

MCG

Organo ufficiale di
UNAGREEN
& **AssoGreen**
by
FEDERAMA

N.270 - FEBBRAIO 2022 - MENSILE | EPT - Via P. Meloni, 11 - 37138 VERONA | www.ept.it | ept@ept.it



1 BATTERIA

1000 POSSIBILITÀ

POWER X-CHANGE

NON FARTI COGLIERE
IMPREPARATO DALLA NEVE

SCEGLI *Inverter*



Leonardo Inverter
ZBG 2000 iSE

⚡ 1,8 kW - 19,5 Kg

- 📶 Telecomando Wireless Start/Stop
- 🔌 Electric Start
- 🔋 Batteria a litio

ZBG 4000 iSE

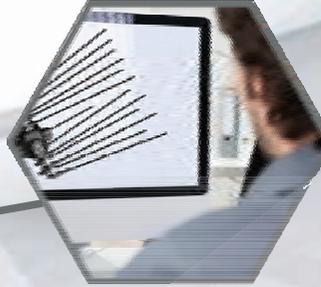
⚡ 3,8 kW - 34,5 Kg

- 📶 Telecomando Wireless Start/Stop
- 🔌 Electric Start
- 🔋 Batteria a litio

ZBG 4500 iE

⚡ 4,6 kW - 39 Kg

- 🔌 Electric Start
- 🔋 Batteria a litio



Scegli l'innovazione tecnica ad alta produttività dei potatori e forbici a batteria Minelli per la manutenzione e cura delle tue piante



EnerKut® EP32

EnerKut® EP25



ENER-Q1



ENER-Q3



MADE IN ITALY

T Tutti in attesa. Di codificare i primi veri segnali, di farli propri, di trasformarli in opportunità. Le incognite restano, ma ci sono anche le certezze pur sporcate fra rincari già sul piatto e domande ancora senza vere risposte. Alla finestra il rivenditore, pur continuando a muoversi. Aspettando le prime macchine, guardando verso una stagione in fondo dietro l'angolo, immerso fra carte e telefonate. Il 2021 è stato notevole, ma non per la reazione alla pandemia. Tutti hanno archiviato bilanci con crescita spesso a doppia cifra, come gli operai specializzati assunti da certe aziende che si sono fermate solo a Ferragosto. Il cliente ha comperato, ma la storia non è finita. La voglia è rimasta, il margine c'è, il giardino non è più un contorno ma una priorità. Rivalutato, curato a dovere, vissuto. Una linea di partenza, più che il traguardo. Un seme, più che il raccolto. Certo, non è tutto oro quel che luccica ma anche la tanto temuta inflazione può essere battuta. Con equilibri diversi, con mani più attente, con qualche riflessione in più ma senza snaturarsi o chiudersi in difesa a oltranza. Una lezione che arriva anche dal passato, dalle crisi diventate in un attimo sfiziose opportunità. Difficile fare un pronostico, se non determinato dal polso di punti vendita che hanno iniziato a marciare e una clientela sì timorosa ma anche stufo di essere confinata all'eccesso fra le mura di casa. Al calcio di inizio non manca molto. Anzi, su tanti campi la partita è già cominciata. Freme il garden, a caccia di conferme di cui magari non ha nemmeno bisogno ma anche di input che permettano di delineare un quadro ancora più aderente con quel che chiede e pretende il mercato. Un po' in salita, spesso in discesa come hanno confermato gli ultimi mesi. È il momento della verità, delle prime basi. Per comprendere una volta per tutte se il verde è salito per sempre al piano di sopra, se ha davvero varcato l'ultima frontiera allineandosi alle nazioni più evolute, se la casa avrà ormai per sempre una stanza in più.



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 inclusa 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

SMETTI CON LE VECCHIE ABITUDINI

SCEGLI LA BENZINA ALCHILATA

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



EINHELL

1 BATTERIA

1000 POSSIBILITÀ

www.einhell.it



dalle aziende

- 21** Raymo senza confini
Oberto alza l'asticella

federacma

- 26** Quando la riparazione
pesa più dello scontrino

il punto

- 28** Alessandro Fontana
«Commercianti? No, consulenti»

inchiesta

- 10** Il robot stacca
un altro pass
- 42** Le super cesoie
di bene in meglio

l'opinione

- 8** Teresa Monchiero AIPV
«Formazione e confronto, la
crescita passa dalla conoscenza»
- 62** Roberto Dose
«Consegne a singhiozzo,
ma dovremo abituarci tutti»



marketing verde

- 56** Alessandro Di Fonzo
«Corsa al cliente, ecco le strade»

professionisti

- 30** Franco Ramero
«Ecco i miei perfetti
giardini imperfetti»

punto vendita

- 64** «Proibito spegnere
gli entusiasmi»

rivenditori

- Comag srl**
60 «Nodo-cliente, aumenti forzati»
- Gilmar Motoseghe**
61 «Corsa al prezzo, magazzini o»

rubriche

- 34** News
- 58** Vetrina
- 22** Vetrina robot
- 52** Vetrina cesoie a batteria

66 Tuttomercato

IL TRIO PERFETTO PER ARRIVARE IN ALTO...

FORBICE POTATURA PS 22-23

POTATORE A BATTERIA CS 22-04



Voltaggio massimo 12.6 V
Batteria Litio 12.6 V - 2.5 Ah
Motore Brushless
Tipo di barra 4"
Capacità di taglio 100 mm
Velocità variabile
Freno catena a induzione
Peso 800 gr (seghetto)
+ 200 gr (batteria)



Voltaggio massimo 12.6 V
Diametro di taglio 23 mm max
Opzione di taglio 2 aperture + taglio progressivo
Velocità di taglio 0.4 sec
Batteria Litio 12.6 V - 2 Ah
Tempo di ricarica: circa 4 ore
Peso 700 gr (forbice) + 200 gr (batteria)

Batterie intercambiabili Forbice e Potatore

2 batterie + caricabatterie



Prolunga telescopica
applicabile a Forbice e Potatore

EP 22-22



Lunghezza prolunga chiusa: 1.2 mt.
Lunghezza prolunga estesa: 2.0 mt.

Fabbrica motori dal 1978

Blue Bird
Industries

www.bluebirdind.com - info@bluebirdind.com



Via Due Camini 19 - 36010 Zanè [VI] Italy - Tel +39 0445 314138 - Fax +39 0445 314225

Passaggi necessari per stare al passo coi tempi. A partire dalle 180 ore di formazione tecnica obbligata. AIPV attivissima, un successo la tre giorni della Delegazione del Piemonte di fine gennaio. La strada è ormai tracciata

«FORMAZIONE E CONFRONTO, LA CRESCITA PASSA DALLA CONOSCENZA»

di Teresa Monchiero, segreteria nazionale di AIPV

Il "Lifelong Learning" è il termine inglese con cui, negli ultimi 30 anni, l'Unione Europea ha sostenuto le attività di istruzione e la formazione quali mezzi indispensabili per promuovere la coesione sociale, la cittadinanza attiva, la realizzazione personale e professionale, l'adattabilità e l'occupabilità.

Il processo del lifelong learning si fonda sul concetto di apprendimento in età adulta e deriva dalla necessità nella nuova società della conoscenza di apprendere per tutta la vita nuove conoscenze, competenze o abilità. L'individuo è direttamente responsabile di ciò che apprende, del modo in cui apprende e della situazione e il contesto in cui sceglie di realizzare il proprio apprendimento e richiede, dunque, la relativa capacità di gestire la propria conoscenza in maniera cosciente e critica.

Fatta questa premessa, la domanda sorge spontanea: cosa c'entrano tutti questi "paroloni" con le professioni

del verde??? Io risponderei: c'entrano eccome! In fondo, è proprio l'elemento naturale con il quale ci troviamo a lavorare tutti i giorni che ce lo indica chiaramente.

Non sono le piante ad insegnarci l'importanza di osservare pazientemente l'ambiente circostante, analizzare i continui cambiamenti che si susseguono nel tempo, e attuare di conseguenza le migliori



strategie di sopravvivenza modificando le proprie caratteristiche ed abitudini?

Non sono i recenti studi scientifici che hanno dimostrato il sorprendente meccanismo di scambio di informazioni che gli alberi si passano attraverso una fitta rete di connessioni radicali che permette a tutta la comunità di sopravvivere evolvendosi?

Un parallelismo ed una riflessione sullo stato attuale del nostro settore risulta pertanto spontanea.

Le scuole di formazione tecnica specifica in Italia si contano sulle dita di una mano, sovente si sceglie di diventare giardinieri dopo aver conseguito un diploma tecnico in agraria, delegando all'esperienza in campo la propria specializzazione nel settore della gestione del verde ornamentale.

La recente attuazione dell'obbligo di 180 di formazione tecnica per coloro che aprono una partita iva con codice Ateco 81.30 (cura e manutenzione del paesaggio), ha segnato un punto di svolta per elevare la qualità di base del nostro settore. Ma le difficoltà riscontrate a livello locale nell'attuazione di programmi didattici validi in grado di fornire informazioni tecniche realmente utili ai giardinieri, dimostrano quanto la strada sia ancora in salita seppur sia un fondamentale punto di inizio.

Ecco quindi dimostrato quanto il concetto di ap-



prendimento continuativo sia del tutto fondamentale per il nostro settore, con l'obiettivo di colmare le lacune di conoscenza tecnica naturalmente insite nel nostro lavoro.

Lo avevano già compreso bene le aziende di beni e servizi del settore del verde, che da sempre attuano un programma capillare sul territorio di giornate tecnico-formative offerte ai lavoratori autonomi per avvicinarli ad un corretto utilizzo dei loro prodotti commerciali. Fino ad arrivare all'esponenziale offerta di seminari tecnici in modalità webinar durante il periodo di chiusure generalizzate causate dalla pandemia. Ogni giardiniere sa quanto sia complicato il nostro lavoro. E quanto sia necessario avere una moltitudine di conoscenze di base nei settori più disparati: botanica, pratiche agronomiche, sicurezza, irrigazione, tappeti erbosi, progettazione, gestione aziendale, ecc.

Tutte queste riflessioni ci portano a concludere che nessuno di noi potrà mai raggiungere una conoscenza totale e che quindi, per stare al passo con un settore in continuo cambiamento, dovrà prender parte a un percorso di aggiornamento costante che, partendo da una base obbligatoria, sfocerà necessariamente nella formazione volontaria continuativa. E soprattutto, capire che un altro elemento fondamentale per la propria crescita professionale è la condivisione delle informazioni ed il confronto continuo con altri colleghi. Ed è qui che le Associazioni di settore svolgono un ruolo fondamentale, ovvero riunire i professionisti del verde per categorie di lavoro specifiche (manutentori, arboricoltori, tecnici, paesaggisti, vivaisti, centri di giardinaggio e così via) captarne le problematiche di tutti i giorni ed attuare risposte concrete.

Nel nostro piccolo, in **AIPV** (Associazione Italiana Professionisti del Verde) è questo che cerchiamo di fare. Riunire le molteplici figure professionali che ogni giorno si trovano a collaborare in campo dando il proprio contributo specifico settoriale, garantire loro occasioni di confronto sulle specifiche problematiche locali attraverso la presenza delle Delegazioni regionali sul territorio, e rispondere concretamente sia a livello territoriale che nazionale con attività associative su più livelli (dalla rappresentanza ai tavoli istituzionali, all'avvio di convenzioni riservate ai soci con enti formatori ed aziende produttrici, sportelli di consulenza, sino ad arrivare all'organizzazione di eventi e seminari tecnico-formativi). A titolo esemplificativo, cito il seminario tecnico organizzato dalla Delegazione Piemonte di **AIPV** svoltosi nelle giornate del 27, 28 e 29 genna-

io sul tema specifico del **WINTER GARDEN** (ovvero, il giardino d'inverno) a dimostrazione che attraverso la collaborazione su più livelli si possono ottenere virtuosismi settoriali di alto livello.

Partendo dal recepimento delle necessità formative emerse dagli associati, passando attraverso la programmazione didattica tenuta da relatori realmente attivi nel settore specifico (Adrien Bloom dei Bressingham Gardens ed Erica Vaccari di Viaggi Floreali dall'Inghilterra; Mario Mariani, vivaista e giardiniere costantemente alla ricerca di nuove piante ornamentali da utilizzare nei nostri giardini; Carlo Pagani, maestro giardiniere, profondo conoscitore botanico del verde ornamentale), per arrivare alla visione diretta in campo di quanto appreso teoricamente con la visita in vivaio (presso i vivai Miretti di Busca). Non da ultimo, il supporto dei partner tecnici (RP Soft e NBL) che a corollario della formazione tecnica specifica hanno reso disponibile la prova di software di pianificazione aziendale e progettazione.

Il risultato finale è stata un'offerta formativa poliedrica per poter fornire strumenti concreti che potessero rispondere al meglio alle diverse esigenze in un'unica soluzione.

Non da ultimo, il ritrovarsi **FINALMENTE IN PRESENZA** non solo durante le lezioni in aula, ma soprattutto nei momenti di convivialità, seduti intorno ad una tavola imbandita o passeggiando all'aperto, in cui poter parlare delle proprie esperienze e problematiche lavorative. E capire che solamente attraverso il confronto continuo si può trovare soluzioni comuni e crescere insieme. Confronto, dibattito, ricerca di una soluzione comune: anche e soprattutto il **CAPITALE UMANO** resta un imprescindibile elemento che concorre alla complessa formazione continuativa nel settore del verde.



Sempre più autonomo. Ed ora anche intelligente. I numeri sono tutti dalla sua parte. L'anno scorso altra incoronazione, in attesa di un nuovo scatto in avanti e di prendersi i meritatissimi applausi

IL ROBOT STACCA UN ALTRO PASS

Marce sempre alte, tanta adrenalina, mille conferme. Il tosaerba robot si conferma in gran forma fra novità, linee allargate, miglioramenti tecnici ed un feeling sempre maggiore con la tecnologia. Sempre più autonomo, performante, affidabile. Una lunga partita che il robot sta vincendo, inseguendosi su tanti giardini e la personalità dell'attore ormai consolidato. Tanti indicatori positivi, tanti feedback positivi, altri margini da catturare e fette da conquistare. Chiara la verità del mercato, investitura autentica che il robot s'è preso vo-

lentieri dimostrando di avere spalle belle larghe per poter reggerne il peso. Nessun dubbio, da parte dei rivenditori così come del cliente finale. Sempre più attratto dalla soluzione comoda, pratica, silenziosa. Pochi dubbi anche da parte delle aziende nel continuare a percorrere un sentiero che ha regalato finora tanti bei risultati. E la consapevolezza che la storia sia appena agli inizi.

ANNO RECORD. Un plebiscito. Il mercato non s'è mai fermato, continuamente al galoppo verso nuovi orizzonti. Chiari i numeri, gli incrementi,





le proiezioni, l'umore della filiera. Non c'è stato un attimo di sosta, mai una tregua in un anno dove il segno più ha anticipato quasi sempre due cifre e non soltanto una. Senza poter credere fino in fondo che si sarebbe arrivati a tanto. Invece il robot, come tante altre macchine d'altronde, ha varcato tante soglie. Quasi con naturalezza, di sicuro con un'aria sempre più consapevole. «I risultati delle vendite 2021», l'immagine di Luca Corbetta, responsabile marketing e di prodotto di **AL-KO**, «sono stati veramente ottimi. Le vendite sono più che raddoppiate, anche grazie all'introduzione di due nuovi modelli fra il Robolino 300E per superfici fino a 300 mq e il Robolino 450W per superfici fino a 450 mq più collegamento wi-fi per il controllo remoto».

«I risultati di vendita nel segmento robot nel 2021 sono stati soddisfacenti. Questo prodotto al momento», puntualizza Roberto Tribbia, dell'ufficio commerciale di **Blue Bird**, «non è molto rilevante nelle nostre vendite in termini di volumi, ma la gamma LEO ci ha dato buone soddisfazioni ed è stata ben recepita dal mercato».

«Il 2021 è stato per **Einhell**», sottolinea Nicolò Conti, dell'ufficio marketing della filiale italiana, «il lancio sul mercato del nuovissimo robot tagliaerba a batteria Freelexo ed il risultato è stato più che soddisfacente».

«Il 2021 è stato un ottimo anno per le vendite dei nostri rasaerba-robot», riferisce Diego Dalla Vecchia, responsabile marketing e della comunicazione di **Fiaba**, «confermando ancora una

volta il costante trend di crescita che si ripete da alcuni anni. Le vendite del 2021 hanno beneficiato sicuramente anche dell'andamento positivo del settore giardinaggio dettato dalla maggior attenzione per la cura del prato che c'è stata durante la pandemia».

«I risultati sono in crescita, come da costante negli ultimi tre-quattro anni», la fotografia di Diego Zambelli, marketing product manager di **Gardena**.

«Il 2021», il quadro di Giuseppe De Gobbi, responsabile della divisione **Husqvarna**, «è stato un anno di grande crescita, di conferme e soddisfazioni. I risultati perseguiti sono arrivati, non per caso, ma per un impegno costante negli anni profuso per costruire una rete vendita di valore».

«Il 2021 è risultato molto positivo in termini di volumi e di espansione della rete di vendita. Grazie ad una gamma totalmente rinnovata», la chiave di Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «i prodotti Robomow hanno riscosso un notevole successo in tutti i canali distributivi, registrando una crescita davvero significativa».

«Questo mercato è in costante crescita e anche i nostri risultati lo confermano. La rete di vendita», il punto di Francesco Del Baglivo, marketing product manager di **Stihl Italia**, «apprezza l'enorme impegno che abbiamo profuso per offrire una gamma sempre più ampia e competitiva in termini di qualità di prodotto e posizionamento del prezzo. Per raggiungere questi risultati sono di grande supporto i servizi che proponiamo come

le attività di service, marketing e formazione». «I risultati», evidenzia Luca Sacconi, direttore commerciale di **Wiper**, «sono stati in linea con i nostri ambiziosi programmi di crescita. Abbiamo ottenuto importanti incrementi sia in Italia che nei mercati esteri».

«Come avvenuto negli anni precedenti», la prima considerazione di Nicola Ciabatti, responsabile vendite Italia Robotics Division di **Zucchetti Centro Sistemi**, «anche il 2021 è stato per Ambrogio robot un anno di grande crescita».

SALTO DI QUALITÀ. Ancora tutto da scrivere il prossimo capitolo. Ci sono spazi da cogliere e spunti da ascoltare, obiettivi conquistati pronti a diventare punti di partenza per tagliare altri traguardi. La materia è tutta in divenire, solco tracciato già tanto tempo fa ed ora sempre più battuto. La tecnologia ha fatto il resto, insieme al desiderio di produrre macchine sempre migliori. Di scoprire nuove frontiere, nei piccoli ma anche grandi giardini. Tanta strada percorsa, tanta ancora da fare. «Già 25 anni fa», avvolge il nastro Giuseppe De Gobbi di **Husqvarna**, «la macchina ha fatto un salto notevole, aprendo la strada a quella che sarebbe diventata una realtà nella

cura e taglio del prato. Oggi con la connettività e i diversi modelli, riusciamo a rispondere efficacemente a qualsiasi aspettativa».

«Come tutte le attrezzature legate all'elettronica-informatica», la premessa di Luca Corbetta di **AL-KO**, «il prodotto è in costante evoluzione. AL-KO investe molto in questo settore e il prodotto è alla terza generazione, sotto questo aspetto possiamo dire che ogni anno c'è un salto di qualità che rende il robot sempre migliore alla precedente versione».

«Siamo lieti di annunciare», l'anticipazione di Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «che il 2022 porterà grosse novità per Blue Bird nel segmento robot. Abbiamo infatti concluso un accordo di distribuzione esclusiva con un marchio molto importante e conosciuto nel settore della robotica e della smart mobility, che ha sviluppato una linea di robot rasaerba senza filo. Si tratta di Segway, noto soprattutto per i mezzi di trasporto omonimi e i suoi e-scooter, che sta lanciando la nuova linea di robot rasaerba Navimow. Come si può intuire dal nome, Navimow è un robot rasaerba senza necessità di filo perimetrale, in quanto si basa sulla tecnologia satellitare per individuare l'area (o le aree) da gestire. Blue Bird sarà il distributore esclusivo di questa linea per l'Italia e i primi pezzi saranno disponibili nella prima metà del 2022. Abbiamo avuto la possibilità di testare per lungo tempo Navimow e possiamo testimoniare che si tratta di macchine di grande qualità ed estremamente performanti. Al di là della tecnologia satellitare, il prodotto si caratterizza per una grande facilità d'uso e la possibilità di personalizzare le prestazioni in moltissimi aspetti grazie ad una programmazione semplice ed intuitiva tramite App. Non ultimo, il design dei robot è molto accattivante e la qualità della costruzione e dei materiali è ai massimi livelli. Per tutti questi motivi, siamo sicuri che Navimow sarà una rilevante novità nel panorama italiano dei robot rasaerba già dal 2022».

«I rasaerba-robot Landroid di Worx», il quadro di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «sono sempre stati pionieri dell'innovazione in termini di offerta per il consumatore privato e l'aver aggiunto una serie di accessori funzionali ed esclusi per la personalizzazione della macchina in base al proprio giardino nonché l'aver reso "di serie" alcune componenti tecnologiche (come la connessione wi-fi, l'App dedicata), normalmente destinate alla fascia alta di prodotto, su tutta la gamma a ca-





talogo anche sulle macchine più piccole, ha permesso di offrire un prodotto di altissima qualità ad una più ampia platea di consumatori e con un ottimo rapporto qualità-prezzo».

«La crescita è sempre stata costante», il fermo immagine di Diego Zambelli di **Gardena**, «da quando sono stati introdotti questi prodotti nella gamma, ma nelle ultime tre stagioni i volumi sono migliorati sensibilmente grazie anche alla definizione di una gamma sempre più completa e adatta ad ogni esigenza e ad investimenti e campagne marketing mirati».

«Il prodotto della svolta», il punto di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «è stato senz'altro il nuovo Robomow RK, proposto nelle versioni da mille e da duemila metri quadri. Una piattaforma nuova, rivoluzionaria, totalmente rinnovata rispetto ai prodotti della generazione precedente. Un salto importante per quanto riguarda la qualità, l'affidabilità, le prestazioni e la facilità di utilizzo».

«Credo che la grande svolta», la chiave di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «sia stata quando alcuni anni fa abbiamo deciso di introdurre la prima Serie 6 IMOW, totalmente di nostra produzione presso la sede austriaca Stihl Tirolo. Successivamente la qualità è aumentata con l'allargamento della gamma dei robot grazie alla Serie 4 IMOW e ora con la nuova Serie 5 IMOW che con l'innovativo sistema Drive Home permette al tosaerba il rientro nella docking station in modo più agevole».

«Le ultime due stagioni», il quadro di Luca Sacca-

ni di **Wiper**, «sono state particolarmente significative sia in termini di crescita qualitativa e maturità del prodotto che in termini di domanda da parte del consumatore finale».

«L'ultima generazione di microprocessori entrata in commercio nel 2016», la chiave di Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «ha consentito di implementare molte funzioni sui nostri robot rasaerba Ambrogio, come ad esempio il modulo ZCS Connect, che permette di monitorare e gestire il robot sempre ed ovunque, tramite il proprio smartphone».

IL PROSSIMO PASSO. Va oltre ora il robot. Linee più profonde, plus in serie, altri valori da inserire nel pacchetto. Tutto secondo logica, secondo la spinta forte del mercato e la regia delle aziende. Tutte con la voglia di fare anche l'ultimo sforzo, di prendersi sempre più il mercato, di aumentare la velocità. Il lavoro è continuo, gli spazi ancora ampi, la richiesta forte. Avanti tutta, senza mezze misure. Ragionando su più fronti, tutti importanti per chiudere al meglio il cerchio. E per fare un altro scatto in avanti. «In termini di modelli», il quadro di Luca Corbetta di **AL-KO**, «abbiamo una vasta gamma che copre fino a 2.000 mq e per il 2022 non è prevista l'introduzione di nuovi modelli. Le modifiche sono state quindi sugli attuali modelli con un software implementato di molteplici funzioni e alcune migliorie sulle macchine che rende il Robot sempre più performante e adattabile alle differenti esigenze degli acquiren-

ti. Per evidenziare solo alcune innovazioni possiamo prendere come esempio la miglioria sulla modalità di taglio (ad esempio l'ottimizzazione del taglio nei passaggi stretti), la possibilità di posizionare la base di ricarica fuori dalla zona di taglio, l'aggiunta di un sensore antigelo per evitare il lavoro a basse temperature, l'implementazione della possibilità di controllo e gestione del robot da parte del manutentore (nuovo programma gestionale e nuova App), il perfezionamento delle ruote anteriori per incrementarne la durata e diminuire gli intervalli di manutenzione, l'introduzione di artigli per le ruote di trazione che aumentano il grip e diminuiscono i segni sul prato del passaggio del robot e molto altro. Inoltre abbiamo implementato l'offerta per l'installazione dei robot da parte di tecnici specializzati in modo da offrire un servizio anche a tutti quei rivenditori che per questioni strutturali non possono offrire e seguire l'installazione del prodotto».

«A primavera», rivela Nicolò Conti di **Einhell**, «la gamma dei robot tagliaerba di Einhell crescerà da due a cinque modelli. Interessante la promozione, valida fino al 31 maggio, che prevede il pacchetto con un robot tagliaerba a batteria, kit perimetrale per 300 mq e un tagliabordi a batteria ad un prezzo molto interessante».

«Quest'anno anno», anticipa Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «la gamma non subirà cambiamenti rispetto al 2021 sono confermati tutti i prodotti».

«Il prossimo sviluppo per la stagione 2022 per le versioni smart», rileva Diego Zambelli di **Gardena**, «è la nuova tecnologia LONA, che migliora la gestione del robot grazie ad un nuovo sistema di mappatura del giardino, e alla definizione precisa delle aree di taglio con diverse esigenze. Il tutto tramite app (smart app)».

«Agiremo in continuità con quanto fatto fino ad adesso», assicura Giuseppe De Gobbi di **Husqvarna**, «proponendo assistenza pre e post vendita con la garanzia di poter offrire un prodotto e servizio d'eccellenza».

