

MIG



N.266 - AGOSTO/SETTEMBRE 2021 - MENSILE | EPT - Via P. Meloni, 11 - 37138 VERONA | www.ept.it | ept@ept.it

PLATFORM BASKET

PIATTAFORME AEREE PER
LA MANUTENZIONE
DEL VERDE



TUTTE LE PIATTAFORME PLATFORM BASKET POSSONO BENEFICIARE DEL CREDITO PREVISTO DAL PIANO NAZIONALE **INDUSTRIA 4.0.**

platformbasket.com



PLATFORM BASKET
Via Montessori 1, 27 - 42028 Poviglio - RE - Italy
Tel. +39 0522 967666 - Fax +39 0522 967667
info@platformbasket.com

PERUZZO



NOVITÀ



Trincia Robotizzate 4.0
con accessori innovativi

EIMA



Nuovi modelli
Trincia

2021



Nuovi Cippatori
compatti e performanti



ORIGINALI PER TRADIZIONE
INNOVATIVI DA SEMPRE

| PERUZZO SRL |

Via Valsugana 30 - 35010 Curtarolo (PD) | Tel.0499620477 | info@peruzzo.it | www.peruzzo.it



GODITI IL TUO GIARDINO, AL RESTO CI PENSIAMO NOI.

Solo con la linea di accessori senza fili di Einhell prendersi cura del tuo giardino sarà un gioco da ragazzi, goditi tutta la loro potenza ed una qualità che non teme confronti.



POWER X-CHANGE

Bell'estate. Non solo di mare, ma anche di verde. Di giardini, di macchine al lavoro, di spazi aperti vissuti. Come volevasi dimostrare, la stagione è andata benissimo. Tutti hanno venduto, pochi hanno avuto le macchine nei tempi stabiliti ma fra trasporti farraginosi, il blocco ad Oriente, navi in ritardo e prezzi delle materie prime sempre più alti non è stato per niente facile reggere il solito passo e soprattutto rispettare le scadenze di sempre. Peccato, perché altrimenti i mesi di primavera sarebbero stati da record. Ancor più brillanti, ancor più redditizi. Il segnale del mercato è stato fortissimo, specchio di un settore che attendeva solo il via libera per scatenarsi. Per tornare alle antiche e sane abitudini, per recuperare il tempo perduto, per riappropriarsi del proprio ruolo-guida del tempo libero di molti italiani. Non c'è voluto molto per riallacciare il filo, ma neanche era così scontato riuscirci fra dubbi, rallentamenti, preclusioni, divieti e un campo sempre parecchio stretto entro cui muoversi. Il rivenditore ha dovuto far fatica doppia. Capire il momento e adeguarsi, far buon viso a cattivo gioco e rasserenare i clienti senza poter conoscere quando la macchina sarebbe arrivata. È stato bravo lo specialista, ha capito di essere davanti ad una situazione più grande di lui. Ed alla fine ha vinto la sua partita, in un modo o nell'altro. Ad un certo punto la pioggia s'è fatta attendere, qualche freno c'è stato in uno scenario comunque già parecchio florido in cui di fieno in cascina ne era già stato messo tanto. Momento di stacco adesso, di conti da fare e una nuova annata da aprire. Più le fiere all'orizzonte, in primis l'Eima già ad ottobre. Una finestra sul mondo ed una sulla normalità, dopo tanto tempo e un mondo cambiato forse per sempre. Non è diverso invece il garden, fedele alle sue concezioni e ad una missione mai persa di vista. Neanche nei momenti più bui. La migliore assicurazione per il futuro, più forte di macchine che non arrivano e di pezzi di ricambi persi fra gli oceani.



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)

Socio effettivo

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIALE DI SETTORE

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

Gli articoli e le inserzioni pubblicitarie pubblicate
su MG Marketing Giardinaggio
sono sotto la responsabilità degli autori
e degli inserzionisti.

Tutti i diritti riservati. Ogni riproduzione è vietata se non
autorizzata espressamente per iscritto dall'Editore.

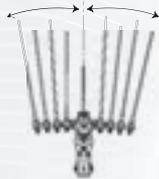
Abbonamento 1 anno (9 numeri) Italia più spese di
spedizione € 42 (IVA assolta dall'Editore).

INFORMATIVA

Sia che la rivista sia pervenuta in abbonamento o in omaggio, si rende noto che i dati in nostro possesso sono impiegati nel pieno rispetto del Regolamento Europeo 679/2016 (c.d. "GDPR"). L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla suddetta 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

Minelli®

ENGINEERING - DESIGN



OlivGreen®

OlivGreen® 500 Plus



OlivGreen®

OlivGreen® 700 Plus

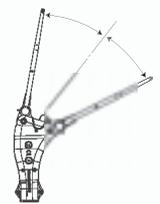


OlivGreen®

OlivGreen® A3



MADE IN ITALY



OlivGreen®

OlivGreen® 300 Plus



a tu per tu

- 48 Renato Cifarelli**
«Ripartenza Eima, è tutto pronto»

comunicazione

- 54** Il peso del social
media marketing

dalle aziende

- 31 Husqvarna 592 XP e 585,**
capacità di taglio al top

eventi

- 34 AIPV Day da 10 e lode**
«Voglia di sinergie»

fiere

- 40 Eima, iniziato**
il countdown



il punto

- 8 Alessandro Fontana**
«Tanto lavoro, ma i margini...»

inchiesta

- 60** Scuotitori verso
la perfezione

l'opinione

- 36 Roberto Dose**
«Risultati ottimi, ma stiamo
facendo i salti mortali»

mercato

- 10** «Stagione boom,
ha vinto il verde»

punto vendita

- 38** «Spendi meno,
spendi due volte»

rubriche

- 42** News
52 Vetrina
58 Vetrina scuotitori

67 Tuttomercato



PORTER
PIAGGIO NP6

METTI ALLA PROVA IL CITY TRUCK

COMPATTO, PERFORMANTE, **SOLO GREEN.**

Porter NP6 rivoluziona il modo di lavorare in ambito urbano. Il City Truck abbina portata top e motorizzazioni eco-friendly a ingombri contenuti, per una maneggevolezza a prova di traffico. Prenota il tuo test drive direttamente in concessionaria: potrai davvero apprezzare i vantaggi di Porter NP6 e rendere più facile, efficace e conveniente il tuo lavoro, grazie alle motorizzazioni benzina/gpl o benzina/metano.

commercial.piaggio.com



«TANTO LAVORO, MA I MARGINI...»

Tensione alta. Stagione dura, ostacoli disseminati lungo il cammino uno dietro l'altro, neanche un attimo di sosta. Sempre sul filo dei minuti, a volte anche oltre. Prova superata, ma fra tanti affanni. Logici, prevedibili, messi in preventivo. La fotografia di Alessandro Fontana, titolare nella piacentina Rivergara di «Fontana 1950», è a tinte varie. Anche cruda. «Si è lavorato, per carità, ma con margini bassi alla fine della fiera ridotti al minimo. Ci sono state

«Complicato dire al cliente che la sua macchina arriverà ad ottobre, ma difficile ad un certo punto è stato anche reperire i ricambi. La stagione va dal sette scarso al cinque migliorabile, magari già in autunno. Più col soffiatore che con la motosega. Prossimi stagionali? Meglio andarci cauti, soprattutto in un contesto difficile come quello di questi mesi. Vietato trovarsi alla fine con magazzini strapieni, ma è dura indovinare il giusto quantitativo. Prima bisognerà riflettere bene»



grosse difficoltà nel reperire anche i ricambi. Difficile», il fermo immagine di Fontana, «dire ad un cliente che la macchina arriverà solo ad ottobre, quando la stagione è di fatto chiusa. Spesso siamo stati noi direttamente, in prima persona, a venir incontro al consumatore. Tutti costi che abbiamo sostenuto noi. E spesso il cliente più che considerarlo un servizio lo ritiene un atto dovuto, non capisce fino in fondo la situazione. Alla fine, per lui, il primo responsabile è il titolare del punto vendita. Quindi io, quindi noi tutti specialisti. Un altro peso che abbiamo dovuto gestire. E non è stato l'unico».

L'andamento delle macchine nello specifico?

«Ultimamente c'è stato un bel movimento attorno al decespugliatore, continua ad andar bene il

robot rimasto sempre a buoni livelli. Ma il trattorino ed il rasaerba hanno subito entrambi un progressivo rallentamento. Calcoliamo anche che con l'avvicinarsi e l'entrata nell'estate il ritmo non poteva essere quello dei mesi di primavera».

Voto alla stagione?

«Bella domanda, ma la risposta deve per forza essere articolata. Ci sono tanti fattori da tenere in considerazione. Per le vendite direi sette scarso. Se invece analizziamo tutto lo scenario, fra difficoltà varie e i pochi riferimenti temporali che abbiamo avuto, direi cinque migliorabile tenendoci aperta la finestra d'autunno quando qualcosa si potrebbe anche recuperare. Nel paniere c'è anche l'alto livello di stress e costi che abbiamo tutti dovuto sostenere. A partire dagli aumenti delle materie prime che hanno reso tutto più complicato».

È aumentato tutto?

«Dalle macchine a tutto il resto. Compresi gli oli, proprio dal primo di luglio. In più le solite difficoltà nel reperire il materiale, fin dall'inizio una costante della stagione. E le relative incognite per il futuro, anche se la primavera ha ancora una volta detto che il giardinaggio piace molto agli italiani».

Lo stato dell'officina?

«La pressione con l'andare del tempo s'è attenuata, ma siamo stati a lungo col timore di non riuscire a consegnare le macchine in un contesto in cui le macchine nuove facevano fatica a arrivare. E noi non volevamo creare un disservizio al cliente, specie in quei momenti in cui il rasaerba deve lavorare. Non può restare fermo».

I futuri pensieri?

«Tanti. Penso anche alla programmazione invernale delle motoseghe. Per fare un buon stagionale bisognerà essere bravi ad indovinare il quantitativo. E non è facile, specie in un contesto come quello attuale».

Si prenderanno quindi più o meno macchine?

«Direi qualcuna in meno, non certo di più. Senza contare che ci sono altre variabili da prendere in considerazione».

Tipo?

«I rischi che riguardano i ritardi nelle consegne



così come i tempi effettivi. Se dovessero darcele a fine anno ci troveremmo con magazzini stracarichi a novembre o dicembre quando è chiaro che non c'è il mercato del trattorino o del rasaerba».

Il punto-limite?

«Certe fette di business non sono state nemmeno sviluppate. Con ordini quest'anno persino annullati».

I margini autunnali dove risiedono?

«Intanto dal tempo, ma non è una novità. Risiedono nel soffiatore, risiederebbero nella motosegna ma quella che una volta qualche soldino te lo garantiva non c'è più. Meglio, non si vende più come una volta. Il professionista sta prendendo altre strade, di boscaioli ce ne sono sempre meno, il pellet ha ridotto la necessità di avere della legna per gli inverni. Resistono le macchine da prezzo, ma quelle non ti danno margini. Non ci aspetta un lavoro facile, ma vedremo di trovare il giusto equilibrio. Com'è stato dall'inizio della pandemia, come dovrà essere ora con le relative conseguenze».

Dalla primavera fino all'inizio dell'estate. Il garden ha fatto il pieno, marciando ad alta velocità anche se rallentato dai tempi incerti nella consegna delle macchine. Il bilancio, tuttavia, è ampiamente positivo

«STAGIONE-BOOM, HA VINTO IL VERDE»

Nessuno s'è mai fermato un attimo. La retta via è stata ritrovata. Mai davvero smarrita, ma neanche davvero cavalcata da un anno. Grafici verso l'alto, numeri ottimi, lavoro tanto, telefoni sempre a suonare. Una meraviglia la stagione, a parte i ritardi delle macchine per macro variabili che hanno viaggiato al di sopra anche delle aziende fornitrici e non solo dei rivenditori. S'è corso tanto, col desiderio di rompere gli argini col passato e andare a briglia sciolta. I fatturati sono lievitati mese dopo mese, testimoni fedeli della voglia di verde e del giardinaggio come perfetta leva per tornare fino in fondo quelli di sempre.

QUADRO GENERALE. Giudizi unanimi, fra giornate chiuse a tarda sera e cominciate la mattina presto. Tutti contenti, in certi casi persino oltre ogni più rosea aspettativa. «Finora la stagione», spiega Roberto Tribbia dell'ufficio commerciale di **Blue Bird**, «è stata estremamente positiva dal punto di vista del fatturato, la crescita rispetto al 2020 e al 2019 è molto rilevante. Detto questo, le difficoltà di reperimento del materiale e le turbolenze sui costi rendono piuttosto complicata la gestione di questi mesi dal punto di vista logistico».

«La stagione è andata bene», il primo quadro di Alessandro Barrera, responsabile commerciale di **Brumar**, nonostante i vari problemi che stiamo af-





frontando. Il clima favorevole ha certamente aiutato la richiesta e le vendite. Non si può non essere soddisfatti, visti i presupposti che potevano far pensare in modo negativo».

«Siamo soddisfatti della prima parte di questo 2021», esordisce Nicolò Conti dell'ufficio marketing di **Einhell Italia**, «sia per l'andamento delle vendite ma soprattutto perché il cliente è rimasto fedele al nostro brand e ha continuato a seguirci anche nelle ultime novità presentate nei volantini di primavera ed estate».

«Per **Emak** è stata una stagione esplosiva», il primo fotogramma del marketing director Giovanni Masini, «che si è dimostrata molto superiore a ogni aspettativa. La domanda è stata sempre vivace, supportata da un sell-out dei rivenditori molto buona e da livelli di magazzino molto bassi. Emak ha saputo reagire benissimo a questa impennata della domanda, assicurando disponibilità di merce anche in momenti contraddistinti da grande difficoltà su forniture e trasporti».

«È stata una stagione finora importante, almeno fino alla fine di questo semestre. C'è soddisfazione», il riassunto di Diego Dalla Vecchia, responsabile marketing e comunicazione di **Fiaba**, «ma serve rimanere sul pezzo per un secondo semestre che ovviamente speriamo possa dare ancora qualche soddisfazione».

«Siamo molto soddisfatti, in quanto la stagione è strepitosa con un'esplosione di vendite che interessa maggiormente il canale online, ma che sta andando bene anche nel canale tradizionale e nella Grande Distribuzione. La maggior passione per il giardino», sostiene Diego Zambelli di **Gardena**, «sfociano in una cura e attenzione, possibile grazie ai prodotti per mantenere sempre il prato e l'orto irrigati. Inoltre le forbici, i rifilasiapi, troncaremi e raserba a batteria ed elettrici permettono di mantenere ed avere cura delle piante, arbusti e tutto il verde».

«Stagione molto positiva per noi di **Grin**. Siamo finalmente», evidenzia il responsabile commerciale e marketing Daniele Bianchi, «raccolgendo i frutti del duro lavoro fatto in questi anni. Il marchio è ormai riconosciuto da pubblico e rivenditori come il leader del taglio senza raccolta, le nostre strategie di

NEWS

2010 EVO
Noon
Original Teflon



Forbici professionali a doppio taglio con rivestimento in TEFLON
Manici in alluminio ergonomici
Sistema di chiusura EBS
Foro centrale con boccola in nylon
Ideale per frutticoltura ed arboricoltura.

*affidati
a mani esperte*

FALKET _ PREMANA (LC) ITALY
Telefono _ Fax: (+39) 0341.890280
info@falket.com _ www.falket.com



segui sui social con #falketquality

marketing sono super affinate da 15 anni di esperienza, il passaparola tra i nostri vecchi clienti ci permette di raggiungere importanti quote di mercato e stiamo cominciando a raccogliere anche il pubblico che acquista il suo "secondo Grin" dopo aver utilizzato per tanti anni la prima macchina». «Siamo molto soddisfatti», la premessa di Maurizio Fiorin, OPE manager di **Hikoki Power Tools Italia**, «di una stagione che nessuno immaginava potesse dare incrementi così elevati. Aumenti di vendite elevati, acquisizione di nuovi rivenditori e vendita di tutti i prodotti in gamma. Non si può chiedere di più».

«Molto soddisfatti», l'esordio di Giuseppe De Gobbi, responsabile della Divisione **Husqvarna**, «da una stagione che sta richiedendo prodotti per la manutenzione del verde e del bosco in maniera continuativa, sulla scia della fase positiva iniziata post lockdown della seconda parte dell'anno scorso».

«Stagione positiva ma complessa», la premessa di Paolo Bagordo, direttore commerciale di **Marina Systems**, «molte difficoltà nel reperire materie prime tempestivamente e un incremento folle dei trasporti hanno provocato enormi ritardi in tutta la filiera a partire dai produttori di motori (anche se non tutti impattati allo stesso modo) per terminare con chi produce parti fondamentali come le scocche e le trazioni. Siamo comunque molto soddisfatti dell'andamento delle vendite in Italia e all'estero, rimaniamo però attenti all'evoluzione che il mercato avrà per la prossima stagione soprattutto a livello di prezzi e tempi di consegna».

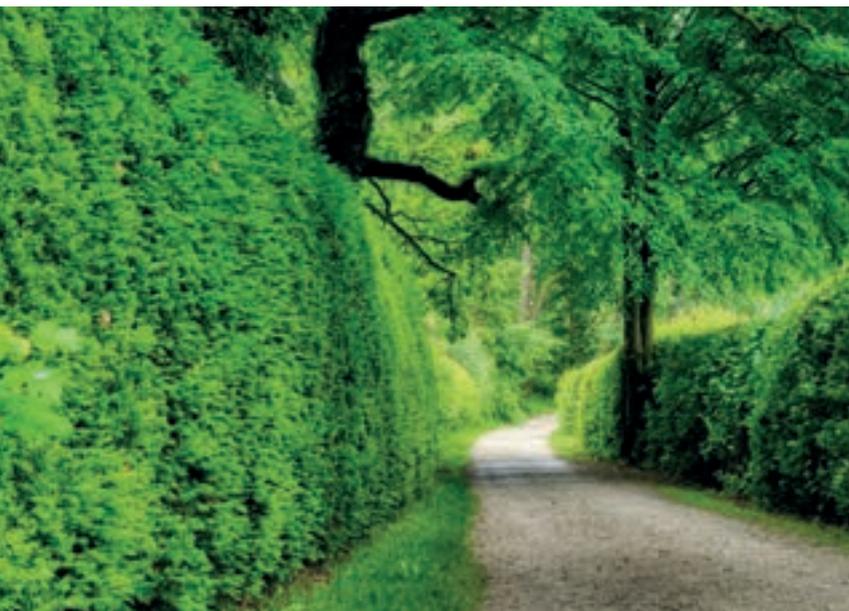
«Quella che abbiamo vissuto finora», spiega Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «è stata sicuramente una stagione piuttosto anomala e complicata. Anche se i risultati continuano ad essere molto positivi, i disagi creati dalla disponibilità di alcuni prodotti hanno influito in maniera negativa sulla nostra capacità di soddisfare la domanda dei nostri clienti, cosa a cui non siamo abituati e che limita il nostro entusiasmo».

«Se la stagione continuasse così, **Multipower**», rivela il direttore commerciale Andrea Tachino, «chiuderebbe il 2021 come il miglior anno di sempre, decisamente sopra le aspettative. Le innumerevoli richieste, arrivate anche da clienti nuovi, ci hanno permesso di fare un ottimo semestre, grazie anche alla nostra attenta programmazione negli acquisti, che ci ha conseguentemente permesso di avere grande disponibilità di materiale e sopperire quindi anche alle richieste improvvise e non pianificate da parte dei clienti abituali e non».

«La stagione sta andando bene», certifica Marco Guarino, dell'ufficio comunicazione e marketing di **Pellenc Italia**, «nonostante le continue piogge non abbiano troppo aiutato il lavoro dei giardinieri professionisti. A fronte di un avvio della stagione abbastanza anticipato, il maltempo ha messo in pausa gran parte dei lavori di manutenzione del verde. Adesso sono ripresi e stiamo tutti viaggiando a pieno regime».

«Il quadro generale della stagione ad ora in essere», l'esordio di Andrea Ceccon, dell'ufficio marketing ed export di **Peruzzo**, «è stato caratterizzato da un trend delle richieste e delle vendite fortemente positivo. Siamo più che soddisfatti, il fatturato è in crescita, ma rimaniamo sempre sul chi va là, ossia attenti ed intenti nell'osservare con attenzione e sensibilità i repentini e costanti cambiamenti che il mercato continua ad offrire». «Come **Prai Group Zanetti Motori**», afferma il general manager Gaetano Patierno, «nonostante il periodo di pandemia, possiamo dirci molto soddisfatti per quanto riguarda le vendite. Lo stesso non si può dire per la disastrosa difficoltà di approvvigionamento ed aumento dei prezzi, costi delle materie prime e grande incidenza delle logistiche interne ed esterne all'azienda saltate a seguito dei disagi».

«La stagione», il punto di Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «continua a seguire il trend positivo dello scorso anno».



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



pellencitalia.com | info@pellencitalia.com

Località Pian dell'Olmino, 82/2 53034 Colle Val d'Elsa (SI) - Tel. 0577 904416

Siamo soddisfatti perché questo ci ha permesso di acquisire nuovi clienti. Anche la rete vendita condivide i nostri risultati ma la discontinua disponibilità del materiale non ci permette di soddisfare in pieno tutte le richieste che pervengono dal mercato».

«Fino ad ora siamo estremamente soddisfatti», spiega Luca Sacconi, direttore commerciale di **Wiper**, «la riorganizzazione aziendale e la stagione particolarmente favorevole ci stanno permettendo di superare ogni previsione di inizio anno».

«Il mercato delle robotica», spiega Nicola Ciabatti, sales agent Italia Robotics Division di **Zucchetti Centro Sistemi**, «ha vissuto quest'anno una vera e propria espansione. Nel 2021 la tendenza all'aumento dei consumi domestici emersa nel 2020 si è confermata, il prolungarsi delle restrizioni dovute alla pandemia ha fatto aumentare notevolmente la domanda di prodotti per la casa e il giardino».

LA MAGGIOR SORPRESA. Scenario coloratissimo, al di là del dominante verde. Eppure di incognite ce n'erano diverse, sotto molti punti di vista. Qualcuna prevista, altre meno, in un contesto in cui era difficile immaginarsi quel che attendeva aziende e specialisti. «Ci ha sorpreso», evidenzia Giuseppe De Gobbi di **Husqvarna**, «vedere un mercato così in crescita, soprattutto quello del taglio automatico dei robot per piccoli giardini. Purtroppo le difficoltà legate all'approvvigionamento di materie prime ci hanno creato un doppio problema: il non riuscire a soddisfare una richiesta

già di suo molto ampia».

«Una sorpresa positiva: la grande vitalità del mercato, che ha grande "fame" di prodotto. Una sorpresa negativa: la difficoltà a tornare ad una parvenza di normalità, che appare ancora ben lontana», le due facce della medaglia di Roberto Tribbia di **Blue Bird**.

