6,00-16/20x8,0-8	89,6	132x97x104	9,1	opz.230	241
X116R	3.387,00	T	B&S		6,85 KW		ID	92	R - SP - M	25-90MM	2	15x6,00-16/18x8,5-7	87,8	960x97x107	7,5	std.300	225
X146R	4.088,00	T	B&S		8,8 KW		ID	92	R - SP - M	25-90MM	2	15x6,00-16/18x8,5-8	86,1	960x97x108	7,5	std.300	230
X166R	4.704,00	T	B&S Bic.		9,7 KW		ID	107	R - SP - M	25-90MM	2	15x6,50-8/22x9,5-12	88,2	145x97x117	9,1	opz.230	233
X350	5.152,00	T	KAWASAKI Bic.		12,2 KW		ID	107	SP - R - M	25-102MM	2	15x6,00-6/20x8,5-8	83,2	111x97x114	7,5	std. 300	261
X350R	5.768,00	T	KAWASAKI Bic.		12,2 KW		ID	107	R - SP - M	25-102MM	2	15x6,5-8/22x11-10	86,8	126x97x109,2	13,2	opz.250	314
X354	5.712,00	T	KAWASAKI Bic.		12,2 KW		ID	107	SL - R - M	25-102MM	2	15x6-6/20x10-8	83,2	126x97x109,2	13,2	opz.250	286
X370	6.272,00	T	KAWASAKI Bic.		12,2 KW		ID	107	SL - R - M	25-102MM	2	15x6-6/20x10-8	83,2	111x97x109,2	7,6	std. 300	275
X380	6.944,00	T	KAWASAKI Bic.		13,8 KW		ID	122	SL - R - M	25-102MM	3	15x6-6/20x10-8	84,2	111x97x109,2	13,2	opz.250	313
X584	8.848,00	T	KAWASAKI Bic.		16,1 KW		ID	122/137	SL - R - M	25-102MM	3	15x6,50-8/22x11-10	89,7	126x97x109,2	13,2	opz. 250	396
X590	8.903,00	T	KAWASAKI Bic. (EFI)		16,7 KW		ID	122/138	SL - R - M	25-102MM	3	16x6,5-8/24x12-12	90,9	156x201x132	16,7	opz. 250/500	381
X940	DA CONFIGURARE	T	YANMAR Diesel 3 Cil.		17,5 KW		ID	122/137/152SL	R - M	25-133MM	3	16x6,5-8/24x12-12	ND	156x201x132	16,7	opz. 250/500	430
X748	DA CONFIGURARE	T	YANMAR Diesel 3 Cil.		17,5 KW		ID	122/137/152SL	R - M	25-133MM	3	16x6,5-8/29x9,5-12	ND	156x201x132	16,7	opz. 250/500	451
X949	DA CONFIGURARE	T	YANMAR Diesel 3 Cil.		17,5 KW		ID	122/137/152SL	R - M	25-133MM	3	16x6,5-8/29x9,5-12	ND	156x201x132	16,7	opz. 250/500	470
X950R	DA CONFIGURARE	T	YANMAR Diesel 3 Cil.		18 KW		ID	122/137	R - SP	12-112MM	2	16x6,5-8/29x9,5-12	ND	VARIABILE	570/650	822/1014	

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	TRATTORINO/RIDER (*)	MARCA MOTORE	MODELLO MOTORE	POTENZA HP (KW)	PRESA DI FORZA	TRASMISSIONE (**)	LARGHEZZA TAGLIO CM	TIPO DI TAGLIO (***)	ALTEZZA TAGLIO N. POSIZIONI	LAME N.	PNEUMATICI ANT./POST. (°)	RUMORISTA dB (A)	DIMENSIONI CM. (LAXALXPR)	SERBATOIO LT.	CAPIENZA CESTO LT	PESO Kg. A VUOTO
---------	--------------------------------------	----------------------	--------------	----------------	-----------------	----------------	-------------------	---------------------	----------------------	-----------------------------	---------	---------------------------	------------------	---------------------------	---------------	-------------------	------------------

SIMPLICITY

Distribuito da:
GARMEC Srl
Web: www.garmec.it
Email: info@garmec.it

CONQUEST EX2452HSF

Motore Briggs & Stratton Professional™ 8270 V-Twin OHV, EFM. Trasmissione idrostatica Tuff-Torq® K66 High Speed. Piatto di taglio Scarico laterale Free Floating™ Sospeso, con rulli a tutta larghezza. Sistema di sgancio manuale facilitato Quick Hitch™ Brevetto Simplicity. Alt. di taglio elettrica infinite posizioni da 31 a 95 mm. Controllo automatico della trazione ACT™ Brevetto Simplicity. Cruise Control manuale; luci a Led; presa 12 Volt. Sospensioni anteriori e posteriori SCS-4™ Brevetto Simplicity: unico sul mercato!



CAVALIER - SRE300	3.379,00	R	B.&S.	Intek™ 4195 OHV AVS®		ID	84	SL	3,8 - 9,5 cm / 6p	1	13 x 5,00 / 16 x 6,50	A NORMA	205 x 113 x 84	8	-	215
REGENT RD - SRD100	4.991,00	T	B.&S.	Intek™ 4195 OHV AVS®		ID	96	R	3,8 - 8,9 cm / 7p	2	15 x 6,00 / 20 x 8,00	A NORMA	241 x 111 x 96	6	280	274
REGENT RD - SRD200	5.383,00	T	B.&S.	Intek™ 7220 V-Twin OHV AVS®		ID	96	R	3,8 - 8,9 cm / 7p	2	15 x 6,00 / 20 x 8,00	A NORMA	256 x 124 x 112	6	350	280
REGENT RD - SRD300	5.982,00	T	B.&S.	Prof™ 8270 V-Twin OHV		ID	107	R	3,8 - 8,9 cm / 7p	2	15 x 6,00 / 22 x 10,00	A NORMA	256 x 124 x 112	6	350	280
REGENT - SLT100	3.221,00	T	B.&S.	Intek™ 4175 OHV AVS®		ID	107	SL	3,8 - 10,2 cm / Inf.p	2	15 x 6,00 / 22 x 8,50	A NORMA	178 x 98 x 90	13,1	Optional	182
REGENT - SLT200	4.585,00	T	B.&S.	Intek™ 7220 V-Twin OHV		ID	117	SL	3,8 - 10,2 cm / Inf.p	3	15 x 6,00 / 22 x 10,00	A NORMA	180 x 114 x 98	13,2	Optional	242
REGENT - SLT250	5.434,00	T	B.&S.	Prof™ 8270 V-Twin OHV		ID	122	SL	3,8 - 10,2 cm / Inf.p	3	15 x 6,00 / 22 x 10,00	A NORMA	180 x 114 x 98	13,2	Optional	242
BROADMOOR - SLT300	7.122,00	T	B.&S.	Prof™ 8260 V-Twin OHV EFM		ID	127	SL	3,1 - 9,5 cm / Inf.p	3	16 x 6,50 / 22 x 9,50	A NORMA	190 x 114 x 98	16	Optional	270
CONQUEST - SYT500	10.005,00	T	B.&S.	Prof™ 8270 V-Twin OHV EFM		ID	132	SL	3,1 - 9,5 cm / Inf.p	3	16 x 6,50 / 23 x 10,50	A NORMA	190 x 119 x 105	16	Optional	294

TRATTORI COMPATTI

Legenda: (*) Omologazione macchina agricola (OMA) Omologazione macchina operatrice (OMO) - (**) Meccanica (ME) Idrostatica (ID) Elettronica (EL) - (***) Presa di forza : Posteriore (P) - Ventrale (V) - Anteriore (A) - (****) TIPO Pneumatici: Garden (G) - Agricoli (A) - Chevron (C) - (*****) Piatti di taglio disponibili: Frontale (F) - Ventrale (V) - Scarico laterale (SL) - Scarico laterale con raccolta (SLR) - Scarico posteriore (SP) - Scarico posteriore con raccolta (SPR) - Mulching opzionale (M)

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	OMOLOGAZIONE (*)	MARCA MOTORE	NR. CILINDRI	POTENZA HP (KW)	TRASMISSIONE (**)	NR. MARCE AVANTI/RETRO	BLOCCAGGIO DIFFERENZIALE	RUOTE MOTRICI (2WD/4WD)	PRESA DI FORZA (***)/NR. GIRI	SOLLEVATORE POSTERIORE	TIPO PNEUMATICI (****)	RDIMENSIONI CM.(LAXALXPR)	SERBATOIO LT.	PESO Kg. A VUOTO	PIATTI DI TAGLIO DISPONIBILI (*****)	LARGHEZZA TAGLIO CM	CAPIENZA CESTO LT
---------	--------------------------------------	------------------	--------------	--------------	-----------------	-------------------	------------------------	--------------------------	-------------------------	-------------------------------	------------------------	------------------------	---------------------------	---------------	------------------	--------------------------------------	---------------------	-------------------

JOHN DEERE

JOHN DEERE ITALIANA SRL
Web: www.JohnDeere.it

2036R

Il Trattore Compatto 2036R è progettato per gli utilizzatori che vogliono potenza e produttività in un trattore compatto senza compromessi nella qualità, versatilità ed efficienza dei costi. Il 2036R offre tutto questo con un motore diesel 3 cilindri, una trasmissione Hydro a 2 gamme, quattro ruote motrici di base e servosterzo per una eccellente manovrabilità e facilità d'utilizzo per l'operatore.



1026R ROPS/CAB A richiesta	OMA, OMO	Yanmar	3	25,2 HP	ID	SI'	4WD	V 2100; P 540	SI'	G,A		21,2		SLR	137-152	OPZ.	
2026R ROPS/CAB A richiesta	OMO	Yanmar	3	26 hp	ID	SI	4WD	V 2100; P 540	SI	G		27		SLR	158	OPZ. 800	
2036R ROPS/CAB A richiesta	OMO	Yanmar	3	35 HP	ID	SI	4WD	V 2100; P 541	SI	G				SLR	158	OPZ. 800	
3038E ROPS A richiesta	OMA, OMO	Yanmar	3	37 HP	ID	SI	4WD	P540	SI	G,A		24		ND	ND	ND	
3033R ROPS HST A richiesta	OMA, OMO	Yanmar	3	33 HP	ID	SI	4WD	V 2100; P 540	SI	G,A		51		SLR	152-183	OPZ. 800	
3033R CAB HST A richiesta	OMA, OMO	Yanmar	3	37 HP	ID	SI	4WD	V 2100; P 541	SI	G,A				SLR	152-184	OPZ. 801	
3038R ROPS HST/PRTA richiesta	OMA, OMO	Yanmar	3	38 HP	ID,ME	12/12	SI	4WD	V 2100; P 542	SI	G,A		51		SLR	152-185	OPZ. 802
3038R CAB HST/PRTA richiesta	OMA, OMO	Yanmar	3	39 HP	ID,ME	12/12	SI	4WD	V 2100; P 543	SI	G,A			SLR	152-186	OPZ. 803	
3045R ROPS HST A richiesta	OMA, OMO	Yanmar	3	45 HP	ID	SI	4WD	V 2100; P 544	SI	G,A		51		SLR	152-187	OPZ. 804	
3045R CAB HST A richiesta	OMA, OMO	Yanmar	3	45 HP	ID	SI	4WD	V 2100; P 545	SI	G,A				SLR	152-188	OPZ. 805	
4049M ROPS HST/PRTA richiesta	OMA, OMO	Yanmar	4	49 HP	ID, ME	12/12	SI	4WD	P 540 e 540 E	SI	G,A		55		ND	ND	ND
4066M ROPS HST/PRTA richiesta	OMA, OMO	Yanmar	4	66 HP	ID, ME	12/12	SI	4WD	P 540 e 540 E	SI	G,A		55		ND	ND	ND
4049R CAB HST A richiesta	OMA, OMO	Yanmar	4	49 HP	ID	SI'	4WD	P 540 e 540 E	SI'	G,A		55		ND	ND	ND	
4066R CAB HST A richiesta	OMA, OMO	Yanmar	4	66 HP	ID	SI'	4WD	P 540 e 540 E	SI'	G,A		55		ND	ND	ND	

ZERO-TURN

Legenda: *Trasmissione Cinghia (C) Cardano (CA) - (**) TIPO DI TAGLIO: Scarico laterale (SL) - Scarico posteriore (SP) Raccolta (R) - Mulching (M) (***) Ventrale (V) Frontale (F)

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	MARCA MOTORE	MODELLO MOTORE	POTENZA HP (KW)	TRASMISSIONE (*)	TRAZIONE	LARGHEZZA TAGLIO CM	TIPO DI TAGLIO (**)	APPARATO DI TAGLIO (***)	ALTEZZA TAGLIO N. POSIZIONI	LAME N.	PNEUMATICI ANT./POST. (")	RUMOROSITA' dB (A)	DIMENSIONI CM. (LAXALXPR)	SERRATOIO LT.	CAPIENZA CESTO LT	PESO Kg. A VUOTO
---------	--------------------------------------	--------------	----------------	-----------------	------------------	----------	---------------------	---------------------	--------------------------	-----------------------------	---------	---------------------------	--------------------	---------------------------	---------------	-------------------	------------------

JOHN DEERE

JOHN DEERE ITALIANA SRL
Web: www.JohnDeere.it

Z540R

Lo Z540R è il modello più grande della gamma di tosaerba a raggio di sterzata zero ed è stato progettato per offrire eccellenti livelli di potenza e prestazioni. Il piatto di taglio da 122 cm consente di gestire elevati volumi di erba in modo efficiente ed è alimentato da un motore bicilindrico da 15,39 kW. Può essere facilmente convertito per le attività di mulching o raccolta con l'aggiunta di kit opzionali.