«Nel 2022 **MTD**», rileva Pietro Cattaneo, «continuerà a rinnovare la propria gamma, estendendo la gamma RK anche ai giardini di dimensioni più grandi. I nuovi RK 3000 e RK 4000, grazie al nuovo piatto con doppio disco di taglio, saranno in grado di gestire anche le superfici più estese, con la stessa qualità di taglio garantita dai modelli RK 1000 e 2000 già presentati nel 2021».

«Nell'ultimo trimestre del 2022», rivela Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, « presenteremo la nuova gamma di Robot che risponderà alle richieste dei clienti più esigenti. Questa utilizzerà una tecnologia innovativa ma molto semplice e intuitiva che permetterà di implementare l'interazione tra il tosaerba e l'utilizzatore».

«Per noi il futuro è adesso! Per la stagione corrente», sottolinea Luca Saccani di **Wiper**, «abbiamo presentato la macchina che riscriverà le regole



4 ANNI DI GARANZIA
CON REGISTRAZIONE ONLINE*



solo
by **AL-KO**

engineered in 
GERMANY 

 made in
AUSTRIA

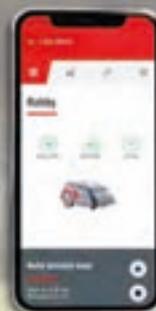
GAMMA ROBOLINHO 2022 PER UN PRATO PERFETTO SENZA FATICA



AL-KO Works with **IFTTT**

AL-KO
in TOUCH

WiFi



www.alko.garden.it



del settore vista la sua capacità di gestire il taglio in autonomia senza la necessità di un filo che ne delimiti il perimetro. Il nostro nuovo I100R è infatti dotato di un'evoluta sensoristica in grado di riconoscere perimetro e ostacoli in completa autonomia».

«La nostra offerta», il piano di Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «si svilupperà ulteriormente in due direzioni: amplieremo la gamma per l'ambito professionale, con robot rasaerba dedicati alla gestione di situazioni complesse, grandi aree e giardini con forti pendenze. Al contempo svilupperemo nuovi robot pratici ed economici, per le piccole aree.

NUOVI STEP. Tanti punti sul piatto, con macchine migliorabili ulteriormente sotto vari aspetti e precise strategie per arrivare in fondo al rettilineo con robot ancora più interessanti. Sotto ogni profilo. Si lavora sodo, passo dopo passo, per fare un altro salto in avanti e garantire prodotti sempre migliori. Sempre più ricchi di qualità, ognuno con le proprie idee ed il proprio know-how. La sfida è assai affascinante, intrigante, coinvolgente. Uno dei grandi snodi del mercato del futuro. Ma anche del presente.

«**Husqvarna**», racconta Giuseppe De Gobbi, «proseguirà in ricerca e sviluppo puntando sempre sulla sicurezza ed allo stesso tempo perfezio-

ne, anche in termini di servizio offerto».

«Per il futuro **Einhell Italia**», la strategia anticipata da Nicolò Conti, «s'è prefissata di puntare sempre di più sugli aspetti tecnologici e di design per migliorare la gamma di robot tagliaerba».

«Dal punto di vista funzionale», il punto di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «non ci sono grossi cambiamenti in vista, ormai il prodotto ha raggiunto da anni un'ottima affidabilità in termini di componenti e prestazioni sul campo, piuttosto l'attenzione sarà rivolta sempre più all'interfaccia uomo-macchina per rendere il rasaerba robot sempre più "user friendly" qualora ce ne sia ulteriore bisogno».

«Punteremo», la visione di Diego Zambelli di **Gardena**, «su un costante miglioramento, ampliamento e aggiornamento delle funzioni smart e LONA».

«Ci sono diversi aspetti», osserva Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «che abbiamo tenuto in considerazione durante la progettazione della nuova gamma RK. Qualità e affidabilità hanno rappresentato la priorità numero uno in tutte le fasi di sviluppo. Ovviamente, grande attenzione anche verso le prestazioni, la facilità di installazione e di configurazione, il tutto per garantire il massimo in termini di qualità di taglio».

«Il nostro obiettivo», la linea del traguardo fissata da Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «sarà quello di offrire prodotti sempre più affidabili e robusti. Stiamo lavorando per migliorare il processo di digitalizzazione e offrire servizi correlati per proporre un prodotto completo che possa donare all'acquirente la migliore customer experience».

«Uno degli aspetti fondamentali di una qualsiasi apparecchiatura di uso quotidiano è l'affidabilità ed è proprio su questo aspetto che stiamo lavorando maggiormente. Storicamente **Wiper**», osserva Luca Saccani, «è stata innovativa e all'avanguardia, a volte per esserlo è stato necessario scendere a compromessi rinunciando in parte all'affidabilità. Non siamo più disposti a scendere a questi compromessi, vogliamo essere sia innovativi che affidabili».

«La qualità e l'affidabilità dei nostri robot», la direttrice di Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «saranno sempre al centro nello sviluppo dei nostri prodotti. L'ultima frontiera dei robot rasaerba Ambrogio vede lo sviluppo di soluzioni in grado di lavorare con perimetro virtuale, senza installazione del filo perimetrale».





TIGERCUT 32

TAGLIO: Progressivo 32mm

POTENZA MAX: 500 W

BATTERIA: 16,8 V - 2,5 Ah - 36 Wh

DURATA: 3/4 h

PESO: 950 g (Batteria inclusa)

Dotata di valigetta + 2 Batterie

LA LENTE SUL 2022. Tante aspettative, giustificate anche dopo gli eccellenti numeri dell'ultimo anno. Tanti obiettivi, alcuni alla portata ed altri magari più ambiziosi. Tanta carne al fuoco, perché il mercato fremente e promette di essere parecchio ricettivo anche nei prossimi mesi. Con la stagione alle porte e la primavera dietro l'angolo. «Siamo molto fiduciosi in un ottimo 2022 sulla base dei prestazioni», l'ottimismo di Luca Corbetta di **AL-KO**, «e dell'interesse sempre più crescente dei dealer nei confronti del nostro prodotto».

«Avendo aumentato la gamma dei robot», l'obiettivo di Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «prevediamo un aumento delle vendite rispetto all'anno di lancio 2021».

«Ci attendiamo un altro anno di crescita», la previsione di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «per il mercato del rasaerba-robot che sarà però influenzato sicuramente dalla disponibilità di prodotto sempre a causa della difficoltà da parte dei produttori di mantenere gli impegni di consegna a causa della scarsità di materie prime. Da parte nostra abbiamo fatto tutto il possibile per garantire un'ampia scorta di magazzino e non dovremo avere grossi problemi in termini di disponibilità generale di gamma».

«Ci aspettiamo una conferma del trend positivo di crescita», lo scenario di Diego Zambelli di **Gardena**. «Siamo in fase inoltrata di programmazione», il punto di Giuseppe De Gobbi di **Husqvarna**, «i segnali sono buoni ed ottimistici, sulla scia degli ultimi anni».

«Ci aspettiamo di migliorare ulteriormente i risultati già ottenuti nel 2021», l'obiettivo di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «guadagnando ulteriori quote di mercato, riportando il marchio Robomow al livello che merita per storia, tradizione, tecnologia e innovazione».

«Noi crediamo che questo sia un mercato ancora in grande espansione. Per questo motivo», spiega Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «molte aziende stanno allargando la propria gamma e nuove altre si stanno affacciando in questo mercato. Noi ci auguriamo di aumentare la nostra presenza grazie a buoni prodotti e ad una rete di vendita e assistenza ben organizzata».

«Ci attendiamo che il trend di crescita aziendale», la fotografia di Luca Sacconi di **Wiper**, «continui a moltiplicare con lo stesso fattore la crescita del mercato che ci attendiamo positiva anche per il 2022. La vera incognita purtroppo è la disponibilità di materie prime che affligge il nostro come tutti i settori legati alla tecnologia».

«Prevediamo un 2022 brillante per il settore della robotica», la visione di Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «tuttavia con alcune possibili difficoltà di approvvigionamento dei componenti elettronici per tutto il settore».

LA PARTITA COI CUGINI. Il robot toglie quote più al rasaerba o al trattorino? Dove pende soprattutto la bilancia? Che tipo di convivenza nascerà? Il dibattito è aperto, la partita pure. Più sacrificato il rasaerba o il trattorino? «Come illustrato precedentemente, l'incremento delle nostre



vendite è stato effettuato soprattutto grazie ai nuovi modelli adatti a superfici fino 450 mq. Inoltre», specifica Luca Corbetta di **AL-KO**, «la maggior parte delle nuove abitazioni hanno un prato di dimensioni contenute che normalmente viene tagliato dal rasaerba tradizionale. In base a questa nostra esperienza mi permetto di dire che il robot sta erodendo maggiormente le vendite dei tosaerba». «Per quanto riguarda le quote di mercato», la certezza di Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «il robot sta sicuramente rubando spazio sia al rasaerba, sia al trattorino. Tuttavia, mentre per la gestione di spazi limitati la differenza di costo tra un piccolo/medio rasaerba ed un robot è ancora rilevante, la spesa da affrontare per un trattorino è paragonabile se non superiore a quella per un robot, quindi crediamo che sia in questa fascia che ci siano le maggiori possibilità di crescita».

«Trattandosi di un mercato domestico», rileva Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «il robot sta rubando quote di mercato al rasaerba».

«Per quanto ci riguarda», il raffronto di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «il robot sta rubando più quote di mercato al rasaerba in quanto la nostra offerta si concentra su macchine per giardini medio piccoli; basti considerare che il robot Worx Landroid più venduto in Europa, e anche in Italia, è quello proposto per giardini fino a 500 mq».

«Per quanto ci riguarda sta sostituendo maggiormente il rasaerba tradizionale», il parere di Diego Zambelli di **Gardena**.

«Guardando queste categorie di prodotto per il taglio dell'erba», sottolinea Giuseppe De Gobbi di **Husqvarna**, «possiamo dire che il robot incide su entrambe. Sia sul rasaerba tradizionale sia sul trattorino».

«Essendo un prodotto in forte espansione, al contrario delle macchine tradizionali per il taglio dell'erba», il quadro di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «il robot sta erodendo quote di mercato ad entrambi i prodotti. Sicuramente in maniera più incisiva nei confronti dei rasaerba, a causa delle caratteristiche medie dei giardini italiani».

«Questo è un argomento molto dibattuto negli ultimi anni. Infatti», sottolinea Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «si pensa che il robot sostituisca l'acquisto del trattorino. Nella realtà anche nel corso del 2021 il mercato del trattorino ha continuato a crescere e questo ci fa pensare che il tosaerba robot ha aperto un nuovo mercato. Evidentemente i robot rispondono a esigenze di



un target di clienti differente anche se entrambi tagliano l'erba!».

«Il robot», la premessa di Luca Saccani di **Wiper**, «è concettualmente diverso da un qualsiasi altro sistema di manutenzione del tappeto erboso e come tale è difficile collocarlo negli stessi schemi o categorie. Con il tempo travolgerà tutti i sistemi di taglio tradizionale. Usare un trattorino o un rasaerba richiede tempo e fatica. Installare un robot offre invece, a chi lo capisce, tempo libero indipendentemente dalla misura dell'area da tagliare. Passato questo concetto, dovrebbe essere chiaro che il robot si prenderà quote sia dai rasaerba che dai trattorini».

«Durante i primi anni di uscita dei robot rasaerba sul mercato», racconta Nicola Ciabatti di **Zucchetti Centro Sistemi**, «la competizione era sicuramente con il trattorino. Oggi, con la diminuzione della soglia d'ingresso prezzo per i robot, viene toccato anche il mercato dei tagliaerba».

ORIZZONTI LONTANI. E che succederà fra cinque anni? Su quale gradino del podio sarà il rasaerba-robot? «In questo specifico momento», frena Luca Corbetta, responsabile marketing e di prodotto di **AL-KO Italia**, «è complicato fare delle previsioni a causa della critica situazione nella disponibilità delle materie prime (e conseguentemente dei prodotti) e nell'aumento dei costi che incidono sul prodotto ma anche sul potere di acquisto degli acquirenti. Sicuramente il robot è e rimarrà in crescita rispetto ad altri prodotti del

giardinaggio ma fornire dei numeri diventa veramente difficile.

«Fra cinque anni», lo scenario di Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «ci aspettiamo che il robot avrà conquistato grosse quote di mercato, soprattutto con il graduale cambio di mentalità dell'utilizzatore, che non considererà più il robot rasaerba come un accessorio esclusivo, ma come un elettrodomestico alla portata di tutti e facilmente gestibile».

«Sicuramente il robot», la certezza di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «ruberà sempre più mercato ai rasaerba tradizionali soprattutto per l'avvento di novità tecniche che renderanno il robot sempre più appetibile al consumatore privato, ma dobbiamo tenere in considerazione che il mercato italiano è molto variegato e ci sono enormi differenze tra nord e sud per quanto riguarda la conformazione dei centri urbani. Dove persistono aree urbane poco sviluppate che mantengono ancora un modello "agricolo", il rasaerba sarà ancora preferito al robot. Inoltre non dobbiamo dimenticare gli utilizzatori professionali, i quali continueranno a preferire il rasaerba per la sua versatilità d'uso».

«Pensiamo che negli anni a venire», racconta Diego Zambelli, product marketing manager di **Gardena**, «il robot sostituirà sempre di più il rasaerba tradizionale, soprattutto a livello hobbistico, considerando la crescente sensibilità verso il green e la sostenibilità e considerando che nel tempo i prezzi di mercato e le prestazioni si stanno attestando di livelli sempre più interessanti».

«Cinque anni sono tanti», premette Giuseppe De Gobbi, responsabile della divisione **Husqvarna**, «anche perché la situazione attuale non è e non

sarà così stabile a livello socio-economico. Possiamo pertanto solo supporre che la tendenza sarà quella di adesso».

«Riteniamo che col passare degli anni, anche se il robot eroderà progressivamente quote di mercato al rasaerba», lo scenario di Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «si arriverà ad una situazione di sostanziale stabilità. Viste le variabili in gioco, soprattutto per quanto riguarda l'elettificazione dei rasaerba, è difficile stabilire dove sarà il punto di equilibrio».

«Noi ipotizziamo che entrambi continueranno a crescere perché ci saranno sempre più nuovi giardini privati e pubblici da curare. L'attenzione», conclude Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «si concentrerà sulla tecnologia utilizzata e probabilmente sarà vincente chi porrà maggiore attenzione nel proporre prodotti ecosostenibili e a impatto zero nell'ambiente».

«Crediamo fortemente che il futuro sia nel taglio automatico. Non mi fraintenda», puntualizza Luca Sacconi, direttore commerciale di **Wiper**, «non credo che il rasaerba tradizionale sparisca. Anzi, in futuro potremmo anche pensare di inserire qualche proposta Wiper in tal senso. Certamente però sarà relegato ad un ruolo secondario».

«Immaginiamo che il mercato italiano», la proiezione di Nicola Ciabatti, responsabile vendite Italia Robotics Division di **Zucchetti Centro Sistemi**, «continuerà a premiare i robot rasaerba, come già avvenuto in altri mercati europei. Ciò non significa che i sistemi di taglio tradizionali siano destinati a scomparire». Il verdetto al mercato, come sempre.



Grande flessibilità, eccellente manovrabilità, agile e silenzioso. Perfetto, il modello Torpedo, per ogni tipo di contesto. Anche i più complicati, più la massima sicurezza. Ed un marchio ormai diventato sinonimo di garanzia

RAYMO SENZA CONFINI OBERTO ALZA L'ASTICELLA

Dal suo lancio sul mercato nel 2019, **RAYMO** è diventato rapidamente un marchio leader tra i tosaerba elettrici professionali. Grazie alle sue caratteristiche uniche, **RAYMO** affronta e risolve alcuni dei problemi più significativi che l'industria paesaggistica deve affrontare oggi: fra rumore, emissioni, sicurezza dell'operatore, vibrazioni, manutenzione dei pendii e costi di esercizio-manutenzione. Allo stesso tempo offre una flessibilità senza pari con i suoi piatti di taglio e le unità di alimentazione intercambiabili. Il risultato è una macchina professionale adatta a questi lavori, quindi un rasaerba modulare completamente elettrico o ibrido plug-in, radiocomandato, sicuro, agile, efficiente, silenzioso, pulito. Il **RAYMO TORPEDO** ha un'altezza estremamente ridotta (51 cm con il piatto R42 Flex) che consente di accedere ad aree con poco spazio libero in altezza e ha un'eccezionale capacità di arrampicata su pendii ripidi e su terreni ondulati. Il sistema di sterzo ZTR in combinazione con 4WD offre eccezionali proprietà di guida e manovra. Il controllo a distanza della macchina offre numerosi vantaggi: peso ridotto della macchina, sicurezza dell'operatore, vibrazioni zero, rumore ridotto e esposizione alla polvere, migliore controllo dell'ambiente. Il funzionamento RC è perfetto per un ottimo tosaerba elettrico. Anche estremamente bassa la macchina, senza difficoltà di falciatura sotto pannelli solari, panchine, tappeti elastici, alberi o altri ostacoli. Il sistema Raylink montato su **TORPEDO** fornisce telemetria e informazioni sullo stato del sistema a uno spazio cloud, a cui possono accedere i clienti e i centri di assistenza.



OBERTO SRL
VIA SASSO NICOLA 14
FOSSANO CN
TEL: 0172 60216
INFO@OBERTO.EU



V E T R I N A

BLUE BIRD

Serie Navimow, H3000E in cima alla piramide
L'algoritmo di navigazione intelligente è super

H3000E è il top di gamma della serie Navimow, capace di gestire fino a 3000 mq di prato. Il sistema di base su un'innovativa tecnologia di localizzazione denominata EFLS (Exact Fusion Locating System). Il modulo di localizzazione comunica simultaneamente con i satelliti e l'antenna per posizionare con precisione il robot, con una tolleranza di soli 2 cm. Tuttavia, grazie ai sensori integrati e alle informazioni raccolte durante il lavoro, il robot può funzionare in modo stabile anche quando il segnale GPS è temporaneamente debole. Definita l'area di lavoro, Navimow non segue linee casuali ma determina un percorso di taglio sistematico col suo algoritmo di navigazione intelligente. Se in un secondo momento si desidera aggiungere nuove zone di esclusione, è possibile crearle comodamente tramite l'app.



EINHELL

Freelexo 800 LCD BT Solo, punta di diamante di Power X-Change
Valori aggiunti in serie, compresi i sensori di sicurezza



Il robot tagliaerba Einhell Freelexo 800 LCD BT Solo è un membro della famiglia Power X-Change. Controllato tramite app via Bluetooth o display LCD le impostazioni del robot possono essere configurate in base alle esigenze individuali. Freelexo 800 LCD BT Solo include tutto il necessario per l'installazione e il funzionamento, batteria esclusa, di un robot tagliaerba Einhell della serie Freelexo. Adatto per un prato fino a 800 mq. La fornitura comprende 180 m di cavo perimetrale, 250 picchetti, tre lame e quattro morsetti di collegamento. Tastiera intuitiva con display LCD, programmabile per ogni singolo giorno della settimana. Con sensori di sicurezza contro impatto, caduta e sollevamento, codice pin antifurto con segnale d'allarme, sensore pioggia. Altezza taglio regolabile da 20 a 60 mm, pendenza fino a 35%, maniglia per facile trasporto.

AL-KO

450W, la serie Robolino è ormai una garanzia
Facile da installare, semplicissimo da programmare

Robolino 450W è modello adatto a superfici fino a 450 mq. Predisposto con connessione WiFi per monitorare, gestire e programmare il robot da remoto tramite App, questa operazione può essere fatta dall'utilizzatore ma anche dal tecnico installatore-manutentore se chiaramente autorizzato dal proprietario del robot. Dotato di quattro ruote, doppi sensori per un affidabile lavoro all'interno dell'area di taglio, sensore pioggia, sistema di taglio a doppia lama, tre differenti punti di partenza oltre a quello della stazione base per impostare aree di taglio separate, passaggi ristretti con larghezza fino a 60 cm, estremamente silenzioso e facile da programmare anche da parte dell'utilizzatore. Inoltre è possibile configurare Robolino con altri servizi e dispositivi tramite l'App AL-KO inTOUCH e il servizio IFTTT. Compatibile anche con Alexa per il controllo vocale di Robolino. L'app AL-KO inTOUCH consente di poter aggiornare il software di Robolino in tempo reale appena si rende disponibile un nuovo aggiornamento.



HUSQVARNA

**Automower® 430X, impeccabile anche negli scenari più duri
Precisione di taglio assoluta ovunque. E tecnologia avanzatissima**

Attore protagonista della linea Premium X-Line di casa Husqvarna, il robot tagliaerba per grandi superfici Automower® 430X ha un design caratterizzato dagli avveniristici fari a LED anteriori nonché dal paraurti in gomma. Perfetto per operare su superfici fino a 3.200 m², è estremamente performante quando si tratta di gestire transiti angusti e pendii anche molto ripidi, riuscendo ad operare fino ad un'inclinazione del 45%. Automower® 430X è un vero gioiellino di tecnica: dotato di sistema di navigazione GPS può eseguire tagli precisi anche quando si trova ad affrontare prati impegnativi e dalla conformazione articolata. Una tecnologia intelligente gli consente di adattare i tempi di taglio dell'erba in base alle zone di maggiore crescita, di tagliare maggiormente su un'area limitata di erba e di muoversi senza difficoltà alcuna attraverso passaggi ristretti. Possibile anche scegliere, come optional, la scocca nell'elegante colore Polar White.



WIPER

**1100R, aperta la nuova frontiera del taglio
Acclamata dal mercato, sempre di più**

1100R di Wiper grazie ai radar che identificano gli ostacoli presenti nel giardino e i sensori erba che misurano costantemente l'umidità e la continuità dei fili d'erba è in grado di lavorare senza la necessità di installazione del filo lungo il perimetro del giardino. Sarà necessaria solamente la posa del filo per l'allineamento del rientro alla base di ricarica. Superficie di taglio fino a

mille metri quadrati, pendenza fino al 45%, fino a sei zone gestite compresa la principale, larghezza di taglio di 18 cm, altezza da 25 a 70 mm, motore Brushless.

GARDENA

**Sileno, il segreto è LONA Intelligence
Quattro assi nella manica, uno meglio dell'altro**

Gardena introduce una nuova gamma di robot rasaerba smart Sileno dotata di LONA Intelligence™. Si tratta di una tecnologia di mappatura basata sull'intelligenza artificiale, con rilevamento della posizione, in grado di apprendere e gestire le varie zone del prato, adattandosi perfettamente ai singoli giardini. LONA Intelligence™ è una tecnologia innovativa che si distingue per quattro importanti caratteristiche che si aggiungono a quelle di base dei robot rasaerba. La prima è Garden Mapping, la capacità di apprendere in modo automatico il layout del giardino. La seconda è Zone Management, per falciare più o meno frequentemente alcune aree in base all'impostazione predefinita dall'utente tramite app. La terza è Area Protect, con le zone del giardino da proteggere e quindi da non falciare. E poi Location Tracking, quindi l'individuazione della posizione del Sileno in tempo reale. I robot che vantano la nuova tecnologia sono i modelli smart Sileno city 600 e smart Sileno life 1000 e 1500.



ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI

Ambrogio Twenty ZR, altro passo in più
Senza limiti ormai. E di casa in giardino

Ambrogio Twenty ZR è il nuovissimo robot rasaerba di Zucchetti Centro Sistemi semplice, compatto, leggero, potente e veloce che non necessita dell'installazione del filo perimetrale.

Il robot è dotato delle più innovative tecnologie, che gli consentono di gestire e di "mappare" il giardino apprendendone le caratteristiche. La tecnologia ZR integra sistemi di intelligenza artificiale alla sensoristica radar, permettendo al robot di rilevare l'erba, riconoscere gli ostacoli a distanza (fermi e in movimento), i bordi ed il perimetro.



STIHL

Flessibilità RMI 522 C, pensa a tutto lui
Giardini perfetti, per pendenze anche fino al 40%



Il modello RMI 522 C è il nuovo robot tosaerba compatto e completamente automatico per superfici medio-grandi fino a 2100 mq. Taglia, sminuzza e concima come il tosaerba mulching in un'unica fase di lavoro garantendo un perfetto risultato di taglio. L'utilizzo è reso più facile e comodo attraverso la iMOW App. La capacità energetica della batteria è di 104 Wh, la larghezza di taglio di 20 cm. Il sistema Adaptive Slope Speed è una tecnologia che regola in modo ottimale la velocità di taglio in base alla pendenza del terreno che può essere fino al 40%. Il sistema Drive Home permette al RMI 522 C di rientrare nella docking station direttamente senza passare sul filo perimetrale. L'iMOW App trasforma il robot in un sistema smart home indipendente e tramite tablet o smartphone è possibile accedere da qualsiasi luogo stabilendo le tempistiche di taglio o creare piani di sfalcio in base al meteo. Il Care & Clean Kit iMOW è il nuovo set di pulizia che permette di eseguire la manutenzione periodica mantenendo pulito ed efficiente il robot.

HIKOKI POWER TOOLS ITALIA

RM2700, Cramer non si ferma più
Connessione continua, anche a distanza



L'RM2700 di Cramer è un passo in avanti verso prodotti sempre più performanti e capaci di coprire superfici sempre maggiori. Macchina di nuova generazione equipaggiata con modulo GSM che permette una connessione continua con un server "Cloud" e poter essere comandato tramite l'applicazione Cramer senza necessità di essere in prossimità della macchina. La nuova generazione di robot Cramer è equipaggiata con un nuovo modulo di connessione 2G/4G per un trasferimento dati più veloce e due batterie da 2Ah che permettono di aumentare l'autonomia di lavoro e ridurre i cicli di carica. Come tutti i Robot Cramer, in dotazione la stazione di carica con doppio cavo guida oltre la certificazione di impermeabilità IPX5.