«La reazione dell'azienda», il flash di Alessandro Barrera di **Brumar**, «ad un momento che poteva far prevedere conseguenze gravi per un proseguimento positivo dell'attività. Il supporto propositivo offerto al rivenditore è stato contraccambiato dalla fiducia crescente verso l'azienda, consolidando il rapporto di partnership per il quale abbiamo sempre lavorato».

«La pandemia», spiega Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «ha dato un boost al settore hobbistico e rimesso al centro della vita delle persone gli spazi casalinghi. La casa è ritornata ad essere il fulcro di ogni famiglia e buona parte del tempo libero è dedicato alla sua manutenzione con numerosi lavori di fai da te all'interno delle quattro mura o, in modo particolare, in giardino».

«Ci ha sorpreso positivamente questa esplosione delle vendite», spiega Giovanni Masini di **Emak**, «favorite sicuramente da una maggiore propensione (a causa della pandemia) degli utenti a rimanere a casa e dedicare più tempo, attenzione e cura, ai propri spazi verdi».

«Il trend di crescita del comparto giardinaggio», risponde Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «giustificato in questo particolare periodo da un maggiore interesse da parte dell'utilizzatore finale per i prodotti dedicati alla manutenzione del verde».

«La ripresa esponenziale e la richiesta sempre crescente di prodotti», il punto di Diego Zambelli di **Gardena**.

«Abbiamo notato che la passione per il verde degli italiani non si è esaurita dopo il lockdown "duro" dello scorso anno. Nel nostro settore», osserva Daniele Bianchi di **Grin**, «si temeva che quello che era successo nel 2020 sarebbe stato un fuoco di paglia e non si sarebbe ripetuto nel 2021. Tuttavia, con le dovute differenze, si può notare come la cultura del verde, la competenza degli utilizzatori e di conseguenza anche la spesa pro-capite per il giardino siano in fortissima ascesa».

«La continua domanda di prodotto. Ben oltre alle aspettative. Ciò», evidenzia Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, «ha causato anche l'esaurimento di prodotti, che con il problema



trasporti ha causato non poche tensioni di consegna».

«Il prezzo dei container dalla Cina, importiamo motori e i prezzi dei container sono diventati folli, inoltre i tempi sono stati ritardati di mesi e non si ha alcuna garanzia di puntualità. Questo a noi che produciamo esclusivamente in Italia fa anche gioco», il passo avanti di Paolo Bagordo di **Marina Systems**, «diversi clienti hanno aumentato i volumi e prevedono incrementi sempre maggiori, i nostri prezzi non sono più così alti rispetto all'importazione cinese mantenendo però una qualità italiana di prodotto superiore».

«Ci aspettavamo», rivela Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «un'anomalia positiva della domanda, ma certamente non in questa misura, soprattutto su alcune categorie specifiche di prodotti».

«Più che una sorpresa», specifica Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «è stata una conferma della buona direzione che Pellenc ha intrapreso oltre 20 anni fa, all'inizio del proprio percorso; credere fermamente nelle attrezzature e nel mondo della batteria. Oggi le richieste e l'attenzione verso questa tipologia di attrezzature aumentano continuamente, il che fa sicuramente ben sperare per i mesi a venire».

«In positivo ciò che maggiormente ci ha sorpreso», rivela Andrea Ceccon di **Peruzzo**, «è stata la costante e quasi "forsennata" richiesta di macchine per la manutenzione del verde. Dal punto di vista negativo l'esorbitante ed incontrollato aumento dei costi delle materie prime».

«La piacevole sorpresa riscontrata», rivela Gaetano Patierno di **Prai Group**, «è stata trovare da parte della nostra rete commerciale, dei rivenditori con tanta pazienza e comprensione per il momento storico in cui viviamo e la sua influenza sulle consegne».

«Siamo sorpresi», confida Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «come la pandemia ha cambiato velocemente l'approccio consumistico di tutti noi, infatti ci siamo dedicati ad acquistare beni primari. Molti di questi rientrano nel nostro mercato per permetterci di curare meglio i propri spazi come ad esempio i giardini».

«La moderata», la fotografia di Luca Saccani di **Wi-per**, «ma costante richiesta di robot che si è mantenuta stabile nei mesi indipendentemente dall'andamento stagionale o dalla situazione sanitaria».

«In questi mesi caratterizzati da varie restrizioni e



difficoltà del momento», il quadro di Nicola Ciabatti di **Zuccheti Centro Sistemi**, «l'azienda è stata uno dei pochi momenti di aggregazione extra familiare, anche se non sempre in presenza».

LE MACCHINE PIÙ VENDUTE. Una grande passerella, come una volta. Come ai tempi belli. S'è venduto di tutto, con tendenze varie ma anche una traccia piuttosto chiara.

«Tutto il catalogo ha dato ottimi risultati», precisa Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «con vendite in crescita rispetto alle stagioni passate. Se dovessimo proprio selezionare una famiglia di prodotti, la gamma potatura a batteria ha dato risultati al di là di ogni previsione».

«Tutto il comparto a batteria», spiega Alessandro Barrera di **Brumar**, «ha continuato a crescere, confermando il trend molto positivo degli ultimi anni. La consapevolezza che era necessario cambiare le nostre abitudini per garantirci un futuro più pulito ha permesso un cambio di mentalità più veloce di quanto era prevedibile attendersi».

«Le macchine più vendute», spiega Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «sono sicuramente quella a batteria; anche nel mondo del giardinaggio il cliente finale ha riconosciuto il grosso vantaggio che si ottiene lavorando senza cavi elettrici e senza i fastidiosi odori, nonché rumore, dei motori a scoppio».

«La crescita», evidenzia Giovanni Masini di **Emak**, «è stata generalizzata e diffusa su tutti i prodotti legati alla stagione primaverile, come rasaerba, decespugliatori e trattorini».

«Un po' tutto in generale. Ovviamente», sottolinea Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «stiamo vedendo crescere a grandi passi il comparto dei prodotti a batteria».

«La continua impennata delle vendite dei robot che non si ferma», il focus di Diego Zambelli di **Gardena**, «ma anche la richiesta esorbitante della nuova gamma di avvolgitubo a muro e da giardino che ha fatto impazzire il mercato». «Nella gamma **Grin**», riferisce Daniele Bianchi, «abbiamo avuto un forte aumento di vendite nella gamma professionale. Un numero sempre maggiore di professionisti del verde si sta avvicinando sempre di più al nostro marchio, anche se riteniamo ci siano ancora enormi margini di miglioramento. Anche il settore dell'hobbista super esigente che si avvicina alla macchina professionale diventa sempre più importante forse anche per la maggior fiducia verso il marchio che in questi 15 anni siamo riusciti a creare».

«Motoseghe, decespugliatori e rasaerba. Molto richiesto il potatore ad asta», la lista di Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**.

«I prodotti per la manutenzione del verde, tra questi», il quadro di Giuseppe De Gobbi di **Husqvarna**, «i decespugliatori ma anche le macchine per taglio mulching e quindi i rider».

«Le più vendute? Il Grinder, le linee HR motorizzata Honda e KR motorizzata Kohler», il podio di Paolo Bagordo di **Marina Systems**.

«Registriamo risultati positivi distribuiti uniformemente su tutte le categorie di prodotto. Vogliamo sottolineare», aggiunge Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «il ritorno di Robomow ai livelli che il marchio merita, grazie agli investimenti sui nuovi prodotti che si stanno affermando per la qualità ritrovata, per le prestazioni e per le caratteristiche innovative».

«Oltre ai motori Rato, che stanno annualmente crescendo in maniera esponenziale, grazie all'installazione come primo impianto, da parte di ormai tutti o quasi, i più importanti costruttori di macchine agricole italiani», racconta Andrea Tachino di **Multipower**, «il nostro cavallo di battaglia rimane sempre la motozappa. La nostra gamma Italian Power è molto apprezzata dai rivenditori e sta riscuotendo un ottimo successo nella vendita online. Dopo l'ottima scorsa stagione, quest'anno i primi sei mesi sono decisamente in crescita e ci aspettiamo ulteriore incremento, grazie ai nuovi modelli che saranno disponibili a partire da settembre».

«Il tagliasiepi è ancora la macchina principale per il mercato del giardinaggio», precisa Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «è fondamentale per il lavoro del giardiniere durante tutto l'anno, oltre ad essere quella che trae i maggiori benefici dalla tecnologia della batteria. Oltre a questo, stiamo ricevendo moltissimi feedback positivi sul nuovo decespugliatore Excelion2, soprattutto per quanto riguarda la grande potenza erogata e l'ergonomia durante il lavoro».

«Crescente la richiesta del mercato estero», sottolinea Andrea Ceccon di **Peruzzo**, «per macchine semoventi radiocomandate a basse emissioni, mentre e per quanto riguarda il mercato interno registriamo un incremento nella vendita dei trinciaerba per trattori da 15 ai 50 cv di potenza. Al contempo si nota senza dubbio una doppia richiesta, e dal fronte interno e dal quello estero, di cippatori di ogni dimensione».

«Motozappe, motori e la new entry dei generatori», il quadro di Gaetano Patierno di **Prai Group**, «che segna l'ingresso Zanetti Motori nel mondo degli Inverter, Leonardo Inverter ZBG 2000 IE».

«Tutti i comparti», rileva Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «sono cresciuti a doppia cifra grazie alla maggiore offerta di prodotti a batteria che possono garantire prestazioni di alto livello per ogni target di cliente. In particolare si distinguono decespugliatori, motoseghe e tosaerba. Molto interessante anche la crescita di accessori, ricambi e prodotti forestali come l'abbigliamento».

«Continua il trend degli ultimi anni e la richiesta maggiore», sottolinea Luca Sacconi di **Wiper**, «è per i prodotti per le aree di modeste dimensioni. La nostra Serie I continua a essere la più venduta in termini numerici».

«La grande richiesta di robot rasaerba», rivela Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «ha riguar-



PM53A KAWASAKI

La preferita dai giardinieri: anche con motori Kawasaki

NOVITÀ 2022



**Regolatori
manico antivibranti**



**Ruote
Grip Grin Maxi**



**Taglio in
pendenza**



**Utilizzo
professionale**

QUESTA MACCHINA VA PROVATA!



Contattaci per un test drive su prato al
800-543858

VIENI A TROVARCI ALLO STAND GRIN!

DEMO 2021

17 e 18 Settembre
Parco Esposizioni Novogro (MI)

Vai su demogreen.it

- 1-Registrati
- 2-Metti i biglietti nel carrello
- 3-Riscatta il coupon



grin-demo 2021

*CODICE MONOUSO

dato tutti i modelli Ambrogio, in particolare quelli più tecnologicamente avanzati. Infatti gestione e controllo da remoto del robot, funzione di serie su molti modelli (modulo ZCS Connect), ha guadagnato molti consensi».

IL BIVIO DI SEMPRE. Qualità o prezzo? Soluzione d'alto profilo o l'entry level? O la via di mezzo? Il dibattito resta apertissimo, anche se affidabilità e durata nel tempo sono sempre più fattori di peso. «La nostra impressione», l'affresco di Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «è che il prodotto molto economico sia meno richiesto nel mercato rispetto al passato. Gli utilizzatori, anche quelli non professionisti, comprendono che un risparmio immediato può essere origine di problemi e spese future, e quindi spesso scelgono di spendere un po' di più per avere un prodotto di buona qualità».

«Certamente», la premessa di Alessandro Barrera

Emak, «è stato premiato assolutamente il prodotto di qualità, nell'accezione più allargata: non solo la qualità intrinseca/tecnica, ma anche di servizio, di disponibilità macchine e ricambi, di assistenza».

«Entrambe le fasce», rileva Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «sono state protagoniste di questo primo semestre. Però il prodotto di qualità sta velocemente riprendendo quota».

«Il prodotto di qualità», assicura Diego Zambelli di **Gardena**, «in quanto la qualità ha da sempre contraddistinto il marchio».

«Nel caso di **Grin**», racconta Daniele Bianchi, «assolutamente il prodotto di qualità, ma questo era un trend che si notava fortemente già dalle ultime stagioni. Vendendo esclusivamente con una rete di rivenditori specializzati puntiamo molto a portare all'interno dei negozi un cliente alto spendente stimolato e incuriosito dalla nostra comunicazione pubblicitaria. Nei negozi è poi necessario che questo clienti trovi cortesia, competenza e servizio».

«Quest'anno è un anno anomalo, si è venduto tutto. La nostra offerta», rileva Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, «si è basata nell'offrire la fascia media di prodotto con l'offerta della gamma 40V max e la fascia medio alta con la gamma prodotto da 60V Pro, l'unico limite è stato avere prodotto a sufficienza da distribuire».

«La preferenza», il punto di Giuseppe De Gobbi di **Husqvarna**, «è stata per la qualità e per l'assistenza specializzata».

«Da noi», ribadisce Paolo Bagordo di **Marina Systems**, «sono pochi i prodotti economici. Puntiamo sulla qualità».

«Per quanto ci riguarda», dichiara Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «il prodotto di fascia medio-alta, di qualità, caratterizzato da specifiche e prestazioni elevate si è imposto sui prodotti entry level, grazie anche al progressivo affermarsi dei nostri marchi Cub Cadet, WOLF-Garten e Robomow».

«Il fattore prezzo», evidenzia Andrea Tachino di **Multipower**, «è il protagonista indiscusso degli ultimi anni e anche quest'anno, nonostante le difficoltà nel reperire il materiale, è stato fondamentale per le nostre vendite; nella nostra gamma prodotti, notiamo una forte crescita nell'entry level e una continua frenata sulla fascia alta».

«Sono due mercati ben distinti e sarà sempre più importante mantenerli tali. **Pellenc**», evidenzia Marco Guarino, «ha fatto una scelta ben precisa,



di **Brumar**, «si è valutato un acquisto più mirato a durare nel tempo, in modo che l'investimento avesse un giusto rapporto qualità-prezzo. Quindi la ricerca di un prodotto di qualità è cresciuta, nella consapevolezza, in questo momento particolare, di spendere meglio i soldi a disposizione».

«Nel mondo del giardinaggio a cavo e a scoppio», il quadro di Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «prevale ancora il prodotto più economico, mentre per quanto riguarda le macchine a batteria il cliente finale ricerca sempre di più un prodotto di maggiore qualità».

«Nella scelta», evidenzia Giovanni Masini di

ovvero quella di realizzare attrezzature che rispondono alle richieste dei giardinieri più esigenti, con un target di utilizzatore professionale e semi-professionale. Ad oggi possiamo affermare che è stata una scelta vincente e Pellenc è stata in grado di affermarsi come brand di riferimento tecnologico nel mercato delle attrezzature a batteria, vantando un know-how unico sul mercato».

«Il prodotto di qualità e Made in Italy pur costando di più», il punto di Andrea Ceccon di **Peruzzo**, «è stato ancora una volta premiato. Chi cerca Peruzzo non cerca un prodotto hobbistico, ma che duri nel tempo mantenendo le sue caratteristiche costruttive di alto livello e che sia sempre rapida e precisa la rete del post-vendita».

«Nonostante la scelta sicuramente combattuta, dettata dall'incertezza e instabilità del periodo», spiega Gaetano Patierno di **Prai Group**, «i nostri dati riportano ancora una volta la preferenza per la qualità del prodotto».

«**Stihl** è una azienda che, da quasi un secolo, ottiene il suo successo grazie alla qualità dei propri prodotti. Il nostro motto è "Qualità senza compromessi", cercando di soddisfare le esigenze di tutti i target di clienti», la fotografia di Francesco Del Baglivo, product marketing manager della filiale italiana della casa tedesca.

«I prodotti **Wiper**», rileva Luca Saccani, «possono essere classificati tutti nella fascia del prodotto di qualità. Come detto sopra i robot dedicati ai giardini di piccole dimensioni, quindi i meno costosi, sono i più richiesti».

«La domanda è stata omogenea per tutti i livelli di prodotto. In termini assoluti», il punto di Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «i volumi di vendita dei robot per giardini medio-piccoli sono più elevati rispetto a robot destinati ad aree molto ampie. Questo spiega perché la domanda su giardini di piccole dimensioni è sicuramente più ampia».

PROBLEMA E SOLUZIONI. La questione dell'estate è stata nei tempi di consegna delle macchine. Ritardi, anche notevoli. Tutto partito dall'alto, con conseguenze che produttori e distributori han-



no combattuto muovendo varie leve.

«Ci sono stati ritardi anche consistenti nelle consegne, a causa di tempi di produzione e di fornitura dilatati rispetto a quanto eravamo abituati. Avendo fiutato questa situazione», spiega Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «già lo scorso anno abbiamo anticipato la nostra pianificazione, prevedendo anche aumenti di stock consistenti. Questa mossa ci ha permesso di rispondere in parte alla maggiore domanda, che tuttavia è stata più rilevante di quanto avevamo previsto. In questo scenario, i rivenditori che come noi avevano programmato i loro acquisti in anticipo hanno visto premiata la loro lungimiranza».

«Certamente sì: la situazione della rinnovata crescita della domanda», la fotografia di Alessandro Barrera di **Brumar**, «ha evidenziato la difficoltà di approvvigionamento di materie prime in tutti i settori ed anche un rincaro incontrollato delle stesse. Anche la parte logistica ha subito un attacco speculativo con un aumento a dismisura dei costi di trasporto e la limitazione della disponibilità di container dalla Cina e non solo. Abbiamo cercato di far fronte a queste problematiche in tutti i modi, sia cercando maggiore collaborazione con i nostri fornitori, sia cercando in Europa alternative e supportando anche gli aumenti di prezzo comprimendo ulteriormente i nostri margini».

«Durante il 2020», racconta Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «siamo riusciti a garantire ai nostri clienti una consegna quasi del tutto regolare per molti dei nostri prodotti, in quanto fortunatamente avevamo provveduto ad effettuare buona parte dell'approvvigionamento dello stock di ma-

gazzino prima dello scoppio della pandemia mondiale. Attualmente le difficoltà che incontriamo sono numerose: sono emersi i limiti del sistema globalizzato e altamente interconnesso, evidenziandone le criticità in tutti i settori».

«Nella situazione caotica generata dalla situazione di emergenza sanitaria», osserva Giovanni Masini, «anche **Emak** ha avuto purtroppo qualche ritardo nelle consegna delle macchine, ma sempre a livelli accettabili e, riteniamo, in misura molto inferiore rispetto a tanti concorrenti sul mercato».

«Purtroppo il grosso problema che ha accomunato tutti», ribadisce Diego Dalla Vecchia di **Fia-ba**, «sono stati i ritardi delle consegne. Abbiamo dovuto inventarci un po' di tutto cercando, per quanto possibile, di dare magari soluzioni di prodotti in pronta consegna, spostando macchine da cliente a cliente».

«Il trend fortemente positivo», allarga il quadro Diego Zambelli di **Gardena**, «non ha interessato soltanto l'Italia ma tutta l'Europa. Pertanto avendo anche il magazzino centralizzato in Germania, abbiamo avuto dei problemi di disponibilità della merce. Abbiamo gestito la problematica cercando, nella gamma, prodotti simili da poter proporre in alternativa, od eventualmente prodotti extra gamma da dare in sostituzione».

«È stato un anno molto complicato e devo fare i complimenti al nostro ufficio acquisti», il pensiero di Daniele Bianchi di **Grin**, «per essere riuscito a mantenere un magazzino sufficientemente fornito

e una produzione costante. In tutto questo ci ha aiutato il fatto che la maggior parte dei nostri articoli sono prodotti internamente e il 90% dei fornitori sono Italiani. In questo modo abbiamo potuto garantire disponibilità del prodotto paragonabile agli anni "normali". Un grazie è doveroso anche nei confronti della nostra rete di rivenditori che da tempo hanno capito l'esigenza di fare una programmazione intelligente degli acquisti».

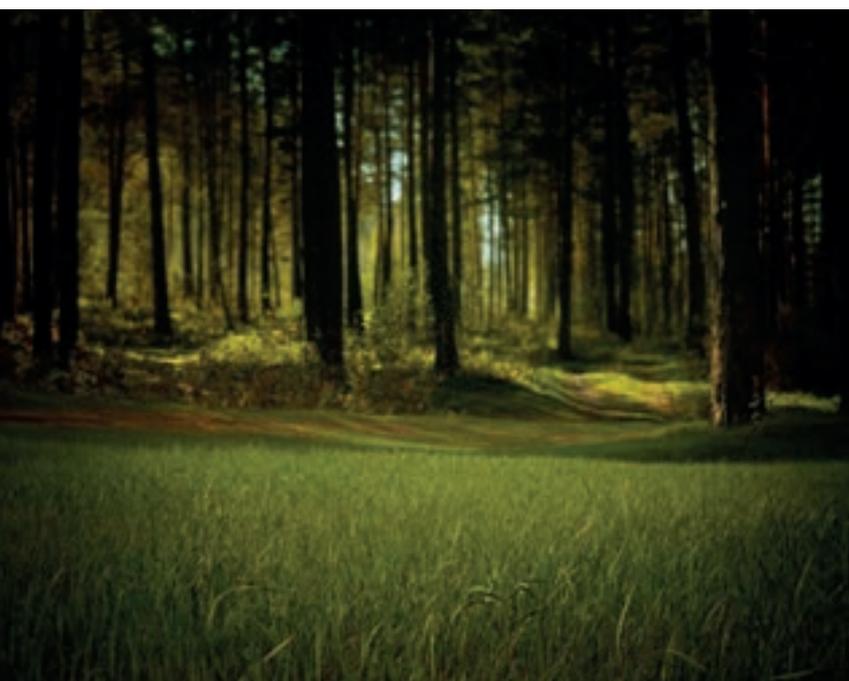
«Ci sono stati notevoli ritardi di consegna che abbiamo ovviato in parte grazie ad approvvigionamenti merce anticipati», il punto di Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, «tuttavia la domanda è stata molto superiore alle aspettative e ciò ci ha messo in difficoltà a prescindere dal problema trasporti. Fortunatamente Greenworks e Cramer hanno il deposito in Europa, ciò ci ha permesso di approvvigionare il nostro magazzino limitando il disservizio verso i nostri rivenditori».

«I ritardi ancora persistono. Oviare ad un problema irrisolvibile», la chiave di Giuseppe De Gobbi di **Husqvarna**, «lo si può provare a fare solo proponendo alternative di prodotti simili. In questo ci aiuta il vantaggio di disporre di una gamma di prodotti particolarmente ampia».

«Fortunatamente», il punto di Paolo Bagordo di **Marina Systems**, «produciamo tanti modelli con tutte le motorizzazioni più importanti, i ritardi avuti sono stati tamponati da modelli alternativi e motorizzazioni alternative. Sicuramente qualcuno ha dovuto aspettare più del previsto per ricevere la sua merce ma posso tranquillamente dichiarare che non abbiamo lasciato a piedi nessuno e sfruttando l'ampio magazzino per alcuni prodotti forse siamo stati gli unici in grado di consegnare già da gennaio».

«Purtroppo ci sono stati e ci sono ancora ritardi nelle consegne di alcuni prodotti. Questa», conferma Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «è stata la difficoltà principale che abbiamo dovuto affrontare durante tutta la stagione. I problemi alla base di questa situazione sono ben noti e comuni a tanti settori produttivi. Ove possibile, abbiamo cercato di indirizzare le vendite su modelli o prodotti alternativi, anche se queste non sempre siamo stati in grado di soddisfare la domanda dei nostri clienti».