Z335E	4.255,00	B&S		11,4 KW	C idrostatica	107	SL/M	F	2,5-10,2	2	11X4.00-4/18X8.50-8	91,2			8,0	opz	215
Z345M	4.704,00	B&S		14,9KW	C idrostatica	107	SL/M	F	2,5-10,2	2	11X4.00-4/18X8.50-8	89,7			8,0	opz	2125
Z345R	4.927,00	B&S		14,9KW	C idrostatica	107	SL/M	F	2,5-10,2	2	11X4.00-4/18X8.50-8	89,7			8,0	opz	235
Z525E	6.060,00	B&S		12,1 KW	C idrostatica	122	SL/M	F	2,5-10,2	3	13X5.00-6/22X9.50-10	89,7			13,2	opz	309
Z540M	6.384,00	B&S		16,7	C idrostatica	122	SL/M	F	2,5-10,2	3	13X5.00-6/22X9.50-10	93,5			13,2	opz	309
Z540R	7.554,00	Kawasaki		16,1 KW	C idrostatica	122	SL/M	F	2,5-10,2	3	13X6.50-6/22X10.50-12	93,5			13,2	opz	340
ZTrak 997 60" S.L.	a richiesta	Yanmar		23 kW	C idrostatica	152	SL - M	F	3,8-12,7	3	15x6-6/26x12-12				45,5	ND	ND
ZTrak 997 60" S.P.	a richiesta	Yanmar		23 kW	C idrostatica	152	SP	F	3,8-12,7	3	15x6-6/26x12-12				45,5	ND	ND
ZTrak 997 72" S.L.	a richiesta	Yanmar		23 kW	C idrostatica	183	SL - M	F	3,8-12,7	3	15x6-6/26x12-12				45,5	ND	ND

SIMPLICITY

Distribuito da:
GARMEC Srl
Web: www.garmec.it
Email: info@garmec.it

STZ250

Motore Briggs & Stratton Professional Series™ 8260 V-Twin. Bicilindrico - Scarico laterale - 3 Lame a innesto elettrico. Regolazione di taglio da 3,8 a 11 cm - 13 posizioni. Piatto 122 cm Free Floating™ - Sospeso. Sospensioni anteriori e posteriori - Sedile regolabile. Comodo e capiente porta oggetti posteriore



SZT110	4.723,00	B.&S. Intek™ 7200 V-Twin OHV	ID			107	SL	V3,8 - 11 cm /13P		2		-	A NORMA	-	-	-
SZT150	5.335,00	B.&S. Intek™ 7220 V-Twin OHV	ID			117	SL	V3,8 - 11 cm /13P		3		-	A NORMA	-	-	-
SZT250	7.632,00	B.&S. Intek™ 8260 V-Twin OHV	ID			122	SL	V3,8 - 11 cm /13P		3		-	A NORMA	-	-	-
SZT2575	8.028,00	B.&S. Prof™ 8270 V-Twin OHV	ID			122	SL	V3,8 - 11 cm /13P		3		-	A NORMA	-	-	-
SZT350	8.398,00	B.&S. Prof™ 8270 V-Twin OHV	ID			132	SL	V3,8 - 11 cm /13P		3		-	A NORMA	-	-	-

errezeta™

RICAMBI E ACCESSORI PER IL GIARDINAGGIO

visita il nuovo sito

www.errezetagarden.com

🏠 Via Mattei, 8/A Z.I. 30039 Stra - Ve

☎ 049 9803124

📄 049 9803128

✉ info@errezetagarden.it

Legenda: (*) SCOCCA - Acciaio (AC) Alluminio (AL) Lamiera (LA) Plastica (PL) - (**) TIPO DI MOTORE: 4 Tempi (4T) Elettrico (EL)
 (***) TIPO DI TAGLIO: Scarica laterale (SL) - Scarico posteriore (SP) - raccolta (R) - Mulching (M)

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	SCOCCA (*)	POTENZA HP (kW)	MARCA MOTORE	MODELLO MOTORE	TIPO MOTORE (**)	AVVANZAMENTO	RUMOROSITA' dB (A)	AVVIAMENTO	LARGHEZZA TAGLIO CM	ALTEZZA TAGLIO POSIZIONI TAGLIO	TIPO TAGLIO (***)	CAPACITA' CESTO LT	DIAMETRO RUOTE (Ant/Post)	RUOTE PIVOTANTI	PESO Kg. A VUOTO
---------	--------------------------------------	------------	-----------------	--------------	----------------	------------------	--------------	--------------------	------------	---------------------	---------------------------------	-------------------	--------------------	---------------------------	-----------------	------------------

BLUE BIRD

BLUE BIRD INDUSTRIES
 Web: www.bluebirdind.com
 Email: info@bluebirdind.com

TAURUS 46 TW

- Motore BRIGGS & STRATTON 500 Series
- Larghezza di taglio: 46 cm
- Altezza di taglio: regolabile su 6 posizioni (3 - 9 cm)
- Regolazione altezza di taglio: 2 leve ergonomiche
- Smontaggio rapido del manubrio - Scocca in lamiera
- Spessore 1,6 mm - Sacco raccolta erba: 65 lt
- Peso: 33 kg - Semovente



BR3 40 V	nd	PL	40V 2,5 A/h	-	-	EL	Spinta	A norma	a pulsante	37	3,0-8,0	SP-R	40	160-180 mm	NO	16
LM-38	nd	PL	1300 W	-	-	EL	Spinta	A norma	a pulsante	38	3-6,5	SP-R	45	140-140 mm	NO	15,5
Taurus 41	nd	AC	125 CC	B&S	450 series	4T	Spinta	A norma	a strappo	41	2,5-7,5	SP-R	45	152-178 mm	NO	26
Taurus 46	nd	AC	125 CC	B&S	450 series	4T	Spinta	A norma	a strappo	46	3,0-7,5	SP-R	60	178-178 mm	NO	29
Taurus 46 T	nd	AC	140 CC	B&S	500 series	4T	Semovente	A norma	a strappo	46	3,0-7,5	SP-R	60	178-200 mm	NO	31
Taurus 46 T W	nd	AC	140 CC	B&S	500 series	4T	Semovente	A norma	a strappo	46	3,0-9,0	SP-R	65	203-280 mm	NO	33
Taurus 51 T	nd	AC	163 CC	B&S	675 series	4T	Semovente	A norma	a strappo	51	3,0-7,5	SP-R-SL-M	65	203-203 mm	NO	40
Taurus 51 T W	nd	AC	163 CC	B&S	675 series	4T	Semovente	A norma	a strappo	51	3,0-9,0	SP-R-SL-M	70	203-280 mm	NO	43
Taurus 53 TWA	nd	AL	163cc	B&S	675 series	4T	Semovente	A norma	a strappo	53	2,5-8,0	SP-R-M	70	203-280 mm	NO	45
Taurus 56 TW	nd	AC	163 CC	B&S	675 series	4T	Semov.-4 velocità	A norma	a strappo	56	3,0-7,5	SP-R-SL-M	75	203-203 mm	NO	47
World WYZ20H5	nd	AC	163 cc	B&S	675 Instart	4T	Semovente	A norma	a strappo	51	3,0-9,0	SP-R-SL-M	70	203-280 mm	NO	38

EINHELL

EINHELL ITALIA Srl
 Web: www.einhell.it
 Email: info@einhell.it

C-PM 46/2 S HW-E

Il suo motore monocilindrico a 4 tempi raffreddato ad aria dispone di un elevato momento di torsione, per il taglio anche di erbacce alte. Particolarmente confortevole grazie alla funzione di avviamento. Il tagliaerba dispone di una batteria che non richiede assistenza, che si ricarica durante l'utilizzo del tagliaerba. La scocca robusta è in lamiera verniciata a polvere. Consigliato per superfici fino a 1.400 m².



GC-EM 1030	62,95	PL	1.000 W	EINHELL		EL	SPINTA	A NORMA	ELETTRICO	30	30 - 70 / 3 pos.	SP-R	25	140 / 140		10,89
GE-EM 1233	94,95	PL	1.250 W	EINHELL		EL	SPINTA	A NORMA	ELETTRICO	33	20 - 60 / 5 pos.	SP-R	30	135/135		11,1
GC-EM 1536	109,95	PL	1.500 W	EINHELL		EL	SPINTA	A NORMA	ELETTRICO	36	20 - 60 / 5 pos.	SP-R	38	140 / 200		10
GC-EM 1743 HW	139,95	PL	1.700 W	EINHELL		EL	SPINTA	A NORMA	ELETTRICO	43	20 - 70 / 6 pos.	SP-R	52	170 / 235		17,1
GH-PM 40 P	199,95	PL	1,6 kW / 2,2 HP	EINHELL		4T	SPINTA	A NORMA	A STRAPPO	40	32 - 46 - 62	SP-R	45	172 / 210		23,1
GC-PM 40 S	209,95	PL	1,2 kW / 1,6 HP	EINHELL		4T	SEMOVENTE	A NORMA	A STRAPPO	40	25 - 60 / 5 pos.	SP-R	50	150 / 210		21,5
GC-PM 46/3 S	239,95	LA	2,17 kW / 3,0 hp	EINHELL		4T	SEMOVENTE	A NORMA	A STRAPPO	46	30 - 70 7 pos.	SP-R	55	172 / 210		33
GC - PM 46/2 S HW-E	399,95	LA	1,9 kw / 2,5 Hp	EINHELL		4T	SEMOVENTE	A NORMA	ELETTRICO	46	32-80 6 pos.	SP-R-M	70	203/280		37,8
GC-PM 51/2 S HW	379,95	LA	2,7 kW / 3,6 HP	EINHELL		4T	SEMOVENTE	A NORMA	A STRAPPO	51	30 - 80 / 6 pos.	SL-SP-R-M	70	204 / 280		37,1
GC PM 56 S HW	399,95	LA	2,7 kW / 3,6 hp	EINHELL		4T	SEMOVENTE	A NORMA	A STRAPPO	56	25-80 6 pos.	SL-SP-R-M	80	204 / 280		40,3

HUSQVARNA

Distribuito da:
 FERCAD SPA
 web: www.husqvarna.it
 email: husqvarna@fercad.it

LC353V

LC 353V è un tagliaerba semovente che crea un risultato di taglio e un aspetto del prato fantastici grazie alla sua tecnologia AFTech™: la lama di taglio è stata progettata per creare un flusso d'aria verso l'alto durante la rotazione. Questo flusso solleva l'erba per creare un prato uniformemente tagliato. Questo processo riempie il cesto in modo estremamente efficiente, consentendo di tagliare per lungo tempo senza interruzioni. È dotato di AutoWalk™ 2 per un controllo comodo ed ergonomico della velocità.