MTD PRODUCTS ITALIA

RK 3000 e RK 4000, l'evoluzione di Robomow Massimo rispetto del terreno, taglio impeccabile

Robomow presenta un'importante novità, a completamento del processo di rinnovamento intrapreso lo scorso anno con l'avvento della nuova piattaforma RK. I nuovi modelli RK 3000 e RK 4000 sostituiranno i "vecchi" modelli RS e andranno a posizionarsi al vertice della gamma Robomow. Grazie a quest'evoluzione ulteriore, Robomow propone per il 2022 una gamma totalmente rinnovata che proietta il marchio nel futuro con l'ambizione di conquistare quote di mercato nel canale tradizionale. Il nuovo ed innovativo piatto basculante da ben 42 cm permette al robot di seguire perfettamente il profilo del terreno, garantendo una qualità di taglio senza eguali. Il grande display touch screen consente una configurazione facile e veloce, l'esclusiva modalità di taglio dei bordi eviterà perdite di tempo nella rifinitura e le ruote brevettate non rovinano in alcun modo la superficie del prato.



vetrina robot

FIABA

Landroid M500, con WR141E il prato è bellissimo Tagli molto frequenti, i tempi li decide lui

Landroid, tagliando frequentemente, contribuisce a migliorare la densità del tappeto erboso e previene il propagarsi delle erbe infestanti. Grazie al suo programma automatico Landroid stabilisce qual è il momento migliore per lavorare. Lo sfalcio è talmente minuto che non ci sarà mai bisogno di raccoglierlo, cadendo a terra fertilizza il tuo prato in modo naturale facendoti risparmiare sui trattamenti e sull'irrigazione. Landroid M500 modello WR141E di Worx è il robot tosaerba adatto a prati fino a 500 mq e può essere configurato a piacere con l'aggiunta di tutti gli accessori in gamma. Silenzioso ed intelligente, riesce a coprire velocemente l'area di taglio. Grazie all'applicazione dedicata puoi controllare in ogni momento lo stato del robot e programmare ogni fase oppure consentire che si autoprogrammi se connesso a internet. I motori di cui è dotato sono di tipo brushless, silenziosi e senza manutenzione. Macchine distribuite in Italia da Fiaba.



Il tema è sempre attualissimo, sempre sul tavolo dello specialista, fra il costo per sistemare una macchina e quanto poi paga il cliente. Sensibile la disparità, senza neanche contare il tempo per la diagnosi e vari passaggi obbligati iniziali

QUANDO LA RIPARAZIONE PESA PIÙ DELLO SCONTRINO

È la domanda che tutti si fanno. Ma quanti sanno qual è l'effettivo costo orario che si può raggiungere con il nostro personale? Certo ogni azienda è diversa e quindi può avere dei costi diversi da officina a officina, ma probabilmente anche da regione a regione.

Sbaglia intanto sicuramente chi pensa che lavorando in proprio, e non avendo dipendenti, non sia un costo per l'azienda.

Partiamo, solo ad esempio, dalla tabella riportata nella pagina a fianco che serve a capire quali siano i costi evidenti e quali quelli nascosti, in funzione dell'organizzazione aziendale. Completarla fa scoprire molte cose interessanti. Diciamo che il costo orario di un operaio "medio" può oscillare tra i 25 e 30 € l'ora. Provate a riempire la tabella e scoprite quali sono i costi nascosti e quanto incidono sul "tempo di lavoro" del vostro

dipendente (o vostro se lavorate in officina).

Da alcuni dati raccolti presso i nostri associati, ipotizziamo che il costo orario del vostro dipendente di officina, addebitato ai clienti, considerando i tempi morti ed i costi occulti, sia di 38,5 €/h. A questo punto consideriamo che molti addebitano al cliente 35 € + IVA. Questa pratica significa rimetterci ogni volta il 10%.

Il tema però non è recuperare almeno i costi, ma quello di guadagnare qualcosa anche sulla manodopera, almeno, ma proprio almeno, il 20/25%, ovvero significa che bisognerebbe venderla a 46-48 € + IVA.

Il dilemma si crea se la riparazione richiede due ore e se la macchina nuova ne è costata il doppio o il triplo e quindi se, tra ricambi e manodopera, valga la pena o no ripararla. A questo punto entra in ballo il commerciale che proporrà al cliente una macchina nuova.

Ovviamente il **tempo per la diagnosi** ed il preventivo dovrebbero essere fatti pagare prima, quando il cliente consegna la macchina rotta o difettosa e chiedere 30€ di acconto non deve essere considerato uno scandalo.

LE RIPARAZIONI FUORI SEDE

Tutti hanno ricevuto la richiesta del cliente che chiede il ritiro e la riconsegna della macchina da riparare (soprattutto se si tratta di trattorini o di macchine che non entrano nell'auto del cliente).

Il diritto di chiamata è la prima condizione per rientrare nei propri costi. Non dimenticate che sia voi che i vostri clienti siete, a vostra volta, clienti del tecnico della lavatrice o del televisore o della caldaia. Che riceviate la richiesta di almeno 50 € come **diritto di chiamata** è prassi consolidata. Allora perché voi non dovrete chiedere almeno



Gianni Di Nardo
segretario generale di Federacma

COME ORGANIZZARE UN'ANALISI DEI COSTI MANODOPERA		
ATTIVITA'	ESEMPI	TEMPO GIORNALIERO O ANNUALE STIMATO
MANUTENZIONE E RIPARAZIONE MACCHINE GIARDINAGGIO IN SEDE	In genere, a conti fatti, un operaio potrebbe essere utilizzato per questa attività principale per il 50% circa del tempo per cui viene pagato. In genere, a conti fatti, un operaio potrebbe essere utilizzato per questa attività principale per il 50% circa del tempo per cui viene pagato.	?
MANUTENZIONE E RIPARAZIONE ALTRE MACCHINE IN SEDE	Ad esempio pompe, gruppi elettrogeni, irroratrici ecc.	?
LAVORAZIONI IN GARANZIA NON RIMBORSATE		?
LAVORAZIONI IN GARANZIA RIMBORSATE PARZIALMENTE		?
PREPARAZIONE MACCHINE PER ESPOSIZIONE E PER I CLIENTI	ritirare in magazzino, togliere imballi, montaggio della macchina, eventuale prova solo se per questa attività il personale d'officina collabora con i magazzinieri	?
SISTEMAZIONE MAGAZZINO E MOSTRA	Altre volte occasionali come montare scaffali, spostare o installare attrezzature da officina, ecc.	?
MANUTENZIONE IMMOBILE		?
RIPRISTINO USATO	L'usato nel mondo delle macchine da giardino ha una bassa incidenza, in alcuni casi però occorre ripristinare macchine ritirate dai clienti che possono essere rimesse a nuovo qualora conveniente	?
MANUTENZIONE AUTOMEZZI DELL'AZIENDA	Capita che il vostro personale sostituisca le gomme dell'auto, del furgone o del camion, cambino candele o, a volte, lavano l'automobile del titolare.	?
MANUTENZIONE E RIPARAZIONE MACCHINE GIARDINAGGIO A DOMICILIO DEL CLIENTE		?
MANUTENZIONE E RIPARAZIONE ALTRE MACCHINE A DOMICILIO DEL CLIENTE	I temi del diritto di chiamata, costo orario della trasferta, rimborso chilometrico, li affronteremo separatamente	?
ALLESTIMENTO FIERE E MANIFESTAZIONI ED ANCHE PORTE APERTE		?
PAUSA CAFFÈ		?
PAUSA BAGNO	In un'azienda di medie dimensioni, con due dipendenti, considerando giornalmente 10 minuti moltiplicati per un paio di pause caffè, 5 minuti per un paio di sigarette e 30 minuti per un paio di utilizzi del bagno ed escludiamo telefonate personali, si raggiungono quotidianamente un'ora di "non lavoro", pari a circa 20/25 ore mensili, che andranno ad influire sul costo addebitato.	?
PAUSA SIGARETTA		?
PAUSE TELEFONATE DI LAVORO	Quante volte un vostro dipendente riceve telefonate da clienti per avere informazioni o per sapere quando sarà riconsegnata la macchina (nelle aziende più grandi queste risposte le dà il capo officina... E quindi...	?
COSTO DEL CAPOOFFICINA	Il costo va distribuito su tutto il costo dell'officina	?
ALLESTIMENTO FURGONE OFFICINA		?
LAVAGGIO MACCHINE DA RIPARARE		?
MANUTENZIONE DEPURATORI ACQUE		?
MATERIALE DI CONSUMO	Quanti, stracci, segatura, viti, oling ecc.	?
MESI MORTI		?
CORSI DI FORMAZIONE PRESSO COSTRUTTORI		?
CORSI DI FORMAZIONE O MEETING AZIENDALI		?
TUTORAGGIO PER APPRENDISTI O STAGISTI		?
DIAGNOSI E PREVENZIONE DELLE MACCHINE DA RIPARARE		?
COSTI DI ELABORAZIONE DELLE NOTULE DI LAVORO E DEL TEMPO DI FATTURAZIONE	Per ogni riparazione molti altri settori dell'azienda contribuiscono all'incremento dei costi come la quota parte del personale di amministrazione o le campagne di ricoveri invernali	?
ALTRI COSTI AZIENDALI NON IPOTIZZATI		?
Totale complessivo		?

30 € nei giorni feriali e negli orari di lavoro e 50 € per interventi nei festivi o fuori dell'orario di lavoro (che per voi hanno un costo maggiore)? A tutto ciò vanno aggiunti, quando ci sono, i **costi per trasporto di ritiro e riconsegna**. Forse 1 € medio a km (considerati andata e ritorno due volte) giustifica lo spostamento. A questo vanno aggiunte le **tariffe orarie**.

RIPARAZIONI IN GARANZIA

Il tema è a volte scabroso perché mette in gioco il

rapporto che si ha con i fornitori. Certo è che non è possibile continuare ad incassare, quando questo succede, 18 €/h con tutto il tempo che occorre per diagnosi, riparazione e compilazione di moduli per richieste al fornitore.

Ma su questo argomento specifico torneremo a parlarne prossimamente.



«COMMERCANTI? NO, CONSULENTI»

Pagina bianca. Capitoli da riempire, un libro da scrivere. Fra difficoltà ma anche opportunità. «Qualcosa dovremo cambiare», il primo pensiero di Alessandro Fontana dal suo punto vendita di Rivergaro, in una veloce pausa pranzo. Nuove coordinate all'orizzonte, qualche stereotipo da abbattere, priorità da ridisegnare. «L'inizio del 2022», la premessa di Fontana, «ha detto intanto che si sono accentuate le problematiche e le difficoltà che iniziavano ad emergere dal secondo semestre in avanti del 2021, sia per la scarsità di prodotto ma anche per tutti gli aumenti che ci sono stati sulle stesse macchine. Le criticità però adesso sono soprattutto i costi fissi. Triplicato se non quadruplicato quello dell'energia



«Il nostro modo di lavorare deve cambiare. Essere veri specialisti vuol dire dare anche suggerimenti di finanza agevolata o agronomici, ma anche poter scegliere noi i prodotti che abbiano una certa marginalità e ci permettano di lavorare sul valore più che sui volumi. Senza troppe imposizioni da parte dei fornitori».

rispetto allo stesso periodo del 2020 per i mesi di novembre e dicembre. Chiaro che tutto questo desta molte preoccupazioni. Diciamo sempre che non marginiamo abbastanza quando i costi fissi erano elevati, ma adesso lo sono ancora di più. Chiaro quindi che in questo contesto la questione dei margini non può che tornare attualissima».

La soluzione?

«Quel che noi dobbiamo cercare di fare è lavorare non tanto sul volume delle vendite ma sul valore. Altrimenti rischiamo di farci male. E molte attività del nostro settore e di altri, se resterà questo stato di agitazione, non so se riusciranno ad andare avanti. Bisogna veramente fermarsi un attimo. Senza più pensare a quante motoseghe o quanti decespugliatori devo vendere ma pensare a come far marginare di più e produrre più valore sulle vendite».

In che modo?

«Anche per necessità noi abbiamo dovuto cambiare il gestionale. E in quello nuovo non andre-

mo più a dare voce alle vendite, ma un'attenzione particolare sarà posta ai costi. Faccio un esempio. Nelle prime settimane di quest'anno abbiamo preso un po' fiato dopo le corse fatte per chiudere l'anno iniziando a valutare non tutti i prodotti, ma comunque a quel punto arriveremo, ma analizzando in più tutti i costi che dovremo andare a sostenere».

Risultato?

«Rischiamo di dover lavorare, avanti così, addirittura sottocosto. E di questo devono essere consapevoli anche i nostri fornitori. Soprattutto quando fissano i prezzi dei prodotti entry level, le aziende spero capiscano che il 20-25% di ricarico non è più sufficiente per pareggiare i nostri costi fra l'energia alle stelle e le spese che dobbiamo sostenere per la continua rotazione della manodopera. Quando arriva un ragazzino hai dei costi per formarlo. Già è difficile trovarne, se poi è pure complicato formarli diventa un problema in più. Dobbiamo riuscire a far capire ai nostri fornitori tutti i costi che sosteniamo e capire loro fino in fondo la nostra attività quando fissano i prezzi di mercato con margini ormai insostenibili».

Altre leve?

«Lavorare sulla nostra organizzazione, a partire dalle persone. Per provare ad estrarre da tutti il miglior livello di produttività ma anche farle star bene nella nostra azienda. Quindi produzione al massimo, ma cercando di ridurre lo stress al minimo».

Quanto tempo si è dato per chiudere il cerchio?

«Non ho fissato un arco temporale, dovrà essere una continua evoluzione. È un lavoro che abbiamo iniziato ma che non ha un termine, se non la costante della massimizzazione del risultato dal punto di vista finanziario, economico e mentale. Sarà sempre tutto in divenire, seppur con molte difficoltà visto che non tutti siamo abituati al cambiamento. Ma se non si fa così si fa davvero molto dura».

Fissato già qualche paletto?

«Eliminerei quel che non porta valore e quel per cui non sei riconosciuto come specialista. Ci sono tanti prodotti che puoi comprare online così come alla Gdo. Quelli taglierei prima di tutto, specie se non garantiscono margine utile all'azienda. Mi concentrerei di più per offrire qualcosa di diverso».

Cioè?

«Il mercato a livello di prodotto è ormai maturo e non si può più inventare granché. Quel che mi piacerebbe fare, soprattutto in ottica professionale, è riuscire ad offrire un servizio che si diversifichi dalla vendita con una consulenza che spazi dalla finanza agevolata per avere i contributi per i vari bandi Inail e il credito d'imposta, così come dare dei consigli agronomici per agevolare e rendere ancor più qualitativa l'opera dei manutentori. Strutture come la nostra non sono più in grado di offrire prodotti da prezzo. I nostri competitors hanno costi nettamente inferiori. A questo punto non possiamo far altro che dare qualcosa in più. Allargare quindi il quadro. Da commercianti a consulenti».

Dove sarà il compromesso con le esigenze dei fornitori?

«La base è questa: io posso vendere dei prodotti se sono competitivi e se mi portano dell'utile. Non tanto per il brand che rappresentano. Abbiamo imparato a capire che a volte ad un marchio ci si lega troppo, ma il marchio si lega molto meno a te quand'è il momento di rispettarci da un punto di vista aziendale. Sono dell'idea di trovare più fornitori che ti dà prodotti diversi piuttosto di uno che ti offre un portafogli ampio fino a costringerti a vendere prodotti fuori mercato che a quel punto devi però vendere per assicurarti una certa marginalità su altri articoli».

Rincari fino a che punto dovrà aspettarsi il cliente finale quest'anno?

«Almeno del 15-20% in più, per quelli che sono intanto i nuovi costi fissi. Il problema è capire quanto il cliente possa pagare. La luce è aumentata anche per il privato, non solo per noi. La spesa è aumentata. E quella va fatta. Bisogna capire il cliente che valore dà al nostro prodotto. Se è quindi una necessità primaria o meno. Lì capiremo. Ma l'impressione è che la signora Maria quando entrerà in un negozio di macchine da giardino deciderà di far riparare una volta di più il suo tosaerba o trattorino piuttosto che acquistarne uno nuovo. Ed in quest'ottica noi stiamo lavorando coi finanziamenti, proprio per andare incontro al cliente. Non sarà facile trovare un equilibrio. Quando si parlava dell'aumento delle materie prime, qualche mese fa, nessuno credeva che avremmo dovuto fare i conti anche con costi così alti anche dell'energia».

«ECCO I MIEI PERFETTI GIARDINI IMPERFETTI»

Giardini imperfetti, quindi perfetti. Invernali, rarità in Italia. Ma comunque bellissimi. «Una mia passione, ma difficilmente applicabile in Italia», una delle tante strade che sta percorrendo Franco Ramero, titolare dell'omonima azienda incastonata nel cuneese, a Borgo San Dalmazzo, in un contesto quasi sospeso nel tempo. Lui, Davide, Daniele ed ora Giulio. Ed il verde. Da toccare appena, giusto lo stretto necessario.

Franco Ramero ha una passione tutta sua, i giardini invernali, coltivata nella quiete della campagna cuneese. «Una rarità in Italia, consuetudine in Inghilterra e Francia. Tardi, ma ci arriveremo anche noi. Lasciamo fare alla Natura, senza metterci troppo di nostro. E sarà tutto più bello»



Ramero, com'è un giardino invernale?

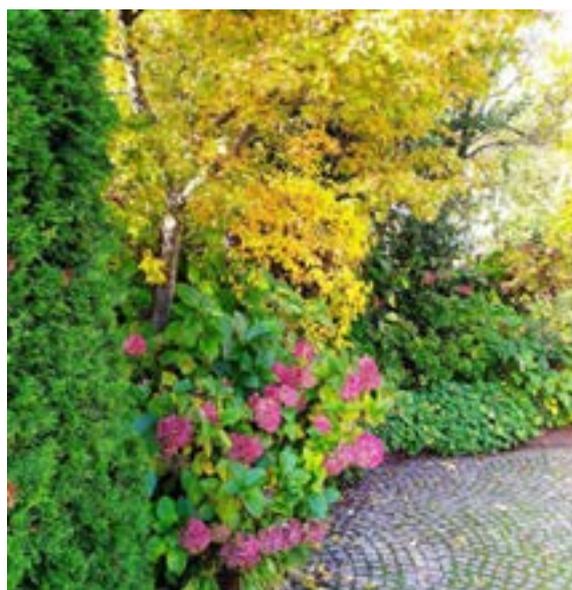
«Per un giardino invernale si utilizzano essenze particolarmente decorative, quindi dei rami colorati che si rivelano quando si spogliano. Quindi dei fusti policromi dal giallo all'arancione fino al rosso. Ad aceri a pelle di serpente, a tutta una varietà di cespugli che fanno bacche bianche, rosse, gialle, arancioni. Di tutti i colori, alcuni dei quali resistono per tutto l'inverno. E poi abbiamo i sempreverdi che nel periodo invernale si tramutano in fogliame colorato. Chi rosso, chi giallo, chi vira verso il grigio. Insomma, chi più ne ha più ne metta».

Com'è nata questa passione?

«Vivo in un posto subalpino dove l'inverno dura cinque mesi. Entriamo nell'inverno a novembre e ne usciamo ad aprile. D'inverno quindi il giardino sarebbe una desolazione. Non c'è assolutamente nulla. Visto questo scenario ho cominciato ad interessarmi a qualcosa di diverso, a qualcosa che potesse essere bello anche in quei mesi. Tutto lì, è

La penetrazione in Italia?

«In Italia il giardino invernale è qualcosa di semiconosciuto, al contrario di Inghilterra, Francia e in tutta l'Oltremarica ci sono ormai da cinquant'anni. Noi arriviamo sempre un po' dopo ma arriveremo».





stato quasi uno stato di necessità. Ho fatto di necessità virtù. Ero stufo di vedere giardini spogli, così ho fatto del mio meglio per renderli piacevoli».

Quello di casa sua che tipo di giardino è?

«Il mio è un giardino di campagna, dove una grossa porzione fatta con cornus, aceri, piante belle d'inverno più una restante parte in cui ci sono erbacee perenni che invece danno il loro meglio in primavera-estate. Ho la fortuna di avere un appezzamento di terra abbastanza grande, con la possibilità quindi di poter dividere il giardino in vari settori ed adeguarli alle stagioni».



La scintilla per il giardinaggio com'è nata?

«Sono nato e cresciuto in una famiglia agricola, nato in mezzo alla terra e in mezzo alle piante. Dall'agricoltura mi sono poi spostato sul giardinaggio. Una passione nata un po' alla volta, per la verità mio padre il giardiniere non l'ha mai fatto. Stando sempre a contatto con piante, terra e campagna ho intrapreso questo mestiere. Anche per diversificarci ed entrare in un mondo che non fosse l'agricoltura».

Come va avanti una piccola impresa come la vostra?

«Nel cuneese siamo in una bolla di benessere. Lo ammetto e lo dico sempre. La società è molto più semplice ed anche dal punto di vista lavorativo è tutto più facile. Mi riferisco alle cose banali, rispetto ad una grande città. Come la semplicità nel muoversi, nel trovar parcheggio, nelle esigenze della gente. Tutto è più tranquillo. Sarei molto più preoccupato a fare il giardiniere in una grande città».

Uno spot per il suo territorio?

«Siamo gente semplice. E lo reputo un grande pregio, con pochi capricci e nata quasi espressione della campagna. Il mio è un paesino, Borgo San Dalmazzo, a dieci chilometri da Cuneo dove viviamo tutti tranquilli e sereni. Anche noi abbiamo problemi di territorio, come alcuni tratti deturpati da edilizia sconsiderata e abusivismo. Tutto però molto più affievolito rispetto alle cinture di grandi città».



Come lo immagina il verde fra dieci anni?

«Spero sia un verde con meno capricci. Dobbiamo adattarci ai cambiamenti climatici, dobbiamo usare piante tenendo conto che l'acqua è sempre meno così come il tempo che dedichiamo al giardino perché abbiamo sempre altro da fare. Vorrei un giardinaggio più semplice, bisogna scrollarsi di dosso tutte queste ansie che a volte trasferiamo al giardino cercando di creare quello perfetto senza averne il clima. Magari vediamo su riviste foto di giar-

dini del Nord della Francia o dell'Inghilterra. Ma lì ogni anno vengono quattrocento millimetri d'acqua all'anno e in Italia invece stiamo sei mesi senza vedere una goccia».

La soluzione?

«Serve un cambiamento radicale, dobbiamo imparare ad usare piante che abbiano necessità molto diverse da quelle che abbiamo utilizzato finora».

Quali soprattutto?

«Prima di tutto piante molto robuste, senza particolari esigenze e che ci ripagano alla grande. Quindi i cornioli, gli aceri, le betulle, l'euforbia».



La sua più grande soddisfazione?

«Vedere il cliente contento, quello che poi ti richiama e con cui riesci successivamente ad instaurare anche un rapporto di piccola amicizia. Più facile riuscirci per una piccola azienda come la nostra. Per me il lavoro è tutto, ci ho dedicato tutta la mia vita. Quando vedo il cliente soddisfatto non potrei volere di meglio. Così come mi piacerebbe trasmettere un po' di passione ad un cliente che magari fino a qualche giorno prima vedeva il giardino solo come un impegno gravoso. Magari fargli capire che sarebbero necessarie delle modifiche. E che il giardino è una risorsa, più che un problema. Una vera e propria aggiunta alla casa».

Quando è perfetto il suo giardino imperfetto?

«Diciamo che a volte bisogna lasciar fare alla Natura. A volte non fare è meglio che fare. Bisogna magari imparare qualche volta a lasciare gli attrezzi in magazzino. Le piante non hanno bisogno di noi, siamo noi a crederlo. Le piante

crescono comunque bellissime anche se non le tocchiamo. Quando andiamo a toccare qualcosa noi nella maggior parte dei casi facciamo dei danni. Il giardino diventa perfetto se diventa pura espressione della Natura. Accettando che ci siano altri abitanti, oltre a noi. Senza avere sempre l'ansia su ogni cosa. Il giardino si stabilizza da solo. Il mio è del 2012 e in dieci anni non ha mai visto un trattamento chimico, non ci ho messo mai trappole per animali o topicidi o altro ancora. Senza spingere troppo neanche con le potature, a parte rimuovere il secco. Risultato? Va avanti da solo il giardino, ho circa 3.500 metri quadri dedicandoci il tempo che magari qualche privato dedica al suo di appena cento. Leviamoci l'ansia della foglia per terra o della piantina che sporca. Lasciamo che a Natura faccia il suo corso. Tutto qui. Semplice».





GRINDER

**IL MULCHING PROFESSIONALE
ANCHE PER ERBA ALTA**

100% MADE IN ITALY



TAGLIO MULCHING

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



**NOVITÀ
GRINDER
ZERO**



GRINDER 52 VK
Kohler HD 775
Listino: 1.085,00 € iva inclusa



GRINDER ZERO SH
HONDA GCVx200
Listino: 1.590,00 € iva inclusa



**MYPLANT
& GARDEN**
International Green Equip.

23/25 FEBBRAIO 2022. FIERA MILANO RHO

PAD 20 - Stand L20

Fuoriclasse in giardino, Einhell con l'asso del Volantino Primavera Power X-Change in prima fila, anche coi campioni del Bayern Monaco



Da Einhell la primavera è sbocciata con il nuovo Volantino Primavera" valido fino al 31 maggio e ricco di novità, promozioni e tante proposte per lavorare al meglio e con semplicità in ogni situazione e ambiente. Dalla casa al giardino, dall'officina al garage fino alle numerose applicazioni professionali. Il nuovo volantino con il titolo "Fuoriclasse in giardino" conferma la professionalità, la qualità e l'ampio assortimento di prodotti per il giardinaggio, con tante novità a batteria come le tre nuove proposte di robot rasaerba Freelexo, una vera rivoluzione in giardino. Legata proprio a questi prodotti, è stata avviata una promozione imperdibile: acquistando un robot tagliaerba Freelexo, si potrà avere in omaggio il tagliabordi, lo starter kit 18V - 2.0 Ah e il kit cavi e picchetti per uno spazio verde da trattare di 300 mq. Sempre per il taglio del prato, la copertina è dedicata ad un'ulteriore promozione con protagonisti tre modelli di tagliaerba a batteria dell'innovativo sistema Power X-Change. Davvero tante le novità presenti nel volantino e non solo dedicate al mondo del giardinaggio, ma anche al fai da te per la sistemazione della casa e alla pulizia, con numerosi modelli di bidoni aspiratutto, proposti sia nella versione a batteria che a cavo. E poi trapani, martelli tassellatori, smerigliatrici, seghe circolari e infinite proposte caratterizzate da alte performance e massima qualità, per un rapporto qualità prezzo da veri fuoriclasse. La grafica del volantino, dove l'immagine protagonista della copertina è un campo da calcio, richiama immediatamente la partnership e la collaborazione attiva con il Bayern Monaco di cui Einhell è Gold Partner. In campo e a bordocampo all'Allianz Arena per realizzare progetti entusiasmanti con il sistema a batterie Power X-Change. Garantisce anche il grande Oliver Kahn.