«Come tutti», conferma Andrea Tachino di **Multipower**, «abbiamo avuto e stiamo tutt'ora avendo ritardi sulle consegne, sia a causa dei problemi produttivi dei nostri fornitori, che per le grosse complicazioni legate al traffico navale. Ma l'at-





 **ACTIVE**[®]

Via Delmoncello 12 - 26037 San Giovanni In Croce, Cremona - Italy
Tel. +39 037591742 - Fax. +39 037591684
ordini@active-srl.com - export@active-srl.com

M E R C A T O

tenta programmazione e le tempestive decisioni del nostro ufficio import, ci hanno permesso di farci trovare quasi sempre pronti e quindi in grado di soddisfare le richieste ricevute».

«Non molti fortunatamente. Questo grazie soprattutto», la chiave di Marco Guarino di **Pellenc**, «ad un'organizzazione molto scrupolosa e mirata, che ha fatto in modo di essere in grado di mantenere costantemente fornita la rete vendita sia in quanto ad attrezzature che ricambi».

«Inevitabilmente», riconosce Andrea Ceccon di **Peruzzo**, «c'è da ammettere che ci sono stati dei ritardi nella fornitura di prodotti e macchine ai nostri rivenditori ed importatori, ove non programmate con il cosiddetto "ordine prestagionale": il problema di un vertiginoso aumento delle tariffe nei trasporti, la scarsità dei container e la sempre costante crescita del costo (nonché la scarsa reperibilità) delle materie prime, ha fatto il resto. Fortunatamente e credendo in una logica che oggi definiremmo senza dubbio lungimirante, affiancata da una politica di investimenti nella logistica e nei nostri magazzini interni, siamo stati in grado di "parare il colpo", riuscendo ad essere pronti a soddisfare i clienti con tempi di attesa inferiori rispetto alla concorrenza».

«L'unica soluzione», la chiave di Gaetano Patierno di **Prai Group**, «è stata chiedere ai clienti di pazientare».

«La pandemia e l'elevata domanda globale di materie prime come acciaio, alluminio, granuli di plastica e componenti elettronici stanno mettendo sotto forte pressione i mercati globali. Questo», evidenzia Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «sta generando tempistiche di fornitura dilatate e ridotte consegne da parte dei fornitori. Questa situazione, purtroppo, non ci permette di essere sempre in grado di garantire la nostra consueta disponibilità alla clientela. Ciò nonostante, grazie ad una attenta programmazione da parte dei Rivenditori, riusciamo a trovare delle soluzioni alle situazioni più difficili».

«Fino ad ora, con enormi difficoltà, siamo riusciti a contenere i ritardi su quasi tutti i modelli. Purtroppo», spiega Luca Saccani di **Wiper**, «le difficoltà nel reperimento delle materie prime non accennano a diminuire e questo mette in pericolo la disponibilità per i prossimi mesi».

«Fino ad oggi, grazie ad una pianificazione accurata per il 2021», la fotografia di Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «siamo riusciti ad evadere tutti gli ordini in modo piuttosto regolare, nonostante la forte crescita della domanda, anche superiore alle aspettative».

REAZIONE RIVENDITORI. I tempi lunghi hanno messo a dura prova il lavoro del rivenditore, il più delle volte abile a destreggiarsi fra ostacoli



a prima vista insormontabili trovando soluzioni sempre diverse ed efficaci. Aprendo però una pagina tutta nuova nel mercato. E la necessità di correre ai ripari, magari in anticipo. «La situazione di quest'anno», rileva Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «ha mostrato plasticamente quanto sia importante la programmazione anche per i rivenditori. Come azienda cerchiamo di avere sempre tutto il materiale disponibile, ma gli imprevisti accadono, e in situazioni come quest'anno una catena molto lunga di imprevisti ha provocato l'indisponibilità di alcuni modelli. In questa situazione, chi ha programmato in anticipo è stato premiato».

«Non sempre ha capito le difficoltà, soprattutto all'inizio. Poi», evidenzia Alessandro Barrera di **Brumar**, «ha cominciato a rendersi conto che non era un problema limitato a poche aziende, ma che toccava tutto il settore ed anche lui ha cercato, con l'aiuto dell'azienda, di accettare a volte le soluzioni alternative proposte. Credo che le difficoltà di quest'anno faranno capire a molti dealer che una programmazione prestagionale più attenta può essere di aiuto all'azienda per pianificare in modo più produttivo gli approvvigionamenti e garantire un servizio più puntuale ed efficace».

«Essendo una situazione d'emergenza globale, anche per tutti i competitors, il rivenditore», la fotografia di Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «non ha potuto che adattarsi a tale situazione. Chi ha potuto si è organizzato ed ha aumentato il proprio magazzino».

«In questo periodo», il quadro di Giovanni Masini di **Emak**, «abbiamo consolidato le relazioni con i rivenditori, abbiamo aumentato il dialogo e incrementato la flessibilità reciproca: è stato un ottimo gioco di squadra e il merito di questo risultato eccezionale nelle vendite è da condividere con loro». «Dapprima non benissimo», precisa Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «visto che le attese per merce la vendita non sono da sempre gradite. Poi vista la situazione globale anche i rivenditori hanno cercato di "sopravvivere" spostando i clienti finali verso magari macchine di modelli disponibili o cercando di convincere il cliente finale a attendere l'arrivo di quella effettivamente richiesta».

«I nostri rivenditori», garantisce Diego Zambelli di **Gardena**, «sono fidelizzati al brand ed hanno compreso la situazione generale, mostrandosi di-



sponibili anche a pianificare i successivi ordini in anticipo».

«Siamo stati molto vicini ai nostri rivenditori in questo difficile periodo. Giustamente», il dietro le quinte di Daniele Bianchi di **Grin**, «era un po' spaesato trovandosi ad affrontare un'altra stagione "diversa". Noi di Grin eravamo però preparati a supportare la rete vendita con attività di co-marketing che potessero aiutarli nella commercializzazione dei nostri prodotti. Abbiamo affiancato i rivenditori nelle attività di comunicazione digitale, fondamentali in questo periodo, e dove avevamo notato diverse lacune. Ma non abbiamo dimenticato, quando consentito e in piena sicurezza, il supporto in presenza che resta comunque fondamentale in un settore come il nostro».

«Devo dire che la maggior parte dei rivenditori», il fermo immagine di Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, «ha capito la situazione ed è stata particolarmente paziente di fronte ad una situazione che ha coinvolto tutti i fornitori. In tutti i casi abbiamo avuto rivenditori che hanno comunque tenuto fede agli ordini fatti, sintomo di una collaborazione sempre più stretta con il nostro network distributivo».

«Dobbiamo ringraziare i rivenditori che consapevoli di una situazione che si sta verificando a livello mondiale», la premessa di Giuseppe De Gobbi di **Husqvarna**, «hanno continuato a "sopportare" e condividere il disagio e hanno cercato con grande flessibilità di portare avanti il loro servizio nel migliore dei modi».

«Non sono mancate», il dietro le quinte di Paolo Bagordo di **Marina Systems**, «discussioni e solleciti ma nella maggior parte dei casi il rivenditore ha capito il momento particolare e lo ha gestito con professionalità. I nostri rappresentanti inoltre sono stati fondamentali per gestire la situazione

in modo ottimale».

«I nostri concessionari», il fermo immagine di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «ci hanno supportati al meglio, per questo dobbiamo ringraziarli per l'aiuto e la collaborazione dimostrati nel gestire un periodo così complicato».

«Il rivenditore che ha investito nel magazzino e che ha lavorato con le programmazioni», la chiave di Andrea Tachino di **Multipower**, «è stato in grado di affrontare la stagione potendo raggiungere livelli di vendita molto importanti. Chi invece si è trovato a dover acquistare sul venduto, credo avrà grossi problemi fino al termine di questa complicata stagione».

«Il rivenditore», rileva Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «è rimasto in molti casi positivamente stupito dell'organizzazione Pellenc e del continuo contatto diretto con tecnici e forza vendita».

«Se in un primo momento la reazione è stata solo un generale malumore ed incomprensione per un qualcosa che non veniva totalmente inteso dai non addetti ai lavori», spiega Andrea Ceccon di **Peruzzo**, «la successiva presa di coscienza del fatto che la carenza dei materiali non stesse colpendo solo il nostro comparto ma anche quello dell'automotive, delle costruzioni, dell'informatica e del settore produttivo più in generale, ha permesso al cliente di meglio comprendere la gravità della situazione e di stare vivendo in un momento storico e socio-economico eccezionale. Da qui ne è scaturito un atteggiamento più comprensivo e di maggiore "programmazione" a lungo termine».

«Il rivenditore», assicura Gaetano Patierno di **Prai Group**, «ha mostrato elasticità e disponibilità».

«Collaborando con i rivenditori e con la tempestiva comunicazione», sottolinea Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «siamo riusciti a contenere comprensibili disagi. La rete di vendita è al corrente della situazione globale, che sta coinvolgendo tantissimi settori oltre al nostro. Per questo motivo i rivenditori comprendono che siamo tutti sulla stessa barca».

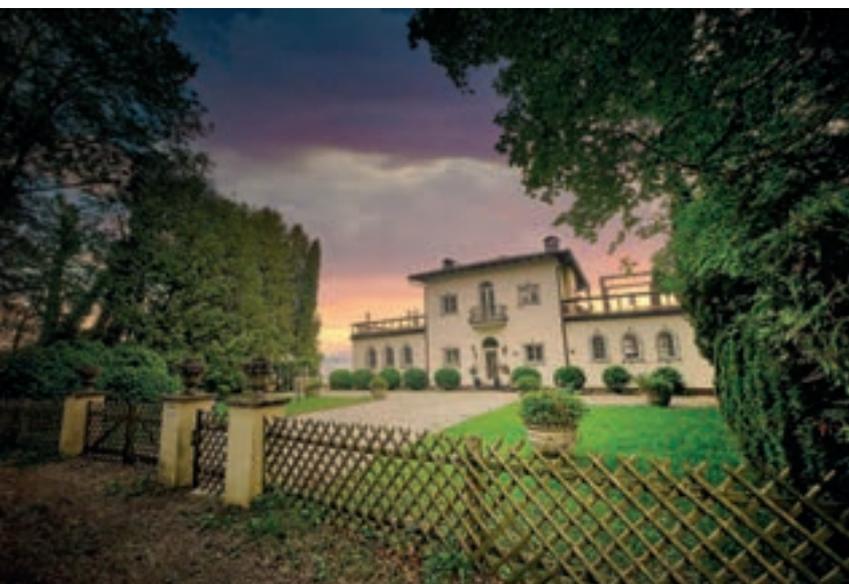
«Negli anni», riavvolge il nastro Luca Saccani di **Wiper**, «abbiamo costruito un rapporto di reciproca fiducia con i nostri rivenditori e questo ci ha permesso di superare agevolmente le difficoltà».

«La rete vendita», assicura Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «ha molto apprezzato la nostra capacità di soddisfare la richiesta di robot e ricambi».

NUOVO VECCHIO CLIENTE. Finalmente faccia a faccia, dopo distanze mai colmate. Impossibile. Che cliente è diventato quello del 2021 dopo un anno e mezzo così? Qual è la sua vera chiave ora? «Il cliente finale cerca sempre, giustamente, il migliore rapporto fra le sue esigenze di qualità ed il minor costo possibile. Ci sembra che rispetto al passato», il parallelo di Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «la qualità abbiamo acquistato uno spazio importante nella testa del cliente, che sempre meno si fa attirare da prodotti offerti a prezzi superconvenienti, che a volte nascondono limiti di qualità o l'assenza di una struttura di assistenza».

«Sicuramente questi mesi di lockdown, derivati dalla situazione pandemica, ha cambiato le abitudini dei consumatori. E per questo», sottolinea Alessandro Barrera di **Brumar**, «si è dedicato con più attenzione alla cura della casa e, per chi poteva, a godere maggiormente della vita all'aria aperta con una maggiore attività in giardino e nell'orto. Si è riscoperto un maggiore riguardo verso noi stessi ed in tutto ciò che di bello ci circonda. Sicuramente per il futuro questo rimarrà come una riflessione importante nelle priorità di ciascuno di noi».

«Il cliente finale», la certezza di Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «ha rimesso al centro della vita gli spazi casalinghi e si è dedicato alla manutenzione della casa e degli spazi verdi. Nei mesi di chiusura le vendite online hanno avuto una forte accelerata ed anche in futuro prevediamo un ottimo riscontro, ma sarà importante al tempo stesso potenziare e migliorare anche le vendite attraverso il canale tradizionale e grande distribuzione. Molti clienti desiderano visitare il negozio



Un prato mai visto...

Wiper
mowing on

Padiglione 35
Stand B19



A GREAT EIMA, AS USUAL

wipercompany.com



ed essere consigliati al meglio durante la fase di acquisto dall'addetto vendita che può fornire i migliori consigli e suggerimenti per la scelta di un prodotto piuttosto che un altro. Grazie anche al digital marketing faremo sì che il consumatore sia invogliato ad andare in negozio, magari trovando una promozione speciale».

«Il cliente finale», racconta Giovanni Masini di **Emak**, «è più attento, dedica più cura e tempo ai lavori nei propri spazi privati... è sempre più informato e di conseguenza anche sempre più esigente».

«Bene o male», il ritratto di Diego Dalla Vecchia di Fiaba, «il cliente finale ha fatto il suo gioco. In questi mesi si è visto un incremento degli acquisti online e come accennato prima si sono affacciati al mondo del giardinaggio molti nuovi clienti finali. Causa lockdown molti hanno riscoperto il giardino e l'orto come passatempo».

«Il cliente finale», osserva Diego Zambelli di **Gardena**, «è molto più esigente rispetto al passato ed utilizza i social prima di prendere una decisione sull'acquisto di un prodotto. Dobbiamo migliorare ed aumentare la nostra presenza su questi nuovi mezzi di comunicazione che stanno influenzando in modo determinante gli acquisti dei clienti finali».

«Il cliente finale», rileva Daniele Bianchi di **Grin**, «sta completando un processo di cambiamento dei consumi già in atto in era pre-covid. Per l'acquisto di prodotti come i macchinari per la manutenzione del verde il cliente si informa molto sul web e cerca un contatto diretto con le aziende per poi spostarsi nel punto vendita per finalizzare l'acquisto. Nel punto vendita cerca una serie di servizi come la possibilità di visionare il pro-

dotto, testare il prodotto, finanziare l'acquisto e ovviamente l'assistenza tecnica nel post-vendita. Il cliente cerca molto anche il riscontro di altri utilizzatori ed è quindi necessario metterlo in evidenza in ogni fase della vendita».

«Certamente è cambiato», sottolinea Maurizio Fiorin di **Hikoki Power Tools Italia**, «così com'è cambiato lo stile dell'acquisto. Molte informazioni ormai fruibili attraverso decine di canali web, da Youtube ai social network alle pubblicità mirate ed i vari siti aziendali, senza dimenticare il mercato dell'online con i vari marketplace. Quest'ultimi non facili da gestire sotto il profilo del prezzo ma, oramai, anche il riferimento per carpire informazioni e recensioni sul prodotto».

«Il cliente finale», evidenzia Giuseppe De Gobbi di **Husqvarna**, «è sempre più esigente, informato, pretende soluzioni immediate, tempestive. Per questo nelle risposte si deve cercare di essere più risolutivi possibili».

«Il cliente finale», rileva Paolo Bagordo di **Marina Systems**, «si è fatto sentire di più rispetto agli anni scorsi, ci chiamano e chiedono consigli e indicazioni per gestire le loro esigenze, apprezzano che il prodotto sia 100% made in Italy».

«Non riteniamo ci siano stati profondi cambiamenti nei clienti finali. Sicuramente», allarga il quadro Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «questi mesi hanno incrementato l'interesse nei confronti del giardinaggio e hanno spinto alcuni utilizzatori ad esplorare nuovi canali di vendita. Ma in generale, le abitudini e le richieste dei consumatori sono rimaste le medesime di sempre».

«Il cliente finale», il fermo immagine di Andrea Tachino di **Multipower**, «si è abituato da anni ad acquistare sempre più online e pertanto anche in questa stagione ha preteso di ricevere il materiale quando lo desiderava; l'utente finale è abituato ad avere immediatamente ciò che vuole e in questi momenti, vince sempre chi investe nel magazzino».

«Il cliente finale», l'immagine di Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «oggi è molto informato e preparato sulle attrezzature, questo grazie sicuramente alla semplicità con la quale è possibile reperire dati e caratteristiche di ogni macchina presente sul mercato. Oggi il cliente arriva in negozio con un'idea già precisa dell'acquisto da fare; la bravura del rivenditore sta nel completare il quadro



di informazioni in possesso del cliente, e fornire sempre la tipologia di attrezzature più indicata in base alle esigenze e al lavoro da svolgere».

«Consci del fatto che "oggi la macchina è disponibile, domani si vedrà", il cliente ha cambiato la sua visione della situazione. Ora», il quadro aggiornato di Andrea Ceccon di **Peruzzo**, «programma maggiormente gli acquisti e non pretende più che il prodotto possa sempre essere disponibile all'acquisto a seconda delle sue esigenze, capisce che ci sono variabili internazionali di mercato che limitano e che condizionano le forniture».

«Il cliente finale, completamente in linea con le aspettative visto il progresso e l'evoluzione», evidenzia Gaetano Patierno di **Prai Group**, «risulta sempre più tecnologico. Preferisce acquistare e raccogliere informazioni tramite i canali web dei nostri rivenditori quali piattaforme di e-commerce, social network e posta elettronica».

«Crediamo che questa esperienza», la certezza di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «porti all'utente finale una maggiore consapevolezza che acquistare un prodotto di qualità significa spendere al meglio i propri soldi per ottenere sicurezza e durata nel tempo».

«Nelle ultime due stagioni», puntualizza Luca Saccani di **Wiper**, «il cliente finale che si avvicina al taglio automatizzato si è mostrato molto più maturo e consapevole. È molto più semplice trasferire tutte le informazioni necessarie senza incappare in malintesi con conseguente insoddisfazione reciproca».

«Durante i vari periodi di lockdown», spiega Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «il consumatore finale ha acquisito una maggiore capacità di informarsi, via web, sui prodotti che intende acquistare».

STRADA LUNGA. Accenni di normalità, ma solo sfumature. La vita di una volta è ancora lontana. Il percorso appena iniziato, i tempi ancora indecifrabili. «Questi mesi», la chiusura di Roberto Tribbia dell'ufficio commerciale di **Blue Bird**, «sono stati ancora piuttosto distanti dalla "normalità", sia in termini positivi (vendite molto superiori al solito), sia in termini negativi con le difficoltà nell'organizzare il magazzino e la produzione, a causa della difficile reperibilità di molti materiali



nel mercato».

«Non si può ancora dire di essere vicini alla normalità. Certamente», la fiducia di Alessandro Barera, responsabile commerciale di **Brumar**, «sono stati fatti passi importanti verso un ritorno alla vita quotidiana, che però non sarà per un po' la stessa di prima. Ci dovremo confrontare con una realtà diversa, assumendo comportamenti più attenti e consapevoli nei confronti di noi stessi e degli altri. Non per tutti il ritorno alla normalità sarà uguale: purtroppo chi ha difficoltà di lavoro o di salute non potrà vedere il futuro in modo positivo e credo perciò che sarebbe più opportuno parlare di "nuova normalità", che avrà sembianze differenti nelle varie aspettative che si presenteranno».

«Non penso», lo scenario di Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «che tornerà tutto come prima, il mondo è cambiato e questa emergenza ha segnato per sempre la nostra quotidianità e il nostro stile di vita, più vicino ai nostri cari e con maggior tempo dedicato alla sistemazione della propria casa. Infatti abbiamo assistito ad un'impennata delle attività di bricolage sia in casa che in giardino e tutto ciò ha cambiato il modo di concepire il fai da te in Italia, più simile a come è interpretato in altri Paesi che già da tempo si dilettono maggiormente nella sistemazione della propria casa».

«Più che vicini alla normalità del passato», sentenza Diego Dalla Vecchia, responsabile marketing e della comunicazione di **Fiaba**, «direi che si tratta di una "nuova normalità". Non è ancora possibile capire se siamo fuori dal tunnel di questa rognosa pandemia. Credo ci vorrà ancora un po' per parlare di normalità. Almeno due anni, se tutto andrà per il verso giusto».

M E R C A T O

«La convivenza con restrizioni e zone arancioni e gialle non è stata facile, ed in questo il web», rivela Diego Zambelli, product manager di **Gardena**, «ha giocato un ruolo cruciale. I negozi e punti vendita hanno mostrato di sapersi adattare molto bene alle disposizioni imposte ed hanno sfruttato altri canali, come il ritiro in negozio e le consegne a domicilio».

«Parlare di normalità in questo periodo è veramente difficile sotto tutti i punti di vista. Va però sottolineato che nel 2021», il messaggio di Daniele Bianchi, responsabile commerciale e marketing di **Grin**, «il nostro settore ha lavorato in maniera più "normale" rispetto ad altri e rispetto al 2020. Prima di tutto i negozi sono sempre stati aperti anche in zona rossa e in secondo luogo non c'è stato un calo di consumi nei prodotti che riguardano il settore casa-giardino. La regolamentazione delle attività lavorative e l'abitudine delle persone a questo nuovo modo di vivere a fatto si che si potessero svolgere comunque molte attività normali come i Demo Day, anche se l'immobilismo del settore fieristico si è fatto sentire».

«Nulla è stato normale in questi mesi, l'andamento del mercato è assolutamente alterato dalle dinamiche imposte dalla pandemia, la deviazione di spesa è ricaduta sui beni accessori per la cura della casa, dove siamo stati costretti a vivere più a lungo del solito e quindi dove la gente ha dedicato i soldi risparmiati dal ristorante, viaggi e vita sociale. Stiamo cercando», spiega Maurizio Fiorin,

OPE manager di **Hikoki Power Tools Italia**, «di fare un'attenta analisi di quale impatto potrà avere nel nostro settore, ma assolutamente difficile da quantificare anche a causa dell'incognita di nuove varianti e anche perché è ancora troppo presto per valutare i cambiamenti comportamentali nel breve e medio termine delle nuove abitudini».

«La normalità è mancata. Abbiamo cercato», racconta Giuseppe De Gobbi, responsabile della Divisione **Husqvarna**, «con alcune iniziative come l'Italy Tour da maggio a luglio, in più di 90 località presso i rivenditori autorizzati di riappropriarci del contatto anche con i clienti finali. Sono solo i primi passi. La strada è ancora lunga».

«Poco. Inutile negare», il realismo di Paolo Bagnardo, direttore commerciale di **Marina Systems**, «che la situazione sia complessa da gestire e che non si possa definire normale, siamo molto curiosi di vedere come evolverà e ci sentiamo pronti per ogni evenienza. Durante la pandemia non ci siamo mai fermati abbiamo lavorato sempre rispettando ogni norma e ogni richiesta del Governo, ci sentiamo più forti e procederemo un passo alla volta, come sempre».

