

MG



N.265 - GIUGNO/LUGLIO 2021 - MENSILE | EPT - Via P. Meloni, 11 - 37138 VERONA | www.ept.it | ept@ept.it



Rivoluziona la raccolta delle olive

Olivarex[®]

SMETTI DI TIRARE LA CORDA

USA LA CHIAVE!



Lo **START KIT** consente alla macchina, un'accensione facile e veloce per mezzo di una semplice **CHIAVE**.

Disponibile nella versione **BASE** o **COMPLETO** il kit è adattabile per motori **Lombardini, Ruggerini, Yanmar, Honda, Zanetti, Loncin, Kama...**



É arrivato
il **NUOVO**
PROMORICAMBI2021

Prai parts
RICAMBI

Richiedilo al tuo agente di zona
PRAI GROUP



PRAI srl Gravina in Puglia (BA) / Italy Via Nobel, 11/17 tel. 0803255817
www.praigroup.it - info@praisrl.net

PIATTAFORMA AEREA CINGOLATA

LL20.10 MK2

PIIIS

- OMOLOGATA PER IL NUOVO
CESTO DSE:
- DOPPIA ENTRATA LATERALE
 - FONDO CON GRIGLIA
 - OTTIMIZZAZIONE DELLE SPAZIO
 - PIANO DI APPOGGIO ANTISCIVOLO



HINOWA IL TUO PARTNER
IDEALE PER LA MANUTENZIONE
DEL VERDE



CARATTERISTICHE:

- PORTATA 230KG
- ALTEZZA DI LAVORO 20,15M
- SBRACCIO OPERATIVO 9,70M
- CARRO ALLARGABILE 80-110CM
- AREA DI STABILIZZAZIONE 300x300CM

MOTORIZZAZIONI DISPONIBILI:

- BENZINA HONDA 11,7HP
- DIESEL KUBOTA 14,5 HP
- LITHIUM-ION, PACCO BATTERIE 7,2 KWH



HINOWA S.p.A.
Via Fontana ■ 37054 Nogara ■ Verona ■ ITALY
Tel. +39 0442 539100 ■ Fax +39 0442 539075
info@hinowa.com
www.hinowa.com

APPROFITTA DEL
CREDITO DI IMPOSTA 2021
FINO AL 50%

CONTATTACI
AL N. 0442 539100 INT. 2

Maggio di qualità, giugno anche. Sempre meno sospiri, a parte i ritardi delle macchine. Sempre meno dubbi, sempre meno interrogativi. Tutto pare tornato a regime, ogni giorno di più. Lavoro frenetico, risultati buoni, soprattutto la domanda delle domande: riuscirà il giardinaggio a mantenere la stessa attenzione del periodo della pandemia? Riuscirà il verde a conservare le risorse che ha saputo attrarre quando non si poteva uscire di casa anche ora che si può spendere per viaggi, ristoranti e tempo libero? Il nodo è intrigante, soprattutto sarà una delle grandi chiavi dei prossimi mesi. E dei prossimi anni. Mai come stavolta da una necessità, quella di stare al chiuso, è nata un'opportunità. Da cogliere, da afferrare al volo preparando intanto il giusto terreno e rendendosi elastici ad ogni soluzione. Ed ascoltando tutti. Il rivenditore è tornato (quasi) alla solita vita, con qualche preoccupazione in meno e qualche certezza in più. Non è ancora normalità vera, ma di passi in quella direzione ne sono stati già mossi abbastanza. Sensazioni buone ovunque, anche se molte premesse vengono ancora definite a distanza e l'arrivo in negozio del cliente vale solo il tempo dell'acquisto. Senza i margini per poter ampliare il pacchetto, per prendere quel che magari non avevi in testa di comprare ma che alla fine infili nel paniere. Meglio accontentarsi per adesso, seppur con numeri per niente male e un trend decisamente al rialzo. Ci sta mettendo anche tanta pazienza lo specialista, lungo un percorso che conosce ormai a memoria ma con coordinate e variabili diverse rispetto al solito. Flessibilità massima, antica regola sempre da rispettare. Soprattutto adesso, fra un cliente che sbraita e consegne impossibili da fare perché la macchina promessa è rimasta in chissà quale magazzino in chissà quale angolo d'Europa perché il componente che la completerebbe è bloccato in chissà quale container di una nave in chissà quale mare. Mica dipende dal rivenditore. Il problema è però che non tutti lo capiscono.



EPT

Editrice Periodici Tecnici sas

Direttore Responsabile
Dino Bellomi

Direzione, Redazione, Amministrazione
Via Pietro Meloni, 11 - 37138 Verona
Tel. +39 348 3908541
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)

Impaginazione
Studio MG

Pubblicità e Sviluppo

EPT
Tel. +39 348 3908541
www.ept.it - E-mail: ept@ept.it

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



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 Meloni 11, esiste una banca dati ad uso redazionale. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti (consultare, modificare o cancellare i dati) contattandoci al tel 348.3908541 o scrivendo a ept@ept.it



CAMBIA IN ASPEN E TUTTO CAMBIA.

BECAUSE WE CARE...

LA BENZINA ALCHILATA AMICA DELL'AMBIENTE

Aspen rispetto alla benzina normale è prodotta con pochi elementi, i meno inquinanti. È studiata infatti per ridurre al minimo l'impatto ambientale abbattendo di oltre il 40% il livello di ozono emesso dal motore. Inoltre viene fornita in confezioni e imballi ecologici. È possibile conservarla per lunghi periodi (oltre 2 anni in condizioni ottimali) senza deterioramenti ed è garantito che nel tempo le sue proprietà uniche vengono mantenute sui più elevati standard qualitativi richiesti dalle Autorità Mondiali a tutela dell'uomo e dell'ambiente.

- ◆ premiscelata (ASPEN 2)
- ◆ senza benzene
- ◆ senza idrocarburi
- ◆ migliore per te
- ◆ migliore per tutti i motori
- ◆ migliore per l'ambiente



ASPEN benzina alchilata è distribuita da FERCAD SPA, Via Retrone, 49, 36077 Altavilla Vicentina (VI)
Tel. 0444 220811 - Fax 0444 348980 - email: aspen@fercad.it - website: www.aspenbenzina.it

IBEA OLIVAREX®
RIVOLUZIONA LA
RACCOLTA DELLE OLIVE
www.ibeait



il punto

- 28** **Alessandro Fontana**
«Il web non è la pura verità»

comunicazione

- 22** Brand advocacy,
leva irrinunciabile

dalle aziende

- 12** **Marina Systems**
mette radici nel web

- 18** Pompe a batteria,
potenza-**Einhell**

eventi

- 10** AIPV Day, in scena
tutti i professionisti

indagine

- 14** La centralità
di mercoledì e giovedì

l'opinione

- 8** **Roberto Dose**
«Verde primario pure quando
tutto sarà come prima»

professionisti

- 36** **Claudio Ceconi**
«Il progresso? Nella conoscenza»

punto vendita

- 48** La boccata d'aria
dei finanziamenti

- 56** «Fascia media
da rialimentare»

ricerca

- 58** Tanti ritardi,
non solo in Italia

rilevazioni

- 50** Vendite online,
marcia continua

rivenditori

- 20** **Fabrizio Laloni**
«Parola d'ordine: specializzazione»

- 26** **Alessandro Giani**
«Rischio-internet? No, una risorsa»

- 54** **Vittorio Artusi**
«Stagione da 8, meteo decisivo»

rubriche

- 30** Vetrina

- 40** News

tendenze

- 52** Punti vendita,
sale lo specialista

59 Tuttomercato



✓ **POLVERIZZA
L'ERBA**

✓ **TAGLIA
ERBA ALTA**

✓ **MIGLIORA
IL TUO PRATO**



In ogni condizione...un prato perfetto!

QUESTA MACCHINA VA PROVATA!



Contattaci per un test drive su prato al **800-543858**

Il giardino tirato a lucido nel periodo della pandemia dovrà ora fare i conti col ritorno alla normalità ed abitudini passate pronte a tornare a riempire la vita degli italiani. Non sarà facile mantenere quelle vette, ma sarebbe un peccato indietreggiare e perdere certe posizioni

«VERDE PRIMARIO PURE QUANDO TUTTO SARA' COME PRIMA»

Anche maggio è alle spalle. Anche buona parte di giugno. Periodo brillante, fra tanti pregi e qualche ostacolo. I soliti. Roberto Dose si ferma un attimo, dal suo campo d'osservazione privilegiato. Da titolare del punto vendita friulano di Tavagnacco, con gli occhi di chi ne ha viste tante per lasciarsi suggestionare. Coi piedi per terra, come sempre. Guardando in faccia la realtà,

con la fiducia solita propria di un imprenditore ma anche la consapevolezza delle difficoltà del momento. Della necessità di passi ben calibrati, di risorse da gestire al meglio, di scelte da fare senza troppo esitare. Di carne al fuoco ce n'è tanta, per tutti i gusti. Compresi certi freni che andrebbero tolti velocemente dalla scena e che invece sono destinati a rimanere lì per un bel po' ancora.

«La reperibilità dei prodotti», il quadro di Dose, «resta un problema e neanche possiamo pensare che sarà di rapida soluzione. Dovremo convivere lungo tutta la stagione, ma d'altronde tutti i fornitori hanno queste difficoltà. Ovunque tu sbatta la testa. Nessuno si salva in questo momento. E poi ci sono gli aumenti, già presenti, che ci accompagneranno anche nei prossimi anni. Quando i prezzi lievitano poi non si torna indietro tanto facilmente».

Il cliente è più consapevole di questi freni?

«Gira e rigira sta cominciando a capire un po' di più rispetto ai primi periodi. Inizia a farsene una ragione. E a prendere i dovuti accorgimenti. Se non ho in casa il trattorino che il cliente desidera si trova costretto a decidere per un'altra macchina, a fare una scelta diversa. A prendere quello che c'è in casa, a meno che non si rivolta altrove dove esistono comunque le stesse dinamiche. La tendenza è quella di acquistare, più che di attendere. Un trend piuttosto generalizzato».





Il rammarico resta il solito...

«Ovvio, quello di un'ottima annata intaccata da certi freni più grandi di noi. La domanda è forte, così come la predisposizione del cliente all'acquisto. Accontentiamoci, in ogni caso. Il settore, se ci guardiamo indietro, ha tenuto anche durante il lockdown. Non ci siamo mai fermati veramente, questo va detto. E quando è ripartito ulteriormente l'ha fatto molto bene. Non lamentiamoci, c'è chi sta decisamente peggio».

La soddisfazione vince sui rimpianti quindi...

«Assolutamente sì. Poi è naturale che da specialisti sappiamo intravedere quei margini e tutte quelle possibilità che avremmo potuto cogliere e sfruttare, ma dall'altra parte va calcolato tutto il resto. A partire dalle difficoltà a livello globale fino alle disponibilità magari non così ampie di tante persone».

C'è una macchina che sta andando meglio di altre?

«Tutte le categorie hanno le loro belle richieste. Noi il picco l'abbiamo raggiunto con le motoseghe, vendendone più degli anni scorsi. Nel periodo invernale e primaverile. C'è stato poi un continuo e notevolissimo aumento delle quote dei prodotti a batteria, senza che però questo abbia comportato un conseguente ridimensionamento della soluzione a scoppio. Nessun prodotto è stato penalizzato. Speriamo non sia stato un fuoco di paglia, ma per adesso il quadro è bello acceso».

Quando si tornerà alla vera normalità il verde resterà fattore primario per gli italiani?

«La questione va allargata, perché da una parte c'è l'indubbia lievitata sensibilità verso il giardino, la casa e la cura degli spazi verdi e dall'altra la gente che, una volta definitive e a regime le aperture, potrà e vorrà spendere anche acquistando prodotti diversi e di altri settori. Alla fine però il verde rimarrà questione prioritaria, l'attenzione che ha ricevuto nel momento di chiusura per me ha fatto aprire gli occhi a molti. Quel che una volta era solo una zona di passaggio col tempo s'è trasformata in una stanza vera e propria della propria abitazione assicurando aria vitale altrimenti impossibile da respirare».

È la vostra prossima sfida?

«Deve esserlo. Dobbiamo conservare e tenerci stretto i segnali dell'ultimo anno e mezzo. Chiaro che senza vacanze, senza intrattenimenti, senza piscine, senza palestre, senza serate fuori qualche soldino in più sia rimasto dopo aver investito nelle macchine per il verde. Vedremo adesso con le vere aperture, ma la chiave di lettura mi pare piuttosto consolidata».

Sensazioni?

«Io ci credo. Magari non del tutto ma è anche vero che una volta che hai riscoperto certe abitudini e ne hai tratto giovamento non vedo perché non bisogna conservarle anche dopo. Nel dramma della pandemia e fra i problemi abbiamo riscoperto qualcosa di veramente bello».

L'incontro il 9 luglio alla Fondazione Minoprio, momento di confronto fra tutti i grandi attori della filiera del verde. Con trenta aziende in pista e tantissime opportunità da cogliere al volo. Una dietro l'altra

AIPV DAY, IN SCENA TUTTI I PROFESSIONISTI

AIPV

La giornata dei professionisti del verde. Il **9 luglio**, con la regia di **Aipv** e lo scenario perfetto della Fondazione Minoprio con la sua sala congressi da 270 posti, la tensostruttura da 450 metri quadri, diecimila metri di superficie a prato, un parco di sette ettari con esemplari arborei secolari, seimila metri di serre sperimentali, ventimila di frutteti. Qualità prima di tutto ad **Aipv Day**. «Volevamo creare un evento che riunisse tutta la filiera, fra attori del settore e soci che non fosse la classica assemblea istituzionale», il punto di Daria Bosio, nuovo presidente dell'associazione italiana professionisti del verde con le sue delegazioni sparpagliate su tutto il territorio nazionale grazie alle quali è

stato possibile rendere il programma ancor più vario e articolato. Presenti più di trenta aziende di caratura nazionale ma anche internazionale, di settori fra i più svariati. Da sementi e concimi fino a macchinari, robotica e software. Fra le realtà che hanno deciso di sposare l'evento anche Husqvarna Professional, Pellenc, Grin, Aspen, Brumar, Stihl, Pratoverde e John Deere.

GIORNATA PIENA. Pacchetto completo. «Ci sarà tutto quello che può offrire un esperto della materia. Dal mondo legato ai microrganismi alle macchine a basso impatto ambientale, ma non solo quelle a batteria. Il green dentro il green. Non serviva solo un prato, ci voleva un posto in cui il professionista si sentisse a casa sua», la fotografia di Bosio che ha trovato nella Fondazione Minoprio l'alleato perfetto. «Dove c'è anche la connessione col lavoro, dove passano studenti ma anche paesaggisti e non solo», il passo avanti di Bosio, perito agrario con competenze soprattutto nel verde urbano e nella gestione degli alberi da tantissimi anni, nella segreteria di Aipv fin dalla nascita dell'associazione ma anche alla tesoreria, fino a diventarne presidente dopo il ciclo di Cesare Cipolla.

UNA DIETRO L'ALTRA. Molteplici le attività, a cominciare da prove pratiche e workshop sul campo correlate ai temi affrontati nei vari tavoli tecnici. Più la presentazione di prodotti da parte delle aziende del settore con dimostrazioni con attrezzature e macchinari. E poi i vari enti for-



EVENTO NAZIONALE
AIPV DAY
9 LUGLIO 2021
FONDAZIONE MINOPRIO
VERTEMATE CON MINOPRIO - CO

GIORNATA DI INCONTRO DEDICATA AI PROFESSIONISTI

TEMA DI APPROFONDIMENTO
"SOSTENIBILITÀ NELLA CURA E GESTIONE DEL VERDE"

SEMINARI TECNICI
WORKSHOP & PROVE IN CAMPO
PRODOTTI, ATTREZZATURE & MACCHINARI INNOVATIVI

INGRESSO GRATUITO - ISCRIZIONE OBBLIGATORIA

INFO e ISCRIZIONI www.aipv.it/evento/aipv-day | 351.9691794

matori e associazioni, direttamente coinvolte nelle attività divulgative. Il target è scritto fra soci Aipv, giardinieri, arboricoltori, studenti ed ex allievi della Fondazione Minoprio, istituzioni, scuole ed università. Chiari gli obiettivi: creare occasioni di confronto fra colleghi, offrire approfondimenti tematici a supporto delle reali esigenze e delle problematiche lavorative del professionista della filiera del verde, attuare sinergie collaborative con i più importanti enti formativi. Il filone-chiave è la sostenibilità nella cura e nella gestione del verde. Aumentando quindi la consapevolezza di fronte alla qualità e all'efficienza dei servizi proposti, promuovere l'eco-sostenibilità, incentivare le buone pratiche. Nell'occasione verrà presentata anche la certificazione della filiera del verde con il marchio di qualità Vivai Fiori (Mipaaf) col contributo Aipv del protocollo di certificazione di manutentore. Previsti tavoli di approfondimento su arboricoltura, C.A.M. e nuova normativa degli scarti vegetali, buone pratiche agronomiche, progettazione, produzione vivaistica, tappeti erbosi, irrigazione e certificazione.

ORA PER ORA. Noto l'apporto dei seminari. Il primo, dalle 10, sugli «Aspetti agronomici nella progettazione e gestione innovativa degli impianti di irrigazione» con Paolo Pessina, irrigation agronomist. Il secondo, dalle 11, sulla «Sensibilità del cittadino verso gli alberi: un approccio razionale» con Luigi Delloste, tecnico e funzionario del Comune di Torino. Il terzo, da mezzogiorno, sulla «Certificazione volontaria per vivai, garden center e manutentori del verde» col marchio di tutela Vivai Fiori in cui interverranno Edoardo Sciutti, Maurizia Castellari e il presidente Marco Cappellini. Il quarto, dalle 14, sui «Nuovi approcci biologici nella cura e la gestione del verde» con Daniela Beretta, formatrice ed esperta in agricoltura e floricoltura sostenibile. Il quinto, dalle 15 sempre all'interno della gestione innovativa del verde, sulla «Transizione 4.0 e motori Stage V: ricadute sui macchinari per la manutenzione del verde e nuove opportunità» con Alessandro Di Raddo. L'ultimo alle 16, su «Pregi e difetti delle attrezzature a motore e a batteria: un'esperienza sul campo» con Massimo Marzorati, docente e formatore della scuola Fondazione Minoprio. Con la regia di Aipv. Appuntamento a Vertemate con Minoprio. Il verde sarà tutto lì.



ATTIVITÀ IN PROGRAMMA

1. FORMAZIONE/DIVULGAZIONE SCIENTIFICA

Tavoli tecnici di approfondimento su:

- ARBORICOLTURA
- C.A.M. e NUOVA NORMATIVA SCARTI VEGETALI
- BUONE PRATICHE AGRONOMICHE
- PROGETTAZIONE
- PRODUZIONE VIVAISTICA
- TAPPETI ERBOSI
- IRRIGAZIONE
- CERTIFICAZIONE



ATTIVITÀ IN PROGRAMMA

2. PROVE PRATICHE

Dimostrazioni pratiche e workshop in campo correlate ai temi affrontati nei tavoli tecnici

3. AREA ESPOSITIVA

Presentazione di prodotti da parte delle aziende del settore con prove attrezzature e macchinari

4. ENTI FORMATORI E ASSOCIAZIONI

Partecipazione attiva nelle attività divulgative e dimostrative



PLANIMETRIA INDICATIVA AREE ESPOSITIVE



 CENTRI COMUNALI/AREE SANZIONATE (TECNICO-MANUTENZIONE)
 SPAZIO ESPOSITIVO (con spazio di supporto in caso di maltempo)
 SPAZIO ESPOSITIVO (con spazio di supporto)
 AREE ASSICURATE PRIMA DELL'INIZIO (20.000/100.000)



ASSOCIAZIONE ITALIANA PROFESSIONISTI DEL VERDE

SPERIAMO DI AVERVI CON NOI!

Per informazioni aggiuntive scrivere a:
segreteria@aipv.it



Due portali. Uno per il rivenditore, uno per il cliente finale. Autentici punti di riferimento per lavorare al meglio, strumenti rapidissimi ed agili in grado di dare risposte immediate. Più un angolo per social e video. Tutto con un click

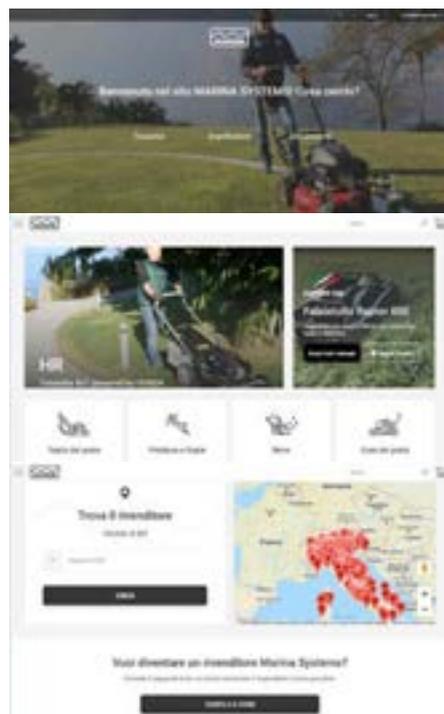
MARINA SYSTEMS METTE RADICI NEL WEB

Marina Systems Srl festeggia i suoi primi 30 anni. Questa occasione molto importante ci ha spinto ad investire in due nuovi portali web uno per i rivenditori e uno per i privati. Il portale B2B è dedicato appunto ai nostri specialisti nazionali ed esteri che necessitavano di un sistema all'avanguardia per ordinare i ricambi originali dei nostri prodotti. Per il rivenditore sarà inoltre molto semplice riordinare parti già ordinate e controllare lo storico dei suoi ordini. Quanto sopra è stato recentemente esteso anche alle nostre macchine. Attraverso il portale, supportati ovviamente dai nostri Agenti Commerciali i clienti potranno ordinare le macchine e visualizzare direttamente lo sconto a loro riservato, anche in caso di ordini pre-stagionali. Il nuovo sito web Marina Systems è stato sviluppato invece per guidare il privato nella scelta di un prodotto adatto alle sue esigenze. Chi non è interessato può saltare la parte introduttiva ed accedere direttamente al sito, mentre chi cerca un consiglio per poter scegliere il prodotto più adatto verrà guidato attraverso un sistema semplice e divertente avvicinandosi sempre di più alle selezioni di prodotti Marina Systems più adatti alla sua esigenza. All'interno del sito web Marina Systems il cliente può trovare la lista dei nostri rivenditori più vicini a lui ed anche i centri assistenza. Stiamo creando una rete di assistenza sempre più grande e capillare in modo che il cliente finale possa essere tranquillo di riuscire a trovare qualcuno che possa all'evenienza aiutarlo.

Abbiamo poi creato una sezione del sito dedicata al nostro prodotto di punta il RAPTOR 800, falciatutto ibrido radiocomandato cingolato, prodotto che ci sta dando moltissime soddisfazioni, riteniamo opportuno dedicargli uno spazio adeguato. Sul sito B2C di Marina Systems è possibile, inoltre, registrarsi e ricevere le newsletter. Marina Systems è inoltre presente su Facebook, su Instagram e su YouTube. A breve creeremo una sezione dedicata alla manualistica dei nostri prodotti con l'obiettivo di non stampare più i nostri manuali riducendo il consumo/spreco di carta e di conseguenza l'impatto ambientale. Una zona dedicata ai video completa il sito B2C mostrando i prodotti in funzione e molto altro...

B2C: www.marinasystems.it

B2B: marinasystems.ricambio.net





SALONE DEL GIARDINAGGIO

EIMA GREEN. TUTTA LA GAMMA DEL VERDE

Il **Salone del "Green"**, specializzato sulle **macchine e attrezzature per il giardinaggio** e la **manutenzione di parchi**, aree verdi e impianti sportivi, costituisce **l'anima verde** di Eima International.



errepi

Bologna, 19-23
ottobre 2021



The Event

FEDER UNACOMA
eima
international
T W E N T Y - O N E

ESPOSIZIONE INTERNAZIONALE
DI MACCHINE PER L'AGRICOLTURA
E IL GIARDINAGGIO

Organizzata da



In collaborazione con



Contatti: 00159 Roma - Italy - Via Venafrò, 5 - Tel. (+39) 06.432.981 - Fax (+39) 06.4076.370 - eima@federunacoma.it www.eima.it

L'ultimo anno e mezzo ha modificato il profilo delle vendite giornaliere, senza troppo togliere al potere del weekend ma allargando di un bel po' il ventaglio di opzioni. Suggestendo così doverosi adeguamenti

LA CENTRALITA' DI MERCOLEDÌ E GIOVEDÌ

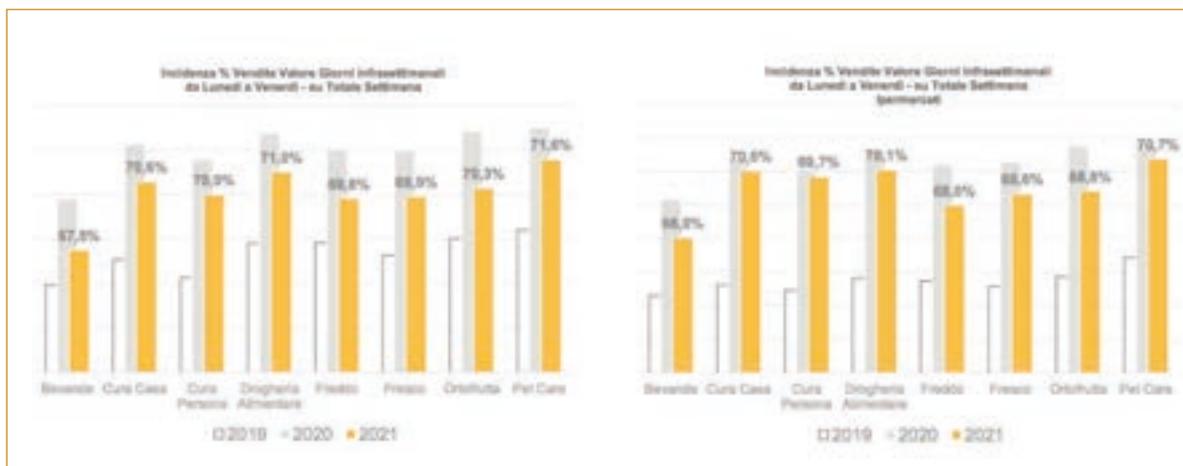
Altri ritmi, altre cadenze. Come è cambiato il profilo delle vendite giornaliere nel contesto dell'emergenza covid? Tante risposte nella webinar di GS1 Italy. Ed un quadro diverso. Delineato da Marco Colombo, operations e product management director dell'IRI, l'Istituto per la Ricostruzione Industriale. Partendo da due punti di riferimento su tutti: il profilo e la dinamica storica delle vendite, giorno per giorno. Viaggio in un contesto per certi versi nuovo, con coordinate diverse. Come la vita vissuta nell'ultimo periodo, con adeguamenti dietro l'angolo ma anche uno scenario con cui fare i conti al di là della voglia di tornare all'antico.

NUOVE ABITUDINI. Quelle del sabato incidono per oltre il 21% sulle vendite della settimana. In

calo nell'ultimo anno. Il venerdì è il secondo giorno più importante con un peso che arriva al 15,4%, da lunedì a giovedì si osserva invece un'incidenza poco variabile, tra il 12,5 e il 13,%. La domenica aumenta progressivamente la sua importanza raggiungendo il 12% nel 2019.

Mentre venerdì e sabato riducono proporzionalmente il loro peso, in particolare il venerdì si contrae di circa un punto. Il venduto di domenica cresce di 1,6 punti percentuali di incidenza nel contesto della settimana. La crescita è continua, nell'ultimo anno di 0,3 punti. La progressiva estensione di centri commerciali e punti vendita aperti la domenica favorisce lo slittamento della spesa verso il giorno festivo. Venerdì e sabato assottigliano proporzionalmente la loro incidenza. In particolare è il venerdì che scende di circa un punto.





Ridotta, anche se in calo, la variazione dei giorni centrali della settimana, con l'aumento di 0,3 punti il lunedì. Nel 2020 le tipiche tendenze stagionali sono state sostituite dalle fasi dell'emergenza covid con dinamiche influenzate dall'evoluzione della pandemia, normative in vigore e cambiamento di abitudini d'acquisto fra impatto sul canale moderno a doppia cifra in fasi di alta emergenza e il riallineamento nelle fasi pre/post-lockdown su tassi comunque doppi rispetto alle tendenze storiche.

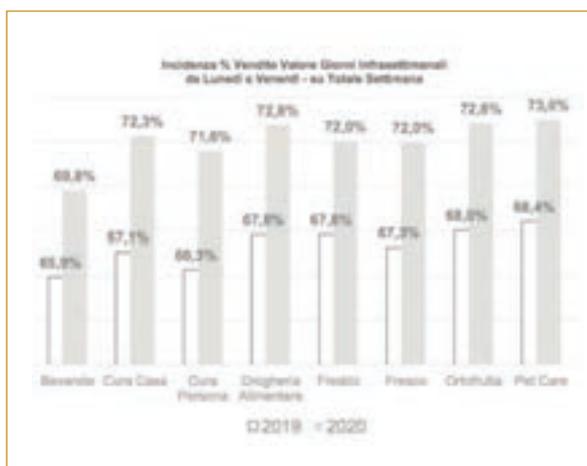
ZONA DI MEZZO. I giorni centrali della settimana incrementano la loro incidenza sul giro d'affari settimanale, invertendo il trend decrescente degli ultimi. Il weekend passa dal 33,6% al 28,5% di incidenza sulle vendite di prodotti di largo consumo. Da un lato i limiti dettati da chiusure degli esercizi commerciali nel fine settimana, dall'altro la possibilità/necessità di ridisegnare il phasing di acquisto determinano questa tendenza. Il venduto di domenica cala di oltre tre punti e quello del sabato di 1,7.

Il ciclo di acquisto settimanale sembra fare perno sui giorni centrali, in particolare giovedì e venerdì che acquistano maggiore importanza. Crescono ma restano meno rilevanti i giorni iniziali della settimana. I primi tre mesi dell'anno mostrano una dinamica molto simile a quella del 2020, facilitata dalle normative di chiusura di esercizi commerciali come bar-ristoranti che impongono un aumento della spesa per i consumi at-home o preparati in casa.

NUOVE RIPARTIZIONI. Solo il sabato riacquista importanza ritornando vicino ai livelli del

2019. Perdono valore i dibattiti su aperture/chiusure domenicali che avevano caratterizzato parte del 2019. Il consumatore per obbligo o scelta ha ridotto il peso della domenica sugli acquisti. Sabato e domenica perdono oltre il 40% del loro peso in periodo covid, il sabato recupera, la domenica rimane molto sotto il punto iniziale anche in periodo favorevole a fine anno nel lockdown autunnale. Durante l'estate si riequilibrano i ruoli dei singoli giorni, con l'eccezione del weekend. Il tentativo di ripresa pre-emergenza autunnale sembra disegnare una nuova normalità nel ruolo dei giorni, alterata dal lockdown autunnale: mercoledì e giovedì aumentano di venti punti la loro importanza. Tutti i reparti hanno visto una ricollocazione delle vendite nei giorni infrasettimanali.

Lo stay-at-home, con preparazione di pasti in casa in via continuative, ha distribuito nel corso della settimana gli acquisti delle categorie di drogheria alimentare. Anche prodotti per la cura della casa e



della persona sono stati più influenzati dalla maggiore permanenza delle persone in casa.

SPUNTI SPARSI. Sovrapposizione tra vecchie e nuove abitudini di spesa e emergenza covid estesa con dinamiche di lockdown nei primi mesi del 2021 segnano una riduzione della spesa infrasettimanale comunque sopra il 2019. Drogheria, alimentare e petcare riducono meno degli altri reparti. Mentre quello delle bevande rimane quello a più alta incidenza delle vendite nel fine settimana. Negli ipermercati lo spostamento della spesa dal weekend alla settimana è stato molto rilevante nel 2020 in particolare nell'alimentare fra drogheria, fresco ed ortofrutta. Le limitazioni di aperture e spostamenti dei primi mesi hanno consolidato questo profilo di vendite nel canale con riallineamenti anche marginali su casa, persona e petcare. La sovrapposizione tra vecchie e nuove abitudini di spesa e emergenza covid estesa con dinamiche di lockdown nei primi mesi del 2021 segnano una riduzione della spesa infrasettimanale comunque sopra il 2019.

Drogheria, alimentare e petcare riducono meno degli altri reparti, mentre quello delle bevande rimane a più alta incidenza delle vendite nel weekend. Per alcuni reparti le vendite tra lunedì e venerdì sono anche minori rispetto al 2019, in particolare proprio bevande e surgelati. Nel canale durante il 2020 si era raggiunta un'incidenza tra il 72,2% e il 75,7% spinta dal periodo covid, dove si erano toccate punte del 78%.

LE CONCLUSIONI. L'effetto covid sulle abitudini di acquisto si è osservata non solo nei volumi addizionali generati nei canali della distribuzione moderna, nelle ridefinizione dei ruoli tra canali a

seconda delle fasi (sviluppo di vendite nei negozi di prossimità nel primo semestre 2020, incremento importante e costante del discount, valore crescente degli specialisti casa persona, esplosione dell'e-commerce), ma anche nel phasing della spesa nei giorni della settimana.

Le mutate condizioni quotidiane fra smart-working, preparazione di pasti da consumare at-home-out-of-home, limitata disponibilità di ristorazione serale, hanno imposto un ripensamento dei percorsi e dei tempi di approvvigionamento della spesa alimentare. Se il sabato rimane il giorno di riferimento per la spesa, i giorni infrasettimanali hanno acquisito maggiore rilevanza in fase covid e l'hanno mantenuta almeno nei primi mesi del 2021, la domenica ha visto ridurre il suo ruolo che era si progressivamente consolidato negli ultimi anni. Tutti i comparti e le categorie osservano lo stesso profilo di acquisto con predilezione dell'alimentare e del chimico-casa persona che aumenta la sua importanza infrasettimanale.

PER GLI OPERATORI. Chiare le indicazioni. Tante. Preziose. Intanto rivalutare gli impatti delle attività in-store e i giorni di presenza di promoter in funzione dei nuovi pesi dei giorni. E poi immaginare una minore polarizzazione sul weekend di proposte al consumatore e introdurre iniziative di marketing infrasettimanali non solo per specifiche fasce di popolazione, come gli anziani, ma per fasce più ampie di popolazione. In più la gestione dei flussi logistici e revisione dei livelli di stock giornalieri con cicli di riordino più frequenti o stock di sicurezza aumentati non solo nel fine settimana. Oltre alla programmazione della presenza di personale di servizio al cliente in grado di gestire flussi più omogenei tra giorni. Il tempo dirà quali saranno i nuovi equilibri. Quelli definitivi. O quasi.



ROBOT LEO600



Batteria litio 28 V - 2 A/h
Diametro taglio 18 cm
3 lame flottanti
Movimenti in linea dritta casuale
Area di taglio fino a 600 m²
Tempo di lavoro 45 min
Tempo di ricarica 45 min
Max pendenza 20°
Velocità max 0,5 m/sec.



ROBOT LEO1000

Batteria litio 28 V - 4 A/h
Diametro taglio 24 cm
3 lame flottanti
Movimenti in linea dritta casuale
300/600/1000 m²
Tempo di lavoro 45 min
Tempo di ricarica 60 min
Max pendenza 30°
Velocità max 0,5 m/sec.



Fabbrica motori dal 1978

Blue Bird
Industries 

www.bluebirdind.com - info@bluebirdind.com



Spostare l'acqua senza utilizzare un collegamento alla rete elettrica oggi è più facile con le due nuove soluzioni per acque chiare del Sistema a batteria Power X-Change. Parecchio pratiche nell'utilizzo, perfette per diversi contesti

POMPE A BATTERIA, POTENZA-EINHELL

Einhell è lieta di presentare due articoli ad alte prestazioni, utilizzabili per numerose funzioni: la **pompa a batteria per acque chiare GE-PP 18 RB Li-Solo** e la

POWER X-CHANGE

pompa per acque chiare a batteria GE-SP 18 Li-Solo. La prima proposta, **GE-PP 18 RB** per cisterne, ha tra i suoi plus la molteplicità di applicazioni come ad esempio l'utilizzo come pompa sommersa per il recupero dell'acqua da pozzi e cisterne per l'irrigazione o per l'alimentazione di elettrodomestici, per la manutenzione di vasche, laghetti o piscine e per il drenaggio in caso di allagamenti di cantine o garage. La libertà da cavi e il suo utilizzo senza essere collegata alla rete elettrica, la rende ancor più interessante e un prodotto da avere sempre in casa. Grazie al suo potente motore, genera una pressione di mandata elevata di oltre 2 bar e dà la possibilità al consumatore di far funzionare un irrigatore da prato o una pistola a spruzzo. È dotata di un tubo di prolunga telescopico con un pratico supporto, inoltre l'attacco dell'acqua mobile con rubinetto per il posizionamento del tubo da giardino è regolabile in base alle esigenze individuali. Per la salvaguardia delle batterie agli Ioni di Litio di cui è dotata, è stato predisposto un vano batteria separato e a prova di schizzi con supporto per cavi integrato. Funzionalità e praticità ma anche un occhio di riguardo alla robustezza per un suo utilizzo prolungato nel tempo: la scocca della pompa è realizzata in plastica di alta qualità resistente agli urti. La seconda proposta Einhell, la **pompa per**

acque chiare a batteria GE-SP 18

Li-Solo è particolarmente racco-

mandata per l'utilizzo in giardino, il tempo libero e persino il campeggio. Numerose le caratteristiche che la rendono un prodotto interessante e imperdibile: è dotata di un lungo collegamento del cavo alla scatola della batteria per consentire una maggiore profondità di immersione, sia per pompare che per rimpinguare l'acqua, ha un motore potente per poter gestire l'acqua fino ad una portata massima di 5.000 litri all'ora e un vano batteria con un dispositivo di sospensione ed uno di montaggio a parete. La pompa a batteria Einhell ha un design innovativo e al tempo stesso pratico per facilitare ogni tipo di operazione: la scocca di alta qualità e resistente agli urti ha infatti il collegamento del tubo estremamente accessibile situato sulla parte superiore della pompa. Basta una sola batteria da 18 V Power X-Change, acquistabile separatamente dal prodotto, per fornirle la massima potenza.



LA POTENZA DELL'ACQUA È NELLE TUE MANI.

Non perderti la nuova pompa per cisterne a batterie di Einhell, grazie alla sua straordinaria tecnologia senza fili irrigare il tuo giardino, l'orto e la campagna sarà ancora più semplice, facile e veloce.

POWER X-CHANGE

«PAROLA D'ORDINE: SPECIALIZZAZIONE»

Eno Idee è partita un anno fa col giardinaggio, punto vendita perugino di Torgiano prima concentrato sull'enologia. Per diventare poi monomarca, con una marcata propensione verso la batteria. Sette dipendenti, tutti altamente qualificati

Un anno fa Fabrizio Laloni fece una scelta forte. Diventando punto vendita di fatto monomarca. Sposando la batteria, ma soprattutto il giardinaggio dopo che la traccia l'aveva segnata l'enologia. Dalla terra alla bottiglia, passando da incantevoli colline e un lavoro profondissimo. Un preciso disegno incastonato nei suoi 370 metri quadri di negozio nella splendida Torgiano, borgo perugino fra i più belli d'Italia famoso nel mondo soprattutto per i suoi vini d'altissima qualità. Eno Idee ha intrapreso la strada dell'estrema coerenza, di una linea continua, di un percorso il



più possibile pulito. «La qualità passa dalla specializzazione», la regola di Laloni nella quiete di Torgiano e il fermento che anima il negozio, portato avanti anche da Silvia Tironzelli, Luca Beco, Thomas Bartolini Brancaloni, Airi Joel Pietracito, Giulia Masciolini e Simone Cellini. Una grande squadra.

Il quadro attuale?

«Il mercato di oggi non è del tutto vero dopo tanto tempo in cui tutti, per il covid, sono stati chiusi in casa. E nemmeno fidelizzato in toto, con questa bolla che s'è creata e che induce tutti a gestire l'orto e il giardino in casa. Arriverà il momento in cui tutto tornerà alla normalità».

Riscontri?

«Notevoli. Ormai il mondo sta andando in quella direzione. E così le macchine. Per una questione di emissioni, di rumore, anche semplicemente per venire incontro alla Natura. In più i prodotti a batteria sono sempre più potenti, quindi perfettamente



in grado di venire incontro anche alle esigenze di un professionista che ha bisogno di affidabilità lungo tutta la giornata. Ormai al livello di buone macchine a scoppio. Abbiamo anche quelle, con altro marchio».

Com'è arrivata questa decisione del negozio monomarca?

«È stata una scommessa, ma calcolata. Forse avventata, ma l'abbiamo fortemente voluta e quindi in fondo anche calcolata. Garantendo un percorso completo, dal primo passo coi suggerimenti giusti per ogni fascia di clientela all'assistenza e al servizio post-vendita».

Il vostro primo cliente?

«L'Umbria è verde. Tanto verde. Abbracciamo tutti quindi. Dall'hobbista così come il professionista ma anche le varie strutture ricettive della nostra zona come alberghi e ristoranti. Pensiamo a tutto noi».

Il vostro orgoglio?

«Essere esperti veri, il servizio di consulenza sulla vendita deve essere il migliore possibile. Il più specifico possibile».

Il passaggio chiave per riuscirci?

«Creare e avere dalla propria parte dipendenti fortemente addestrati. Anche per questo abbiamo optato per un indirizzo monomarca. La strada che ritenevamo più corretta. E che in effetti ci sta premiando sotto molti punti di vista».

E poi?

«Al di là dell'enologia ci siamo dedicati completamente al giardinaggio con le sue macchine. Togliendo tutto quel che era prima nella sfera delle ferramenta, eliminando anche piantine e concimi. Dirigendoci in un'unica direzione».

E l'enologia?

«Nasce, come già detto, prima del giardinaggio, per abbracciare tutte le cantine che nel loro percorso devono lavorare con forbici e tanti altri prodotti. Così come forte è la richiesta di abbacchiatori per gli olivi. Crediamo molto nei margini di crescita dell'enologia umbra. E noi ci rivolgiamo sia al mercato dei professionisti sia a chi produce vino per puro hobby. I prodotti della nostra terra sono eccellenti».



Soddisfatti del primo anno col verde?

«Siamo contenti. Abbiamo lavorato sodo, abbiamo divulgato la nostra immagine, stiamo facendo passi in avanti. Continuiamo così ora».

È cambiato il cliente?

«Sono cambiati sì. Sono molto più esigenti, anche "condizionati" da internet che crea delle aspettative sbagliate. Un conto è quel che vedi o che si sembra di aver visto sul web, un conto quel che è nella realtà. Ma il mercato sta volgendo sempre più verso internet, per questo la nostra missione dev'essere più che mai quella di concentrarci nella specializzazione della specializzazione».

Il suo percorso in questo mondo?

«Da piccolo fui l'unico, già alle scuole medie e probabilmente già dalle elementari, a dire in che avrei voluto coltivare la mia passione per il verde e il vivere all'aria aperta facendola diventare un lavoro in tutto e per tutto. Fin da quando, quand'ero ancora un bimbo, seguivo mio nonno nell'azienda agricola di famiglia».

Il riassunto di un anno di giardinaggio?

«Ho dipendenti competenti, facili da istruire. Tutto passa da lì. Le persone fanno sempre la differenza. Da valorizzare, da sostenere sempre, da premiare».



Veicolare il messaggio nel modo giusto. Usando più canali, fino al classico passaparola sotto forma di input chiari e leggibili ma soprattutto capaci di andare dritti al punto. E fare la vera differenza

BRAND ADVOCACY, LEVA IRRINUNCIABILE

Il passaparola delle persone innamorate del brand porta a nuovi potenziali clienti in target, col minimo sforzo. Ma il concetto di Advocacy non è una novità. Le persone sono portate a promuovere i brand dall'alba dei tempi, perché un'esperienza straordinaria resta sempre una storia da raccontare.

Ormai le persone sono più propense a scegliere i tuoi prodotti o servizi, se a consigliarli sono amici e conoscenti di cui si fidano. Dunque, dobbiamo capire bene quali siano

le azioni da intraprendere e come sviluppare le corrette strategie per alimentarla.

Cos'è la Brand Advocacy

Il termine "advocacy" indica il sostegno incondizionato che tuoi clienti offrono al brand. Significa che le persone sono talmente soddisfatte e conquistate, che supportano l'azienda e la promuovono a potenziali clienti in modo spontaneo.

Più i clienti saranno promotori dei valori del brand, e maggiore sarà l'autorevolezza e la fiducia trasmessa a nuovi potenziali consumatori.

Dunque, riassumendo, la Brand Advocacy è:

- **il passaparola** che funziona e attira nuovi clienti, facendo leva sul concetto di riprova sociale;
- **pubblicità gratuita**, spontanea, fatta da fonti disinteressate e, per questo, veritiera, affidabile e

TAEDA



molto persuasiva.

Ma come accade? Come avviare un volano promozionale così straordinario? Vediamo insieme alcuni ottimi consigli.

5 consigli per migliorare la Brand Advocacy

Il meccanismo di base è molto semplice: funziona perché è reale, autentica e sincera. Le persone che parlano bene di un marchio lo fanno perché provano piacere nel condividere l'esperienza positiva con amici, familiari e conoscenti.

Mostrano un entusiasmo autentico e contagioso. È impossibile non farsi coinvolgere e non credere alla veridicità di quanto raccontano. Per questo chi li ascolta si fida e presta loro attenzione.

A differenza dei brand ambassador, professionisti pagati per promuovere un determinato prodotto o servizio, o degli influencer selezionati per collaborazioni spot, il brand advocate risulta genuino: ha scelto il tuo prodotto o servizio e ama la tua azienda, farà di tutto per consigliarti ad altri. La Brand Advocacy si basa su un'azione totalmente volontaria in cui clienti entusiasti si trasformano in una potente forza di marketing. Ma come fare in modo che accada?

Ascolta i tuoi clienti

Mai smettere di ascoltare i tuoi clienti. I feedback sono importanti per costruire un'esperienza d'acquisto migliore e per scoprire nuove opportunità di crescita aziendale.

Monitora i canali di comunicazione e potrai, non solo individuare nuovi sostenitori, ma anche ascoltare cosa stanno dicendo. Ringraziali per i feedback che ricevi, nel bene e nel male. È un gesto che rafforza la relazione di fiducia con le persone.

Ricorda che i sostenitori del brand sono clienti e i clienti hanno (quasi) sempre ragione.

Trasmetti il valore del tuo brand sui social media

La rete è il luogo per eccellenza dove costruire al meglio la tua Brand Advocacy. Dopotutto, i social raccolgono tutti i sentimenti delle persone. Sono il luogo dove "socializzano" e raccontano le proprie esperienze d'acquisto. Ecco perché devi creare connessioni significative sui social media.

Condividi i valori che muovono la tua azienda e coinvolgi le persone nella lotta verso obiettivi comuni. Ascolta e seleziona. Le persone con il potenziale per diventare brand advocate sono quelle che interagiscono e parlano dei tuoi prodotti e

LA RISERVA D'ACQUA IN GOCCE PER LE TUE PIANTE



MADE IN ITALY



Idrovjta

- annaffi ogni 20 giorni
- riduci il consumo d'acqua
- idrati correttamente le radici
- ideale tutto l'anno
- idoneo per tutti i tipi di piante e fiori
- dura 4 anni nel terreno
- completamente ecologico
- non rilascia sostanze tossiche

FERRARI group

Tel. + 39.0521.687125 - www.ferrarigroup.com





servizi spontaneamente, non si limitano a un "mi piace". Identifica queste persone e valorizzale: sono i migliori amici del tuo brand.

Crea una community di fedelissimi

È fondamentale prendersi cura dei clienti, partendo dalla creazione di una comunità dove i sostenitori del brand possano ritrovarsi. E dove puoi stimolare i loro feedback e riconoscere l'importanza dei loro contributi. Ma soprattutto, dove puoi offrire sempre nuovi stimoli e motivi per continuare a supportare il brand.

Ma la tua strategia di promozione sui social media deve essere scalabile. Prima che te ne accorga, potresti essere sommerso da centinaia, o addirittura migliaia, di sostenitori coinvolti in azioni di Brand Advocacy. Una community dedicata ai fedelissimi può essere un'azione proficua. Celebra le loro azioni, incentivali con promozioni dedicate e aggiungi più valore che puoi alla loro esperienza. È una relazione di reciproco vantaggio, assicurati di rispettare le tue promesse.

Non abbandonare i clienti: incentivali a impegnarsi

Un cliente può essere per sempre, dipende da come lo tratti e da come continua l'esperienza con l'azienda anche dopo l'acquisto.

Le persone interagiscono con le aziende per diversi motivi. Ti seguono sui social media perché apprezzano i tuoi valori, vogliono essere intrattenuti, conoscere le novità e le offerte che hai pensato per loro.

Se vuoi sviluppare una forte Brand Advocacy devi fornire alle persone quello che si aspettano. Sii esplicito con loro, porta in tavola contenuti deliziosi e falli sentire speciali. Rendili parte di qualcosa e mostra loro che sono apprezzati e riconosciuti.

Anche dopo l'acquisto, non trascurarli. Un'eccellente esperienza di onboarding, con un customer service efficiente, lo sviluppo di programmi vip e di offerte speciali possono fare la differenza. Sorprendili e risveglia in loro l'effetto wow.

Lavora sulla cultura aziendale

Ricordati, i primi sostenitori del tuo brand sono i dipendenti stessi. La cultura aziendale è il primo tassello su cui lavorare: creare ambienti di lavoro positivi e dare vita a prodotti e servizi di valore sono tutti aspetti che possono solo facilitare la crescita del brand. Invita i tuoi collaboratori a diffondere prodotti, servizi e iniziative dell'azienda. Sei hai fatto un buon lavoro con loro, saranno felici di parlarne e orgogliosi di far parte della tua realtà aziendale.

Quando hai un esercito di persone, dipendenti e consumatori, che promuovono la tua azienda, hai anche più tempo e risorse per implementare e testare nuove strategie di marketing. La crescita dell'azienda scorre fluida verso i tuoi obiettivi.



ACTIVE®



Versatilità e potenza
5.5 Z

«RISCHIO-INTERNET? NO, UNA RISORSA»

Fra agricoltura e vivai, oltre al garden. A Firenze e a Pistoia. Papà Roberto il pioniere, missione portata avanti ora da Alessandro, Caterina, Serena e Stefano. «Il cliente? Va conquistato. E il web non si può far finta che non esista».



Prima le attrezzature per il vigneto. Classico, quando sei nel cuore del Chianti. Fine Anni Settanta, a Mercatale in Val di Pesa. Le prime mostre, le prime fiere, i primi riconoscimenti perché le macchine erano davvero innovative. GMV era già realtà, poi distributrice di trattori per la provincia di Firenze e parte della provincia di Siena. Quindi anche per Pistoia e Prato. E il salto di qualità. «Giorno per giorno», il manifesto dell'azienda, «GMV ha come primo scopo il migliorarsi su tutti i fronti: vendita di macchine agricole all'avanguardia, di macchine da giardinaggio di alto livello, garantendo un servizio post-vendita rapido grazie ai propri tecnici che seguono costanti corsi di ag-

giornamento, un'officina mobile pronta ad ogni evenienza. E due magazzini ricambi molto forniti ed efficienti». GMV Agricenter ha due sedi. Una a Firenze, a San Casciano in Val di Pesa. L'altra a Pistoia. Tutto partì dalle intuizioni di Roberto Giani, papà di Alessandro, Caterina, Serena e Stefano che ne hanno raccolto il testimone e portato avanti il lavoro. Ventiquattro dipendenti, un lavoro che non si ferma mai. Giusto a dicembre e gennaio,



per il resto GMV continua a testa bassa. La solita grande storia di un'impresa diventata sempre più virtuosa. Affascinante. Dal bianco e nero del passato ai colori vivi delle macchine che ne accendono ancor di più la zona espositiva. Corrono tutti, corre anche Alessandro. Piena stagione, guai fermarsi. «Si sta lavorando, sinceramente siamo contenti. Nonostante la pandemia, nonostante tutto», il primo affresco di Alessandro Giani, fra un cliente e l'altro. Fra un pensiero e l'altro. Sabato mattina, giornata da bollino rosso. Soprattutto ai primi di giugno, anche nell'incanto della Toscana dove tutto è verde. Dove tutto è storia.



Giani, è il mercato che pensavate di trovare adesso che l'Italia ha riaperto?

«Sinceramente quando è cominciata la pandemia si era molto più preoccupati. Non ci saremmo aspettati che le cose nel nostro settore sarebbero andate discretamente bene come in effetti poi è stato. Poi s'è capito, strada facendo, che la gente stando a casa si stava effettivamente dedicando al giardino e alla terra. A quel che in fondo aveva lì, a portata di mano. Noi di tutto quanto è successo ne abbiamo risentito relativamente, almeno rispetto a tanti altri settori».

Resterà questo trend o con la zona bianca si tornerà ai vecchi equilibri?

«Bella domanda. Difficile dirlo adesso. La tendenza può anche confermarsi, anche se è chiaro che se la gente adesso può anche andare in vacanza così come fare altre cose potrebbe sacrificare qualcosa al mondo del verde. Probabilmente qualcosa si potrà perdere, un piccolo calo potrebbe anche esserci. Il discorso non vale per le aziende, ma magari il privato che già preso una macchina l'anno scorso non lo farà pure quest'anno. Anche se l'esperienza mi dice che quando qualcosa piace alla fine la si prende».

Il vostro punto forte?

«Cerchiamo di garantire una buona assistenza. Di fidelizzare il cliente. Di non limitarci alla semplice vendita ma di conquistarlo. Si spera sempre di riuscirci. A volte non è così, ma l'obiettivo è comunque quello di instaurare con lui un rapporto di fiducia perché torni da noi quando ha bisogno di prodotti e servizi. È questo il compito di un rivenditore specializzato».

Curiosità: così difficile trovare meccanici per l'officina? Pare sia un problema di molti...

«Confermo. È complicato. Le scuole formano con un indirizzo per lo più di semplice cultura generale. Non c'è una scuola per meccanici o per tecnici-riparatori con competenze già certe. Anzi. Quando si assumono però diventano operai a tutti gli effetti. Quindi con un costo. E competenze che dovrebbero essere sottintese. Il problema è che non avendo più gli apprendisti giovani e ragazzi che vengono da scuole che assicurino vera formazione per il nostro lavoro diventa tutto più problematico».

Il vostro cliente?

«Passiamo dal professionista che si occupa di agricoltura, soprattutto nella zona del Chianti a quello che nell'altra nostra sede, quella di Pistoia, è focalizzato più sul settore dei vivai. Fino al privato che viene ad acquistare il rasaerba per il suo giardino. La nostra gamma di clienti è molto ampia».

È cambiato quanto il cliente nell'ultimo periodo?

«Di sicuro è più informato, quando arriva sa quello che vuole. Grazie ad internet e a tutti i vari canali di informazione».

Internet per lo specialista è un concorrente o una risorsa?

«Secondo me è una risorsa, non un pericolo. Le nuove generazioni si documentano su internet, comprenderanno su internet. Non si può far finta che il web non esista. Bisogna anzi portare a proprio vantaggio quel che il canale online può offrire».



«IL WEB NON È LA PURA VERITA'»

di Alessandro Fontana

Arrivo in negozio alle sei. Fino alle 7.45 sbrigo l'ordinaria amministrazione: pratiche di finanziamento, mail, preparo il lavoro della giornata, faccio mente locale sul da farsi. Chi mi conosce ormai mi chiama anche prima dell'apertura, ma soprattutto dalle otto in avanti è tutto un susseguirsi di telefonate, di messaggi whatsapp, di vocali, di richieste anche strane. Da lì in poi è dura avere libero anche un solo attimo. Un delirio, ma non solo perché siamo nell'alta stagione e l'adrenalina è a mille. Lo sappiamo, conosciamo i ritmi di primavera e di inizio estate. Ben vengano, se si può lavorare bene. Niente di nuovo, a parte questa

«Tante volte il cliente arriva in negozio dopo essersi fatto una prima infarinatura su internet, ma nel concreto la storia spesso è un'altra. La stagione? Va molto l'usato, anche se i prezzi vanno capiti fino in fondo. Il punto vendita? Assumerei due meccanici, ma faccio fatica a trovarli. Vero, nei mesi caldi c'è da impazzire ma è un lavoro come tanti altri. Ed io offro opportunità in un momento difficile...»



continua serie di sms e domande a distanza ereditate dal periodo di pandemia vera ma che sta rimanendo intatto pure adesso che il quadro si sta via via rasserenando. Attenzione, al telefono non c'è trattativa. Solo informazioni, a volte anche superflue. Per acquistare la gente viene nel punto vendita per fortuna, riallacciando quel filo che s'era interrotto tempo fa quando di casa non si poteva proprio uscire. Un minimo di normalità. whatsapp per il resto è una linea continua, quasi senza interruzioni. Ogni ora, ogni minuto, ogni istante. Spesso anche per questioni di poco conto. La nostra giornata è tutta un rispondere a messaggi e mail, sempre col telefono in mano. Ci siamo abituati ormai, ma non è facile gestire il tempo in questo modo. Tante volte ci siamo imbattuti in clienti che non avessero totalmente chiari certi concetti, è successo prima e succede adesso. La facilità però di poter arrivare ad una risposta in pochi secondi però è un sensibile acceleratore. E da



quell'immenso contenitore che si genera ora dopo ora può anche uscire qualcosa di propositivo, ma al tirar delle somme la dispersione è notevole.

Il cliente? L'ultima volta avevo detto che non l'avevo visto ancora per davvero. Nel frattempo è arrivato in effetti, con le sue modalità e i suoi tempi. Ci ha messo un po', ma forse dovevamo anche aspettarci che non tutto tornasse subito a regime. Che non tutto fosse così semplice. La macchina si vende, l'erba si taglia, il mondo va avanti in un modo o nell'altro anche se qualcosa ci manca rispetto alle solite cadenze. Inevitabile, ma il giardinaggio alla fine ha risposto ereditando anche la voglia di verde emersa ancor più nitida quando il giardino era l'unico spazio esterno entro cui potersi muovere. E a questo dobbiamo aggrapparci. Vediamo di tutto, la giornata è lunga fino a sera. Ma passa anche in fretta visto tutto quel che c'è da fare. Va molto l'usato, questo sì. Al cliente però non è facile far capire che un tosaerba di trecento euro possa valere cento. Bisogna pur rimetterlo a posto, bisogna pur lavorarci per renderlo utilizzabile e a regime. E non sempre questo viene compreso. Il problema è anche il ricorso continuo ad internet, terreno equivoco in cui ognuno sembra costruirsi una sua verità alla fine però spesso virtuale. Farsi delle convinzioni attraverso il web non vuol dire poterle trasferire nel campo reale ed attuarle come suggerirebbe una fotografia o una descrizione. Un altro scoglio in cui ci imbattiamo quotidianamente.

Avrei bisogno di un paio di meccanici per l'officina, ma non riesco a trovarli. Non so se sia una questione di passione venuta meno o di voglia di sacrificarsi o di non faticare troppo da parte dei giovani. Il lavoro è sì

impegnativo, ma soprattutto dal punto di vista mentale ed in particolare nell'alta stagione in cui effettivamente in certi mesi c'è da sudare parecchio. Fatto sta che le difficoltà le sto incontrando. Ai dodici-tredici che ho due li aggiungerei volentieri, ma finora la ricerca è diventata una specie di impresa. Questo alla lunga può diventare un problema, perché quelli che ci sono e che per tanto tempo hanno tirato la baracca stanno invecchiando. Il ricambio generazionale io non lo vedo ad oggi, di sicuro faccio fatica a scorderlo se le premesse sono queste. Chiaro che certi giorni c'è da impazzire, ma ci sono pure mesi di calma. Mi sembra un lavoro come tanti altri, anche interessante per chi comunque ha dentro certe molle. Non capisco tutta questa reticenza, fra l'altro io offrirei possibilità di impiego in una fase storica in cui fioccano i licenziamenti e le restrizioni. Un controsenso.

Il resto della giornata a parte tutto quel che c'è da fare è un restare al telefono per sentire i fornitori cercando di capire i tempi di consegna delle macchine. Questa è la vera questione, perché poi il cliente chiede a noi e noi abbiamo il diritto-dovere di informarci direttamente alla fonte. Capisco che siamo di fronte a qualcosa di eccezionale, comprendo che si tratti di macrovariabili a monte, mi rendo conto di tutto ma non è facile essere davanti a certa richiesta senza riuscire a soddisfarla in toto e per di più con scadenze variabili e molto elastiche in un periodo di lavoro continuo per gli operatori. In ogni caso i ritardi sono sensibili. Ci adeguiamo, perché non c'è altra via percorribile. Capiamo. Intanto facciamo del nostro meglio. Lavoriamo sodo, tutti quanti. Da squadra soprattutto. Qualche bella schiarita la vediamo, in attesa di vedere il sereno.

ZANETTI MOTORI

ZDM 73, potenza ed ecosostenibilità
Altissima efficienza, bassi consumi

Per rispondere alle esigenze di un mondo agricolo sempre più green, Zanetti Motori ha ricercato una soluzione quanto di più innovativa ed avveniristica lanciando sul mercato lo ZDM 73. L'esclusivo motore diesel conforme al Regolamento Europeo 2016/1628, più comunemente denominato Stage V, vince la sfida per la riduzione delle emissioni dei gas mantenendo l'efficienza, senza aumentare i consumi e senza incidere sulle dimensioni del motore. In casa Zanetti Motori, nelle versioni con avviamento autoavvolgente ed elettrico, con la giusta manutenzione, offre le migliori condizioni per un funzionamento affidabile e di lunga durata. L'efficienza dei consumi di carburante e i lunghi intervalli di manutenzione, insieme alle basse vibrazioni e la rumorosità ridotta rappresentano le caratteristiche principali di questo versatile motore diesel. Evoluzione dello ZDM 70, con i suoi 5,5 cavalli e 246 cc di cilindrata, ZDM 73 si fa strada nella categoria dei semiprofessionali. Dimensione e peso ridotti ne facilitano il trapianto su motocoltivatori senza richiedere particolari sforzi.



FERRARI GROUP

Froggy: robusta, maneggevole, facile da pulire
Ideale per diserbo, disinfestazioni e sanificazioni

Le irroratrici multiuso Froggy sono l'ideale per fare trattamenti al suolo, trattamenti alle piante, ortaggi, floricoltura, diserbo, disinfestazioni, igienizzazioni/sanificazioni e tanto altro. Alcuni modelli della linea Froggy sono equipaggiate di un ricircolo del prodotto che ne permette il mescolamento continuo. Le irroratrici multiuso Froggy sono robuste, maneggevoli e facili da pulire. Con serbatoio 20 L "ECO" c/batteria (tubo da quattro metri), batteria ricaricabile 12 volt - 7,2 AH, pressione d'esercizio cinque bar e pressione massima di sei. Lancia telescopica con getto regolabile. Disponibili tutti i pezzi di ricambio.



ACTIVE

6.5 Z Brutale, tanto potente quanto agile
Impugnatura multifunzione, vibrazioni al minimo

Decespugliatori a zaino di qualità, quelli di Active. Il modello 6.5 Z Brutale permette di trasformarsi facilmente in qualsiasi attrezzo e di essere facilmente trasportabile. Attacco rapido, con un perno di sicurezza che consente un cambio facile e veloce degli organi di taglio mantenendo un ottimo fissaggio degli stessi in numerose possibili posizioni. Collimatore d'innesto degli attrezzi. I motori 5.5 e 6.5 sono dotati di decompressore per facilitare l'avviamento, senza sforzo e senza strappi. Ammortizzatori fra flessibile e trasmissione e tra motore e telaio. Vibrazioni sulle impugnature drasticamente ridotte. Impugnatura multifunzione in plastica speciale con guaina di gomma antisudore che aumenta la presa. Comando acceleratore integrato con sistema di bloccaggio, macchina sotto controllo in ogni fase di lavoro. Coppia comica di elevata robustezza progettata per trasferire in modo ottimale la potenza al dispositivo di taglio e resistere ai frequenti colpi durante il lavoro.



THOR

**600MH, perfetta per installatori di robot tagliaerba
Per l'operatore anche il massimo del comfort**



La macchina interrifiolo 600MH distribuita da Thor, società della famiglia Ricca Andrea, offre robustezza, durezza e la portabilità necessarie per i professionisti. Da sempre progettata per ottimizzare il lavoro degli installatori di robot tagliaerba, è in costante evoluzione. Un nuovo kit opzionale di posa consente ora di installare fili fino a 10 mm di diametro. È quindi possibile utilizzarla anche per interrare cavi per recinzioni invisibili, per sistemi di illuminazione esterna, per la motorizzazione di cancelli, per video-citofoni, per telecamere di sorveglianza, per connessioni internet ad alta velocità o TV via cavo. L'impugnatura ergonomica, con sistema antivibrante che migliora il comfort dell'operatore. La sua resistente lama in carburo solido, rientrata di 15 cm dal lato esterno, si farà strada attraverso tutti i tipi di terreno, se pietroso, compatto o regolare, e facilmente posa filo tra 4 e 6 cm di profondità. Il suo ridotto raggio di sterzata e la sua guida distanziale danno accesso ad ogni angolo e garantiscono un'installazione precisa e riduzione dei tempi di lavoro.

EINHELL

**TE-HP 170 è semplicità, praticità ed ottime prestazioni
La soluzione per gli spazi esterni. Ma non solo**

Per la pulizia degli spazi esterni, dopo la stagione invernale, potete avvalervi dell'aiuto dell'idropulitrice TE-HP 170 di Einhell, un prodotto estremamente pratico e versatile che vanta una potenza di 2.300 Watt, con pressione max di 170 bar: l'ideale per far tornare a brillare terrazzi scale e tanto altro. Grazie alle sue ridotte dimensioni e alla forma compatta, permette di muoversi facilmente. E' ideale e indispensabile contro lo sporco, con il massimo rispetto per l'ambiente in quanto può essere utilizzata senza l'aggiunta di detergenti chimici, pur garantendo un'igiene profonda. Per agevolare gli spostamenti, è munita di ruote che facilitano il suo trasporto e il suo utilizzo da un ambiente esterno all'altro. Dotata di accensione on/off automatica, l'idropulitrice TE-HP 170 di Einhell è perfetta per una pulizia accurata di auto, moto, biciclette, superfici esterne, mobili da giardino, ma non solo, è indicatissima per eliminare le muffe che si formano durante l'inverno su tende da sole o telo del Gazebo ed infine, per una pulizia approfondita sui giochi da esterno dei bimbi.

**MINELLI ELETTROMECCANICA**

**OlivGreen 500-Plus, per una raccolta davvero perfetta
L'esperienza (e i brevetti) al servizio del professionista**

L'abbacchiatore elettrico OlivGreen 500-Plus di Minelli è realizzato per soddisfare la raccolta professionale delle olive. Si tratta di una macchina innovativa adatta ad operare su varie tipologie di olivi con vegetazioni più o meno curate. La conformazione e il movimento laterale contrapposto brevettato dei pettini assicurano ottimi raccolti. OlivGreen 500-Plus, perfettamente bilanciato, è composto dal gruppo testa, asta telescopica con relativo sistema di bloccaggio e dall'impugnatura nella quale è situato il motore 12V/riduttore e l'interruttore on-off dotato di sistema di sicurezza. In dotazione cavo di prolunga da 15 metri. Nell'offerta spicca anche il modello OlivGreen 700-Plus.



PELENC

Rasion 2, il modello Smart è efficientissimo e silenzioso
Taglio perfetto coi doppi coltelli, il professionista è servito



Rasion 2 Smart è la soluzione professionale per tagliare l'erba nella massima discrezione. Ultramaneggevole, leggera, compatta e con potenza professionale, la gamma di tosaerba Rasion si trasporta facilmente e offre una qualità di taglio ineccepibile. Grande autonomia, fino a cinque ore di taglio e quindi 5.400 mq con la batteria 1500. Silenziosità 93 dB con potenza massima, tasso di vibrazioni estremamente basso (0,7 m/s²), maneggevolezza zero turn, regolazione agevolata dell'altezza di taglio. Larghezza di lavoro di 60 cm, mentre la protezione IP 54 consente di lavorare sotto la pioggia. Taglio perfetto grazie ai doppi coltelli, nessun utilizzo/consumo di benzina, utilizzabile in zone sensibili senza limitazioni di orario.

HUSQVARNA

Tagliasiepi a batteria 520iHT4, dedicato al professionista
Prestazioni al massimo, zero emissioni, peso ridotto

Husqvarna 520iHT4 è un tagliasiepi ad asta telescopica a batteria con portata fino a 4 metri, progettato per un uso professionale. Con motore brushless e 4.000 tagli/min taglia efficacemente le siepi, alte e basse grazie all'asta telescopica regolabile in lunghezza e alla barra di taglio orientabile. Si piega facilmente per agevolare il trasporto ed il rimessaggio. La macchina combina prestazioni elevate con zero emissioni dirette, peso ridotto, bassi livelli di vibrazioni e funzionamento estremamente silenzioso, in modo da poter essere utilizzata in ambienti sensibili al rumore. Compatibile con tutte le batterie e caricabatterie BLi Husqvarna. Tensione batteria 36 V, lunghezza lama 55 cm.



GARDENA

Cura dell'acqua, soluzioni a getto continuo
Computer Bluetooth®, basta uno smartphone

Gardena, da sempre attenta al tema dell'acqua, propone molteplici soluzioni mirate ad evitarne lo spreco, che danneggia inevitabilmente l'ambiente e il verde. A completamento dell'ampia gamma di soluzioni per l'irrigazione intelligente, Gardena presenta il nuovo Computer per irrigazione Bluetooth®, la nuova valvola cordless 9 V Bluetooth® e il nuovo Tester di umidità.

Il Computer si installa direttamente sul rubinetto dell'acqua, posizionato in balcone o in giardino e, grazie al sistema Bluetooth®, può essere configurato comodamente entro un raggio di dieci metri, tramite uno smartphone o un tablet. Una volta installata l'App Bluetooth® Gardena, l'utente viene guidato passo dopo passo nel collegamento del dispositivo mobile al Computer per irrigazione, nella scelta del ciclo di irrigazione più adeguato o su come impostare in autonomia fino a tre programmi individuali a piacere.



IBEA

Olivarex col nuovo sistema antivibrazione Ergonomia al top, movimenti sempre naturali

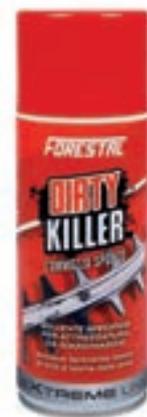
Gli scuotitori elettrici Olivarex sono completamente impermeabili, con un sistema di isolamento dall'esterno delle parti interne della testa per un'efficiente protezione dalla polvere. Estensione fino a 3700 mm per raggiungere facilmente ogni altezza. Impugnatura ergonomica riprogettata robusta in ogni sua parte e comoda da utilizzare. La posizione del cavo è stata studiata per evitare rottura accidentali e garantire sempre un movimento naturale. Per i modelli IB-E1200 L e IB E1200 XL motore elettrico 12 V ad alte prestazioni e bassi consumi elettrici più sistema di protezione sforzo motore. Per IB-E4800 L e IB-E4800 XL motore elettrico 48 V ad alte prestazioni e bassi consumi elettrici. Controllo elettronico a microprocessore tramite alimentatore di serie. Doppia velocità. Per IB-E5000 L e IB-E5000 XL motore brushless di ultima generazione, la gestione delle tre velocità di lavoro e dello sforzo è mediante scheda elettronica, questa macchina è la soluzione giusta per l'utenza professionale e semiprofessionale alla ricerca di un prodotto evoluto.



SABART

Dirty killer, per ogni tipo di sporco Altro pezzo forte della nuova Extreme Line

Dirty killer "L'ammazza sporco" è il solvente studiato per eseguire la pulizia e la rimozione di linfa e resina su attrezzature da giardinaggio. Utilizzabile su acciaio e alluminio. È indicato inoltre per rimuovere ogni tipo di sporco: in particolare catrame, oltre a grasso, olio, resine siliconiche, adesivo. Può essere usato anche sulle carrozzerie delle auto, su superfici vetrate. Non danneggia le superfici trattate. Per le modalità d'uso spruzzare il prodotto sulle lame da pulire. Lasciare agire per qualche minuto. Eliminare i residui con una spazzola di ferro. Dirty killer s'incastra nella nuova linea Extreme Line di Forestal, distribuita in Italia da Sabart, pensata per tutti coloro che non possiedono particolari esigenze professionali ma che desiderano utilizzare una strumentazione adeguata. Extreme Line rappresenta il risultato di una attenta ricerca delle esigenze di chi opera nel verde e si caratterizza per standard di affidabilità e sicurezza molto alti, a garanzia del marchio produttore.



ROBOMOW

RT ed RK, la proposta s'allarga ancora Semplicità al potere, anche su pendenze del 30%

La famiglia Robomow si amplia con due nuove piattaforme dalle differenti caratteristiche e specifiche con l'introduzione delle serie Robomow RT (con i modelli RT300 e RT700) e Robomow RK, con RK1000 e RK2000. Tanti i plus. Durante la messa in funzione e la manutenzione ad esempio, la manovrabilità si distingue per la sua semplicità e, grazie al sistema Mulch Cleaner brevettato, il rasaerba si pulisce automaticamente. Il piatto di taglio flottante permette una finitura eccezionale: si adatta anche ai terreni sconnessi e garantisce un prato verde e uniforme. Grazie all'ampiezza di taglio di 18 cm, inoltre, il robot è perfettamente progettato per giardini di media grandezza con superfici fino a 700 mq. Tutti i modelli RT sono in grado di affrontare pendenze fino al 30% ed erba alta.



HUSQVARNA

**Rider RC 318T è un vero e proprio investimento
Affidabilità fa rima con innovazione**

Progettato per il privato che in casa propria apprezza la qualità, l'affidabilità e l'innovazione di Husqvarna, RC 318T è un trattorino tagliaerba rider robusto e versatile. Il suo innovativo sistema di raccolta senza rischio di intasamento alimenta il tagliato direttamente dal piatto anteriore al collettore. La compattazione automatica aumenta la capacità di lavoro tra uno svuotamento ed il successivo, aumentando la produttività. Grazie al suo design innovativo, Husqvarna RC 318T offre efficacia, efficienza e facilità d'uso. L'assistenza e la pulizia del piatto di taglio sono prive di attrezzi grazie all'esclusiva posizione service a 90°. I comandi intuitivi, l'eccellente ergonomia, la notevole copertura d'area e la capacità di raccolta rendono la macchina un vero e proprio investimento per i più grandi giardini e parchi.



CUB CADET

**Il poker della nuova Serie Force LH5
Ora c'è anche la motosega LH5 C60**

La Serie Force LH5 di Cub Cadet, marchio distribuito da MTD Products Italia, presenta quattro nuove attrezzature all'avanguardia, con funzionamento a batteria da 60 Volt: in aggiunta ai decespugliatori (LH5 T60), ai tagliaerba (LH5 H60) e ai soffiatori per foglie (LH5 B60), Cub Cadet lancia per la prima volta sul mercato una motosega (LH5 C60). Tutte e quattro le macchine funzionano con una batteria agli ioni di litio sostituibile che può essere scelta a seconda del prodotto e dell'autonomia desiderata. Disponibili due batterie con capacità differenti da 2,5 Ah o 5,0 Ah, con un tempo di ricarica da 75 o 150 minuti. Grazie alla sua tecnologia ancora più innovativa, l'attrezzatura della Serie Force LH5 offre la medesima potenza dei modelli a benzina ma con una maggiore attenzione verso l'ambiente. Inoltre, permette di svolgere tutte le attività senza sforzo e senza emissioni.



WOLF-GARTEN

**La famiglia multi-star fa un altro passo in avanti
Nuovo manico ZM 015, perfetto per spazi stretti**

Wolf-Garten ha migliorato ulteriormente il suo sistema a scatto multi-star® Clicksystem. Il nuovo manico ZM 015 dal design ergonomico è parte della nuova linea di prodotti pensati per l'utilizzo in vasi e spazi stretti. Tutti i nuovi attrezzi per la pulizia a marchio multi-star® offrono eccellenti prestazioni. Grazie al suo speciale design, il nuovo manico ZM 015 della gamma multi-star® MINI si adatta perfettamente alla forma delle mani, permettendo di lavorare comodamente anche in spazi limitati. Inoltre, le speciali zone di sicurezza situate all'estremità dell'impugnatura, combinate con il rivestimento centrale realizzato in materiale antiscivolo, offrono maggior protezione durante le attività di giardinaggio. Il suo design compatto e leggero la rende ideale per essere utilizzata anche in aree ristrette, come lavori nelle aiuole, sul balcone e nei vasi.

ATTREZZATURE PROFESSIONALI A BATTERIA
PER IL GIARDINAGGIO

NEW
-2021-



EXCELION 2

LA POTENZA IN OGNI SITUAZIONE

il decespugliatore professionale
con tutta la potenza dell'elettrico!

PELLENC

«IL PROGRESSO? NELLA CONOSCENZA»

Grande il mondo di Claudio Ceconi. Climber, valutazioni di stabilità, abbattimento controllato, corsi di potatura, corrette pratiche. Quarantatré anni quasi tutti vissuti nel verde e sugli alberi, dai primissimi passi a Tirano, provincia di Sondrio, al suo quartier generale di Vimercate. Una grande storia. La sua.

«Nella vita ho deciso di “non lavorare”. Non volevo fare quel che non mi piace. Se poi mi pagano è anche meglio. Magari arrivo la sera stanco a tal punto da non riuscire nemmeno ad alzare un braccio, ma importante che sia felice. La mia è un’opera a 360 gradi, una consulenza totale. Di solito c’è uno scollamento fra la figura del tecnico e quella dell’operatore. Io sono tutte e due».

La sua missione...

«Non navigo nell’oro, ma è stata la mia scelta di vita e ho tutta l’intenzione di portarla avanti

Claudio Ceconi dal suo campo d’osservazione guarda ovunque. «Siamo indietro, ma l’Italia può migliorare. Serve la giusta comunicazione intanto. In Inghilterra ad esempio ci sono interessantissime trasmissioni televisive sul giardinaggio. Io? Ho scelto di non lavorare, ma di fare quel che più mi piace»

fino in fondo. Col 90% dei miei clienti e delle persone con cui collaboro c’è anche un rapporto umano, non soltanto lavorativo. Trascorro quindi per lo più giornate fra amici. Lavorando. È una fortuna. La mia fortuna».

Da dove nasce tanta passione?

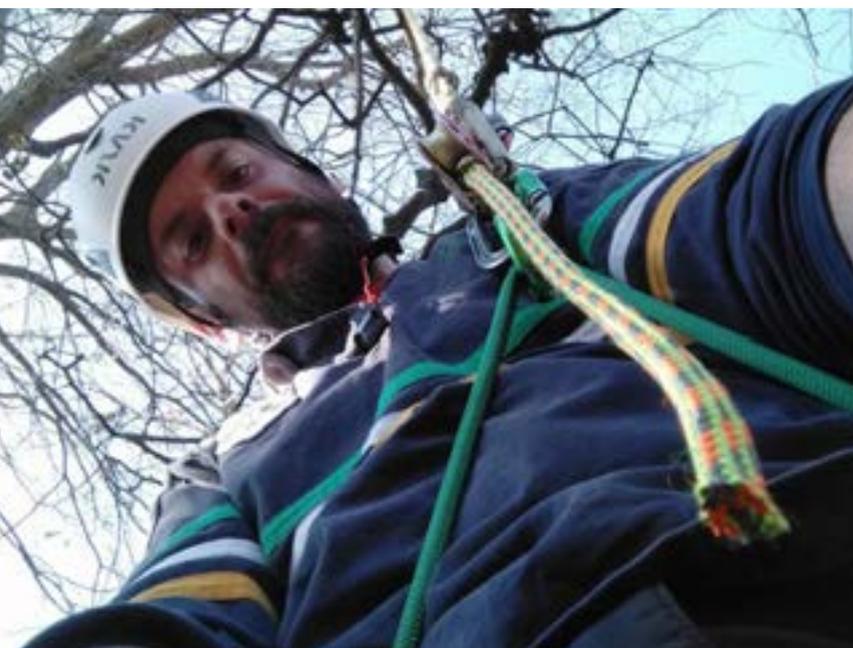
«I primi passi fra gli alberi li ho mossi nei primissimi anni della mia vita. Stavo con mio nonno Natale fra i boschi, sistemavamo gli alberi danneggiati nel periodo invernale soprattutto dalle neviccate. Finché non ho cominciato ad arrampicarmi. Poi ho studiato Agraria, poi mi sono messo a lavorare in montagna. Quindi con degli amici ho avviato un’attività di giardinaggio».

Il suo salto di qualità?

«Semplicemente continuare su questa via, avere sempre più realtà a cui poter dare una mano. Quel che mi permetterebbe anche di allargare il giro a livello personale. Quel che in fondo sta già succedendo».

Il suo verde?

«Sono stato a Lanzarote, nelle Canarie, per una





settimana e mezzo a metà fra lavoro e divertimento facendo anche delle perizie. Ho visto bei giardini fra cactus e terra vulcanica, in Italia invece ai giardini mettiamo la moquette nonostante abbiamo il clima giusto per svariate soluzioni figlie di ispirazioni fra le più diverse. Invece optiamo per il prato sintetico. Siamo indietro, questa è la verità».

L'evoluzione necessaria dove sta?

«Non è immediata, non può esserlo. Serve tempo, serve la giusta comunicazione, ci vogliono messaggi appropriati. In Inghilterra ad esempio ci sono trasmissioni interessantissime sui giardini. Importantissime per tacciare la strada, anche a livello culturale. Come è successo in questi anni per quelle di cucina».

La prima puntata la dedicherebbe a quale argomento?

«Proverei a far conoscere il giardino, quel che rappresenta veramente. Anche negli altri Paesi. Ogni luogo ha il suo, non esiste una ricetta ideale. Il problema in Italia è che in Sardegna vogliono il giardino inglese e a Milano quello di Lipari. Non funziona proprio così».

Il suo giardino ideale?

«Il mio. Qualcosa soprattutto che ripropone su piccola scala la natura che mi circonda».

Il giardino più bello?

«Ho la fortuna di vivere in una villa del Cinquecento, in cui proprietari hanno voluto un bellissimo parco all'inglese a cui sono molto legato».

Avrebbe fatto dell'altro nella vita?

«Probabilmente il boscaiolo, anche se non l'avrei trovato così stimolante». Boscaiolo...però sarebbe poco stimolante...

La prima arrampicata su un albero?

«Da bambino, per diletto ovviamente. La prima per lavoro avrò avuto vent'anni».

L'albero a cui è più affezionato?

«Il larice, gli alberi della mia infanzia e dei boschi che divennero il mio ambiente fin da piccolo».

All'estero dove lavorerebbe soprattutto?

«Dipende dal lavoro specifico. Fosse materia forestale, agricola o di arboricoltura direi in Svezia, in Danimarca o comunque nei Paesi nordici. Se il ramo è quello dei giardini allora andrei ovunque. Ogni luogo ha le sue alte potenzialità».

Dove si vede fra dieci anni?

«Non cerco un posto diverso dove andare, voglio solo continuare a star bene dove sto».



RIDER COLLECTION

TAGLIO E RACCOLTA

Il gruppo di taglio dei Rider Collection prevede un design speciale con lame controrotanti che tagliano l'erba in modo efficiente e convogliano il tagliato all'indietro, verso la coclea. Disponibile con larghezza di taglio 103 o 112 cm.



PIÙ TAGLI, MENO SVUOTAMENTI

Il segreto alla base della capacità di raccolta superiore è la combinazione di una potente coclea che compatta l'erba e del raccogliitore extralarge. Il Rider Collection può contenere fino al doppio d'erba rispetto a una macchina convenzionale, quindi potrai tagliare un'area decisamente più grande prima di doverlo svuotare.

RC 320Ts AWD

Piatto di taglio escluso

- Motore Briggs & Stratton V-TWIN
- Trasmissione idrostatica
- Trazione integrale
- Servosterzo
- Raccolta meccanica e mulching (coclea)
- Piatto di taglio flottante
- Svuotamento elettrico



prezzo listino
13.395 €

Potenza 12,6 kW @ 3100 giri/min	Larghezza di taglio 103 - 112 cm	Altezza di taglio 25 - 75 mm	Capacità raccolta 300 litri
--	--	--	--

TAGLIASIEPI AD ASTA

PROGETTATI PER DURARE

A prescindere dalla scelta di un modello con motore a scoppio oppure a batteria, il design robusto prolunga la durata e predispone i taglia siepi anche per i lavori più duri. Comode, potenti e perfettamente bilanciate, queste macchine semplificano il taglio nei punti più alti o difficilmente accessibili.



520iHE3

solo corpo macchina

- Motore brushless
- savE™
- Tastiera intuitiva
- Resistenza agli schizzi d'acqua (IPX4)
- Barra di taglio regolabile
- Protezione antiurto posteriore



Lungh. lama 55 cm	Tagli al min 4000 tagli/min	Peso 4,2 kg
-----------------------------	---------------------------------------	-----------------------

prezzo listino
720 €

525HE3

- Motore X-Torq
- Sistema di avviamento autonomo
- Interruttore di arresto a ritorno automatico
- Scatola ingranaggi per impieghi gravosi
- Protezione antiurto posteriore



NOVITÀ

Cilindrata 25,4 cm³	Potenza 1,0 kW	Lungh. lama 60 cm	Tagli al min 4300 tagli/min	Peso 5,9 kg
-------------------------------	--------------------------	-----------------------------	---------------------------------------	-----------------------

prezzo listino
994 €



Husqvarna®



HUSQVARNA DA VOI - ITALY TOUR 2021

96 DATE CON TECNICI DIMOSTRATORI QUALIFICATI

È iniziato il 17 Maggio il tour con ogni giorno tre Tecnici Dimostratori qualificati Husqvarna. Ogni data ci vede presenti in in tre regioni diverse, per far conoscere i prodotti della gamma e rispondere alle curiosità.

Una grande occasione, sulla scia delle soddisfazioni raccolte durante il tour dell'anno precedente, per vivere questo periodo a pieno ritmo, Husqvarna.

TAPPE DI MAGGIO:

Emilia Romagna

- Forlì (FC) - BAGIONI ARCHIMEDE SRL
- Longiano (FC) - SCAINI S.A.S.
- Cavezzo (MO) - FA.MA. GIARD. DI LUGLI I. & C. SNC
- Sassuolo (MO) - BASCHIERI NOLEGGI SRL
- Rivergaro (PC) - FONTANA 1950 S.R.L.
- Sanguinaro di Fontanellato (PR) - PELIZZIARI S.R.L.
- Carpaneto (PC) - PERONCINI STEFANO
- Carpi (MO) - GEO VERDE SRL

Toscana

- Chiusdino (SI) - RA.ME DI RAGGHIANI LUCA
- Manciano (GR) - GOBBINI DANIELE
- Piano di Mommio (LU) - SO.VE.CO. S.R.L.
- Camaiole (LU) - AGRARIA CERAGIOLI SNC
- Cecina (LI) - FERRI DELIO & C. SNC
- Greve in Chianti (FI) - FERRAMENTA CHIANTIGIANA SNC
- Pistoia (PT) - CIEMME CENTRO MOTORI

Liguria

- La Spezia (SP) - AGRARIA LA FENICE SRL

Sicilia

- Solarino (SR) - PULVIRENTI MOTO SOC. COOP.
- Palagonia (CT) - VOLATILE BERNARDO SRL
- Randazzo (CT) - ETNA CENTER SAS DI SCUDERI
- Ragusa (RG) - NONSOLOAGRICOLTURA SRL

Lazio

- Galliciano nel Lazio (RM) - AGRICOLA SORDI S.A.S.
- Santa Rufina (RI) - AGRIGARDEN 2001 DI RINALDI STEFANIA
- Soriano nel Cimino (VT) - AGRI POINT SNC
- Pomezia (RM) - MOLINO GIACOMINI SRL

SOLO ALCUNE DELLE TAPPE DI GIUGNO:

Veneto

- Borgorico (PD) - AGRICOLA CARRARO SRL
- San Vendemiano (TV) - MILANESE ALBERTO
- Merlara (PD) - FERRAMENTA DE TOGNI ANDREA
- Fossalta di Portogruaro (VE) - BF GREEN DI ANDREA BIANCHIN
- Motta di Livenza (TV) - TONELLO FRATELLI SRL

Piemonte

- Monleale (AL) - BAIARDI SAS DI BERNARDELLI FAUSTO
- Valfenera (AT) - CERCHIO GIOVANNI SAS
- Cafasse (TO) - TECNO GARDEN DI GAIERO
- Piobesi Torinese (TO) - FERRAMENTA GERBAUDO SRL
- Cameri (NO) - AGRITECNICA SRL
- S. Ambrogio di Torino (TO) - FANTINO FORNITURE SRL
- Luserna S. Giovanni (TO) - TOSA GARDEN SERVICE SNC
- Varallo Sesia (VC) - MINACCI FERRAMENTA SNC

Friuli Venezia Giulia

- Taurino di Spilimbergo (PN) - NUOVA AGRARIA SRL UNIPERSONALE
- S. Giorgio di Nogaro (UD) - MACORATTI ITALO SNC
- Sedegliano (UD) - ZANUSSI LUCIANO

Puglia

- Cerignola (FG) - SPECIAL BIKE SOC. COOP.
- Palagianello (TA) - FERRI GIOVANNI
- Melendugno (LE) - MARULLO SRL SEMPLIFICATA
- S. Marzano di S. G. (TA) - BEAVER DI PIETRO CHETTA

Campania

- Pietravairano (CE) - A&G MOTOSEGA DI RUSSO ALESSANDRO
- Castel San Giorgio (SA) - LEONARDO CARRATÙ SRL
- S. Antonio Abate (NA) - LONGOBARDI GIUSEPPE SRL
- Manocalzati (AV) - AGRIVERDE SRL

Il tour prosegue anche in Liguria, Emilia Romagna, Marche, Abruzzo, Molise, Lazio.
Un grazie ai nostri Rivenditori che ci accolgono con entusiasmo e professionalità.



Husqvarna®

Stihl, lo stabilimento tedesco di pressofusione di magnesio di Weinsheim amplia la produzione. Sempre di alta qualità



Lo stabilimento di pressofusione di magnesio Stihl, con sede a Weinsheim, nel Land tedesco della Renania-Palatinato, sta ampliando le capacità produttive di componenti per e-bike in risposta alla notevole crescita in questo segmento di mercato. L'azienda prevede di installare nuovi impianti di produzione, ossia macchinari e infrastrutture associate, negli stabilimenti già esistenti, per un investimento di circa 16 milioni di euro.

«Aumentando la nostra capacità di produzione di componenti per e-bike», evidenzia Hartmut Fischer, direttore ge-

nerale dello stabilimento, «potremo rafforzare la nostra competitività nel segmento. La tendenza attuale va in direzione di sistemi di trasmissione compatti e leggeri che richiedono l'impiego del magnesio per essere prodotti». Lo stabilimento, adibito alla produzione di componenti per gli alloggiamenti delle trasmissioni leggere delle e-bike, conta tra i suoi clienti il leader di mercato tedesco in questo settore. Stihl prevede un incremento del volume di ordini nei prossimi anni e per questo intende raddoppiare la produzione entro il 2023. Metà degli investimenti totali saranno effettuati quest'anno. L'espansione dello stabilimento di pressofusione di magnesio Stihl porterà a medio termine alla creazione di settanta nuovi posti di lavoro nella regione. Fondato nel 1971, lo stabilimento festeggia quest'anno il mezzo secolo di vita. Oggi è uno dei più grandi e moderni impianti europei in questo settore.

Grazie alla produzione di eccellenza, lo stabilimento è parte integrante della rete globale di Stihl. I circa 800 collaboratori di Weinsheim producono componenti in magnesio di alta qualità per motoseghe e apparecchi elettrici, nonché per l'industria automobilistica, motociclistica, ciclistica, elettronica e per le tecnologie in campo medico. Circa il 30% del fatturato deriva da progetti di pressofusione per clienti esterni. Negli ultimi anni lo stabilimento ha assistito a una crescita costante. Nel luglio 2020 è stato aggiunto un nuovo centro logistico di produzione.

Giornata Mondiale dell'Ambiente, Emak stringe la mano a Treedoom



Nella Giornata Mondiale dell'Ambiente, Emak ha lanciato una promozione sulla gamma a batteria e inaugurato la partnership con Treedoom.

Dal 3 al 10 giugno, ogni cliente che ha acquistato una macchina ecologica dei brand Efco e Oleo-Mac è stato omaggiato con un accessorio per il lavoro e con un albero da piantare a distanza nelle foreste Efco e Oleo-Mac, contribuendo all'assorbimento di CO2 e al finanziamento di piccoli progetti agroforestali, diffusi in tutto il mondo.

Emak, ha lanciato una nuova iniziativa per contribuire alla salvaguardia dell'ambiente e comunicare il proprio impegno per la sostenibilità.

In occasione della Giornata Mondiale dell'Ambiente del 5 giugno è stata realizzata una promozione dedicata alla gamma di macchine a batteria dei brand Efco e Oleo-Mac, che rappresenta l'evoluzione dei prodotti hobbistici per il giardinaggio. Il loro utilizzo unisce efficacia di prestazione con comodità e semplicità d'uso, nel totale rispetto dell'ambiente, grazie alla completa eliminazione del carburante di funzionamento e all'abbattimento dei rumori.

European Rental Awards 2021 per l'innovazione digitale, Mollo Noleggio va dritta in finale

Mollo Noleggio è tra le aziende finaliste all'edizione 2021 del premio internazionale "European Rental Awards", nella categoria Best Digital Innovation. Dopo essersi aggiudicata lo scorso anno il primo premio in qualità di "Large Rental Company of the Year", l'azienda guidata dai fratelli Mauro e Roberto Mollo torna in finale, stavolta con un progetto di innovazione digitale. Il premio, organizzato da Era (European Rental Association) – associazione che raduna ben 4.600 noleggiatori provenienti da tutta la comunità europea – e dalla rivista IRN (International Rental News), è rivolto alle società operanti in tutta Europa nel settore del noleggio. Si tratta di uno dei più autorevoli e prestigiosi riconoscimenti attribuiti ai migliori noleggiatori su scala internazionale. Per l'edizione 2021, i giudici chiamati a definire le shortlist delle diverse categorie hanno valutato oltre 74 candidature pervenute. L'annuncio dei vincitori e la cerimonia di premiazione si svolgeranno il 29-30 Settembre, in occasione della ERA Convention. Il progetto di innovazione tecnologica con cui Mollo Noleggio è arrivato in finale è nello specifico quello della firma digitale dei contratti di nolo. «L'idea di implementare la firma digitale è scaturita nel 2018. Tutto», sottolinea Mauro Mollo, presidente di Mollo Noleggio, «è partito dal feedback di più clienti, che avevano segnalato tempi troppo lunghi nella fase di sottoscrizione del contratto di noleggio. Abbiamo così deciso di sviluppare una soluzione di firma elettronica che permettesse ai clienti di sottoscrivere un contratto con un semplice click».



STRONG
2T 4T
FUEL

**BENZINA E MISCELA ALCHILATA PRONTA ALL'USO
PIÙ SICURA PER L'AMBIENTE, PIÙ SICURA PER TE!**

Carburante professionale per motori 2 e 4 tempi senza etanolo, benzene e idrocarburi che garantisce un motore più pulito, un avviamento più fluido e una maggiore efficienza di lavoro.



Sampierana, accordo con Bosch per le macchine operatrici

Sampierana, azienda emiliana con sede a San Piero in Bagno più una filiale a Modena e polo logistico a Cesena, specializzata nella progettazione ed assemblaggio di sotto-carri, macchine movimento terra e ricambi parti carro ha stretto una sinergia con Bosch Rexroth per la realizzazione di macchine operatrici sempre più versatili, agili e confortevoli. Ampia l'offerta di Sampierana, che nel 1993 acquisì Eurocomach che oggi offre due linee di prodotto fra miniescavatori e pale compatte gommate e cingolate. Negli ultimi anni i driver legati alle riduzioni delle emissioni e delle normative di sicurezza hanno accelerato il processo di digitalizzazione delle macchine operatrici e, dopo la digitalizzazione delle trasmissioni idrostatiche per molteplici applicazioni, con l'introduzione del concetto EOC, Bosch Rexroth completa la sua offerta di sistemi digitalizzati anche nella parte implement. «Nonostante l'espansione globale», la mission di Eurocomach, «vogliamo mantenere le radici ancorate al nostro territorio e creare soluzioni di qualità che diano valore aggiunto ai nostri clienti. Anche grazie alla collaborazione con un partner affidabile come Bosch Rexroth».



John Deere, economia sostenibile grazie a tecnologie intelligenti

In occasione del primo Sustainability Day, John Deere ha analizzato con il contributo di agricoltori, consulenti ed esperti le modalità con cui il settore della meccanizzazione agricola può contribuire a trovare un migliore equilibrio tra economia ed ecologia. In particolare, le soluzioni digitali possono ridurre l'impatto ambientale e aiutare gli agricoltori a raggiungere la stessa produttività, e persino migliorarla, con un minore utilizzo di fertilizzanti minerali, prodotti chimici e carburante. Markwart von Pentz, presidente della Divisione Ag di John Deere, ha sottolineato come «la digitalizzazione non sia solo un fattore chiave per rendere l'agricoltura più sostenibile, ma garantisce anche una maggiore trasparenza grazie a una documentazione delle operazioni più dettagliata». Nel corso del Sustainability Day John Deere ha individuato tre aree che hanno un particolare impatto sulla sostenibilità dell'agricoltura: la protezione del terreno a tutela del suolo tramite concetti innovativi, la fertilizzazione e la protezione delle colture per ridurre l'uso di prodotti chimici tramite un'applicazione più precisa.



Marchi forti sotto lo stesso tetto, AriensCo rileva AS-Motor Con la garanzia-Oberto pronti alle nuove sfide anche in Italia



Ariens ha acquisito il 100% delle quote societarie di AS Motor, marchio tedesco rappresentato in Italia da Oberto ottimamente posizionato sul mercato. Un'operazione che guarda al futuro, ma anche la certezza di rimanere competitivi anche in tempi di globalizzazione ed in un momento non facile come quello attuale. Con le prossime sfide già alle porte. A partire dall'innovazione con le nuove tecnologie.

In qualità di costola forte di AriensCo, AS-Motor può integrare in modo significativo il portafoglio del marchio principale e continuare a operare nella sua nicchia specifica. Inoltre, AS-Motor aiuterà la casa madre a posizionare i propri prodotti esistenti in modo ancora più forte in Europa. Così, AS-Motor ha trovato una nuova casa ad AriensCo, che amplierà ulteriormente l'unicità dello specialista dell'erba alta di Bühlertann e gli consentirà di investire nelle strutture già esistenti. Di conseguenza, AS-Motor può fare affidamento sul loro sostegno e beneficiare di un indubbio know-how. AS-Motor rimarrà quindi un partner forte per i suoi fornitori e partner di vendita. La richiesta di una qualità molto elevata, uno standard di servizio molto alto, un eccellente supporto da parte delle vendite e del marketing, nonché una buona fornitura di pezzi di ricambio, sarà soddisfatta anche da AS-Motor in futuro.

LORO ANNAFFIANO E TU TI RILASSI IRRIGATORI DI SUPERFICIE

MADE IN
ITALY
PREMIUM QUALITY

Report EGO, nel Regno Unito a benzina l'89% degli utensili da giardinaggio



Il Report di EGO si rivolge a tutti coloro che sono coinvolti nell'utilizzo degli utensili per il giardinaggio, dai privati agli utenti professionisti alle autorità locali. Attraverso la raccolta di dati, analisi e opinioni di esperti, l'indagine ha scattato la fotografia dello stato attuale del settore. La ricerca, che ha esaminato l'uso delle attrezzature per il garden nei comuni del Regno Unito, mostra che oltre l'89% degli utensili impiegati sono alimentati a benzina - per un consumo totale di oltre seicentomila litri di carburante/anno - e vengono utilizzati per mantenere spazi pubblici, parchi e anche campi da gioco scolastici.

Il Report è stato lanciato a supporto di Challenge 2025, «la "chiamata alle armi" di EGO per educare e incoraggiare tutti gli utilizzatori di attrezzature per esterni ad adottare utensili alimentati a batteria al posto di quelli ad alte emissioni alimentati a benzina, per un futuro più pulito, più silenzioso e più sicuro». Per quanto riguarda il mercato italiano secondo le stime di Brumar, distributore esclusivo di EGO per l'Italia, «la vendita dei prodotti a batteria continua a vedere una crescita importante e si sta affermando come trend per il settore. Le vendite di apparecchiature alimentate a batteria sono aumentate dal 20% al 40% in volume a seconda della famiglia di prodotti. In particolare, il comparto motoseghe è un mercato maturo (+10,8% rispetto lo scorso anno) che ha visto quasi raddoppiare l'adozione di modelli da potatura a batteria (+36,7%) rispetto a quelli a scoppio (+11,3%) e con motore elettrico a filo (-7,3%)».



I NOSTRI IRRIGATORI

- ideali per il tuo verde
- maneggevoli
- resistenti
- alleati del "fai da te"
- indispensabili per il giardinaggio
- diversi modelli per tutte le esigenze
- su slitta, a battente, oscillanti...scopri la gamma

IPIERRE
GARDEN
www.ipierre.eu



Power X-Change Freelexo Einhell, come godersi la bella stagione in pieno relax

Il robot tosaerba Freelexo si aggiunge alla ormai vastissima gamma di prodotti Power X-Change di Einhell, il sistema innovativo di funzionamento a batteria, che ha raggiunto quota 200 utensili ed è sempre più apprezzato da tutti gli appassionati di fai da te in giardino, casa e garage, perché assicura la massima libertà di lavoro, garantendo prestazioni ottimali. Disponibile in due versioni, da selezionare in base alle metrature del prato, Freelexo è pensato per chi vuole vivere il proprio giardino sempre in perfetto ordine senza faticare, perché al taglio del prato ci pensa lui mentre ti godi in pieno relax il tuo spazio verde. I modelli attualmente disponibili sono: Freelexo senza display LCD e Freelexo+ con display LCD ed è possibile scegliere gli accessori per l'installazione se si è in possesso o meno della batteria Power X-Change e del relativo caricabatterie. Il kit di base contiene il cavo perimetrale, i ganci di fissaggio, i morsetti di collegamento e le lame di ricambio. Freelexo è autonomo, libero di muoversi senza alcuna limitazione e, una volta terminato il taglio del prato, ritorna automaticamente alla base per la ricarica. Versatile, con la modalità di taglio multi-zona lo rende ideale anche per giardini di forma irregolare. Adattabile, considerato uno "scalatore" in quanto si muove tranquillamente in terreni sconnessi superando le pendenze fino al 35%. Ed intuitivo, perché è possibile inserire la regolazione tramite tastiera intuitiva o il display LCD per maggiore sicurezza, permette di inserire un codice PIN per la protezione antifurto.



Focus Nature Plants, lo studio delle piante condizionato da fattori estetici Mammola: «Blu dominante, ma conta anche l'altezza dello stelo»



Una ricerca, pubblicata sulla prestigiosa rivista internazionale *Nature Plants* e condotto da giovani ricercatori dell'Istituto di ricerca sulle acque del Consiglio nazionale delle ricerche di Verbania (Cnr-Irsa) e dell'Università Torino, in collaborazione con l'Università Federico II di Napoli, il Museo di scienze naturali di Berlino e la Curtin University in Australia ha rivelato che per gli scienziati "di campo" la scelta delle specie da studiare potrebbe essere influenzata da fattori estetici. Le piante hanno giocato un ruolo significativo nell'evoluzione della scienza moderna e le loro proprietà continuano ad essere al centro di importanti ricerche. «In questo studio», dichiara Martino Adamo, ricercatore del Dipartimento di Scienze della Vita e Biologia dei Sistemi dell'Università di Torino e primo autore dello studio, «abbiamo analizzato 280 articoli sottoposti a peer-review dedicati a 113 specie di piante tipiche delle Alpi sud-occidentali, pubblicati negli ultimi 45 anni. Abbiamo scoperto che alcune caratteristiche morfologiche, come gli steli più alti e i fiori dai colori ben visibili, siano tra i tratti che maggiormente attirano l'attenzione dei ricercatori». Interessanti le conclusioni. «Abbiamo osservato», aggiunge Stefano Mammola del Cnr-Irsa, «come le piante dai fiori blu sono molto più studiate rispetto a quelle con fiori scarsamente pigmentati (verdi o marroni). Anche l'altezza dello stelo, che in un certo senso è la capacità di una pianta di sveltare tra le altre e quindi 'farsi notare' dall'osservatore, è un fattore di selezione importante. Al contrario, e forse paradossalmente, il rischio di estinzione delle specie e i loro tratti ecologici non influiscono sulla probabilità che una specie venga studiata».

Rifugio per insetti ClickUp!

Gardena, la nuova casa delle api

Oltre il 75% delle colture alimentari mondiali è il frutto del lavoro delle api. Secondo la FAO (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura), 71 delle 100 colture più importanti al mondo si riproducono grazie all'impollinazione. Gardena, per la loro protezione, propone il Rifugio per insetti ClickUp!, una vera e propria casa per proteggere gli insetti del giardino e garantire loro un riparo sicuro.

Ha la profondità di 11 cm, la larghezza di 14,9 cm e l'altezza di 36,8 cm. Dotato di un particolare design, studiato per ospitare diversi tipi di insetti, il Rifugio per insetti ClickUp!, come una casa, è composto da: 2 stanze per api selvatiche, 1 stanza per farfalle e 1 stanza per coccinelle. Il telaio del Rifugio per insetti è fatto in legno resistente FSC® 100%, laccato biologicamente per poterlo utilizzare durante tutto l'anno.



Mossa Brico io,

Garanteasy per la gestione semplice delle garanzie

Brico io ha adottato il servizio Garanteasy per rendere ancora più semplice e veloce la gestione delle garanzie sui prodotti venduti. Garanteasy è un servizio di archiviazione automatica su cloud dei documenti d'acquisto, delle schede tecniche, dei manuali e delle garanzie (legali, convenzionali ed estensioni) sui prodotti acquistati. Garanteasy, inoltre, avvisa i consumatori prima della scadenza delle garanzie e permette di richiedere assistenza con un semplice click dalla propria area riservata. I clienti Brico io potranno scegliere se acquistare di volta in volta il servizio Garanteasy o di sottoscrivere un abbonamento annuale grazie al quale saranno archiviate le garanzie di tutti gli acquisti effettuati presso uno qualsiasi dei punti vendita della catena. «Ci è nota la nostra apertura all'innovazione», la fotografia di Paolo Micolucci, consigliere delegato di Brico io, «così come ci è nota la nostra facilità di collaborazione con partner specializzati nei diversi settori. Questo ci consente velocità nei tempi di realizzo e ottimizzazione degli investimenti in sviluppo e struttura. Abbiamo conosciuto Garanteasy a inizio anno, trovando interessante la proposta in pochissimo tempo l'abbiamo lanciata sui nostri negozi».

Garanteasy è un servizio di archiviazione automatica su cloud dei documenti d'acquisto, delle schede tecniche, dei manuali e delle garanzie (legali, convenzionali ed estensioni) sui prodotti acquistati. Garanteasy, inoltre, avvisa i consumatori prima della scadenza delle garanzie e permette di richiedere assistenza con un semplice click dalla propria area riservata. I clienti Brico io potranno scegliere se acquistare di volta in volta il servizio Garanteasy o di sottoscrivere un abbonamento annuale grazie al quale saranno archiviate le garanzie di tutti gli acquisti effettuati presso uno qualsiasi dei punti vendita della catena. «Ci è nota la nostra apertura all'innovazione», la fotografia di Paolo Micolucci, consigliere delegato di Brico io, «così come ci è nota la nostra facilità di collaborazione con partner specializzati nei diversi settori. Questo ci consente velocità nei tempi di realizzo e ottimizzazione degli investimenti in sviluppo e struttura. Abbiamo conosciuto Garanteasy a inizio anno, trovando interessante la proposta in pochissimo tempo l'abbiamo lanciata sui nostri negozi».

Garanteasy è un servizio di archiviazione automatica su cloud dei documenti d'acquisto, delle schede tecniche, dei manuali e delle garanzie (legali, convenzionali ed estensioni) sui prodotti acquistati. Garanteasy, inoltre, avvisa i consumatori prima della scadenza delle garanzie e permette di richiedere assistenza con un semplice click dalla propria area riservata. I clienti Brico io potranno scegliere se acquistare di volta in volta il servizio Garanteasy o di sottoscrivere un abbonamento annuale grazie al quale saranno archiviate le garanzie di tutti gli acquisti effettuati presso uno qualsiasi dei punti vendita della catena. «Ci è nota la nostra apertura all'innovazione», la fotografia di Paolo Micolucci, consigliere delegato di Brico io, «così come ci è nota la nostra facilità di collaborazione con partner specializzati nei diversi settori. Questo ci consente velocità nei tempi di realizzo e ottimizzazione degli investimenti in sviluppo e struttura. Abbiamo conosciuto Garanteasy a inizio anno, trovando interessante la proposta in pochissimo tempo l'abbiamo lanciata sui nostri negozi».



MACCHINA INTERRAFILO

| PER INTERRARE FILI FINO A 10 MM DI DIAMETRO |



600MH*
ALIMENTAZIONE
A BENZINA



600MH-Li**
ALIMENTAZIONE
A BATTERIA AGLI
IONI DI LITIO



***MOTORE BENZINA**
Honda GXH-50 - 4 tempi
Potenza: 1,6 kW - 2,1 hp



****MOTORE ELETTRICO**
Motore elettrico Brushless per
batterie 80/82 V agli Ioni di litio
Potenza: 1,0 kW - 82 V[†]
[†]Batterie e caricabatteria venduti separatamente.



Distributore per l'Italia:
RICCA ANDREA & C. SNC
Via Vecchia di Cuneo, 57
12022 Busca (CN)
Tel. 0171.946709
info@thor-italy.com
www.thor-italy.com

Euroflora ospite a Shanghai del China Flower Expo

Il presidente Ferrando: «Orgogliosi della partnership»

Ecologia, innovazione, umanità e condivisione sono i temi portanti di China Flower Expo, la grande esposizione appena inaugurata nell'area di Shanghai all'interno della contea di Chonming, da cinquecento anni considerata la culla dei fiori del Paese. Grazie a un protocollo d'intesa firmato a Genova nell'agosto scorso da Giuseppe Zhu, presidente associazione Cina-Italia di Shanghai, parlamentare e delegato del governo cinese per i rapporti Italia e il presidente di Porto Antico di Genova Spa Mauro Ferrando, Euroflora è presente a China Flower Expo all'ingresso dell'area dedicata alle eccellenze floricole estere con un progetto firmato dallo Studio Lavarello, autore del progetto dell'edizione 2022. «Siamo orgogliosi di aver concretizzato questa partnership» ha sottolineato il presidente Ferrando, «che suggella una relazione di reciprocità che porterà la Cina alla prossima Euroflora, in programma dal 23 aprile all'8 maggio del 2022 nei Parchi e nei Musei di Nervi. Siamo grati al senatore Zhu, a Masterplant, alla Regione Liguria e al Comune di Genova per aver promosso questa collaborazione che rientra negli accordi di sviluppo bilaterali siglati da FILSE». A conferma dell'attrattiva internazionale della manifestazione a livello business, l'Agenzia Ice sta strutturando per Euroflora 2022 due missioni di operatori provenienti da vari Paesi europei ed extraeuropei interessati a potenziare le relazioni commerciali, o a intraprenderne di nuove, con le aziende italiane presenti. «Genova protagonista a "China Flower Expo", grazie al giardino creato da Euroflora, è un'occasione importante», ha affermato il sindaco di Genova, Marco Bucci, «per promuovere la nostra città nell'estremo oriente. Grazie al team di Euroflora e all'associazione Cina - Italia Shanghai che in questi mesi hanno lavorato per raggiungere questo obiettivo. Nel 2022 accoglieremo la delegazione cinese nella nostra città per la nuova edizione di Euroflora, sicuri che sarà una grande festa internazionale».



Macchine agricole, la componentistica riparte a cento all'ora

Incrementi a doppia cifra, anche nei mercati extraeuropei

La componentistica per le macchine e le attrezzature agricole riparte con un ritmo superiore ad ogni previsione. I dati dell'indagine periodica realizzata da Comacomp (FederUnacoma) sulla base delle rilevazioni presso le aziende associate indica una netta crescita del fatturato totale nel primo trimestre dell'anno. Il 51,5% delle imprese censite registra infatti incrementi superiori al 20%, e un altro cospicuo numero di aziende (22,5%) registra incrementi compresi fra l'11 e il 20%. È soprattutto sul mercato interno che la maggioranza delle aziende (il 60%) ha visto crescere il giro d'affari, ma il trend espansivo ha interessato anche la quota di fatturato generata dalle esportazioni. Grande incidenza hanno le vendite nell'area europea, dove circa la metà delle aziende italiane ha rilevato incrementi di fatturato superiori all'11% e dove un'azienda su cinque ha registrato incrementi superiori addirittura al 20%. Anche i mercati extraeuropei hanno avuto un andamento positivo: il 53% del campione ha infatti registrato una crescita del business, mentre una quota significativa di aziende (35%) si è mantenuta sui livelli dello scorso anno. Secondo le previsioni di Comacomp, la congiuntura favorevole dovrebbe confermarsi nei prossimi mesi visto che il dato sugli ordini risulta essere in netta crescita: per il periodo aprile-giugno il 29% delle aziende censite stima un aumento delle commesse superiore al 20%, mentre per un ulteriore 26% la crescita sarà compresa tra l'11 e il 20%. La componentistica si conferma dunque uno dei settori trainanti della meccanica agricola, sia per il valore della produzione (superiore ai 2,7 miliardi di euro) sia per la capacità di proporre soluzioni altamente innovative.

Pirelli Supersport, trionfa Lagonigro Zanetti Motori va sempre più veloce

Zanetti Racing Team protagonista della Coppa Pirelli Supersport col primo posto conquistato da Vincenzo Lagonigro con la sua Ducati 955 V2. «La gara è stata positiva», il suo quadro alla fine della corsa, «abbiamo fatto dei passi in avanti e migliorato anche il tempo sul giro più il passo gara. All'inizio non sono partito bene, ma con la bandiera rossa c'è stata una seconda partenza dove sono scattato meglio, riuscendo ad avvicinarmi ai primi. Ho vinto la mia categoria e questo è un bel risultato in vista della prossima gara. Dobbiamo continuare così e migliorarci ancora». Un motivo d'orgoglio ulteriore per Zanetti Motori, che sta portando avanti con successo il progetto Zanetti Motori Racing Team. Oltre ad aver finanziato l'intero disegno come title ed exclusive sponsor della scuderia pugliese, Zanetti si preglia di esserne già da tempo partner tecnico anche attraverso la fornitura di due gruppi elettrogeni, ZBG2000i e ZBG4500C, utili ad erogare l'energia elettrica necessaria per mantenere in temperatura le gomme della moto di Lagonigro sulle griglie di partenza dei circuiti da lui battuti negli ultimi anni.



RAPTOR 800



**POTENZA
E
CONTROLLO
NELLE TUE
MANI**

Falciatutto Radiocomandato.



VANGUARD



Rateizzare i pagamenti resta opzione validissima per mettere in discesa la vendita ma anche per iniziare a costruire col cliente un rapporto duraturo e proficuo. Leva da spingere, specie adesso

LA BOCCATA D'ARIA DEI FINANZIAMENTI

Massima flessibilità. Pagamenti? Non è quello il problema. «La modalità con cui il cliente decide di sanare il debito è ininfluente. Non deve esistere difficoltà alcuna da questo punto di vista», la premessa di Luca Portioli, esperienza di decenni nel commerciale nel settore-auto ma anche grande appassionato di giardinaggio e piccola agricoltura che pratica nel tempo libero nella quiete di Mantova. Altri ritmi in ufficio, nei saloni d'esposizione, fra una consulenza ed una trattativa. «Il problema è non comprare, non è certo come pagare. L'importante è che il cliente finalizzi i suoi desideri e le sue necessità. Ed il finanziamento è uno strumento fantastico. Nell'immobiliare per una casa, nell'automotive per una macchina. Anche se non tutti dilazionano. Non tutti hanno bi-

sogno di ricorrere al credito al consumo. Anche se le conseguenze della pandemia la assaggiamo oggi ma le vedremo l'anno prossimo, forse anche nel 2023. Vedremo anche quella che sarà la consistenza della spirale inflazionistica, visto che tante materie sono in zona Oriente», il fermo immagine di Portioli, a metà fra lo sguardo sull'oggi e la proiezione sul domani.

PASSAGGIO OBBLIGATO. La regola è una soprattutto: «Il pagamento va sempre onorato, fa niente se lo fai a rate». Punto di partenza. Di sicuro per pagare ci sono più modi. Allargando il ventaglio non solo all'immediato ma anche al dopo. «Comprare a rate, al di là di tutto, è la routine. Chi acquista un'auto», spiega Portioli, «paga più o meno il 50% delle volte in contanti ed il 50% col finanziamento, ma indipendentemente dalle autovetture il consumatore è allenatissimo ormai nel comprare così. Oggi si rateizza anche il telefonino, con la proposta dello smartphone a dieci euro al mese ormai tutti ne hanno uno. Fateci caso». L'esempio è chiaro, ma il negoziante deve fare anche i conti con chi ha di fronte. Ed adeguarsi in base a tante variabili, una su tutte: «L'età ha la sua incidenza. Se parliamo con un under 40 o un under 50 è un conto, se invece abbiamo di fronte un over 40 o 50 lo scenario non può essere lo stesso. Per un giovane pagare a rate è quasi la normalità, anche per una questione pratica. Se prendiamo in considerazione un uomo che ha passato i quaranta possiamo pensare ad una persona già realizzata e si sottintende abbia una certa patri-



monialità. L'abilità del venditore in ogni caso è quella di riconoscere la situazione dopo le prime parole del cliente, deciptarla nel modo giusto e capirne limiti e quindi marginalità operativa». E poi prendere la strada giusta.

PRIMA OPZIONE. Il cliente va sempre coccolato. «Se vediamo che è motivato all'acquisto ma c'è un elemento che lo rallenta cerchiamo di capire che può essere proprio la situazione economica. E allora perché non tendergli la mano con un finanziamento? Attenzione però, spesso si corre il rischio di immaginare il pagamento a rate come un'alternativa o una leva di riserva. Sbagliato invece. Il venditore deve giocarsi questa chance non per ultima, ma quasi per prima. Se un cliente non compra perché non ne ha le possibilità vuol dire anche che il commerciante è miope perché non ha capito le vere necessità di un cliente che magari, trattato in un certo modo, può dare origine ad un acquisto o meglio ad un rapporto in grado di durare nel tempo. Poter proporre un finanziamento ci dà maggiori possibilità di chiudere la trattativa. Per carità, c'è anche il cliente che cerca di imporre il prezzo. Da respingere con fermezza, c'è qualcuno che entra in negozio e vuole decidere per te. Sbagliato, ovvio. Qualcuno si avvicina anche in maniera prepotente. Non succede nella grande distribuzione, ma quando nel piccolo negozio hai davanti il proprietario qualche inconveniente in questo senso lo si registra. Ripeto, il finanziamento è una bella carta da giocare. Magari meno attuata da chi ha un negozio di paese con una gestione più antiquata. Se invece c'è un negozio con un supporto di giovani e con vedute naturalmente diverse rispetto a chi li ha preceduti fra nonni e genitori che ai propri nipoti e figli hanno dato potere allora ecco che certi moderni modi di vendere possono essere applicabili con serenità. Non credo sia una questione o ci siano differenze fra consumatori hobbisti e professionisti. Dipende più che altro dal soggetto. Magari il giardiniere ed il manutentore magari sono impegnati con dei capitali e si tengono il denaro liquido per fare dell'altro. Sta al venditore capire chi si ha davanti. E regolarsi di conseguenza».

ALTRO CAMMINO. Non solo nuovo. Nelle auto e nel giardinaggio. Tendenza confermata anche di questi tempi. «Vero, proprio così. Si vende bene l'usato, si vende il semestrale,



si vende l'aziendale. L'usato sotto i cinquemila euro da una parte, la macchina davvero importante dall'altra. Il segmento intermedio se non è sparito di sicuro sta soffrendo molto. L'usato è un segmento tutto da esplorare, ma se funziona per le automobili perché non dovrebbe funzionare per il garden? Io, da appassionato, ho anche proposto la sostituzione dei miei attrezzi ma soprattutto un ringiovanimento tecnico del mio parco-macchine. Esiste una piccola fetta di consumatori che ogni cinque-sei anni desidera aggiornare i propri prodotti. Il ragionamento credo sia anche logico: se una macchina nuova costa 500 io ridò indietro quella usata, valutata magari 200 su per giù. E con 300 ne compro una nuova. Il vantaggio credo ce l'abbiano tutti. Soprattutto il venditore che ha venduto una macchina nuova, può ricollocare sul mercato una vecchia ma tenuta benissimo e così accontenta il cliente esigente come posso essere io così come quello che vuole semplicemente un prodotto più da prezzo ma comunque affidabile. Ed in più hai catturato un potenziale cliente nuovo. Magari un usato professionale costa come uno nuovo di estrazione cinese e di relativa qualità, ma alla fine è sempre il venditore che narra il prodotto e alla fine fa la differenza. Ricordando di una questione che è alla base del nostro lavoro: quando si vende un oggetto così come una macchina da giardino o un'automobile il rapporto non finisce in quel momento. Inizia in quel momento. La vendita è una questione spesso e volentieri di complicità, un investimento destinato a durare nel tempo se il rapporto è coltivato nella giusta maniera. Anche con un finanziamento, anche con la vendita a rate. Non è un ripiego. Anzi».

Un ruolo sempre più rilevante, un peso ancor più deciso all'interno del mercato. Testimoniato dai numeri, da dati ogni giorno più interessanti. Con balzi in avanti senza sosta. E tanti margini ancora da catturare

VENDITE ONLINE, MARCIA CONTINUA

Numeri chiari. Nel 2020 gli acquisti online degli italiani sono cresciuti del +3,4% e hanno raggiunto i 32,4 miliardi di euro. Una dinamica caratterizzata fortemente dagli effetti della pandemia che hanno generato un andamento opposto tra i comparti di prodotto – cresciuti del +45%, pari a 25,9 miliardi di € - e quelli di servizio, al contrario, calati del -52%, per un valore degli acquisti online ridotto a 6,5 miliardi di euro. Questi i principali dati presentati alla sedicesima edizione del Netcomm Forum sul mercato eCommerce B2c in Italia. Secondo l'ultima indagine dell'Osservatorio eCommerce B2C - Netcomm School of Management del Politecnico di Milano, i comparti di prodotto hanno registrato online, nel 2020, una crescita esplosiva: in valore assoluto vi è stato un incremento di 8 miliardi

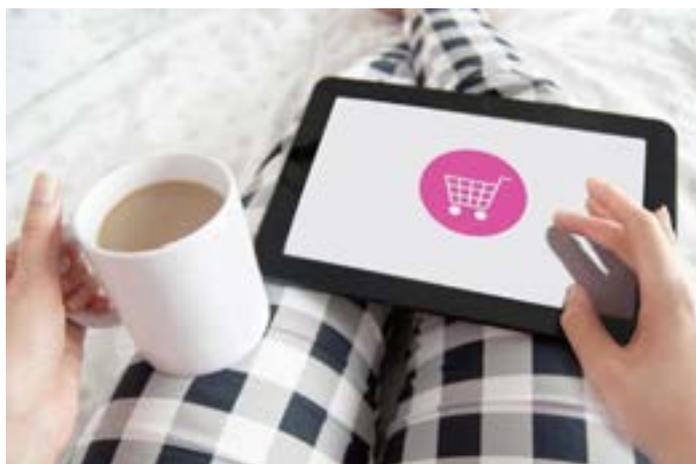
di euro rispetto al 2019, trainati da Informatica ed Elettronica di consumo (+1,9 miliardi di euro), Food&Grocery (+1,3 miliardi di euro) e Arredamento e Home Living (+1,1 miliardi). La penetrazione dell'online sul totale acquisti retail, complice il crollo dei consumi offline a causa delle restrizioni al commercio fisico dovute alla pandemia, registra un significativo balzo in avanti e passa dal 7% del 2019 al 9% del 2020.

QUINTA E SESTA MARCIA. L'eCommerce è in questo particolare momento storico l'unico motore di crescita del commercio e gioca sempre più un ruolo rilevante e decisivo nelle strategie dei merchant e dei retailer. «Per continuare a sostenere l'evoluzione digitale delle imprese e contribuire con la rete del valore del digital retail alla crescita del sistema economico italiano», spiega Roberto Liscia, presidente di Netcomm, «occorre un cambio di paradigma, ovvero ragionare con una visione di "Connected Economy" che aggregi e sappia creare sinergie per cittadini, consumatori, imprese e pubblica amministrazione. È necessario sviluppare un programma concreto di transizione al digitale che supporti e faciliti le imprese in un processo definitivo e irreversibile, connettendo sistematicamente i distretti, le filiere industriali, gli organi pubblici e le imprese, affinché si possano offrire ai cittadini e ai consumatori benefici e servizi in linea con i nuovi stili di vita e supportare le aziende nell'essere sempre più sostenibili e competitive». Ma non solo. «Rispetto alle prime stime negative», il punto di Riccardo Mangiaracina, responsabile scientifico dell'Osservatorio eCommer-



ce B2c - School of Management del Politecnico di Milano, «l'eCommerce B2c italiano ha chiuso il 2020 con un saldo positivo di crescita. Il brusco calo registrato dai servizi, in primis dal comparto Turismo e Trasporti, è stato infatti più che compensato dalla straordinaria crescita dei prodotti, spinti dal nuovo lockdown introdotto negli ultimi due mesi dell'anno. La pandemia ha avuto un duplice impatto. Da un lato, contrariamente a quanto si possa pensare, ha frenato la crescita del mercato eCommerce B2c in Italia, che certamente sarebbe stata più elevata senza l'emergenza sanitaria, con l'eccezione di alcuni settori merceologici come il Food&Grocery in cui ha provocato un'accelerazione del mercato online. Dall'altro ha anche modificato gli equilibri tra online e offline forzando l'offerta a soddisfare le mutate esigenze di consumo e ad accelerare il suo processo di digitalizzazione e spingendo i consumatori a un utilizzo più frequente dei canali online. Questi cambiamenti sono segno di una generale maturazione che permetterà all'eCommerce B2c italiano di continuare a crescere anche nel 2021. In particolare, ci aspettiamo un ulteriore aumento degli acquisti online trainato da un consolidamento nei comparti di prodotto e da una leggera ma significativa ripresa dei servizi».

IL VALORE DELLA FILIERA. Quella del Digital Retail oggi è una vera e propria filiera anche nel nostro Paese, la cui rete del valore include sia le realtà che vendono online (Merchant e Brand Owner) che le imprese che erogano servizi legati allo scenario digitale per un totale di 678mila imprese, e che rappresentano il 34% del totale delle imprese di capitali in Italia (1,9 milioni). In base ad una ricerca di Netcomm condotta da The European House - Ambrosetti, già nel 2019, prima dell'avvento della pandemia, l'e-commerce era stato uno dei settori che aveva incrementato di più il proprio peso relativo sul fatturato complessivo, incidendo profondamente sulla crescita sia del fatturato del totale delle attività economiche (+19,2%), sia sulla crescita dell'occupazione delle imprese italiane (6,7% sul totale). Nel 2020 gli operatori che si sono affidati in parte o del tutto alla rete di vendita digitale hanno visto crescere in maniera importante i ricavi delle vendite e delle attività legate all'e-commerce: durante il lockdown, infatti il 50% dei Merchant e Brand owner ha aumentato il proprio fatturato di vendita online di oltre il 100%, mentre per il 50% dei Business partner questa crescita si è attestata tra +21% e +75%. Fondamenta-



le oggi una riflessione per quei comparti che sono ancora in sofferenza, su tutti quello del Turismo: urge un approccio sistemico e di filiera che coinvolga l'intera rete del valore aggregando anche quegli operatori che ancora non sono riusciti a trarre vantaggio dall'intera offerta dell'ecosistema tecnologico internazionale e a creare momenti professionalizzanti e formativi per la forza lavoro attualmente impiegata e per quella del futuro.

NUOVO CONSUMATORE. Da una ricerca di Netcomm realizzata in collaborazione con MagNews sulla trasformazione dei percorsi di acquisto dei consumatori tra il 2020 e il 2021 nei settori Fashion, Food e Personal Care sono state individuate cinque nuove tipologie di consumatore (Consumatore Contemporaneo, Fast Shopper, Offline Buyer, Omnichannel Shopper e Digital First). Il trend principale è un consistente trasferimento del comportamento d'acquisto da un approccio prevalentemente fisico o omnicanale (acquisti sia online che offline) a favore di uno "Digital First" (acquisti solo online).

Secondo la ricerca nella categoria dei "Consumatori digitali" rispetto al 2020 si è registrata una crescita rilevante degli acquisti online in tutti e tre gli ambiti considerati: da 2% a 12.9% negli acquisti di ambito Fashion, da 2% a 9.9% negli acquisti di ambito Food, da 2% a 12.8% negli acquisti di ambito Personal Care. Inoltre, dall'indagine emerge che i digital wallet e le recensioni online sono i touchpoint più rilevanti nell'abilitazione degli acquisti via web. Il momento del pagamento non conclude solo l'esperienza d'acquisto, ma è anche un fattore strategico di marketing per le aziende della filiera. Le review online sono ormai uno strumento fondamentale per i consumatori.

Il negozio tradizionale ha fatto registrare un'interessante crescita nel primo trimestre, anche se costretto sempre a fare i conti coi numeri notevoli del canale online. Aspettando il vero ritorno alla normalità

PUNTI VENDITA, SALE LO SPECIALISTA

GFK

Senza soluzione di continuità. Secondo gli ultimi dati GfK, i nuovi bisogni emersi con la pandemia stanno continuando a condizionare fortemente gli acquisti degli italiani, che continuano premiare in particolare Tech e Largo Consumo. Ma alcuni fenomeni stanno già rallentando e ci sono le premesse per un graduale ritorno alla normalità se - come sembrerebbe dagli ultimi dati epidemiologici - l'emergenza continuerà a rallentare nei prossimi mesi. I primi tre del 2021 sono stati decisamente positivi per il mercato italiano della Tecnologia di consumo, che è cresciuto complessivamente del +28,5% rispetto allo stesso periodo del 2020. Tutto sta tornando come prima, con la giusta cautela ma anche ritmi che non potranno che aumentare.

LA VERA VETTA. Il mese che ha registrato la crescita maggiore è stato marzo, che ha registrato una crescita a valore del +66% anno su anno. Un trend che non stupisce, se pensiamo che marzo 2020 è stato il primo mese veramente impattato dalla pandemia.

Interessante notare che anche il confronto tra gennaio e febbraio 2021 con gli stesso mesi del 2020 - quindi prima del lockdown - rimane comunque positivo, con una crescita rispettivamente del +17% e del +19% a valore. La crescita delle vendite nel primo trimestre dell'anno ha riguardato sia i punti vendita tradizionali (+23,1%) sia il canale online (+47,8%) che alla fine di marzo è arrivato a pesare un quarto del totale delle vendite a valore. Anche analizzando i segmenti che compongono la Tecnologia di consumo si nota una crescita generalizzata: tutti i comparti sono positivi, compresi l'Home Comfort (+10,6%) e la Fotografia (+15,2%) che avevano registrato una tendenza negativa nel corso di tutto il 2020.

CENTRO NEVRALGICO. Il settore con la crescita più sostenuta è ancora una volta l'IT Office che ha segnato un +41,4% rispetto allo stesso periodo del 2021, confermando un trend positivo iniziato lo scorso anno per effetto dello smartworking e della didattica a distanza e che non sembra ancora esaurirsi.

La forte crescita a valore di questo comparto si deve associare anche alle difficoltà dell'offerta globale di semiconduttori, che sta influenzando l'andamento dei prezzi. Continuano a crescere anche le vendite del Piccolo Elettrodomestico (+35%) e



del Grande Elettrodomestico (+29,5%) che confermano la tendenza degli italiani a rinnovare o ampliare la propria dotazione tecnologica per vivere meglio l'ambiente domestico, in particolare per quanto riguarda la preparazione del cibo, la pulizia e la cura della persona. Cresce del +29% anche l'Elettronica di consumo, con performance particolarmente positive per il segmento TV. Dopo i rallentamenti del 2020 torna a crescere a doppia cifra anche il comparto della Telefonia (+19%), il più importante per il mercato italiano della Tecnologia di Consumo per giro d'affari. Il mercato della tecnologia è destinato a crescere almeno per tutto il primo semestre in quanto la domanda continua a essere alta. Unica variabile da tenere in considerazione sarà lo "shortage" di prodotto e i problemi di logistica legati all'arrivo della merce, che stanno impattando tutti i settori.

QUADRO CHIARO. Dopo un 2020 molto positivo per il Largo Consumo, anche quest'anno si apre una crescita a valore per il mercato italiano. Nonostante questo, nei primi tre mesi dell'anno i dati GfK Consumer Panel mettono in luce come alcuni fenomeni che erano emersi lo scorso anno stiano lentamente rallentando.

Dopo un 2020 caratterizzato prevalentemente da riduzioni di frequenza di acquisto e carrelli decisamente più grandi ("One Stop Shopping"), si assiste negli ultimi mesi ad una ripresa della frequenza di acquisto (+3,5% medio di gennaio-febbraio e +16,4% a marzo) ed un ritorno a carrelli di dimensione più normale (rimanevano di media al +7% in gennaio-febbraio ma mostrano i primi segnali di calo a marzo con un -12%). La situazione non è ancora tornata ai livelli precedente alla pandemia, ma tutti i trend sembra prefigurare un lento ritorno alla normalità per quanto riguarda le modalità di fare la spesa degli italiani.

AL TIRAR DELLE SOMME. Alcune delle abitudini di acquisto emerse durante la prima fase della pandemia continuano comunque a condizionare il mercato anche nei primi mesi del 2021. L'emergere di nuovi bisogni da parte dei consumatori continua a influenzare il numero di categorie acquistate, che risulta ancora sopra la media rispetto al periodo precedente la pandemia. Benessere,



Autenticità e Sostenibilità rimangono dei driver di crescita importanti e confermano ancora una volta l'affermarsi dell'orientamento ReThink tra i consumatori italiani. Proseguono inoltre le difficoltà dei target degli Shopper Millennials, che contraggono già ora la spesa totale (-0,6% nella fase delle 3 zone, da novembre 2020 a marzo 2021) in un mercato sempre più sostenuto da Shopper Senior, non sempre adeguatamente considerati dalle Aziende come target potenziale.

Dal punto di vista dei canali di vendita, i dati GfK Consumer Panel confermano la crescita dell'online e dei discount: il primo raggiunge il 46,6% di Penetrazione nel Largo Consumo Confezionato (+6,7 rispetto allo anno scorso) mentre il Discount raggiunge la Penetrazione massima storica dell'82,4% (+1,3).

Si stabilizza invece la frequentazione dei negozi di prossimità - che erano cresciuti molto lo scorso anno, specie durante il primo lockdown - e diminuisce ancora la penetrazione degli Ipermercati (-3,5), come già successo nel 2020. Sicuramente i prossimi mesi saranno più difficili, con controcifre rispetto al 2020 che cominceranno ad essere negative e al contempo con una crescente complessità da gestire, per via di uno Shopper post-covid molto cambiato anche nei comportamenti più consolidati. La ripresa del Fuori Casa limiterà ulteriormente la crescita dei consumi domestici, anche se probabilmente anche questi comportamenti saranno soggetti a forti complessità e mutamenti anche radicali di abitudini.

Punti tutti all'ordine del giorno, tracce da irrobustire nei prossimi mesi. Attendendo la definitiva schiarita. Liberatoria.

«STAGIONE DA 8, METEO DECISIVO»

Artusi Garden sta vivendo mesi parecchio proficui, sempre ad alto ritmo. «La pioggia ci ha aiutato molto, andremo avanti così fino a luglio. L'anno scorso non è stato facile, ma abbiamo sempre guardato avanti. E i fatti ci hanno dato ragione»

Tre camion per autotrasporti acquistati in Abissinia, fra guerre e tensioni forti. Comprati ma poi perduti, nel pieno Novecento. Tanto da dover ricominciare daccapo. Con un'officina meccanica anche di auto, moto e mezzi pesanti. A Dolo, proprio nel punto in cui la famiglia Artusi ha costruito la sua bella azienda di famiglia. Partendo da nonno Vittorio, passando da Giuseppe e quindi ai figli Vittorio e Stefano, i cui figli Anna e Alberto sono ora gli ultimi anelli di una catena efficientissima. Artusi Garden è adesso una garanzia, sinonimo di qualità nel Nord Est da sem-



VITTORIO ARTUSI

pre perfetto esempio della piccola e media impresa che ha fatto scuola in tutto il mondo. Orgogliosi tutti ora. «La stagione sta andando molto bene, più o meno sui livelli del 2019 e chiaramente superiore a quelli dell'anno scorso», il primo affresco di Vittorio Artusi, come sempre pieno di lavoro in un inizio di giugno a ritmi veloci almeno quanto è stata l'avvio della primavera.

Artusi, un passo indietro intanto...

«Abbiamo tutti dovuto fare i conti con la pandemia. Per due mesi le vendite sono state bloccate, il giardinaggio aveva le spalle al muro. L'agricoltura è andata bene, se non addirittura meglio di analoghi periodi. Chi però fa soprattutto garden non poteva non soffrire un po'. Da mettere in preventivo, insieme alla certezza che prima o poi avremmo ricominciato a fare quel che abbiamo sempre fatto. Così come in effetti è stato».

E adesso...

«Altra musica. Anche il tempo ci ha dato una



IL NOSTRO TEAM

notevole mano. C'è stata la giusta pioggia. E l'erba è cresciuta come si deve, tanto che la stagione l'avremo su alti ritmi fino a luglio inoltrato. Poco ma sicuro. Il meteo ci ha sicuramente aiutato, il resto l'abbiamo fatto tutti insieme. Facendo ripartire la filiera».

La vostra area come ha risposto?

«Siamo fra Padova e Venezia, ci sono appezzamenti soprattutto medio-piccoli. Quindi macchine non grossissime. Il fatturato è diviso fra privato e scontrino così come aziende. Diciamo 60% privati e 40% professionisti. Si lavora bene, si lavora tanto. Come piace a noi».

E coi pagamenti?

«Problemi di soldi tendenzialmente non ce ne sono. Da questo punto di vista la zona è solida».

I prodotti più venduti?

«Quelli a batteria, l'indirizzo pare ormai piuttosto chiaro. Importante è avere una bella gamma, soprattutto profonda e diversificata. Noi l'abbiamo».

Il momento di maggior sconforto nei momenti bui?

«Mai avuto uno. Non vai da nessuna parte se ti guardi indietro e non reagisci. Amo pensare positivo. E rimbocarmi le maniche».

I ritardi nelle consegne delle macchine?

«I trasporti mondiali sono bloccati, i costi stanno moltiplicando, bisogna aspettare mesi e mettersi anche in coda altrimenti si rischia di perdere la priorità. Qualche lettera che preannuncia l'aumento dei prezzi ci è già arrivata».

Soluzione?

«Le macchine in casa manterranno i prezzi vecchi, sperando come crediamo che nel giro di tre o quattro mesi l'onda si affievolisca. E l'aumento possa scendere dal 5% magari al 2%, rendendolo quindi più digeribile».

Il cliente come sta reagendo?

«È sempre lo stesso. Quello di sempre. Pretende soprattutto, ma non è una novità. C'è quello gentile e quello che lo è un po' meno. Niente di nuovo sotto il sole».



Internet sì o no?

«Non puoi ignorarlo, non puoi farne a meno. Tanti clienti che entrano in negozio ti dicono subito che questa e quella macchina l'hanno già "studiata" sul web. Inevitabile nel 2021. Anche noi abbiamo la nostra sezione di e-commerce, non vendiamo tantissimo ma allo stesso tempo non possiamo non avercela. L'unico vero pensiero è l'equilibrio da mantenere fra il tempo che inevitabilmente va dedicato alla sezione e-commerce e le risorse da spendere per alimentarlo a dovere».

Credeva in mesi tanto positivi?

«Non fino a questo punto. Ma sono sempre stato ottimista di natura. Ed il giardinaggio in certi momenti ha sempre risposto presente».

Voto alla stagione finora?

«Bello alto. Otto pieno».

La preoccupazione maggiore adesso?

«Quella di sbagliare gli acquisti e arrivare all'inverno con la coperta un po' corta per quel che riguarda i pagamenti. Tutti conti che però abbiamo sempre dovuto fare. A maggior ragione stavolta».



Ormai senza troppi compromessi il mercato, diviso fra il prodotto di fascia alta e quello di primo prezzo. Eppure a metà strada ci sono tante opportunità, anche se mai davvero sfruttate fino in fondo

«FASCIA MEDIA DA RIALIMENTARE»

Il solito vuoto. A metà, zona scoperta fra il prodotto d'alta fascia e l'area dell'entry level. L'area di mezzo c'è e non c'è. «Tutti vogliono o quel che costa tanto o quel che non costa nulla. Ma c'è un segmento che può dare dei frutti. E interessanti sorprese», il punto di Luca Portioli, esperto di dinamiche commerciali a partire dal suo settore, quello dell'automotive. «C'è una parte di clientela non soddisfatta, per certi versi bloccata proprio perché manca il prodotto da opportunità. I numeri dicono che su dieci consumatori sette acquistano il prodotto "popolare" e tre quello d'alta qualità, ma fra una soluzione da dieci ed una da trentacinque c'è un corridoio parecchio attrattivo, se solo venisse alimentato. C'è gente

che, anche solo mentalmente, non vuole spendere una follia ma neanche va a prendersi l'articolo che poi corre il rischio di dover sostituire», continua Portioli, giusto a lastricare la strada in una striscia ormai parecchio inaridita. «Quella zona di mercato è stata solo tralasciata, trascurata anche se alla fine di occasioni ne offre tante. Un'area che s'è soltanto addormentata, ma che esiste ed ha anche un certo cuore pulsante. Anche se snobbata da tutti. Non sono pienamente d'accordo», l'obiezione di Portioli, «con chi dice che oggi il mercato è solo in alto o in basso. È chiaro però che la striscia di mezzo va stimolata. Per me ne vale assolutamente la pena, perché di soddisfazioni può darne molte».

SCOMMESSA SICURA. Portioli va nel profondo: «C'è la convinzione che non esista più, ma non è vero. La questione è un'altra, il fatto è che non viene sufficientemente percorsa anche se sarebbe nell'interesse di tutti. L'area è ristretta, ma non va ignorata. Io vendo auto molto in basso, quindi sotto i diecimila euro, oppure nella fascia alta compresa fra i trenta ed i cinquantamila euro. In mezzo c'è una zona grigia, quasi tralasciata. Per tanti motivi. Perché la redditività è più bassa, perché c'è maggior difficoltà nel convincere il cliente, perché il mercato è comunque naturalmente contratto. In più le fasce basse ed alte si sono ampliate, anche se non scomparse. Questo tengo a sottolinearlo. I clienti ci sono ancora, è solo più difficile accontentarli. Anche perché sono quelli più indecisi, quindi quelli che hanno bisogno di maggiori attenzioni. È un segmento



duro di mercato in cui vanno investite molte risorse e alla fine della fiera dà meno volume d'affari di altri. Il cliente di fascia media di solito ha una certa disponibilità, ma resta anche influenzato dalla situazione economica generale. Di solito ha più di quarant'anni ed una posizione socio-economica già abbastanza definita. Il prezzo, l'estetica e le prestazioni non gli bastano, servono argomentazioni ulteriori per portarlo dalla propria parte. Quindi lavorare di più sul post-vendita, sull'assistenza ed in generale su leve supplementari. Chiaro che la richiesta relativa può spingere le stesse aziende a produrre meno per quella fascia. Il mercato per tanti settori ha molta offerta nell'entry level ed una nutrita sfera con tante opportunità nella fascia alta. Quella centrale ha anche meno varianti, ma quei prodotti si devono comunque vendere. Al di là di quel che sta succedendo nell'ultimo periodo, con dinamiche ormai piuttosto chiare».

UN PASSO ALLA VOLTA. Determinante, come sempre, la mano del rivenditore. Non sempre convinto di quel che fa. «A volte la fascia media la liquidiamo troppo in fretta. Magari facendo nostro un aggettivo negativo che probabilmente abbiamo letto sui giornali più che per opinione di tanti. Pensiamo invece che nella fascia media c'è una buona parte dei nostri clienti. La nostra missione è andare a svegliare quelle posizioni, in fondo i clienti ci sono. È solo che non possono entrare nel nostro negozio per motivi economici soprattutto o per altre questioni comunque dettate da questi anni di difficoltà economiche. Specie adesso. Tutti vorremmo un decespugliatore di fascia premium, tutti vorremmo una macchina di qualità rispetto ad una di livello inferiore. La differenza la fa l'esperto in merchandising, che sfrutta al meglio le varie leve che ha a disposizione in quel momento e a cui in quel momento può far ricorso per stimolare il consumatore. Lo specialista può incidere in questo senso, non potrà stravolgere i gusti del cliente finale e nemmeno far in modo che abbia maggiori disponibilità, ma può e deve lavorare perché davanti ci sia un cliente maggiormente predisposto all'acquisto. Per forza».

BELLA DISCESA. Il cliente va agevolato, prima mossa per agevolare il percorso. «C'è sempre il finanziamento classico, anche se la vedo difficile per i clienti di fascia media», sottolinea Portioli,



che di strumenti ne conserva anche altri. Le vie sono numerose, l'importante è avere orizzonti ampi. «Ipotesizzerei anche una specie di noleggio con il patto di riacquisto. Ti do la macchina, la usi sei mesi. Se alla fine di questo periodo il trattorino, il decespugliatore o chissà qualche altro prodotto per giardinaggio o piccola agricoltura non ti va bene me lo ridai indietro. Se invece decidi per l'acquisto te lo sconto dal prezzo in base al periodo che l'hai usato. In fondo, pensateci, nel mercato immobiliare succede la stessa cosa. Quando entri in un appartamento e paghi l'affitto da lì a sei mesi o ad un anno hai l'opzione a certe condizioni, più favorevoli rispetto a tutti gli altri potenziali acquirenti di turno. Se il meccanismo funziona? Più volte ho venduto auto a persone che non potevano in quel momento anche con una clausola orale ed il patto che se da lì a tre o quattro mesi l'auto non l'avrebbe soddisfatto me la sarei ripresa concedendogli comunque lo sconto per l'acquisto di un'altra. È qualcosa che può agevolare la rendita, serve a mettere a proprio agio il cliente e ad abbassare la distanza fra chi deve vendere e chi deve comprare. Funziona per lo più con macchina di basso profilo, non mi sentirei di estendere questa leva anche per auto di fascia media o tantomeno alta. Ma per chi vuole un certo tipo di prodotto io consiglierei questa strategia. In fondo vendere viene prima di tutto, anche se ci sono delle condizioni sempre da salvaguardare così come il guadagno del rivenditore specializzato. E la fascia media è una risorsa da sfruttare, certamente molto più di quanto non si stia facendo adesso».

L'indagine, prendendo in esame 35 Paesi, delinea un quadro chiaro sulle difficoltà di molti a rispettare le scadenze entro i trenta giorni. Virtuose Danimarca e Polonia, male Irlanda, Romania e Hong Kong

TANTI RITARDI, NON SOLO IN ITALIA

cribis

Passo indietro. Secondo lo Studio Pagamenti Cribis a livello internazionale l'Italia è tra i Paesi dove sono aumentati di più nel 2020 i pagamenti ai fornitori oltre trenta giorni (+21,9%) e tuttavia i pagamenti alla scadenza sono migliorati leggermente (dal 35 al 35,7%) facendo guadagnare posizioni al nostro Paese.

ANDAMENTO LENTO. Nel 2020 in Italia le imprese che hanno pagato i loro fornitori con oltre trenta giorni di ritardo sono aumentate del 21,9% rispetto al 2019 salendo al 12,8% totale. La puntualità delle aziende italiane è comunque migliorata dal 35 al 35,7% facendo guadagnare al nostro Paese una posizione a livello europeo (dal 17° al 16° posto) e due al livello mondiale (dal 25° al 23° posto). È quanto emerge dallo Studio Pagamenti, aggiornato al 31 dicembre 2020, realizzato da Cribis, società del Gruppo CRIF specializzata nella business information, che ha analizzato le abitudini di pagamento delle imprese in 35 Paesi del mondo

(23 dei quali in Europa) che rappresentano circa il 90% del PIL mondiale. Singapore ed Egitto sono le nazioni che hanno in assoluto più ritardi gravi, con il 43,2% e il 42,8%, mentre in Europa hanno fatto peggio dell'Italia la Grecia (38%), la Romania (24,8%), il Portogallo (20,3%), la Croazia (19,1%) e la Turchia (15,7%). Rispetto al 2019, i pagamenti oltre trenta giorni si sono impennati in Messico (+59,1%), Slovenia (+43,3%), Francia (+37,5%), Lussemburgo e Danimarca (+33,3% per entrambe) e a Taiwan (+31,6%).

ALTI E BASSI. La Danimarca è, fra i 35 Paesi del mondo monitorati dall'analisi di Cribis, quello con il maggior numero di imprese puntuali (88,6%), seguita da Polonia (76%), Paesi Bassi (75%), Russia (73,7%) e Taiwan (72,5%). Ultima la Romania (13,1%), preceduta da Israele (16,2%), Portogallo (16,4%), Bulgaria (18,9%) e Grecia (23,3%). Filippine (+29,3%), India (+28,5%), Croazia (+22,6%) e Finlandia (10,2%) fanno registrare l'incremento più elevato di pagamenti puntuali, che si attestano al 56%, al 53,7%, al 33,6% e al 53%. Le involuzioni più significative riguardano invece l'Irlanda (-38,5%), la Romania (-35,5%), Hong Kong (-17,2%) e Israele (-12,4%). A confronto con il 2019, l'Irlanda (28esimo) perde undici posizioni, Lussemburgo (12esimo), Messico (17esimo) e Francia (22esimo) retrocedono di tre, Taiwan (quinto) e Spagna (18esimo) di due, mentre l'India (14esimo) scala otto posizioni e Turchia (ottavo) e Portogallo (33esimo) ne guadagnano due. Stabili, all'undicesimo e al 30esimo posto, Stati Uniti e Cina.



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. (LxAXLxPR)	SERBATOIO LT.	CAPIENZA CESTO LT	PESO Kg. A VUOTO
HUSQVARNA																	
Distribuito da: FERCAD SPA web: www.husqvarna.it email: husqvarna@fercad.it		<p style="text-align: center;">Rider RC 320Ts AWD</p> <p>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 coeca 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.</p>															
Rider Battery	vedi www.husqvarna.it	BAT			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	4.007,00	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	4.335,00	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	5.058,00	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



Via Cesare Battisti 59/D
35010 Limena, Padova

T. +39 049/769966
F. +39 049/767313

tecnogarden@tecnogarden.com
www.tecnogarden.com

TECNO GARDEN[®]

RICAMBI • ACCESSORI • MACCHINE
da giardino

follow us on

&

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.	CAPACITA' CESTO LT	PESO Kg. A VUOTO
R214C	4.785,00	R	Husqvarna	HS413AE	11,2 (8,4)	NO	ID	94	M/SP	25-75	3	170/60-8 / 170/60-8	<100 dB(A)	100x107x223	12	/	191
R 214T	4.853,00	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
R 216T AWD	6.844,00	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
R320X AWD	7.653,00	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
R316TX awd	7.613,00	R	KAWASAKI	FS Series V-TWIN	12,8 (9,6)	NO	ID	94-112	M/SP	25-75	3	170/60-8 / 170/60-8	<100 dB(A)	89x115x202	12	/	238
RC 318T	10.951,00	R	B&S	Endurance series	16,9 (12,6)	NO	ID	103-112	M/SP	25/75	3	16x6,5-8 / 16x6,5-8	<100 dB(A)	103x128,4x208,9	12	/	300
326																	
R316TsX AWD	9.143,00	R	KAWASAKI	FS481V	13,1 (9,8)	NO	ID	94-112	M/SP	25/75	3	170/60-8 / 170/60-8	<100 dB(A)	89x115x202	12	/	248
R316TX	6.242,00	R	KAWASAKI	FS Series V-TWIN	12,8 (9,6)	NO	ID	94-112	M/SP	25/75	3	170/60-8 / 170/60-8	<100 dB(A)	89x115x202	12	/	238
R420TsX AWD	14.868,00	R	KAWASAKI	FS Series V-TWIN	18,7 (14)	NO	ID	103-122	M/SP	25-75	3	200/65-8 / 200/65-8	<100 dB(A)	96,4x117,8x206,6	17	/	316
RC320Ts AWD	12.942,00	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
P 524 EFI	19.288,00	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
P520DX	28.743,00	R	Kubota	D 902	19,4 (14,5)	SI	Cardano	132-155	M/SP	30-112	3	18" / 18"	<100 dB(A)	111x133x207,5	25	/	625
P525DX	31.618,00	R	Kubota	D 1105	23,87 (17,8)	SI	Cardano	132-155	M/SP	30-112	3	18" / 18"	<100 dB(A)	115,3x133x207,8	25	/	684
P520D	28.307,00	R	Kubota	D 902	19,44 (14,5)	SI	Cardano	132-155	M/SP	30-112	3	18" / 18"	<100 dB(A)	111x133x207,5	25	/	625
Z24ZF	5.786,00	T	Kawasaki	FR Series V-Twin	20,2 (14,9)	NO	ID	107	R/M/SL	38-102		11x6-5 / 18x8,5-8		129x101x190,5	13	/	249,93
Z560X	15.679,00	T	Kawasaki	FX	23,8 (17,5)	NO	ID	152	R/M/SL	25-127		13x6,5-6 / 24x12-12		188x117x206	45	/	630
TC138L	3.395,00	T	Husqvarna	Husqvarna Series	11,9 (8,9)	NO	ID	97	R/M	38-102	2	15x6"-6 / 18x8,5"-8	<100 dB(A)	102x88x240	5,7	/	217
TC 130	3.472,00	T	B&S	Intek	8,5 (6,3)	NO	ID	77	R	38-102	1	13x5" / 16x6,5"	<100 dB(A)	/	5,7	200	/
TS 146TXD	5.952,00	T	B&S	Endurance Series V-Twin	13,5 (10,1)	NO	ID	117	M/SL	38-102	2	15x6"-6 / 20x10"-8	<100 dB(A)	145x127x178	11,25	/	287
TS 142TX	5.054,00	T	B&S	Endurance series V-twin	14,8 (11,1)	NO	ID	107	M/SL	38-102	2	15x6"-6 / 20x10"-8	<100 dB(A)	124x127x178	11,4	/	/
TS 142T	4.985,00	T	B&S	Endurance series V-twin	14,8 (11,1)	NO	ID	107	M/SL	38-102	2	15x6"-6 / 20x8"-8	<100 dB(A)	124x88x178	5,7	/	/
TS 138	3.035,00	T	B&S	Intek	11,5 (8,6)	NO	ID	97	M/SL	38-102	2	15x6-6 / 18x8,5-8	<100 dB(A)	127x101,6x175,3	5,7	/	165
TS 138L	2.794,00	T	Husqvarna	Husqvarna Engine	11,6 (8,7)	NO	ID	97	M/SL	38-102	2	15x6"-6 / 18x8,5"-8	<100 dB(A)	125x88x175	5,7	/	/
TC 138	3.670,00	T	B&S	Intek	11,6 (8,6)	NO	ME	97	R	38-102	2	15x6"-6 / 18x8,5"-8	<100 dB(A)	102x88x240	5,7	220	/

TOSAERBA

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
---------	--------------------------------------	------------	-----------------	--------------	----------------	------------------	--------------	--------------------	------------	---------------------	---------------------------------	-------------------	--------------------	----------------------------	-----------------	------------------

EINHELL

C-PM 46/2 S HW-E

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

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 1032	69,95	PL	1.000 W	EINHELL		EL	SPINTA	A NORMA	ELETTRICO	32	25 - 60 / 3 pos.	SP-R	30	140 / 140		8,2
GE-EM 1233	99,95	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	114,95	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	144,95	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	199,95	PL	1,2 kW / 1,6 HP	EINHELL		4T	SPINTA	A NORMA	A STRAPPO	40	25 - 60 / 3 pos.	SP-R	45	152 / 152		18,7
GC-PM 40/1 S	239,95	PL	1,2 kW / 1,6 HP	EINHELL		4T	SEMOVENTE	A NORMA	A STRAPPO	40	25 - 75 / 7 pos.	SP-R	45	178 / 203		21,4
GC-PM 46/4 S	279,95	LA	2 kW / 2,7 HP	EINHELL		4T	SEMOVENTE	A NORMA	A STRAPPO	46	30 - 80 / 9 pos.	SP-R	50	178 / 204		28,4
GC-PM 46/1 S B&S	284,95	LA	1,6 kW / 2,2 HP	EINHELL		4T	SEMOVENTE	A NORMA	A STRAPPO	46	30 - 80 / 9 pos.	SP-R	50	178 / 204		30
GC-PM 51/3 S HW	369,95	LA	2,7 kW / 3,6 hp	EINHELL		4T	SEMOVENTE	A NORMA	A STRAPPO	51	30 - 80 / 6 pos.	SP-R-M	70	204 / 280		31,4
GC PM 56/2 S HW	459,95	LA	2,8 kW / 3,75 HP	EINHELL		4T	SEMOVENTE	A NORMA	A STRAPPO	56	25 - 70 / 6 pos.	SL-SP-R-M	80	200 / 280		42,7

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	SCOCOA (*)	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
HUSQVARNA																
<p>Distribuito da: FERCAD SPA web: www.husqvarna.it email: husqvarna@fercad.it</p>																
<p style="text-align: right;">LC 353 AWD</p> <p>Tagliaerba robusto con sistema integrale All-Wheel-Drive (AWD) che assicura una trazione omogenea su terreni umidi, irregolari e su pendii. Eccellente per giardini collinari di grandi dimensioni con pendenze. Costruito con scocca in acciaio resistente e saldata e dotato di motore Honda robusto e facile da avviare. LC 353AWD offre anche tre metodi di taglio tra cui scegliere</p>																
																
54	143,00	LA	/	/	/	/	MAN	/	/	40	12-38	ELICOIDALE (M)	/		NO	8,6
64	175,00	LA	/	/	/	/	MAN	/	/	40	12-55	ELICOIDALE (M)	/		NO	8,6
540 / NOVOLETTE	205,00	LA	/	/	/	/	MAN	/	/	40	12-38	ELICOIDALE (M)	/		NO	9,1
LC 140	417,00	AC	1,8	B&S	450e Series	4T	MAN	94	MAN	40	25-75	SP/R	50	6"/8"	NO	24
LC 140S	485,00	AC	1,8	B&S	450e Series	4T	SEMOV	94	MAN	40	25-75	SP/R	50	6"/8"	NO	26,5
LC 140SP	485,00	AC	1,95	Husqvarna	HS 123A	4T	SEMOV	95	MAN	40	25-75	SP/R	50	6"/8"	NO	26,8
LC 140P	417,00	AC	1,95	Husqvarna	HS 123A	4T	MAN	81	MAN	40	25-75	SP/R	50	6"/8"	NO	25,2
LB 251S	708,00	AC	2,7	Husqvarna	HS 166A	4T	SEMOV	82	MAN	51	25-75	SL/M		8"/8"	NO	32
LC 247	509,00	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	569,00	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	652,00	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	728,00	PL	2,4	B&S	650EXI	4T	SEMOV	96	MAN	53	20-75	SP/R/M	60	6,69"/8,27"	NO	32,5
LB 348SI	730,00	AC	2,6	B&S	675EXI INSTART	4T	SEMOV-VARIAB	96	INSTART	48	25-70	SL/M		8,25"/8,25"	NO	40
LC 347V	742,00	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	877,00	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	809,00	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 353AWD	1.106,00	AC	3,6	HONDA	GCV170H-S3A	4T	SEMOV-VARIAB	83,3	MAN	53	25,4-101,6	SP/R/M	65	8"/11"	NO	41,7
LC 551 VBP	1.742,00	AL	2,9	KAWASAKI	FJ180KAI	4T	SEMOV-VARIAB	84	MAN	53	26-74	SP/R	65	8,27"/8,27"	NO	53
LB 246PI	485,00	PL	2,1	B&S	575 is	4T	MAN	79	BATT	46	35-70	M/SL		6,7"/6,7"	NO	21,5

errezeta®

RICAMBI E ACCESSORI PER IL GIARDINAGGIO

Via Mattei, 8/A Z.I. 30039 Stra - Ve
 Tel. 049 9803124
info@errezetagarden.it
www.errezetagarden.com

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																
<p>Distribuito da: PELLENC ITALIA SRL Web: www.pellencitalia.com Email: info@pellencitalia.com</p> <p style="text-align: right;">RASION</p> <p>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.</p>																
RASION 2 EASY	1.952,00	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 2 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	



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
EINHELL																	
<p>EINHELL ITALIA Srl Web: www.einhell.it Email: info@einhell.it</p> <p style="text-align: right;">FREELEXO+</p> <p>FREELEXO+ di Einhell della serie Power-X-Change può essere combinato con tutte le batterie del sistema. FREELEXO+ è controllato tramite app o con l'intuitiva tastiera con display LCD. Il sistema di sensori di sicurezza lo proteggono dagli impatti, inclinazione e sollevamento. Sensore pioggia integrato. Ha una funzione di regolazione dell'altezza di taglio tra 20 mm e 60 mm ed è adatto per pendenze fino al 35%.</p>																	
FREELEXO	649,95	1100	700 X 500 X 300		A	DIPENDE DA BATTARIE	3	2	18	2 - 6	35%	SI	AUTOMATICA	13	MATERIALE PLASTICO	INCLUSA	
FREELEXO+	695,95	1100	700 X 500 X 300		A	DIPENDE DA BATTARIE	3	2	18	2 - 6	35%	SI	AUTOMATICA	13	MATERIALE PLASTICO	INCLUSA	



MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	CONSIGLIATO FINO A MQ	DIMENSIONI	CERTIFICAZIONI	ACCUMULATORI	AUTONOMIA (ORE)	VELOCITÀ	SISTEMA DI TAGLIO - NUMERO LAME	AVANZAMENTO (N° RUOTE MOTTRICI)	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® 435X AWD

Husqvarna Automower® 435X AWD: un pioniere nel mercato dei rasaerba robotizzati. Un modello a trazione integrale che rende leggero il lavoro di prati fino a 3.500 m² e supera ostacoli, terreni accidentati e pendenze impressionanti fino al 70%. Il tagliaerba è caratterizzato dal design X-line con fari a LED, rilevamento di oggetti e interazione intuitiva con Automower® Access. Dotato di Automower® Connect che include il rilevamento dei furti GPS.



105	1.279,00	600m2	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
305	1.483,00	600m2	57x43x25	SI	Li-ion	70 min	-	M/3lame	2	22	2-5	40%	si con blocco pin	A	9,4	ASA	SI
310	2.016,00	1000m2	63x51x25	SI	Li-ion	70 min	38cm/s	M/3lame	2	22	2-6	40%	si con blocco pin	A	9	ASA	SI
315	2.240,00	1500m2	63x51x25	SI	Li-ion	70 min	42cm/s	M/3lame	2	22	2-6	40%	si con blocco pin	A	9	ASA	SI
315X	2.464,00	1600m2	63x51x25	SI	Li-ion	70 min	42cm/s	M/3lame	2	22	2-6	40%	si con blocco pin	A	9	ASA	SI
405X	2.016,00	600m2	61x45x24	SI	Li-ion	70 min	-	M/3lame	2	22	2-5	40%	si con blocco pin	A	9,7	ASA	SI
415X	2.688,00	1500m2	61x45x24	SI	Li-ion	70 min	-	M/3lame	2	22	2-5	40%	si con blocco pin	A	9,7	ASA	SI
420	2.775,00	2200m2	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	3.522,00	3200m2	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
435X AWD	5.721,00	3200m2	93x55x29 cm	SI	Li-ion	100 min	-	M/3lame	4	22	3-7	70%	si con blocco pin	A	17,3	ASA	SI
440	3.522,00	4000m2	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	4.604,00	5000m2	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	3.472,00	2200m2	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	5.015,00	5000m2	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
550 EPOS	6.655,00																
535 AWD	5.836,00	3200m2	93x55x29 cm	SI	Li-ion	100 min	-	M/3lame	4	22	3-7	70%	si con blocco pin	A	17,3	ASA	SI
KIT INSTALLAZIONE ESCLUSO																	

WIPER

WIPER
 web: www.wipercompany.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 XH2	1.110,20	200 mq	44x36x20	SI*	5,0 Ah	2h	18 m/min	Random	4 WD	24	4,2 - 4,8	50%	pin code	Manuale	8,3 Kg	ABS	No
BLITZ XH4	1.232,20	400 mq	44x36x20	SI*	7,5 Ah	3h	18 m/min	Random	4 WD	24	4,2 - 4,8	50%	pin code	Manuale	8,6 Kg	ABS	No
IKE	1.012,60	600 mq	42x29x22	SI*	2,5 Ah	2h	28 m/min	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	7,1 Kg	PP+FV	SI
I 07	1.140,70	700 mq	42x29x22	SI*	2,5 Ah	2h	28 m/min	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	7,1 Kg	PP+FV	SI
I 100S	1.488,40	1000 mq	42x29x22	SI*	2,5 Ah	2h	28 m/min	GPS-assisted	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	pin code+geofence	Automatica	7,2 Kg	PP+FV	SI
I 130S	1.695,80	1300 mq	42x29x22	SI*	5,0 Ah	2h	28 m/min	GPS-assisted	2 WD	18	2,5 - 7,0	35%	pin code+geofence	Automatica	7,5 Kg	PP+FV	SI
C 80	1.262,70	800 mq	54x45x25	SI*	2,5 Ah	1h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	45%	pin code	Automatica	10,7 Kg	PP+FV	SI
C 120	1.830,00	1200 mq	54x45x25	SI*	5 Ah	2 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	45%	pin code	Automatica	11 Kg	PP+FV	SI
C 180S	2.110,60	1800 mq	54x45x25	SI*	5 Ah	2 h 30'	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	25	2,5 - 6,0	45%	pin code+geofence	Automatica	11 Kg	PP+FV	SI
J XH	2.354,60	2200 mq	60x44x31	SI*	7,5 Ah	3 h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 6,5	55%	pin code	Automatica	13,5 Kg	PP+FV	SI
K Light	2.494,90	800 mq	63x46x30	SI*	2,9 Ah	1 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code	Automatica	15 Kg	PP+FV	SI
K Medium	2.586,40	1200 mq	63x46x30	SI*	5,8 Ah	3 h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code	Automatica	15,3 Kg	PP+FV	SI
K Premium	2.702,30	1800 mq	63x46x30	SI*	8,7 Ah	4 h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code	Automatica	15,6 Kg	PP+FV	SI
KS Medium	3.428,20	1800 mq	63x46x30	SI*	5,8 Ah	2 h 45'	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code+geofence	Automatica	15,5 Kg	PP+FV	SI
KS Premium	3.544,10	3200 mq	63x46x30	SI*	8,7 Ah	3 h 45'	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code+geofence	Automatica	15,8 Kg	PP+FV	SI
KS Extra Premium	3.885,70	3200 mq	63x46x30	SI*	8,7 Ah	3 h 45'	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code+geofence	Automatica	15,8 Kg	PP+FV	SI
KXL S Ultra	4.446,90	6000 mq	78x53x33	SI*	10,35 Ah	4 h	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	36	2,5 - 6,5	45%	pin code+geofence	Automatica	18 Kg	PP+FV	SI
SRH	2.135,00	2800 mq	61x43x28	SI*	7,5 Ah	3 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 6,5	45%	pin code	Automatica	16,1 Kg	ABS	SI
F 28	2.769,40	2600 mq	58x50x29	SI*	7,5 Ah	3 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	15,3 Kg	ABS	SI
F 35 S	3.196,40	3200 mq	58x50x29	SI*	7,5 Ah	3 h 30'	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin code+geofence	Automatica	15,3 Kg	ABS	SI
F 50 S	3.733,20	5000 mq	58x50x29	SI*	15 Ah	7 h	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin code+geofence	Automatica	16,2 Kg	ABS	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
---------	--------------------------------------	-----------------------	------------	----------------	--------------	-----------------	-----------	---------------------------------	--------------------------------	---------------------	------------------------	------------------	-----------	--------------	-------------------------------	-------------	----------------------

WIPER

WIPER

web: www.wipercompany.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	4.196,80	7000 MQ	70x49x30	SI*	15 AH	7 h	35 m/min	GPS-assisted	2 WD	36	2,4 - 6,4	45%	Pin code+Geofence	Automatica	18,4 Kg	ABS	Si
YARD 101 S	12.889,30	10000 mq	120x97x37	SI*	30 Ah	6 h	40 m/min	GPS-assisted	2 WD	84	2,5 - 8,5	45%	Pin code+Geofence	Automatica	45 kg	ABS carbonio	Si
YARD 2000 S	15.243,90	20000 mq	120x97x37	SI*	60 Ah	11 h	40 m/min	Random-Spiral	2 WD	84	2,5 - 7,0	45%	Pin code+Geofence	Automatica	49 kg	ABS carbonio	Si

ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI

ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI

web: www.ambrogiorobot.com

email: robotica@zcscompany.com

Ambrogio QUAD Elite

Il nuovo modello dedicato ai giardini con pendenze fino al 75%. Dotato di 4 ruote motrici e sterzanti e batteria da 10 Ah, QUAD Elite riesce a gestire salite e dossi estremamente ripidi e lavora in modo performante anche a bordo del giardino in pendenza (fino al 65%).

Scopri tutte le caratteristiche del nuovo QUAD su ambrogiorobot.com



GREENline - AMBROGIO L60 Elite		200 mq	440x360x200 mm	SI	5 Ah	2 h 00	3.000	Random-Spiral	4 WD	25	4,2-4,8	50%	NO	Manuale	8,3	ABS	-
GREENline - AMBROGIO L60 Elite S+		400 mq	440x360x200 mm	SI	7,5 Ah	3 h 00	3.000	Random-Spiral	4 WD	25	4,2-4,8	50%	NO	Manuale	8,6	ABS	-
GREENline - AMBROGIO L15 Deluxe		600 mq	420x290x220 mm	SI	2,5 Ah	2 h 00	4.200	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	7,1	ABS	SI
GREENline - AMBROGIO L32 Deluxe		800 mq	540x450x252 mm	SI	2,5 Ah	1 h 00	3.000	Random-Spiral	2 WD	25	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	10,7	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L35 B	1.690,00	1.200 mq	540x450x252 mm	SI	5,0 Ah	2 h 30 min	3.000	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	45%	SI	Automatica	11,00	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L35 Deluxe	1.990,00	1.800 mq	540x450x252 mm	SI	5,0 Ah	2 h 30 min	3.000	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	45%	SI	Automatica	11,00	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L250 Deluxe	2.690,00	2.600 mq	580x500x290 mm	SI	7,5 Ah	3 h 30 min	3.000	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	3.000	SDM	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	3.000	SDM	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	2.500	SDM	2 WD	36	2,4 - 6,4	45%	SI	Automatica	18,4	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L400i B	11.850,00	10.000 mq	1.200x977x372 mm	SI	30 Ah	6 h 00	3.000	SDM	2 WD	84	2,5 - 8,5	45%	SI	Automatica	45,00	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L400i Deluxe	14.380,00	20.000 mq	1.200x977x372 mm	SI	60 Ah	11 h 00	3.000	SDM	2 WD	84	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	49,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty Deluxe	990,00	700 mq	420x290x220 mm	SI	2,5 Ah	2 h 00	4.200	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	7,1	ABS	SI
NEXT line - Twenty Elite	1.290,00	1.000 mq	420x290x220 mm	SI	2,5 Ah	2 h 00	4.200	SDM	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	7,2	ABS	SI
NEXT line - Twenty Elite S+	1.550,00	1.300 mq	420x290x220 mm	SI	5,00 Ah	4 h 00	4.200	SDM	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	7,5	ABS	SI
NEXT line - AMBROGIO 4.0 Basic	1.880,00		635X464X300 mm	SI			3.000	Random-Spiral	NP	25	2,0 - 6,5	45%	SI	Automatica	15,00/15,30/15,60	ABS	SI
NEXT line - AMBROGIO 4.0 Elite	2.660,00		635X464X330 mm	SI			3.000	SDM	NP	25	2,0 - 6,5	45%	SI	Automatica	15,50/15,80/15,80	ABS	SI
NEXT line - AMBROGIO 4.36 Elite	3.290,00		784x536x330 mm	SI			2.500	SDM	NP	36	2,0 - 6,5	45%	SI	Automatica	18	ABS	SI
NEXT line - Power Unit LIGHT	390,00	1.000* mq (4.0 Basic)			2,9 Ah	1 h 30 min											
NEXT line - Power Unit MEDIUM	470,00	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)											
NEXT line - 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)											
NEXT line - Power Unit EXTRA PREMIUM	890,00	3.500* mq (4.0 Elite)			8,7 Ah	3 h 45 min											
NEXT line - Power Unit ULTRA PREMIUM	790,00	6.000 mq (4.36 Elite)			10,35 Ah	4 h 00											
NEXTline - QUAD Elite	3.890,00	3.500 mq	533X533X333 mm	SI	10 Ah	2 h 00		SDM 4 ruote motrici e sterzanti	29	2,5 - 7,0	75%	SI	Automatica	18,5	ABS	SI	

*Piattaforma predisposta per le superficie di lavoro indicate, in condizioni di taglio 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/VELOCITÀ ARIA (m³/min-hm/s)	SCOCCA	SENOVENTE	LARGHEZZA/ALTEZZA DI TAGLIO CM	CAPACITÀ CESTO LT	RUMOROSITÀ 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-CH 36/65 Li Solo	144,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	72									2,8
GE-CH 18/60 Li - solo	99,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	67									2,44
GE-CH 1855/1 Li SOLO	82,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	55									2,44
GE-CH 18/50 Li - solo	69,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	57									2,4
GE-CH 1846 Li solo	64,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	46									2
GE-CH 1846 Li Kit	114,95	COMPLETA	18 V - 2,0 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE	46									2
GC-HH 18/45 Li T - solo	99,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	40									4,3
GE-CG 18 Li solo	59,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									1
GE-CG 18/100 Li T - solo	74,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									0,7
GE-CG 18/100 Li - solo	54,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									0,7
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 kit	99,95	COMPLETA	18 V - 2,0 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE						24				1,2
GC-CT 18/24 Li P	77,95	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	104,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE						30				4,2
DECESPUGLIATORI															
AGILLO	179,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS						30				6,5
AGILLO 18/200	149,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE						30				6,8
MOTOSEGHE															
GE-LC 18 Li Kit	169,95	COMPLETA	18 V - 3 Ah -PXC	SI	SPAZZOLE			25 / OREGON							3
GE-LC 18 Li SOLO	99,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE			25 / OREGON							3
GE-LC 36/35 Li Solo	149,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS			35 / OREGON							3,9
POTATORI															
GC-LC 18/20 Li T - solo	104,95		18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20	1720								4
GE-LC 18 Li T SOLO	129,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20	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 36/47 S HW Li	699,95	COMPLETA	2+2 X 18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 43 Li M KIT	399,95	COMPLETA	2 X 18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS					PLASTICA NO	43 / 25-75	63			17,7
GE-CM 36/43 Li M - solo	269,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 36/37 Li KIT	329,95	COMPLETA	2 X 18 V - 3 Ah - PXC	SI	SPAZZOLE										
GE-CM 36/37 Li - solo	199,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE										
GE-CM 18/33 Li KIT	209,95	COMPLETA	18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 18/33 Li - solo	144,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 18/30 Li KIT	159,95	COMPLETA	18 V - 3,0 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS					PLASTICA NO	30 / 30 - 70	25			8
GE-CM 18/30 Li - solo	109,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-HM 18/38 Li - solo	149,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE										
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	109,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS				ND / 0-210			45			3,3
GE-CL 36/230 Li E - solo	99,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI											
GE-LB 36/210 Li E - solo	109,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI											

ATTREZZATURE A BATTERIA



ATTREZZATURE A BATTERIA

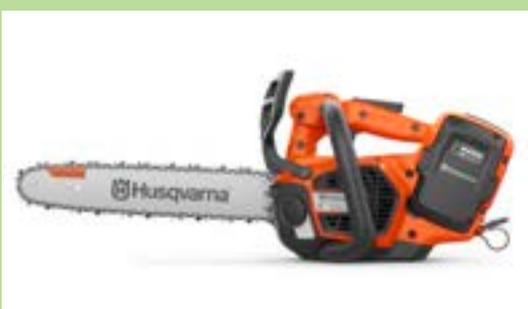


MODELLO	PREZZO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	DOTAZIONE	ACCUMULATORI (V / Ah)	ACCUMULATORI INTERCAMBIABILI	TIPO DI MOTORE (spazzole / brushless)	LUNGHEZZA LAMA CM	LUNGHEZZA ESTESA GRUPPO DI TAGLIO	BARRA CM / TIPO CATENA	PORTATA/VELOCITÀ ARIA (m³/min-m/s)	SCOCCA	SEMOVENTE	LARGHEZZA/ALTEZZA DI TAGLIO CM	CAPACITÀ CESTO LT	RUMOROSITÀ dB (A)	PESO KG
---------	---------------------------------	-----------	-----------------------	------------------------------	---------------------------------------	-------------------	-----------------------------------	------------------------	------------------------------------	--------	-----------	--------------------------------	-------------------	-------------------	---------

HUSQVARNA Distribuito da Fercad SpA - www.husqvarna.it

T540i XP

Husqvarna T540i XP è la motosega da potatura Husqvarna che, combinata alla nuova batteria Husqvarna BLi200X ed all'innovativa catena Husqvarna SP21G, fornisce performance paragonabili ad una motosega a scoppio da 40 cc. L'elevata velocità della catena garantisce un taglio rapido ed omogeneo, mentre il design del freno catena consente una visuale libera mentre si eseguono tagli precisi



BATTERIE DIPONIBILI	BLi 10 - 36V - 2 Ah / BLi 20 - 36V 4 Ah / BLi 30 - 36V - 7,5Ah / BLi 100 - 36V - 2,5Ah / BLi 200 - 36V - 9,3 Ah / BLi 200X - 36V - 5,2 Ah / BLi 300 - 36V - 9,3 Ah / BLi 550X - 36V - 15,6 Ah / BLi 950X - 36V -31,1Ah														
TAGLIASIEPI															
115 iHD45	274	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)	45								90	3,2
115 iHD45	444	Batteria BLi10 e caricabatteria QC80	36	SI	BLDC (brushless)	45								90	3,2
120iTK4-H	388	Batteria BLi10 e caricabatteria QC80	36	SI	BRUSHED	50								94	4,5
520iHD60	581	Solo corpo macchina	36	SI	BRUSHED	60								94	3,8
520iHD70	609	Solo corpo macchina	36	SI	BRUSHED	70								94	3,9
520iHE3	696	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)	55	227							95	4,2
520iHT4	744	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)	55	346							94	5,5
DECESPUGLIATORI															
115 iL	274	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)		165,8							70	3,45
115 iL	419	Batteria BLi20 e caricabatteria QC80	36	SI	BLDC (brushless)		165,8							70	3,5
520iLX	422	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)									76	3
520iRX	511	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)									76	3,8
535iRX	637	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)									96	4,9
535iRXT	677	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)									96	4,9
MOTOSEGHE															
120 i	311	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						86	3
120 i	505	Batteria BLi20 e caricabatteria QC80	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						86	3
340 i	580	Solo corpo macchina	36	SI											
535i XP	575	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						93	2,6
T535i XP	635	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						93	2,4
540i XP	740	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30-40 / .325-3/8"						95	2,9
T540i XP	740	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30-40 / .325 mini						95	2,5
POTATORI															
530iPTS	768	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)		400	25 / 1/4"						83	5
120iTK4-P	415	Solo corpo macchina	36	SI	BRUSHED(spazzole)		304	25 / 1/4"-3/8"						97	4,1
RASAERBA															
LC353iVX	901	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Materiale composito	SI	53	60	95	28
LB146i	561	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Plastica (ABS)	NO	46		92	16,9
LC 137i	325	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Composito	NO	37	40	77	15
LC 141i	479	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Acciaio	NO	41	50	83	18,6
LC 347iV	823	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Composito	SI	47	55	82	26
LC 551iV	1.511	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Alluminio	SI	51	65	83	41
SOFFIATORI															
120 iB	401	Batteria BLi20 e caricabatteria QC80	36	SI	BLDC (brushless)				10,3/46					83	2,1
320iB Mark II	444	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				11,6/48					81	2,4
525iB	534	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				11,6/48					82	2,4
530iBX	660	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				12,4/49,6					77,6	2,9
550iBTX	678	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				12,8/54					73	6,3
340iBT	546	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				13,7/61					79	6,3



Resta sempre aggiornato
su tutte le novità del settore.

Iscriviti alla nostra **newsletter**

www.ept.it

e sei **ONLINE** in un **CLICK!**



Seguici anche sui nostri social per non perderti proprio nulla.



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 ANTIVIBBRANTE	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	109,95	H	EL		900W			48	DA		15	SI			5,1
GH-EH 4245	49,95	H	EL		420W			45	DA		12	NO			2,5
GC-EH 5550	67,95	H	EL		550W			46,5	DA		12	NO			3,3
GC-EH 5747	54,95	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
GE-PH 2555 A	199,95	H	2T	24,5	850 W			61	DA		26	SI	SI		5,5



HUSQVARNA															
Distribuito da: FERCAD SPA web: www.husqvarna.it email: husqvarna@fercad.it		525HE4 Husqvarna 525HE4 è un tagliasiepi ad asta da 25 cc, con barra di taglio da 60 cm e alta velocità delle lame, progettato per uso professionale. Con l'eccezionale portata fino a 4 metri, il passo della lama di 37 mm e la regolazione dell'angolo di 135°, consente di tagliare comodamente ed efficacemente tutte le siepi alte, larghe e basse. Il motore funge da contrappeso e rende la macchina eccezionalmente ben bilanciata e comoda da usare. Dotato di comandi intuitivi per un facile avviamento.													
122 HD45	451,00	H	2T	21,7	0,8 (0,6)	S	S	45	S	N	20	N	S	575 gr/Kw	4,7
122 HD60	477,00	H	2T	21,7	0,8 (0,6)	S	S	60	S	N	20	S	S	575 gr/Kw	4,9
525HE3	961,00	P	2T	25,4	1,3 (1)	S	S	60	S	N	30	N	S	600 gr/Kw	5,9
525HE4	974,00	P	2T	25,4	1,3 (1)	S	S	60	S	N	30	N	S	600 gr/Kw	6,3
522HSR75X	841,00	P	2T	21,7	0,8 (0,6)	S	S	75	N	S	30,5	N	S	360 gr/Kw	5
522HDR75X	794,00	P	2T	21,7	0,8 (0,6)	S	S	75	S	N	30,5	S	S	360 gr/Kw	5,2
522HDR60X	729,00	P	2T	21,7	0,8 (0,6)	S	S	60	S	N	30,5	S	S	360 gr/Kw	5



PELLENC															
Distribuito da: PELLENC ITALIA SRL Web: www.pellencitalia.com Email: info@pellencitalia.com		HELION ALPHA Il nuovo tagliasiepi su asta professionale Helion Alpha presenta un baricentro ottimale per garantire il bilanciamento. La batteria 260 integrata lo rende un utensile sempre pronto all'uso per una durata di lavoro fino a 4 ore. Produttivo, assicura un ottimo rendimento e permette di realizzare tagli fino a 33 mm di diametro.													
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
HELION ALPHA	671,00	prof.	Brushless Elett.	-	1200W	-	-	51	DA		33 mm	testa di taglio orientabile +90°/-45°		LWA=96 dB LpA=88 dB	3,9 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 dilettole monopettine, 63D) e 75 cm * - ** per poter funzionare i tagliasiepi elettronici Helion necessitano di Batterie Pelenc 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
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	22,95	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	42,5	H	EINHELL	EL			0,4		S					A NORMA	2,4
GC-ET 4530 SET	49,95	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-PT 2538/1 I AS	139,95	H	EINHELL	2T	SI	25,4	0,8 (0,6)	ELETTRONICA	S			SPALLA		A NORMA	5,6
GC-BC 25 AS	159,95	H	EINHELL	2T	SI	25	0,8 (0,6)	ELETTRONICA	S			SPALLA		A NORMA	6,4
GC-BC 30 AS	159,95	H	EINHELL	2T	SI	30,3	1,35 (1)	ELETTRONICA	S			SPALLA		A NORMA	8,5
GC - BC 43 AS	179,95	H	EINHELL	2T	SI	42,7	1,7 (1,25)	ELETTRONICA	S			SPALLA SIST. ANTIV.		A NORMA	8
GC-BC 52 I AS	179,95	H	EINHELL	2T	SI	51,7	2 (1,5)	ELETTRONICA	D			SPALLA SIST. ANTIV.		A NORMA	8
GC-BC 36-4 S	164,95	H	EINHELL	4T	SI	37,7	1,35 (1)	ELETTRONICA	D			SPALLA		A NORMA	8,7



HUSQVARNA															
Distribuito da: FERCAD SPA web: www.husqvarna.it Email: husqvarna@fercad.it			553RBX Husqvarna 553RBX è il nostro più forte e robusto decespugliatore a zaino, sviluppato particolarmente 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	388,00	H	HUSQVARNA	2T	SI	27,5	1,1 (0,85)	ELETTRONICA	S	25,4	1174,16	S	4,21 / 4,23	94	4,76
525 RJX	520,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	25,4	1,36 (1)	ELETTRONICA	S	24	148,3	S	2,1 / 1,9	94	4,5
233 RJ	606,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	29,5	1,36 (1)	ELETTRONICA	S	***	***	S	5,2 / 5,2	98	5,6
243 RJ	734,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	40,1	1,9 (1,47)	ELETTRONICA	S	***	***	S	5,2 / 5,2	103	7,2
253 RJ	787,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	50,6	3,2 (2,4)	ELETTRONICA	S	***	***	S	4,7 / 4,7	101	8,2
535 RJ	664,00	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	732,00	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	781,00	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	957,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	45,7	2,8 (2,1)	ELETTRONICA	D	32	146,5	S	3 / 3,6	101	8,4
545 RXT	1.188,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	45,7	2,8 (2,1)	ELETTRONICA	D	32	146,5	S	3 / 3,6	101	8,4
543 RS	836,00	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	967,00	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	1.244,00	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	1.288,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	53,3	3,8 (2,8)	ELETTRONICA	D	35	148,3	S	2 / 1,5	103	9,2
545 FR	931,00	P	HUSQVARNA	2T	S	45,7	2,8 (2,1)	ELETTRONICA	D			S	3,6/3,8	100	8,7
555 FX	1.216,00	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	975,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	50,6	3,1(2,3)	ELETTRONICA	S	28	1483	Z	2,7/3,8	97	12,1
543RBX	925,00	P	HUSQVARNA	2T	SI	40,1	1,97 (1,47)	ELETTRONICA	S	28,05	148,3	S	4,8/4,6	99	11,9
129 LK	396,00	SP	HUSQVARNA	2T	SI	27,5	1 (0,8)	ELETTRONICA	S	25	132,1	S	9,9/8,9	95	6
525 LK	520,00	SP	HUSQVARNA	2T	SI	25,4	1,36 (1)	ELETTRONICA	S	24	148,3	S	3 / 3,3	94	4,7



TUTTOMERCATO

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
---------	--------------------------------------	----------	--------------	------------------	------------------------	---------------	-----------------	------------	-------------------	------------------	-------------------	--------------	------------	--------------------	-----------------

PELLENC

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

EXCELION ALPHA

Il nuovo potente tagliaerba professionale Excelion Alpha e la sua batteria 520 integrata garantiscono prestazioni pari o superiori ai tradizionali motori termici. Offre una produttività convincente con una velocità fino a 6400 giri/min. e un'autonomia media di 3 ore.



EXCELION ALPHA	524,60	PROF.	PELLENC	BRUSHLESS ELETT.	SI		900 W	ELETRONICA	Singola	4 cm	240 cm	Z		LdWA= 94 dB LdpA= 77 dB	3,9
53 57082 EXCELION 2000	1.159,00	PROF.	PELLENC	BRUSHLESS ELETT.	SI		2000 W	ELETRONICA	Doppia	2,8 cm	180 cm	Z		LdWA= 97 dB LdpA= 84 dB	5,4

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

ArviPO

Attrezzature professionali per potatura



CPS CUT PREVENT SYSTEM

CUT PREVENT SYSTEM protegge da qualsiasi taglio, le forbici si fermano al contatto con la pelle del potatore. Efficace in tutte le condizioni atmosferiche.

SMART BLADE (lame intelligenti) impedisce il taglio indesiderato del filo di ferro.

PS32

- RAPIDA E POTENTE**
- DISPLAY DEL CONTATORE INTEGRATO**
- 3 BATTERIE INCLUSE**

Peso	938g (batteria inclusa)
Diametro di taglio	35mm
Tipo di taglio	Progressivo e doppia apertura
Motore	Brushless (senza spazzole)
Voltaggio	16,8V
Temperatura di lavoro	-10°C a +60°C
Batteria Lithio	16,8V - 2500mAh
Autonomia 3 batterie	8-10h*
Tempo di ricarica	1,5h

*in base al diametro di taglio in uso

YouTube

www.cormaf.com - info@cormaf.com

CENTRO ASSISTENZA
E RICAMBI
STIHL

DISTRIBUTORE
AUTORIZZATO
RICAMBI E MOTORI



RIVENDITORE
ABBACCHIATORE
ELETRICO

ATRAx
ELECTRIC 4



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	79,95	H	EL		1,8			35	OREGON	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	5,4
GH-EC 2040	89,95	H	EL		2			40	OREGON	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	5,8
GC-PC 2040 I	169,95	H	2T	52	2,7 (2,0)	2%	STRAPPO	40	OREGON	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	6,5
GC-PC 1435 I TC	159,95	H	2T	41	1,9 (1,4)	2%	STRAPPO	35	OREGON	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	5,5
GC-PC 1335/1 I	149,95	H	2T	37,2	1,7 (1,3)	2%	STRAPPO	35	OREGON	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	5,3
GC-PC 730 I KIT	149,95	H	2T	25,4	1,0 (0,7)	2%	STRAPPO	305	EINHELL	SI	AUTOMATICA	ND	A NORMA	3,8

HUSQVARNA														
Distribuito da: FERCAD SPA web: www.husqvarna.it email: husqvarna@fercad.it														
		550XP MARK II												
		Potente motosega da 50 cc, con eccellenti prestazioni e capacità di taglio. Adatta per l'abbattimento e la sramatura di alberi di piccole e medie dimensioni e per la cura degli alberi. Il suo corpo macchina dal design snello la rende maneggevole, mentre le sue numerose funzionalità coniugano efficacia ad affidabilità.												
														
418 EL	280,00	H	EL	220-240V	1800W	***	-	35	3/8" b.p.	SI	SI	5,2/3,9	104	4,7
420 EL	292,00	H	EL	220-240V	2000W	***	-	40	3/8" b.p.	SI	SI	5,2/3,9	104	4,7
120 MARK II	286,00	H	2T	38,2	1,87 (1,4)	2	-	35	3/8" b.p.	SI	SI	2,1/2,7	100	4,85
130	304,00	H	2T	38	2,0 (1,5)	2	-	35	3/8 bp	SI	SI	3,8 / 4,2	102	4,4
135 MARK II	351,00	H	2T	38	2,1 (1,6)	2	-	35	3/8 bp	SI	SI	3,8 / 4,2	102	4,4
435 II	464,00	H	2T	40,9	2,1 (1,6)	3	-	38	325	SI	SI	2,5 / 3,2	102	4,2
440 II	491,00	H	2T	41	2,4 (1,8)	2	SMART-START	38	325	SI	SI	2,5 / 3,2	102	4,4
445 II	593,00	SP	2T	45,7	2,8 (2,1)	2	SMART-START	40	325	SI	SI	1,9 / 2,6	103	4,9
450 II	647,00	SP	2T	50,2	3,2 (2,4)	2	SMART-START	40-45	325	SI	SI	2,3 / 2,7	104	4,9
365	1.027,00	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	743,00	SP	2T	55,5	3,5 (2,6)	2	SMART-START	40-45	3/8	SI	SI	3,4 / 4,5	104	6
545 MARK II	863,00	SP	2T	50,1	3,4 (2,5)	2	-		325	SI	SI	2,8 / 3,7	106	4,9
555	1.016,00	SP	2T	59,8	4,2 (3,1)	2	SMART-START	40-45	325	SI	SI	2,7 / 3,2	106	5,6
T525	541,00	PT	2T	25,4	1,4 (1)	2	-	25	3/8 bp	SI	SI	3,4 / 3,3	110	3
T525C	572,00	PT	2T	25,4	1,4 (1)	2	-	25	1/4	SI	SI	3,4 / 3,3	110	3
T435	490,00	PT	2T	35,2	1,9 (1,4)	2	-	30-36	325	SI	SI	***	***	3,4
T540 XP II	952,00	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	1.210,00	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	846,00	P	2T	43,1	2,9 (2,2)	2	-	38-40	325	SI	SI	2,8 / 3,5	101	4,5
545 MARK II	863,00	P	2T	50,1	3,6 (2,7)	2	SMART-START	45	325" 1,3	SI	SI	3,6 / 4,1	106	5,3
550 XP TRIO-BRAKE	1.034,00	P	2T	50,1	3,8 (2,8)	2	SMART-START		325	SI	SI	2,8 / 3,7	106	4,9
550 XP MARK II	973,00	P	2T	50,1	3,8 (2,8)	2	SMART-START		325	SI	SI	2,8 / 3,7	106	5,0
560 XP	1.190,00	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	1.210,00	P	2T	59,8	4,7 (3,5)	2	SMART-START	45-50	3/8.	SI	SI	2,7 / 3,2	106	5,7
572 XP	1.325,00	P	2T	70,6	5,8 (4,3)	2	SMART-START	45	3/8.	SI	SI	3,2 / 3,4	107	6,6

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	RUMOROSTA dB (A)	PESO KG A VUOTO
PELLENC														
Distribuito da: PELLENC ITALIA SRL Web: www.pellencitalia.com Email: info@pellencitalia.com			<p style="text-align: right;">SELION</p> <p>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.</p>											
														
51 56208 SELION M12	933,00	P	BRUSHLESS ELETT.	-	1200 W	-	ELETT.	6" -15 cm	OREGON ¼	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 ¼	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 ¼	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 ¼	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 ¼	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
HUSQVARNA																	
Distribuito da: FERCAD SPA web: www.husqvarna.it email: husqvarna@fercad.it			<p style="text-align: right;">ST 330</p> <p>Lo spazzaneve Husqvarna ST 330 è stato sviluppato per il professionista o il privato esigente che necessita di uno spazzaneve ergonomico, ad alta capacità, robusto e duraturo che gestisca facilmente ampie superfici. È stato progettato per un uso frequente con qualsiasi tipo di neve, manti da 15 a 60 cm. Il sistema a due stadi, la trasmissione con disco a frizione, la frizione di sterzo, il sistema ad alta capacità e gli pneumatici extra large assicurano un funzionamento facile. Ha componenti per impieghi gravosi, come il robusto alloggiamento della codea con supporto, il relativo ingranaggio ed il girante in ghisa. Dotato di maniglia ad anello, impugnature riscaldate, fari a LED, starter elettrico e impugnatura regolabile in altezza per un lavoro confortevole in qualsiasi condizione meteo.</p>														
																	
ST 327	2.992,00	LCT	Storm Force 291	7,2	DM	MAN/ELDISCO FRIZIONE /	BISTADIO	68x58,4	MAN			15x5,0"	NO	FL/BT/IR			116,1
ST 330	3.246,00	LCT	Storm Force 369	8,25	DM	MAN/ELDISCO FRIZIONE /	BISTADIO	76x58,4	MAN			16x4,8"	NO	FL/BT/IR			122,9
ST 230	2.893,00	Husqvarna	Husqvarna	6,3	DM	MAN/ELDISCO FRIZIONE /	BISTADIO	76x58,4	MAN			16x4,8"	NO	FL/NO/IR			110,2
ST 227	2.597,00	Husqvarna	Husqvarna	5,6	DM	MAN/ELDISCO FRIZIONE /	BISTADIO	68x58,4	MAN			15x5,0"	NO	FL/NO/IR			97,5
ST 427T	4.879,00	Husqvarna	Husqvarna	8,2	DM	MAN/EL IDROSTATICO /	BISTADIO	69x58,4	MAN				SI	FL/NO/IR			164,2
ST 430T	5.121,00	Husqvarna	Husqvarna	9,69	DM	MAN/EL IDROSTATICO /	BISTADIO	76x58,4	MAN				SI	FL/NO/IR			169,19

 **AssoGreen** è entrata a far parte di una grande famiglia
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
SPECIALISTI MACCHINE DA GIARDINO

FEDERACMA



Federazione Italiana delle Associazioni Nazionali dei
Commercianti Macchine e delle ACMA territoriali

UNACMA

Unione nazionale dei commercianti di
macchine agricole

UNAGREEN

Unione nazionale dei commercianti di macchine
da giardino hobbistiche e professionali



UNAPARTS

Unione nazionale dei commercianti di
ricambi agricoli e piccole attrezzature

UNASERVICE

Unione nazionale delle officine
di riparazione specializzate in macchine
agricole e giardinaggio

UNARENT

Unione nazionale dei
noleggiatori di macchine
agricole e da giardinaggio
professionale

UNASATI

Unione nazionale dei commercianti di
macchine per la silvicoltura, per gli
allevamenti e per l'irrigazione

UNACOSTER

Unione nazionale dei commercianti di macchine
per le costruzioni ed il movimento terra

UNA2HAND

Unione nazionale dei
rivenditori di macchine agricole usate

Per info e contatti: unagreen@federacma.it

Segreteria Tel. 06/87420010 - Gianni Di Nardo - Segretario Generale cell. 392 3276200

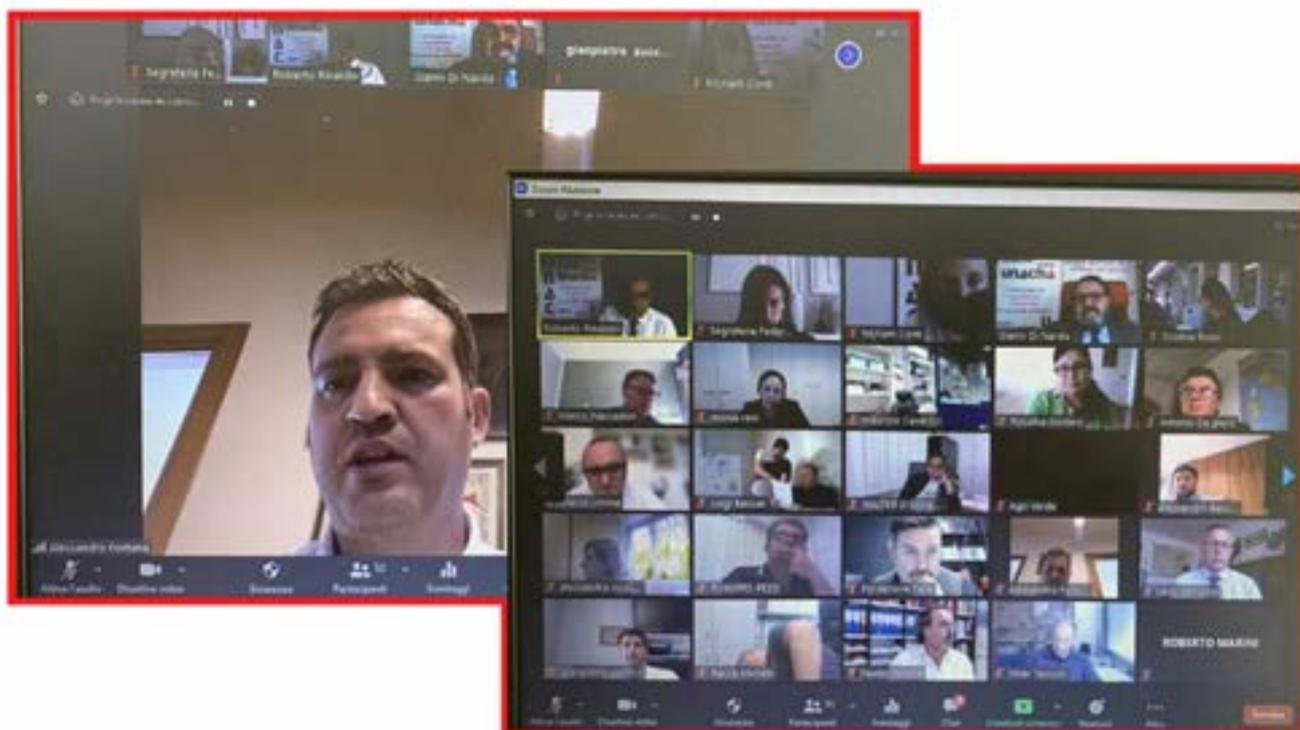
FEDERACMA.InForma - Sicurezza e Formazione

UNAGREEN
Unione nazionale dei commercianti di macchine da giardino
hobbistiche e professionali



AssoGreen
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
SPECIALISTI MACCHINE DA GIARDINO

In occasione della prima assemblea nazionale di Federacma, che si è svolta online il 27-5-2021, Alessandro Fontana, negli anni recenti presidente di ASSOGREEN ha così commentato la storica fusione tra ASSOGREEN e UNAGREEN: "Dopo un lungo periodo di fidanzamento, siamo entusiasti di poter annunciare l'avvenuto matrimonio tra ASSOGREEN e UNAGREEN, l'Unione di FEDERACMA dedicata al settore garden. Poter entrare a fare parte di FEDERACMA, la Federazione Nazionale delle Associazioni dei Commercianti Macchine e delle ACMA territoriali, è stato un obiettivo davvero importante da conseguire perché consentirà alla nostra associazione di accostare e condividere i nostri interessi e problemi con quelli di altri dealer (come ad esempio rivenditori di macchine agricole, ricambisti o officine) dando alle nostre istanze un maggior peso specifico. Inoltre, questa importante fusione, ci permetterà di essere sempre più presenti, in modo capillare, sull'intero territorio nazionale. Per questo, il consiglio che mi sento di dare a tutti i rivenditori di macchine del settore garden e ai nostri associati, è di non chiedersi in prima battuta cosa la neocostituita UNIONE possa fare per loro, quanto cosa possano fare loro per questa nuova UNIONE, in modo da poter essere il più possibile protagonisti e attivi di questa nuova avventura intrapresa insieme!"



Per info e contatti: unagreen@federacma.it
Segreteria Tel. 06/87420010 - Giani Di Nardo - Segretario Generale cell. 392/3276200

Marketing **MG** Giardinaggio



2019

2020

Accedi all'**ARCHIVIO** della **RIVISTA**
per sfogliare comodamente i numeri arretrati di
MG in versione digitale

www.ept.it

e sei **ONLINE** in un **CLICK!**

Seguici anche sui nostri social per non perderti proprio nulla.



PLATFORM BASKET

campbellav.com 05621



ALL'ALTEZZA DI OGNI SITUAZIONE PER
LA MANUTENZIONE DEL VERDE

PLATFORM
BASKET

PLATFORM BASKET

Via Montessori, 1 - 42028 Poviglio (RE) Italy

Tel. +39 0522 967667 - Fax +39 0522 967667

E-mail: info@platformbasket.com

platform .it

Made in Italy