Cosmogarden di nuovo in scena Interflora, Gerini nuovo managing A Brescia quattro giorni pienissimi director Southern Europe

COSMOGARDEN
LA BIENNALE DEL VERDE

Dopo il successo della prima edizione del 2019 torna a Brixia Forum Cosmogarden, la manifestazione dedicata alla progettazione, realizzazione e manutenzione degli spazi verdi indoor ed outdoor. Per ben quattro giorni, dal 25 al 28 marzo, la Fiera di Brescia accoglierà le aziende con le migliori idee sul mondo del garden. Cosmogarden si presenterà con un concept innovativo sul mondo del verde e dell'abitare sempre più sostenibile, in una esposizione in grado di unire passione per il verde e gusto estetico con proposte applicabili ad ogni ambiente, dal balcone di casa all'hotel, dal giardino agli spazi aziendali. In calendario anche dimostrazioni, corsi, incontri e laboratori tenuti da specialisti e flower & landscape designer. Più di cento eventi per appassionati e professionisti in cerca degli ultimi trend di settore e di nuove idee per abbellire spazi interni ed esterni renderanno Cosmogarden un'esperienza unica, piacevole e stimolante.

Interflora, azienda leader nella consegna di fiori e piante a domicilio in tutto il mondo, ha annunciato la nomina di Luca Gerini a managing director Southern Europe. Il brand, fin dalla sua fondazione nel 1946, vanta una lunga storia di innovazione che l'ha portato a diventare un punto di riferimento per le persone che desiderano celebrare i momenti importanti della vita inviando un omaggio floreale ai propri cari. Negli anni l'azienda è cresciuta fino ad arrivare a strutturarsi con una rete di fioristi - 1400 solo in Italia - che ogni giorno scelgono gli steli migliori per comporre con amore e passione ogni bouquet e poter rispondere tempestivamente a ogni ordine ricevuto tramite web, telefono o dai negozi affiliati. Gerini, oltre vent'anni di esperienza nella guida di e-commerce e nell'impostazione di strategie digitali, ha guidato la trasformazione digitale di importanti aziende sia in Italia sia all'estero.



Kohler nel mondo di eFuel Alliance, altro traguardo verso la sostenibilità

De Giglio: «Pronti a sviluppare soluzioni di energia sempre più pulita»

Kohler è ufficialmente entrata a far parte di eFuel Alliance, aggiungendo un ulteriore traguardo nella sua strategia di sostenibilità ed elettrificazione. L'organizzazione europea rappresenta gli interessi delle aziende coinvolte nella produzione di combustibili sintetici, da energie rinnovabili, su scala industriale. La sua missione è portare avanti la produzione di carburanti sintetici o biogeni, come alternativa ai carburanti convenzionali, contribuendo così alla protezione del clima.

«Kohler è orgogliosa di far parte di eFuel Alliance. Gli e-combustibili, i motori elettrici e le soluzioni ibride», evidenzia Nino De Giglio, direttore marketing, comunicazione e channel management di Kohler Engines, «rappresentano un'ulteriore soluzione per la riduzione delle emissioni di CO2. Kohler, da sempre orientata all'innovazione, è pronta a sviluppare soluzioni di energia pulita per i propri clienti e per gli utilizzatori delle loro macchine. Proprio per questo motivo ci impegniamo a svolgere un ruolo attivo all'interno della nuova associazione». Stima assolutamente ricambiata. «Lo sviluppo dei motori Kohler, dai motori diesel ai motori marini, è sempre stato guidato dal progresso tecnologico. Una partnership con un'azienda produttrice di motori tradizionali», commenta Ralf Diemer, amministratore delegato di eFuel Alliance, «ci aiuta a promuovere e affermare i carburanti biogeni in tutto il mondo. Essi sono un'ottima alternativa ai combustibili convenzionali, quindi, particolarmente adatti a ridurre, in modo decisivo ed economico, le emissioni di CO2 anche nel settore offroad, fino alla neutralità climatica. In questa direzione, grazie alle continue innovazioni tecnologiche dell'azienda americana, siamo certi di una reciproca collaborazione verso la transizione energetica».



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.



Blue Bird, cifre da capogiro: +38% nel 2020, +62% nel 2021

Polato: «È solo il punto di partenza. Ed ora sguardo all'export»



news

Un grazie a tutti. Semplice, genuino, caldo. Blue Bird s'è fermata per un attimo, dopo due anni strepitosi. Più 38% nelle vendite nel 2020, più 62% nel 2021. Valeva la pena fermarsi, per il tributo a chi ha reso possibili risultati così straordinari. Quindi «lo staff aziendale, i collaboratori, i clienti ed i fornitori». Il fatturato dell'azienda è salito «ad un volume più che doppio rispetto a quella che era stata la dimensione storica nei decenni precedenti. È importante sottolineare che questa crescita quantitativa è stata raggiunta migliorando anche la qualità del fatturato, con un risultato economico più soddisfacente rispetto alle medie del passato». Firmato Roberto Polato, direttore commerciale e marketing, uno dei grandi protagonisti dell'impetuosa ascesa di Blue Bird.

«Il passaggio generazionale, il nuovo management, l'inserimento di figure giovani e dinamiche nello staff e fra i collaboratori esterni. Tutto questo», la chiave di Polato, ha spinto verso un profondo rinnovamento che ha coinvolto tutte le funzioni aziendali. Senza rinunciare al patrimonio rappresentato dalla sua storia, dai suoi 45 anni nel mercato del giardinaggio, da una posizione consolidata e riconosciuta da clienti e concorrenti». È venuto tutto facile, giorno dopo giorno. «Il catalogo», spiega Polato, «è stato ripensato ed arricchito, con particolare attenzione sul marchio Blue Bird. Un marchio che significa produzione, italianità, esperienza. Non abbiamo rinunciato alla nostra natura, ma abbiamo voluto adattarla ai tempi. Aggiornando la nostra produzione in termini qualitativamente superiori e affiancando alle gamme storiche (il motore a scoppio) nuove linee di prodotto. Quindi il mondo della batteria. Il risultato di questo lavoro è stato un grande passo in avanti nel mercato. La consapevolezza di questa nuova forza ci darà le armi per affrontare i mercati internazionali. Il contributo dell'export sarà essenziale per raggiungere quella dimensione di fatturato che compete ad un produttore di riferimento nel mercato delle macchine da giardino. L'obiettivo di questo processo non è la trasformazione dell'azienda in una multinazionale senza volto. Ciò a cui pensiamo», conclude Polato, «è una crescita stimolata da un profondo rinnovamento che non snaturerà la profonda identità di Blue Bird quale azienda italiana, familiare, umana».

La magia del Castelletto, la casa di premi Nobel e della Thatcher

Parco Giardino Sigurtà, porte aperte ai grandi del mondo



Il Parco Giardino Sigurtà di Valeggio sul Mincio è un tesoro naturalistico che racchiude tantissime varietà floreali e botaniche ed è apprezzato ogni anno da centinaia di migliaia di visitatori. Tuttavia vi sono nei 60 ettari di questo tesoro verde numerosi punti di interesse come il Castelletto, un edificio merlato in stile neogotico, chiamato originariamente Castelletto di Nina. Costruito dal marchese Antonio Maffei a fine Settecento nel passato era inizialmente adibito a Sala d'armi, oggi invece è divenuto il luogo dove sono conservate le memorie storiche, letterarie e scientifiche della famiglia Sigurtà. Lì infatti sono ricordati gli scienziati e i premi Nobel che sono stati ospiti al Parco: Selman A. Waksman (Nobel nel 1952 e scopritore della Streptomycina), Alexander Fleming (Nobel nel 1945 e scopritore della Penicillina), Gerhard Domagk (Nobel nel 1939 e scopritore dei sulfamidici), Konrad Lorenz (Nobel nel 1973 e fondatore dell'etologia) e Albert B. Sabin (scopritore del vaccino orale contro la poliomielite) e spesso ospite in passato della famiglia Sigurtà. Negli scatti inediti pubblicati sulla fanpage Facebook del parco, in attesa della riapertura del giardino il 7 marzo 2021, si possono ammirare i dettagli all'interno del Castelletto come la mobilia creata grazie a sapienti intarsi del legno con la madreperla e affreschi dai colori caldi che richiamano l'atmosfera medievale dei cavalieri. La sala è impreziosita da ricordi scritti e immagini d'epoca di personaggi celebri che sono stati ospiti di questo giardino. Un esempio tra tutti è una fotografia di Margaret Thatcher, la Lady di Ferro.

Motor Bike Expo, Verona celebra Lagonigro e Zanetti Racing Team

All'edizione 2022 del Motor Bike Expo di Verona, Vincenzo Lagonigro e Zanetti Racing Team hanno ricevuto il trofeo che celebra il titolo conquistato nel Pirelli Cup 2021. In questa competizione, Lagonigro si è distinto vincendo la categoria Pirelli Supersport 1000, in sella alla Ducati Panigale 955 V2, con cui, la compagine gravinese, ha intrapreso il nuovo percorso un anno fa. «È stata una bella emozione. Questo trofeo», ha sottolineato Lagonigro, «è molto importante perché nell'ultima stagione abbiamo partecipato a una categoria nuova con una moto che non conoscevamo, preparandoci per la stagione. Penso che abbiamo cominciato nel migliore dei modi vincendo la categoria Pirelli Supersport 1000 e siamo già carichi per il prossimo campionato. Se guardiamo i tempi in gara e i partecipanti rispetto agli anni precedenti, il livello della Pirelli Cup è alto. Parecchio anche. Ancora più alto sarà il CIV, che è sempre il top in Italia, ma noi ci proviamo. Dirò di più: dobbiamo farcela, perché abbiamo una bella base e fare un anno di Coppa Italia è stato d'aiuto per testare la moto. Ci siamo avvantaggiati. Speriamo di sfruttare al meglio questo lavoro. Voglio ringraziare chi mi permette di realizzare tutto questo come Zanetti Racing Team, Onlicom, Master Service e gli sponsor tecnici come Matris, Termignoni, Spider, Plastic Bike e ovviamente, Ducati. Spero di poterli ampiamente ricambiare anche nella prossima stagione».

Un progetto già rodato, ma che ora attende il confronto nella massima serie nazionale della classe Supersport. Alla soddisfazione del riconoscimento si aggiunge il desiderio di valutare il lavoro svolto, partendo da una moto standard e sviluppata tra test e gare, fino a renderla il più competitiva possibile. Lagonigro non si ferma più. E Zanetti Racing Team tantomeno.



Con la linea **"IMPRONTE"**, **FERRARI GROUP** ha ridefinito i propri standard di qualità per **calzature dotate di massima leggerezza, sicurezza e versatilità**. Diversi prodotti tra cui scegliere quello più adatto alle proprie esigenze per giardinaggio, caccia, pesca e altre attività professionali o nel tempo libero.

UNIVERSAL PRO

STIVALE SUPERLEGGERO "ALTA VISIBILITÀ"

- Tomaia in EVA
- Suola in EVA **supergrip** con tasselli autopulenti e TR
- **Imbottitura estraibile** con fascia "alta visibilità"
- Resistenza termica **fino a -30° C**
- Peso **520 g** circa
- Ideale per: garden, agricoltura, tempo libero, caccia, pesca
- Colore verde
- Misure **dal 40 al 48**

FERRARI GROUP S.R.L.

Via Europa, 11 - 43022 Basilicogiano (Parma)

Tel. +39 0521 68712

info@ferrargroup.com / www.ferrargroup.com



Emak, nel 2021 ricavi consolidati preliminari di 588 milioni

Crescita annuale al 25% rispetto al 2020, premiate le strategie del Gruppo



Emak®

Il Gruppo Emak ha registrato un fatturato consolidato di € 588 milioni rispetto a € 469,8 milioni dell'esercizio 2020, una crescita del 25,3% (22,7% a parità di area di consolidamento) superiore alla guidance comunicata a novembre che prevedeva un incremento nella parte alta della forchetta compresa tra il 17% e il 21%. A livello di settori operativi, tutti i segmenti hanno registrato un incremento delle vendite: Outdoor Power Equipment del 27%, Pompe e High Pressure Water Jetting del 21,5% (20,9% a parità di area di consolidamento), Componenti e Accessori del 28,9% (19,8% a parità di area di consolidamento). Nel 2020 le vendite del Gruppo avevano risentito degli effetti legati alla pandemia, in particolare nei mesi di marzo e aprile, registrando peraltro incrementi sostenuti a partire da maggio e per i restanti mesi. Questo rende ancora più significativo il risultato ottenuto nel 2021, considerando che in tutti i trimestri le vendite sono state significativamente superiori a quelle dello scorso anno. Confrontando i risultati con il 2019, le vendite sono incrementate del 35,6% (31,1% a parità di area di consolidamento). Il risultato ottenuto nel 2021 rimarca ulteriormente la bontà della strategia del Gruppo, in termini di offerta, di servizio e di flessibilità operativa, se si considera anche il difficile contesto esterno caratterizzato dall'incremento dei costi delle materie prime, dalle tensioni sulla catena di fornitura e sui trasporti, oltre alle continue incertezze legate all'evoluzione della pandemia. Il 2022 vede, ad oggi, un portafoglio ordini che si mantiene su livelli ancora sostenuti, lasciando prevedere un risultato positivo per il primo trimestre.

Gruppo Zapi, ufficiale la partnership con Fumakilla

La società giapponese Fumakilla Co., Ltd, quotata alla borsa di Tokyo e nota nel settore degli insetticidi domestici con il marchio VAPE, entra nel capitale del Gruppo Zapi, realtà padovana leader a livello europeo nella produzione e vendita di biocidi, con una quota di maggioranza con la conferma nell'azionariato della famiglia Zambotto, fondatrice dell'azienda, ed il mantenimento della presenza nel consiglio di amministrazione e degli attuali ruoli operativi dei tre figli. La partnership prevede come obiettivo condiviso la conferma e la valorizzazione dell'attuale organizzazione e di tutto il personale in forza al Gruppo Zapi che potrà contare sul supporto continuativo di un team dedicato di manager di Fumakilla. Si tratta di due realtà con una storia familiare molto radicata, che operano in business contigui, ma complementari che consentiranno uno sviluppo e un presidio del settore lotta ai parassiti globale. Il Gruppo Zapi è leader a livello europeo nella produzione e vendita dei biocidi e, grazie al nuovo partner, avrà una via privilegiata di accesso a nuovi mercati.

Flormart edizione numero 71, a Padova si parte il 21 settembre

La 71esima edizione di Flormart, storica fiera internazionale del florovivaismo, del verde e del paesaggio, si terrà a Padova nelle sue date tradizionali dal 21 al 23 settembre 2022.

Nella road map che porterà all'inaugurazione della fiera s'inseriscono varie iniziative, a partire da un convegno phygital che si è tenuto in Fiera a Padova il 9 febbraio, alla presenza dei principali attori del comparto. Fra i temi principali l'importanza del florovivaismo e del verde per la transizione ecologica, l'inserimento del settore nel Pnrr, la cultura e la gestione del verde urbano, il potenziamento dell'export del florovivaismo made in Italy. Flormart è la fiera storica del settore, da sempre la vetrina internazionale del florovivaismo e il momento di business matching tra chi produce le piante, i materiali, gli arredi, i mezzi di produzione e gli utilizzatori, vivaisti, grandi centri di giardinaggio, costruttori del verde, enti pubblici, gruppi immobiliari italiani ed Europei, i buyer italiani e esteri.



Il ritorno di Euroflora, a primavera i mille colori di Genova



Torna a Genova dal 23 aprile all'8 maggio 2022, la mirabilia di Euroflora nei parchi e nei musei di Nervi con il format innovativo inaugurato nel 2018 che coniuga un luogo di straordinario interesse botanico, paesaggistico e artistico con la qualità della migliore produzione florovivaistica e il fascino della creatività di giardinieri, progettisti e compositori floreali. Sarà un'edizione più che mai a sostegno del settore, da poco riconosciuta nuovamente a livello internazionale dall'AIPH, che potrà contare su collaborazioni importanti come quelle del ministero delle Politiche Agricole e Forestali, del ministero della Transizione Ecologica, dell'agenzia ICE, che porterà a Genova buyer provenienti da mercati esteri, dell'Associazione Nazionale Vivaisti Esportatori e dell'Associazione Florovivaisti Italiani. Sotto il profilo culturale, accanto alle collezioni permanenti di arte moderna e déco in mostra nei musei di Nervi,

debutterà quest'anno durante Euroflora la musica del Teatro Carlo Felice, con un calendario di eventi all'interno dei parchi concepito per esaltare il connubio fra le grandi composizioni classiche e le rarità in esposizione. La manifestazione, nata nel 1966 e giunta alla sua XII edizione è organizzata da Porto Antico di Genova SpA, promossa dal Comune di Genova, in collaborazione con Regione Liguria e Camera di Commercio di Genova. Strategico l'apporto delle associazioni di categoria e delle società partecipate del Comune, in primis ASTer Genova, che segue la manifestazione in tutte le sue fasi, insieme ad AMT e AMIU. Grandi sequenze di ruscelli e fontane, ampi spazi ovali si combineranno con le suggestive visuali dei Parchi per offrire ai visitatori prospettive emozionanti con essenze rare, esemplari unici, collezioni straordinarie e produzioni di eccellenza sviluppate su 86mila metri quadrati e un sistema di percorsi ampliato che attraversa giardini e ville storiche affacciati sul mare.

«Un Bosco dalla Cenere», Stihl a fianco di Fondazione Alberitalia



Stihl è il principale sponsor del progetto «Un Bosco dalla Cenere» che prevede di piantare, presso il Monte Pisano, un ettaro di specie arboree e arbustive autoctone destinate ad attività didattiche.

Quest'iniziativa interessa un'area dove un vasto incendio ha distrutto nel 2018 oltre 1.200 ettari di bosco lambendo

Pisa, Lucca e la conurbazione versiliese. Il progetto, a cura di Fondazione Alberitalia, mira a ridurre il rischio di propagazione di futuri incendi in quest'area, creando un bosco più resiliente verso i possibili effetti della crisi climatica, lavorando a stretto contatto con le comunità locali.

AFFIDATI A MANI ESPERTE



8066 EVO MOON - troncaremi a cuneo con lama curva in acciaio rivestita Teflon originale SLS System - Capacità di taglio fino a 58mm

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



#falketquality

Brico io, altra accelerata col digitale

Ancor più ampia la partnership con ShopFully



Brico io, società di Coop Lombardia tra i leader nel settore del fai-da-te, aumenta gli investimenti nel digitale, ampliando la partnership con ShopFully, tech company italiana che connette in Italia 30 milioni di consumatori online con 250 mila negozi fisici. La catena del fai-da-te, che collabora con ShopFully dalla fine del 2020 con l'obiettivo di aumentare il traffico nei propri punti vendita in tutta Italia, ha deciso di arricchire la partnership con la tech company dopo gli ottimi risultati ottenuti nei

primi mesi di collaborazione. Brico io ha registrato nei primi 9 mesi del 2021 un aumento delle visite nei propri store di 2,5 punti percentuali in più rispetto agli altri retailer della categoria "bricolage". Risultati positivi dimostrati anche dal tempo di lettura del volantino digitale di Brico io e dal numero di pagine lette dagli utenti. Alla luce di questi risultati, Brico io arricchisce la partnership affidando a ShopFully la distribuzione hyperlocal del volantino digitale anche su altri canali digitali come Google e Facebook, che vanno ad integrare la pianificazione già avviata sui tre marketplace di ShopFully (DoveConviene, PromoQui e VolantinoFacile). In questo modo, Brico io raggiungerà il 100% dei responsabili di acquisto geolocalizzati vicino ai negozi fisici del retailer.

Aromi di Liguria, firmato il primo accordo di filiera nel florovivaismo



Ad Albenga è stato firmato il primo accordo di filiera nella storia del settore florovivaistico. Il patto, che stabilisce il prezzo di riferimento per il vasetto di rosmarino, la specie aromatica più importante, rappresenta il primo passo decisivo verso la valorizzazione e l'innovazione del prodotto florovivaistico

ingaugno dando valore e riconoscimento al lavoro delle aziende locali. «La giornata di studi ad Albenga», ha evidenziato il vicepresidente con delega all'Agricoltura di Regione Liguria Alessandro Piana, «va nella direzione della valorizzazione di una forte identità territoriale e dell'elevata qualità delle nostre eccellenze guardando al futuro tramite una continua ricerca, sperimentazione e comunicazione». E non solo. «L'accordo è stato atteso per più di trent'anni», sottolinea Giovanni Minuto, direttore del Cersaa, il centro di sperimentazione ed assistenza agricola, «un rilevante passo avanti verso il miglioramento della gestione della produzione florovivaistica. Le aziende accettano di partecipare all'avvio di un processo d'innovazione in termini di sicurezza, sostenibilità e tracciabilità e di perseguire obiettivi a breve e lungo termine».

Fieragricola dice cinquecento Veronafiere tirata a lucido

Sono 500 ad oggi gli espositori diretti, provenienti da 11 Paesi (Austria, Danimarca, Francia, Germania, Libano, Pesì Bassi, Slovenia, Spagna, Svizzera, Turchia e Stati Uniti), che parteciperanno alla 115esima edizione di Fieragricola, rassegna internazionale dedicata all'agricoltura in calendario dal 2 al 5 marzo a Veronafiere.

Confermato anche il format trasversale per promuovere l'agricoltura in chiave multifunzionale e con una suddivisione ormai consolidata nei settori della meccanica agricola, zootecnia, colture specializzate ad alto valore aggiunto come vigneto e frutteto, servizi professionali per il settore primario, energie da fonti rinnovabili agricole, un'area dinamica esterna e con la novità di un salone dedicato alla transizione digitale. Grande attenzione anche alla zootecnia, uno dei pilastri portanti della manifestazione, con la ventesima edizione dell'International Dairy Show dedicato alle razze Holstein, Red Holstein e Jersey, la 53esima mostra della razza Bruna e la mostra della Original Brown.



Nel Segno del Giglio, per tre giorni il florovivaismo è a Colorno



Da sabato 23 a lunedì 25 aprile a Colorno, in provincia di Parma, nello scenario unico del parco della Reggia già palazzo ducale di Maria Luigia d'Austria, si svolgerà «Nel Segno del Giglio», la

storica mostra mercato dedicata al giardinaggio di qualità. I protagonisti saranno i migliori espositori italiani di florovivaismo, ma anche di arredo da giardino, attrezzature per il garden, per l'orto e per la vita all'aria aperta, artigianato artistico, piccoli produttori alimentari e aziende agricole. La rassegna attira appassionati da tutta Italia e si distingue per la selezionata varietà di piante e fiori e per l'ubicazione in un territorio ancora tutto da scoprire che comprende parchi, ville, chiese, palazzi storici, musei, ma anche riserve naturali, il fiume Po con le sue aree golenali e le "terre di mezzo" tra Parma e Cremona.

Soffio di primavera, su il sipario Il florovivaismo va in scena

Sabato 12 e domenica 13 marzo, dalle ore 10 alle 18, Villa Necchi



Campiglio a Milano ospiterà la IX edizione di "Soffio di primavera", la mostra mercato - amatissima dal pubblico - pensata dal FAI-Fondo per l'Ambiente Italiano per celebrare il fascino dei colori e dei profumi dei primi fiori della bella stagione. Nei due giorni di manifestazione verranno presentati piante, fiori e prodotti per il giardino che solitamente non si ha occasione di vedere nei numerosi appuntamenti florovivaistici della stagione primaverile. L'esposizione si svilupperà nel giardino e nel campo da tennis coperto della Villa del FAI e avrà come protagonisti una trentina di vivaisti, accuratamente selezionati in base alla specializzazione e alla qualità della loro produzione, che proporranno piante, arbusti, erbacee perenni di fioritura tardo invernale e primaverile precoce.



GLI INDISPENSABILI IN GIARDINO



IPIERRE® GARDEN

Per la cura del verde ci sono alcuni oggetti a cui **non puoi rinunciare**. Scegli i prodotti IPIERRE pensati per tenere tutto in ordine e agevolare il lavoro in giardino.



Raccogli foglie manuale composto da 2 palette dentate separabili

Sacco Pop-up autoportante in plastica, lavabile e resistente ai raggi UV. Dotato di resistenti manici per il trasporto, pieghevole e salvaspazio.



disponibile da 15/25/42 litri

Contenitore multiuso extra flessibile, pratico e resistente. Ideale per l'uso in giardino, in casa, nel tempo libero. In polipropilene, non assorbe odori, non trattiene umidità.



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



SCOPRI DI PIÙ

Impennate grandiose, in un 2021 da incorniciare ed un futuro che si annuncia interessantissimo. A patto che la vendita sia solo il primo passo. E di avere continuità nel tempo. Anno dopo anno

LE SUPER CESCOIE DI BENE IN MEGLIO

Evoluzione continua. E rapida. Le cesoie a batteria corrono. Decise, sempre più performanti. Sempre più cercate. Agili, eclettiche, funzionali. Più forti di tutto, com'è stato per tutto il mondo del garden. Miglioramenti in serie, aziende ogni giorno più convinte di cavalcare un'onda che non s'arresta. E che, anzi, è appena iniziata.