«Le nuove regole e le restrizioni a cui tutti siamo stati sottoposti», osserva Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «hanno mutato profondamente la quotidianità alla quale eravamo abituati. La speranza è che si ritorni ad una completa normalità nei prossimi mesi».

«In una stagione "normale" a mio parere», le con-



DALLA RACCOLTA ALLA POTATURA SCEGLI SOLO IL MEGLIO

Una batteria, tre strumenti professionali
per ottimizzare il tuo lavoro in uliveto



ALICE PREMIUM 58

Abbacchiatore elettrico progettato per un utilizzo **professionale**.

Grazie al **movimento ellittico contrapposto**, brevettato da Campagnola, opera senza arrecare danni alle piante.

KRONOS 58

Potente, veloce e polivalente: questo **potatore professionale** è progettato per effettuare **tagli rapidi e precisi**.

Le tre diverse aste in carbonio garantiscono un'eccezionale agevolezza nei movimenti.

ICARUS 58

Abbacchiatore elettrico che garantisce ottime prestazioni anche in presenza di piante con chioma folta.

Il suo **movimento orizzontale contrapposto** pettina i rami senza danneggiarli ed è ottimale per ogni tipo di coltura.

SCANSIONA
E SCOPRI
I DETTAGLI
TECNICI



clusioni di Andrea Tachino, direttore commerciale di **Multipwer**, «non avremmo mai ricevuto così tante richieste. Anche le restrizioni causa covid, hanno influenzato in maniera positiva l'andamento del nostro settore; la gente chiusa in casa, si è dedicata maggiormente alla cura del verde e pertanto siamo stati quasi favoriti da questo anomalo momento. Pertanto credo che sia per l'utilizzo corrente delle mascherine e l'anomala stagione nel nostro settore, siamo ancora distanti dalla normalità».

«Senza dubbio», la certezza di Marco Guarino, dell'ufficio comunicazione e marketing di **Pellenc Italia**, «stiamo ricominciando a riassaporare la normalità, pur con ancora tutte le limitazioni del caso. Speriamo al più presto di poter riuscire ad essere ancora più a contatto diretto con i clienti finali».

«Raramente sono state vissute situazioni così "estreme", pur sempre contraddistinte da una forte positività e disponibilità all'acquisto. Non riteniamo», la conclusione di Andrea Ceccon, dell'ufficio marketing ed export di **Peruzzo**, «che questa possa essere definita "la normalità": piuttosto la vediamo come una fase transitoria che ci riporterà (si spera) ad una situazione, pur sempre positiva, dell'era considerata ormai pre-covid».

«Questi mesi», le conclusioni di Gaetano Patierno, general manager di **Prai Group**, «sono stati del tutto surreali, il periodo ha cambiato la vita per come la conoscevamo, così tanto lontana da quella che per noi era la normalità. Si tornerà al mondo pre-covid? O bisognerà abituarsi e rassegnar-

si ad accettare i cambiamenti post-covid, sia nei rapporti umani che lavorativi? Solo il tempo potrà dirlo, noi viviamo i cambiamenti come motivo di crescita. Zanetti Motori, sempre un passo avanti». «I vaccini e le misure di prevenzione», testimonia Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «ci stanno aiutando a tornare alla normalità in tutte le azioni della nostra vita quotidiana. Si ricomincia a pianificare eventi che possano riportarci a incontrarci di persona come fiere, meeting e porte aperte. Credo però che l'esperienza fatta ci lascerà in eredità anche aspetti positivi come nuovi modi di lavorare anche a distanza utilizzando le nuove tecnologie».

«Questi mesi», conferma Luca Saccani, direttore commerciale di **Wiper**, «sono stati molto distanti dalla normalità a cui eravamo abituati fino a due anni fa, ma anche molto diversi dai mesi primaverili dello scorso anno. Forse saremo costretti ad abituarci a questa nuova normalità».

«Il 2021 è stato segnato da restrizioni, un po' meno forti di quelle del 2020, ma comunque piuttosto pesanti. Speriamo», l'auspicio di Nicola Ciabatti, sales agent Italia Robotics Division di **Zucchetti Centro Sistemi**, «che il peggio sia passato e che sia possibile riacquisire presto la normalità». Il giardinaggio ci sta provando, ma è solo l'anello di una grande catena. I segnali però sono stati lanciati. Belli forti, ma non bastano. Non possono bastare, al di là di una grande stagione. Pietra solidissima della vera ricostruzione.



Eccezionale manovrabilità, straordinaria efficienza. Le due nuove motoseghe del colosso svedese sono un facile assist per i professionisti ed eccellenti carte per il mercato. Altissimo il livello di comfort, più un altro valore assoluto

HUSQVARNA 592 XP E 585, CAPACITA' DI TAGLIO AL TOP

HUSQVARNA

Un altro scatto in avanti. L'ennesimo. Husqvarna lancia l'ultima generazione di motoseghe professionali da 90 cc. Le nuove 592 XP® e 585 sono i due ultimi modelli presentati dalla casa svedese, leader mondiale nella produzione di attrezzature per il verde. Entrambe molto performanti, le macchine coniugano elevata efficienza ad un livello di manovrabilità finora impensabile per motoseghe di questa dimensione e cilindrata. Pensate e sviluppate per aiutare i professionisti del verde nel lavoro più duro sia che operino nel bosco che in ambiente urbano. Mentre il modello 592 XP® regala la migliore capacità di taglio del segmento insieme ad una grandissima affidabilità grazie al nuovo sistema di accensione, la motosega 585 è estremamente resistente combinando il meglio della tecnologia tradizionale con le caratteristiche della più avanzata ricerca, tratti che da sempre contraddistinguono il brand.

DAL CAMPO ALLA PRODUZIONE. Nello sviluppo delle nuove motoseghe 90 di cilindrata, Husqvarna ha lavorato al fianco dei migliori boscaioli professionisti e arboricoltori del mondo. Il risultato? Due versioni che combinano potenza, resistenza e affidabilità con un'eccellente manovrabilità. Il robusto motore da 90 cc è stato quindi montato in due motoseghe capaci di rispondere ad esigenze differenti, perché Husqvarna lavora sempre con la mente rivolta ai professionisti che si affidano a lei e mette loro a disposizione il risultato di un patrimonio di conoscenze accumulato in anni di vera esperienza. Il modello 592 XP® è stato sviluppato pensando agli utenti più esigenti per offrire loro una miglior capacità di taglio ed uno straordinario rapporto peso-potenza. La tecnologia di avviamento semplificato, reso possibile dall'Autotune 3.0, assicura l'accensione veloce del motore, indipendentemente dalle condizioni in cui ci si trova a lavorare. Husqvarna 592 XP® è provvista anche di dispositivo di connessione Bluetooth® che, abbinato al Fleet Services, può tenere traccia del lavoro svolto: manutenzione e gestione diventeranno ancora più facili. La connettività sarà disponibile alla fine di quest'autunno. Anche il modello 585 si contraddistingue in termini di performance e manovrabilità, ma ciò che maggiormente caratterizza questa motosega è la semplicità d'impiego, senza dimenticare la sua robustezza, superando ogni aspettativa quando si parla di resistenza del prodotto. «Con questi prodotti», assicura Gent Simmons, Global Portfolio Director for Tree Professional di Husqvarna, «sappiamo di poter ora soddisfare i nostri professionisti con una proposta ancora più specifica. Siamo riusciti a spingere le performance al limite e, con la 592 XP®, anche a garantire all'utente una produttività senza paragoni».



@Husqvarna Group

TOCCO FINALE. Sul piatto anche un'innovativa generazione di barre, frutto della nuova partnership tra Tsumura/Suehiro Seiko Co LTD e Husqvarna. Realizzata per un lavoro professionale, Husqvarna X-Tough Light si propone con un corpo solido e leggero e con strategici inserti in resine che ne riducono il peso. «Siamo entusiasti», la soddisfazione di Simmons, «di annunciare la nostra partnership con Tsumura and Suehiro Seiko. La loro abilità nel produrre eccellenti barre per motoseghe è riconosciuta in tutto il settore. Il nostro obiettivo è fornire al professionista il sistema di taglio più performante e queste barre sono una parte importante del processo».



@Husqvarna Group



- Mulching professionale anche su erba alta.
- Produzione 100% Made in Italy a Cisano Bergamasco (Bg).
- Motorizzato Honda, Kawasaki, Yamaha, Briggs & Stratton e Kohler.
- Trazioni professionali made in Italy con scatola d'alluminio e ingranaggi in bronzo.
- Scocca da 2mm rinforzata, doppia lama e cono di protezione dell'albero motore di serie.
- Ruote in metallo Zincato e doppi cuscinetti a sfera stagni.
- Semovente, semovente con variatore di velocità.
- Modello 4x4 con 4 ruote motrici non permanenti (brevetto Marina Systems) per i terreni in forte pendenza.
- **Novità 2021 GRINDER ZERO, il mulching professionale pivotante!**



GRINDER 52 SH
Honda GCVx200
Listino: 1.010,00 € iva inclusa

GRINDER 4x4 SH Pro
Honda GXV 160
Listino: 1.400,00 € iva inclusa

GRINDER 46 K
Kohler XT 775
Listino: 659,00 € iva inclusa



www.marinasystems.it

export@marinasystems.it • commerciale@marinasystems.it

MARINA GRINDER

**UNA GAMMA COMPLETA
PER TUTTE LE ESIGENZE DI TAGLIO**

100% MADE IN ITALY



TAGLIO MULCHING

Sminuzza l'erba e la rende concime naturale per il prato.



**NOVITA
GRINDER
ZERO**

GRINDER YLM 653-M
YAMAHA MA 190
Listino: 932,00 € iva inclusa

GRINDER ZERO SH
HONDA GCVx200
Listino: 1.425,00 € iva inclusa

SIAMO PRESENTI IN
EIMA 2021
PAD 35 - Stand B22

 **2021**
international
A GREAT EIMA, AS USUAL

Bologna
19-23 Ottobre 2021
Esposizione Internazionale di Macchine
per l'Agricoltura e il Giardinaggio

La filiera al completo, tanti professionisti, numerose belle istantanee, tanti rivenditori, la grande cornice della Fondazione Minoprio a far da sfondo. Una giornata perfetta. E lo sguardo già proteso al 2022

AIPV DAY DA 10 E LODE

«VOGLIA DI SINERGIE»

Bell'atmosfera. E tanti spunti. L'Aipv Day 2021 se n'è andato in archivio nel pomeriggio di un 9 luglio da ricordare. Bastano poche ore per accendere una fiammella ed alimentarla anche a dovere. Basta una mattina, seppur col sole alto e il caldo in agguato, ad mettere le fondamenta di un castello che da ora in avanti andrà solo arricchito. La fiammella c'è già, perché l'associazione professionisti del verde ha dimostrato velocemente quanto poco ci voglia a riunire sotto lo stesso tetto tutti gli attori della filiera e farli interagire. C'erano tutti, a partire dalle aziende.

Grandi marchi, macchine sul campo, dialoghi continui, ottimismo diffuso. Ce n'era bisogno, anche se la stagione ha già detto che il giardinaggio ha viaggiato a forte velocità da primavera in avanti fino ad estate inoltrata. Il resto l'ha fatto la cornice. La Fondazione Minoprio s'è confermata splendido angolo verde, dimora perfetta per quel che aveva in mente Aipv. Realizzato in pieno. È bastato mettere insieme ogni tassello per vedere crescere un interessantissimo mosaico. Per capire una volta di più che il verde dev'essere alimentato da conoscenze sempre più profonde e dalla ricerca continua per il dettaglio. Il peso specifico è andato via via lievitando, mentre in parallelo andavano in scena tanti seminari e convegni d'al-



to profilo impreziositi da relatori d'eccezione. Pacchetto notevole. «È andata molto bene», la soddisfazione di Daria Bosio, presidente di Aipv, «è stato un buon successo sia di pubblico ma anche per gli espositori dai quali abbiamo avuto buoni riscontri. C'è stata infatti una fortissima attenzione al tema che abbiamo proposto. Molto attuale perché la sostenibilità nella cura e nella gestione del verde è quello a cui tutti noi dobbiamo ambire per la professione che facciamo. Materie da approfondire ulteriormente. La giornata del 9 luglio ci ha dato l'idea di qualcosa da ampliare ed approfondire in futuro».

Il vero messaggio che la giornata vi ha lasciato?

«Ci ha dato diversi spunti, dalla voglia di far sinergia alla condivisione. Prima di tutto è stato molto bello vedere le persone. Quelle che avevano voglia di un incontro, professionale in questo caso, per dare anche alle aziende la possibilità di spiegare direttamente le proprie novità così come di far vedere com'è la situazione. Quindi i confronti, i faccia a faccia. Quel che non è stato possibile fare per molto tempo fra persone che fra l'altro si conoscono già visto che il settore è una sorta di nicchia».

L'evoluzione naturale nel prossimo evento dopo questa base?

«Abbiamo intanto capito che questo deve diventare un appuntamento fisso. Tutto sommato questo era il numero zero. Noi veniamo da un'esperienza di due anni consecutivi di Demo Aipv che ha dato un certo tipo di riscontro ma che ci ha anche fatto capire come noi siamo prima di tutto un'associazione e che come tale dobbiamo comportarci».

Cioè?

«Dobbiamo mirare alla qualità formativa e informativa soprattutto. Le fiere sono un settore a parte. La nostra non è stata una fiera, orgogliosamente posso definirla una giornata-evento tecnico di approfondimento. I momenti di Aipv a questo saranno dedicati. Le fiere le fanno le aziende professioniste. Noi mettiamo insieme dei bisogni, delle necessità e cerchiamo di dare delle risposte grazie al contributo di professionisti, di produttori e distributori. Ma rispetto alle rassegne fieristiche è qualcosa di molto più dettagliato di un'esposizione in cui c'è un po' di tutto».



Invece?

«Da noi non c'è un po' di tutto, soprattutto c'è quel che pensiamo meriti particolare attenzione come il gradimento dei partecipanti ha chiaramente dimostrato. Ci saranno altri argomenti da sviscerare a fondo, sempre alla Fondazione Minoprio. Questo ve lo posso già anticipare. La location abbiamo visto che funziona bene così come è stato azzeccato il connubio fra scuola, formazione, ricerca e professionisti. È proprio il posto giusto. Di contesti del genere ce ne saranno altri anche. Starà a noi scoprire per le successive edizioni, dopo il 2022, altri potenziali scenari. Li troveremo. Certo che dopo un appuntamento di questo tipo pensiamo anche l'anno prossimo di restare alla Fondazione Minoprio».

Il prossimo tema?

«Vedremo, ma c'è tempo. L'intenzione è di approfondire qualcosa di ancor più specifico. È la nostra missione».



La stagione è andata a gonfie vele, fra vendite eccellenti ed un fermento notevole attorno al garden. I veri ostacoli? L'aumento dei prezzi delle materie prime e certi ritardi nella consegna delle macchine al rivenditore. Anche se il filo col cliente finale non si è mai davvero interrotto

«RISULTATI OTTIMI, MA STIAMO FACENDO I SALTI MORTALI»

Avanti tutta. Mesi di qualità. Il giardinaggio viaggia sempre a grande andatura. Forte delle sue certezze e più forte delle difficoltà. «La stagione ci sta impegnando molto», racconta Roberto Dose dal suo centro di osservazione del punto vendita udinese di Tavagnacco, «ma dovevamo anche metterlo in preventivo. Ci si sveglia presto e non si sa quando si torna a casa. Alle 6.30 io di solito sono in piedi, mi capita di essere in azien-

da anche alle 7.30. Un'Ora prima dell'apertura. Ma va bene così, c'è di peggio. Ripeto: non lamentiamoci. I risultati finora sono stati ottimi, pur con delle tensioni con cui dover convivere».

Di che tipo soprattutto?

«Quelle relative alla pandemia si stanno un po' diradando, anche se l'attenzione dev'essere ancora molto alta. Stiamo imparando a convivere, quel che dovremo fare ancora per un po' senza mai abbassare la guardia. La tensione vera è un'altra adesso».

I tempi di consegna delle macchine?

«Stiamo facendo i salti mortali, ma la disponibilità dei prodotti è sempre piuttosto variabile e soprattutto con tempi incerti. La richiesta è sempre molto alta, ma le macchine continuano a scarseggiare. E noi siamo in mezzo. Cerchiamo di fare del nostro meglio, compatibilmente con i desideri del cliente e i freni delle aziende fornitrici. Ma non è facile».

Il problema principale?

«Quelli proprio dell'approvvigionamento, insieme alla voglia del cliente di risolvere il problema subito. Di non voler troppo aspettare».

Poca pazienza?

«Più che altro è quasi frenesia nel voler concludere l'affare e far tutto immediatamente. Tutto ciò però va a scontrarsi con la difficoltà nella





reperibilità delle merci. C'è poco da fare, rispettare i tempi di consegna è molto difficile. Un disagio per tutti. Per noi e, a catena, per i clienti».

Soluzioni?

«Una logica non c'è, anche perché semplicemente non sappiamo quando le macchine arrivano di volta in volta. Abbiamo anche avviato, per quel che ci riguarda, una sinergia con altri specialisti in modo da unire le forze e fare in modo che il cliente non "scappi" dalla zona. Con lo scambio di macchine che oggi serve a me e domani è necessaria a te per soddisfare una determinata necessità. Un modo per assottigliare certi rischi. Soprattutto quello di un cliente a cui garantisci che il prodotto l'avrà fra dieci giorni e magari per quella data la tua azienda ancora non potrà dartelo. A quel punto tende a scappare. Oppure la macchina ce l'hai anche, ma in quei dieci giorni lui ha cambiato idea».

Il bilancio alla fine di giugno?

«Questi mesi sono stati ottimi. La domanda è continua, la propensione all'acquisto decisamente buona. Andasse tutto liscio sarebbe anche meglio, ma non possiamo pretendere di voler tutto».

Il cliente però certi problemi almeno un po' li ha compresi?

«La questione riguarda tutti, non solo il nostro settore. Questo sia chiaro. Certi freni si percepiscono ovunque. Vedi il mercato delle biciclette. O delle stesse auto. La produzione è più lenta. Ovunque. È anche nell'aria. C'è poco da fare per adesso. E il problema comune a tutti può contri-

buire a far digerire quelli che sono i ritardi anche nella consegna delle macchine da giardino».

Il punto finale della stagione l'intravede?

«Le premesse dicono che di lavoro ce ne sarà ancora per un bel po'. L'incognita adesso è il meteo. È chiaro che col caldo se dovesse aumentare la siccità e piovere di meno fisiologicamente assisteremo ad un certo rallentamento dell'attività. Di chi taglia l'erba, per la mancanza di materia prima, ma anche ovviamente per il rivenditore».

Vero che le vendite si sono più uniformate lungo tutta la settimana?

«Molto dipende dove è ubicato il punto vendita. Se è adiacente o comunque in prossimità di un centro commerciale è più facile che il grosso dell'afflusso sia concentrato nel week end. Per il classico rivenditore decentrato rispetto alla grande distribuzione non ci sono invece particolari giornate di grandi picchi. Una volta era il sabato, ma adesso non è più così».

L'afflusso nel vostro negozio?

«Il martedì è il giorno in assoluto più caotico, ma noi a parte un paio di mesi il lunedì restiamo chiusi. Il giorno in cui si concentrano soprattutto riparazioni e ricambi. Il giovedì e il venerdì sono molto importanti, di sicuro però la gente entra e manifesta le sue richieste lungo tutto l'arco della settimana. Anche il giovedì è diventato un giorno molto importante, tendenzialmente chi vuole vivere il giardino nel fine settimana vuole avere tutto pronto e in casa già il venerdì».

Il nodo fra il prodotto di qualità e quello da prezzo si scioglie in fretta, a patto di non lasciarsi ingannare dall'apparente risparmio in prima battuta. Alla lunga la verità diventa un'altra. Parecchio cruda

«SPENDI MENO, SPENDI DUE VOLTE»

Qualità o prezzo? Il bivio è il solito, magari adesso più di prima. «Tutti adesso indicherebbero la direzione del prodotto che costa meno, ma io non ne sarei così sicuro», il punto di domanda di Luca Portioli, esperto di dinamiche commerciali dall'alto della sua lunga esperienza nel settore auto. Il bivio di sempre, due direzioni. Che strada stanno imboccando gli italiani? «A volte chi spende meno spende due volte. Chi compra la bassa qualità spesso deve ricomprare perché certi prodotti anche dopo poco vanno buttati. Semplicemente perché non sono più utilizzabili. È facile la questione in fondo. E poi chi ci risarcisce mentalmente per un prodotto mal funzionante? Tante volte su questo punto siamo inciampati», rafforza il concetto Portioli, nel bel mezzo di

una questione mai così attuale. «Meglio riflettere prima che lasciarsi abbagliare dal prezzo, meglio pensarci un attimo, meglio ragionare come si deve. Senza dimenticare che stiamo soppesando il prodotto premium e l'entry level senza tener conto di quello medio, un mercato tenuto poco in considerazione ma erroneamente perché di margini e di opportunità ne conserva parecchi», l'altro sasso nello stagno lanciato da Portioli, parecchie volte battuto.

VERSO L'ALTO. Le politiche di sostegno ai redditi di famiglie e imprese continuano a trainare la ripresa internazionale. Ad aprile, il commercio mondiale di merci in volume è ancora in espansione seppure con ritmi più contenuti. In Italia prosegue il recupero dell'attività economica che





è atteso estendersi anche ai servizi. Nella media del periodo marzo-maggio, il livello della produzione industriale è aumentato rispetto ai tre mesi precedenti. Nel mercato del lavoro, si sono rafforzati i segnali di miglioramento dell'occupazione, trainata prevalentemente da quella a tempo determinato, in presenza di una progressiva riduzione della quota di inattivi e di un marginale calo della disoccupazione. Le attese sull'occupazione da parte delle imprese mantengono un profilo espansivo. A giugno, prosegue la spinta dei prezzi dei beni energetici sull'inflazione al consumo, che rimane comunque sui livelli del mese precedente. Il differenziale tra la nostra inflazione e quella dell'area euro si mantiene negativo, continuando a rappresentare un fattore positivo per la competitività internazionale. Le prospettive per l'economia italiana si mantengono particolarmente favorevoli e sono confermate dalla decisa ripresa della fiducia di consumatori e imprese.