54	140,00	LA	/	/	/	/	MAN	/	/	40	12 38	ELICOIDALE (M)	/		NO	8,6
64	172,00	LA	/	/	/	/	MAN	/	/	40	12-55	ELICOIDALE (M)	/		NO	8,6
540 / NOVOLETTE	201,00	LA	/	/	/	/	MAN	/	/	40	12 38	ELICOIDALE (M)	/		NO	9,1
LC 140	409,00	AC	1,8	B&S	450e Series	4T	MAN	94	MAN	40	25-75	SP/R	50	6"/8"	NO	24
LC 140S	476,00	AC	1,8	B&S	450e Series	4T	SEMOV	94	MAN	40	25-75	SP/R	50	6"/8"	NO	26,5

TUTTOMERCATO

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	SCOCCHA (*)	POTENZA HP (KW)	MARCA MOTORE	MODELLO MOTORE	TIPO MOTORE (**)	AVVANZAMENTO	RUMOROSITÀ dB (A)	AVVIAMENTO	LARGHEZZA TAGLIO CM	ALTEZZA TAGLIO POSIZIONI TAGLIO	TIPO TAGLIO (***)	CAPACITÀ CESTO LT	DIAMETRO RUOTE (Ant/Post)	RUOTE PIVOTANTI	PESO Kg. A VUOTO
LC 351 V	1.012,00	AL	2,7	B&S	750 Series	DOV4T	SEMOV-VARIAB	98	MAN	50	28-75	SP/R/M	60	7,5"/8,3"	NO	42
LC 247	499,00	PL	1,8	B&S	450e	4T	MAN	96	MAN	47	20-75	SP/R/M	55	6,69"/8,27"	NO	26,8
LC 247 S	557,00	PL	1,8	B&S	450e	4T	SEMOV	96	MAN	47	20-75	SP/R/M	55	6,69"/8,27"	NO	27,8
LC 247 SP	639,00	PL	2,1	B&S	575EX	4T	SEMOV	96	MAN	47	20-75	SP/R/M	55	6,69"/8,27"	NO	29,2
LC 253S	714,00	PL	2,4	B&S	650EXI	4T	SEMOV	96	MAN	53	20-75	SP/R/M	60	6,69"/8,27"	NO	32,5
LC 356 VB	1.079,00	AC	2,8	HONDAGCV160	OHC	4T	SEMOV-VARIAB	98	MAN	56	38,1-107,95	SP/SL/M/R	68	8,0"/8,0"	NO	40,4
LC 356 AWD	1.190,00	AC	2,8	HONDAGCV160	OHC	4T	SEMOV-VARIAB AWD	98	MAN	56	38-108	SP/SL/M/R	68	8,0"/8,0"	NO	39,5
LC 347V	727,00	PL	2,4	B&S	650EXI	4T	SEMOV-VARIAB	96	MAN	47	20-75	SP/R/M	60	6,69"/8,27"	NO	30
LC 347 VI	860,00	PL	2,4	B&S	675 SiS	4T	SEMOV-VARIAB	96	BATT	47	20-75	SP/R/M	60	6,69"/8,27"	NO	30
LC 353V	793,00	PL	2,4	B&S	650EXI	4T	SEMOV-VARIAB	96	MAN	53	20-75	SP/R/M	60	7,48"/9,06"	NO	33
LC 353VI	926,00	PL	2,6	B&S	675 SiS	4T	SEMOV-VARIAB	96	BATT	53	20-75	SP/R/M	60	7,48"/9,06"	NO	34,2
LB 448 S	1.110,00	AL	2,4	HONDAGCV160	OHC	4T	SEMOV	97	MAN	48	30-60	M	/	8"/8"	NO	31
LC 551 SP	1.244,00	AL	2,9	KAWASAKI	FJ180	4T	SEMOV	/	MAN	51	26-74	SP/R	65	8,25"/8,25"	NO	50
LB 553 S	1.358,00	AL	2,8	HONDAGCV160	OHC	4T	SEMOV	97	MAN	53	27-65	M	/	8,0"/8,0"	NO	35
LB 553 Se	1.383,00	AL	2,8	HONDAGCV160	OHC	4T	SEMOV	97	MAN	53	27-65	M	/	8,0"/8,0"	NO	36,7
LC 551 VBP	1.708,00	AL	2,9	KAWASAKI	FJ180KAI	4T	SEMOV-VARIAB	/	MAN	53	26-74	SP/R	65	8,27"/8,27"	NO	53
LB 246PI	476,00	PL		B&S	575 is	4T	MAN		BATT	46		M/SL				
LB 248S	598,00	AC		B&S	650 EXT	4T	SEMOV			48		M/SL				
LB348SI	730,00	AC		B&S	675 EXT	4T	SEMOV		BATT	48		M/SL				

JOHN DEERE

JOHN DEERE ITALIANA SRL
Web: www.JohnDeere.it



R40EL	347,00	PL	1,3 KW	EL		EL	SP	83	E	40	2,2-7,5	R	44	170/210	n	22
R43EL	495,00	ALU	1,5 KW	EL		EL	SP	82	E	43	2,2-8,0	R	48	170/210	n	26
R40	390,00	PL	2,1 KW	B&S		SC 4T	SP	84	RA	40	2,2-7,5	R	44	170/211	n	24
R43	609,00	ALU	2,4 KW	B&S		SC 4T	SP	84	RA	43	3,5-7,4	R - M	65	170/209	n	32
R43S	940,00	ALU	2,4 KW	B&S		SC 4T	SE	83	READYSTART®	43	3,5-7,5	R - M	65	170/210	n	35
R43V	949,00	ALU	2,4 KW	B&S		SC 4T	V	83	READYSTART®	43	2,5-7,5	R - M	65	150/180	n	36
R43VE	1.120,00	ALU	2,4 KW	B&S		SC 4T	V	83	E	43	2,5-7,5	R	65	150/180	n	38
PRO C43	957,00	ALU+ACC	3,3 KW	B&S		SC 4T	SP	83	RA	43	1,5-8,0	R	65	180/200	n	35
RUN41	505,00	LAM	2,3 KW	B&S		SC 4T	SE	ND	READYSTART®	41	1,5-8,0	R - M	52	180mm	n	28
RUN46	601,00	LAM	2,3 KW	B&S		SC 4T	SE	ND	READYSTART®	46	1,5-8,1	R - M	52	180/200	n	29,5
R47	773,00	ALU	2,4 KW	B&S		SC 4T	SP	85	READYSTART®	47	1,5-8	R - M	65	180/200	n	33
R47S	991,00	ALU	2,4 KW	B&S		SC 4T	SE	85	READYSTART®	47	1,5-7,0	R - M	65	180/100	n	37
R47V	1.105,00	ALU	2,4 KW	B&S		SC 4T	V	85	READYSTART®	47	1,5-7,0	R - M	65	180/100	n	37
R47VE	1.150,00	ALU	2,4 KW	B&S		SC 4T	V	85	E	47	1,5-8	R - M	65	180/200	n	39
R47KB	1.289,00	ALU	2,8 KW	KAWASAKI		SC 4T	V	85	RA FRENOLAMA	47	1,5-8	R - M	65	180/200	n	43
PRO 47V	1.542,00	ALU	3,2 KW	SUBARU		SC 4T	V	84	RA	47	1,5-8	R - M	65	180/200	n	47,5
RUN51	717,00	LAM	2,5 KW	B&S		SC 4T	SE	ND	READYSTART®	51	1,5-8	R - M	52	180/200	n	33
JS63V	810,00	ACC	3,2 KW	B&S		SC 4T	V	81	RA	53	1,7-10,4	M	M	210mm	n	40
JS63VC	1.035,00	ACC	3,2 KW	B&S		SC 4T	V	81	RA	53	1,7-10,4	M	M	210mm	s	43
PRO 53MV	1.566,00	ACC	3,2 KW	B&S		SC 4T	V	83	RA	53	1,7-10,4	M	M	210mm	n	49
R54S	1.193,00	ALU	2,4 KW	B&S		SC 4T	SE	84	READYSTART®	54	1,7-10,4	R - M	75	210mm	n	45
R54V	1.376,00	ALU	2,4 KW	B&S		SC 4T	V	84	READYSTART®	54	1,5-8,0	R - M	75	180/100	n	46
R54VE	1.542,00	ALU	2,4 KW	B&S		SC 4T	V	84	E	54	2,0-9,7	R - M	75	210mm	n	49
R54RKB	1.659,00	ALU	2,8 KW	KAWASAKI		SC 4T	V	84	RA FRENOLAMA	54	2,0-9,7	R - M	75	210mm	n	55
JX90	1.559,00	ALU	2,8 KW	KAWASAKI		SC 4T	V	84	RA	54	1,7-10	R - M	75	210mm	n	54
JX90C	1.855,00	ALU+ACC	3,2 KW	SUBARU		SC 4T	V	84	RA	54	1,7-10	R - M	75	210mm	n	57,5
JX90CB	1.986,00	ALU+ACC	3,2 KW	SUBARU		SC 4T	V	84	RA FRENOLAMA	54	1,7-10	R - M	75	210mm	n	61
CS2KS	1.594,00	ALU+ACC	3,2 KW	SUBARU		SC 4T	SE	84	RA	54	1,7-10	SL	SL	210mm	n	50

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	SCOCCHA (*)	POTENZA HP (KW)	MARCA MOTORE	MODELLO MOTORE	TIPO MOTORE (**)	AVVANZAMENTO	RUMOROSITA' dB (A)	AVVIAMENTO	LARGHEZZA TAGLIO CM	ALTEZZA TAGLIO POSIZIONI TAGLIO	TIPO TAGLIO (***)	CAPACITA' CESTO LT	DIAMETRO RUOTE (Ant/Post)	RUOTE PIVOTANTI	PESO Kg. A VUOTO
PELLENC																
Distribuito da: PELLENC ITALIA SRL Web: www.pellencitalia.com Email: info@pellencitalia.com							RASION Leggero, maneggevole, facile da trasportare. Regolazione elettronica della velocità e dell'altezza di taglio. Motricità che permette tagli su pendenze e superfici inclinate senza sforzo, rasatura regolare e senza tracce di ruote sul terreno. Funzione Zero Turn: rotazione a 360° grazie ai 2 motori posteriori e alle ruote girevoli anteriori. Manubrio pieghevole e possibilità di posizionamento in verticale quando non in uso. Bassissime emissioni sonore, alti livelli di sicurezza.									
RASION BASIC	1.586,00	AL	2 kw	PELLENC	BRUSHLESS	EL	1-5 KMh	95 dB(A)	AUTOMATICO	60 CM	6 pos. da 30/80	(SP) KIT MULCHING OPZ.	70 L	178 /305mm	senza cesto e batteria 20	
RASION SMART	2.196,00	AL	2 kw	PELLENC	BRUSHLESS	EL	1-5 KMh	96 dB(A)	AUTOMATICO	60 CM	6 pos. da 25/75	(SP) KIT MULCHING OPZ.	71 L	178/305mm	senza cesto e batteria 29	
MULTICLIP 50 S B	458,59	LA	-	B&S	550 E	4T	TRAZIONE	96	STRAPPO	50	5-31/75	M	-	210/210	NO	30,0
MULTICLIP PRO 53 4S SVAN	1.057,54	AL	-	HONDA	GCV 190	4T	TRAZIONE	96	STRAPPO	53	3-30/65	M	-	205/205	NO	38,0

RASAERBA ROBOT

Legenda: (*) Ricarica - Automatica (A) Manuale (M)