UN ANNO ALLO SPECCHIO. Parlano i dati. Dicono già tutto i numeri del 2021. E le intenzioni. C'è chi è partito prima e chi dopo. Di sicuro tutti ar-

riveranno a destinazioni. «Il mercato delle forbici elettroniche», evidenzia Andrea Tachino, direttore commerciale di **Active**, «è per noi un settore sul quale intendiamo investire e crescere. L'anno scorso è stata una stagione complicata, tra ritardi di consegne e contrattempi tecnici, non siamo riusciti ad ottenere il risultato che volevamo».

«L'anno 2021 per noi», spiega Claudia Pittau, responsabile commerciale di **Archman**, «è stato un anno veramente positivo con un aumento di fatturato consistente dovuto all'introduzione, nella nostra gamma di prodotti, di nuovi articoli a batteria





(svettatoio, forbici e potatore) ed alla maggior richiesta di mercato giustificata dal maggior tempo a disposizione per la cura e la manutenzione del verde da parte dell'utilizzatore finale».

«Per quanto riguarda il segmento delle cesoie a batteria», sottolinea Roberto Tribbia dell'ufficio commerciale di **Blue Bird**, «il 2021 ha dato risultati estremamente positivi in termini di vendite e di penetrazione del mercato, segnando aumenti in doppia cifra rispetto ad un 2020 che aveva già registrato un ottimo risultato. Riteniamo il mercato non sia ancora pienamente maturo e ci siano ancora degli spazi da conquistare, grazie anche all'allargamento della gamma e all'introduzione di nuovi prodotti e nuove soluzioni, che mirano a coprire ogni tipo di esigenza».

«Il 2021 è stato un anno di ulteriore crescita per il nostro brand», riferisce Michele Spallino, responsabile comunicazione di **Brumi**, «così come per il mercato degli strumenti per l'agricoltura in generale. L'anno appena trascorso è stato segnato da una moltitudine di difficoltà collegate alla catena di approvvigionamento, che ha reso molto difficile il reperimento di tante materie prime essenziali per la nostra produzione, causando talvolta ritardi alla produzione e contingentamenti delle merci disponibili per la vendita. Malgrado questo ed altri problemi, siamo comunque riusciti a soddisfare le richieste del mercato interno ed estero, con incrementi delle vendite che variano a seconda delle business units tra il 30% e il 40%. Nel contesto specifico, le vendite dei prodotti in oggetto hanno registrato una crescita del 70% in valore».

«L'anno 2021», il quadro di Vanni Roncagli, direttore commerciale di **Campagnola**, «si è chiuso con un ulteriore record di risultati per Campagnola. Nonostante le produzioni olivicole del mercato

siano state leggermente al di sotto delle attese, le gamme di attrezzi da raccolta e macchine hanno comunque segnato un incremento nelle vendite. La crescita maggiore si è riscontrata sulle vendite delle attrezzature per la potatura di vigneti, frutteti, oliveti e piante ornamentali incluse nella gamma dei prodotti Green dove Campagnola si posiziona tra i maggiori leader del mercato. La crescita nel 2021 ha segnato un +30% rispetto all'esercizio precedente».

«Nel 2021 **Einhell**», il quadro di Nicolò Conti, dell'ufficio marketing della filiale italiana della casa tedesca, «ha lanciato sul mercato il primo modello di cesoie a batteria e il risultato è stato più che soddisfacente».

«La **Minelli**», l'orgoglio del direttore commerciale Sandro Minelli, «è stata sicuramente uno dei primi costruttori a credere ed investire importanti risorse nello sviluppo di prodotti-cesoie a batteria per il settore agricolo-giardinaggio. In particolare, per le cesoie a batterie Minelli, l'anno 2021 è stato entusiasmante ed ha evidenziato un incremento del +50% rispetto all'anno 2020».

«I numeri sono stati buoni», evidenzia Marco Guarino, dell'ufficio marketing e comunicazione di **Pellenc Italia**, «soprattutto considerando il crescendo di competitor presenti sul mercato, principalmente per quanto riguarda la fascia più bassa di prezzo, che va a rivolgersi al consumer prettamente hobbista. Pellenc, fin dalla sua nascita, ha scelto di avere come target di utilizzatore quello del professionista, semiprofessionista e privato esigente; oggi più che mai, possiamo vedere quanto questa scelta sia stata vincente e abbia portato allo sviluppo di attrezzature che rispondono ai più alti standard qualitativi e tecnologici».

«Nel 2021», sottolinea Paolo Ferri, product mar-

keting manager di **Sabart**, «abbiamo registrato un ottimo andamento di mercato, i risultati sono stati molto soddisfacenti».

«La forbice elettronica», la base di Giancarlo Pastorelli, direttore commerciale Italia di **Volpi**, «è ormai diventato un prodotto di largo consumo. Il problema non è più se funziona o non funziona, la chiave è il progetto che ogni azienda ha alle spalle. Il nostro prodotto l'abbiamo solo noi, siamo diversi, abbiamo macchine completamente differenti dalle altre, con soluzioni tecniche uniche nel loro genere. La concorrenza invece presenta quasi sempre lo stesso prodotto, solo con un guscio ed un colore diverso. Il nostro progetto prevede un presidio su un territorio molto grande, non solo in Italia, ma pure in Europa, Middle East e Nord Africa. C'è grande interesse sul prodotto, ma la chiave di tutto sarà il lungo periodo. Quando il cliente avrà bisogno di una lama, di un bullone, di una vite, di qualsiasi cosa. Saranno tutti preparati per far fronte a queste richieste? Solo fra uno o due anni si potrà tirare una riga e fare una vera analisi su chi ha lavorato davvero bene. Che non si guardi solo al prezzo, che si guardi anche al servizio. Un conto però è mettere nel pacchetto qualche articolo, un altro è garantire assistenza a 360 gradi e garantire continuità negli anni com'è per noi. Certe vendite restano fini a se stesse, motivo per cui la bolla si sta già un po' sgonfiando. Vedremo chi resiste, perché il post-vendita è un fattore importante per questo tipo di prodotti».

«Per **Zanon**», evidenzia Eleonora Torresin dell'ufficio marketing e comunicazione, «il 2021 è stato un anno ricco di soddisfazioni, anche se la particolare situazione ci ha inserito in uno scenario

atipico. Vogliamo approfittare di questo spazio per ringraziare tutti i nostri partner commerciali, la nostra rete vendita e tutto il team. L'anno passato infatti si è concluso con una crescita nelle vendite del +25/30%».

IL SALTO DI QUALITÀ. L'opera è appena agli inizi. Laboriosa, ma assai stimolante. «Per il 2022», rivela Andrea Tachino di **Active**, «abbiamo stipulato un programma di lavoro molto importante, che ci permetterà di uscire con prodotti nuovi a prezzi più competitivi rispetto al passato. Siamo certi che ci sia ancora margine di crescita in questo mercato e specialmente sulla nostra gamma, dove interveniamo a livello tecnico in sede, sfruttando le capacità e le conoscenze dei nostri ingegneri, possiamo fare la differenza rispetto ai competitors».

«Tutti i nostri prodotti», osserva Claudia Pittau di **Archman**, «hanno un livello di qualità medio/alto, sia per i prodotti fabbricati internamente da noi sia per quelli che commercializziamo, ma c'è sempre un margine di miglioramento o di proposta per altri nuovi prodotti seguendo anche le richieste e le aspettative da parte del mercato stesso o dai clienti fidelizzati o potenziali».

«Crediamo che il successo delle nostre cesoie», la certezza di Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «sia dovuto principalmente alla qualità della costruzione e dei materiali utilizzati. Non siamo i più economici sul mercato, ma vediamo che i clienti che hanno provato i nostri prodotti rimangono più che soddisfatti nella quasi totalità dei casi. E rimangono fidelizzati nonostante la presenza di prodotti più economici».

«Il mercato è maturato velocemente», il riassunto di Michele Spallino di **Brumi**, «specie da quando l'impatto dei prodotti importati ha prodotto un abbassamento repentino dei prezzi alla vendita. Fino a quando il mercato delle forbici a batteria era ad unico appannaggio delle tradizionali aziende europee, il fruitore non specializzato era distante dall'opportunità/possibilità di acquisto». «L'aspetto qualitativo dei prodotti», il punto di Vanni Roncagli di **Campagnola**, «è un elemento principale dove l'azienda pone la massima attenzione investendo ogni anno nel miglioramento continuo delle proprie gamme di attrezzature e macchine con una attenzione particolare alle nuove tecnologie ed alle loro implementazioni sui prodotti. L'attenzione alle esigenze degli utilizzatori, siano essi professionisti del settore o hobbisti, ci porta ad





**TAGU
NON RACCOGLI
NON VAI IN DISCARICA**



GRIN[®]

CAMBIA LA TUA PROSPETTIVA

LA NOSTRA VOCE NAZIONALE.

Radio DeeJay, il nostro partner radiofonico.



DEE JAY[®]

Assistenza telefonica gratuita
800.54.38.58

www.mygrin.eu





investire nell'ampliamento della gamma prodotti al fine di potere soddisfare una platea sempre più vasta di possibili utilizzi».

«Sicuramente negli ultimi anni», assicura Sandro Minelli di **Minelli Elettromeccanica**, «è stato fatto un importante salto di qualità, tuttavia ancora rimane tanto da fare».

«Il mercato delle cesoie a batteria è importante e c'è ancora tanto da fare. Negli ultimi anni», spiega Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «questo settore si è evoluto, è cambiato in modo estremamente rapido e sicuramente continuerà a farlo grazie al continuo sviluppo di nuove tecnologie ecosostenibili, e alla crescente sensibilità verso tematiche quali sicurezza, benessere dell'operatore e rispetto dell'ambiente. Possiamo senza dubbio affermare che Pellenc è stato il precursore di questo modo di lavorare, progettare e realizzare le attrezzature».

I VALORI AGGIUNTI. Pochi segreti, solo tanto lavoro. Innovazioni in serie. Materiali sempre più leggeri, un'autonomia che continua a lievitare. Tutti con una carta vincente. «Le nostre forbici sono differenti», osserva Andrea Tachino di **Active**, «come diverso è il servizio post vendita che offriamo ai nostri concessionari e di conseguenza agli utilizzatori».

«Sicuramente uno dei nostri punti di forza», evidenzia Claudia Pittau di **Archman**, «è l'assistenza post vendita veloce ed immediata; inoltre garantiamo la longevità dei prodotti fornendo tutti i pezzi di ricambio, soprattutto le parti che si logorano con

l'usura, facilmente sostituibili per evitare di possedere un attrezzo inutilizzabile».

«Un altro asso nella manica», evidenzia Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «è sicuramente la completezza della gamma. Negli anni abbiamo costruito una linea di prodotti in grado di soddisfare veramente tutte le esigenze in termini di diametro di taglio, batteria e livello di prezzo; i nostri rivenditori sanno che trattando i nostri prodotti hanno a disposizione una gamma completa, che permette loro di non perdere nemmeno una vendita».

«Oltre alla qualità specifica dei prodotti», il quadro di Michele Spallino, «il brand **Brumi** fornisce sempre la garanzia di un servizio pre e post vendita in grado di assicurare le migliori condizioni disponibili. I nostri sono prodotti professionali che generano, attraverso il loro utilizzo, valore e per questo non possiamo permetterci di non assicurare performance adeguate, specie all'utilizzatore professionale».

«Gli obiettivi per il 2022, legati al continuo sviluppo delle gamme», il traguardo fissato da Vanni Roncagli di **Campagnola**, «sono quelli di consolidare la nostra presenza sul mercato nazionale seguendo il trend di crescita degli ultimi tre anni e contemporaneamente proseguire nelle attività di sviluppo nei mercati esteri».

«Il valore aggiunto della nostra cesoia a batteria», precisa Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «è l'essere un articolo della gamma a batteria interscambiabile Power X-Change, con la stessa batteria è possibile utilizzare più di 200 articoli, sia elettroutensili sia macchine da giardino sempre con la medesima batteria».

«Affidabilità, produttività, ergonomia ed innovazione», i capisaldi di Sandro Minelli a fotografare i punti fermi di **Minelli Elettromeccanica**.

«Il valore aggiunto», sottolinea Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «è sicuramente quello di avere un know-how e un'esperienza nel settore della batteria assolutamente senza paragoni sul mercato. Pellenc, in quanto precursore e brand specifico per quanto riguarda le attrezzature a batteria, lavora costantemente per proporre soluzioni che rispondano alle richieste più precise dei professionisti, dedicando così il 100% del suo lavoro unicamente al mondo della batteria».

«I fattori di successo», spiega Paolo Ferri di **Sabart**, «sono la continua ricerca e sviluppo. Inoltre le nostre forbici elettroniche EX250 e EX350 della serie Extreme Line vengono testate duramente sul campo prima della commercializzazione: per

DAL 1 FEBBRAIO AL 30 GIUGNO 2022
PROMOZIONI GREEN
tutte le informazioni su pellencitalia.com



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

Sabart è fondamentale garantire all'utilizzatore un prodotto estremamente performante con ottimo rapporto qualità-prezzo».

«Le nostre proposte in questo campo», precisa Eleonora Torresin di **Zanon**, «sono caratterizzate dalla multifunzionalità: le potenti batterie agli ioni di litio accompagnano il professionista per tutto l'anno poiché possono essere utilizzate con più attrezzi. Queste batterie inoltre sono compatte, leggere, reversibili (in modo da poter essere utilizzate da destrimani e mancini) e soprattutto riconoscono automaticamente l'attrezzo collegato grazie ad un sistema di comunicazione intelligente. In più, sono dotate di cinturone o zaino che garantiscono la massima praticità e libertà di movimento durante il lavoro».

NUOVI TRAGUARDI. Lo sguardo è proteso in avanti. A nuovi obiettivi, a nuove linee, a nuove strategie. «Quest'anno», rivela Andrea Tachino di **Active**, «usciremo con una nuova politica commerciale. Pertanto intendiamo occupare un posto da protagonisti in questo settore».

«Vista la tendenza di richiesta che si sta verificando in questi anni», il passo in avanti di Claudia Pitau di **Archman**, «sicuramente amplieremo l'offerta della gamma dei nostri prodotti con nuovi attrezzi a batteria».

«Il nostro obiettivo per il 2022», la linea del traguardo di **Blue Bird** disegnata da Roberto Tribbia,

«è quello di consolidare le posizioni nei prodotti "storici" e di conquistare nuove fette di mercato grazie all'introduzione di una serie di nuovi modelli che abbiamo già cominciato a distribuire. Sulla stessa piattaforma di batterie siamo in grado di proporre non solo cesoie, ma anche motoseghe, potatori a mano e telescopici, atomizzatori portatili e molto altro».

«Continuare a crescere in specializzazione e servizio», lo sguardo in avanti di Michele Spallino di **Brumi**, «ampliando la nostra profondità di gamma e il ventaglio delle soluzioni disponibili. Inoltre avremo modo di avviare delle nuove e importanti collaborazioni che ci consentiranno di aumentare sensibilmente la nostra market share».

«Le ragioni per le quali i nostri clienti scelgono i prodotti **Campagnola**», evidenzia Vanni Roncagli, «sono l'affidabilità, le caratteristiche uniche (abbiamo diversi brevetti registrati sui nostri attrezzi), la facile reperibilità sul mercato, l'assistenza post vendita offerta dai nostri rivenditori e dal nostro personale interno, la garanzia di serietà dell'azienda maturata negli oltre 60 anni di esperienza come costruttori del settore ed i prezzi allineati al mercato».

«I nostri obiettivi per il 2022», riferisce Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «sono quelli di incrementare sempre di più le vendite dell'articolo e farlo diventare un best seller per la nostra gamma giardinaggio». «Per il 2022 uno dei nostri obiettivi primari», rivela Sandro Minelli di **Minelli Elettromeccanica**, «sarà sicuramente quello di incrementare e consolidare la nostra presenza sui mercati esteri che questa pandemia ha in parte ostacolato».

«Il 2022 sarà sicuramente un anno importante. Si celebrano i 25 anni di attività di **Pellenc Italia** e ci saranno importanti novità, promozioni e iniziative messe in campo. Si spera inoltre», l'auspicio di Marco Guarino di Pellenc Italia, «di riuscire a tornare ad avere realmente un contatto stretto a 360 gradi con il territorio, il che è sempre stata una caratteristica per noi fondamentale; dare l'opportunità di toccare con mano i vantaggi del mondo Pellenc e far testare in campo le attrezzature in funzione delle proprie necessità prima ancora di procedere con l'acquisto, è un vantaggio determinante per i nostri clienti».

«Tra i nostri obiettivi per il 2022», rileva Paolo Ferri di **Sabart**, «sicuramente è previsto un ampliamento della gamma con l'inserimento di 3 nuovi prodotti a marchio Forestal».

«Il prossimo passo», spiega Giancarlo Pastorelli di



Volpi, «sarà proseguire nell'ampliamento di gamma, che è quello che abbiamo sempre fatto dal 2018 ad oggi. Quel che faremo fra il 2022 ed il 2023 sarà sviluppare nuovi prodotti seguendo come sempre le indicazioni del mercato e soprattutto il miglioramento di quelli esistenti. Infatti le macchine che hanno due anni di vita vanno bene, ma con piccole sistemazioni possono avere standard di affidabilità ancora migliori. Questa è la Volpi, la ricerca continua della qualità migliore per la propria clientela».

«Il nostro obiettivo per il prossimo anno e per quelli a venire», il quadro di Eleonora Torresin di **Zanon**, «è quello di consolidare la crescita in questo mercato e ampliare ancora di più la nostra presenza, rispondendo in maniera sempre più veloce e attenta ai bisogni emergenti dei consumatori. Continueremo ad aggiornare e migliorare i prodotti presenti nella nostra gamma e a svilupparne di nuovi, senza trascurare il servizio post-vendita».

QUESTIONE-CONSEGNE. Il problema di tutti, freno comune. Con antidoti vari per attutire i ritardi. E andare comunque avanti con forza. «Le difficoltà di consegna, sia in termini di ritardi di spedizione, ma anche di problematiche relative all'importazione di batterie», il punto di Andrea Tachino di **Active**, «condizioneranno certamente il nostro lavoro, ma gli investimenti fatti in acquisto ci garantiranno una tranquillità diversa rispetto agli anni passati».

«Non abbiamo avuto grosse difficoltà», spiega Claudia Pittau di **Archman**, «in quanto siamo riusciti ad organizzarci in tempo per la stagione e siamo stati fortunati con la tempistica del trasporto che è stata il motivo principale del ritardo della disponibilità della merce».

«L'anno scorso», la verità di Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «la problematica delle consegna ha colpito tutti, senza eccezione. Sarebbe disonesto dire che non abbiamo avuto alcun intoppo, ma abbiamo fatto del nostro meglio, anticipando di molto la programmazione delle produzioni e l'acquisizione dei materiali. Si è trattato, e si tratta tuttora, di uno sforzo organizzativo e finanziario molto rilevante, ma anticipare il più possibile è l'unico modo per farci trovare preparati di fronte alle turbolenze che caratterizzano ormai da due anni il mondo dei trasporti e della fornitura di materie prime, tanto più che questa situazione è prevista continuare anche per tutto il 2022».

«Di sicuro abbiamo fronteggiato un periodo molto

difficile e certamente anche il 2022 sarà un anno caratterizzato dalle stesse difficoltà. Per fortuna», la fiducia di Michele Spallino di **Brumi**, «avendo già da tempo intuito quale potesse essere lo scenario, avevamo già deciso di aumentare le scorte rispetto agli anni passati; malgrado questo le richieste sono comunque andate oltre le aspettative e in qualche caso siamo stati costretti a rifiutare degli ordini che non avrebbero potuto essere evasi». «Il 2021», il fermo immagine di Vanni Roncagli di **Campagnola**, «ha presentato problematiche legate agli approvvigionamenti di materiali e componenti che però, grazie alla politica finanziaria attuata da Campagnola, non ha creato particolari criticità nelle forniture grazie ai nostri magazzini ben forniti di prodotti finiti. Il rincaro dei costi ha impattato in misura minore sulle performances di Campagnola che ha potuto mantenere inalterati i propri prezzi di vendita fino a fine anno. Solamente da gennaio i listini sono stati adeguati alle variazioni nei costi delle materie prime e componenti».

«Durante il 2021», il quadro di Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «siamo riusciti a garantire ai nostri clienti una consegna quasi del tutto regolare per molti dei nostri prodotti, avendo comunque molte difficoltà: sono emersi i limiti del sistema globalizzato e altamente interconnesso, evidenziandone le criticità in tutti i settori».

«Da diversi anni», racconta Sandro Minelli di **Minelli Elettromeccanica**, «abbiamo attivato importanti investimenti in macchine utensili e stampaggio al fine di rendere la Minelli sempre più autonoma



nella produzione dei propri prodotti. Questa scelta è stata vincente ed ha permesso, in questa particolare situazione pandemica, di essere stati sempre rapidi e puntuali con l'evasione dei nostri ordini». «Ovviamente, come tutti sappiamo, ci sono state delle difficoltà dovute principalmente all'approvvigionamento di materiali. Possiamo però affermare», la rassicurazione di Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «che il gruppo Pellenc ha lavorato in modo da minimizzare l'impatto su rivenditori e clienti finali».

«La consegna delle macchine ai rivenditori», ribadisce Paolo Ferri, product marketing manager di **Sabart**, «è stato un grosso problema vista la crescente richiesta. Fortunatamente il cliente ha compreso che il problema non è collegato a una cattiva gestione ma alla complessa situazione globale.

LA DISCRIMINANTE. La partita è aperta. E si gioca su più tavoli. «Sicuramente», la previsione di Claudia Pittau di **Archman**, «ci saranno dei rincari sui prodotti dovuti agli aumenti consistenti che si stanno verificando su tutte le materie prime, energia elettrica e trasporti e non meno importante la difficoltà nel reperire tutto il necessario per la produzione o commercializzazione con un allungamento tra l'ordine e la consegna».

«Probabilmente la disponibilità di prodotto», il ragionamento di Roberto Tribbia di **Blue Bird**, «sarà anche nel 2022 una variabile molto importante nello spostare gli equilibri di mercato. Allo stesso tempo dovremo essere molto attenti a gestire gli inevitabili aumenti di costo, per continuare a pro-

porre ai rivenditori un prodotto che sia disponibile e che sia vendibile, nelle cesoie come in tutti i segmenti di prodotto».

«Credo la disponibilità. Molte aziende», racconta Michele Spallino di **Brumi**, «anche le più blasonate, basano la loro strategia sull'opportunità di reperire prodotti di importazione. Chi sarà più bravo a far mantenere ai rispettivi fornitori le promesse fatte in tema di tempi e costi, avrà certamente in mano l'asso vincente».

«La sfida che ci attende per i prossimi mesi», sottolinea Vanni Roncagli di **Campagnola**, «ci vedrà impegnati su vari fronti fra sviluppo ed ampliamento della gamma prodotti, presenza sempre più capillare sul mercato, attività interne di supporto alla logistica per garantire la disponibilità ed una consegna pronta, servizio assistenza pronto ed efficace, il controllo continuo sulla qualità dei propri prodotti».

«Il primo febbraio», il punto di Nicolò Conti dell'ufficio commerciale di **Einhell Italia**, «abbiamo lanciato il nuovo volantino "Primavera 2022". All'interno tante novità e promozioni soprattutto nel mondo del Garden. Puntare sull'ampliamento di gamma e la garanzia di un ottimo assortimento sarà la discriminante per questa stagione».

«Un importante ostacolo alla crescita-consolidamento del mercato nei prossimi mesi», la previsione di Sandro Minelli di **Minelli Elettromeccanica**, «sarà sicuramente la reperibilità e il costante aumento del costo delle materie prime».

«La discriminante», il punto di Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «sarà ancora maggiormente quella di far percepire in modo chiaro i vantaggi di lavorare con attrezzature che rispondono a determinati standard qualitativi, in risposta a requisiti come ergonomia, sicurezza, sostenibilità ambientale e durata nel tempo».

CARO RIVENDITORE... Il messaggio è chiaro. Momento strategico, per cui val la pena spingere sull'acceleratore. Con intelligenza. «Ci aspettiamo», il messaggio di Andrea Tachino, direttore commerciale di **Active**, «che i rivenditori scelgano non solo il prezzo, ma soprattutto l'azienda e ciò che questa può offrire in termini di servizio post vendita e gestione ricambi. Le forbici elettroniche plug-in sono entrate rapidamente nel nostro settore e vengono importate da numerose aziende. Poche però come Active curano le certificazioni, la ricambistica e l'after sales market. Ci auguriamo e faremo di tutto per dimostrare al cliente che, la





scelta del nostro prodotto deve essere basata su questi aspetti che, riteniamo fondamentali per una corretta commercializzazione».

«Vista la situazione per gli approvvigionamenti», l'input di Claudia Pittau, responsabile commerciale di **Archman**, «raccomandiamo di non ordinare nel momento della richiesta da parte degli utilizzatori ma di cercare di fare un minimo di scorta per non trovarsi a dover rinunciare a degli incassi per la mancanza di materiale. L'ideale sarebbe ricevere gli ordini anche con consegne prestabilite per poter organizzare tutta la filiera della produzione. Altra cosa importante nella scelta del fornitore è di non tener conto solo del prezzo finale ma di tutto ciò che viene garantito. Quindi qualità, disponibilità, assistenza post-vendita, sostituzione in caso di difetto di fabbrica e non solo».

«Il nostro messaggio ai rivenditori», il tributo di Roberto Tribbia, dell'ufficio commerciale di **Blue Bird**, «è innanzitutto un grande grazie. Grazie per aver affrontato assieme a noi questo anno entusiasmante ma anche molto complicato, grazie per portato con energia ed entusiasmo la nostra visione nella loro realtà».

«Ai nostri rivenditori», la premessa di Michele Spalino, responsabile comunicazione di **Brumi**, «suggeriamo sempre di fidarsi delle nostre proposte. Da sempre consideriamo il rivenditore un partner, prima ancora che un cliente, con cui condividere micro e macro tendenze di mercato: informazioni preziose che tendiamo a raccogliere "sul campo" e a farne sistema e statistica aziendale».