VENTO FORTE. Segni positivi ovunque. Non sbaglia mai il verde, quando conta davvero. Fedele alla sua missione, strategico più che mai adesso. «Dopo la chiusura a cui siamo stati costretti è ritornato il sereno. Sotto ogni punto di vista. Di fiducia, di una bella stagione che non s'è esaurita quando eravamo tutti barricati in casa, di un ottimismo crescente. La primavera», sentenza Portioli, «è stata come una rinascita. Ne ero sicuro, dopo il silenzio la reazione c'è stata. Prima chiusi fra le mura di casa, quindi finalmente a fare quel che più desideravamo. L'Italia è tornata a star bene, a muovere il mercato, a cambiar passo come tutti si aspettavano. Logico ed inevitabile, non sono le costrizioni momentanee ad azzerarci. E nemmeno a cambiare i riti di chi

ha sempre avuto precise regole e giornate scandite da mille cose. Normale che l'effetto rimbalzo avrebbe avuto il sopravvento, che gli utilizzatori di qualsiasi prodotto così come di macchine da giardino avrebbero ripreso con la consueta normalità a riappropriarsi delle proprie passioni. Adesso c'è stato un ulteriore rallentamento ma io resto fiducioso. Vedo una rinascita su tutti i fronti, quando ci saremo lasciati da qui dobbiamo ripartire. Come abbiamo sempre fatto».

DI QUA O DI LA'. Di bivi ce sono più di uno. «Tanti capiscono che vuol dire prendere il prodotto migliore», la base di Portioli, «ma che possano fare il passo avanti fino a trasformarlo in acquisto. Lì la realtà si complica. Da una parte ci sono tanti bei pensieri, ma dall'altra c'è il portafogli che spesso non è dello stesso avviso. Quando la partita è sulla patrimonialità c'è evidente collusione fra i due sentimenti. E il desiderio di riscatto tecnico, quello di assicurarsi una soluzione affidabile e di pregio, va in conflitto con la realtà. A quel punto si decide per il compromesso, ma quando scatta quello poi è più facile scendere di livello e quindi avvicinarsi al prodotto economico che salire verso l'alto. È un film già visto e vissuto. Altra variabile sono poi i tempi ristretti, i tanti impegni con cui bisogna convivere, il poco tempo per le nostre passioni. Ce ne sarebbe abbastanza per voler andare sul sicuro, per sfruttare quella mezzoretta di svago ottimizzando ogni minuto e senza rischiare i guasti di solito più comuni ad una macchina di fascia bassa che di valore. Poi c'è caso e caso. Teniamo conto che siamo ancora in un tourbillon notevole, non ancora finito. La stagione del giardinaggio però è stata molto buona».

Cinque giorni, col mercato tutto fra i padiglioni di Bologna e vari spunti da cogliere grazie ai quali proiettarsi verso i prossimi scenari dopo un 2020 a tinte forti e ottimi risultati su più fronti. L'attesa sale

EIMA, INIZIATO IL COUNTDOWN

EIMA International, la grande rassegna mondiale della meccanizzazione agricola in calendario a Bologna dal 19 al 23 ottobre, dedica uno spazio specifico alle macchine e alle attrezzature per il giardinaggio e per la cura del verde. È il Salone EIMA Green, che per l'edizione 2021 si sviluppa su una superficie complessiva di oltre 10 mila metri quadrati all'interno dei padiglioni 33 e 35 della Fiera di Bologna. In questa area le più importanti aziende del comparto presentano la gamma completa dei più innovativi strumenti per la manutenzione del verde e per la gestione degli spazi all'aperto.



OFFERTA COMPLETA. Oltre all'esposizione delle tecnologie per la manutenzione e la cura del verde, il Salone del garden prevede numerosi eventi finalizzati all'approfondimento delle principali tematiche che interessano il comparto. Convegni, workshop, seminari, ma anche dimostrazioni e prove pratiche permetteranno ai visitatori di saperne di più su pratiche colturali, progettazione del verde urbano, innovazione tecnologica e tipologica delle macchine, sicurezza nell'uso dei mezzi meccanici. Proprio la sicurezza è al centro dell'iniziativa denominata "Giardino sicuro", promossa da Unagreen&Assogreen, l'associazione che rappresenta i dealer delle macchine per il giardinaggio. In quest'area i tecnici dell'associazione

spiegheranno ai visitatori quali presidi di sicurezza impiegare con determinate tipologie di macchine e come utilizzare nel modo più sicuro i mezzi meccanici e le attrezzature per il garden.

SEGNÌ PIÙ. Nonostante un inizio anno difficile a causa del covid, il 2020 ha chiuso con una crescita del 3,3% sul 2019 grazie allo sprint dei mesi autunnali. Complessivamente sono stati venduti 1.318.000 articoli, dalle macchine semoventi per le manutenzioni verdi fino ai singoli attrezzi per il giardinaggio. Per il garden questo è il miglior risultato degli ultimi sei anni. L'andamento del mercato risulta comunque dif-

ferenziato per tipologia di prodotto, con andamenti positivi per motoseghe (+10% in ragione di 355 mila unità vendute), trimmer (+10,6% per 66 mila unità) e tagliasiepi (+8,7% in riferimento a 101 mila unità), e andamenti negativi per i rasaerba (-6%, in ragione di 258 mila unità) mentre in linea con l'anno precedente risultano gli acquisti di decespugliatori (-0,9% con 265 mila unità). Il 2020 ha registrato un boom nella vendita di atomizzatori/irroratori, (+57%). Il successo di queste macchine si deve alla loro spiccata versatilità, potendo essere impiegate non soltanto per le operazioni di protezione del verde ma anche per gli interventi di sanificazione finalizzati a contrastare e prevenire l'epidemia di covid.



Made in Italy

IBEA S.r.l.

Via Milano 15/17 - 21049 Tradate (VA) ITALY
Tel. +39 0331 15.86.940 - Fax +39 0331 15.82.268
www. ibea - email: ibea@ibea.it

GIS 2021 verso il tutto esaurito, sold out garantito a Piacenza

Potestà: «La più grande vetrina d'Europa, anche grazie al format»



Continua a lievitare la lista degli espositori per l'ottava edizione del GIS, le Giornate Italiane del Sollevamento e dei Trasporti Eccezionali in programma a Piacenza Expo dal 7 al 9 ottobre. La partecipazione di costruttori e imprese dei settori che riguardano il sollevamento di materiali, il lavoro in quota, la movimentazione industriale e portuale e i trasporti eccezionali è ulteriormente cresciuta, superando già in termini di metri quadri occupati la quota record della passata edizione del 2019. «Nonostante la forzata convivenza con l'emergenza sanitaria»,

sottolinea Fabio Potestà, direttore di Mediapoint & Exhibitions, realtà primaria nella comunicazione industriale e organizzatrice della fiera, «sono già centinaia le aziende che hanno confermato la loro presenza espositiva al GIS 2021. Si tratta di una conferma del livello di apprezzamento per il format che abbiamo adottato da sempre: quello di una mostra-convegno specializzata diventata la più grande in Europa dedicata alle macchine e attrezzature per il sollevamento, la movimentazione industriale e portuale e il trasporto pesante. Il fatto che dallo scorso anno tutte le altre manifestazioni fieristiche nazionali e internazionali legate al mercato del sollevamento siano state cancellate o posticipate, ha generato una forte aspettativa che sta incrementando l'interesse per questa nuova edizione del GIS con molte aziende italiane e internazionali che esporranno i propri prodotti e servizi per la prima volta proprio a Piacenza rivelando macchine, attrezzature e tecnologie assolutamente inedite».

Bosch, la grande scalata di Asenkerschbaumer e Hartung

Dal primo gennaio 2022, in seguito a una lunga pianificazione, la responsabilità della gestione di Bosch passerà a una nuova generazione.

Franz Fehrenbach, presidente del consiglio di sorveglianza e di Robert Bosch Industrietreuhand KG lascerà il suo incarico e sarà sostituito da Stefan Asenkerschbaumer.

Volkmar Denner lascerà il ruolo di presidente del Board of Management a Stefan Hartung. Come consulente scientifico del Gruppo Bosch, Denner si dedicherà alla ricerca nel campo della tecnologia quantistica.

Christian Fischer sarà il nuovo vicepresidente del Board e Markus Heyn ricoprirà il ruolo di presidente del settore di business Mobility Solutions. In qualità di nuovo CFO, Markus Forschner completa il nuovo Board di Bosch, ulteriormente ridotto a sette persone. Bosch è certa che «le nuove nomine consentiranno all'azienda di proseguire nel percorso di sviluppo solido e significativo come avrebbe voluto il suo fondatore Robert Bosch».



Parco più bello d'Italia, in finale dieci capolavori

Il «Parco più bello d'Italia» ha i suoi dieci finalisti. Per la categoria Giardini Pubblici in corsa il Giardino Botanico Alpino Saussurea, un promontorio glaciale parte del massiccio del Monte Bianco. Quindi Villa Taranto, con le sue macchie di colore e attrazione floreale per eccellenza del Lago Maggiore. Poi Villa Monastero di Varenna, complesso naturale e paesaggistico di grande attrattiva, sulla sponda orientale del Lago di Como. A Venezia, nel bacino di San Marco, ecco i Giardini Reali. E poi a Perugia al Castello Bufalini, con il suo giardino all'italiana e l'area boscosa con lecci secolari. Per i Giardini Privati l'itinerario si snoda partendo dalla Liguria con i Giardini di Villa della Pergola, parco mediterraneo con una bellissima collezione di Agapanthus. Si passa poi in Friuli con il Castello di Duino, con distese e cascate di fiori di ogni varietà. In Emilia è possibile sostare al Labirinto della Masone voluto da Franco Maria Ricci nei pressi di Parma. Il viaggio prosegue verso la Toscana dove nella Campagna Senese è possibile imbattersi nel parco del Castello di Celsa. Infine la Sicilia con il parco di Villa Tasca.

Gaddò e Scabini, con Husqvarna Professional alla Reggia Venaria Reale di Torino

Le nuove frontiere per la manutenzione professionale delle aree verdi ha voluto essere un'occasione per far incontrare, in una location di assoluto spicco come la Reggia Venaria Reale di Torino, professionisti ed innovazione. La mattinata del 13 luglio ha visto un susseguirsi di argomentazioni e prodotti, da vedere e provare. A partire dal nuovo Automower® Epos, il Robot Husqvarna per applicazioni professionali senza cavi perimetrali. Husqvarna EPOS, acronimo di Exact Positioning Operating System, è una tecnologia straordinaria. Si tratta di un sistema di navigazione satellitare ad altissima precisione, capace di generare una sorta di confine virtuale eccezionalmente adattabile. Attualmente sul modello Automower® 550 EPOS, come mai accaduto prima, EPOS è capace di rispondere alle esigenze di quelle aree che risultano difficili da gestire con un classico robot tagliaerba, magari oggetto di frequenti modifiche. Ma questo è solo uno dei contesti in cui i Giardinieri professionisti come quelli presenti all'evento, si trovano ad operare. Per questo la Gamma Professional con, immancabili, le attrezzature Husqvarna a Batteria, è stata messa alla prova, con i tecnici Husqvarna che ne illustravano il corretto uso. Il gruppo di Formazione 3t, consolidato e pluriennale partner di Husqvarna, ha presentato poi ai professionisti un'altra, anzi altre due novità per il segmento motoseghe da 90 cc, di assoluto rilievo: Husqvarna 585 e Husqvarna 592 XP. Tutto questo in un evento che conferma quanto l'impegno, la costanza e la professionalità siano fondamentali per condividere competenze in sinergia. Per una manutenzione del verde sempre più moderna e sostenibile.



TESTATA DAI TEAM BOSCAIOLI DI

UNDERCUT
L'ORO DI LEGNO

In onda su DMAX canale 52 del Digitale Terrestre



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.



Merchandising Zanetti Motori, anche l'occhio vuole la sua parte



I materiali di visibilità, di servizio ed il merchandising rappresentano un importante biglietto da visita a marchio Zanetti Motori.

Per questa ragione anche nel 2021, per supportare il lavoro dell' esercente, Zanetti propone una gamma di materiali completa e funzionale.

Belli, inconfondibili e attraenti, questi materiali speciali sono sicuramente una ragione in più per scegliere Zanetti Motori. Tra le novità nel mondo del merchandising bandiere a vela pubblicitarie, pareti personalizzate su misura, totem espositori dedicati ai prodotti must dell'azienda. Più i cataloghi. Cartacei e online.

Non potevano mancare i gadget per l'abbigliamento, perfetti per creare outfit casual e di tendenza, shopper e penne.

Assemblea FSC Italia, in crescita certificazioni e soci

Anche per il 2021 FSC Italia ha scelto per i suoi oltre 70 soci, sostenitori e stakeholders, di organizzare un'assemblea in forma on-off line, garantendo un momento fondamentale di confronto. «Anche in questi mesi complicati», ha esordito il presidente Mauro Masiero, «FSC Italia ha continuato a fare il suo lavoro: i numeri

che ci presenteranno oggi lo raccontano in maniera inequivocabile. Numeri in crescita, che non riguardano solo le certificazioni, ma anche i soci. Significa che la nostra associazione è viva ed animata dalla volontà di partecipazione». Il nuovo anno conta 76 soci attivi. I dati in crescita di ettari certificati e filiera confermano un trend già visto negli anni precedenti, con la seconda che cresce in maniera più importante e decisa rispetto ai primi: ad oggi, sono 19 le realtà forestali lungo la penisola certificate FSC per la gestione responsabile, per un totale di 76.670 ettari e quasi 340 proprietari coinvolti. Grande balzo in avanti di ERSAF, l'ente regionale lombardo per l'agricoltura e le foreste, che aggiunge ulteriori cinquemila ettari all'area già certificata FSC (16.594 ha). All'interno di queste aree è sostenuta la crescita delle verifiche per gli impatti sui Servizi Ecosistemici, che interessano ormai circa 55.000 degli ettari già certificati per la gestione forestale.



PRODOTTI A BATTERIA PRO



THCS 22-07

Fabbrica motori dal 1978

Blue Bird
Industries



CS 22-06



CS 22-04



PCS 22-10

Via Due Camini 19 - 36010 Zamb (VI) Italy - Tel +39 0445 314138 - Fax +39 0445 314225
www.bluebirdind.com - info@bluebirdind.com

Kramp, il fatturato del 2020 in crescita del 9,3%



Kramp ha chiuso il bilancio 2020 con un incremento del 9,3%, con 953 milioni di euro e un utile netto pari a 80 milioni. «Da un lato», ha affermato il CEO Eddie Perdok, «la pandemia ci ha presentato enormi sfide, dall'altro abbiamo superato questa crisi estremamente bene anche grazie alle decisioni prese in passato. Il nostro fatturato e i risultati sono cresciuti anche più velocemente del previsto. I nostri magazzini e processi logistici sono alla base del nostro modello di business. Il nostro livello di scorte a magazzino ci ha permesso poi di servire adeguatamente i nostri clienti. Kramp ha resistito bene ad ogni difficoltà. Grazie a due fattori: una solida soluzione online supportata da una struttura logistica intelligente e l'impegno costante dei nostri dipendenti». Gli investimenti degli ultimi anni nell'IT e nell'e-commerce hanno favorito l'aumento delle vendite, cresciute in maniera esplosiva nel 2020. L'anno scorso in luce pure l'importanza dei processi logistici del gruppo e la rilevanza degli investimenti recenti compiuti in questo campo.

Floreka, a Ranica piante e fiori in passerella a Villa Camozzi

Piante e fiori saranno il cuore della tredicesima edizione di Floreka, mostra-mercato di giardinaggio e produzioni d'artigianato creative che sabato 25 e domenica 26 settembre inebrierà Ranica, in provincia di Bergamo, con i profumi ed i colori di meravigliosi esemplari. Una ripartenza desiderata dall'associazione Petali e Parole, ideatrice e organizzatrice dell'evento. Anche lo spazio è nuovo: sarà infatti il Parco della storica Villa Camozzi di Ranica e più precisamente il grande parco pubblico ad accogliere per la prima volta l'edizione numero tredici della manifestazione. Un'area nel cuore del paese, di facile accesso.

IPIERRE®
GARDEN

IRRIGATORI OSCILLANTI:



PRATICAMENTE PERFETTI.

IPIERRE è da sempre il partner perfetto per prenderti cura dei tuoi spazi verdi. Scopri i nostri Irrigatori di Superficie oscillanti, ideali per prati e giardini dove è necessario irrigare 4 zone differenti.



DISPONIBILE
CON 14 o 19
FORI

I nostri **Irrigatori di Superficie oscillanti** sono disponibili in due versioni a 14 o 19 fori, entrambe con un pratico tappo munito di spillo per la pulizia dei fori.

Il catalogo di **Irrigatori di Superficie IPIERRE** si completa con numerosi accessori di ricambio, indispensabili per rendere perfetta l'annaffiatura.

Abbiamo pensato proprio a tutto perché da 50 anni IPIERRE è il giardino.

IPIERRE® ANNIVERSARY
1971-2021
50th

IPIERRE SYSTEM SRL

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

Kohler Engines, altro passo in avanti In tasca la certificazione ISO 50001

Kohler ha ottenuto la certificazione ISO 50001 per lo stabilimento di Reggio Emilia, che va ad aggiungersi all'ISO 9001 già acquisita in passato. L'ISO 50001 è una norma internazionale che specifica i requisiti necessari per sistemi di gestione dell'energia che permettono di avere un approccio sistematico nel migliorare costantemente le performance energetiche. Questa è una prova evidente del costante impegno profuso da parte del gruppo Kohler, che preserva con tenacia nel migliorare la gestione dei consumi energetici, con un conseguente impatto ambientale ridotto. «Colgo l'occasione per congratularmi con tutti coloro che hanno partecipato all'ottenimento di questo grande risultato, un ulteriore passo nel diminuire l'impatto aziendale sull'ambiente. Le nostre attenzioni in questo senso», evidenzia Vincenzo Perrone, presidente di Kohler Engines, «non si limitano alla progettazione di prodotti caratterizzati da una combustione estremamente efficiente, ma riguardano ogni aspetto del nostro lavoro: processi innovativi, strutture moderne, gestione degli stabilimenti e, adesso, anche gestione dell'energia. Questo progetto è il risultato di un atteggiamento coraggioso». La certificazione ISO 50001 permette a Kohler di adottare un approccio sistematico nel fare un uso migliore di macchinari energivori, ridurre l'impatto, conservare le risorse e migliorare i risultati attraverso un modo virtuoso di gestione dell'energia.



Promozione Fiskars, il bene dell'ambiente prima di tutto



Fiskars ha rilevato che il 63% dei consumatori si preoccupa di ciò che può fare personalmente per aiutare l'ambiente. Per questo motivo, nella campagna promozionale del prossimo autunno, l'azienda presenta in anteprima le forbici Fiskars ReNew. Il prodotto-icona dell'azienda, le forbici Classic con il manico arancione, presenti al MoMA di New York come uno dei simboli senza tempo del design nordico, è stato rivisto in veste ancora più sostenibile. In attesa del lancio della gamma completa previsto per la primavera 2022, il modello multiuso da 21 cm sarà il protagonista della nuova campagna Fiskars dedicata al

consumatore in una versione unica e personalizzata: dal primo settembre al 15 novembre infatti, i consumatori che acquisteranno almeno 75 euro di prodotti per il giardinaggio e l'irrigazione Fiskars in un unico scontrino, potranno richiedere in premio l'invio gratuito di un paio di forbici Fiskars ReNew collegandosi al sito fiskars.it/promozioni e, indicando il proprio nome o una breve frase da incidere sulle lame, avranno la possibilità di ricevere le forbici in versione personalizzata.

Il boom di Deere: 1,790 miliardi di dollari di utile netto

Deere & Company ha registrato un utile netto di 1,790 miliardi di dollari per il secondo trimestre, conclusosi lo scorso 2 maggio 2021, corrispondenti a 5,68 dollari per azione, rispetto a un utile netto di 666 milioni, corrispondenti a 2,11 dollari per azione, nel secondo trimestre dello scorso anno.



Nei primi sei mesi l'utile netto di Deere & Company è stato di 3,013 miliardi di dollari, corrispondenti a 9,55 dollari per azione, rispetto a 1,182 miliardi di dollari, corrispondenti a 3,73 dollari per azione, dell'equivalente periodo 2020. Le vendite nette e il fatturato a livello mondiale sono cresciuti del 30% nel secondo trimestre 2021, raggiungendo i 12,058 miliardi di dollari, e del 25% nei primi sei mesi, toccando i 21,170 miliardi di dollari.

Le vendite nette della divisione attrezzature sono state di 10,998 miliardi di dollari nel secondo trimestre e 19,049 miliardi di dollari nei primi sei mesi dell'anno, rispetto agli 8,224 miliardi e 14,754 miliardi degli equivalenti periodi 2020.

Servizi digitali, nascono Sabart School e il blog aziendale



Sabart amplia l'offerta di strumenti digitali e tecnologie a supporto dei propri clienti con l'inaugurazione della Sabart School e la nascita del blog aziendale.

Il progetto è stato avviato per sostenere i propri clienti nello sviluppo di competenze che consentono di incrementare le vendite online e offline. Dopo il primo ciclo di tre webinar, nei prossimi mesi la Sabart School oltre ai corsi online dedicati alle strategie commerciali proporrà sessioni di formazione tecnica di prodotto da svolgere in presenza sull'utilizzo di prodotti complessi come, ad esempio, le macchine per l'affilatura automatica. Il programma aggiornato dei corsi è disponibile nella sezione dedicata del sito <https://www.sabart.it/school>. «Con l'avvio della Sabart School», spiega Ruggero Cavatorta, direttore generale di Sabart, «l'azienda conferma la propria vocazione all'innovazione e alla soddisfazione del cliente, a cui proponiamo nuovi strumenti digitali volti ad incrementare le opportunità di business di chi lavora con noi. Questo mese inauguriamo anche il nuovo blog sul nostro sito www.sabart.it, che ospiterà articoli sulle novità di prodotto ma anche video tutorial più pratici sull'utilizzo dei prodotti Sabart, che si rivolgono sia ai nostri rivenditori sia all'utente finale».

Guastalla si accende, riecco «Piante e Animali Perduti»

Torna sabato 25 e domenica 26 settembre nel centro di Guastalla, in provincia di Reggio Emilia, «Piante e Animali Perduti», uno degli eventi italiani di maggior richiamo dedicati al giardinaggio, alla biodiversità e all'universo rurale. La manifestazione, che fin dagli inizi ha espresso una precisa vocazione ambientale e sociale, negli anni è divenuta un appuntamento di grande successo e nel 2019 ha registrato la cifra record di quarantamila visitatori. Cinquecento gli espositori che sotto i portici secenteschi e nelle vie del centro propongono ai tanti appassionati, fiori di grande bellezza e profumo, piante acquatiche ed erbacee, perenni a fioritura autunnale, aromatiche e officinali e un grande mercato di sementi.

EASY LIFE, EASY SPRAYERS.



BATTERIA
AL LITIO
O AL
PIOMBO

IRRORATRICI E NEBULIZZATORI DA GIARDINO FERRARI GROUP

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

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

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



FERRARI[®] group

FERRARI GROUP S.R.L.