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	CONSIGLIATO FINO A MQ	DIMENSIONI	CERTIFICAZIONI	ACCUMULATORI	AUTONOMIA (ORE)	VELOCITA'	SISTEMA DI TAGLIO - NUMERO LAME	AVVANZAMENTO (N° RUOTE MOTRICI)	LARGHEZZA TAGLIO CM	ALTEZZA DI TAGLIO (CM)	PENDENZA MASSIMA	ANTIFURTO	RICARICA (*)	PESO Kg. CON ACCUMULATORI (*)	CARROZZERIA	STAZIONE DI RICARICA
HUSQVARNA																	
Distribuito da: FERCAD SPA web: www.husqvarna.it email: husqvarna@fercad.it							AUTOMOWER® 310 Perfetto per prati di medie dimensioni fino a 1000 m ² , questo robot rasaerba può anche gestire pendii con dislivelli del 40%. La sua intelligente tecnologia lo guida automaticamente attraverso i passaggi stretti. L'intuitivo sistema del menu permette impostazioni personalizzate per farlo lavorare solo negli orari preferiti. Scocche con innesto a scatto in diversi colori sono disponibili come optional.										
105	1.488,00	600 m2	55x39x25	SI	Li-ion	70 min	35 cm/s	M/3lame	2	17	2-5	25%	si con blocco pin	A	6,7	ABS	SI
310	1.976,00	1000 m2	63x51x25	SI	Li-ion	70 min	38cm/s	M/3lame	2	22	2-6	40%	si con blocco pin	A	9	ASA	SI
315	2.196,00	1500 m2	63x51x25	SI	Li-ion	70 min	42cm/s	M/3lame	2	22	2-6	40%	si con blocco pin	A	9	ASA	SI
315X	2.416,00	1600 m2	63x51x25	SI	Li-ion	70 min	42cm/s	M/3lame	2	22	2-6	40%	si con blocco pin	A	9	ASA	SI
420	2.721,00	2200 m2	55,8x72,1x30,8	SI	Li-ion	105 min	42cm/s	M/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin	A	11,5	ASA	SI
430X	3.453,00	3200 m2	55,8x72,1x30,8	SI	Li-ion	135 min	46 cm/s	M/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin	A	13,2	ASA	SI
440	3.453,00	4000 m2	55,8x72,1x30,8	SI	Li-ion	240 min	47 cm/s	M/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin	A	12,9	ASA	SI
450 X	4.514	5000 m2	55,8x72,1x30,8	SI	Li-ion	260 min	65 cm/s	M/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin	A	13,9	ASA	SI
520	3.404,00	2200 m2	55,8x72,1x30,8	SI	Li-ion	105	42 cm/s	M/3lame	2	24	2-6	0,45	si con blocco pin	A	11,5	ASA	SI
550	4.917,00	5000 m2	55,8x72,1x30,8	SI	Li-ion	260	65 cm/s	M/3lame	2	24	2-6	0,45	si con blocco pin	A	13,9	ASA	SI
KIT INSTALLAZIONE ESCLUSO																	

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	CONSIGLIATO FINO A MQ	DIMENSIONI	CERTIFICAZIONI	ACCUMULATORI	AUTONOMIA (ORE)	VELOCITA'	SISTEMA DI TAGLIO - NUMERO LAME	AVANZAMENTO (N° RUOTE MOTRICI)	LARGHEZZA TAGLIO CM	ALTEZZA DI TAGLIO (CM)	PENDENZA MASSIMA	ANTIFURTO	RICARICA (*)	PESO Kg. CON ACCUMULATORI (*)	CARROZZERIA	STAZIONE DI RICARICA
---------	--------------------------------------	-----------------------	------------	----------------	--------------	-----------------	-----------	---------------------------------	--------------------------------	---------------------	------------------------	------------------	-----------	--------------	-------------------------------	-------------	----------------------

JOHN DEERE

JOHN DEERE ITALIANA SRL
Web: www.JohnDeere.it

Tango E5 Series II

Il Tango Serie II John Deere è progettato per semplificare al massimo la cura del prato. I comandi e le tecnologie utilizzate sono così intuitive che in pochi secondi Tango Serie II è pronto ad operare in modo autonomo, efficace e silenzioso.



TANGO E5 II*	2.425,00	2200mq	79x37x36	CE	Li-ion	da 1 a 3	var.16-22-28	M/elica o stellare	2	300 mm	19-22	36%	SI con PIN	A	15,1 Kg	ABS	SI
--------------	----------	--------	----------	----	--------	----------	--------------	--------------------	---	--------	-------	-----	------------	---	---------	-----	----

NIKO

NIKO
web: www.nikocompany.com

WIPER PREMIUM F SERIE

La serie F è in grado di operare con elevata efficienza su qualunque tipo di superficie gestendo 8 aree di taglio fino a 5000 mq con un'autonomia di lavoro di 7 ore consecutive. L'efficienza ed efficacia della rasatura del prato sono assicurate dalla gestione GPS del taglio. I modelli "S" sono altresì dotati di sistema "Connect" che permette di interagire completamente con il proprio robot tramite APP Wiper.



BLITZ 4.0	1.290,00	200 mq	51x42x30	SI*	5,0 Ah	2h	18 m/min	Random	4 WD	24	42 - 48	50%	no	Manuale	8,2 Kg	ABS	No
C 6	1.290,00	600 mq	50x39x26	SI*	2,5 Ah	50'	25 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	35%	pin-blocco tast	Automatica	9,5 Kg	ABS	Si
C 8	1.490,00	800 mq	50x39x26	SI*	5 Ah	2 h	28 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	35%	pin-blocco tast	Automatica	9,8 Kg	ABS	Si
C 12	1.790,00	1200 mq	50x39x26	SI*	5 Ah	2h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	35%	pin-blocco tast	Automatica	9,8 Kg	ABS	Si
C 20	1.980,00	2000 mq	50x39x26	SI*	7,5 Ah	4h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	35%	pin-blocco tast	Automatica	10,1 Kg	ABS	Si
J XK	1.750,00	1200 mq	50x40x30	SI*	5 Ah	1H 45'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,5	45%	pin-blocco tast	Automatica	12,6 Kg	ABS	Si
J XH	2.360,00	2200 mq	50x40x30	SI*	7,5 Ah	3 h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 6,5	45%	pin-blocco tast	Automatica	13,5 Kg	ABS	Si
K 6	1.590,00	600 mq	63,5X46,4x30	SI*	2,9 Ah	1 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,0 - 6,5	35%	pin-blocco tast	Automatica	9,8	ABS	Si
K 10	1.890,00	1200 mq	63,5X46,4x30	SI*	5,8 Ah	3 h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,0 - 6,5	35%	pin-blocco tast	Automatica	10,1	ABS	Si
K 16	2.240,00	1500mq	63,5X46,4x30	SI*	8,7 Ah	4 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,0 - 6,5	35%	pin-blocco tast	Automatica	10,4	ABS	Si
K 20S	2.690,00	2000 mq	63,5X46,4x30	SI*	5,8 Ah	3 h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,0 - 6,5	35%	pin-blocco tast	Automatica	10,1	ABS	Si
SR	2.290,00	2200 mq	80x61x39	SI*	7,5 Ah	3 h	28 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,0 - 5,6	35%	pin-blocco tast	Automatica	15,7 Kg	ABS	Si
F 28	2.690,00	2800 MQ	58x50x29	SI*	7,5 Ah	3 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin-blocco tast	Automatica	15,3	ABS	Si
F 35 S	3.050,00	3500 MQ	58x50x29	SI*	7,5 AH	3 H 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin-blocco tast	Automatica	15,3	ABS	Si
F 50 S	3.598,00	5000 mq	58x50x29	SI*	15 Ah	7 h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin-blocco tast	Automatica	16,2	ABS	Si

NIKO

NIKO
web: www.nikocompany.com

L'AUTOMAZIONE PER GRANDI AREE

La serie Yard è stata progettata per chi ha l'esigenza di automatizzare il taglio dell'erba per grandi aree e nello stesso tempo ridurre i costi di manutenzione del manto erboso. Grazie alla tecnologia di ultima generazione e alle caratteristiche meccaniche del robot, Yard si pone al top dell'affidabilità nel mercato robotica per grandi aree fino a 30.000 mq.



P 70 S	3.390,00	7000 MQ	67X47X30	SI*	15 AH	7 h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	36	2,4 - 6,4	45%	pin-blocco tast	Automatica	18,4 Kg	ABS	Si
YARD 101 S	11.850,00	10000 mq	147x115x75	SI*	30 Ah	6 h	40 m/min	Random-Spiral	2 WD	84	2,5 - 8,5		pin-blocco tast-sms alert	Automatica	45 kg	ABS carbonio	Si
YARD 201 S	14.380,00	20000 mq	147x115x75	SI*	60 Ah	11 h	40 m/min	Random-Spiral	2 WD	84	2,5 - 8,5	35%	pin-blocco tast-sms alert	Automatica	49 kg	ABS carbonio	Si
YARD 301	18.900,00	30000 mq	147x115x75	SI*	60 Ah	11 h	40 m/min	GPS drive system	2 WD	84	2,5 - 8,5	35%	pin-blocco tast-sms alert	Automatica	49 kg	ABS carbonio	Si

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	CONSIGLIATO FINO A MQ	DIMENSIONI	CERTIFICAZIONI	ACCUMULATORI	AUTONOMIA (ORE)	VELOCITA'	SISTEMA DI TAGLIO - NUMERO LAME	AVANZAMENTO (N° RUOTE MOTRICI)	LARGHEZZA TAGLIO CM	ALTEZZA DI TAGLIO (CM)	PENDENZA MASSIMA	ANTIFURTO	RICARICA (*)	PESO Kg. CON ACCUMULATORI (*)	CARROZZERIA	STAZIONE DI RICARICA
---------	--------------------------------------	-----------------------	------------	----------------	--------------	-----------------	-----------	---------------------------------	--------------------------------	---------------------	------------------------	------------------	-----------	--------------	-------------------------------	-------------	----------------------

ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI

ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI
 web: www.ambrogiorobot.com
 email: robotica@zcscompany.com

Ambrogio 4.0 Elite

Super Smart, Super Flex ... il futuro è già qui!
 Il modello Ambrogio 4.0 Elite combina le caratteristiche della flessibilità e della modularità all'innovazione tecnologica in chiave IoT. Combinabile con i Power Unit Medium, Premium ed Extra Premium passa dai 2.200 mq ai 3.500 mq. Con il Power Unit Extra Premium è possibile dotare il robot di ricarica induttiva. Scopri tutti i modelli Ambrogio robot su www.ambrogiorobot.com