«Presenza, servizio, disponibilità, qualità, servizio logistico, gamma prodotti, unicità nelle soluzioni, garanzia di profitto. Questi», le chiavi di Vanni Roncagli, direttore commerciale di **Campagnola**, «sono gli aspetti che riteniamo importanti nella

valutazione dei rivenditori che, in qualità di imprenditori, sono in grado di apprezzare quando si rivolgono a Campagnola».

«Ai nostri rivenditori», il pensiero di Sandro Minelli, direttore commerciale di **Minelli Elettromeccanica**, «voglio confermare il nostro impegno nello sviluppo di prodotti innovativi "green" a batteria, per crescere insieme nel rispetto dell'ambiente e della sicurezza».

«È fondamentale oggi», il fermo immagine di Marco Guarino, dell'ufficio marketing e comunicazione di **Pellenc Italia**, «fornire ai clienti un servizio completo, non solo in fase di vendita ma anche col servizio assistenza. Pellenc lavora a stretto contatto con la rete nazionale, organizzando corsi di formazione e aggiornamento tenuti direttamente dai tecnici specializzati Pellenc interni all'azienda. In questo modo i rivenditori autorizzati risultano essere sempre al passo con le ultime novità».

«Il rivenditore vuole un prodotto affidabile», la chiave di Giancarlo Pastorelli, direttore commerciale Italia di **Volpi**, «vuole avere la garanzia che l'azienda offra un servizio di post-vendita che va dalla disponibilità del ricambio ad un servizio di "video tutorial", disponibile sul nostro sito, per facilitare ulteriormente il service vedendo montaggio e smontaggio di tutte le nostre macchine ed essere quindi in grado in prima persona di risolvere un problema. Ovviamente, con questi presupposti, anche il professionista si sta avvicinando a noi molto rapidamente, vista la qualità del nostro prodotto. Volpi in questo momento, è l'unica azienda ad avere una gamma così ampia da potatura. Ora dobbiamo dominare questa grandissima richiesta, offrendo un servizio sempre migliore ed essendo presenti dai nostri clienti. Chi è organizzato, perché l'ha sempre fatto, alla fine sarà vincente».

V E T R I N A

ACTIVE

Tigercut 32, più forte di ogni ramo Soluzione di pregio, senza compromessi

Valori in serie, uno dopo l'altro. Tigercut 32 è la cesoia Active dal grande rendimento e affidabilità garantita. Tensione di funzionamento 16,8V, capacità della batteria di 2 Ah, ampiezza di taglio massimo 32 mm, ampiezza di taglio con apertura intermedia di 15 mm, taglio progressivo, potenza nominale 100W, potenza massima 500 W, peso di appena 950 g batteria inclusa, tempo di ricarica da un'ora e un'ora e mezza, durata della batteria fino a quattro ore. Motore Brushless. Due le batterie incluse.



EINHELL

GE-LS 18 Li-Solo, efficienza allo stato puro Altro pezzo forte di Power X-Change

La forbice di Einhell GE-LS 18 Li-Solo fa parte della famiglia a batteria Power X-Change. La cesoia per rami è adatta per tagliare rami fino a 28 millimetri di spessore. Le sue lame bypass di alta qualità sono progettate per prestazioni di taglio altamente efficienti. Una clip da cintura consente di trasportare le cesoie a batteria in totale comodità anche quando si lavora in alto sugli alberi. La forbice da potatura è dotata di interruttore di sicurezza e impugnatura ergonomica con Softgrip. Lo stoccaggio è assicurato da un interruttore scorrevole on-off per attivare-disattivare le cesoie e da una robusta copertura in plastica. Fornita senza batteria o caricabatterie Power X-Change, disponibili separatamente.



MINELLI ELETTROMECCANICA

EP32, la qualità prima di tutto Plus in serie. Ed un grande know-how

La forbice elettronica cordless Minelli EP32 è stata realizzata per un utilizzo semi-professionale. Il know out dell'ufficio tecnico ha sviluppato una forbice/cesoia potente, affidabile e leggera dotata di motore brushless in grado di potare alberi da frutto. Ideale e per il garden e la potatura di piante.

La capacità massima di taglio è di 32 mm di diametro. L'alimentazione avviene tramite una batteria a tampone inserita nella parte posteriore della forbice. Equipaggiata di display retroilluminato per segnalare lo stato di carica e il numero tagli. Autonomia: 2-3/4-6 ore.

Doppia apertura lama 0-25/0-32 mm. È possibile montare la forbice su asta di prolunga telescopica modello TEP32.



PELLENC

Prunion significa potenza e precisione
La forbice di sesta generazione

Le forbici professionali da potatura Pellenc, giunte alla sesta generazione di sviluppo, rappresentano un punto di riferimento assoluto del mercato; progettate e realizzate in base alle richieste più precise dei di agricoltori e giardinieri professionisti, fanno della potenza, della precisione durante il lavoro e dell'ergonomia i propri capisaldi. La forbice professionale Pellenc Prunion, disponibile sul mercato sia con batteria tascabile 150P, che con batteria multifunzione a doppio innesto ULiB250, assicura tagli di grandi dimensioni (fino a 45mm), lunga autonomia (fino a 12 ore con una sola ricarica) e ben 4 modalità di utilizzo in base alle necessità e alla preferenza dell'operatore. Perfetta sia per destrimani che mancini, la forbice Prunion è progettata per garantire il massimo del comfort e della sicurezza durante il lavoro; il grilletto ottico, in grado di lavorare in modo progressivo e con il massimo della sensibilità, garantisce sempre un perfetto controllo dell'incrocio tra lama e controlama.

BLUE BIRD

PS 22-32, per il completo controllo del taglio
Autonomia per un'intera giornata di lavoro

PS 22-32 è l'attrezzo giusto per chi si deve cimentare non solo nella potatura della vigna, ma anche con uliveti ed alberi da frutto in genere. Infatti, il diametro di taglio di 32 mm e la potenza maggiorata del motore sono ideali per affrontare anche i legni più duri e i rami più consistenti. Il peso di soli 970 grammi inclusa la batteria rende la PS 22-32 estremamente maneggevole e utilizzabile da chiunque. La pratica confezione a valigetta comprende il caricabatterie, gli attrezzi per la manutenzione e due batterie da 16.8 V - 2.5 Ah, che permettono di lavorare tranquillamente per tutto il giorno senza necessità di ricaricare. La PS 22-32 è dotata di un display che indica la carica residua della batteria ed il numero di tagli effettuati, oltre a fornire preziose informazioni di diagnostica in caso di problemi nell'utilizzo. Con la forbice PS 22-32 l'utente ha il completo controllo del taglio, grazie alla doppia apertura, alla possibilità di effettuare il taglio progressivo e all'importante sensore di sicurezza antitaglio.



SABART

EX250, super rendimento e rapidi tempi di ricarica
Leggera, pratica, affidabile, sicura, ergonomica

Sabart propone le nuove forbici elettroniche EX250. Fanno parte della nuova linea Extreme Line a marchio Forestal che rappresenta la risposta alle esigenze di chi cerca soluzioni di qualità per la potatura del proprio giardino, per la cura di un frutteto o vigneto e si caratterizza per standard di affidabilità e sicurezza molto elevati, garantiti dai 60 anni di esperienza di Sabart nel settore. Le forbici elettroniche EX250 sono leggere e pratiche, ideali per l'utilizzo in agricoltura, nella potatura dei parchi e nel giardinaggio. Grazie alla batteria al litio ricaricabile e al motore brushless da 150W (con sistema di movimento a ingranaggi) assicurano la massima potenza con tempi di ricarica rapidi, consentendo di eseguire un lavoro continuativo e preciso.

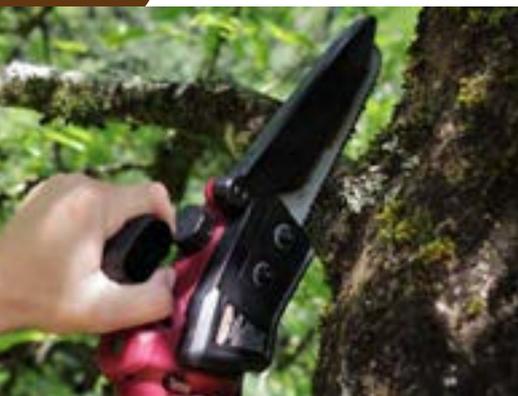


V E T R I N A

CAMPAGNOLA

**Stark M è pura affidabilità
Tagli netti e sempre precisissimi**

La forbice elettrica Stark M di Campagnola con batteria plug-in è stata realizzata per ottenere un eccezionale rapporto peso-potenza. Il motore brushless permette di effettuare tagli fino ad un diametro di 32 mm, per cui è consigliato l'utilizzo per viticoltura, frutticoltura ed olivicoltura. Le lame in acciaio ad alta resistenza consentono tagli netti e precisi senza alcuna sbavatura. La forbice Stark M è dotata di un display LCD, dal quale è possibile visualizzare i tagli effettuati ed il livello di carica residua. È fornita con due batterie, con ognuna delle quali è possibile effettuare due-tre ore di potatura. L'assenza del cavo consente movimenti liberi e naturali. Veloce Stark M, con oltre ottanta tagli al minuto. Leggera anche, perché nonostante la batteria incorporata, il peso contenuto e bilanciato non affatica l'operatore. L'utilizzo di componenti di elevata qualità, i motori brushless ed i dispositivi elettronici di protezione garantiscono un elevato livello di affidabilità.



ARCHMAN

**PEO1, tanto leggera quanto maneggevole
Infinita esperienza al servizio dell'utilizzatore**

Archman Srl, presente sul mercato da più di 50 anni, propone una vasta gamma di attrezzi manuali e a batteria indispensabili per chi deve prendersi cura del verde fra svettatoi, forbici per la potatura di alberi ornamentali o da frutta, seghetti e vari accessori quali foderi, pietre e molti altri. Uno degli attrezzi cordless con batteria agli ioni di Litio è il potatore PEO1 che agevola l'utilizzatore nei tagli sino a 160 mm di diametro. Il suo peso è di 1900 grammi, quindi molto leggero e maneggevole. La lubrificazione della catena avviene in maniera automatica. Viene fornito con una comoda valigetta per riporlo una volta terminato il lavoro, dotato di due batterie e di un carica batterie con due Jack per la ricarica contemporanea di entrambe.

BRUMI

**Pruner Evo, alta professionalità al potere
Grande diametro di taglio, più tanta velocità**

Cresce la gamma di soluzioni per la potatura professionale targata Brumi. La storica azienda catanese, da diversi anni impegnata a rinnovare la proposta tecnologica di macchine e strumenti per l'agricoltura, in particolare ad alimentazione elettronica, offre oggi un'ampia scelta di cesoie elettriche in grado di soddisfare ogni tipo di necessità e lavoro. In particolare, la Pruner Evo è una soluzione equilibrata, che offre la praticità di uno strumento semplice e leggero senza rinunciare ai vantaggi e alle prestazioni di un prodotto altamente professionale. Notevole il diametro di taglio (fino a 32 mm) e la potenza (500 W), ottimo il tempo di taglio (0,4 al secondo) e l'autonomia delle due batterie in dotazione (fino a 4 ore l'una), compatibili peraltro con la legatrice Tying Macchine di casa Brumi. Per i professionisti della potatura.



VOLPI ORIGINALE

**KV360, alte prestazioni garantite
Lavoro sempre al top, in tutta serenità**

KV360 sono le forbici cordless dalle alte prestazioni firmate Volpi Originale. Le lame di taglio sono in acciaio e la lama mobile teflonata, adatte per la potatura in generale (parchi, giardini e agricoltura) e per una vasta tipologia di applicazioni. L'apertura massima delle lame è di 32 mm e con un peso di soli 0,81 kg permettono un lavoro confortevole e privo di sforzi. Sono dotate di motore brushless e sistema di movimento a ingranaggi. La funzione di spegnimento rapido stand-by permette di conservare la carica della batteria quando non vengono utilizzate. L'innovativo display conta tagli totali e parziali permette di tenere il conto dei tagli effettuati e l'indicatore di livello della carica della batteria permette una gestione consapevole e priva di sorprese durante le lavorazioni più lunghe. Fornite in una pratica valigetta di plastica che permette di riordinare e proteggere adeguatamente tutti gli elementi, KV360 è dotata di tre batterie al litio premium, un carica batterie a tre vie, pietra affilatrice, chiavi per la sostituzione della lama e grasso per lame e ingranaggi.



ZANON

**ZM 32, altro pezzo pregiato della linea Elettronica Wireless
Precisione assoluta, grande velocità, zero sbavature nel legno**

Per la potatura di vigneti, oliveti, frutteti e piccoli arbusti è molto importante l'uso di una buona forbice: le caratteristiche più richieste sono semplicità e intuitività ma soprattutto che non sbagli un taglio, che dovrà sempre essere netto e preciso. La forbice elettronica ZM 32 è un'eccellente compagna in questo ed è una delle ultime aggiunte che Zanon ha fatto all'interno della linea Elettronica Wireless di Zanon. Grazie al taglio progressivo e alle due posizioni di apertura della lama (15-32 mm) la forbice elettronica è in grado di tagliare rami fino a 32 mm di diametro con grande precisione, velocità e, soprattutto, senza lasciare sbavature nel legno, fonte di malattie. Il motore brushless di ultima generazione, i materiali di qualità, la leggerezza (la forbice infatti pesa solamente 670 gr), le tre batterie agli ioni di litio a lunga durata, il display LCD con indicatore dell'autonomia residua e del numero di tagli assicurano un ottimo rendimento riducendo al minimo lo sforzo e i tempi di lavoro. La sua efficacia è ottimizzata dall'utilizzo in abbinamento con la legatrice a batteria ZL 25 che monta lo stesso tipo di batteria ricaricabile.



«CORSA AL CLIENTE, ECCO LE STRADE»

di Alessandro Di Fonzo

Dal 2020 ho deciso di portare evoluzione nel settore del giardinaggio. Lo faccio quotidianamente con i miei video sui social e con il canale You Tube, ma con una particolarità: le informazioni che diffondo, dopo averle studiate dai migliori formatori italiani ed esteri, dopo averle applicate con successo, le traduco in concetti più semplici rapportandole, grazie alla mia esperienza nel settore, al giardinaggio.

Come funziona il marketing? Si basa su quattro fasi e, in questo articolo, tratterò la prima.

Esse sono:

- 1) **ATTRAZIONE/PROFILAZIONE POTENZIALI CLIENTI** (o semina)
- 2) **EDUCAZIONE** (o concimazione)
- 3) **CONVERSIONE** (o allegagione)
- 4) **FIDELIZZAZIONE E VENDITA RIPETUTA** (o immagazzinamento)

«Fondamentale, prima di iniziare, è avere una strategia chiara. Senza dimenticare il peso della pubblicità e degli investimenti, così come quello dei social così come di Google. Al pubblico bisogna comunicare perché siamo diversi dalla concorrenza. Poi però bisognerà iniziare a correre»

FASE 1: ATTRAZIONE/PROFILAZIONE POTENZIALI CLIENTI O SEMINA

La paragono a questa operazione di giardinaggio perché, in questa fase, il nostro compito è spargere più seme possibile e cioè far sapere che esistiamo a quante più persone possibile.

Dopo aver costruito la **DIFFERENZA** con i nostri competitor (concorrenti), dobbiamo uscire allo scoperto e comunicare al pubblico dei nostri potenziali clienti: cosa facciamo, per chi lo facciamo, perché lo facciamo, perché siamo differenti e migliori della concorrenza.

Il mio consiglio è quello di non partire, senza aver definito nella tua strategia questi punti fondamentali. Per la natura di un'attività di giardinaggio hai un grande vantaggio di cui non possono godere tanti altri business: sei in grado di raggiungere il tuo target di riferimento (cliente tipo) in due modi:

- 1) Direttamente (vai da loro)
- 2) Indirettamente (fai sì che ti contattino)

In entrambi i casi devi essere cosciente di una cosa:

I CLIENTI NON SI CERCANO, I CLIENTI SI COMPRANO!

Per raggiungere il tuo potenziale cliente dovrai essere disposto a spendere dei soldi per la pubblicità. Ogni centesi-



Chi è

Dopo la laurea in Agraria con specializzazione in tappeti erbosi sportivi, Alessandro Di Fonzo nel 2004 apre un'azienda di giardinaggio con la quale opera in gran parte d'Italia.

Da sempre Di Fonzo ritiene fondamentale la conoscenza tecnica del settore, che viene implementata grazie a studi alla Scuola Agraria del Parco di Monza di cui, nel 2008, diviene giardiniere certificato.

Successivamente si forma anche all'estero, frequentando a Londra corsi di garden design e light design.

Di Fonzo ha sempre ritenuto che la conoscenza tecnica del settore fosse importante ma non sufficiente per competere nel mercato ad alto livello. Per questo decide di studiare marketing da formatori americani e italiani. Nel 2020 decide di unire le sue competenze tecniche di giardinaggio, la conoscenza del settore e della clientela, alle competenze di marketing. E di lanciare nel mercato italiano una nuova figura professionale: l'esperto di marketing per aziende di giardinaggio.



o da mantenere. Ci sarebbero anche le amministrazioni pubbliche, che ti segnalano per completezza, ma con le quali non hai molto amato lavorare.

Il contatto DIRETTO, in questo caso, avviene tramite sistemi di marketing OFF-LINE e non attraverso il web. Possiamo pensare ad attività di volantinaggio, che

funziona pochissimo se effettuato nel modo classico e in maniera sporadica. Il mio consiglio è di utilizzare le cosiddette campagne di "mailing" e cioè invio di lettere di vendita cartacee in cui presentiamo la nostra azienda. Sono molto più efficienti, soprattutto se scritte da un copywriter professionale (uno scrittore in grado di spingere il lettore all'acquisto).

RAGGIUNGERE INDIRECTAMENTE I POTENZIALI CLIENTI

Questa operazione viene effettuata prevalentemente tramite operazioni di marketing on-line attraverso pubblicità sponsorizzate sul web: social e motori di ricerca come Google. Tra i social ti consiglio Facebook in primis e poi Instagram.

Social e Google, però, lavorano in maniera differente e complementare. Utilizzando i primi agisci su quello che si definisce bisogno latente del tuo potenziale cliente, sui motori di ricerca, invece, sfruttiamo il bisogno manifesto di chi vuol fare un giardino.

Questo è possibile perché i social, grazie all'attività che svolgiamo quotidianamente su queste piattaforme, registrano tutti i nostri gusti e ci conoscono alla perfezione.

Sapendo quello che ci interessa, quando attiviamo una pubblicità sponsorizzata, il social mostra la nostra azienda a coloro che possiedono un giardino o uno spazio all'aria aperta, stimolandoli all'acquisto anche se, in quel preciso momento, non hanno un bisogno impellente.

Google lavora in maniera contraria e ci permette di essere trovati da tutte quelle persone che hanno l'impellente necessità di trovare un'azienda che risolva il loro problema di realizzare o mantenere un giardino. Solo in questo caso, infatti, le persone vanno sul motore di ricerca e cercano il professionista che li può aiutare nella loro zona di riferimento. È chiaro che otterrai l'effetto massimo attivando la pubblicità su entrambi i canali (social e su Google). In questo modo sarai conosciuto rapidamente dalla maggior parte della potenziale clientela della tua zona. Definisco questo tipo d'azione "effetto incrocio" perché, quando viene visualizzato su tutti i canali, oltre farti notare più facilmente, darai la percezione di azienda "famosa".

Questa è la prima fase del marketing, ci vediamo il prossimo mese per raccontarti la seconda: la fase educativa.

mo speso in questo modo, infatti, una volta rodato e affinata la macchina del marketing, avrò un R.O.I. o RITORNO SULL'INVESTIMENTO. Nella maggior parte dei casi e se fai le cose per bene, sarà molto interessante.

In realtà, esistono anche sistemi che lavorano in "ORGANICO" (S.E.O – Search Engine Optimization), per i quali non è necessario un investimento in denaro, ma esclusivamente in tempo per alimentarli. Ma il tempo è denaro, quindi non li preferisco. Ritengo sia più utile aumentare i profitti nell'immediato, che aspettare anni affinché questo avvenga. Sono sicuro che anche tu sarai del mio stesso parere. La strategia di marketing deve essere azionata dalla pubblicità e l'investimento pubblicitario deve essere messo a budget come uscita mensile costante.

RAGGIUNGERE DIRETTAMENTE I POTENZIALI CLIENTI

Qualunque sia la tua zona di riferimento, sarai sempre in grado di localizzare facilmente il tuo target di riferimento o chi può avere bisogno di un'attività di giardinaggio.

Ci saranno, infatti, quartieri residenziali con ville e giardini, condomini che fanno capo ad un amministratore, alberghi, strutture in genere e aziende con aree a verde da realizzare

www.agriccoach.it



ZANETTI MOTORI

Linea Full Power, altri due pezzi pregiati
ZDG 6503 CEV e ZDG 6503 SEV, tempo di diesel

La linea Full Power di Zanetti Motori si arricchisce di due novità, questa volta diesel aperti semi silenziati e silenziati. Dopo i modelli di generatori trifase benzina ZBG 8003 CEA, ZBG 10003 CEA e ZBG 12003 CEA, non poteva mancare la versione diesel. Non tardano ad arrivare gli eredi degli ZDG 6500 CEV e ZDG 6500 SEV, i generatori diesel tanto attesi: ZDG 6503 CEV e ZDG 6503 SEV che rappresentano il nuovo impegno della Zanetti Motori nella direzione del trifase, la cui particolarità è la fase rinforzata che permette di raggiungere la massima potenza anche in monofase. Potenti e affidabili, sono in grado di produrre potenza massima in uscita in monofase e in trifase (400V e 230V) pari a 5,0 kVA l'aperto semi silenziato ZDG 6500 CEV e 4,5 kVA il silenziato ZDG 6500 SEV. Entrambi dotati di motore diesel a marchio Zanetti ZDM 86, con autonomia rispettiva di 5,5 e 7 ore.

AL-KO

Nuovo 5272 Li VS-W, prima di tutto eclettico
Eccellente raccolta con la tecnologia MaxAirFlow



AL-KO 5272 Li VS-W è il nuovo tosaerba con power unit a doppia batteria con sistema "Balanced Discharging", scarico sincronizzato di entrambe le batterie da 36 V, per la massima durata di taglio. Attrezzato con "4 IN 1" function fra scarico posteriore, raccolta, mulching e scarico laterale. Larghezza di taglio da 52 cm, ideale per prati fino a 1.800 mq. La regolazione dell'altezza taglio è centralizzata e tramite una leva con maniglia maggiorata per operazioni facili e veloci. Le stegole sono equipaggiate con rinforzi in alluminio pressofuso che includono il sistema di regolazione in altezza del manico su più posizioni per fornire all'operatore il massimo comfort di utilizzo. Ruote Highwheelr per procedere agevolmente e senza intoppi anche su terreni sconnessi. La scocca è progettata con tecnologia "MaxAirFlow" che consente una raccolta eccezionale anche dell'erba bagnata.

MARINA SYSTEMS

HR, il top di gamma tutto Made in Italy
Innumerevoli plus per una grande macchina



HR è la linea innovativa di Marina Systems srl con manico da 25 mm in un pezzo unico che consente un comodissimo accesso al cesto, si ripiega integralmente sulla macchina riducendo lo spazio di rimessaggio ai minimi termini. Vernice speciale con effetto martellato, bullbar di grossa dimensione, ruote alte con doppio cuscinetto a sfera stagno. Sistema di taglio 4in1 con raccolta con sacco da 70 Lt, scarico posteriore e laterale, mulching con kit compreso. Nuove motorizzazioni Honda GCVx e trazione professionale con scatola di alluminio e ingranaggi in bronzo, a garanzia di un prodotto top di gamma realmente Made in Italy.

GRIN

PM53A KW tocca vette mai raggiunte prima A suo agio anche su forti pendenze

Il tagliaerba Grin PM53A KW è la nuova arma per i giardinieri già presentata all'EIMA e in consegna da qualche mese nei concessionari ufficiali. Dotata di motore Kawasaki Fj180V KAI permette il taglio di prati con pendenze oltre i 20°, grazie al sistema di lubrificazione forzata e una polverizzazione dell'erba ancora più efficace grazie alla curva di coppia di questo motore, abbinata al sistema di taglio brevettato Grin. I materiali scelti per la componentistica di questo motore garantiscono molte ore di lavoro anche in condizioni particolarmente difficili e messo a dura prova. Anche su Grin PM53A Kawasaki sono presenti i nuovi regolatori rapidi del manico antivibrante che assorbono il 50% delle vibrazioni rispetto ai modelli precedenti: grazie alla nuova costruzione e al nuovo disegno ora sono ancora più resistenti e duraturi. Come tutta la linea professionale Grin 2022, Grin PM53A Kawasaki è equipaggiato con le ruote posteriori Grip Grin con diametro maxi: l'aumento di diametro facilita il superamento degli ostacoli sui terreni sconnessi e l'aderenza sulle pendenze.



GRILLO

Pro-Bilama, la barra falciante senza compromessi Acciai di alta qualità, lavoro sempre al massimo

La nuova barra falciante Pro-Bilama da 132 cm, di tipo centrale a denti semifitti, è dotata di due lame falcianti a moto contrapposto che equilibrano le masse in movimento, riducono al minimo le vibrazioni e garantiscono un elevato comfort per l'operatore. È una barra per uso professionale per ogni tipo di superficie erbosa, la soluzione anti-intasamento per eccellenza. Può essere utilizzata nel taglio del fieno, nello sfalcio di aree rustiche, ma anche in agricoltura per una perfetta pulizia nelle coltivazioni ad albero da frutto, come pure nella cura di aree verdi. Gli acciai di alta qualità ed i premi-lama autoregistranti assicurano sempre la massima qualità di lavoro. Il movimento a bagno d'olio garantisce la minima usura dei componenti, non necessita di manutenzioni e dura nel tempo. I denti della barra falciante sono di tipo seghettato, per garantire la massima durata nel tempo riducendo al minimo l'usura del tagliente. Prodotti dalla ditta Busatis Austria, in lega di acciaio e con uno speciale trattamento termico.



EMAK

Gi 40 P ed LRi 40, che accoppiata! Elevata autonomia col motore brushless

I nuovi tagliaerba a batteria Oleo-Mac Gi 40 P ed Efcò LRi 40 P di Emak hanno scocca in plastica che dà leggerezza a macchine dotate di comandi centralizzati di regolazione altezze di taglio e cesti di raccolta dell'erba capienti. Il motore brushless consente di ridurre l'assorbimento energetico e di lavorare più a lungo con ogni carica della batteria. Il led di carica batteria è visibile durante l'uso, per sapere quando è necessario sostituirla.



«NODO-CIENTE, AUMENTI FORZATI»

Cambi in corsa, per tutti. Senza poter troppo programmare, se non a grandi linee. Troppe variabili, troppi interrogativi. Spesso però spazzati via dall'elasticità dello specialista.

«I risultati del garden sono stati buoni ma al di là di quello», la premessa di Andrea Pezzi, titolare con lo zio Roberto di **CO.M.AG. Srl**, duemila metri quadrati di punto vendita a Lugo di Ravenna, «il periodo di emergenza ci ha costretti a cambiare la nostra politica, passando dall'aver pochi e fedelissimi marchi a dover comprare quel che c'era. Quel che non avevamo mai fatto prima».



Quanto è stato difficile questo passaggio?

«È stato complicato più moralmente che nell'effettivo o sotto il profilo economico. Il problema è più che altro nella gestione dei ricambi. I clienti però si fidano di noi, anche delle nostre scelte in corsa».

Sensazioni per la nuova stagione?

«Il bel tempo della prima settimana di febbraio ha risvegliato la scena dopo mesi non facili fra quarantene, isolamenti, covid, restrizioni varie. Il nodo adesso è capire come sta il cliente dopo tutti questi rincari. Quelli che pure io ho provato sulla mia stessa pelle. Anche del 20-25% su vari prodotti per la vita di tutti i giorni. Verso marzo-aprile avremo un quadro più chiaro».

Andrea Pezzi, titolare di **Comag**, è a caccia di segnali: «Interessanti quelli di febbraio, di sicuro le macchine in casa noi le abbiamo. Ma in 26 anni di lavoro non ricordo prezzi lievitati così tanto. Aspettiamo marzo»

Quelli delle macchine da giardino?

«Attorno al 15%, aumenti obbligati dall'aumento dei costi dei trasporti, delle materie prime e di tutto il resto. In 26 anni che lavoro qui non ricordo di prezzi saliti fino a questo punto, ma non potevamo fare diversamente».

La macchina che ha dato i risultati migliori nel 2021?

«Il trattorino rasaerba, quello classico con la raccolta. Di fascia tendenzialmente medio-bassa».

La consistenza del prestagionale?

«Superiore a quella dello scorso anno, visti i biblici tempi di consegna con cui siamo stati costretti a convivere. Anche se per quel che ci riguarda il 90% di quel che abbiamo venduto abbiamo fatto in modo di averlo in casa. Tutto quel che potevamo prendere secondo le nostre possibilità l'abbiamo preso. È arrivato più o meno il 40% di quanto ordinato, vorremmo naturalmente poter soddisfare il più possibile le richieste della clientela. Meglio avercelo il prodotto in magazzino».

Come se l'immagina il 2022?

«Non sono preoccupato per il fatturato, dopo tutto quel che ci ha garantito l'anno scorso il comparto agricoltura. Bisognerà però fare i conti con l'aumento dei prezzi, quelli ci sono stati. Vedremo come li avrà digeriti il cliente».

«CORSA AL PREZZO, MAGAZZINO OK»

Certezze e dubbi. Come tutti. Gilmar Motoseghe viaggia a testa alta, 150 metri quadrati di negozio e tre dipendenti, un business che abbraccia anche i tagliaerba ed un bel 2021 alle spalle. «Nonostante i disagi per l'approvvigionamento della merce», il bilancio di Davide Grignani, titolare del punto vendita di Gropello Cairoli, in provincia di Pavia, «il nostro è stato un buon anno con una crescita alla fine attorno al 15%. Tanta roba, considerata la complessità del contesto».

La voglia di verde resterà forte anche una volta superata la pandemia?

«Bisogna capire quanto resisteranno i negozi online ed in generale gli acquisti via internet, i cui prezzi sono comunque aumentati. Vedremo se il cliente preferirà tornare nel punto vendita e quindi farsi consigliare da un vero professionista o se continuerà a comprare ancora a distanza. Difficile in ogni caso che il mercato possa crescere ancora per tanto tempo».

Come s'è posto col cliente che chiedeva una macchina senza che lei sapesse quando gliel'avrebbero consegnata?

«Abbiam dovuto fare letteralmente i salti mortali. Quando la macchina non c'era in magazzino ho dovuto chiederla a qualche collega rivenditore. E quando non è stato possibile reperirle abbiamo perso la vendita».

Non c'era molto altro da fare...

«D'altronde il cliente non aspetta. Può temporeggiare due o tre giorni al massimo, due o tre mesi proprio no. Motivo per cui stiamo cercando il più possibile di avere sempre in casa il materiale».

Livello del prestagionale?

«Uguale al 2021, senza differenze sostanziali rispetto all'anno precedente».

Gilmar Motoseghe ha avuto un bel 2021, ma per l'anno nuovo qualche incognita c'è. «Una variabile sensibile saranno i negozi online, la gente però deve capire che lo specialista offre ben altro servizio»

Situazione attuale del magazzino?

«Un po' più alto del solito, fra un po' di merce che mi hanno consegnato in ritardo rimasta invenduta più quelle ordinate successivamente. Poi è chiaro che fra tanto assortimento ti manca sempre quello che ti chiederanno fra dieci minuti...».

Che cliente l'aspetta?

«La gente ormai è preparata, conosce il prodotto e conosce i prezzi. Il problema è un altro però, il problema è che prima ricercano il miglior prezzo e poi pretendono di comprare da un professionista ad un prezzo ancora inferiore. Ignorando la competenza, l'esperienza, il fatto che alle spalle del punto vendita ci sia un magazzino che non è un magazzino Amazon. Con costi chiaramente superiori. Purtroppo il prezzo rimane spesso la vera grande variabile che orienta il cliente».



Gli specialisti scaldano i motori, dopo i primi spunti di gennaio come sempre solo di passaggio fra la vecchia e la nuova stagione. «Il sentore è buono, ma le difficoltà parecchie. Importante sarà prima di tutto avere le macchine, anche se i tempi non possiamo più deciderli noi»

«CONSEGNE A SINGHIOZZO, MA DOVREMO ABITUARCI TUTTI»

Altro capitolo il 2022, fra vecchi scenari e nuovi ostacoli. Alti, anche se superabili. Di sicuro duri da rimuovere. Si naviga a vista, fra macchine da ricercare e consegne da stimolare. Un libro vuoto l'anno nuovo. Roberto Dose prova a scrivere qualche pagina, a riordinare i pensieri, a mettere tutto insieme. Partendo dal principio. «Gennaio è andato al rallentatore. La pandemia d'altronde si è fatta abbastanza sentire. C'è stato un attimo di stasi, un mese tranquillo. C'era anche da aspettarselo, per tutto quel che sta succedendo».

Di solito che mese è gennaio per il rivenditore?
«È il momento della ripartenza. Si lavora soprat-

tutto con le riparazioni e quindi con l'officina. Sono i meccanici d'essere più sotto pressione, con le manutenzioni invernali. Seppur timidamente, si inizia a vendere qualche motosega. La gente inizia a dare un'occhiata soprattutto ai trattorini o altri acquisti di una certa importanza. Qualcuno cerca di anticipare i tempi, ma in ogni caso per chi lavora soprattutto col garden più che col forestale naturalmente caratterizzato da altre dinamiche è un mese abbastanza tranquillo. C'è più che altro un lavoro di preparazione, anche in ufficio, ma per quanto riguarda il flusso della clientela i numeri sono abbastanza contenuti. È il periodo della programmazione, della preparazione dei listini, oltre alle prime macchine che arrivano e le vetrine da riassortire».

Che c'è stato di diverso, pandemia a parte, fra questo gennaio e quello del 2021?

«Anche l'anno scorso l'umore era molto simile ed il periodo anche fra preoccupazione e tensioni varie. Da noi però ci sono stati molti più casi di covid in questo inizio d'anno che in quello passato. Diretti e non, fra azienda e famiglia dove i contagi sono molto più numerosi che nel gennaio precedente. L'anno scorso venivamo fuori dal lockdown delle feste, con un clima quindi un po' più tranquillo. Adesso è tutto un po' più farraginoso, non tanto per la paura del virus che pare abbastanza attenuata quanto per la preoccupazione per le assenze nelle imprese così come delle quarantene e di tutte le varie





problematiche annesse che ovviamente influiscono nella quotidianità. Con freni inevitabili».

Un esempio?

«Avevo dei lavori programmati da tempo con un'azienda esterna e sistematicamente me li hanno annullati. Perché la squadra dei montatori aveva delle persone positive. Chiaro che le ripercussioni ci siano in ogni ambito lavorativo. Questa è la preoccupazione ulteriore, anche per ragioni prettamente psicologiche per il dover star dietro anche a fattori extra come ormai da troppo tempo siamo costretti a dover fare».

Vi sono state consegnate macchine? Gennaio in che misura è mese di consegne?

«Il sistema dell'approvvigionamento adesso è cambiato, non fosse altro per la necessità di anticipare gli ordini. I prodotti adesso arrivano man mano che sono disponibili. Una volta dicevi di volere degli articoli a febbraio e i tempi di consegna quelli erano, ora invece devi accontentarti di prenderli quando ti arrivano. Inutile far troppo gli schizzinosi, altrimenti rischi davvero di non riceverli mai».

Arrivato qualcosa finora?

«Qualcosa sì, anche se naturalmente con modalità diverse rispetto al passato».

C'è un preavviso che "annuncia" le macchine?

«Guardi, le macchine arrivano quando arrivano. Quasi quotidianamente, abbiamo ricevuto in una settimana anche quattro consegne della

stessa azienda quando una volta la consegna era unica. La logica è consegnare, consegnare, consegnare man mano che produttori e distributori hanno a disposizione il materiale. C'è un momento di tale confusione che se tu non assegni subito le macchine al concessionario è facile che proprio quei prodotti vengano date ad un altro e tu non ne vedi per qualche mese. Invece di avere degli ordini programmati con scadenze prefissate adesso la variante è la disponibilità di quel che hai ordinato. Con tempi variabili. Contano prima di tutto i magazzini dei fornitori. Di sicuro un volta riuscivi a gestire tutto con un numero di carichi inferiore. Meglio com'era prima, ma piuttosto che non avere nulla da vendere va bene anche così».

La certezza del prodotto prima di tutto, no?

«Questo assolutamente, soprattutto in vista dell'inizio della stagione. È importante. La verità è che devi fare uno sforzo tu tenendo scorte in magazzino e rischiare anche finanziariamente di pagare prima di vendere le macchine, ma meglio averle che dover lavorare sul venduto soprattutto se le macchine possono anche non arrivare».

Gli acquisti prevalenti di gennaio?

«Motoseghe a parte, qualche accessorio così come qualche forbice per le potature o attrezzi manuali. Chi entra in negozio è più che altro per curiosare».

Che 2022 sarà?

«Il sentore è positivo, speriamo solo che non incida troppo lo spauracchio degli aumenti. Che ci sono stati, in effetti. La questione è generale, il problema vero però è la percentuale con cui i prezzi sono cresciuti rispetto allo scorso anno. Il cliente che nel 2021 aveva magari visto una macchina a 990 euro adesso magari se lo trova a mille duecento. Sono differenze sostanziali che non possono alla fine non incidere. Anche a livello mentale, perché t'allontanano dall'acquisto. Fanno aumentare le distanze. Chi s'aspettava di comperare sotto una certa cifra adesso ci rinuncia. Quel che non s'era visto negli ultimi due anni, sia per la mancanza di prodotti sia perché qualcosa s'era risparmiato quando il prezzo non era la vera e propria discriminante, adesso lo scenario è diverso. Con un cliente molto più attento al portafoglio».

Il mercato cerca uno spiraglio, stretto fra complicate dinamiche e freni vari che rischiano di ridurre la percentuale degli acquisti emozionali. Quelli che fanno la vera differenza, quelli che vanno sempre alimentati

«PROIBITO SPEGNERE GLI ENTUSIASMI»

Chiusi in difesa. L'avvio del 2022 non è stato granché. «Siam partiti maluccio. La gente non gira, tutti impauriti ad attendere le super bollette, fatemi passare questo concetto, da idrocarburo. Tutti spaventati, chi per un motivo e chi per un altro. Insieme ai tam tam di tutti questi rincari che ci starebbero per colpire e che hanno di fatto bloccato buona parte delle attività», il primo tassello di Luca Portioli, decenni nel commerciale nel settore dell'automotive ma anche in giro per punti vendita di macchine da giardino per soddisfare la sua fame di verde e di piccola agricoltura da cliente evoluto. A leggere in anticipo il nuovo anno, fra segnali più o meno confortanti. «Gli entusiasmi sono stati frenati. E ricordiamoci», continua Portioli, «che i nostri sono prodotti di emozione, come abbiamo detto tante volte. E senza l'emozione non

resta che la necessità, quindi un campo molto più circoscritto. Gli acquisti di desiderio sono quelli suggeriti dall'impeto, il 70% rispetto alle necessità che copre il restante 30%». Complesso lo scenario, magari anche di più di quanto non sia in effetti. Mi auguro ci sia presto un ravvedimento di tutti. Dei media, della politica, di questa narrativa pessimistica», il quadro di Portioli, «propagandata di continuo e che non può non nuocere alle imprese ma anche a tutti i cittadini e non solo. Il rivenditore? Deve pensare a come decollare nei prossimi mesi, perché il 2021 è stato più che soddisfacente. Anche a doppie cifre, ma adesso ci sono segnali di fumo poco incoraggianti».

VARIABILE FIDUCIA. A gennaio una diminuzione sia dell'indice del clima di fiducia dei consumatori (da 117,7 a 114,2) sia dell'indice composito del clima di fiducia delle imprese (da 112,7 a 105,4). Tutte le componenti dell'indice di fiducia dei consumatori sono in calo, soprattutto quelle riferite al clima economico (l'indice passa da 139,6 a 129,7) e al clima futuro (da 120,8 a 113,5). La flessione è contenuta per la componente personale (da 110,4 a 109,0) e per quella corrente (da 115,6 a 114,7). Con riferimento alle imprese, l'indice di fiducia è in diminuzione in tutti i comparti seppur con intensità diverse. La diminuzione è contenuta nell'industria (nel manifatturiero l'indice di fiducia passa da 115,0 a 113,9 e nelle costruzioni scende da 159,1 a 158,8), così come



per il commercio al dettaglio dove l'indice flette da 107,4 a 106,6. Invece, nel comparto dei servizi di mercato l'indice registra una brusca caduta, passando da 109,6 a 94,9.

TANTE BILANCE. «L'aumento dei prezzi fino a che punto è digeribile? Finché rimane ad una cifra», i parametri di Portioli, «non viene più di tanto notata, ma quando la cifra è doppia la situazione è molto più pesante. È una barriera più psicologica che di portafogli in questo momento. Nel lungo periodo invece è solo la questione prezzo. Uno che ha cinquantamila euro ne ha anche 53mila, così come uno che non ne ha cinquantamila non ne ha tantomeno 55mila. Poi il finanziamento anche dell'80% del valore del bene maschera un po' tutto, ma la verità è che adesso ti devi indebitare di più». A dicembre i prezzi alla produzione dell'industria aumentano dello 0,8% su base mensile e del 22,6% su base annua. Sul mercato interno i prezzi aumentano dello 0,9% rispetto a novembre 2021 e del 27,8% su base annua. Al netto del comparto energetico, i prezzi crescono dello 0,5% in termini congiunturali e del 9,6% in termini tendenziali. Sul mercato estero i prezzi aumentano su base mensile dello 0,5% (+0,7% area euro, +0,5% area non euro) e registrano un incremento su base annua del 9,5% (+10,4% area euro, +8,8% area non euro). Nel quarto trimestre 2021, rispetto al trimestre precedente, i prezzi alla produzione dell'industria segnano un aumento del 9,6%, dovuto principalmente dall'incremento dei prezzi sul mercato interno (+12,2%), mentre la crescita dei prezzi sul mercato estero è più contenuta (+2,3%). A dicembre aumenti tendenziali per quasi tutti i settori del comparto manifatturiero; i più marcati riguardano coke e prodotti petroliferi raffinati (+33,8% mercato interno, +15,3% area euro, +55,7% area non euro), metallurgia e fabbricazione di prodotti in metallo (+23,8% mercato interno, +36,1% area euro, +27,5% area non euro), prodotti chimici (+17,1% mercato interno, +18,9% area euro, +16,7% area non euro), industrie del legno, della carta e stampa (+12,7% mercato interno, +12,0% area euro, +10,4% area non euro) e articoli in gomma e materie plastiche (+9,1% mercato interno, +7,0% area euro, +11,6% area non euro).



FATTORE ESTERO. Per l'interscambio commerciale con i paesi extra Ue27, a dicembre s'è stimato un calo congiunturale per le esportazioni (-2,1%) e un aumento per le importazioni (+4,3%). La flessione su base mensile dell'export interessa tutti i raggruppamenti principali di industrie, a eccezione di beni di consumo non durevoli (+5,8%), ed è determinata in particolare dal calo delle vendite di energia (-27,3%) e beni strumentali (-3,9%). Dal lato dell'import si rilevano aumenti congiunturali diffusi, tranne che per l'energia (-1,1%). Nel trimestre ottobre-dicembre 2021, rispetto al trimestre precedente, l'export cresce dello 0,5%; l'aumento è marcato per energia (+29,9%), mentre si registra un calo per i beni strumentali (-7,1%). Nello stesso periodo, l'import segna un rialzo congiunturale del 7,8%, cui contribuiscono soprattutto gli incrementi degli acquisti di energia (+23,0%) e di beni di consumo non durevoli (+12,8%).

A dicembre l'export è cresciuto su base annua del 12,6%. L'aumento, diffuso a tutti i raggruppamenti, è particolarmente elevato per energia (+63,9%). A dicembre aumenti su base annua dell'export verso la maggior parte dei principali paesi partner extra Ue27. I più ampi riguardano Stati Uniti (+32,5%), i paesi OPEC (+32,0%), Turchia (+24,3%) e Russia (+14,2%). Diminuiscono le vendite verso Regno Unito (-11,4%), paesi ASEAN (-7,6%) e paesi MERCOSUR (-3,8%). Gli acquisti da India (+70,2%), paesi MERCOSUR (+61,9%), Russia (+58,6%), paesi OPEC (+53,1%), paesi ASEAN (+52,5%) e Cina (+51,8%) registrano incrementi tendenziali particolarmente elevati.

RASAERBA ROBOT

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

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	CONSIGLIATO FINO A MQ	DIMENSIONI	CERTIFICAZIONI	ACCUNULATORI	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 ACCUNULATORI (*)	CARROZZERIA	STAZIONE DI RICARICA
EINHELL																	
<p>EINHELL ITALIA Srl Web: www.einhell.it Email: info@einhell.it</p> <p style="text-align: right;">FREELEXO+</p> <p>FREELEXO+ di Einhell della serie Power-X-Change può essere combinato con tutte le batterie del sistema. FREELEXO+ è controllato tramite app o con l'intuitiva tastiera con display LCD. Il sistema di sensori di sicurezza lo proteggono dagli impatti, inclinazione e sollevamento. Sensore pioggia integrato. Ha una funzione di regolazione dell'altezza di taglio tra 20 mm e 60 mm ed è adatto per pendenze fino al 35%.</p>																	
FREELEXO	649,95	1100	700 X 500 X 300		A	DIPENDE DA 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	



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	CONSIGLIATO FINO A MQ	DIMENSIONI	CERTIFICAZIONI	ACCUMULATORI	AUTONOMIA (ORE)	VELOCITÀ	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	1.324,00	600 m2	55x39x25	Si	Li-ion	65 min	35 cm/s	Random/3lame	2	17	2-5	25%	si con pin e allarme	A	6,9	PP	SI
305	1.535,00	600 m2	57x43x25	Si	Li-ion	70 min	35 cm/s	Random/3lame	2	22	2-5	40%	si con pin e allarme	A	9,4	ASA	SI
310 MARK II	2.062,00	1000 m2	57x43x25	Si	Li-ion	70 min	35 cm/s	Random/3lame	2	22	2-5	40%	si con pin e allarme	A	9,4	ASA	SI
315 MARK II	2.306,00	1500 m2	57x43x25	Si	Li-ion	70 min	38 cm/s	Random/3lame	2	22	2-5	40%	si con pin e allarme	A	9,4	ASA	SI
405X	2.086,00	600 m2	61x45x24	Si	Li-ion	50 min	35 cm/s	Random/3lame	2	22	2-5	40%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	9,7	ASA	SI
415X	2.782,00	1500 m2	61x45x24	Si	Li-ion	50 min	38 cm/s	Random/3lame	2	22	2-5	40%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	9,7	ASA	SI
420	2.872,00	2200 m2	72x56x31	Si	Li-ion	75 min	42 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con pin e allarme	A	11,5	ASA	SI
430X	3.645,00	3200 m2	72x56x31	Si	Li-ion	145 min	46 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	13,2	ASA	SI
435X AWD	5.921,00	3500 m2	93x55x29	Si	Li-ion	100 min	62 cm/s	Random/3lame	4	22	3-7	70%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	17,3	ASA	SI
440	3.645,00	4000 m2	72x56x31	Si	Li-ion	290 min	47 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con pin e allarme	A	12,0	ASA	SI
450 X	4.765,00	4500 m2	72x56x31	Si	Li-ion	270 min	62 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	13,9	ASA	SI
520	3.593,00	2200 m2	72x56x31	Si	Li-ion	75 min	42 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	11,5	ASA	SI
550	5.190,00	5000 m2	72x56x31	Si	Li-ion	270 min	62 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	13,9	ASA	SI
550 EPOS	6.898,00	5000 m2	72x56x32	Si	Li-ion	210 min	62 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	14,4	ASA	SI
535 AWD	6.041,00	3500 m2	93x55x29	Si	Li-ion	100 min	62 cm/s	Random/3lame	4	22	3-7	70%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	17,3	ASA	SI

KIT INSTALLAZIONE ESCLUSO

* A= automatico *AMC=Automower Connect Controllo remoto e localizzatore GPS



ArviPro
Attrezzature professionali per potatura

PS32 CUT PREVENT SYSTEM

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

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

PS 32

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

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

*in base al diametro di taglio in uso

www.cormaf.com - info@cormaf.com

CENTRO ASSISTENZA E RICAMBI

STIHL

DISTRIBUTORE AUTORIZZATO RICAMBI E MOTORI

RIVENDITORE ABBACCHIATORE ELETTRICO

ATRAX ELECTRIC 4

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

WIPER PREMIUM F SERIE

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



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

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

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

ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI

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

AMBROGIO TWENTY ZR

No installazione del filo perimetrale
 Twenty ZR è il nuovissimo robot rasaerba semplice, compatto, leggero, potente e veloce, che non necessita dell'installazione del filo perimetrale. Il robot è dotato delle più innovative tecnologie, che gli consentono di gestire e di "mappare" il giardino apprendendone le caratteristiche. La tecnologia ZR integra sistemi di intelligenza artificiale alla sensoristica radar, permettendo al robot di rilevare l'erba, riconoscere gli ostacoli a distanza (fermi e in movimento), i bordi ed il perimetro.



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 L250i Elite	3.370,00	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+	3.830,00	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 L400i B	12.450,00	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	14.800,00	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 ZR (NEW)	1.390,00	1.000 mq	453X296X220	SI	5,00 Ah	4 h 00	4.200	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	7,5	ABS	SI
NEXT line - Twenty Deluxe	1.120,00	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	1.440,00	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+	1.690,00	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 - Twenty 25 Deluxe (NEW)	1.750,00	1.400 mq	534x263x386 mm	SI	5,00 Ah	3 h 00	3.000	Random-Spiral	2 WD	25	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	10,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty 25 Elite (NEW)	2.050,00	1.800 mq	534x263x386 mm	SI	5,00 Ah	3 h 00	3.000	SDM	2 WD	25	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	10,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty 29 Deluxe (NEW)	2.350,00	2.500 mq	534x263x386 mm	SI	5,00 Ah	3 h 00	2.800	Random-Spiral	2 WD	29	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	13,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty 29 Elite (NEW)	3.070,00	3.500 mq	534x263x386 mm	SI	10,00 Ah	6 h 00	2.800	SDM	2 WD	29	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	13,00	ABS	SI
NEXT line - AMBROGIO 4.0 Basic	2.130,00		635X464X300 mm	SI			3.000	Random-Spiral	NP	25	2,0 - 6,5	45%	SI	Automatica	15,00/15,30/15,60	ABS	SI
NEXT line - AMBROGIO 4.0 Elite	2.950,00		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	3.590,00		784x536x330 mm	SI			2.500	SDM	NP	36	2,0 - 6,5	45%	SI	Automatica	18	ABS	SI
NEXT line - Power Unit LIGHT	470,00	1.000* mq (4.0 Basic)			2,9 Ah	1 h 30 min											
NEXT line - Power Unit MEDIUM	610,00	1.400* mq (4.0 Basic) - 2.200* mq (4.0 Elite)			5,8 Ah3 h (4.0 basic) - 2 h 45 min (4.0 Elite)												
NEXT line - Power Unit PREMIUM	730,00	2.200* mq (4.0 Basic) - 3.500* mq (4.0 Elite)			8,7 Ah4 h (4.0 basic) - 3 h 45 min (4.0 Elite)												
NEXT line - Power Unit EXTRA PREMIUM	1.050,00	3.500* mq (4.0 Elite)			8,7 Ah	3 h 45 min											
NEXT line - Power Unit ULTRA PREMIUM	890,00	6.000 mq (4.36 Elite)			10,35 Ah	4 h 00											
NEXTline - QUAD Elite	4.450,00	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.

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



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	SENOVENTE	LARGHEZZA/ALTEZZA DI TAGLIO CM	CAPACITÀ CESTO LT	RUMOROSITÀ dB (A)	PESO KG
EINHELL www.einhell.it															
BATTERIE DIPONIBILI															
MODELLI PXC (18 V - 2 Ah - 42,95 / 18 V - 2,6 Ah PLUS - 54,95 / 18 V - 4 Ah - 69,95 / 18 V - 5,2 Ah PLUS - 99,95 /															
CARICA BATTERIE RAPIDO 29,95 / CARICA BATTERIE TWINCHARGER 59,95 / CARICA BATTERIE ULTRARAPIDO 52,95 / STARTER KIT BATTERIA +CARICA 1,5-2-3-4 Ah)															
TAGLIASIEPI															
GE-CH 36/65 Li Solo	144,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	72									2,8
GE-CH 18/60 Li - solo	99,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	67									2,44
GE-CH 1855/1 Li SOLO	82,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	55									2,44
GE-CH 18/50 Li - solo	69,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	57									2,4
GE-CH 1846 Li solo	64,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	46									2
GE-CH 1846 Li Kit	114,95	COMPLETA	18 V - 2,0 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE	46									2
GC-HH 18/45 Li T - solo	99,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	40									4,3
GE-CG 18 Li solo	59,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									1
GE-CG 18/100 Li T - solo	74,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									0,7
GE-CG 18/100 Li - solo	54,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									0,7
GC-CG 3,6 li WT	33,95	COMPLETA	3,6 V - 1,3 Ah	NO	SPAZZOLE	10									0,5
GC-CG 3,6 Li	39,95	COMPLETA	3,6 V - 1,3 Ah	NO	SPAZZOLE	10									0,5
TAGLIABORDI/DECESPUGLIATORI															
GE-CT 18 Li SOLO	49,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,8
GC-CT 18/24 Li kit	99,95	COMPLETA	18 V - 2,0 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,2
GC-CT 18/24 Li P	77,95	COMPLETA	18 V - 1,5 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,2
GC-CT 18/24 Li P Solo	29,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,2
GE-CT 36/30 Li E Solo	104,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							30			4,2
DECESPUGLIATORI															
AGILLO	179,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS							30			6,5
AGILLO 18/200	149,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							30			6,8
MOTOSEGHE															
GE-LC 18 Li Kit	169,95	COMPLETA	18 V - 3 Ah -PXC	SI	SPAZZOLE			25 / OREGON							3
GE-LC 18 Li SOLO	99,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE			25 / OREGON							3
GE-LC 36/35 Li Solo	149,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS			35 / OREGON							3,9
POTATORI															
GC-LC 18/20 Li T - solo	104,95		18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20	1720								4
GE-LC 18 Li T SOLO	129,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20	1820	20 / OREGON							4
GE-HC 18 Li T SOLO	149,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	40	1820	20 / OREGON							5,5
RASAERBA															
GE-CM 36/47 S HW Li	699,95	COMPLETA	2+2 X 18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 43 Li M KIT	399,95	COMPLETA	2 X 18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS					PLASTICA	NO	43 / 25-75	63		17,7
GE-CM 36/43 Li M - solo	269,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 36/37 Li KIT	329,95	COMPLETA	2 X 18 V - 3 Ah - PXC	SI	SPAZZOLE										
GE-CM 36/37 Li - solo	199,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE										
GE-CM 18/33 Li KIT	209,95	COMPLETA	18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 18/33 Li - solo	1449,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 18/30 Li KIT	159,95	COMPLETA	18 V - 3,0 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS					PLASTICA	NO	30 / 30 - 70	25		8
GE-CM 18/30 Li - solo	109,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-HM 18/38 Li - solo	149,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE										
SOFFIATORI															
GE-CL 18 Li E SOLO	34,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE				ND / 210						1,3
GE-CL 18 Li E Kit	89,95	COMPLETA	18 V - 2 Ah - PXC	SI	SPAZZOLE				ND / 0-210						1,3
GE-CL 36 Li E SOLO	109,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS				ND / 0-210				45		3,3
GE-CL 36/230 Li E - solo	99,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI											
GE-LB 36/210 Li E - solo	109,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI											



ATTREZZATURE A BATTERIA



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 / 40-B70 36V 2 Ah/ Bli 20 - 36V 4 Ah /40-B140 36V-4 Ah / Bli 30 - 36V - 7,5Ah / Bli 100 - 36V - 2,5Ah / Bli 200 - 36V - 5,2 Ah / Bli 200X - 36V - 5,2 Ah / Bli 300 - 36V - 9,3 Ah / Bli 550X - 36V - 15,6 Ah / Bli 950X - 36V -31,1Ah														
CARICABATTERIE DISPONIBILI	40-C80 - 80W / QC 250 - 250W / QC 330 - 330W / QC 500 - 500W														
TAGLIASIEPI															
115 iHD45	283,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)	45								90	3,2
115 iHD45	460,00	Batteria Bli10 e caricabatteria QC80	36	SI	BLDC (brushless)	45								90	3,2
215iHD45	295,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)	45								/	3,2
215iHD45	475,00	Batteria 40-B70 e caricabatteria 40-C80	36	SI	BLDC (brushless)	45								/	3,2
120iTK4-H	401,00	Batteria Bli10 e caricabatteria QC80	36	SI	BRUSHED	50								94	4,5
520iHD60	601,00	Solo corpo macchina	36	SI	BRUSHED	60								94	3,8
520iHD70	630,00	Solo corpo macchina	36	SI	BRUSHED	70								94	3,9
520iHE3	720,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)	55	227							95	4,2
520iHT4	770,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)	55	346							94	5,5
DECESPUGLIATORI															
110iL	237,00	Solo corpo macchina	36	SI	BRUSHED		165,8							<85	3,3
110iL	365,00	Batteria 40-B70 e caricabatteria 40-C80	36	SI	BRUSHED		165,8							<85	3,3
115 iL	283,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)		165,8							70	3,45
115 iL	434,00	Batteria Bli10 e caricabatteria QC80	36	SI	BLDC (brushless)		165,8							70	3,5
215iL	293,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)		166							<85	3,1
215iL	449,00	Batteria 40-B70 e caricabatteria 40-C80	36	SI	BLDC (brushless)		166							<85	3,1
325iLk (multifunzione)	473,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)										2,4
520iLX	437,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)									76	3
520iRX	529,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)									76	3,8
535iRX	660,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)									96	4,9
535iRXT	700,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)									96	4,9
MOTOSEGHE															
120 i	322,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						86	3
120 i	523,00	Batteria Bli20 e caricabatteria QC80	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						86	3
340 i	600,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30-40 / 3/8" b.p.						88	
535i XP	595,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						93	2,6
T535i XP	656,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30 / 3/8" b.p.						93	2,4
540i XP	766,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30-40 / .325-3/8"						95	2,9
T540i XP	766,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)			30-40 / .325 mini						95	2,5
POTATORI															
530iPT5	794,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)		400	25 / 1/4"						83	5
120iTK4-P	429,00	Batteria Bli10 e caricabatteria QC80	36	SI	BRUSHED(spazzole)		304	25 / 1/4"-3/8"						97	4,1
RASAERBA															
LC353iVX	978,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Materiale composito	SI	53	60	95	28
LB146i	581,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Plastica (ABS)	NO	46		92	16,9
LC 137i	345,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Composito	NO	37	40	77	15
LC 141i	495,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Acciaio	NO	41	50	83	18,6
LC142iS	553,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Composito	NO	42	50	83	19
LC142i	436,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Composito	SI	42	50	83	17
LC 551iV	1.642,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Alluminio	SI	51	65	83	41
LB 553iV	1.614,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)					Alluminio	SI	53	/	83	38
SOFFIATORI															
120 iB	415,00	Batteria Bli20 e caricabatteria QC80	36	SI	BLDC (brushless)				10,3/46					83	2,1
325iB	462,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				11 N					/	2,4
340iBT	565,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				13,7/61					79	6,3
530iBX	683,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				12,4/49,6					77,6	2,9
525iB Mark II	553,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				11,6/48					82	2,4
550iBTX	702,00	Solo corpo macchina	36	SI	BLDC (brushless)				12,8/54					73	6,3

PELLENC
 ATTREZZATURE PROFESSIONALI A BATTERIA

ATTREZZATURE A BATTERIA

PELLENC
 ATTREZZATURE PROFESSIONALI A BATTERIA

MODELLO	PREZZO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	DOTAZIONE	ACCUMULATORI (V / Ah)	ACCUMULATORI INTERCAMBIABILI	TIPO DI MOTORE (spazzole / brushless)	LUNGHEZZA LAMA CM	LUNGHEZZA ESTESA GRUPPO DI TAGLIO	BARRA CM / TIPO CATENA	PORTATA/VELOCITA' ARIA (m ³ /min-m/s)	SCocca	SEMOVENTE	LARGHEZZA/ALTEZZA DI TAGLIO CM	CAPACITA' CESTO LT	RUMOROSITA' dB (A)	PESO KG
---------	---------------------------------	-----------	-----------------------	------------------------------	---------------------------------------	-------------------	-----------------------------------	------------------------	--	--------	-----------	--------------------------------	--------------------	--------------------	---------

PELLENC Distribuito da Pellenc Italia Srl - www.pellencitalia.com

EXCELION 2

Nuovo decespugliatore professionale a batteria Pellenc Excelion 2, disponibile sia con impugnatura doppia che singola, fa della potenza e dell'ergonomia le sue caratteristiche principali



BATTERIE DIPONIBILI

Batteria ULiB 250	batteria, zaino, caricabatterie	44V/5,6Ah								plastica					1,68kg
Batteria Alpha 260	batteria	44V/6Ah								plastica					2,5kg
Batteria Alpha 520	batteria	44V/12Ah								plastica					3,6kg
Batteria ULiB 750	batteria	44V/17Ah								plastica					4,5kg
Batteria ULiB 1200	batteria	44V/27Ah								plastica					6,3kg
Batteria ULiB 1500	batteria	44V/34Ah								plastica					7,5kg

TAGLIASIEPI

Helion 2	Tagliasiepi, bracciale, cordone		Brushless	27, 51, 63, 75cm						magnesio, alluminio e plastica				80dB(A)	3,5kg
Helion Alpha	Tagliasiepi, cinghia supporto		Brushless	51cm	218cm					magnesio, alluminio e plastica					3,9kg

DECESPUGLIATORI

Excelion Alpha	Tagliaerba con testina, cinghia di trasporto		Brushless							magnesio, alluminio e plastica		40cm			3,1kg
Excelion 2	Decespugliatore con testina, cinghia di trasporto		Brushless							magnesio, alluminio e plastica		42cm			

MOTOSEGHE

Selion M12 Evo	Motosega, fodero, guida, catena		Brushless	15cm	15cm - 25AP - 1/4"-1,3mm					magnesio, alluminio e plastica				84dB(A)	1,95kg
Selion C21 Evo	Motosega, fodero, guida, catena		Brushless	30cm	30cm - 25AP - 1/4"-1,3mm					magnesio, alluminio e plastica				84dB(A)	2kg

POTATORI

Selion T220/300 Evo	Motosega, fodero, guida, catena		Brushless	24cm	300cm 24cm - 25AP - 1/4"-1,1mm					magnesio, alluminio e plastica				80dB(A)	3,6kg
Selion T175/225 Evo	Motosega, fodero, guida, catena		Brushless	24cm	225cm 24cm - 25AP - 1/4"-1,1mm					magnesio, alluminio e plastica				82dB(A)	3,25kg

RASAERBA

Rasion 2 Easy	Rasaerba, portabatteria, cesto di raccolta, cordone		Brushless							magnesio, alluminio e plastica	60cm	70Lt	84dB(A)	29kg
Rasion 2 Smart	Rasaerba, portabatteria, cesto di raccolta, cordone		Brushless							magnesio, alluminio e plastica	60cm	70Lt	84dB(A)	30kg

SOFFIATORI

Airion 3	Soffiatore		Brushless					940m ³	plastica	si				79dB(A)	2,7kg
Airion BP	Soffiatore		Brushless					1455 m ³	plastica	si				80,5 dB(A)	6,8kg



Husqvarna®



**Rendi migliore il
tuo giardino**

PER RAGGIUNGERE NUOVE ALTEZZE

La potatura secondo Husqvarna è compattezza, leggerezza, praticità e potenza.

Nelle attrezzature a scoppio, con le funzionalità come Low Vib® e Air Injection™, si può contare sulle più elevate prestazioni, anche durante i lavori non-stop, anche nelle condizioni più impegnative.

SCOPRI TUTTE LE SPECIFICHE SUL SITO HUSQVARNA.IT

Motosega da potatura

T525



Motosega con impugnatura superiore da 27 cm³ estremamente leggera e ben bilanciata. Grazie all'accelerazione pronta, alla facilità di avviamento e all'affidabilità superiore, è una scelta efficiente per la rifinitura, la sramatura e la potatura della corona di alberi di piccole dimensioni.

📏 27,0 cm³ ⚙️ 1,1 kW ⚖️ 2,7 kg
🌀 1/4" / 3/8" mini 🔄 20-30 cm

Prezzo IVA inclusa

€ 560,00

Motosega da potatura

T525 SP



Motosega da potatura con nuova catena Husqvarna X-Cut SP21G .325" mini. Grazie all'accelerazione fulminea, alla facilità di avviamento e all'affidabilità superiore, è una scelta efficiente per la rifinitura, la sramatura e la potatura, nonché la cura degli ulivi.

📏 27,0 cm³ ⚙️ 1,1 kW ⚖️ 2,7 kg
🌀 .325" mini 🔄 25,4 cm

Prezzo IVA inclusa

€ 578,00

Motosega da potatura

T525 C



Motosega da potatura da 27 cm³ con barra carving. Estremamente leggera e ben bilanciata, è facile da avviare ed estremamente maneggevole. Tra le preferite per la rifinitura, la sramatura e la potatura, nonché la cura degli ulivi.

📏 27,0 cm³ ⚙️ 1,1 kW ⚖️ 2,7 kg
🌀 1/4" 🔄 20-30 cm

Prezzo IVA inclusa

€ 593,00



TAPPI FLIP-UP

I tappi Flip-up facilitano l'apertura anche con guanti spessi.



COPERCHIO FILTRO ARIA A SGANCIO RAPIDO

Il coperchio a sgancio rapido ti aiuta a risparmiare tempo in caso di pulizia o sostituzione del filtro aria.

Potatore ad asta
525P5S



Potatore da 25,4 cm³ con asta smontabile con una grande distanza raggiungibile e facilità di trasporto tra i vari siti di lavoro. Il peso ridotto, l'ergonomia eccellente e il bilanciamento superiore permettono di lavorare in tutta comodità anche nella vegetazione più folta.

📏 25,4 cm³ ⚙️ 1,0 kW ⚖️ 6,4 kg ⚙️ 3/8"mini 📏 340 cm

Prezzo IVA inclusa

€ 915,00

MOTORI X-TORQ

Rispettoso dell'ambiente

Insieme, possiamo ridurre al minimo il nostro impatto ambientale. Ecco perché i potatori ad asta Husqvarna sono progettati per ridurre il consumo di carburante e le emissioni, per il bene del tuo ambiente di lavoro e dell'ambiente in generale.

I motori Husqvarna X-Torq® offrono un'ottima efficienza di combustione, senza compromessi in termini di potenza o coppia.

Potatore ad asta
525P4S



Progettato per la massima manovrabilità, questo potatore ad asta da 25,4 cm³ offre un'ergonomia eccellente e un bilanciamento superiore, per evitare lo stress e le sollecitazioni derivanti da posture di lavoro improprie.

📏 25,4 cm³ ⚙️ 1,0 kW ⚖️ 5,3 kg ⚙️ 3/8"mini 📏 243 cm

Prezzo IVA inclusa

€ 850,00

RISULTATI ECCELLENTI

Ergonomia e semplicità d'uso

I potatori ad asta Husqvarna sono dotati di numerose funzionalità intelligenti. La funzione Smart Start® consente di iniziare a lavorare rapidamente con il minimo sforzo, mentre il comodo cinghiaggio e le impugnature morbide, assicurano comfort ed ergonomia.

**MAGGIORE ESTENSIONE,
PIENO CONTROLLO**

Punta più in alto con la serie 500 dei potatori ad asta Husqvarna. Lunga estensione, minime vibrazioni, leggerezza e design ben bilanciato rendono facile il raggiungimento di nuove altezze. Per maggiori informazioni visita husqvarna.it/prodotti/potatori-ad-asta





AUTOMOWER® 405X

Modello ad alte prestazioni, adatto per prati più piccoli. Taglia prati complessi fino a 600 m², gestendo sia passaggi stretti che pendenze fino al 40% con risultati perfetti.

🏠 600 m² 📏 40%

Prezzo IVA inclusa

€ 2.086,00



AUTOMOWER® 415X

Combinando prestazioni eccellenti e facilità d'uso, questo modello è la scelta perfetta per ogni giardino di medie dimensioni. Taglia prati complessi fino a 1.500 m², gestendo pendenze fino al 40%.

🏠 1.500 m² 📏 40%

Prezzo IVA inclusa

€ 2.782,00



AUTOMOWER® 435X AWD

Semplifica i lavori sui giardini più impegnativi fino a 3.500 m². Gestendo prati con un' impressionante pendenza del 70% (35°), garantendo ottimi risultati nelle aree collinari.

🏠 3.500 m² 📏 70%

Prezzo IVA inclusa

€ 5.921,00

Semplicemente , Husqvarna Automower®

Che cosa serve per consentire a un robot tagliaerba di assicurare un prato perfetto in ogni giardino nonostante intemperie, dislivelli, passaggi stretti e altri ostacoli? La nostra risposta è più di 25 anni di innovazione, test e sviluppo continuo. Fin dal 1995 abbiamo migliorato costantemente, per creare la gamma di robot tagliaerba più completa, collaudata ed affidabile sul mercato.

SCOPRI LA GAMMA
PREMIUM X-LINE SUL
SITO HUSQVARNA.IT



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





CAMPAGNA TESSERAMENTO 2022

Hai idee e proposte che potrebbero favorire la crescita ed il benessere della tua impresa ma non riesci a far sentire la tua voce?

Hai bisogno di un punto di riferimento per informazioni di carattere legislativo che supportino la crescita della tua attività difendendo i tuoi interessi?

Noi di **Federacma** da anni ci battiamo nell'**interesse di tutta la categoria**.

Se anche tu vuoi far parte della nostra squadra per *far sentire la tua voce, le tue richieste, i tuoi bisogni*, **UNISCITI A NOI** come hanno già fatto tantissimi colleghi del settore macchine da giardino



UNISCITI A NOI



<https://www.federacma.it/diventa-socio/>

0

invia una mail a segreteriaassociati@federacma.it



Per info e contatti: unagreen@federacma.it

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



MyPlant & Garden - 23 al 25 febbraio 2022 - Fiera Milano-Rho.

MyPlant & Garden presenterà a febbraio 2022 il meglio delle produzioni, delle proposte, delle tecnologie, delle innovazioni agli operatori delle filiere del verde vivo e costruito.

Nel contesto di questa fiera, **Venerdì 24 febbraio dalle ore 15.00 alle 16.30**, Sala Convegni, Pad.20 area M48, abbiamo organizzato con ASSOFORO il convegno su: **"Gestione e valorizzazione di sfalci e ramaglie. Aspetti normativi e attrezzature che ne consentono la sostenibilità"**. L'incontro è propedeutico alla richiesta di contributi pubblici da destinare a privati e professionisti del verde che utilizzeranno queste macchine.

Partecipate! Partecipate! Partecipate!



FIERAGRICOLA VERONA 2/5 MARZO NOI CI SAREMO! - PAD. 7 stand F11

Dopo la positiva esperienza vissuta alla scorsa EIMA 2021, saremo presenti anche a Fieragricola nello stand istituzionale di Federacma, per incontrare tutti i nostri colleghi, per salutarci, scambiarci idee e suggerimenti. Il giorno 3 Marzo ore 15.00, abbiamo organizzato un incontro con i rivenditori di macchine per il verde con tre temi principali:

- Gli addebiti della manodopera coprono i costi?
 - Le estensioni di garanzia sul nuovo e le garanzie sull'usato per le macchine da giardino per uso hobbystico e professionale
 - Utilizzazione dei finanziamenti nel settore delle macchine da giardino anche per le officine
- Ti aspettiamo!



FIERAGRICOLA
115th International Agricultural Technologies Show

2 5 MARZO
2022
VERONA

Per info e contatti: unagreen@federacma.it

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

Cub Cadet[®]

XZ6
ENDURO SERIES™

NEW



BUILT IN
AMERICA
SINCE 1961

Cub Cadet[®]



**IMBATTIBILE
SULLE PENDENZE!**


www.cubcadet.it

PLATFORM BASKET

campbell.it/it.com 05221

ALL'ALTEZZA DI OGNI SITUAZIONE PER
LA MANUTENZIONE DEL VERDE

PLATFORM
BASKET

PLATFORM BASKET

Via Montessori, 1 - 42028 Poviglio (RE) Italy
Tel. +39 **0522 967666** - Fax +39 0522 967667
E-mail: info@platformbasket.com

platformbasket.com

Made in Italy



IL FUTURO DEL GIARDINAGGIO È OGGI.

FREELEXXO è la soluzione a tutti i problemi
del tuo giardino.



RICHIEDI IL NUOVO CATALOGO GIARDINAGGIO 2022

POWER X-CHANGE

ROBOT TAGLIAERBA POWER X-CHANGE

FREELEXO
750 LCD BT+



SENSORE PIOGGIA
per taglio ottimale



FUNZIONE MULTI AREA
per giardini intricati



APP
controllo via smart phone
con Bluetooth



SISTEMA ANTI FURTO
tramite PIN e segnale
di allarme



DISPLAY LCD
(solo per FREELEXO+) per
controllo semplificato delle
impostazioni



SENSORI DI SICUREZZA
massima sicurezza contro
impatti, cadute e ribaltamenti



PROGRAMMABILE
per ogni singolo giorno



SILENZIOSO
il tuo giardino - la tua oasi
di pace



MODALITÀ ECO-LOGICA
Risparmio energetico
costante: fa bene al
portafoglio e all'ambiente



TAGLIO PERSONALIZZATO
Taglio mirato in punti
specifici, ad esempio
sotto i mobili da giardino



GIARDINI SEPARATI
Modalità di taglio per giardini
complessi con aree erbose
separate

SCOPRI I ROBOT TAGLIAERBA POWER X-CHANGE DI EINHELL

Che si tratti di piccoli giardini o di grandi aree erbose, con diversi modelli di robot tagliaerba Power X-Change, kit di accessori e opzioni di impostazione hai il robot giusto per ogni giardino. Ci sono 2 modi per creare un set Freelexo personalizzato su misura per il tuo giardino:

DUE MODI PER VIVERE IL TUO FREELEXO

PACCHETTO COMPLETO



MODELLI "SOLO"



- 18 V
- Motore senza spazzole
- Larghezza di taglio: 18 cm
- Regolazione altezza taglio: 20 - 60 mm
- Sensore pioggia
- Pendenza fino 35%
- Sensori di sicurezza e protezione antifurto
- Opzione multi-area per giardini sconnessi
- Display per impostazioni
- Collegamento tramite Bluetooth all'APP
- Kit perimetrale per 800 mq
- 3 lame di ricambi

FREELEXO

800 LCD BT

€ 789,95

Art. 3413953

MODELLO SOLO
(senza batteria)



- 18 V
- Motore senza spazzole
- Larghezza di taglio: 18 cm
- Regolazione altezza taglio: 20 - 60 mm
- Sensore pioggia
- Pendenza fino 35%
- Sensori di sicurezza e protezione antifurto
- Opzione multi-area per giardini sconnessi
- Display per impostazioni
- Collegamento tramite Bluetooth all'APP

FREELEXO

800 LCD BT

€ 699,95

Art. 3413950

MODELLO SOLO
(senza batteria)



- 18 V
- Motore senza spazzole
- Larghezza di taglio: 18 cm
- Regolazione altezza taglio: 20 - 60 mm
- Sensore pioggia
- Pendenza fino 35%
- Sensori di sicurezza e protezione antifurto
- Opzione multi-area per giardini sconnessi
- Tastiera per impostazioni
- Collegamento tramite Bluetooth all'APP
- Kit perimetrale per 450 mq
- 3 lame di ricambi

FREELEXO

450 BT

€ 729,95

Art. 3413944

MODELLO SOLO
(senza batteria)



- 18 V
- Motore senza spazzole
- Larghezza di taglio: 18 cm
- Regolazione altezza taglio: 20 - 60 mm
- Sensore pioggia
- Pendenza fino 35%
- Sensori di sicurezza e protezione antifurto
- Opzione multi-area per giardini sconnessi
- Tastiera per impostazioni
- Collegamento tramite Bluetooth all'APP

FREELEXO

450 BT

€ 649,95

Art. 3413940

MODELLO SOLO
(senza batteria)



- 18 V
- Motore senza spazzole
- Larghezza di taglio: 18 cm
- Regolazione altezza taglio: 20 - 60 mm
- Sensore pioggia
- Pendenza fino 35%
- Sensori di sicurezza e protezione antifurto
- Tastiera per impostazioni
- Kit perimetrale per 300 mq
- 3 lame di ricambio

FREELEXO

300

€ 619,95

Art. 3413961

MODELLO SOLO
(senza batteria)



PRATO PERFETTO TUTTO INCLUSO.

E Einhell

ACQUISTA UN ROBOT TAGLIAERBA
potrai avere in omaggio
un tagliabordi
+ starter kit 18V - 2.0 Ah
+ kit cavi e picchetti per 300 mq

A SOLO

~~€ 734,95~~

€ 639,95

Art. 3413961



Prezzi consigliati al pubblico.

POWER X-CHANGE



RICHIEDI IL NUOVO CATALOGO GIARDINAGGIO

Una grande scelta di tagliaerba, soffiatori, tagliabordi, seghe, decespugliatori, tagliasiepi, motozappatrici e pompe.

Scrivi a info@einhell.it o chiama il numero +39 031992080

UNA GAMMA COMPLETA

Oltre 150 articoli per il tuo giardino con alimentazione a batteria, elettrica o a scoppio.