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

La spinta del mercato, il verde in ascesa, tanta fiducia. Il presidente di Comagarden unisce gli ultimi puntini prima della fiera di ottobre. Con qualche accorgimento, ma anche tanta voglia di normalità

«RIPARTENZA EIMA, È TUTTO PRONTO»



Pensieri in libertà. Fra realismo e tanta fiducia. Renato Cifarelli va a tutto campo. L'Eima di ottobre, la spinta del mercato, il mondo che cambia, lo stato del giardinaggio, le partite da vincere. Tante. Complicate ma non impossibili. Bologna intanto, da martedì 19 a sabato 23 ottobre. La finestra di nuovo aperte sul verde. Con un primo obiettivo già scritto. Quasi obbligato. «Sarà la fiera dell'ulteriore ripartenza. Non direi di prima ripartenza», puntualizza Cifarelli, «visto che il

giardinaggio è andato molto bene, ma le attività fatte in presenza hanno detto che fra la gente c'è voglia di incontrarsi e rivedersi. Io sono sempre stato molto positivo sull'Eima proprio perché credo che alla fine il contatto umano valga molto».

Bologna poi non ha mai tradito...

«La tradizione è tutta dalla parte dell'Eima. Ed anche stavolta la maggior parte delle aziende ci saranno».

Avvertite una responsabilità superiore per quest'edizione così particolare?

«La responsabilità noi l'abbiamo sempre sentita. L'Eima per tanti attori del mercato è evento fondamentale. Nel giardinaggio magari un po' meno, ma in agricoltura ci sono molte aziende che basano molte delle loro strategie di vendita proprio sull'Eima. La responsabilità quindi c'è sempre stata».

Ce n'è qualcuna in più adesso?

«Noi mostreremo, come stanno facendo anche altri, che certi eventi in presenza si possono fare mantenendo la sicurezza delle persone. Su questo non ho dubbi, considerato che si sta lavorando con consulenti di altissimo livello. Questa è probabilmente la responsabilità che avremo. Noi siamo fra quelli, insieme ad altre fiere, che hanno avuto il coraggio di tenere duro e andare avanti».



S'aspettava una stagione così positiva del garden?

«Sul giardinaggio probabilmente il fatto di tornare a riscoprire la propria casa per il lockdown o lo smart working o il maggior tempo libero ha dato agli italiani un qualche motivo e occasioni in più di poter mettere a posto il giardino».

Resterà così forte questo desiderio? O il progressivo ritorno alla normalità farà tornare tutto com'era prima?

«Da certe analisi, condivisibili, probabilmente avremo un po' meno interesse dalla parte del garden. Un calo credo anche strutturale, però in questi mesi abbiamo creato un gradino destinato a confermarsi. Non torneremo quindi ai vecchi tempi. Non sarà un ritorno al pre-pandemia ma per me resteremo leggermente sopra. Non ci dimentichiamo che parte di questo scenario è anche influenzato dal cambio di tecnologia col passaggio dal motore termico all'elettrico che in molti casi sta garantendo nuove vendite perché le persone stanno modificando le macchine da giardino».

A che velocità sta andando la batteria?

«Dipende molto dai comparti. Su certi prodotti la batteria sta crescendo molto e rimangono stabili i motori termici, il che vuol dire che molte persone che si stanno dedicando al giardinaggio che hanno creato quello scalino vanno direttamente sulla batteria. Molte macchine qualcosa in effetti stanno perdendo sul termico mentre invece sta salendo la batteria. Una delle chiavi di lettura potrebbe essere proprio questa».

Quanto l'Eima sarà vicina alla vera normalità?

«Dipende molto dall'evoluzione delle vaccina-

zioni e dei risultati che il vaccino darà. Se i risultati continueranno ad essere buoni sotto il profilo della copertura e le vaccinazioni saliranno com'è stato negli ultimi mesi potrebbe essere anche una fiera parecchio vicina alla normalità, anche se con qualche attenzione in più».

Potrò essere un'Eima meno internazionale del solito?

«Da quello che vedo io la gente sta ricominciando a viaggiare. A partire dalle aziende fino ai rivenditori. E resto convinto che farsi un giro in Italia fa sempre piacere a tutti. Può darsi che avremo qualche visitatore straniero in meno perché fa parte del gioco, ma non da dir così drammaticamente che non ci saranno stranieri».

Le principali difficoltà nell'organizzazione?

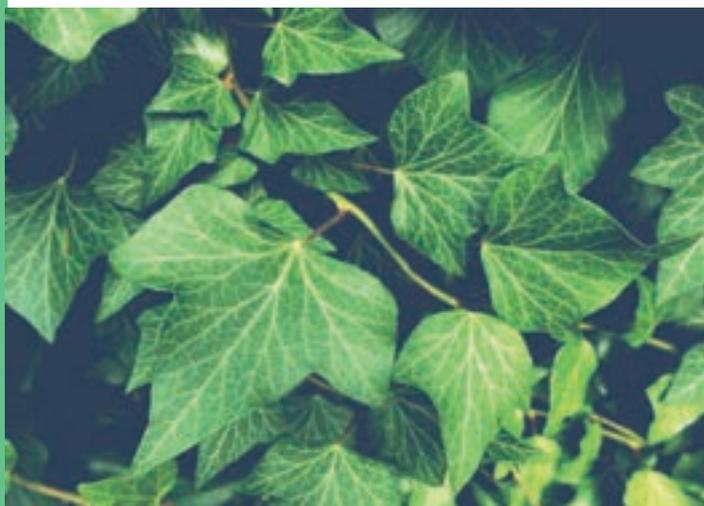
«Sono state riviste le corsie del giardinaggio, tutte allargate fra uno stand e l'altro. Con linee chiare e protocolli perché si possa prima di tutto lavorare in un clima di sicurezza e tranquillità».

Reticenze particolari?

«Da parte di qualche azienda sì, anche se in un periodo in cui il mercato tira bisognerebbe essere invogliati a partecipare ad una fiera. Ognuno poi fa le sue scelte. C'è chi qualche dubbio l'ha avuto, ma c'è anche chi ha aumentato la metratura del proprio stand».

Il primo messaggio che vorrete lanciare?

«Resto convinto che sarà la fiera della ripartenza, che certi eventi si possono tornare ad organizzare, che si può tornare a lavorare abbastanza tranquillamente. L'altro è che il mercato sta andando molto bene. L'idea e la speranza è di vedere tante facce felici».



Quanto è stato un freno e come si è riusciti ad ovviare ai ritardi nella consegna delle macchine?

«Dipende molto dalle singole aziende. È evidente che chi ha molti prodotti fatti direttamente in Cina o che hanno una forte quantità di componenti made in Cina ha avuto più problemi. Chi invece ha una catena di fornitura principalmente europea ne ha avuto qualcuno in meno. Chi ha avuto l'idea di aumentare un po' le scorte l'anno scorso e non s'è spaventato della pandemia, anche se il giardinaggio a parte quei mesi in cui s'è fermato per il resto è andato molto bene, di problemi ne ha avuti ancora meno. Tutto è dipeso dalle scelte strategiche fatte un po' di anni fa fra la fornitura dei componenti o la delocalizzazione della produzione in Cina e in parte dalla pianificazione che ognuno ha fatto lo scorso anno e se quindi ha aumentato o meno i magazzini. La situazione è molto variegata all'interno del mercato. Dopodiché ci sono alcuni settori, magari più le macchine agricole, dove la carenza di materie prime come l'acciaio sta colpendo duramente. Nei trattori, come nell'auto, ci sono in questo momento problemi con i chip per tutti i sistemi di controllo ed i sistemi informatici. La questione è molto diversificata. E di numeri. Chi ne fa tanti ha una catena di fornitura più corta intesa come meno magazzino e più variegata perché acquista in tutto il mondo, mentre chi ne fa di più semplici ha una catena di fornitura un po' più agile».

Dove penderà a lungo andare l'ago fra macchina a batteria e quella a scoppio?

«Conteranno molto sia gli equilibri territoriali

che di utilizzo. Spesso ci scordiamo che una parte delle macchine che produciamo vanno in paesi poveri, dove non è immediato come invece noi l'abbiamo in mente il fatto di avere la corrente elettrica. In moltissimi posti c'è un generatore diesel nel villaggio per caricare i telefoni. Farne partire uno per tre ore per far lavorare una macchina a batteria per mezzora non mi sembra dal punto di vista anche ambientale la migliore delle idee. In certi paesi quindi per alcuni anni ancora si andrà avanti coi prodotti a motore termico, in Europa molto conterà anche la regolazione. In California dove hanno di fatto imposto l'elettrico ad ogni livello quando hanno cominciato ad avere gli incendi non ci fossero state le motoseghe a motore gli incendi non li avrebbero fermati. Una fetta per le macchine a motore, soprattutto nella fascia professionale, ci sarà sempre. Almeno finché le batterie, naturalmente, non raggiungeranno delle prestazioni che sono ics volte quelle attuali».

L'agricoltura quanto resta abbinabile al giardinaggio?

«C'è sempre quella zona di confine nella piccola agricoltura che parte dall'orto al piccolo appezzamento di terreno che col garden è molto borderline. Le motozappe sotto una certa fascia sono quasi garden, sopra sono agricoltura vera. C'è un mix molto labile. Alla fine io l'ho sempre considerato però soprattutto un discorso di rete di vendita. Fra chi vende i trattori e le macchine operatrici d'agricoltura e chi non li vende, tanto per intenderci. Spesso ci sono stati negozianti che avevano tutti e due, macchine per il verde e per l'agricoltura, ma quando entra vede il negozio dei trattori da una parte e quello del giardinaggio dall'altro».

Si proietti per un attimo all'ultimo giorno di Eima. Fiera finita, sta tornando verso casa, raccoglie i pensieri e...

«Mi auguro di aver visto dei clienti contenti per come è andata la stagione e che hanno voglia di investire. Soprattutto in conoscenza. Non dimentichiamoci che digitalizzazione e agricoltura 4.0 comporteranno anche per i rivenditori un forte cambio di mentalità. Così come tutta la parte di batteria porterà forti cambiamenti nelle reti di vendita. Quello che auspico è di incontrare degli specialisti che abbiano il desiderio di affrontare la sfida del cambiamento».

MASSIMA PORTATA E POTENZA DI TAGLIO PER SIEPI E RAMI ALTI

ZERO
EMISSION



4.0 M
PORTATA REGOLABILE

56V
1568Wh

VELOCITÀ DELLA CATENA: 20 M/S

Offre una potenza di taglio equivalente alla benzina per i lavori più difficili da raggiungere. Con al centro la tecnologia della batteria EGO Arc-Lithium leader del settore, la perfetta combinazione di potenza e coppia offre la migliore velocità di taglio della categoria, fino a una portata massima di 4 metri. Appositamente progettato per arboricoltori professionisti e professionisti del giardinaggio.

Può essere utilizzato con qualsiasi batteria EGO o zaino portabatteria EGO, e con l'accessorio taglia siepi EGO opzionale.

**IL NUOVO POTATORE TELESCOPICO
EGO POWER+ PROFESSIONAL-X.
NON C'È NIENTE DI SIMILE.**

#bestbatterypower

EGO
POWER BEYOND BELIEF™

PROFESSIONAL X



DISTRIBUTORE IN ESCLUSIVA

BRUMAR

www.brumargp.it - brumargp@brumargp.it - Tel. 0141.232900

egopowerplus.it

V E T R I N A



ZANETTI MOTORI

**Motopompa ZBP 25-35 BA, la firma è d'autore
Potenza garantita pure nelle condizioni più pesanti**

Le sue dimensioni, maxi-prestazioni. Piccola, leggera, potente e soprattutto affidabile, la motopompa ZBP 25-35 BA di Zanetti Motori con i suoi soli 6,2 kg e attacchi da 25 mm è in grado di spostare fino a 135 litri al minuto. Valido aiuto per l'irrigazione a bassa pressione, irrorazione o travaso d'acqua da un luogo ad un altro. Del tipo autoadescante e con motore a benzina Zanetti Motori ZBM 35 OHV con 31 cc, 0,8 kW di potenza a 7000RPM, offre potenza anche nelle condizioni più pesanti, sia con la pioggia che con il sole. La facilità di avviamento auto avvolgente, oltre alla grande affidabilità, qualifica notevolmente il prodotto. Completamente in linea con gli standard Zanetti Motori, la motopompa ZBP 25-35 BA vanta basse emissioni e basse vibrazioni. Si riconferma promotrice della generazione di motopompe ultraleggere a benzina 4 tempi, la scelta ideale per la propria casa. Per giardinieri e non solo.



GARDENA

**Linea nuova di guanti, per ogni esigenza
La versatilità la fa da padrona**

Gardena per il 2021 propone una linea completa di guanti per affrontare qualsiasi contesto: guanti da giardino, guanti da trapianto, guanti da lavoro, guanti per arbusti, guanti da potatura e per rose. Cinque nuovi modelli, offerti in diverse misure, che si distinguono per l'ottimo comfort e la vestibilità, il design moderno e accattivante, l'eccellente qualità dei materiali che sono atossici e garantiscono la massima protezione. I guanti hanno una funzione molto importante per tutte le attività di giardinaggio, sia che si tratti di potare, piantare o lavorare con una vanga o un'ascia. Oltre all'importanza della loro funzione di protezione delle mani dallo sporco o da eventuali lesioni, alla vestibilità e al comfort, gli utilizzatori nella scelta dei guanti danno molta importanza alla durata e ai materiali utilizzati. Resistenti, sostenibili e non tossici. Tutti i nuovi guanti da giardinaggio Gardena hanno la certificazione Oeko-Tex.

OBERTO

**AS-Motor, le nuove linee a batteria avanti nel tempo
E i tre falciatutto elettrici fissano nuovi standard**



AS-Motor ha presentato una linea di prodotti di macchine professionali alimentate a batteria completamente nuova: quattro famiglie di prodotti, nove modelli, un sistema di batterie. Come consuetudine, questi dispositivi sono caratterizzati da prestazioni professionali, affidabilità in tutte le condizioni atmosferiche e lunga durata. Pioniere dei tosaerba per erba alta dal 1959, AS-Motor propone i falciatutto elettrici AS 21, AS 62 e AS 63. La potenza e la durata necessari per lo svolgimento del lavoro professionale sono ora disponibili. I tosaerba AS-Motor con motori a due tempi sono celebri nella manutenzione del paesaggio. I nuovi falciatutto a batteria sono realizzati per erba alta fino a 80 centimetri e sono adatti per il taglio in massima pendenza. Il modello AS 63 dispone anche di un bloccaggio del differenziale e di un freno di stazionamento automatico e del motore. E con Variomatic la velocità può essere regolata all'infinito.



RICCA ANDREA

**Thor Alpino, il valore in più è System-Leader
In arrivo anche la versione per trattori compatti**

Thor Alpino è lo spaccalegna idraulico verticale molto apprezzato per l'uso familiare costruito e distribuito dalla ditta piemontese Ricca Andrea. Tutti i prodotti sono realizzati rispettando le norme internazionali in materia di qualità e affidabilità, con le certificazioni dei migliori enti di controllo europei. La produzione avviene interamente nel proprio stabilimento a Busca, in provincia di Cuneo, utilizzando componentistica proveniente dall'Unione europea. L'esclusivo comando System-Leader permette ad Alpino di effettuare la corsa di avvicinamento del coltello e centrare il tronco con il coltello in movimento mentre tutte e due le mani sono libere usando il pedale. Una volta centrato e bloccato il pezzo di legno nella posizione voluta, si azionano le due leve di comando per effettuare l'operazione di spaccatura. Alpino è disponibile con alimentazione elettrica (230 Volt o 400 Volt) o con motore benzina. A partire dal prossimo autunno disponibile anche la nuova versione per trattori compatti tramite una pompa PTO staccata.

vetrina

CAMPAGNOLA

**Stark L e Stark M ora anche col sistema double click brevettato
Forbici a batteria Green Line, taglio netto su ogni pianta**

La linea di forbici con batteria plug-in della Green Line Campagnola sono progettate per garantire tagli netti su ogni tipologia di pianta e un'elevata durata. Oltre a offrire flessibilità, solidità ed efficienza operativa, oggi le forbici cordless Stark L e Stark M si arricchiscono di un importante brevetto Campagnola: il sistema innovativo "double click" che permette il cambio rapido di apertura della lama. Si inserisce nel quadro dei 17 brevetti industriali depositati del nostro brand e rinnova l'impegno dell'azienda verso il miglioramento costante. Il lavoro di potatura può essere eseguito nell'ambito della viticoltura, dell'olivicoltura e della frutticoltura, ma anche su piante ornamentali e sul verde pubblico. Il tipo di intervento da eseguire può variare a seconda del cultivar, della stagione e della tipologia di risultato che si desidera ottenere, nonché in base all'estensione della coltura. Per eseguire efficienti operazioni di potatura agevolata, è necessario dotarsi di un equipaggiamento performante, che consenta di muoversi senza difficoltà in ogni situazione.



MTD PRODUCTS ITALIA

**XR5, rasaerba di precisione per un prato perfetto
Cub Cadet alza ancora l'asticella dell'innovazione**

La serie XR5 di Cub Cadet distribuita da MTD Products Italia è in grado di trasformare il sogno di un prato perfetto in realtà, in modo semplice ed efficace: si distingue infatti per il piatto di taglio flottante, le prestazioni superiori anche su terreni non piani, la funzionalità di autopulizia e le parti di ricambio facilmente sostituibili. I sistemi di taglio brevettati dei modelli Cub Cadet XR5 1000 e XR5 2000 offrono un taglio molto preciso. Il rasaerba con il piatto di taglio flottante taglia, infatti, anche prati non piani adattandosi all'inclinazione del terreno e garantendo una finitura eccellente anche sui terreni più complessi. La perfetta ampiezza di taglio inoltre offre un'innovativa modalità di rifinitura dei bordi. I modelli XR5 possono tagliare oltre il profilo delle ruote per garantire risultati sempre impeccabili e definiti.



Aggiornamenti costanti, una gestione non così immediata, numerosi passaggi da osservare fra analisi, progettazione e promozione. Per riuscirci e completare l'opera servono massima chiarezza e puntualità

IL PESO DEL SOCIAL MEDIA MARKETING

social

La gestione dei social media è un processo complesso e costante. Richiede analisi, progettazione, creazione, pubblicazione, promozione e gestione dei contenuti sui canali social aziendali. Bisogna sapere come interagire col pubblico e coinvolgerlo: non c'è spazio per gli errori. Soprattutto, quando l'intenzione è aumentare la visibilità, acquisire autorevolezza e influenzare le conversioni.

TAEDA

Con l'avvento di nuovi social network e la continua evoluzione delle funzionalità disponibili, **sviluppare strategie di social media marketing** è sempre più comples-

so. Serve aggiornamento costante, monitoraggio assiduo e la capacità di interpretare i dati per sviluppare soluzioni idonee a soddisfare gli obiettivi dell'azienda.

È tempo di acquisire la consapevolezza che un "like" non porterà un nuovo cliente. Le "metriche della vanità", come i "mi piace" e il mero "conteggio dei follower", servono quasi esclusivamente a soddisfare l'ego ma non possono essere i soli riferimenti per **misurare le performance sui canali social**. Servono obiettivi chiari e conversioni.

Il primo passo: definire i KPI per le tue strategie social

In presenza di obiettivi chiari, il primo passo è



definire i **KPI** (Key Performance Indicator). Sono quegli indicatori chiave che utili a misurare le performance delle strategie aziendali nel tempo, per comprenderne i progressi nel conseguimento degli obiettivi strategici e operativi. E la presenza sui social non sfugge a queste dinamiche.

tre aspetti fondamentali nelle attività di social media managing

Chi si occupa di social media managing è uno stratega. Conosce l'ambito in cui opera, lo analizza ogni giorno e sviluppa le tattiche necessarie per raggiungere i tuoi obiettivi e soddisfare i KPI. Sintetizzando, possiamo dire che il social media manager **opera principalmente su questi 3 macro-aspetti**:

○ **visibilità** – ha l'obiettivo di accrescere la visibilità dell'azienda sui canali social. Questi ultimi, naturalmente, dovrebbero essere quelli dove egli individua i profili dei potenziali clienti;

○ **strategia** – progetta e sviluppa contenuti adatti al target, siano essi promozionali, educativi o di puro intrattenimento, con pubblicazioni e campagne pubblicitarie ad hoc. Accresce la brand awareness, coinvolge i potenziali clienti e incrementa le conversioni;

○ **reputazione** – ha il delicato compito di lavorare per instaurare relazioni di fiducia tra brand e persone, con azioni orientate a creare e consolidare l'engagement necessario a convertirle in clienti. Il social media manager è la voce dell'azienda sui social e contribuisce a costruirne la percezione nel pubblico.

Le opportunità sul web sono molte, ma è necessario saperle cogliere. Siamo tutti curiosi di scoprire nuovi social e di saltare sull'onda del successo che possono offrire, ma non tutti faranno al caso nostro. Anche quando le risorse non sono ridotte, perché sprecarle?

I social offrono opportunità da valutare con attenzione, ma anche i rischi non mancano:

○ sono in continua evoluzione, con nuove piattaforme che nascono, crescono e cambiano in un batter di ciglia;

○ presentano caratteristiche specifiche e vari

IPIERRE® GARDEN

DOVE VA L'ACQUA NEL TUO GIARDINO?



PRENDI IL CONTROLLO! CON GLI IRRIGATORI DI SUPERFICIE IPIERRE.

IPIERRE è da sempre il partner perfetto per prenderti cura dei tuoi spazi verdi. Scopri i nostri **Irrigatori di Superficie**, ideali per ogni tipologia di prato e giardino, dal più piccolo al più grande. E se hai un giardino o un prato circolare niente paura! Abbiamo il prodotto giusto per spazi di ogni forma e tipologia.



Inoltre, se hai necessità di precisione per garantire il giusto apporto d'acqua in alcune zone, puoi scegliere gli irrigatori **orientabili da 0° a 360°** con regolazione di gittata e, eventualmente, collegabili in serie.

Il catalogo di **Irrigatori di Superficie IPIERRE** si completa con numerosi accessori di ricambio, indispensabili per rendere perfetta l'annaffiatura.

Abbiamo pensato proprio a tutto perché da 50 anni IPIERRE è il giardino.

IPIERRE® ANNIVERSARY
1971-2021
50th

IPIERRE SYSTEM SRL

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



target di riferimento. Ergo, devi sapere a chi vuoi vendere i tuoi prodotti o servizi (e non dirmi a tutti) e dove puoi intercettarli con i tuoi contenuti;

○ **Richiedono diverse modalità di approccio**, pubblicazione e gestione delle campagne di marketing. Ovvero, le tue strategie su Facebook non possono essere le stesse che proponi su Instagram.

Il social media manager non è un'entità a sé stante: lavora in sinergia con e solo da questa componente nasce una **comunicazione coerente ed efficace sia online che offline**.

Dopotutto, le **strategie di social media marketing devono essere create, pianificate e strutturate** in correlazione con gli obiettivi aziendali. Che sia il lancio di un nuovo prodotto, una promozione o un evento, il social media manager sa come

impostare una strategia vincente sui social. E può farlo anche grazie alla condivisione della tua esperienza nel mercato in cui operi.