GREENline - AMBROGIO L60 Deluxe	1.150,00	200 mq	440x360x200 mm	SI	5 Ah	2 h 00	18 m/min Random-Spiral	4 WD	25	4,2-4,8	50%	NO	Manuale	8,3	ABS	-	
GREENline - AMBROGIO L15 Deluxe	950,00	600 mq	420x250x220 mm	SI	2,5 Ah	2 h 30 min	25 m/min Random-Spiral	2 WD	15	2,0 - 7,0	45%	SI	Automatica	4,8	ABS	SI	
GREENline - AMBROGIO L30 B	1.150,00	500 mq	540x450x252 mm	SI	2,5 Ah	00:50 min	25 m/min Random-Spirale	2 WD	25	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	9,5	ABS	SI	
GREENline - AMBROGIO L30 Deluxe	1.500,00	800 mq	540x450x252 mm	SI	5 Ah	2 h 00	25 m/min Random-Spiral	2 WD	25	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	9,8	ABS	SI	
GREENline - AMBROGIO L210	2.300,00	2.800 mq	610x430x280 mm	SI	7,5 Ah	3 h 30 min	30 m/min Random-Spiral	2 WD	29	2,0 - 5,6	45%	SI	Automatica	16,1	ABS	SI	
PROline - AMBROGIO L30 Elite	1.750,00	1.100 mq	540x450x252 mm	SI	5 Ah	2 h 30 min	30 m/min Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	45%	SI	Automatica	9,8	ABS	SI	
PROline - AMBROGIO L35 Deluxe	1.990,00	1.800 mq	540x450x252 mm	SI	5 Ah	2 h 30 min	30 m/min Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	45%	SI	Automatica	9,8	ABS	SI	
PROline - AMBROGIO L85 Elite	2.290,00	2.200 mq	600x440x310 mm	SI	7,5 Ah	3 h 00	30 m/min Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 6,5	55%	SI	Automatica	13,5	ABS	SI	
PROline - AMBROGIO L250 Deluxe	2.690,00	2.600 mq	580x500x290 mm	SI	7,5 Ah	3 h 30 min	30 m/min Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	15,3	ABS	SI	
PROline - AMBROGIO L250i Elite	3.090,00	3.200 mq	580x500x290 mm	SI	7,5 Ah	3 h 30 min	30 m/min Smart Partition	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	15,3	ABS	SI	
PROline - AMBROGIO L250i Elite S+	3.490,00	5.000 mq	580x500x290 mm	SI	15 Ah	7 h 00	30 m/min Smart Partition	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	16,2	ABS	SI	
PROline - AMBROGIO L350i Elite	3.990,00	7.000 mq	700x490x300 mm	SI	15 Ah	7 h 00	35 m/min Random-Spiral	2 WD	36	2,4 - 6,4	45%	SI	Automatica	18,4	ABS	SI	
PROline - AMBROGIO L400i B	11.850,00	10.000 mq	1.200x970x380 mm	SI	30 Ah	6 h 00	40 m/min Smart Partition	2 WD	84	2,5 - 8,5	45%	SI	Automatica	45,00	ABS	SI	
PROline - AMBROGIO L400i Deluxe	14.380,00	20.000 mq	1.200x970x380 mm	SI	60 Ah	11 h 00	40 m/min Smart Partition	2 WD	84	2,5 - 8,5	45%	SI	Automatica	49,00	ABS	SI	
PROline - AMBROGIO L400 Elite	18.900,00	30.000 mq	1.200x970x380 mm	SI	60 Ah	11 h 00	40 m/min Differential GPS	2 WD	84	2,5 - 8,5	45%	SI	Automatica	49,00	ABS	SI	
NEXT line - AMBROGIO 4.0 Basic	1.850,00		635X46X300 mm	SI			30 m/min Random-Spiral	NP	25	2,0 - 6,5	45%	SI	Automatica	15,00/15,30/15,60		SI	
NEXT line - AMBROGIO 4.0 Elite	2.590,00		635X46X300 mm	SI			30 m/min SDM cutting System	NP	25	2,0 - 6,5 45%		SI	Automatica (induzione)	15,50/15,80/15,80		SI (induttiva)	
Power Unit LIGHT	390,00	1.000* mq (4.0 Basic)			2,9 Ah	1 h 00 min											
Power Unit MEDIUM	460,00	1.400* mq (4.0 Basic) - 2.200* mq (4.0 Elite)				5,8 Ah 3 h (4.0 basic) - 2 h 45 min (4.0 Elite)											
Power Unit PREMIUM	590,00	2.200* mq (4.0 Basic) - 3.500* mq (4.0 Elite)				8,7 Ah 4 h (4.0 basic) - 3 h 45 min (4.0 Elite)											
Power Unit EXTRA PREMIUM	890,00	3.500* mq (4.0 Elite)				8,7 Ah 3 h 45 min											

*Piattaforma predisposta per le superficie di lavoro indicate, in conizioni di tagli ideali: prato piano, forma rettangolare semplice, assenza di ostacoli, assenza di zone aggiuntive e velocità di crescita del prato modesta.

ATTREZZATURE A BATTERIA

MODELLO	PREZZO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	DOTAZIONE	ACCUMULATORI (V / Ah)	ACCUMULATORI INTERCAMBIABILI	TIPO DI MOTORE (spazzole / brushless)	LUNGHEZZA LAMA CM	LUNGHEZZA ESTESA GRUPPO DI TAGLIO	BARRA CM / TIPO CATENA	PORTATA/VELOCITA' ARIA (m3/min/mi/s)	SCOCCA	SEMOVENTE	LARGHEZZA/ALTEZZA DI TAGLIO CM	CAPACITA' CESTO LT	RUMOROSITA' dB (A)	PESO KG
EINHELL www.einhell.it															
BATTERIE DIPONIBILI MODELLI PXC (18 V - 2 Ah - 42,95 / 18 V - 2,6 Ah PLUS - 54,95 / 18 V - 4 Ah - 69,95 / 18 V - 5,2 Ah PLUS - 99,95 / CARICA BATTERIE RAPIDO 29,95 / CARICA BATTERIE TWINCHARGER 59,95 / CARICA BATTERIE ULTRARAPIDO 52,95 / STARTER															
KIT BATTERIA +CARICA 1,5-2-3-4 Ah)															
TAGLIASIEPI															
GE-HC 18 Li T solo	149,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	40									4,0
GE-CH 1855/1 Li SOLO	79,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	55									2,44
GE-CH 1846 Li solo	59,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	46									2
GE-CH 1846 Li Kit	99,95	COMPLETA	18 V - 2,0 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE	46									2
GE-CG 18 Li solo	59,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									1
GC-CG 3,6 li WT	33,95	COMPLETA	3,6 V - 1,3 Ah	NO	SPAZZOLE	10									0,5
GC-CG 3,6 Li	39,95	COMPLETA	3,6 V - 1,3 Ah	NO	SPAZZOLE	10									0,5
TAGLIABORDI/DECESPUGLIATORI															
GE-CT 18 Li SOLO	49,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,8
GC-CT 18/24 Li P	69,95	COMPLETA	18 V - 1,5 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,2
GC-CT 18/24 Li P Solo	29,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,2
GE-CT 36/30 Li E Solo	99,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							30			4,2
AGILLO	169,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS							30			6,5
MOTOSEGHE															
GE-LC 18 Li Kit	159,95	COMPLETA	18 V - 3 Ah -PXC	SI	SPAZZOLE			25 / OREGON							3
GE-LC 18 Li SOLO	89,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE			25 / OREGON							3
GE-LC 36/35 Li SOLO	139,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS			35 / OREGON							3,9
GC-LC 18 Li T - solo	129,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE			20 / OREGON							4
POTATORI															
GE-LC 18 Li T SOLO	129,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE		1820	20 / OREGON							4
GE-HC 18 Li T SOLO	149,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	40	1820	20 / OREGON							5,5
RASAERBA															
GE-CM 36 Li	329,95	COMPLETA	2 X 18 V - 3 Ah - PXC	SI	SPAZZOLE					PLASTICA	NO	36 / 25-75	40		16,9
GE-CM 43 Li M KIT	359,95	COMPLETA	2 X 18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS					PLASTICA	NO	43 / 25-75	63		17,7
GE-CM 33 Li KIT	219,95	COMPLETA	2 X 18 V - 2 Ah - PXC	SI	SPAZZOLE					PLASTICA	NO	33/25-75	30		11,85
GE-CM 18/30 Li		COMPLETA	18 V - 3,0 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS					PLASTICA	NO	30 / 30 - 70	25		8
SOFFIATORI															
GE-CL 18 Li E SOLO	34,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE				ND / 210						1,3
GE-CL 18 Li E Kit	89,95	COMPLETA	18 V - 2 Ah - PXC	SI	SPAZZOLE				ND / 0-210						1,3
GE-CL 36 Li E SOLO	99,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS				ND / 0-210				45		3,3
GE-LB 36 Li E - SOLO	99,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS				ND / 0-150						2,5

ATTREZZATURE A BATTERIA



ATTREZZATURE A BATTERIA



MODELLO	PREZZO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	DOTAZIONE	ACCUMULATORI (V / Ah)	ACCUMULATORI INTERCAMBIABILI	TIPO DI MOTORE (spazzole / brushless)	LUNGHEZZA LAMA CM	LUNGHEZZA ESTESA GRUPPO DI TAGLIO	BARRA CM / TIPO CATENA	PORTATA/VELOCITÀ ARIA (m³/min-m/s)	SCOCOA	SEMOVENTE	LARGHEZZA/ALTEZZA DI TAGLIO CM	CAPACITÀ CESTO LT	RUMOROSITÀ dB (A)	PESO KG
HUSQVARNA Distribuito da Fercad SpA - www.husqvarna.it															
BATTERIE DISPONIBILI Bli 10 - 36V - 2 Ah / Bli 20 - 36V 4 Ah / Bli 80 - 36V - 2,1Ah / Bli 100 - 36V - 2,5Ah / Bli 150 - 36V - 5,0Ah / Bli 200 - 36V - 9,3 Ah / Bli 300 - 36V - 9,3 Ah / Bli 520X - 36V - 14,4 Ah / Bli 940x - 36V - 26,1Ah															
TAGLIASIEPI															
115 iHD45	268,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)	45								90	3,2
115 iHD45	436,00	Batteria Bli10 e caricabatteria QC80	36	SI	BLDC (brushless)	45								90	3,2
536 LiHD60X	535,00	Solo corpo macchina	36	SI	PMDC (4 spazzole)	60								78	3,8
536 LiHD70X	586,00	Solo corpo macchina	36	SI	PMDC (4 spazzole)	70								78	3,9
536 LiHE3	669,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)	55	226							84	4,1
DECESPUGLIATORI															
115 iL	268,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)									70	3,45
115 iL	411,00	Batteria Bli20 e caricabatteria QC80	36	SI	BLDC (brushless)		1658							70	3,5
536 LiLX	403,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)									76	3
536 LiRX	488,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)									76	3,8
MOTOSEGHE															
120 i	305,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						86	3
120 i	495,00	Batteria Bli20 e caricabatteria QC80	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						86	3
536 LiXP	556,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						93	2,6
T536 LiXP	610,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						93	2,4
POTATORI															
536 LiPT5	738,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)		400	25 / 1/4"						83	5
RASAERBA															
LC 141Li	470,00	Solo corpo macchina	36	SI						Acciaio	NO	41/25-70	50		20
LC 247Li	653,00	Solo corpo macchina	36	SI						Materiale composito	NO	47			
SOFFIATORI															
436 LiB	432,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				12,5/?					81	2,4
536 LiB	506,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				13,3/56					82	2,4
540iBX	647,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)										

MINITRANSPORTER

Legenda: (*) Meccanica (ME) - Idrostatica (ID) - (**) cassone sponde fisse (CSF) cassone sponde estensibili (CSE) - Dumper(D)

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	MARCA MOTORE	MODELLO MOTORE	CILINDRATA CC	POTENZA HP (KW)	AVVIAMENTO	TRASMISSIONE (*)	MARCE AVANTI + RETRO	CAPACITA' SERBATOIO LT.	DIMENSIONI MACCH. (LxALxPROF)	CASSONE (**)	DIMENSIONI CASSONE CHIUSO (CM)	DIMENSIONI CASSONE APERTO (CM)	SCARICO MANUALE/ IDRAULICO	PORTATA KG
---------	---	--------------	----------------	---------------	-----------------	------------	------------------	----------------------	-------------------------	----------------------------------	--------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------	------------

FARMER

GARMEC Srl
Web: www.garmec.it
Email: info@garmec.it

FA300L

Minitransporter con portata di 300 Kg
Motore LONCIN - Cilindrata 196 cc
Trasmissione meccanica - Marce 3a/1r
Con cassone ribaltabile ed espandibile
in lunghezza: da 900 a 1030 mm
in larghezza: da 600 a 730 mm



FA300L	2.417,00	LONCIN	4T - OHV	196	4.1 kW	Autoavv.	ME	3 A / 1R	3,8	-	CSE	90 x 60 x 21	103 x 73 x 21	Manuale	300
FA300LD	2.441,00	LONCIN	4T - OHV	196	4.1 kW	Autoavv.	ME	3 A / 1R	3,8	-	D	90 x 67 x 29	(Dumper)	Manuale	300
FA500L	2.739,00	LONCIN	4T - OHV	196	4.1 kW	Autoavv.	ME	3 A / 1R	3,8	-	CSE	105 x 60 x 33	118 x 73 x 33	Manuale	500
FA500LDi	3.530,00	LONCIN	4T - OHV	196	4.1 kW	Autoavv.	ME	3 A / 1R	3,8	-	CSE	100 x 66 x 36	(Dumper)	IDRAULICO	500

GKZ

GARMEC Srl
Web: www.garmec.it
Email: info@garmec.it

GK500H

Minitransporter con portata di 500 Kg
Motori HONDA - Cilindrate 196 cc
Trasmissione meccanica - Marce 3a/1r
Disponibili con cassoni tipo dumper o espandibili
(lungh. 105÷118 cm - largh. 60÷73 cm)
A sollevamento idraulico o meccanico



GK300H	2.856,00	HONDA	4T - OHV	163	3.5 kW	Autoavv.	ME	3 A / 1R	3,8	-	CSE	90 x 60 x 33	103 x 73 x 33	Manuale	350
GK300HB	2.708,00	HONDA	4T - OHV	163	3.5 kW	Autoavv.	ME	3 A / 1R	3,8	-	CSE	90 x 60 x 21	103 x 73 x 21	Manuale	300
GK300HD	2.794,00	HONDA	4T - OHV	163	3.5 kW	Autoavv.	ME	3 A / 1R	3,8	-	D	90 x 60 x 29	Dumper	Manuale	300
GH500H	3.059,00	HONDA	4T - OHV	196	4.1 kW	Autoavv.	ME	3 A / 1R	3,8	-	CSE	105 x 60 x 33	118 x 73 x 33	Manuale	500
GH500Hdi	4.014,00	HONDA	4T - OHV	196	4.1 kW	Autoavv.	ME	3 A / 1R	3,8	-	D/IDR-ZINC	100 x 66 x 40	Dumper	IDRAULICO	500
GH500HDE	4.014,00	HONDA	4T - OHV	196	4.1 kW	Autoavv.	ME	3 A / 1R	3,8	-	CSE/IDR.	105 x 60 x 33	118 x 73 x 33	IDRAULICO	500

TAGLIASIEPI

Legenda: Tipo (*) Prof. (P) - Semi Prof. (SP) - Hobbistico (H) - (**) 2 Tempi (2T) 4 Tempi (4T) - Elettrico (EL) - (***) Lama a doppia azione (DA)

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	TIPO MACCHINA (*)	TIPO MOTORE (**)	CILINDRATA CC	POTENZA HP (KW)	NORMATIVE (EPA)	AVVIAMENTO FACILITATO	LUNGHEZZA LAMA CM	LAMA DOPPIO TAGLIO (***)	MONOLAMA (***)	DIAMETRO MASSIMO TAGLIO MM	IMPUGNATURA RUOTANTE	SISTEMA ANTIVIBRANTE	CONSUMO ORA	PESO KG A VUOTO
---------	--------------------------------------	-------------------	------------------	---------------	-----------------	-----------------	-----------------------	-------------------	--------------------------	----------------	----------------------------	----------------------	----------------------	-------------	-----------------

EINHELL

EINHELL ITALIA Srl
Web: www.einhell.it
Email: info@einhell.it

GC-PH 2155

Motore a 2 tempi a basse vibrazioni. Avviamento rapido con pompetta per carburante. Accensione elettronica. Coltelli a movimento alternato su entrambi i lati in acciaio. Impugnatura girevole +90°/0°/-90°. Impugnatura supplementare a basse vibrazioni. Sistema anti vibrazioni. Grande foro per riempimento carburante. Frizione centrifuga per utensili da taglio



GC-HH 5047	79,95	H	EL		500 W			58,5	DA		18	SI			4,3
GC-HH 9048	99,95	H	EL		900W			48	DA		15	SI			5,1
GH-EH 4245	44,95	H	EL		420W			45	DA		12	NO			2,5
GC-EH 5550	59,95	H	EL		550W			46,5	DA		12	NO			3,3
GC-EH 5747	49,95	H	EL		570 W			53	DA		16	NO			3
GC-EH 6055	69,95	H	EL		600 W			61	DA		19	NO			3,9
GE-EH 6560	74,95	H	EL		650 W			66	DA		28	SI			3,7
GC-PH 2155	159,95	H	2T	21,3	600 W			55	DA		22	SI	SI		5,9

HUSQVARNA

Distribuito da:
FERCAD SPA
web: www.husqvarna.it
email: husqvarna@fercad.it

226HD75S

HUSQVARNA 226H75S è un tosasiepi a doppia lama eccezionalmente ben bilanciato e resistente con motore X-Torq®. Il robusto design porta ad una prolungata vita operativa in uso intensivo della macchina.



122 HD45	442,00	H	2T	21,7	0,8 (0,6)	S	S	45	S	N	20	N	S	575 gr/Kw H	4,7
122 HD60	468,00	H	2T	21,7	0,8 (0,6)	S	S	60	S	N	20	S	S	575 gr/Kw H	4,9
226 HD60S	592,00	SP	2T	23,6	1,14/0,85	S	N	60	S	N	22	S	S	412 gr/Kw H	5,8
226HD75S	644,00	SP	2T	23,6	1,14/0,85	S	N	75	S	N	22	S	S	412 gr/Kw H	6
226 HS75S	660,00	SP	2T	23,6	1,14/0,85	S	N	75	N	S	22	S	S	412 gr/Kw H	5,6
226 HS99S	706,00	SP	2T	23,6	1,14/0,85	S	N	108	N	S	22	S	S	412 gr/Kw H	6
325 HE3	909,00	P	2T	25,4	1,36 (1)	S	S	55	S	N	29	N	N	/	6,35
325 HE4	921,00	P	2T	25,4	1,36 (1)	S	S	55	S	N	29	N	N	/	6,4
115iHD45*	268,00		BAT	36V	3 Ah			45							
115iHD45	436,00		BAT	36V	3 Ah			45							
536 LiHD60X*	535,00	P	BAT	36V	3 Ah	/	/	60	S	N	/	S		/	3,8
536LiHD70X*	586,00		BAT	36V	3 Ah			70							
536LiHE3*	669,00		BAT	36V	3 Ah			55							

* SOLO MACCHINA

PELLENC

Distribuito da:
PELLENC ITALIA SRL
Web: www.pellencitalia.com
Email: info@pellencitalia.com

HELION

Tagliasiepi elettrico, leggero, silenzioso e con un potente motore da 1200W. Impugnatura ergonomica con 5 posizioni di regolazione e testa orientabile a +85°/-45°. Testa di taglio intercambiabili con sistema Quick Switch. Sistema antibloccaggio della lama. 4 velocità della lama, ideale per la manutenzione di siepi, parchi e giardini e alberi ornamentali.



54 57094 HELION 2 COMPACT	671,00	prof.	Brushless Elett.		1200W			27/51/63/63D/75*	DA		33 mm	5 posizioni +/- 90°	imp. ant 2,6-post. 3	LWA= 92 dB LpA= 84 dB	3,5 kg
54 57008 HELION POLE P180	756,00	prof.	Brushless Elett.		1200W			27/51/63/63D/75*	DA		33 mm	testa orient. +85°/-45°	imp. ant 5,5-post. 3,9	LWA= 96 dB LpA= 87 dB	3,7 kg
54 56201 HELION TELESCOPICO T150 200	933,00	prof.	Brushless Elett.		1200W			27/51/63/63D/75*	DA		33 mm	testa orient. +85°/-45°	imp. ant 3,9-post. 3,4	LWA= 96 dB LpA= 83 dB	4,3 kg

* su ciascun modello è possibile adattare la lama più adatta per ottenere un taglio netto: 27 cm, 51 cm, 63 cm (disponibile anche con deflettore monopettine, 63D) e 75 cm * - * per poter funzionare i tagliasiepi elettronici Helion necessitano di Batterie Pellenc Lithio-Ione

DECESPUGLIATORI

Legenda: Tipo (*) Prof. (P) - Semi Prof. (SP) - Hobbistico (H) - Rifinitori (RI) - (***) 2 Tempi (2T) 4 Tempi (4T) - Elettrico (EL)
(***) Impugnatura - Singola (S) - Doppia (D)

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	TIPO (*)	MARCA MOTORE	TIPO MOTORE (**)	MOTORE BASSA EMISSIONI	CILINDRATA CC	POTENZA HP (KW)	ACCENSIONE	IMPUGNATURA (***)	ASTA DIAMETRO MM	LUNGHEZZA ASTA CM	SPALLA/ZAINO	VIBRAZIONE	RUMOROSITA' dB (A)	PESO KG A VUOTO
BLUE BIRD															
BLUE BIRD INDUSTRIES Web: www.bluebirdind.com Email: info@bluebirdind.com			Quick P 600 E M Decespugliatore professionale completamente prodotto in Italia Motore Blue Bird 57,9 c.c. ecologico. Asta Blue Bird d. 27 mm Avviamento facilitato Manubrio antivibrante regolabile												
EP280E I	nd	SP	Blue Bird	2T	SI	27,4	1,32	SI	S	24	150	spalla		114	5,8
P370E I	nd	P	Blue Bird	2T	SI	34	1,65	SI	S	27	150	spalla		114	6,7
P370E M	nd	P	Blue Bird	2T	SI	34	1,65	SI	D	27	150	spalla		114	6,9
P450 E I	nd	P	Blue Bird	2T	SI	44,3	2,81	SI	S	27	150	spalla		114	7,7
P560 E M	nd	P	Blue Bird	2T	SI	53,2	3,21	SI	D	27	150	spalla		114	7,9
P610 E I	nd	P	Blue Bird	2T	SI	57,9	3,47	SI	S	27	150	spalla		114	7,7
P610 E M	nd	p	Blue Bird	2T	SI	57,9	3,47	SI	D	27	150	spalla		114	7,9
P610 E Z	nd	P	Blue Bird	2T	SI	57,9	3,47	SI	D	27	150	zaino		114	10,9





Arvipo
Attrezzature professionali di Potatura



Arvipo
PS110



**SISTEMA DI SICUREZZA ANTI-TAGLIO CHE BLOCCA LE LAME
AL CONTATTO CON LA PELLE DELL'UTILIZZATORE!**

LAME INTELLIGENTI IMPEDISCONO IL TAGLIO INDESIDERATO DEL FILO DI FERRO

NUOVO

SISTEMA ANTI-TAGLIO

www.cormaf.com - info@cormaf.com

YouTube

CENTRO ASSISTENZA
E RICAMBI
STIHL

DISTRIBUTORE
AUTORIZZATO
RICAMBI E MOTORI



RIVENDITORE
ABBACCHIATORE
ELETTRICO





**CORMAF
CARRASSO**

TUTTOMERCATO

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	TIPO (*)	MARCA MOTORE	TIPO MOTORE (**)	MOTORE BASA EMISSIONI	CILINDRATA CC	POTENZA HP (KW)	ACCENSIONE	IMPUGNATURA (***)	ASTA DIAMETRO MM	LUNGHEZZA ASTA CM	SPALLA/ZAINO	VIBRAZIONE	RUMOROSITA' (dB (A))	PESO KG A VUOTO
---------	--------------------------------------	----------	--------------	------------------	-----------------------	---------------	-----------------	------------	-------------------	------------------	-------------------	--------------	------------	----------------------	-----------------

EINHELL

EINHELL ITALIA Srl
Web: www.einhell.it
Email: info@einhell.it

GC-BC 52 I AS

Il motore a due tempi appoggiato su cuscinetti assicura bassissime vibrazioni. Grazie all'accensione digitale viene garantita una veloce risposta dell'acceleratore ed un funzionamento regolare del motore. Tutti gli elementi di comando del decespugliatore sono facilmente raggiungibili sulla doppia impugnatura in alluminio. Può essere utilizzato con un coltello a 3 lame oppure con un normale rocchetto a filo con avanzamento automatico



GC-ET 2522	19,95	H	EINHELL	EL			0,25		S					A NORMA	1,3
GC-ET 3023	29,95	H	EINHELL	EL			0,3		S					A NORMA	1,6
GC-ET 4025	42,95	H	EINHELL	EL			0,4		S					A NORMA	2,4
GC-ET 4530 SET	44,95	H	EINHELL	EL			0,45		S					A NORMA	2,7
GC-ET 5027	49,95	H	EINHELL	EL			0,5		S					A NORMA	2,7
GC-BC 25 AS	124,95	H	EINHELL	2T	SI	25	1 (0,75)	ELETTRONICA	S			SPALLA		A NORMA	6,4
GC-BC 30 AS	139,95	H	EINHELL	2T	SI	30,3	1,1 (0,8)	ELETTRONICA	S			SPALLA		A NORMA	8,5
GC - BC 43 AS	149,95	H	EINHELL	2T	SI	42,7	1,8 (1,25)	ELETTRONICA	S			SPALLA SIST. ANTIV.		A NORMA	8
GC-BC 52 I AS	174,95	H	EINHELL	2T	SI	51,7	2 (1,5)	ELETTRONICA	D			SPALLA SIST. ANTIV.		A NORMA	8

HUSQVARNA

Distribuito da:
FERCAD SPA
web: www.husqvarna.it
Email: husqvarna@fercad.it

553 RBK

Husqvarna 553RBK è il più forte e robusto decespugliatore a zaino Husqvarna sviluppato per la sfalcatura di aree con erba folta e alta e per l'impegnativa pulizia del sottobosco su terreni difficili. Il motore X-Torq® assicura potenza pura ma minimi consumi di carburante e basse emissioni. L'esclusivo zaino di questo decespugliatore spalleggiato è progettato per un lavoro dinamico ma confortevole per la minore fatica dell'utilizzatore.



129 RJ	368,00	H	HUSQVARNA	2T	SI	27,5	1,1 (0,85)	ELETTRONICA	S			S	4,21 / 4,23	94	4,76
525 RJX	510,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	25,4	1,36 (1)	ELETTRONICA	S	24	148,3	S	2,1 / 1,9	94	4,5
233 RJ	594,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	29,5	1,36 (1)	ELETTRONICA	S	***	***	S	5,2 / 5,2	98	5,6
243 RJ	719,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	40,1	1,9 (1,47)	ELETTRONICA	S	***	***	S	5,2 / 5,2	103	7,2
253 RJ	772,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	50,6	3,2 (2,4)	ELETTRONICA	S	***	***	S	4,7 / 4,7	101	8,2
535 RJ	651,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	34,6	2,2 (1,6)	ELETTRONICA	S	28	148,3	S	2,8 / 4,1	99	5,9
535 RX	718,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	34,6	2,2 (1,6)	ELETTRONICA	D	28	148,3	S	3,4 / 4,1	99	6,1
535 RXT	765,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	34,6	2,2 (1,6)	ELETTRONICA	D	28	148,3	S	3,4 / 4,1	99	6,1
545 RX	938,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	45,7	2,8 (2,1)	ELETTRONICA	D	32	146,5	S	3 / 3,6	101	8,4
545 RXT	974,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	45,7	2,8 (2,1)	ELETTRONICA	D	32	146,5	S	3 / 3,6	101	8,4
545 RXT AT	1.165,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	45,7	2,8 (2,1)	ELETTRONICA	D	32	146,5	S	3 / 3,6	101	8,6
543 RS	820,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	40,1	2,0 (1,5)	ELETTRONICA	D	28,05	148,3	S	2,4 / 4,0	95	7,4
553 RS	948,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	50,6	3,1 (2,3)	ELETTRONICA	D	28,05	148,3	S	3,4 / 3,9	102	8,6
555 RXT	1.220,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	53,3	3,75 (2,8)	ELETTRONICA	D	35	148,3	S	1,5 / 1,6	101	9,2
555 FRM	1.263,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	53,3	3,8 (2,8)	ELETTRONICA	D	35	148,3	S	2 / 1,5	103	9,2
545 FR	913,00	P	HUSQVARNA	2T	S	45,7	2,8 (2,1)	ELETTRONICA	D			S	3,6/3,8	100	8,7
555 FX	1.192,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	53,3	3,8 (2,8)	ELETTRONICA	D	35	1355	S	2,1/2,3	103	8,9
543 RBX	907,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	40,1	2 (1,35)	ELETTRONICA	S	28	1483	Z	4,8 / 4,6	99	10,6
553 RBX	956,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	50,6	3,1 (2,3)	ELETTRONICA	S	28	1483	Z	2,7/3,8	97	12,1
122 LK	304,00	H	HUSQVARNA	2T	SI	21,7	0,8 (0,6)	ELETTRONICA	S			S	3,6 / 3,5	90	4,7
129 LK	362,00	SP	HUSQVARNA	2T	SI	27,5	1 (0,8)	ELETTRONICA	S	25	132,1	S	9,9/8,9	95	6
525 LK	510,00	SP	HUSQVARNA	2T	SI	25,4	1,36 (1)	ELETTRONICA	S	24	148,3	S	3 / 3,3	94	4,7

PELLENC

Distribuito da:
PELLENC ITALIA SRL
Web: www.pellencitalia.com
Email: info@pellencitalia.com

EXCELION

Decespugliare e tagliare l'erba con un solo attrezzo. Testa di taglio multifunzione, che può essere dotata di filo da taglio e ampia gamma di lame metalliche. Impugnatura e testa orientabile, sistema telescopico. Selettore a 4 velocità. Silenzioso, rapido ed ecologico grazie al funzionamento a batteria.



53 57081 EXCELION	719,80	PROF.	PELLENC	BRUSHLESS ELETT.	SI		1200 W	ELETTRONICA	Singola	4 cm	30 cm	z	< 2,5	LdWA= 94 dB LdpA= 77 dB	3,8
53 57082 EXCELION 2000	1.159,00	PROF.	PELLENC	BRUSHLESS ELETT.	SI		2000 W	ELETTRONICA	Doppia	2,8 cm	180 cm	Z	< 1,6 - < 2,3	LdWA= 97 dB LdpA= 84 dB	5,4

* per poter funzionare il decespugliatore Excelion necessita di Batterie Pelenc Lithio-Ione

MOTOSEGHE

Legenda: Tipo (*) Prof. (P) - Semi Prof. (SP) - Potatura (PT) - Hobbistico (H) - (**) 2 Tempi (2T) 4 Tempi (4T) - Elettrico (EL)

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	TIPO (*)	TIPO MOTORE (**)	CILINDRATA CC	POTENZA HP (KW)	MISCELA %	AVVIAMENTO	BARRA CM	TIPO CATENA (")	FRENO CATENA	LUBRIFICAZIONE CATENA	VIBRAZIONE AL TAGLIO	RUMOROSITA' dB (A)	PESO KG A VUOTO
EINHELL														
EINHELL ITALIA Srl Web: www.einhell.it Email: info@einhell.it														
		GH-PC 1535 TC												
		Interruttore di sicurezza, accensione elettronica e pometta manuale per avviamento veloce. Catena e barra OREGON, tendi catena e dispositivo antivibrazione. Albero su cuscinetti e frizione centrifuga per taglio. Regola tensione catena e sostituzione catena manuale												
														
GH-EC 1835	84,95	H	EL		1,8			35	OREGON	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	5,4
GH-EC 2040	94,95	H	EL		2			40	OREGON	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	5,8
GC-PC 930 KIT	129,95	H	2T	25,4	1,2 (0,9)	2%	STRAPPO	30	EINHELL	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	3,8
GC-PC 1235 I	124,95	H	2T	37,2	1,6 (1,2)	2%	STRAPPO	35	OREGON	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	5,4
GC-PC 1335 I TC	129,95	H	2T	41	2 (1,5)	2%	STRAPPO	35	OREGON	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	5,4
GC-PC 2040 I	149,95	H	2T	52	2 (1,5)	2%	STRAPPO	40	OREGON	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	5,6

HUSQVARNA														
Distribuito da: FERCAD SPA web: www.husqvarna.it email: husqvarna@fercad.it														
		T525												
		Husqvarna T525 è la nuova motosega compatta e leggera per la potatura professionale, disponibile sia in versione normale sia carving. Un concentrato di tecnologia ed alte prestazioni racchiuso in un corpo macchina leggero, ben bilanciato e dal design ergonomico.												
														
418 EL	275,00	H	EL	220-240V	1800W	***	-	35	3/8" b.p.	SI	SI	5,2/3,9	104	4,7
420 EL	287,00	H	EL	220-240V	2000W	***	-	40	3/8" b.p.	SI	SI	5,2/3,9	104	4,7
236 II	281,00	H	2T	38,2	1,9 (1,4)	2	-	38	325	SI	SI	2,1/2,7	100,7	4,7
135	358,00	H	2T	40,9	1,9 (1,4)	2	-	35	3/8.	SI	SI	2,5 / 3,2	102	4,4
435 II	455,00	H	2T	40,9	2,1 (1,6)	3	-	38	325	SI	SI	2,5 / 3,2	102	4,2
440 II	482,00	H	2T	41	2,4 (1,8)	2	SMART-START	38	325	SI	SI	2,5 / 3,2	102	4,4
445 II	581,00	SP	2T	45,7	2,8 (2,1)	2	SMART-START	40	325	SI	SI	1,9 / 2,6	103	4,9
450 II	633,00	SP	2T	50,2	3,2 (2,4)	2	SMART-START	40-45	325	SI	SI	2,3 / 2,7	104	4,9
439	602,00	SP	2T	35,2	2,0 (1,35)	2	SMART-START	30-40	3/8 bp	SI	SI	4,9 4,1	100	3,9
365 X-Torq	1.004,00	SP	2T	65,1	4,6 (3,4)	2	SMART-START	45	3/8.	SI	SI	3,6 / 3,5	102,5	6,0
455 Rancher AT	728,00	SP	2T	55,5	3,5 (2,6)	2	SMART-START	40-45	3/8	SI	SI	3,4 / 4,5	104	6
545	846,00	SP	2T	50,1	3,4 (2,5)	2	SMART-START		325	SI	SI	2,8 / 3,7	106	4,9
555	996,00	SP	2T	59,8	4,2 (3,1)	2	SMART-START	40-45	325	SI	SI	2,7 / 3,2	106	5,6
556	1.037,00	SP	2T	59,8	4,2 (3,1)	2	SMART-START	40-45	3/8	SI	SI	2,7/3,2	106	6
T425	484,00	PT	2T	25,4	1,4 (1)	2	-	25	3/8 bp	SI	SI	3,4 / 3,3	110	3
T425 C	522,00	PT	2T	25,4	1,4 (1)	2	-	25	1/4	SI	SI	3,4 / 3,3	110	3
T525	531,00	PT	2T	25,4	1,4 (1)	2	-	25	3/8 bp	SI	SI	3,4 / 3,3	110	3
T525C	561,00	PT	2T	25,4	1,4 (1)	2	-	25	1/4	SI	SI	3,4 / 3,3	110	3
T435	480,00	PT	2T	35,2	1,9 (1,4)	2	-	30-36	325	SI	SI	***	***	3,4
T540 XP II	935,00	PT	2T	37,7	2,4 (1,8)	2	SMART-START	30-35	3/8 bp	SI	SI	3,1 / 3,2	104	3,7
372 XP X-Torq	1.188,00	P	2T	70,7	5,6 (4,1)	2	SMART-START	45-50	3/8.	SI	SI	4,0/5,4	108	6,4
543 XP	831,00	P	2T	43,1	2,9 (2,2)	2	-	38-40	325	SI	SI	2,8 / 3,5	101	4,5
550 XP	956,00	P	2T	50,1	3,8 (2,8)	2	SMART-START		325	SI	SI	2,8 / 3,7	106	4,9
560 XP	1.167,00	P	2T	59,8	4,7 (3,5)	2	SMART-START	40-45	325	SI	SI	2,7 / 3,2	106	5,6
562 XP	1.188,00	P	2T	59,8	4,7 (3,5)	2	SMART-START	45-50	3/8.	SI	SI	2,7 / 3,2	106	5,7
576 XP	1.276,00	P	2T	73,5	5,7 (4,2)	2	SMART-START	45	3/8.	SI	SI	3,2 / 3,4	107	6,8
576 XP AutoTune	1.359,00	P	2T	73,5	5,7 (4,2)	2	SMART-START	45	3/8.	SI	SI	3,2 / 3,4	107	6,8
390 XP	1.410,00	P	2T	88	6,5 (4,8)	2	SMART-START	50	3/8.	SI	SI	5,8 / 7,0	107,50	7,1
395 XP	1.603,00	P	2T	93,6	6,6 (4,9)	2	SMART-START	50	3/8.	SI	SI	6,5 / 10,2	102	7,9
3120 XP	1.760,00	P	2T	118,8	8,4 (6,2)	2	SMART-START	70	,404	SI	SI	7,7 / 10,6	101	10,4

TUTTOMERCATO

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	TIPO (*)	TIPO MOTORE (**)	CILINDRATA CC	POTENZA HP (KW)	MISCELA %	AVVIAMENTO	BARRA CM	TIPO CATENA (*)	FRENO CATENA	LUBRIFICAZIONE CATENA	VIBRAZIONE AL TAGLIO	RUMOROSITA' dB (A)	PESO KG A VUOTO
---------	--------------------------------------	----------	------------------	---------------	-----------------	-----------	------------	----------	-----------------	--------------	-----------------------	----------------------	--------------------	-----------------

PELLENC

Distribuito da:
PELLENC ITALIA SRL
Web: www.pellencitalia.com
Email: info@pellencitalia.com

SELION

i mod. C21 HD e M12 sono le motoseghe a mano leggere e potenti per tagli precisi e netti. I mod. P180, T150-200, T220-300 sono su asta fissa o telescopica in carbonio con dispositivo di sicurezza e testa inclinabile multiposizione. Innovazioni tecnologiche brevettate Pellenc: tensione automatica della catena, freno elettrico, gestione elettronica del flusso dell'olio e chiave retrattile integrata.



51 56208 SELION M12	933,00	P	BRUSHLESS ELETT.	-	1200 W	-	ELETT.	6" -15 cm	OREGON 1/4	SI**	SI	2,8	Lpa db 86 Lwa db 96	1,7
51 56076 SELION P180	1128,00	P	BRUSHLESS ELETT.	-	1200 W	-	ELETT.	10" -25 cm asta 1,80m	OREGON 1/4	SI**	SI	<2,5	Lpa db 84 Lwa db 91	2,8
51 56077 SELION T150-200	1165,00	P	BRUSHLESS ELETT.	-	1200 W	-	ELETT.	10" -25 cm asta 1,50-2m	OREGON 1/4	SI**	SI	<2,5	Lpa db 82 Lwa db 91	2,9
51 56099 SELION T220-300	1244,00	P	BRUSHLESS ELETT.	-	1200 W	-	ELETT.	10" -25 cm asta 2,20-3m	OREGON 1/4	SI**	SI	<2,5	Lpa db 80 Lwa db 93	3,4
51 57100 SELION C21 HD	1067,00	P	BRUSHLESS ELETT.	-	2000 W	-	ELETT.	12" -30 cm	OREGON 1/4	SI**	SI	2,8	Lpa db 84 Lwa db 96	2

* per poter funzionare le motoseghe elettroniche Selion necessitano di Batterie Pellenc Lithio-Ione - ** Freno catena elettronico

SPAZZANEVE

Legenda: (*) Manuale (M) Automatico (A) Dal manubrio (DM) - (**) Meccanica (ME) Idrostatica (ID) (***) Impugnature riscaldate (IR) - Faro di lavoro (FL) - Barre taglianeve (BT)

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	MARCA MOTORE	MODELLO MOTORE	POTENZA HP (KW)	BLOCCO DIFFERENZIALE (*)	AVVIAMENTO	TRASMISSIONE (**)	CAMBIO	TIPO TURBINA (Monostadio - Bistadio)	LARGHEZZA/ALTEZZA LAVORO CM	ROTAZIONE CAMMINO (Man/Eletr. - gradi)	DISTANZA DI LANCIO (fino a MT)	PNEUMATICI DA NEVE (Tipo/")	CINGOLATO	DI SERIE (***)	OPTIONAL (***)	PESO KG
---------	--------------------------------------	--------------	----------------	-----------------	--------------------------	------------	-------------------	--------	--------------------------------------	-----------------------------	--	--------------------------------	-----------------------------	-----------	----------------	----------------	---------

FARMER

STG 1136E

GARMEC Srl
Web: www.garmec.it
Email: info@garmec.it

Motore LONCIN OHV - Potenza 4.8 kW (13 Hp)
Larghezza/Altezza di lavoro 76/55 cm
Avviamento Manuale + Elettrico
Marce 6 Avanti / 2 Retro - Rotazione cammino 180°
Faro anteriore - Impugnature riscaldate di serie



STG5556	616,00	LONCIN	4T - OHV	5,5	-	Manuale	ME	4 av/2 Re	Bistadio	56/37	Man-180°	7	-	no	-	-	60
STG6556	982,00	LONCIN	4T - OHV	6,5	-	Manuale/Elettrico	ME	Variat di veloc.	Bistadio	56/51	Man-180°	8-13	13"	no	FL	-	80
STG8062	1.382,00	LONCIN	4T - OHV	8,0	-	Manuale/Elettrico	ME	5 av/1 Re	Bistadio	62/55	Man-180°	10-15	14"	no	FL	-	85
STG1170E	1.525,00	LONCIN	4T - OHV	11	-	Manuale/Elettrico	ME	6 av/2 Re	Bistadio	70/55	Man-180°	10-15	15"	no	IR-FL	-	125
STG1170T	1.847,00	LONCIN	4T - OHV	11	-	Manuale/Elettrico	ME	Variat di veloc.	Bistadio	70/55	Man-180°	10-15	CINGOLI	SI	IR-FL	-	135
STG1376E	1.823,00	LONCIN	4T - OHV	13	-	Manuale/Elettrico	ME	6 av/2 Re	Bistadio	76/55	Man-180°	10-15	15"	no	IR-FL	-	130

HUSQVARNA

ST 330 PT

Distribuito da:
FERCAD SPA
web: www.husqvarna.it
email: husqvarna@fercad.it

Robusto spazzaneve con un' elevata potenza e una trazione superiore, in grado di pulire agevolmente grandi aree. L'efficiente sistema di trazione a cingoli assicura l'accessibilità anche su cumuli di neve dura e impaccata come sui pendii. Per un' operatività elevata e senza problemi, è dotato di sistema fresa/turbina a due stadi, trasmissione idrostatica e servosterzo. Inoltre, i suoi componenti sono di tipo professionale per una massima durata in qualsiasi condizione di lavoro, così come un robusto telaio fresa, scatola ingranaggi e fresa in ghisa. Dotato infine di impugnature riscaldate, faro a LED ed avviamento elettrico per un lavoro sempre agevole in qualsiasi condizione meteo.



ST 131	969,00	LCT	Storm Force 208	4	M	MAN/EL	MONOMARCIA	/	MONOSTADIO	53x33	MAN			NO			44,5
ST121E	928,00	LCT	Storm Force 208	4	M	MAN/EL	MONOMARCIA	/	MONOSTADIO	53x33	MAN			NO	FL		44,5
5524 ST	1.684,00	B&S	Snow series MAX	3,5	M	MAN/EL	VARIABILE	/	BISTADIO	61X58,4	MAN		16x4,8"	NO	FL/IR		95
ST 261E	2.123,00	B&S	Snow series MAX	4,9	M	MAN/EL	VARIABILE	/	BISTADIO	61X58,4	MAN		16x4,8"	NO	FL/IR		103
ST 227P	2.546,00	LCT	Storm Force 254	5,6	DM	MAN/EL	VARIABILE	/	BISTADIO	68X58,4	MAN		15x5,0"	NO	FL/IR		92
ST 230P	2.837,00	LCT	Storm Force 291	7,2	DM	MAN/EL	VARIABILE	/	BISTADIO	76x58,4	MAN		16x4,8"	NO	FL/IR		107
ST 324P	2.629,00	LCT	Storm Force 254	5,6	DM	MAN/EL	ID	/	BISTADIO	61X58,4	MAN		15x5,0"	NO	FL/BT/IR		107
ST 327P	2.933,00	LCT	Storm Force 291	7,2	DM	MAN/EL	ID	/	BISTADIO	68x58,4	MAN		15x5,0"	NO	FL/BT/IR		116,1
ST 330P	3.183,00	LCT	Storm Force 369	8,25	DM	MAN/EL	ID	/	BISTADIO	76x58,4	MAN		16x4,8"	NO	FL/BT/IR		122,9



UN AUGURIO PER UN 2019 DI CRESCITA CON ASSOGREEN





ASSOGREEN E GLI INCENTIVI FISCALI, INTERVENTO DI ASSOFLORO LOMBARDIA DURANTE L'ASSEMBLEA NAZIONALE DEI SOCI

Durante l'assemblea sono intervenuti Nada Forbici, presidente Assofloro Lombardia, e Andrea Pellegatta, vicepresidente della Società Italiana di Arboricoltura. Si è parlato di Bonus verde, di riconoscimento della professione di manutentore del verde e del CAM negli appalti del verde pubblico. Strumenti importanti a disposizione delle aziende, che possono contribuire a migliorare il settore e sui quali si può lavorare insieme per migliorarli o per generare nuove opportunità. Ricordiamo che attualmente il Bonus Verde prevede la detrazione del 36% delle spese sostenute per una serie di interventi di sistemazione a verde delle aree scoperte private di edifici esistenti, unità immobiliari, pertinenze e recinzioni. La detrazione spetta anche per gli interventi effettuati sulle parti comuni esterne dei condomini.



È stato sottolineato che se il bonus verde rappresenta una risorsa importante per la tutela dell'ambiente attraverso l'incentivo a sviluppare aree verdi a aumentare la presenza di alberi, a stimolare la realizzazione di zone abitative all'aperto che migliorano la qualità della vita delle persone, è importante che queste aree vadano mantenute e gestite con criterio grazie a strumenti ergonomici e secondo i criteri della sicurezza sul lavoro.

Assogreen ritiene che le macchine da giardino debbano ottenere la possibilità di detrazione fiscale. Questo rappresenterebbe uno stimolo per la sostituzione delle obsolete a vantaggio di operatori ed ambiente a vantaggio di tutti oltre ad essere uno strumento commerciale da non sottovalutare.

GRAVI TARIFFE INAIL – DOMANDE ENTRO FEBBRAIO 2019

INAIL

ISTITUTO NAZIONALE PER L'ASSICURAZIONE
CONTRO GLI INFORTUNI SUL LAVORO

Nel sito dell'INAIL è disponibile nella sezione "Moduli e modelli" il modello OT24 per l'anno 2019 per le istanze da inoltrare, entro febbraio 2019, in relazione agli interventi migliorativi adottati dalle aziende nel 2018. Il modello è accompagnato dalla relativa Guida alla compilazione. La possibilità di pagare un premio assicurativo ridotto è rivolto alle aziende, operative da almeno un biennio, che intendano richiedere la riduzione del tasso applicato dall'INAIL per gli interventi effettuati nel corso 2018 finalizzati al miglioramento delle condizioni di sicurezza e di igiene nei luoghi di lavoro, in aggiunta a quelli obbligatori. I moduli, unitamente alla documentazione probante richiesta dall'Istituto, devono essere presentati entro e non oltre il 28 febbraio 2019 esclusivamente in modalità telematica attraverso la sezione "Servizi Online" presente sul sito INAIL. Successivamente il provvedimento di accoglimento o meno della domanda verrà comunicato al datore di lavoro con Posta Elettronica Certificata entro 120 gg dalla data di presentazione della domanda.

**IL 2019 APRE CON IL PIU' GRANDE
EVENTO DEDICATO AL MARKETING B2B**



**IL FUTURO E L'INNOVAZIONE
DEL MARKETING B2B**

SAVE THE DATE

13 FEBBRAIO 2019

AUDITORIUM GIO' PONTI, ASSOLOMBARDA - MILANO

segui su
www.b2btheconference.com

powered by

ANES

gamma SPIDER

SELF-PROPELLED AERIAL WORK PLATFORMS

SOLUZIONI IDEALI
PER LA MANUTENZIONE DEL VERDE



PL **TFORN**
B A S K E T

www.platformbasket.com

PLATFORM BASKET

Via Montessori 1 - 42028 Poviglio - RE - Italy
Tel. +39 0522 967666 - Fax +39 0522 967667
info@platformbasket.com