Tra le hard skill di chi si occupa di social media managing, l'utilizzo di strumenti specifici e la capacità di lettura e interpretazione dei dati delle campagne Ads sono essenziali. Avere le giuste informazioni di budgeting e di andamento delle diverse attività social, permetterà di possedere una visione precisa dei risultati ottenuti, sapere esattamente cosa stia funzionando e cosa no.

Con i giusti contenuti sui social, capaci di rispecchiare il tone of voice e i valori aziendali, è possibile **creare maggior engagement coi clienti effettivi e potenziali**. Senza dimenticare che molte persone prediligono usare i social come "centro assistenza". Possono infatti postare dei messaggi in cui chiedono informazioni o espongono un problema che hanno riscontrato. Avere un buon social media manager, in grado di rispondere tempestivamente alle loro richieste, contribuirà a rendere il cliente soddisfatto e felice. Ma non solo, dimostrerà a chi non è ancora cliente cosa l'azienda possa fare per lui.

Una comunicazione coerente, e cliente-centrica, farà percepire la tua impresa affidabile e seria. Tutte le attività di social media managing che abbiamo visto fino ad ora, concorrono ad aumentare la reputazione aziendale e a far crescere un'impresa.

Il risultato? La creazione del **fenomeno di riprova sociale**. I lead (potenziali acquirenti) che entrano in contatto con l'azienda tramite pubblicità, sito o social, saranno più portati a dare fiducia, grazie alla reputazione in rete. Di conseguenza, seguiranno l'esempio di altri clienti e preferiranno l'impresa ad un competitor, investendo sui suoi prodotti.



AMBROGIO ROBOT

IL ROBOT RASAERBA

Giardini con pendenze impossibili?
Nessun problema c'è QUAD Elite.



QUAD

NO LIMIT

NEXTline

Ambrogio Robot



ambrogiorobot.com

Saremo presenti a



A GREAT EIMA, AS USUAL

Bologna - 19-23 Ottobre 2021

Padiglione 35
Stand B10

SCOPRI
DI PIÙ SU



PELENC

Olivion fra affidabilità, semplicità d'uso e lavoro continuo
Una giornata intera di lavoro con una sola ricarica

L'agevolatore professionale per la raccolta delle olive Pellenc Olivion, disponibile nella versione ad asta fissa (P230) e ad asta telescopica (T220-300), assicura agli operatori il massimo in quanto ad affidabilità, semplicità di utilizzo e capacità produttiva. Alimentato dalle batterie agli ioni di litio Pellenc ad alta capacità, Olivion è in grado di garantire un'autonomia di oltre una giornata di raccolta con una sola ricarica. Oltre alle batterie Pellenc, Olivion può essere alimentato anche mediante l'utilizzo di un apposito convertitore 12/44V, che permette di collegare l'agevolatore di raccolta anche alle tradizionali batterie, garantendo sempre prestazioni ottimali. Il movimento oscillante del pettine è studiato in modo da assicurare il massimo in quanto a resa produttiva e rispetto della pianta.



IBEA

Top di gamma, le mille virtù di IB-E5000 BP
Silenzioso e potente. E sette ore di autonomia

IB-E5000 BP è il top di gamma della linea Olivarex di Ibea, macchina realizzata per usi intensivi e la comodità di una batteria agli ioni di litio di ultima generazione da portare a zaino molto leggera e con autonomia di circa sette ore. Tre velocità di lavoro, motore brushless, scheda elettronica di gestione. Sistema rotazione portarebbi, tutto rinforzato per un utilizzo prolungato e duraturo. Due bracci porta-astine con movimento oscillatorio ad alta resa di raccolta (brevettato). Quattro più quattro astine in fibra di carbonio. E sostituzione rapida. Silenzioso, potente, duraturo nel tempo. Nuova batteria al litio inclusa in un comodo zaino per offrire il massimo comfort all'operatore. Inclusi indicatori dinamici e un'App dedicata. Asta telescopica per raggiungere ogni tipo di altezza.



CAMPAGNOLA

Icarus 58 grande anche con piante di chioma folta
E c'è anche l'economizzatore elettronico

Icarus 58, pezzo forte della linea di Campagnola, è stato ideato per un utilizzo altamente professionale e garantire ottime prestazioni anche in presenza di piante con chioma folta dove la capacità di penetrazione risulta determinante. Potente e veloce, consente ottimi risultati di raccolta. Aste di carbonio o alluminio telescopiche o fisse, da 45 a 270 cm. Motore brushless a 58 V-350 W a gestione elettronica. Scheda elettronica per il pilotaggio del motore e la gestione delle protezioni. Impugnatura antistrappo per il cavo. L'economizzatore elettronico, disinseribile, rallenta ed accelera automaticamente la velocità dei rastrelli nella fase di riposo e di lavoro appena vengono toccati i rami. Due velocità costanti dei rastrelli. 1080 o 1150 battute al minuto mantenute grazie alla gestione elettronica del motore, anche quando il voltaggio della batteria diminuisce.



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 Elettromeccanica 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.



BLUE BIRD

**Tirreno 4000-36V, mix di potenza e leggerezza
Ottima libertà di movimento anche fra i rami**

Tirreno 4000-36V è la macchina di punta della gamma di abbacchiatori Blue Bird. Dotato di un potente motore da 700 W di produzione svizzera, l'abbacchiatore Tirreno può sfruttare fino in fondo la carica della batteria a cui viene collegato senza perdere un minimo di frequenza, grazie alla gestione intelligente data dalla centralina elettronica inclusa. Tutta questa qualità costruttiva è racchiusa in una macchina che pesa solamente 2600 grammi, pur avendo delle dimensioni che permettono di raggiungere oltre cinque metri di altezza. Il movimento delle dieci astine in carbonio-kevlar punta alla massima resa di raccolta, pur essendo estremamente rispettoso della pianta. Il cavo da 15 metri in dotazione permette una grande libertà di movimento e la forma particolarmente compatta del motore fa sì che la macchina riesca a penetrare facilmente fra i rami della pianta. Il prodotto è Made in Italy e di ultima generazione, pensato e progettato per una ottima resa lavorativa.

ACTIVE

**Olivator E-4800HD, per la gioia del professionista
Eccellente maneggevolezza, doppia velocità**

Olivator E-4800HD è macchina per impiego professionale. Grazie alla doppia velocità regolata da una centralina, velocizza il lavoro e aumenta la resa. Il portarebbi è montato su doppio cuscinetto per garantire un'ottimale stabilizzazione del movimento. Ricca di soluzioni tutte maneggevoli e versatili, la linea Olivator è stata sviluppata anche nelle versioni E1200, E5000 ed E5000BP che differiscono fra di loro per potenza, motore e tipologia di alimentazione. Tutte disponibili in due misure: L con asta telescopica estensibile da 2100 a 3100 mm ed XL, estensibile da 2400 mm a 3700 mm. Le macchine Olivator sono accomunate da un'innovazione che coinvolge meccanica ed ergonomia. Le due braccia compiono un movimento alternativo ed oscillatorio ad ampiezza elevata che unitamente alle otto astine in fibra di carbonio, garantisce una migliore produttività rispetto alle macchine tradizionali. Per agevolare l'ingresso delle astine nella pianta, la testa di raccolta è stata progettata con un'inclinazione che rende ottimale la penetrazione nei rami.



Un rendimento altissimo, nel pieno rispetto della pianta, in un mercato ormai proiettato verso l'alto in termini di qualità e plus. Con macchine sempre più aderenti al lavoro dei professionisti

SCUOTITORI VERSO LA PERFEZIONE

Tanta adrenalina. Risultati molto buoni. Lo scuotitore va forte, sempre più al passo coi tempi. Sempre più gentile, ma sempre efficacissimo.

LA SITUAZIONE. I consensi si sprecano. «Questo tipo di mercato», la premessa di Roberto Tribbia, dell'ufficio commerciale di **Blue Bird**, «è sempre molto influenzato dalla resa delle olive. Le fluttuazioni che notiamo sono sempre direttamente conseguenti alla produzione agricola che, come

sappiamo, può essere molto variabile di anno in anno per i fattori meteorologici e per l'eventuale presenza di parassiti».

«In termini di produzione, almeno per quanto riguarda **Brumi** in Italia», evidenzia il product manager Dario Zappalà, «gli ultimi sono stati influenzati meno da quella che era l'enorme fluttuazione tra annate di carica e di scarica alla quale assistevamo fino a cinque o sei anni fa. Questo dato, unito all'effetto revamping della vecchia tecnologia pneumatica a favore di quella elettronica,





hanno fatto sì che le ultime stagioni siano comunque considerate “buone” in termini di media complessiva italiana. Per Brumi quindi gli ultimi anni sono stati di grande crescita, premiati soprattutto dall’introduzione del nuovo abbacchiatore Professionale Zenit36V e dalla consolidata qualità e affidabilità della linea Classic con Special700 12v e Ghibli900 12V. Le batterie agli ioni di litio poi, ormai del tutto sdoganate rispetto all’idea di prodotti costosi e poco utili, hanno invece definitivamente conquistato i clienti Pro e Prosumer, che ritrovano in questa combinazione di alimentazione tutto ciò che anelavano quando utilizzavano gli omologhi pneumatici, ovvero leggerezza, maneggevolezza, ergonomia, economia di gestione e soprattutto efficienza».

«Il settore di mercato specifico dove **Campagnola** si colloca come leader», evidenzia il direttore commerciale Vanni Roncagli, «ha mostrato un trend altalenante dovuto principalmente agli andamenti delle stagioni di produzione olivicola. Una crescita costante invece si è evidenziata nel settore della potatura che si mostra particolarmente interessato ai prodotti innovativi presentati sul mercato da Campagnola».

«Abbiamo chiuso l’anno scorso», spiega Sandro Minelli, responsabile commerciale di **Minelli Elettromeccanica**, «con un incremento importante, nonostante un periodo molto complicato dal punto di vista produttivo. Ora, dalle prime indicazioni dei distributori del mercato italiano, è stato confermato quel che già s’era evidenziato l’anno precedente. Anche se restano le problematiche legate alla reperibilità delle materie prime».

«La stagionalità e l’andamento delle vendite

per quanto riguarda il mercato degli agevolatori è strettamente legato ai fattori climatici e alla presenza di prodotto. Lo scorso anno», racconta Marco Guarino, dell’ufficio comunicazione e marketing di **Pellenc Italia**, «è stata senza dubbio un’annata eccezionale per via dell’importante presenza di frutto, soprattutto nelle zone in cui la presenza degli agevolatori di raccolta è più importante. In linea generale comunque possiamo affermare che il mercato degli agevolatori a batteria è sempre più un riferimento, visto gli innumerevoli vantaggi portati in fase di raccolta».

PROGRESSI CONTINUI. L’accelerata negli anni è stata notevole. «Per **Blue Bird**», sottolinea Roberto Tribbia, «l’introduzione nel 2019 della gamma di abbacchiatori a batteria è stata molto significativa, in quanto siamo andati a completare questa famiglia prodotti, aggiungendo i nuovi modelli ai tradizionali scuotitori a gancio che abbiamo sempre trattato».

«Se si esclude l’ormai definitivo ed epocale passaggio tra era pneumatica ed era elettronica», il quadro di Dario Zappalà di **Brumi**, «paradossalmente l’evoluzione più importante nel mondo dell’olivicoltura riguarda per lo più le tecniche di potatura, oggi sempre più riconosciute ed adoperate anche in contesti di estensione olivicola media e medio piccola. I produttori stanno piano comprendendo quanto sia necessario investire in tecniche che di fatto salvaguardano e proteggono la pianta, risultando indispensabile per facilitare le operazioni di raccolta e soprattutto per consentire una corretta alternanza tra fase vegetativa e fase riproduttiva, favorendo così una

produzione alta, costante e di qualità. Brumi ha investito molto in questo ambito negli ultimi anni, credendo che la "chiusura del cerchio" intorno alla coltura dell'olivo, fosse la scelta vincente per soddisfare le esigenze di in target sempre più attento all'integrazione di tecnologie e prodotti».

«Si è rilevato un interesse particolare», rivela Vanni Roncagli di **Campagnola**, «verso attrezzature performanti a costo contenuto sia nell'ambito della raccolta agevolata delle olive che nella potatura. L'evoluzione più evidente è verso attrezzature elettriche a batteria ed in particolare verso forbici e potatori con batteria integrata. Un'altra nota di rilievo è il crescente interesse degli imprenditori e utilizzatori verso le tecnologie digitali ed il loro impiego in ambito agricolo».

«Il prodotto è molto migliorato», evidenzia Sandro Minelli di **Minelli Elettromeccanica**, «soprattutto nella produttività e nel rispetto delle piante, verso cui c'è adesso molta più attenzione senza tuttavia vederne limitata la produzione. La richiesta è sempre più alta, soprattutto dai mercati dove c'è più marginalità».

«L'evoluzione va di pari passo con le novità tecnologiche apportate alle macchine. In questo possiamo con orgoglio affermare che **Pellenc**», l'orgoglio di Marco Guarino, «ha anticipato il mercato proponendo già da oltre dieci anni attrezzature alimentate a batteria ed in grado di svolgere con autonomie giornaliere lavori professionali ed intensi».

BINOMIO PERFETTO. Praticità e comodità. Due concetti essenziali, ora espressi alla massima potenza. «La praticità per l'utilizzatore», il punto fermo di Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «al giorno d'oggi è molto elevata. Esistono varie soluzioni sul mercato, che rispondono a tutte le esigenze di lavoro e di spesa».

«Il mercato evolve soprattutto in termini di richiesta di prodotti facili da utilizzare e al contempo efficienti. Per questo motivo, parlando di abbacchiatori elettronici, i movimenti "paralleli" sono sempre meno preferiti a favore di quelli a bracci contrapposti. Tale trend», precisa Dario Zappalà di **Brumi**, «va giustificato anche da una sempre crescente efficienza del meccanismo di azionamento dei bracci oscillanti, che non devono più necessariamente essere "paralleli" per ottenere la migliore risposta in termini di battute al minuto. Zenit36, da questo punto di vista, è un vero e proprio precursore della nouvelle vague degli abbacchiatori comodi da utilizzare e al contempo iper-efficienti, dal punto di vista sia ergonomico che di raccolta».

«I numeri», spiega Vanni Roncagli di **Campagnola**, «ci dicono che sempre di più vengono preferiti quei prodotti che, supportati da un marchio storico, possano garantire all'utilizzatore delle performances di utilizzo ideali grazie alla leggerezza, praticità di uso, prestazioni con costi adeguati».

«Lo scuotitore di oggi», una delle chiavi di Sandro Minelli di **Minelli Elettromeccanica**, «ha ridotto davvero al minimo le vibrazioni. Le macchine sono molto bilanciate, con studi profondi sulla distribuzione dei pesi».

«**Pellenc** storicamente fa dell'ergonomia e dell'indipendenza durante il lavoro due delle caratteristiche principali per le proprie attrezzature. L'agevolatore di raccolta Olivion», spiega Marco Guarino, «grazie al suo bilanciamento costante e alla sua semplicità di utilizzo permette di lavorare a lungo e senza sforzi. Le batterie Pellenc, grazie agli appositi zaini dedicati, hanno il vantaggio di poter essere regolate in funzione della corporatura dell'utilizzatore, così da garantire sempre un comfort ideale».

SALTO VERSO L'ALTO. Miglioramenti continui, in ogni direzione. «Le soluzioni più evolute sono probabilmente quelle a batteria», spiega Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «la cui tecnologia permette di migliorare la durata ed il peso di anno in anno. Rimangono tuttavia molto importanti i pro-



Grillo

AGRIGARDEN MACHINES



SIAMO SEMPRE CON VOI!

Per rendere il lavoro più semplice e sicuro
in ogni situazione e per ogni esigenza



Cerca il tuo **Rivenditore Specializzato Grillo** troverai la soluzione giusta per il tuo lavoro.



www.grillospa.it
grillo@grillospa.it

dotti a scoppio con scuotitore a gancio, e i prodotti elettrici collegabili alle batterie al piombo, che permettono un'ottima resa e una buona libertà di movimento, senza dover affrontare costi proibitivi».

«Ad oggi l'hobbista evoluto», la visione di Dario Zappalà di **Brumi**, «non sceglie più un prodotto di importazione di costo e qualità irrisori di origine cinese, al contrario predilige macchine made in Italy, in grado di garantire il perfetto funzionamento per molto più di una singola stagione e capaci di fornire prestazioni di gran lunga superiori a quelle di importazione. In Italia sono presenti i migliori e meglio

specializzati produttori al mondo, è davvero un peccato non approfittare di tale competenza. Il professionista continua a scegliere prodotti evoluti, progettati per l'utilizzo intensivo e in grado di rispondere ad esigenze di manovrabilità ed efficienza di livello altissimo. Grazie all'ausilio di materiali e componenti opportunamente studiati, le macchine di questa fascia garantiscono infatti l'affidabilità massima in tutte le condizioni di utilizzo. Volendo paragonare le due fasce potremmo dire che l'hobbista evoluto è il cliente ideale per la Special700 in versione ad asta fissa, il professionista sceglierà certamente la nuova Zenit36V 2 velocità e con asta telescopica in carbonio».

«La crescita dei fatturati di **Campagnola**, iniziata dal 2018, è dovuta principalmente alle attività ed investimenti promossi dall'azienda per la ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti. La gamma degli attrezzi per la raccolta e potatura presentati sul mercato», racconta il direttore commerciale Vanni Roncagli, «ha visto l'inserimento di nuovi abbacchiatori pneumatici ed elettrici per la raccolta agevolata delle olive, nuovi compressori e moto-compressori ed una gamma completa di attrezzi elettrici innovativi per la potatura degli alberi da frutto, cura del verde pubblico fino a prodotti per gli hobbisti esigenti. Molti dei prodotti presentati sono coperti da brevetti Campagnola. Il mercato di riferimento ha accolto con molto interesse ed apprezzato il nuovo catalogo di prodotti offerti in virtù della tipologia di clientela professionale alla



quale Campagnola si rivolge».

«Pellenc ha come target principale quello dei professionisti e dei semi-professionisti», la premessa di Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «per questo propone sul mercato attrezzature che rispettano i più alti standard qualitativi, assicurando allo stesso tempo prestazioni sempre al top. E' importante ricordare inoltre che l'agevolatore di raccolta Olivion, può essere utilizzato sia con le batterie multifunzione Pellenc, che con le tradizionali batterie a 12V (grazie ad un apposito convertitore 12/44V) in modo da ridurre ulteriormente l'investimento iniziale per chi ha una dimensione aziendale minore, ma vuole comunque lavorare con la qualità Pellenc».

ALTI LIVELLI. La crescita è stata esponenziale, come può ribadire il mercato. «Le macchine», la chiave di Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «sono ormai giunte ad uno standard di produttività molto elevato, la tecnologia è matura e non ci sono salti di produttività significativi da una stagione all'altra». «Direi moltissimo», sottolinea Dario Zappalà di Brumi, «specie perché la tecnologia ci consente di fare continui ed enormi passi in avanti, soprattutto nell'ambito della gestione elettronica e dell'alimentazione attraverso le batterie agli ioni di litio. È ovvio che non tutti i produttori hanno la possibilità di approfittare di queste opportunità, in quanto espongono la distinta di un prodotto ad importanti aumenti di costo che in qualche caso il mercato poi non riconosce. Brumi è riuscita negli

ultimi anni ad ottimizzare molto questo aspetto, rafforzando il proprio ufficio tecnico e contando su collaborazioni con aziende leader nei settori strategici».

«L'evoluzione tecnologica dei prodotti elettrici a batteria in particolare, delle tecnologie elettroniche a costi contenuti, ha permesso in questi ultimi anni di ideare e realizzare attrezzi le cui prestazioni erano impensabili anche solo tre-quattro anni fa. Oggi **Campagnola**», sottolinea Vanni Roncagli, «presenta una gamma di prodotti leggeri, maneggevoli e funzionali che permettono agli operatori di lavorare in totale autonomia e sicurezza».

«Soprattutto la produttività», premette Sandro Minelli di **Minelli Elettromeccanica**, «è lievitata in maniera considerevole, ma sempre nel pieno rispetto della pianta. Abbiamo anche dei brevetti internazionali in merito, ad ulteriore tutela della nostra produzione di macchine sempre più attente a coniugare il rendimento ma al tempo stesso con grande sensibilità».

«L'evoluzione delle macchine», ribadisce Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «va di pari passo con lo sviluppo tecnologico. Ad oggi possiamo affermare che Olivion di Pellenc, alimentato dalle batterie Pellenc, è in grado di garantire un'autonomia giornaliera anche in caso di lavori particolarmente intensi, evitando così tempi morti, e aumentando la redditività giornaliera. Per dare un ulteriore dato indicativo, Olivion di Pellenc è in grado di raccogliere fino a 15 quintali di olive al giorno».

GRANDI MARGINI. E il punto più alto non è ancora stato toccato. «L'importante per questo prodotto», evidenzia Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «è la tenuta e la crescita del mercato delle olive e dell'olio, che è il "motore" della vendita di queste tipologie di prodotto».

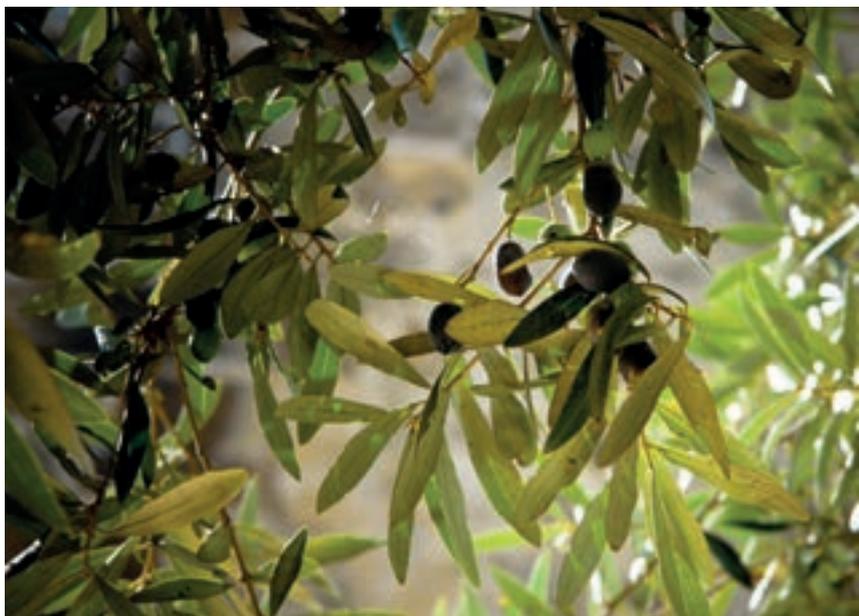
«L'abbacchiatore», il fermo immagine di Dario Zappalà di **Brumi**, «ha raggiunto quasi lo stato dell'arte, tutti i produttori di alta fascia lavorano ormai sulla ricerca continua del dettaglio, dell'ottimizzazione e della maggiore efficienza possibile più che sulla rivoluzione. Diversa è la questione legata all'alimentazione, le batterie subiscono continuamente enormi aggiornamenti tecnologici, consentendo alle aziende di ri-immaginare la fruizione di prodotti fino a quel momento inimmaginabili. Seguire attentamente questa evoluzione significa mantenere l'azienda in linea con le necessità di un mercato in velocissimo cambiamento».

«L'evoluzione dei prodotti», osserva Vanni Roncagli di **Campagnola**, «è fortemente influenzata dalla disponibilità di tecnologie all'avanguardia soprattutto in ambito elettronico ma anche nei materiali e componenti. Campagnola utilizza tecnopolimeri innovativi che garantiscono leggerezza ma nel contempo la necessaria robustezza ai propri attrezzi».

«I margini di crescita», la chiave di Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «sono legati direttamente alla ricerca dei grandi clienti e dei conto terzi, con l'obiettivo di offrire i vantaggi Pellenc ad un numero sempre maggiore di utilizzatori».

SMS AL RIVENDITORE. Pensieri chiari, uno dietro l'altro. «Il consiglio al rivenditore specializzato», osserva Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «è quello che vale per ogni tipologia di prodotto che necessita una presentazione ed una spiegazione esaustiva. Essere i consulenti dei propri clienti, far valere la propria esperienza e la conoscenza del prodotto, comprendere le esigenze del cliente per saper consigliare il prodotto più adatto. Questa è l'unica via per mantenere quel valore aggiunto della rivendita specializzata rispetto all'online e alla grande distribuzione».

«Investire moltissimo», il suggerimento di Dario Zappalà di **Brumi**, «in formazione interna e divulgare la competenza sul territorio per raggiungere il target. Il web espone tutti a nuovi paradigmi, il consumatore è abituato ormai a consumare velocemente informazioni e prodotti. Il rivenditore evoluto ha la necessità di fornire valore aggiun-



to e servizi, essendo in grado di far valere la presenza fisica in un territorio. Le vendite non si fanno più da dietro un bancone, servono invece tecnici venditori in grado di incontrare letteralmente le esigenze delle aziende agricole, seguendone l'evoluzione e le applicazioni specifiche del parco macchine».

«Suggeriamo», l'invito di Vanni Roncagli di **Campagnola**, «di valutare attentamente la gamma prodotti disponibile, le performances degli attrezzi e macchine, le soluzioni proposte per una vasta platea di utilizzatori che vanno dal professionista, all'agricoltore fino agli hobbisti evoluti senza

dimenticare il valore del marchio e del servizio che un'azienda come Campagnola, da oltre 60 anni sul mercato, può garantire al rivenditore».

«Al rivenditore», rileva Sandro Minelli, responsabile commerciale di **Minelli Elettromeccanica**, «evidenziamo sempre quante risorse abbiamo investito in soluzioni diverse per la raccolta anche considerando le esigenze del mercato e le caratteristiche delle olive nelle varie regioni. Per ogni necessità c'è un prodotto specifico, grazie alla nostra vasta gamma. Questo è il vero punto: l'attenzione a trovare la macchina ad hoc per ogni contesto».

«Sicuramente», l'indirizzo di Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «quello di lavorare molto sul servizio post vendita efficiente e funzionale, in modo da garantire al cliente finale un supporto costante e a 360 gradi».

FATTORE BATTERIA. Valore aggiunto indiscutibile. Già nel futuro. «La penetrazione della batteria», conclude Roberto Tribbia dell'ufficio commerciale di **Blue Bird**, «segue di pari passo l'evoluzione della tecnologia in termini di peso, prestazioni e abbattimento dei costi. Il motore elettrico è più efficiente di quello a scoppio e necessita minore manutenzione, quindi è presumibile che man mano che la batteria raggiungerà standard di prestazione e di costo simili ai motori a scoppio, questa andrà a conquistare sempre più quote di mercato».

«In Italia», specifica Dario Zappalà, product manager di **Brumi**, «il grado di penetrazione è ancora abbastanza basso se paragonato a paesi come la Spagna dove raggiunge circa l'85%.



Malgrado questo la batteria ha sempre più followers, grazie soprattutto alle grandi aziende di produzione di massa, prima fra tutte quella automotive, che spiega ormai molto bene e quotidianamente come i vantaggi di questa tecnologia siano da ricercare nel medio termine più che nel brevissimo».

«Gli studi, le ricerche e gli investimenti in ambito automotive relativamente allo sviluppo ed all'utilizzo delle batterie sulle vetture e mezzi di trasporto», conclude Vanni Roncagli, direttore commerciale di **Campagnola**, «porta un grande vantaggio alle aziende che stanno investendo sullo sviluppo di attrezzi elettrici a batteria. Le tecnologie elettroniche quali motori, sistemi di controllo, software oltre all'evoluzione delle celle, permettono l'utilizzo delle batterie in applicazioni che tradizionalmente utilizzavano tecnologie tradizionali».

«Il grado di penetrazione della batteria», il quadro di Marco Guarino, dell'ufficio comunicazione e marketing di **Pellenc Italia**, «è sicuramente importante e questo è dovuto ai grandi vantaggi sia in quanto a comodità di utilizzo, che in quanto a redditività durante il lavoro. Il salto di qualità si è avuto sicuramente quando la tecnologia ha permesso di garantire elevate prestazioni abbinate ad una gestione ottimale dell'autonomia delle batterie. Il cliente che da prima ha scelto di lavorare con Pellenc, oggi è in grado di valutare al meglio i vantaggi ma soprattutto la longevità sia dell'attrezzo che della batteria multifunzione con oltre mille cicli di ricarica reali. Pellenc in questo è sicuramente un punto di riferimento assoluto sul mercato».



Husqvarna®

HUSQVARNA

09/21



NUOVA HUSQVARNA 592 XP®

LA MIGLIORE CAPACITÀ DI TAGLIO DELLA CATEGORIA

90 cc di potenza senza pari, affidabile e facilmente manovrabile. La nuova Husqvarna 592 XP®, con avviamento semplificato Autotune 3.0, può contare su un motore X-Torq® con coppia e accelerazione eccezionali e sulla nuova barra Husqvarna X-Tough Light, che si abbina alle catene X-Cut C85 e C83 per ottimizzare la sua eccezionale capacità di taglio. Il risultato finale è la migliore capacità di taglio della categoria, che ti rende migliore, più veloce e ti offre livelli di produttività senza precedenti.



Scopri anche la nuova Husqvarna 585 e trova maggiori informazioni sulla nuova Husqvarna 592 XP® e i test di capacità di taglio su [husqvarna.it/90cc](https://www.husqvarna.it/90cc)



Husqvarna®



IL PRIMO AUTOMOWER® SENZA CAVI PERIMETRALI

PERIMETRI VIRTUALI, INFINITE POSSIBILITÀ

Husqvarna, oltre 25 anni fa, ha aperto la strada all'automazione nella cura del verde, creando i migliori e più venduti robot tagliaerba. Oggi è tempo di una rivoluzionaria tecnologia che aggiunge alle immancabili caratteristiche di prestazioni elevate, silenziosità e zero emissioni dirette, la straordinaria possibilità di dimenticare il filo perimetrale.

Flessibilità d'uso e semplicità d'installazione, controllo e gestione da remoto, è tempo di Epos.

NOVITÀ

HUSQVARNA AUTOMOWER®

550 EPOS



Capacità dell'area di lavoro

5000 m²

Capacità di pendenza massima

45 %

Livello rumorosità

65 dB(A)

Adatto ad aree anche di 5.000 mq, Husqvarna Automower® 550 EPOS, è perfetto per campi da calcio, campi da golf, parchi cittadini, pertinenze aziendali e per tutti gli altri luoghi soggetti a circostanze ed esigenze mutevoli.

prezzo listino
6.898 €



LA NUOVA TECNOLOGIA EPOS ALL'AIPV DAY

L' ALLEATO PER I PROFESSIONISTI DEL VERDE

AIPV Day si è tenuto il 09 luglio presso il giardino botanico della Fondazione Minoprio; l'evento aveva come tema "la Sostenibilità nella cura e gestione del verde" un tema che per Husqvarna è quotidianità.

Durante la manifestazione è stata lanciata la straordinaria tecnologia Husqvarna EPOS. Si tratta di un sistema di navigazione satellitare ad altissima precisione, capace di generare una sorta di confine virtuale eccezionalmente adattabile.



LE NUOVE FRONTIERE DEL VERDE PROFESSIONALE

HUSQVARNA 550 EPOS ALLA VENARIA

Husqvarna Automower® 550 dotato di tecnologia EPOS è stato tra i prodotti presenti all'evento per i Professionisti del Verde organizzato da Gaddò e Scabini alla Reggia Venaria di Torino.

Il 13 luglio nei giardini di questa residenza sabauda che ricordiamo essere stata premiata nel 2019 per il parco pubblico più bello d'Italia, i Manutentori del Verde hanno potuto approfondire la straordinaria tecnologia EPOS.



Husqvarna®

DECESPUGLIATORI FORESTALI

PER LA PULIZIA DI OGNI TERRENO, IN TOTALE ERGONOMIA

Dal tagliare radici, piccoli arbusti e cespugli all'eliminare robusti rovi, pulire il sottobosco con un decespugliatore forestale Husqvarna diventa più rapido.

La potenza erogata lo conferma mentre l'albero di trasmissione più corto e la particolare testina ingranaggi migliorano la manovrabilità negli spazi stretti e fitti.

555FX

- Motore X-Torq®
- Low Vib®
- Interruttore di arresto a ritorno automatico
- Smart Start®
- Cinghiaggio Balance XT™



Cilindrata	Potenza	Peso
53,3 cm³	2,8 kW	8,9 kg

prezzo listino
1.259 €

555FRM

- Motore X-Torq®
- Low Vib®
- Smart Start®
- Cinghiaggio Balance XT™
- Baricentro regolabile
- Disco mulching



Cilindrata	Potenza	Peso
53,3 cm³	2,8 kW	9,2 kg

prezzo listino
1.333 €

545FR

- Motore X-Torq®
- Interruttore di arresto a ritorno automatico
- Low Vib®
- Smart Start®
- Cinghiaggio Balance XT™



Cilindrata	Potenza	Peso
45,7 cm³	2,1 kW	8,7 kg

prezzo listino
964 €



HUSQVARNA BALANCE XT™

Gruppo cinghie avanzato con regolazione e distribuzione ottimale del peso tra spalle, torace, schiena e fianchi.

HUSQVARNA PROFESSIONAL AL FIANCO DEL PROFESSIONISTA DEL VERDE

Il programma HUSQVARNA PROFESSIONAL si rivolge ai professionisti manutentori del verde che, oltre a macchine ed accessori all'avanguardia, vogliono poter contare su un'assistenza qualificata e prioritaria, su macchine sostitutive, su ricambi veloci e su garanzia estesa.

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



Copyright © 2021 Husqvarna AB (publ). Tutti i diritti riservati. Husqvarna® è distribuita da Fercad SpA. www.fercad.it.

Husqvarna®

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. (")	RUMOROSITÀ dB (A)	DIMENSIONI CM. (LxAXALXPR)	SERBATOIO LT.	CAPIENZA CESTO LT	PESO Kg. A VUOTO
---------	--------------------------------------	----------------------	--------------	----------------	-----------------	----------------	-------------------	---------------------	----------------------	-----------------------------	---------	---------------------------	-------------------	----------------------------	---------------	-------------------	------------------

HUSQVARNA

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

Rider RC 320Ts AWD

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



Rider Battery	vedi www.husqvarna.it R	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	H5413AE	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
Z242F	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																
<p>EINHELL ITALIA Srl Web: www.einhell.it Email: info@einhell.it</p> <p style="text-align: center;">C-PM 46/2 S HW-E</p> <p>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.</p>																
																
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

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

LC 353 AWD

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



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	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
PELLENC																
Distribuito da: PELLENC ITALIA SRL Web: www.pellencitalia.com Email: info@pellencitalia.com				RASION Leggero, maneggevole, facile da trasportare. Regolazione elettronica della velocità e dell'altezza di taglio. Motricità che permette tagli su pendenze e superfici inclinate senza sforzo, rasatura regolare e senza tracce di ruote sul terreno. Funzione Zero Turn: rotazione a 360° grazie ai 2 motori posteriori e alle ruote girevoli anteriori. Manubrio pieghevole e possibilità di posizionamento in verticale quando non in uso. Bassissime emissioni sonore, alti livelli di sicurezza.												
RASION 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 LAMIE	AVVANZAMENTO (N° RUOTE MOTRICI)	LARGHEZZA TAGLIO CM	ALTEZZA DI TAGLIO (CM)	PENDENZA MASSIMA	ANTIFURTO	RICARICA (*)	PESO Kg. CON ACCUMULATORI (*)	CARROZZERIA	STAZIONE DI RICARICA
EINHELL																	
EINHELL ITALIA Srl Web: www.einhell.it Email: info@einhell.it				FREELEXO+ 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%.													
FREELEXO	649,95	1100	700 X 500 X 300		A	DIPENDE DA BATTERIE	3	2	18	2 - 6	35%	SI	AUTOMATICA	13	MATERIALE PLASTICO	INCLUSA	
FREELEXO+	695,95	1100	700 X 500 X 300		A	DIPENDE DA BATTERIE	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)	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
---------	--------------------------------------	-----------------------	------------	----------------	--------------	-----------------	-----------	---------------------------------	--------------------------------	---------------------	------------------------	------------------	-----------	--------------	-------------------------------	-------------	----------------------

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		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	15,3 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	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	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		635X464X330 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·m/s)	SCOCCA	SEMOVENTE	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											

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 ANTIVIBRANTE	CONSUMO ORA	PESO KG A VUOTO
---------	--------------------------------------	-------------------	------------------	---------------	-----------------	-----------------	-----------------------	-------------------	--------------------------	----------------	----------------------------	----------------------	----------------------	-------------	-----------------

EINHELL

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

GC-PH 2155

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



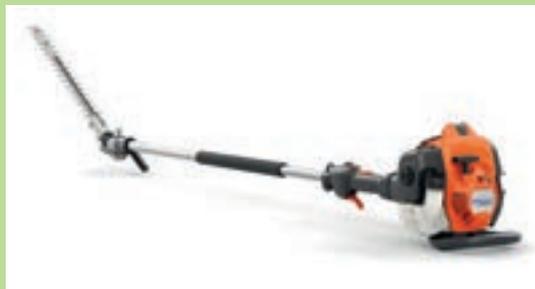
GC-HH 5047	79,95	H	EL		500 W			58,5	DA		18	SI			4,3
GC-HH 9048	109,95	H	EL		900W			48	DA		15	SI			5,1
GH-EH 4245	49,95	H	EL		420W			45	DA		12	NO			2,5
GC-EH 5550	67,95	H	EL		550W			46,5	DA		12	NO			3,3
GC-EH 5747	54,95	H	EL		570 W			53	DA		16	NO			3
GC-EH 6055	69,95	H	EL		600 W			61	DA		19	NO			3,9
GE-EH 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 H	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 H	4,9
525HE3	961,00	P	2T	25,4	1,3 (1)	S	S	60	S	N	30	N	S	600 gr/Kw H	5,9
525HE4	974,00	P	2T	25,4	1,3 (1)	S	S	60	S	N	30	N	S	600 gr/Kw H	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 H	5
522HDR75X	794,00	P	2T	21,7	0,8 (0,6)	S	S	75	S	N	30,5	S	S	360 gr/Kw H	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 H	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 S7094 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=83 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 deflettore 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 rochetto 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
---------	--------------------------------------	----------	--------------	------------------	------------------------	---------------	-----------------	------------	-------------------	------------------	-------------------	--------------	------------	--------------------	-----------------

PELENC

Distribuito da:
PELENC 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.	PELENC	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.	PELENC	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 Pelenc Lithio-Ione

ArviPO

Attrezzature professionali per potatura

PS 32

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



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.

	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

ATRA
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 pompa 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
PELENC														
Distribuito da: PELENC ITALIA SRL Web: www.pellencitalia.com Email: info@pellencitalia.com			SELION i mod. C21 HD e M12 sono le motoseghe a mano leggere e potenti per tagli precisi e netti. I mod. P180, T150-200, T220-300 sono su asta fissa o telescopica in carbonio con dispositivo di sicurezza e testa inclinabile multiposizione. Innovazioni tecnologiche brevettate Pellenc: tensione automatica della catena, freno elettrico, gestione elettronica del flusso dell'olio e chiave retrattile integrata.											
51 56208 SELION M12	933,00	P	BRUSHLESS ELETT.	-	1200 W	-	ELETT.	6" -15 cm	OREGON 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			ST 330 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 coccia 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.														
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



OFFICINE "GREEN" PER UN MONDO "GREEN"

UN OCCHIO ATTENTO AI RIFIUTI INQUINANTI

Una delle più ambiziose e decisive sfide dell'attuale politica, intesa come visione e gestione della cosa pubblica, è senz'altro quella di immaginare le attività produttive, tanto a livello nazionale che su scala mondiale, considerandone l'intero ciclo (dalla scelta delle materie prime allo smaltimento dei rifiuti) e **l'impatto che possano avere non solo sul presente ma anche sul futuro del nostro pianeta.**

Insieme a norme sempre più stringenti, cresce una sensibilità ecologica che diviene "mainstream", basti pensare alle numerose campagne plastic-free o ad una giovane icona ormai popolarissima a livello globale come Greta Thunberg.

Particolare cura, proprio nell'ottica di scelte attente a **come lasceremo ai posteri il "giardino del mondo"** è dedicata alla **migliore possibile gestione dei rifiuti.** Anche in questo specifico ambito, stanno crescendo in parallelo norme e sensibilità. Tuttavia, per chi opera nel settore garden, come



in altri comparti del settore produttivo legato all'agricoltura ed al verde, norme e sensibilità crescenti sul **tema della gestione e dello smaltimento dei rifiuti**, in particolare di quelli inquinanti, spesso **necessitano anche di una crescente formazione ad hoc**, che aiuti a pianificare le attività della propria azienda, in modo da garantire la salvaguardia dell'ambiente oltre che a tutelarsi da possibili infrazioni e sanzioni. Oggi, infatti, progettare la propria professione al meglio significa tenersi aggiornati anche su questi aspetti, tenendo conto di quanto prevede la normativa in merito alle diverse ricadute per i professionisti del verde.

Dallo stoccaggio degli stracci o dei filtri usati, alla gestione dei R.A.E.E., (Rifiuti costituiti o provenienti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche), all'eventuale trasporto ed eliminazione degli oli esausti in caso di interventi a domicilio dei clienti. Non si tratta di procedure o adempimenti particolarmente complessi, tuttavia è necessario **formare i propri dipendenti** ad attuarli ordinariamente per ridurre l'impatto ambientali ed evitare sanzioni o ripercussioni per infrazione.

Maggiore rilevanza in termini di mole e costi sta assumendo poi la questione della gestione e dell'eliminazione delle batterie usate.

Un ambito che andrebbe forse approfondito in termini di dialogo con la politica (con eventuali proposte di eco-bonus specifici), anche per la sua ricaduta in termini economici sui dealer: mentre lo smaltimento delle batterie al piombo risulta infatti gratuito, quello delle batterie al litio o al cadmio (le più comuni sulle macchine da giardino) ha un costo che si aggira mediamente sui 6,5 € per kg, che finisce per essere tutto a carico di rivenditori e officine.





La collaborazione con ASSOFLORO procede con FEDERACMA



Lo scorso 16 giugno Unagreen&Assogreen ha partecipato all'incontro "Florovivaismo italiano tra ambiente, salute e le opportunità di sviluppo delle imprese" organizzato da Assofloro in collaborazione con Coldiretti, presso l'azienda vitivinicola "il Rocolo di Mezzomenico" una splendida location nel verde delle colline novaresi.

Proprio il verde è stato protagonista della giornata che ha visto dibattere, tra gli altri, i temi della gestione responsabile delle aree verdi con particolare attenzione agli alberi e all'arboricoltura, dalla produzione alla programmazione delle diverse attività florovivaistiche.

Si è discusso su come, attraverso le sinergie tra le diverse realtà associative e con le istituzioni, sia possibile sviluppare opportunità importanti per le imprese.

Tra i tanti argomenti trattati, la realizzazione di città più verdi grazie alla gestione consapevole delle alberature presenti e all'incremento della presenza di alberi in aree attualmente scoperte, per contrastare gli effetti dei cambiamenti climatici nelle aree urbane e di conseguenza la necessità di una manutenzione fatta di buone pratiche e l'importanza di utilizzo di attrezzature innovative e a basso impatto ambientale.

Il nostro intervento ha voluto sottolineare come sia fondamentale soprattutto per i manutentori la conoscenza e l'uso corretto delle attrezzature e la scelta del prodotto giusto anche in termini di macchine a batteria che, se da un lato rappresentano una grande opportunità per un lavoro sicuro e green, dall'altro devono essere individuate e gestite in maniera responsabile. Occorre infatti valutare, oltre alla durata della prestazione e l'affidabilità della struttura, il numero di cicli di ricarica per evitare utilizzo di prodotti con un periodo di vita breve. Ovviamente bisogna porre molta attenzione al corretto smaltimento del rifiuto. Diventa importante, infine, individuare un partner affidabile per poter ricevere assistenza e formazione in questo mondo ancora tutto da scoprire.

E le nostre aziende saranno i partner giusti!

In attesa di definire prossimamente un protocollo d'intesa che suggelli definitivamente la partnership tra FEDERACMA e ASSOFLORO, il 2 Luglio scorso abbiamo partecipato come ospiti ad un interessante incontro svoltosi a Firenze in occasione dell'Assemblea ASSOFLORO. Sono stati presentati diversi progetti studiati ed elaborati in funzione delle esigenze e peculiarità delle Aziende Florovivaistiche associate e che diverrà per loro uno strumento imprenditoriale fondamentale.

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.



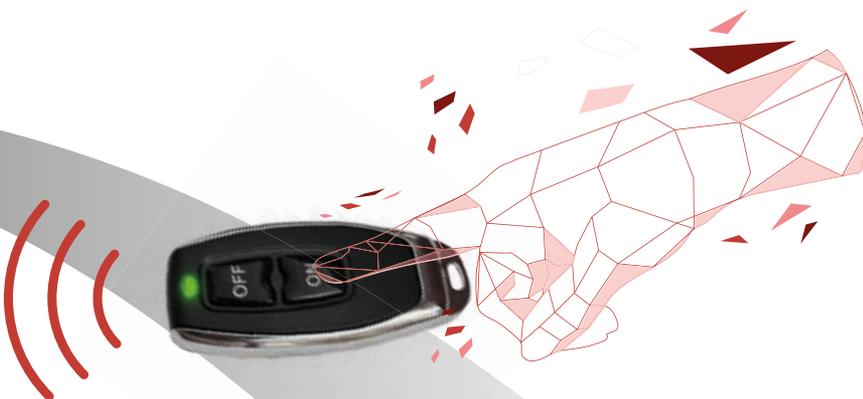


Leonardo Inverter

ZBG 2000 iE



L'energia inverter in un **CLICK**



OMAGGIO

Radiocomando Wireless
Start/ Stop

Fino a Ottobre 2021

Scarica la brochure:

