

MG



N.271 - MARZO 2022 - MENSILE | EPT - Via P. Meloni, 11 - 37138 VERONA | www.ept.it | ept@ept.it

NUOVO, UNICO, INIMITABILE! GRINDER INOX



100% Made in Italy



www.marinasystems.it - commerciale@marinasystems.it



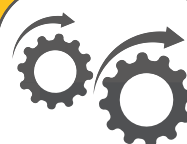
Compatta
Compact



Leggera
Light



**Per lavori
interfilari**
For interfilars



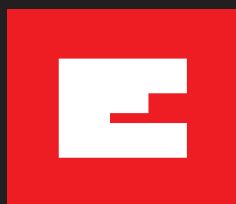
**2 marce
anteriori**
2 front gear

ZEN 50.20 SG

motozappa benzina < gasoline tiller



Scopri tutte le caratteristiche,
scansiona il QR code



Einhell

010

COLLEZIONE PRIMAVERA

FUORICLASSE IN GIARDINO

Tagliaerba a batteria

~~€ 459,95~~
€ 379,95

Art. 3413130

2 Batterie 18V - 4.0Ah incluse
Taglio 43 cm

Tagliaerba a batteria

~~€ 354,95~~
€ 299,95

Art. 3413170

2 Batterie 18V - 3.0Ah incluse
Taglio 37 cm

Tagliaerba a batteria

~~€ 239,95~~
€ 199,95

Art. 3413260

Batteria 18V - 4.0Ah inclusa
Taglio 33 cm



Promozione valida presso i rivenditori aderenti fino al 31 Maggio 2022

POWER X-CHANGE

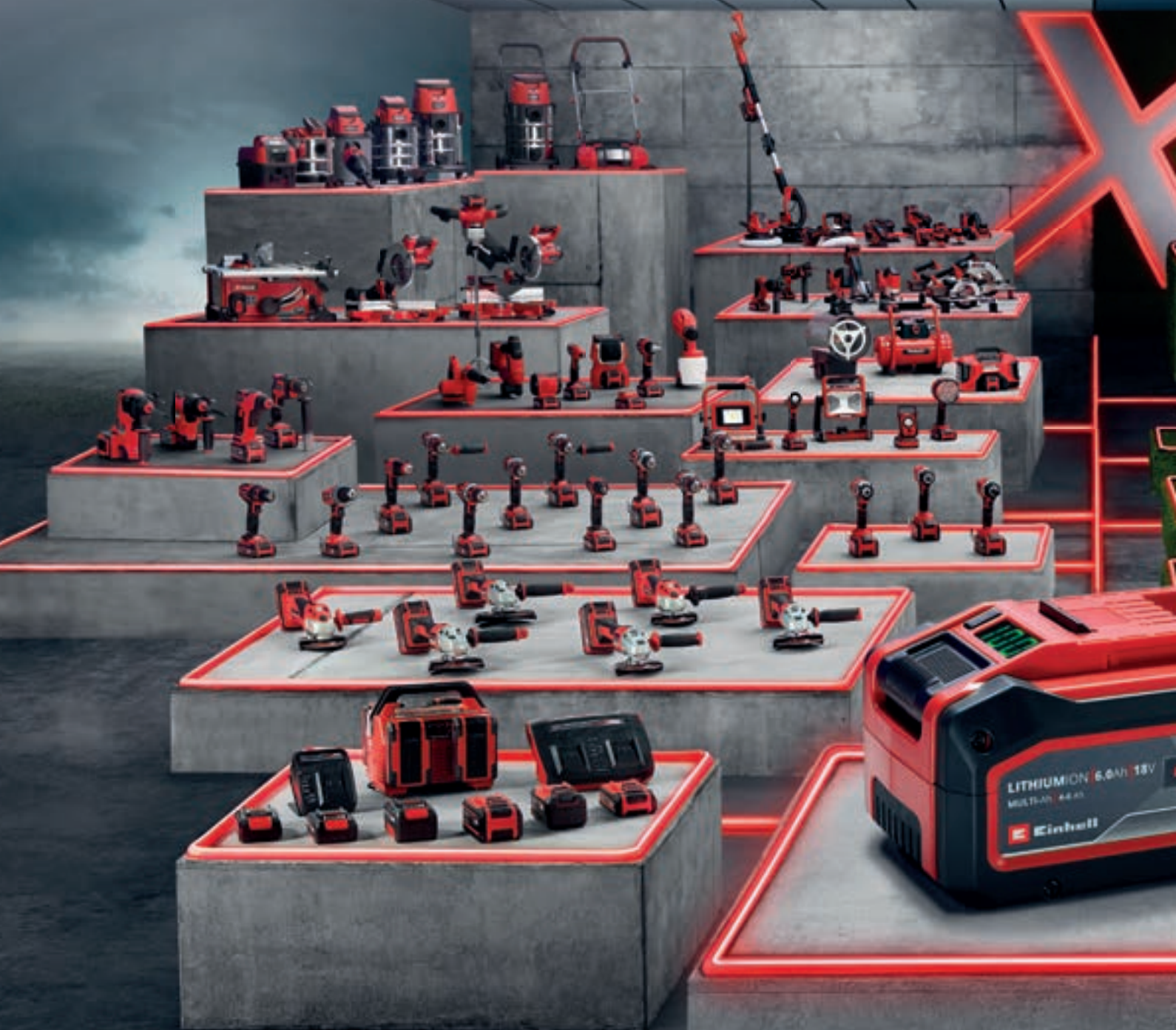
Visita il sito einhell.it

Einhell Italia





Einhell



POWER X-CHANGE

Visita il sito einhell.it



1 BATTERIA.

PER PIÙ DI 200 ARTICOLI.

SOLO CON EINHELL



enti di primavera. Ancora indecifrabili. Qualche folata alle spalle, qualche altra in faccia. A favore e contro. Caldi e freddi. Il ricordo del 2021 da una parte, la tela più o meno bianca dell'anno nuovo dall'altra. I segnali di burrasca si mescolano alle certezze che il giardinaggio ha sempre regalato, in un mercato che non s'è ancora rivelato del tutto semplicemente perché la corsa è appena iniziata. La bilancia resta incerta, a metà fra l'impennata dei prezzi che non fa certo bene e il desiderio di lasciarsi andare, pur tenendo sotto controllo i conti, perché non sarà una macchina da giardino a farli saltare in aria. Il rivenditore ha messo tutto in preventivo, ha riempito i suoi magazzini, ha rischiato ma facendo i suoi bei calcoli e arrivando alla conclusione che un prodotto per essere venduto va tenuto in casa. L'imprenditore ragiona così, la base di tutto. L'anno sarà complesso, ma non necessariamente freddo. Pieno di ostacoli, ma non per forza insormontabili. Vale la pena osare, cavalcare l'onda lunga della stagione scorsa anche se stavolta potrebbe essere tutt'altra storia. Tempo al tempo, in attesa dei primi squilli. L'aria non è leggera, ma per nessuno. Macrovariabili che s'addensano nei cieli del mondo, sotto varie forme. Difficile pretendere troppe schiarite, impossibile intravedere a breve il sereno. Ma anche nelle difficoltà il garden tante volte ha imparato a camminare da solo, anche a correre, senza mai lasciarsi troppo intimidire. Sarà così anche stavolta, perché davanti ad ogni problema esiste una soluzione. Anche le più ingegnose, anche le più sottili.

Val bene tutto pur di far passare la tempesta, trasformando i freni in acceleratori. Non sarebbe la prima volta, basti pensare alla primavera di due anni fa. A quegli orizzonti bui illuminati all'improvviso. A quelle notti piene di pensieri tradotti poi in grandiose strategie. È tempo di rimboccarsi le maniche, di gettarsi nella mischia, di dimostrare di essere più forti del vento contrario. E pure delle raffiche più potenti, perché arriveranno anche quelle.

MG
è organo ufficiale di

UNAGREEN
& **AssoGreen**
by
FEDERACMA

segreteria Tel. 06/87420010
Per info e contatti: unagreen@federacma.it

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
EDITORIA DI SETTORE

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

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

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

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

INFORMATIVA

Sia che la rivista sia pervenuta in abbonamento o in omaggio, si rende noto che i dati in nostro possesso sono impiegati nel pieno rispetto del Regolamento Europeo 679/2016 (c.d. "GDPR"). L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla succitata legge. In conformità a quanto disposto, si comunica che presso la nostra sede di Verona, via 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.





dalle aziende

- 35** Grin mette la quinta
 «La qualità in primis»

federacma

- 60** I nodi dello specialista,
 le grandi chiavi del 2022

filo diretto

- 52** Sborgia Paolo
 La firma di Sborgia
 «Il servizio in primis»

- 58** Eurofarm
 «Grandi aspettative
 anche per il 2022»

focus

- 10** Federico Simone AIPV
 AIPV protagonista anche a MYPLANT.
 E il 24 e 25 giugno c'è l'AIPV day 2022

il punto

- 30** Alessandro Fontana
 «Controlliamo bene i costi fissi»



inchiesta

- 12** Le infinite vie
 del trattorino

l'opinione

- 56** Roberto Dose
 «Pochi segnali, ma il giudizio
 vero lo darà la primavera»

marketing verde

- 54** Alessandro Di Fonzo
 «Cliente, terreno da concimare»

mercato

- 34** L'euforia del 2021,
 mercato-record

professionisti

- 44** Arianna Tomatis
 «Un piano del verde
 per ogni comune»

punto vendita

- 64** «Lo specialista?
 Carico più che mai»

rubriche

- 36** News
48 Vetrina
26 Vetrina trattorini

66 Tuttomercato



NAVIMOW
H 500E



NAVIMOW
H 800E



NAVIMOW
H 1500E



NAVIMOW
H 3000E

Scegli una vita **senza confini**

Siamo lieti di annunciare che abbiamo concluso come Blue Bird 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 del marchio **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 per l'Italia**, il che ci porrà in prima linea all'interno del mercato dei robot con un prodotto estremamente evoluto e dalle caratteristiche uniche, che sarà disponibile esclusivamente presso i nostri rivenditori

selezionati. 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, la qualità della costruzione e dei materiali è ai massimi livelli e il design dei robot è molto accattivante, aspetto che ha permesso di ottenere il premio reddot winner 2021.

Il **Red Dot Design Award** è uno dei maggiori e più importanti premi del design mondiale. Lo scopo del premio è di onorare la qualità eccezionale di progettisti e produttori.

Fabbrica motori dal 1978

Blue Bird
Industries

BLUE BIRD INDUSTRIES
DISTRIBUTORE ESCLUSIVO SEGWAY PER L'ITALIA

www.bluebirdind.com - info@bluebirdind.com



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

Un vero successo la fiera di Milano-Rho per l'associazione italiana professionisti del verde, fra convegni di qualità e nuovi soci. L'attività va avanti a gran ritmo. Il prossimo grande appuntamento è la due giorni alla Fondazione Minoprio

AIPV PROTAGONISTA ANCHE A MYPLANT. E IL 24 E 25 GIUGNO C'È L'AIPV DAY 2022

di Federico Simone, Delegato AIPV - Regione Lombardia

Lo scorso 25 febbraio si è conclusa alla fiera di Milano-Rho la VI edizione di Myplant & Garden (International Green Expo), la fiera di riferimento del settore dell'orto-florovivaismo, del giardinaggio e della cura del verde più importante d'Italia. AIPV era presente con il proprio stand presso il padiglione 20 (stand K38) per incontrare i propri associati, le aziende del settore e i partner di AIPV più nuovi potenziali iscritti. Ma non solo. L'associazione infatti è stata protagonista di due convegni di rilevante importanza ed attualità per il settore del verde. Il giorno 23 si è parlato di sicurezza nei cantieri del verde grazie al contributo di ATS Città Metropolitana di Milano, Ispettorato del Lavoro di Milano, Formazione 3T e Centroimpresa di Lodi.

In particolare, la tematica affrontata ha riguardato i cambiamenti introdotti dalla L. 215/21 sul rafforzamento della disciplina in materia di salute e sicurezza sul lavoro con il forte contrasto al lavoro irregolare.

Abbiamo potuto trattare le caratteristiche della sicurezza specifiche per il cantiere del verde approfondendo il ruolo del preposto. Focus speciale è stato orientato verso l'utilizzo dei fitosanitari e la pianificazione dell'organizzazione mediante l'inquadramento dei ruoli, delle competenze e delle procedure.

Anche l'allestimento dello stand AIPV ha voluto





evidenziare e rimarcare l'importanza di una corretta installazione di un cantiere del verde predisponendo tutte le misure di sicurezza necessarie ed anche la segnaletica appropriata.

Il giorno 25, nell'ultimo giorno della fiera, si è svolto il secondo convegno organizzato da AIPV sulla gestione ecosostenibile delle aree verdi. Un tema, come s'è accennato in precedenza, di grande attualità che ha visto protagonisti alcuni professionisti del settore come la dottoressa Bettinelli della Fondazione Edmund Mach, il dottor Giovanni Rota Martir tecnico esperto nella difesa naturale e biologica, Edgardo Ticozzi esperto in sementi per tappeti erbosi, Alberto Bettinelli produttore di prato biologico, Luca Rolando tecnico esperto di verde urbano.

In questo incontro si è voluto comunicare ai professionisti della filiera l'importanza di orientarsi verso una modalità di lavoro maggiormente rispettosa per l'ambiente, basata su un approccio tradizionale in coniugazione con l'utilizzo di prodotti naturali. Sono state esposte le esperienze maturate dai relatori nel campo della costruzione e gestione di tappeti erbosi in ambiti di tutto rilievo come il MUSE a Trento e i giardini delle terme di Merano.

Vista la tematica trattata si è voluto fare un importante accenno al ruolo centrale che i prati fioriti rivestono per una gestione sostenibile del verde, illustrando con un'importante sequenza fotografica l'esperienza maturata in Francia nella nell'ambito di un progetto di recupero sia naturalistico sia ornamentale ed in Italia esaltando la qualità e l'importanza della scelta varietale

da impiegare a seconda che l'installazione sia destinata ad un utilizzo urbano, estensivo o per la diffusione dei pronubi.

I seminari sono stati trasmessi in diretta tramite piattaforma Zoom e Facebook, in collegamento anche gli studenti dell'Istituto agrario G. Cantoni di Treviglio.

Questa edizione del MyPlant ha permesso a tutti gli attori della filiera del verde di re-incontrarsi e riprendere il contatto in presenza dopo le prolungate restrizioni a causa del covid. A detta dei soci, che numerosi hanno frequentato lo stand di AIPV, il Myplant & Garden stata una grande opportunità per ricominciare a frequentarsi di persona ed il successo di quest'edizione è stato confermato dall'acquisizione di numerosi nuovi soci AIPV provenienti da tutta Italia.

Sulla scorta dell'entusiasmo per il proprio lavoro e stimolati dal confronto costruttivo che solo l'attività associativa può offrire ed il grande riscontro di pubblico il Myplant & Garden possiamo comunicare che le delegazioni regionali AIPV stanno organizzando, ciascuna sul proprio territorio, nuove opportunità di incontro e di crescita attraverso iniziative formative.

Il prossimo grande impegno e appuntamento nazionale per AIPV ci farà ritrovare tutti in Fondazione Minoprio per la due giorni dell'AIPV DAY edizione 2022.

**Vi aspettiamo
il 24 e 25 giugno 2022,
non potete mancare!**

Macchine sempre più complete. E pure intelligenti. Forte la spinta dell'ultima stagione, da calibrare ora con gli inevitabili freni del momento ma anche col desiderio di continuare a marciare veloce

LE INFINITE VIE DEL TRATTORINO

Un grande 2021, un futuro tutto da scrivere, probabilmente un nuovo posizionamento sul mercato. Il trattorino è in fermento, per tanti motivi. Dalle nuove tecnologie alla batteria all'orizzonte, dalla concorrenza dei robot ad un mercato che di volta in volta riscrive le sue regole. E non sempre per volontà sua. Ha detto molto l'ultimo periodo, fra chi dal mercato s'è defilato prendendo una posizione netta e chi nel trattorino ha continuato ad investire. Il momento è di quelli importanti, al

di là delle grandi variabili che tanto determinano ma che poco possono essere previste. Di certo la macchina l'anno scorso ha garantito buone vendite, come ha ribadito chiaro e tondo il quadro Comagarden coi numeri del giardinaggio voce per voce. A doppia cifra l'incremento, del 10,7% rispetto al 2020. Dati alla mano, da 21.463 a 23.753 macchine in dodici mesi ad alto ritmo anche se con qualche frenata al rettilineo conclusivo. Ha sorriso il trattorino, ma meno del rasaerba (+12,9) e soprattutto dei robot (+31,9), altra





violenta accelerata fino a sfiorare ormai i 35mila pezzi. Il trattorino ha seguito l'onda lunga del mercato, s'è fatto trasportare dalla corrente ma anche saputo imporre il suo ritmo grazie a prodotti innovativi e varianti sparse, grazie a linee consolidate ed altre parecchio fresche diventate corposi valori aggiunti. Il gradimento non è solo per la parte romantica, per chi è sempre stato uno dei grandi re del giardino fra l'altro senza alcuna voglia di abdicare. L'ultima pagina scritta è parecchio fitta, ricca di appunti e piena di spunti interessanti. Di finestre sul futuro e solide radici, in un mondo del taglio in evoluzione ma sempre ancorato a vecchi cari concetti. Quelli che il trattorino ha sempre saputo racchiudere e custodire con grande orgoglio. Anche adesso, con tanti altri attori sulla scena e gerarchie non più così scontate com'era un tempo. Senza mai fare un passo indietro. Sempre guardando a quel che sarà.

I SEGNALI DEL 2021. Non solo i numeri hanno dato ragione al trattorino. C'è un trend a cui vale la pena dare ascolto, c'è un mercato che promette di essere ancora ricettivo seppur da tarare con prezzi che non potevano non salire dopo gli aumenti che hanno toccato tutto e tutti, c'è un utilizzatore ancorato alla macchina che ha ormai da tempo ma anche quello che un passo in avanti l'ha fatto. E ci sono i piani lucidi delle aziende così come la spinta degli specialisti. L'anno che il giardinaggio s'è lasciato alle spalle ha detto molto, anche se nel 2020 i trattorini venduti furo-

Un nuovo concetto di tosaerba



RAYMO è un tosaerba professionale totalmente elettrico.
Rappresenta la soluzione ai problemi relativi a rumore, emissioni, sicurezza dell'operatore, manutenzione dei pendii e costi di esercizio e gestione dei professionisti del verde.



OBERTO

OBERTO S.R.L.

Via Nicola Sasso, 14 - 12045 FOSSANO (CN) - Italy

Tel. +39 0172 60216

info@oberto.eu • www.oberto.eu

no 25.993 e per arrivare a quel tetto all'appello ne mancherebbero ancora duemila. Nessuna rincorsa frenetica però, nessun inseguimento. Il trattorino va avanti per la sua strada, seguendo i suoi ritmi, cercando di capire il più possibile il mercato e di comportarsi di conseguenza. In un'operazione non facile ma neanche così impossibile, soprattutto visto il terreno virtuoso in cui s'è sempre mosso.

«Per quanto riguarda **AL-KO**», evidenzia Luca Corbetta, product marketing manager della filiale italiana della casa tedesca, «i primi segnali sono di un notevole incremento di richieste e di vendite. Chiaramente le vendite sono state impattate dalla problematica di mancanza di materiale che tutti conosciamo e che si protrarrà anche nel 2022».

«Le vendite di trattorini nel 2021», il fermo immagine dell'ufficio marketing di **Blue Bird**, «sono state molto soddisfacenti, la domanda è stata molto sostenuta e anche superiore alla nostra capacità di consegna. Si tratta della continuazione di un trend degli ultimi anni che ha visto una continua e solida crescita delle vendite».

«I dati diffusi da Comagarden sul mercato italiano», il punto di partenza di Giovanni Masini, marketing director di **Emak**, «segnalano una crescita del segmento dei trattorini di oltre il 10% nei 12 mesi del 2021 rispetto al pari periodo del 2020. Emak, nello stesso arco temporale, ha re-

gistrato un aumento delle vendite dei trattorini a marchio Efco e Oleo-Mac con un tasso decisamente superiore».

«Anche per il trattorino la stagione scorsa ha confermato il trend di crescita di tutto il comparto garden», la conferma di Diego Dalla Vecchia, responsabile marketing e della comunicazione di **Fiaba**.

«Per **Grillo**», rileva il responsabile commerciale e marketing Stefano Grilli, «i segnali sono stati molto positivi. La richiesta, dopo un 2020 in cui il primo semestre ha segnato un frenata generale negli acquisti, da fine anno e per tutta la stagione 2021 è progressivamente ripartita fino a raggiungere livelli al di sopra delle migliori aspettative, ma anche delle nostre potenzialità produttive, tale da richiedere una accelerazione in alcuni importanti investimenti pianificati per il successivo triennio».

«Per la vendita dei trattorini della linea domestica», evidenzia Roberto Foti Belligambi, territory sales manager Turf & Golf di **John Deere Italiana**, «anche l'anno appena passato, nonostante le molte difficoltà derivanti di vari fattori esterni, è stato un anno tutto sommato positivo».

«Per quanto riguarda Cub Cadet», il punto di Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «nonostante le difficoltà di approvvigionamento che hanno caratterizzato tanti settori produttivi, abbiamo assistito ad un ulteriore



solo[®]
by **AL-KO**



MONDO BATTERIA
solo[®] by **AL-KO** **36V**



www.alko-garden.it





crescita della domanda».

«I segnali sono stati positivi», sottolinea Francesco Del Baglivo, marketing product manager di **Stihl Italia**, «perché il mercato del trattorino ha ripreso a salire. Crediamo che una maggiore disponibilità di macchine avrebbe ulteriormente incrementato la crescita. La domanda da parte dell'utilizzatore è stata alta ma non sempre soddisfatta».

LUNGO PERIODO. Regolarità, la parola d'ordine. Senza troppe oscillazioni. Nessun andamento davvero sinusoidale, il mercato ha spesso negli ultimi anni vissuto di stabilità. Senza mai arrampicarsi su vette altissime, senza mai precipitare. «Dal 2014», il quadro di Giovanni Masini di **Emak**, «le vendite in Italia dei trattorini si sono attestate in un range che va da un minimo di quasi 20.000 pezzi venduti nel 2016 al picco di circa 26.000 unità del 2019. Al calo di vendite del 2020 è seguita una ripresa nel 2021, con un crescita di oltre il 10% sull'anno precedente».

«Guardando gli ultimi quattro-cinque anni», la fotografia di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «il trattorino sembra abbia raggiunto un plateau di stabilità. Questo dovuto anche alla crescita parallela di macchine antagoniste tipo le zero turn». «La parabola per **Grillo**», racconta Stefano Grilli, «ha avuto un andamento marcatamente positivo, in quanto l'apprezzamento per le nostre soluzioni che puntano a qualità e performances, in questi anni "non facili" è stato confermato ben oltre le

previsioni. Abbiamo avuto l'ulteriore conferma che quando i mercati vivono tensioni economiche, il prodotto di qualità è quello che meno ne risente e paradossalmente anche crescere».

«Se andiamo ad analizzare l'ultimo decennio, fra qualche alto e basso», il quadro di Roberto Foti Belligambi di **John Deere Italiana**, «il numero di trattorini venduti in Italia è rimasto pressoché invariato. Mentre si sono praticamente raddoppiate le unità vendute di macchine ZTrak domestiche. Per cui si può sicuramente affermare che il mercato delle macchine a motore con operatore a bordo hanno avuto comunque una discreta e continua crescita».

«Il mercato dei trattorini», la fotografia di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «è stabile da diversi anni in Italia. Nonostante ciò, su alcune categorie specifiche, registriamo una ripresa della domanda, con valori molto incoraggianti per il futuro».

«A parte il 2020, che ha avuto una leggera flessione, negli ultimi anni», osserva Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «il mercato dei trattorini ha registrato un interessante incremento. Questo risultato è avvalorato se consideriamo che anche quello dei robot è un mercato costantemente in crescita».

INCOGNITA 2022. Punto di domanda, ma fino a un certo punto. C'è fiducia nell'aria, anche un bel po', nonostante gli aumenti dei prezzi e qualche incertezza di troppo. La chiave è nel po-



WWW.IBEA.IT

tere di spesa della gente, costretta a fare i conti con costi più alti non solo dell'energia e stipendi che non lievitano. Almeno non in Italia, a differenza di quel che è stato negli ultimi anni in altri Paesi. Germania in primis. Conti da fare, in tutti i sensi. A partire dall'hobbista, dalla classica signora Maria e dal suo portafogli fino alle altre fasce. L'interrogativo c'è, ma i primi segnali paiono piuttosto rassicuranti. Sarà per la capacità delle aziende di saper innovare, sarà perché il giardinaggio col covid ha preso ulteriore slancio, sarà perché in fondo per chi ha il piacere di tagliare l'erba farlo con una bella macchina ha sempre un sapore diverso, sarà per quello spirito di reazione dopo tanto tempo con le mani legate, fatto sta che il trattorino ha approcciato il 2022 con tanto carattere, col piglio giusto, con la voglia di non fermarsi e di andare anzi oltre i problemi con cui inevitabilmente dovrà fare i conti. Sempre con la voglia di provare a conquistarsi qualche altro spicchio di mercato, ambizione avvalorata da tanti indicatori. Prima di tutto il suo valore, la sua qualità, il desiderio di far valere i suoi valori aggiunti pur in un contesto non facile. L'ennesima sfida, una delle tante, dopo averne vinte tante. Le sensazioni restano buone, l'umore parecchio alta, l'eredità del 2021 un deciso traino verso nuove conquiste. Non facili da centrare, ma con tutte le carte in regola per vincere anche questa partita. Come tante altre, più o meno difficili. Sempre

guardando in faccia la realtà, partendo da fatti concreti e dai suoi grandi valori. Pronti ad essere messi sul tavolo del mercato, uno dietro l'altro.

«Ci aspettiamo un ottimo 2022», rileva Luca Corbetta di **AL-KO**, «visti gli ordini prestagionali che molti rivenditori accorti hanno effettuato sulla base dell'esperienza dello scorso anno. La richiesta e l'interesse da parte degli specialisti è molto alta». «Per quanto riguarda il 2022», rileva l'ufficio marketing di **Blue Bird**, «gli aumenti di costo sono rilevanti e si riflettono per forza sui prezzi di vendita, che hanno visto rincari anche a doppia cifra. Constatiamo tuttavia che la domanda tiene. Non sappiamo se riusciremo a replicare gli ottimi numeri dello scorso anno, ma i prestagionali sicuramente promettono bene, probabilmente grazie al fatto che i rivenditori hanno in massima parte i magazzini vuoti, avendo venduto bene nella stagione precedente».

«Il 2022», premette Giovanni Masini di **Emak**, «sarà caratterizzato da una forte incertezza, principalmente dovuta all'aumento dei costi delle materie prime che si è riflettuta sulle macchine e sulla disponibilità delle stesse materie prime».

«Sarà un anno particolare», premette Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «dove i ritardi di consegne porteranno sicuramente a scenari commerciali "strani". Difficile ora dare una previsione di stagione. Confidiamo comunque di poter riuscire a portare a casa una soddisfacente annata».



«Le aspettative sono alte», lo sguardo in avanti di Stefano Grilli di **Grillo**, «confermate da una domanda continua e crescente, che, nonostante tutti gli investimenti già portati a termine nel nostro ciclo produttivo, hanno portato i tempi di consegna mediamente sui vari modelli, oltre gli otto mesi». «I primi segnali», la fiducia di Roberto Foti Belligambi di **John Deere Italiana**, «ci fanno ben sperare e ci fanno rimanere cautamente ottimisti». «Il 2022», l'ottimismo di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «sarà un altro anno caratterizzato da un ottimo trend in termini di domanda, ma che ci vedrà ancora impegnati in una difficile gestione della produzione, sempre a causa del contesto a livello mondiale, che tuttora è caratterizzato da difficoltà nel reperimento di materie prime e componentistica».

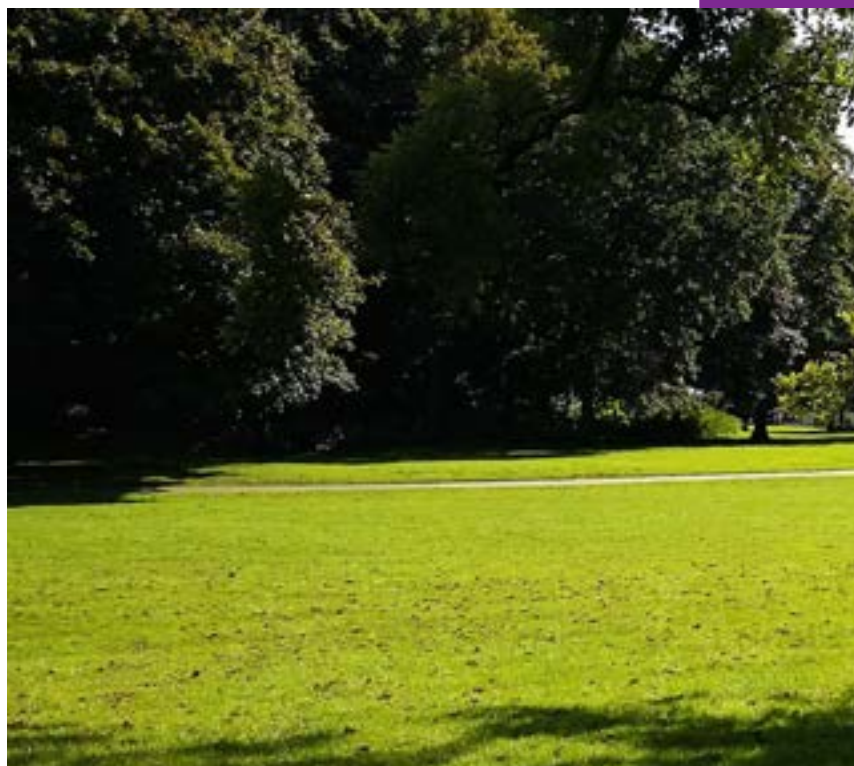
«Ci sono due incognite che non ci permettono di avere una visione chiara. La prima», il quadro di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «è quella della disponibilità di prodotti finiti che spesso è subordinata ad altri fornitori. La seconda incognita è prettamente economica. I tumulti geopolitici e le pressioni inflazionistiche più forti del previsto potrebbero gravare sul potere d'acquisto delle famiglie. Nonostante tutto ciò siamo soddisfatti dei pre-ordini che abbiamo ricevuto dalla rete di vendita. Questo ci fa pensare che chi è direttamente sul campo percepisce un confortante ottimismo».

LE VERE DIFFICOLTÀ'. Ce ne saranno. Naturale. Garantito. A partire dalla reperibilità delle macchine, dai tempi di consegna soprattutto. «Più ad un anno che a sei mesi», la stima di un operatore nei giorni di Fieragricola di Verona in cui è stata presentata anche la prossima Eima di Bologna, dal 9 al 13 di novembre. Quando sarà tempo di bilanci di fine anno, quando il più sarà fatto. Distanza quella linea del traguardo, l'immediato invece offre un quadro interessante ma piuttosto complicato. Quanto sarà elastico l'utilizzatore finale nell'aspettare il suo trattorino? Quanto il professionista sarà disposto ad attendere? Quanto verrà meno quell'acquisto emozionale ed istintivo da sempre uno dei grandi termometri del mercato e potente alleato anche del rivenditore. Di sicuro i stagionali sono stati consistenti, lo specialista ha preferito tendenzialmente seguire la regola per cui «le macchine è bene averle in casa, altrimenti diventa arduo venderle». Il sell-in è stato notevole, il sell-out è tutto da verificare. Ma i magazzini custodiscono tanta merce, in attesa che il mercato

sciorini tutte le sue verità. Doveroso andarci comunque coi piedi di piombo. Lasciando da parte l'euforia, ancorandosi al sano realismo.

«Per quest'anno», precisa Luca Corbetta di **AL-KO**, «ci sono due principali difficoltà. Una è legata all'aumento dei costi, la seconda alla disponibilità del prodotto che risente ancora della problematica di approvvigionamento materie prime e componentistica».

«Guardando il presente», aggiunge Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «la difficoltà maggiore è legata a tempi lunghi per le consegne dovute a ritardi nei trasporti o mancanza di qualche componente. Poi ovviamente qualche adeguamento dei prezzi che ha investito un po' tutti i settori».



«Le difficoltà che abbiamo dovuto affrontare, e che ancora sono presenti e comuni per tutti i nostri prodotti», spiega Stefano Grilli di **Grillo**, «sono la difficoltà a reperire materiali e componenti, soprattutto per la parte non prevista (domanda superiore) che creano incertezze su disponibilità e consegne delle macchine, oltre all'andamento dei costi che chiaramente condizionano in modo diretto i prezzi di vendita e ne rendono la validità limitata nel tempo».

«Le recenti sfide legate alla catena dei fornitori», il punto di Roberto Foti Belligambi di **John Deere**

Italiana, «hanno impattato negativamente sulla disponibilità di prodotto ed ancora impatterà nel prossimo futuro. Questo sarà il maggior ostacolo che anche per il 2022 potrebbe impedire in parte la crescita in questo mercato».

«Credo che non ci siano difficoltà specifiche per questa tipologia di prodotto. Il trattorino», sottolinea Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «sta affrontando e affronterà le stesse difficoltà che il contesto economico a livello globale creerà a molte categorie di beni di consumo».

«Attualmente», rileva Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «le difficoltà sono da attribuire alla completa disponibilità dei trattorini. La mancanza di semiconduttori e materie prime limitano la nostra capacità produttiva. Il nostro impegno è quello di limitare eventuali disagi».

CARTA VINCENTE. Tutti col proprio asso nella manica, tutti con belle carte da giocare. Il trattorino ha sempre assicurato grandi libertà di manovra, in più direzioni. Dalla sua immancabile versatilità alla sua capacità di far tutto e bene, pure in poco tempo. Con la sua capacità produttiva sempre al massimo, l'aggiunta di un valore assoluto quale un design sempre più ricercato unito a motorizzazioni d'alto livello e sistemi di taglio che hanno sempre fatto il proprio dovere con grande efficacia e il massimo della precisio-

ne. Per arrivare ovunque, per spaccare in due il filo d'erba. Senza mai lasciare nulla al caso. Di ingredienti sulla tavola ce ne sono un'infinità, fra intere nuove linee e migliorie in ogni angolo. Con i paletti fissi dell'ergonomia, dell'affidabilità, della versatilità, della robustezza, dell'eleganza anche. Anche l'occhio vuole la sua parte. Produttori e distributori sono prontissimi. Tutti con ottime argomentazioni.

«L'innovazione. **AL-KO**», racconta Luca Corbetta, «da sempre punta alla ricerca e allo sviluppo di nuovi prodotti e i nuovi trattorini Smart solo® by AL-KO, oltre a facilitare il lavoro, vogliono essere un concreto strumento per migliorarne l'utilizzo, semplificarne la manutenzione e rendere piacevole il giardinaggio».

«Come in altre categorie di prodotti per la cura del verde», evidenzia Giovanni Masini di **Emak**, «anche per i trattorini si è accentuato l'interesse verso macchine più semplici da manovrare, da svuotare e da mantenere. Quindi è cresciuta l'attenzione verso i dispositivi che favoriscono l'avanzamento dei prodotti e l'inserimento delle marce, con sistemi di svuotamento del sacco, di rimessaggio. Il cliente ricerca sempre più macchine confortevoli e agevoli da usare».

«Anche per i trattorini», lo scenario di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «si sta profilando un futuro con l'alimentazione a batteria. Tutte le case co-



PELLENC



PROMOZIONI GREEN
tutte le informazioni su pellencitalia.com

RASION 2

VALIDITÀ DAL 1 FEBBRAIO AL 30 GIUGNO

GREEN

PROMOZIONI GREEN 2022



SU PELLENCITALIA.COM

SOFFIATORE DECESPUGLIATORE TAGLIAERBA TAGLIASIEPI TOSAERBA BATTERIE

LE NUOVE PROMOZIONI SU



pellencitalia.com | info@pellencitalia.com

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

struttrici stanno sviluppando macchine con questo genere di alimentazione».

«In **Grillo** come stato fino ad oggi», la premessa di Stefano Grilli, «i punti di forza per le nostre proposte saranno sempre basati sulla qualità a 360°, partendo dal prodotto fino ad arrivare ai servizi alla rete e al cliente, e sulla ricerca di performances specifiche sempre migliori in grado di soddisfare le aspettative del nostro cliente. Un cliente esigente e che pretende a fronte di un importante investimento, di avere quel “di più” che, per l'appunto, fa la differenza».

«Elettrificazione e connettività», le chiavi di Roberto Foti Belligambi di **John Deere Italiana**.

«Come per altri prodotti», la condizione di Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «anche il trattorino dovrà evolversi, innovare ed allinearsi ai trend

re in un contesto che non potrà che mostrare lati farraginosi e qualche rallentamento sulla tabella di marcia. Tutto piuttosto previsto, senza per forza dover scavare nel mercato del garden. Basta guardarsi attorno, alla vita di tutti i giorni. Senza scendere troppo in profondità. Il peso vero sarà anche il valore della qualità, la capacità di andare oltre il prezzo, di seguire il rivenditore, di andare dritti al punto. Di vie aperte ce ne sono tante. E quella giusta non è necessariamente una sola. «Gli acquirenti che sono alla ricerca del solo prezzo basso o dell'affare del momento risentiranno maggiormente degli aumenti e, pertanto, saranno soggetti ad una minore propensione all'acquisto o sostituzione del prodotto e punteranno alla riparazione. Per quanto riguarda il nostro prodotto», sottolinea Luca Corbetta di **AL-KO**, «è necessario premettere che le nostre macchine sono progettate in Germania e prodotte in Austria, contraddistinte da alta qualità e grande affidabilità. Queste caratteristiche sono alla base di chi richiede il nostro prodotto e non si sofferma solo sul prezzo più basso. Fatta questa premessa e sulla base delle preferenze dimostrate verso le nostre macchine, riteniamo che l'incremento dei costi avrà un impatto minimo per la prossima stagione».

«Crediamo che per il trattorino», lo scenario disegnato dall'ufficio marketing di **Blue Bird**, «la sfida più importante dei prossimi anni sia quella con i rasaerba-robot, un prodotto che si propone per la gestione di superfici di dimensione paragonabile e che sta penetrando sempre più il mercato. Gli spazi per il trattorino esistono ancora e sono molti, ma l'evoluzione dei robot e i miglioramenti nella gestione delle aree e delle situazioni particolari vanno sicuramente ad impattare sul mercato potenziale dei trattorini».

«Gli aumenti ripetuti da parte di tutti i fabbricanti e distributori», il quadro di Giovanni Masini di **Emak**, «nel 2021 avrà certamente una ripercussione anche su questo segmento e potrebbe porre qualche incertezza sulle vendite, considerando il potere di spesa dei clienti sempre più “minacciato” dal caro vita: già i primi mesi dell'anno abbiamo sperimentato il temuto rincaro delle bollette di luce e gas».

«Vediamo ad oggi», il punto di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «una costante richiesta delle macchine indipendentemente dall'aumento generale dei prezzi. Ovviamente potremo dare un giudizio più preciso solo a fine stagione».



che caratterizzeranno i prossimi anni».

«Crediamo che la digitalizzazione e l'utilizzo di prodotti ecosostenibili a basso impatto ambientale saranno le nostre carte vincenti del prossimo futuro. Anche i trattorini», l'assist di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «dovranno contribuire concretamente a ridurre drasticamente l'inquinamento atmosferico e quello acustico».

DAZI E FRENI. Quanto pagherà il trattorino l'aumento dei prezzi? Il nodo è tutto lì, senza che nessuno ad oggi possa scioglierlo del tutto. Ci vorrà del tempo prima che il mercato cominci a sbrogliare la matassa, a trovare il suo equilibrio, a mostrare le sue criticità ma anche i suoi spiragli. Ci saranno anche quelli, opportunità da coglie-

«Per il momento, come detto in precedenza, non abbiamo segnali che facciano pensare nel breve, quindi per la stagione 2022, ad un contrazione della domanda legata al prezzo. Certamente però», il fermo immagine di Stefano Grilli di **Grillo**, «arriverà il momento in cui i mercati ritroveranno un proprio equilibrio. Quando anche il prezzo, che oggi non ha perso parte del suo peso a fronte della indisponibilità di prodotto, ritornerà ad essere un elemento in grado di condizionare tangibilmente il risultato».

«Operando con prodotti di media alta fascia», sottolinea Roberto Foti Belligambi di **John Deere Italiana**, «pensiamo che gli inevitabili aumenti di prezzo non avranno un impatto così importante sulle nostre vendite».

«In termini percentuali», la premessa di Pietro Cataneo di **MTD Products Italia**, «tutti i prodotti hanno subito importanti aumenti di costi/prezzi, di conseguenza il trattorino dovrà affrontare le stesse difficoltà delle altre categorie, ne più ne meno».

«Considerando i buoni risultati ottenuti con il prestagionale», la fiducia di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «abbiamo buone speranze che i nostri trattorini Stihl non dovranno pagare in termini di vendite. Inoltre, sui trattorini, abbiamo cercato di contenere gli aumenti ed in particolare nei modelli più strategici. Ci auguriamo che questo impegno ci ripaghi con l'acquisizione di nuovi utilizzatori finali. Saranno di supporto le azioni comunicative che faremo per facilitare il sell-out dei rivenditori».

CARTOLINA AL RIVENDITORE. Poi tocca a lui, allo specialista. Alla sua maestria, alla sua

capacità di oliare il mercato, alla sua forza nel resistere anche ai venti contrari. Chiamato ancora una volta a metterci la firma, a disegnare corridoi, a prendersi responsabilità, a far cambiare marcia al mercato. Tutti con la propria ricetta, tutti con il proprio *modus operandi*, tutti con una propria chiave per risolvere le questioni. Anche le più severe. Compito difficile, ma non impossibile. Alla fine il rivenditore resta la voce della verità. Quella del campo. Ulteriore scatto cercasi, almeno fin quando non sarà chiaro l'indirizzo della stagione. Pronti tutti ad immergersi nella primavera, ad accendere le luci, a dare il meglio. A dialogare con le aziende fornitrici, ad essere sempre più complici. Un blocco unico, per un obiettivo unico. Fra strade in salita e curve insidiose, clienti esigenti e dinamiche varie. Niente che lo specialista non abbia già vissuto. «Il nostro motto è "Quality for Life" che comporta, oltre alla qualità ed affidabilità, anche un'attenzione particolare nel costruire macchine che aiutino a migliorare il lavoro degli operatori. Coi prodotti solo® by AL-KO non si offre solo una macchina per svolgere delle incombenze noiose ma si fornisce un prodotto capace di facilitare il lavoro e renderlo più confortevole. Il nostro suggerimento», l'input di Luca Corbetta, product marketing manager di **AL-KO Italia**, «è dunque di puntare ad offrire prodotti che possano soddisfare il loro cliente per rendere il lavoro piacevole e divertente, il nostro suggerimento è di offrire un prodotto che possa riaccendere la passione per il giardinaggio».

«Il suggerimento al rivenditore», la chiave dell'ufficio marketing di **Blue Bird**, «è sempre quello di ascoltare il cliente, capire le sue esigenze per in-



dividuare il prodotto più adatto da fornirgli».

«Il nostro consiglio ai rivenditori», il messaggio di Giovanni Masini, marketing director di **Emak**, «è di specializzarsi e focalizzarsi su macchine di livello premium, puntando sull'offerta di trattorini di alta qualità e non su una proposta basata solo sulla convenienza e del prezzo contenuto».

«Il particolare momento che stiamo vivendo», le conclusioni di Diego Dalla Vecchia, responsabile marketing e della comunicazione di **Fiaba**, «crea anche al rivenditore delle ovvie difficoltà. Abbiamo insistito perché i rivenditori procedessero con i prestagionali e ritirassero prima possibile la merce pronta. Chi ha seguito questa strada ora ne sta beneficiando con macchine disponibili in negozio e a magazzino».

«Oggi, anzi da diversi mesi a partire dallo scorso autunno, il primo consiglio dato ai nostri rivenditori», la chiave di Stefano Grilli, responsabile commerciale e marketing di **Grillo**, «è stato quello di programmare per evitare, considerando l'evoluzione della situazione, di rimanere senza macchine in stagione e quindi perdere vendite ed opportunità. Ancora oggi rimane un monito fra i più importanti per chi vuole guardare in avanti e rispondere adeguatamente alla domanda di fine anno e per la stagione a venire. È chiaro che stiamo vivendo un qualcosa di mai accaduto nel passato, sia nella nostra azienda come pure nel nostro settore. Almeno per la mia quasi trentennale esperienza personale. Il lavoro seguiva programmi previsionali, con una parte di questi confermati dai prestagionali in bassa stagione evasi in qualche mese, e ordini e riordini stagionali con consegne che andavano dai cinque ai

quindici giorni lavorativi. Mentre oggi, con una stagione 2022 appena partita nella quale si lavorerà solo con quanto ordinato, ci si trova a confrontarsi con i rivenditori per parlare di programmi 2023. Veramente un cambiamento epocale ma "straordinario" e che, in quanto tale, avrà un sua durata per poi rientrare, e speriamo in modo progressivo, negli schemi di sempre».

«Eccellere nel servizio. La customer experience», la certezza di Roberto Foti Belligambi di **John Deere Italiana**, «è e sarà sempre la carta vincente per fare la differenza».

«I concessionari Cub Cadet sono preparati per affrontare al meglio le sfide che questa stagione presenterà. Ovviamente», conclude Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «con la speranza che le variabili avverse che attualmente caratterizzano la supply chain, si possano attenuare nei prossimi mesi».

«Per noi è sempre difficile dare un suggerimento a chi vive in prima linea le dinamiche della vendita diretta. Crediamo però che la formazione, la professionalità e la qualità dell'assistenza», la ricetta di Francesco Del Baglivo, marketing product manager di **Stihl Italia**, «rimangono i pilastri portanti della credibilità di un rivenditore specializzato. Invitiamo tutti ad essere ancora più presenti sui social raccontando storie, postando foto e esperienze perché questi canali coinvolgono molti utenti. Sarebbe bello che ogni cliente finale possa provare un'esperienza positiva da raccontare quando esce dal negozio del rivenditore. Queste condizioni, unitamente alla scelta di vendere prodotti di qualità, ripagano l'impegno profuso». La partita comincia. Palla al centro.



BEST CHOICE DASH XD



2 ANNI | 200 ORE
di garanzia

✓ Ideale per aree fino a 6000 m²

✓ Kit Mulching opzionale

✓ Piatto a Scarico Laterale
da 86 cm (34"), 107 cm (42")
e 122 cm (48")

✓ Motore Kawasaki FR541V 15HP
e FR600V 18HP di 603 cc



Sedile Premium

Imbottito con supporto lombare
integrato



Motore Premium

Motore V-Twin Kawasaki® con 3 anni
di garanzia



Pneumatici

Ruote posteriori BigBite™ da 18"
ad elevata aderenza



LA GAMMA



RAPTOR X

Potenza: 18-19 hp
Motore: Kawasaki
Piatto: 107-137 cm
Garanzia: 3 anni



RAPTOR FLIP-UP

Potenza: 21 hp
Motore: Kawasaki
Piatto: 122 cm
Garanzia: 3 anni



FASTRAK

Potenza: 21 hp
Motore: Kawasaki
Piatto: 122 cm
Garanzia: 4 anni

BLUE BIRD

LT C 170-98, velocità in pieno controllo
Tanti plus, compreso il kit mulching

Il trattorino LT C 170-98 di Blue Bird è dotato di un motore con 452 cc di cilindrata, larghezza del piatto di taglio a due lame di 98 cm ed altezza regolabile in sette differenti posizioni, da 25 mm a 80 mm. La macchina è dotata di trasmissione idrostatica che permette il completo controllo della velocità tramite un pedale sia in avanzamento che per la retromarcia. L'attivazione delle lame avviene tramite frizione elettromagnetica schiacciando semplicemente un pulsante. La dotazione standard è composta da kit mulching che tritura e sminuzza l'erba tagliata lasciandola sul prato, gancio di traino, paraurti anteriore, carica batteria/manutentore.



AL-KO

L'intelligenza al servizio del taglio dell'erba
E se lo smartphone di trasforma in un cockpit...



I due trattorini solo by AL-KO, disponibili da questa primavera, sono dotati di un cockpit intelligente per tenere l'utente sempre informato. I modelli T 20-105.2 HD V2 SD e T 23-125.2 HD V2 SD vantano una tecnologia innovativa, trasmissioni idrostatiche G700 e robusti assali in ghisa. Ideali per superfici comprese tra 8.000 e 10.000 m². Con il loro nuovo cockpit i nuovi trattorini rivoluzioneranno il taglio del prato ma lo renderanno anche molto più efficiente e alleggeriranno il carico di lavoro. In che modo? Trasformando il proprio smartphone in un cockpit. Basta scaricare la nuova app AL-KO inTOUCH 4.0, inserire lo smartphone nell'apposito supporto, stabilire una connessione e iniziare a godere dei vantaggi di questi nuovi trattorini intelligenti.

EMAK

OM 98 L/14,5 K, la semplicità d'uso prima di tutto
Facile la conversione al mulching, tutto è a portata di mano



I trattorini a scarico laterale OM 98 L/14,5 K di Emak sono ideali per superfici fino a 8.000 m². Questi modelli sono muniti di trasmissione idrostatica per un avanzamento lineare e di comandi facilmente raggiungibili disposti sulla plancia. Grazie a un semplicissimo kit da montare, possono essere convertiti in funzione mulching: un sistema che trattiene a lungo in circolo l'erba tagliata, sminuzzandola sotto la scocca per poi depositarla direttamente sul prato come nuova preziosa risorsa per il nutrimento del prato. La pratica leva di regolazione altezza di taglio posta a portata di mano, con scala graduata, consente un'immediata visualizzazione del livello di altezza di taglio desiderato su sette posizioni. L'innesto della frizione elettromagnetica avviene rapidamente e in modo silenzioso tramite un comodo pulsante posto sulla plancia dei comandi.

HUSQVARNA

Rider P525DX, la macchina giusta per i professionisti Rendimento eccezionale, manovrabilità straordinaria

Husqvarna propone ai professionisti della cura del verde il rider P525DX, il tagliaerba con lame frontali ad alta capacità che accosta l'eccezionale resa in aree di dimensioni importanti alla grande manovrabilità ideale in ambienti complessi e spazi stretti. Questa agilità in particolare è garantita dall'esclusivo sistema di sterzo articolato che consente alle ruote posteriori di roteare sotto la macchina con un conseguente minimo raggio di non tagliato alla piena sterzata. La macchina ha motore diesel Kubota a 3 cilindri di cilindrata da 1.123 cm³ ad alte prestazioni con lubrificazione forzata. La sicurezza di una stabilità senza paragoni anche su terreni difficili e in pendenza nasce in virtù della trasmissione graduata che si caratterizza per le pompe a pistoni variabili ad alta specifica con scatole ingranaggi separate per asse anteriore e posteriore, ma anche grazie al basso baricentro. Importante per chi opera in aree irregolari, umide e scivolose è la funzione All-Wheel-Drive (AWD), la trazione integrale che assicura grande aderenza e trazione. La larghezza di taglio va da 132 a 155 cm, l'altezza varia da 30 mm a 112 mm.



MTD PRODUCTS ITALIA

Enduro XT Series, 14 assi per il mercato Coperta ogni fascia, dall'entry level al professionale

Cub Cadet presenta una serie di importanti novità, destinate a consolidare ulteriormente la propria offerta di trattorini rasaerba. Oltre ai nuovi modelli a raggio zero con comando a volante, Cub Cadet s'è arricchita della nuova gamma di trattorini di fascia alta Enduro XT Series, composta da ben 14 modelli, di cui uno con alimentazione a batteria. Un'ulteriore evoluzione dei modelli precedenti. Tante le varianti, sia per gli utilizzatori consumer che per quelli che cercano una macchina con caratteristiche professionali. I performanti motori Cub Cadet presenti sulle versioni entry-level, lasciano il posto ai motori bicilindrici Kawasaki che equipaggiano le versioni top di gamma. Disponibili versioni con scarico laterale, cesto di raccolta e con i resistenti piatti saldati in carpenteria. Il tutto rigorosamente made in USA. La nuova gamma Enduro XT sarà distribuita in esclusiva dai concessionari ufficiali Cub Cadet a partire da questa primavera.



BRUMAR

Z6 EGO vince il premio innovazione Myplant Potenza a batteria, per grandi prestazioni

Ha vinto il premio innovazione a Myplant il trattorino tosaerba a raggio zero da 107 cm di EGO Power+, lo Z6 distribuito in Italia da Brumar capace di abbinare la potenza fino ad un massimo di sei batterie EGO ARC Lithium™ da 56 V per fornire la potenza e le prestazioni di un tosaerba a benzina da 22 CV. Grazie alla straordinaria flessibilità della piattaforma della batteria EGO e alla capacità sempre maggiore dell'alimentazione a batteria da 56 V, lo Z6 consente agli utenti di montare a bordo (e smontare quando necessarie per altre attività) fino a sei batterie ARC Lithium™ da 56 V di EGO. Con una capacità fino a 72 Ah e attraverso l'uso dell'esclusiva tecnologia Peak Power Technology™ di EGO, lo Z6 è in grado di tagliare oltre 12.000 mq con una singola carica. Grazie alla sua funzione 3 in 1, gli utilizzatori hanno tre diverse opzioni per gestire lo sfalcio fra scarico laterale, mulching e raccolta.



V E T R I N A

STIHL

RT 5112 Z, la chiave delle lame sfalsate Lavoro impeccabile anche ai bordi

Stihl RT 5112 Z è un trattorino da giardino potente con elevato comfort di comando e di guida. Adatto per la cura di superfici erbose molto ampie fino a 8000 mq.

Le due lame dell'apparato di taglio sincrono sono sfalsate di 90 gradi. Il risultato è una qualità di taglio costante e un trasporto di erba ottimale nel canale di scarico. Le lame dell'apparato di taglio possono essere disattivate facilmente dal pannello di comando grazie alla presenza della frizione elettromagnetica. Grazie al sistema di convogliamento erba è possibile raggiungere anche quella ai bordi tagliandoli in modo preciso. Il sedile è molleggiato e regolabile senza ausilio di attrezzi. La trazione a un pedale facilita le manovre e grazie a una leva posta vicino al volante si velocizza il passaggio dalla marcia in avanti alla retromarcia.



GRILLO

FD280 fra efficienza e straordinaria agilità E Overblow è un ulteriore grande acceleratore



FD280 è il rasaerba idrostatico di Grillo con piatto frontale, bloccaggio differenziale, alte prestazioni ad elevata qualità di taglio e raccolta. L'innovativo sistema di taglio "Grillo Overblow" permette un'accelerazione del flusso aria-erba nel condotto di che aumenta notevolmente la capacità di carico anche in condizioni di forte umidità e allo stesso tempo tiene sotto controllo la rumorosità dell'intero sistema di taglio/raccolta. Il piatto consente una perfetta visibilità sulla zona di taglio. La guida a volante, le dimensioni compatte e il ridottissimo raggio di sterzata rendono Grillo FD280 agile, con una guida semplice alla portata di tutti e allo stesso tempo con le doti necessarie per usi professionali in spazi ristretti. Il piatto ha due lame contro-rotanti (non sovrapposte, quindi senza obbligo di fase) ed una terza centrale.

FIABA

SPX175RD, che addizione il piatto CentreCut In primis eclettica, eccellente la sterzata



Dotato di motore Briggs & Stratton, il trattorino SPX175RD di Snapper offre un taglio e una manovrabilità superiori in molte condizioni di lavoro. Robusto piatto FAB CentreCut per prestazioni di taglio sempre ottimali. Può tagliare erba alta e fitta, grazie ad un maggior flusso e volume d'aria migliorando così la capacità di taglio. L'innovativo piatto con tecnologia CentreCut è progettato per essere configurato in diverse tipologie di taglio montando i relativi accessori in dotazione o a richiesta. Il sistema permette di passare facilmente da scarico laterale, posteriore, mulching 50% e mulching 100%. L'assale anteriore oscillante in ghisa conferisce ai modelli SPX un eccellente raggio di sterzo di soli 36 cm.

SCOPRI L'ARCHIVIO

MG

SU WWW.EPT.IT

**2019
2020
2021
2022**



Siamo anche sui social



«CONTROLLIAMO BENE I COSTI FISSI»

Aggiornamento di marzo. Primi cenni di primavera, problemi da risolvere uno dietro l'altro, i costi fissi a far da pesantissimo macigno. Lotta il rivenditore. S'ingegna. E ragiona. Deve, non ha altra strada. Non basta più lavorare a testa bassa, ci vuole altro. Scelte anche nuove, a costo di rompere con parte del proprio passato. Dimenticando certi vecchi principi, alimentandone altri. Qualcosa in pentola bolle già, aspettando che la stagione del garden entri nel vivo. Senza perdere troppo tempo. Tornando indietro e oliando ogni passaggio. Dal più importante al più superfluo, magari però solo all'apparenza.

«La stagione ha molte incognite», la prima fotogra-

«Credevamo di dover stringere i denti, ma alle solite condizioni. Senza il peso di aumenti che ora obbligano il rivenditore specializzato a rivedere l'intera sua gestione del punto vendita. Qualcosa prima o poi bisognerà in ogni caso inventarsi. Diventando magari dei sub-dealer. Garantendo qualità nel servizio e diventando dei distributori. Perché no?»



fia di Alessandro Fontana, «stavolta più di quelle solite legate soprattutto al tempo. L'economia d'altronde è completamente drogata da tutto questo contesto che onestamente non ci lascia dormire neanche troppi sonni tranquilli. Tutta l'economia che si sta sviluppando in questi ultimi periodi non è frutto di fatti reali. Ci sono talmente tanti incentivi sufficienti per stravolgere tutto l'andamento del mercato, ma quando queste agevolazioni finiranno ci guarderemo in faccia e allora proveremo a capire quel che succederà. Senza escludere che a quel punto il mercato possa crollare. Qualche domanda dovremo iniziare a porceli».

Il primo scenario?

«I prezzi hanno raggiunto picchi importanti, chi acquista lo fa per tutti questi incentivi e bonus vari. Ma quando finirà la 110%, quando finirà la 4.0, quando non ci sarà più troppo spazio per il bonus verde cosa succederà della nostra economia?».



S'è forse comprato troppo l'anno scorso?

«Bisogna ancora capire quest'anno quel che si comprerà. Le vendite sono in calo rispetto a quelle dei primi mesi dell'anno scorso. Non prevedo una grossa saturazione, perché finché ci sono certi incentivi la gente li sfrutterà ancora per acquistare prodotti di cui magari non avrà neanche bisogno, soprattutto quelli per l'agricoltura grazie alla 4.0. Noi stiamo vendendo macchine a clienti a cui certi macchinari oppure certe potenze non servirebbero per svolgere il loro lavoro. Prodotti presi giusto per sfruttare queste agevolazioni. Finché ci saranno questi sgravi ci sarà sempre un certo trend di sviluppo fatto salvo che poi ci siano davvero prodotti da vendere».

Il più grande ostacolo?

«Il grosso problema che avremo nel 2022 sarà la mancata fatturazione perché in sostanza i prodotti rischiano di non esserci nemmeno. Soprattutto agricoli. I trattori sono arrivati ad un anno per la consegna, rotopresse se le ordini adesso rischi di non averle prima di luglio quando la stagione sarà avviata verso la conclusione. Verranno quindi meno i fatturati, verranno meno gli introiti mentre i costi continueranno ad essere alti. Ci sarà quindi questo contro trend per cui io non riesco a fatturare perché non ho il prodotto e dall'altro canto ho dei costi che non riesco ad assorbire con le vendite».

Come si convince il cliente ad acquistare con prezzi più alti?

«Lui deve aver bisogno del prodotto, gli fai ma-

gari capire che il trend è in crescita. Intanto che la macchina c'è farà bene ad acquistarla perché altrimenti non potrai poi garantirti di potergliela dare quando lui ne avrà effettivamente bisogno. Se in casa ho un trattorino e lo sto trattando con un manutentore gli dirò che se gli serve la macchina c'è, ma se va avanti e intanto vuole temporeggiare sappia che se io la vendo poi non posso dargliela nei tempi che lui desidera e soprattutto con quel prezzo. Le leve quelle sono: il prezzo e la disponibilità. Veramente non sappiamo dove andremo a finire».

Preoccupato?

«Non si può certo essere sereni, ma non tanto per il breve termine perché sinceramente quest'anno andremo ancora avanti e le somme le tireremo alla fine. Mi preoccupa quel che succederà fra dieci-dodici mesi quando finiranno gli incentivi. E se i costi fissi rimarranno questi bisognerà fare delle scelte ed anche drastiche. E ai colleghi rivenditori dico: analizzate i costi. Ma fatelo con attenzione. Non so se tutti lo stanno facendo davvero».

Cioè?

«Non si può lavorare con margini del 20% quando ormai i costi fissi superano il 30%. Bisogna capire come fare perché se non arrivano alleggerimenti dallo Stato o altri sostegni dovremo inventarci qualcosa. Ma non saprei cosa ora e dove andare a parare. I costi sono importanti. Sicuramente dovremo cominciare dire di no su alcune vendite. Meglio non vendere, andare più sul servizio. Fare un po' più i duri. Rinunciare ad una

vendita non è mai facile perché i tempi non sono dei migliori ma probabilmente oggi è meglio non vendere un prodotto che non ha margine. Ci sarà ancor di più da specializzarsi in qualcosa. Noi specialisti lo siamo già, ma dovremmo trovare una nicchia di ulteriore specializzazione dove il mercato ti riconosce non dico leader indiscusso ma quasi l'unico di quel settore per cui ci saranno meno paragoni con internet e la grande distribuzione. Quindi meno soggetti a doverci confrontare con qualcun altro. Chi vuole quel determinato servizio o prodotto sa che deve venire a prenderlo da te. Se si riuscisse a trovare questa nicchia, elevandosi quindi, non ci si dovrebbe più abbassare a far la guerra del prezzo».

Quale potrebbe essere questa nicchia?

«Noi adesso inizieremo la distribuzione di trattorini a batteria. Ed è già un allargamento non dico del prodotto ma faremo anche qualcosa mai fatto prima con un servizio che ci permetterà di seguire un'area più ampia. L'altro aspetto è seguire altri sub-dealer in modo tale da offrirgli il servizio riuscendo a fare un po' da distributori. Qualcosa di difficilissimo, perché poi dovrai iniziare a farlo su larga scala perché lì i margini sono ancora più bassi compensati però dai grandi numeri. L'ideale sarebbe organizzare una rete distributiva di sub-dealer, il mercato d'altronde è talmente saturo che trovare dei nuovi prodotti è veramente difficile».

Altre opzioni?

«Sviluppare ancor meglio il noleggio, sempre puntando su macchine altamente di nicchia lega-

te anche al professionista. Così anche sul mondo agricolo, dove il noleggio non è così sviluppato. È tutto difficile, partendo di fatto da zero. Da qualche parte si dovrà pur iniziare, ma se si resta fermi e immobili si avrà vita breve. A meno che da domani mattina i costi fissi tornino quelli di due o tre anni fa. A meno che la gente avrà i soldi in tasca per cambiare più spesso il rasaerba. Allora sarebbero ben altri scenari. Ma analizzando il trend di quello che sta succedendo non vedo cose molto positive. Ci vogliono altri sbocchi ed altri mercati, se non con altri prodotti almeno con altre forme di distribuzione».

Difficile restare ancorati ai canoni del vecchio rivenditore?

«Il vecchio rivenditore ormai è una figura che non esiste più. C'è internet, ci sono i colossi digitali che stanno offrendo lo stesso prodotto magari con la consegna già il giorno dopo e spiegandotelo anche bene pure collegandoti dal letto di casa tua alle tre di notte. Magari con un servizio che la gente ormai chiede anche a noi ma che noi non possiamo dare».

La primavera?

«Deciderà il tempo, ma il nodo restano i costi fissi che non ci aspettavamo diventassero così alti. Si sapeva che avremmo dovuto far fatica, ma credevamo con normali condizioni. Adesso non so se basterà stringere i denti. Servirà qualcos'altro, al di là del meteo più o meno favorevole».

Tipo?

«Tenere prima di tutto sotto controllo i costi sarà una prima regola da osservare scrupolosamente. Impensabile non analizzarli, per le condizioni del periodo. Partendo da zero, valutando tutto. Iniziando a capire quanto costa vendere, quanto costa riparare. E da lì fare i prezzi. Non si può più guardare il collega che vende la motosega a duecento euro e allora io gliela vendo a centonovanta. No. Se lui la vende a duecento io posso anche doverla vendere a duecentodieci, se non ce la faccio diversamente. Bisogna cominciare a ragionare così. Il prezzo non deve più essere il punto di partenza, ma la conseguenza di quelli che sono anche i nostri costi. Altrimenti diventa dura. Le risorse, tante o poche che siano, prima o poi finiscono sempre. E si rischia di lavorare solo per lavorare. Meglio quindi fermarsi un attimo e riflettere prima di compiere i prossimi passi».



Una promessa di fiducia per il futuro.



Tecnologia, progettazione virtuale, digitalizzazione.

Questa è la **Oleo-Mac** di oggi, frutto di **50 anni di investimenti, passione e vicinanza al cliente.**

Questo è ciò che siamo e che vogliamo continuare ad essere:

da 50 anni, una promessa di fiducia per il futuro.



Inquadra
il **QR CODE**
e festeggia
con noi

www.oleomac50.com

 oleomac.it

Seguici su:




our power, your passion

Una crescita del 14% rispetto all'anno precedente, numeri altissimi a certificare l'impennata del giardinaggio pur in un periodo pieno di freni. Lievitano le quotazioni soprattutto di rasaerba e motoseghe

L'EUFORIA DEL 2021, MERCATO-RECORD

Incremento a doppia cifra. Il garden è andato forte nel 2021, ha incamerato numeri altissimi riprendendo a correre veloce. Un andamento non sempre regolare, ma comunque in terreno altamente positivo come certificato passo passo dalle aziende così come dai rivenditori. Col giardino sempre più al centro del sistema, con la casa sempre più tendente al verde. Nonostante una leggera flessione mostrata negli ultimi tre mesi dell'anno (-4,9%), il mercato delle macchine e delle attrezzature per il giardinaggio e la cura del verde archivia il 2021 con un sensibile aumento delle vendite rispetto all'anno precedente. I dati elaborati dall'associazione italiana dei costruttori Comagarden (FederUnacoma) e dal gruppo di rilevamento statistico Morgan indicano infatti, a fine anno, un totale di 1.660.148 unità vendute di macchine semoventi alle attrezzature motorizzate, fino agli strumenti manuali. Un incremento del 14% sul 2020.

SENZA ECCEZIONI. Tutte le principali tipologie di prodotto censite dal gruppo Morgan evidenziano un andamento positivo, a partire dai trimmer che registrano una crescita del 21,6%, in ragione di oltre 105 mila unità vendute. Incrementi a doppia cifra anche per le motoseghe (+15,1% in ragione di 430 mila unità) e i rasaerba (+12,9 per circa 325 mila unità), mentre aumenti più contenuti caratterizzano i decespugliatori (+6,1% a fronte di 304 mila unità). Da annoverare, tra i comparti più dinamici del mercato, quello degli spazzaneve che torna a crescere in misura significativa (+76,6% con 7.300 unità) dopo tre anni consecutivi in flessione. «A fronte di una stagione invernale segnata da precipitazioni nevose non particolarmente abbondanti, l'impennata delle vendite», sottolinea Comagarden, «è dovuta principalmente alla ricostituzione delle scorte di magazzino da parte dei rivenditori».

ALTA VELOCITA'. In un contesto di crescita generalizzata, l'unico segmento in controtendenza è quello relativo agli atomizzatori, che hanno archiviato il 2020 con una flessione del 33,8% in ragione di 5.089 unità vendute. Si tratta di un andamento spiegabile alla luce dell'evoluzione della crisi pandemica. Nella fase più acuta del covid, infatti, gli atomizzatori sono stati utilizzati anche per gli interventi di sanificazione e ciò ha determinato un picco delle vendite. «Il calo di questi ultimi dodici mesi», spiega l'associazione dei costruttori, «sta dunque ad indicare che si sta esaurendo l'effetto-covid e che la domanda sta tornando sui livelli pre-pandemia».

	2019	2020	2021	Var. % 2021/2020
ATOMIZZATORI	4.634	7.443	5.089	-33,8%
ARZEGGIATORI/SCARIFICATORI	8.903	12.942	20.512	58,2%
ESOTRITURATORI	7.239	8.358	10.930	29,8%
DECESPUGLIATORI	267.943	286.574	304.040	6,1%
FORBICI A BATTERIA	22.374	30.993	38.818	25,2%
MOTOSEGHE	322.396	373.804	430.167	15,1%
MOTOSAPPIRATORI	28.120	32.152	42.416	31,9%
POTATRICI AD ASTA	11.663	19.827	24.031	21,2%
RASAERBA	274.844	287.633	324.725	12,9%
RASAERBA ROBOT	25.994	28.368	34.768	21,9%
RIDE-ON Consumer	9.820	8.825	9.117	3,3%
RIDE-ON MMV	3.318	1.635	1.731	5,9%
SOFFIATORI/ASPIRATORI	102.902	120.533	150.286	24,7%
SPAZZANEVE	4.838	4.145	7.322	76,6%
TAGLIATESTI	93.176	123.549	124.395	0,7%
TRATTORINI	25.993	21.463	23.753	10,7%
TRIMMER	59.737	68.890	105.689	21,6%
ZERO TURN Consumer	1.280	1.523	1.540	1,2%
ZERO TURN MMV	1.079	804	811	0,9%
TOTALE MORGAN	1.376.061	1.456.702	1.660.148	14,0%

Lo sguardo è proteso verso i mercati europei. Il piano è molto chiaro, gli orizzonti già fissati. Eccellenti i risultati del 2021, promettentissimo l'avvio del nuovo anno. Partendo da una base solida. E da un principio su tutti

GRIN METTE LA QUINTA «LA QUALITA' IN PRIMIS»

GRIN

Grin scalda i motori. Tante leve da azionare, dopo tutte quelle già mosse in questi anni fino a conquistarsi una posizione di privilegio nel mercato. Passi nuovi e belli decisi. Come la nuova versione del sito web, come le radici affondate anche in Francia, Svizzera, Belgio e Olanda. «Il 2021 per Grin», la prima fotografia del responsabile commerciale e marketing **Daniele Bianchi**, «è stato un anno di crescita e consolidamento. Abbiamo registrato un +20% di macchine vendute rispetto al 2020 e anche gli ordini per il 2022 sono in forte incremento». Alla base di questi risultati strategie chiarissime. E vincenti.

«Vogliamo mantenere questo trend di crescita e per questo», spiega l'amministratore delegato **Franco Ghezzi**, «abbiamo puntato anche quest'anno sulla qualità del prodotto. Producendo internamente le nostre macchine riusciremo inoltre a garantire, anche per il 2022, la fornitura ai nostri rivenditori». Il nuovo portale, **mygrin.eu**, è un'altra finestra sul mondo.

«Una piattaforma», evidenzia Bianchi, «ancora più facile da consultare per nostri clienti e ancora più funzionale per i nostri rivenditori. Per facilitare il cliente finale abbiamo implementato dei filtri per ricerca a metro quadro: così facendo la scelta del tagliaerba corretto per le proprie esigenze sarà ancora più facile. Il sito è disponibile in cinque lingue con schede tecniche ancor più approfondite che diventeranno poi il



giusto supporto alla vendita». Fra le novità anche la **Grin Academy**, il percorso formativo digitale e in presenza ad uso esclusivo dei rivenditori autorizzati che permetterà di rimanere sempre aggiornati per offrire un servizio di alta qualità. «Innovazione sarà la parola d'ordine. Grin», il fermo immagine di Ghezzi, «guarda sempre al futuro. A partire dai servizi al rivenditore ed al cliente finale. La passione per quello che facciamo guida le nostre scelte e alimenta la volontà di offrire un prodotto e un servizio sempre migliori».



Blue Bird distributore esclusivo di Segway

Per i rivenditori la qualità di Navimow

Blue Bird ha siglato un accordo di distribuzione esclusiva con Segway, marchio molto importante e conosciuto nel settore della robotica e della smart mobility che ha sviluppato una linea di robot rasaerba senza filo. Segway, noto soprattutto per i mezzi di trasporto omonimi e i suoi e-scooter, sta lanciando la nuova linea di robot rasaerba Navimow senza necessità di filo perimetrale. Basata sulla tecnologia satellitare per individuare l'area (o le aree) da gestire. Blue Bird sarà il distributore per l'Italia, con un prodotto estremamente evoluto disponibile solo a rivenditori selezionati. «Abbiamo avuto la possibilità di testare per lungo tempo Navimow e possiamo testimoniare», garantisce Blue Bird, «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. La qualità della costruzione e dei materiali inoltre è ai massimi livelli e il design molto accattivante, aspetto che ha permesso di vincere il Red Dot Design Award, uno dei più prestigiosi premi mondiali legati al design.

Fabbrica motori dal 1978
Blue Bird
Industries



Viridea, a Castenedolo

il primo punto vendita bresciano



Ha aperto i battenti il 4 marzo il decimo punto vendita a marchio Viridea, a cui si affianca il punto vendita toscano di Legnaia rilevato nel 2021. Un traguardo significativo per la catena italiana, che proprio quest'anno celebra i 25 anni di attività.

L'azienda ha chiuso il 2021 con un bilancio particolarmente soddisfacente, registrando un fatturato in crescita del 26% rispetto al 2020 e confermandosi una realtà di spicco nel settore Garden in Italia. Il nuovo Viridea Garden Center, settimo in Lombardia e primo in provincia di Brescia, sorge nel comune di Castenedolo. Il bacino d'utenza stimato è di circa 160.000 consumatori.

«L'apertura del decimo Garden Center nell'anno del venticinquesimo anniversario», commenta Fabio Rappo, fondatore e amministratore unico di Viridea, «rappresenta una tappa significativa per la nostra azienda. I risultati ottenuti nel 2021 e l'apertura del nuovo punto vendita di Castenedolo ci consentono di tracciare un bilancio estremamente positivo di questi primi 25 anni. La pandemia che stiamo attraversando ha definito un nuovo rapporto tra le persone e la propria dimensione domestica, risvegliando in molti la passione per il verde e la necessità di portare la natura tra le mura di casa».

Campagna Happy Bee, Fiskars

in prima linea a difesa delle api

Le api sono esseri viventi fondamentali per il benessere del nostro pianeta e, in qualità di impollinatori laboriosi quali sono, questi insetti lavorano sodo per garantire ai terreni, giardini, campi e foreste di continuare a prosperare. Con la campagna Happy Bee, Fiskars vuole incoraggiare tutti gli amanti del giardinaggio a porre l'attenzione su questi piccoli aiutanti che lavorano senza sosta per l'uomo e per il pianeta. A supporto di quest'iniziativa, all'acquisto di cinquanta euro di attrezzi per il giardinaggio Fiskars in un unico scontrino, l'azienda premia i consumatori con un Kit Salva Api gratuito. Fino al 31 maggio sarà possibile caricare la ricevuta sul sito fiskars.it/promozioni, e ricevere una confezione con un trapiantatore per semi SolidTM di Fiskars, una busta di semi di fiori nettariferi, un leaflet ricco di informazioni su come realizzare un giardino ospitale per gli insetti impollinatori e un vasetto di miele Mielizia.

Per questa campagna promozionale, infatti, Fiskars ha stretto una collaborazione con Conapi, il Consorzio Nazionale Apicoltori che promuove un'apicoltura sana e sostenibile oltre a rappresentare un'importante modello di filiera del miele con il marchio Mielizia.



Euroflora certificata manifestazione fieristica internazionale

«Giusto riconoscimento, ora ulteriore visibilità alla fiera»

Euroflora, in programma dal 23 aprile all'8 maggio ai Parchi di Nervi, ha ottenuto con decreto dirigenziale del settore commercio di Regione Liguria la qualifica internazionale. «Il giusto riconoscimento per una manifestazione che è, da oltre 50 anni, simbolo dell'eleganza, del prestigio e della bellezza della natura in tutte le sue forme», evidenzia l'assessore regionale allo sviluppo economico Andrea Benveduti, «e che rappresenta un passaggio strategico per darne ulteriore impulso e visibilità, grazie all'inserimento ufficiale nel calendario degli appuntamenti fieristici mondiali». Euroflora è una mostra di piante e fiori da sempre riconosciuta a livello mondiale, come strumento di sostegno e di promozione internazionale per il settore florovivai-stico. Fin dalla sua prima edizione nel 1966, ha raccolto partecipazioni di altissimo livello da tutto il territorio nazionale e dai Paesi Esteri ed è l'unico appuntamento italiano riconosciuto dall'AIPH – International Association of Horticultural Producers, tra le floralies europee.

«La patente di internazionalità, rilasciata da Regione Liguria secondo i rigidi criteri nazionali stabiliti nell'ambito dell'intesa Stato Regioni», sottolinea il presidente di Porto Antico di Genova SpA Mauro Ferrando, soggetto organizzatore della manifestazione, «riporta Euroflora, con il suo attuale format, innovativo e sostenibile, e la sua prestigiosa storia alle spalle, nel panorama fieristico internazionale. Rappresenta inoltre una garanzia di qualità per le missioni di operatori economici esteri che arriveranno a Genova. Voglio ringraziare lo staff dell'assessorato per il grande lavoro svolto con i nostri uffici per il raggiungimento di questo obiettivo».



OREGON®

DuraCut™

Catena al triplo cromo

DURA 3 VOLTE DI PIÙ



Più performante • Più duratura

DuraCut™ rimane affilata fino a tre volte di più. DuraCut™ si affila come le catene standard tramite tondino o affilatrice elettrica.

Nasce AL-KO SWISS GmbH, ulteriore sostegno ai clienti B2B e B2C

Per rafforzare le sue strutture di distribuzione in Svizzera, AL-KO Gardentech ha costituito la AL-KO SWISS GmbH a Mägenwil. AL-KO Gardentech amplia ulteriormente la sua rete di distribuzione internazionale in Europa. L'amministratore delegato della nuova società AL-KO SWISS GmbH è Christian Habegger, attivo da oltre trent'anni nel settore del giardinaggio e può contare su numerosi contatti di successo con clienti nei canali del DIY, rivenditori specializzati e dell'e-commerce.

AL-KO Gardentech servirà il mercato nazionale svizzero dalla sua nuova sede, al fine di accelerare la crescita e la digitalizzazione nella federazione Elvetica.

«Con la fondazione della nuova filiale», evidenzia Sergio Tomaciello, amministratore delegato di AL-KO Geräte GmbH, «saremo in grado di raggiungere e sostenere ancora meglio i nostri clienti B2B e B2C in Svizzera. Questo ci consentirà di sfruttare appieno il potenziale del mercato del giardinaggio del paese Elvetico. La nuova società sottolinea lo status e l'importanza del mercato svizzero per AL-KO. Con il nostro portafoglio di prodotti di alta qualità, AL-KO SWISS GmbH rafforzerà la nostra posizione sul mercato e ci aiuterà a incrementare il continuo sviluppo positivo di AL-KO Gardentech».



Yacht&Garden, Marina Genova spazio anche per il giardinaggio



Aperta fino a domenica 22 maggio a Marina Genova, Yacht&Garden, la mostra-mercato di fiori e piante del giardino mediterraneo, vivrà quest'anno un'edizione assolutamente speciale nella cornice del raduno delle Vele d'Epoca. Per celebrare l'incontro

tra le due anime di Yacht&Garden, il verde e il mare, per tutta la durata della quattordicesima edizione, le banchine del Marina ospiteranno le Vele d'Epoca: una flotta di imbarcazioni storiche di grande fascino, tra cui la goletta di 29 metri Pandora, ricostruzione in legno di un antico postale ottocentesco, lo yawl Barbara del 1923 e i Sangermani Tulli del 1960 e Mä Vista del 1972. Yacht&Garden propone un calendario ricco e variegato, con oltre 130 espositori tra i più qualificati d'Italia. In un suggestivo contesto marino gli appassionati di giardinaggio e della natura potranno trovare essenze e fiori adatti al giardino mediterraneo: piante annuali, biennali e perenni fiorite, alberi e arbusti da bacca, piante cactacee e succulente, piante aromatiche e officinali, piante da frutto e da orto, agrumi e piccoli frutti, senza dimenticare particolarità come frutti antichi o sementi rare.

Tromba d'aria a Modica, il sostegno di Würth Italia

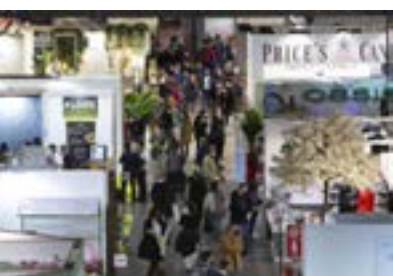
L'area manager Sicilia di Würth Italia, Giorgio Poidomani, ha consegnato un assegno da settemila euro nelle mani di Ignazio Abbate, sindaco di Modica, da destinare al



finanziamento di opere per il ripristino di una parte dei danni causati dalla tromba d'aria che ha colpito il territorio lo scorso novembre. Alla cerimonia di consegna hanno partecipato anche la moglie e il figlio di Pino Ricca, il cittadino modicano che perse la vita nella catastrofe. Insieme a loro, anche un altro tra i cittadini i più colpiti dalla tromba d'aria ha portato simbolicamente il ringraziamento dei residenti di Modica. Presenti anche l'assessore Pietro Lorefice e il consigliere Alessio Ruffino, che ha favorito le comunicazioni tra i rappresentanti Würth e l'amministrazione comunale. Attiva sul mercato dal 1963, Würth si è sviluppata in modo esponenziale divenendo partner di riferimento per i 280.000 professionisti nel mondo dell'automotive, dell'artigianato, dell'edilizia e dell'industria con i suoi 3 centri logistici di Egna, Crespellano e Capena.

Myplant & Garden 2022, il grande ritorno

Una grande edizione, quella di Myplant. Le imprese del comparto, il 20% delle quali dall'estero soprattutto da Olanda, Danimarca, Germania e Francia, hanno potuto mostrare vis a vis tutte le novità a un numero altissimo di visitatori professionali (18.650) che hanno percorso e ripercorso i 45.000 mq dei padiglioni 12, 16 e 20 in cerca di prodotti, soluzioni, progetti, contatti e idee per alimentare un business in ottima salute. Un business che a Myplant ha fruttato molti ordinativi, intercetta-



to clienti e canali potenziali, rinvigorito relazioni sbiadite o distanti, ha gettato le basi per costruire alleanze, valutare nuove strade e sperimentare nuove soluzioni imprenditoriali. Importanza del verde per la qualità della

vita, la salute e il benessere dentro e fuori gli ambienti domestici e urbani, rigenerazione delle città, opportunità e criticità interne ed esterne al settore – PNRR, bonus verde, transizione energetica, transizione ecologica, fabbisogno e costi imprenditoriali - e poi cambiamenti climatici, qualità della vita, bellezza, salute, abitudini green, verde sportivo, Innovation Technology, Green Business, ambiente, sostenibilità, innovazione e trend di consumo sono alcuni dei temi emersi con prepotenza negli ultimi mesi attorno al tema del verde e che sono stati approfonditi in fiera: confermando le date di febbraio, l'organizzazione di Myplant & Garden ha riproposto con grande forza e autorevolezza l'Italia quale riferimento imprescindibile – commerciale, produttivo, logistico e culturale – nel contesto fieristico dell'industria e dei mercati internazionali del verde. Nonostante le incertezze di questi anni, cui si sono aggiunte quelle degli ultimissimi giorni, Myplant è stata in grado di organizzare l'incoming di 116 delegazioni ufficiali di buyer internazionali da trenta Paesi, soprattutto dall'Europa - principale mercato di sbocco dei prodotti italiani (84% dell'export) -, il 44% dei quali dall'Est Europa, dal bacino meridionale del Mediterraneo (10% dei buyer) e dal Medio Oriente, importante mercato – floricolo, vivaistico e progettuale-emergente (10% dei buyer). La prossima edizione, la settimana, dal 22 al 24 febbraio del 2023.

AVVOLGITUBO FERRARI: INNAFFIARE È UNA PAROLA D'ORDINE



CARRELLO AVVOLGITUBO

Da **Ferrari Group** un accessorio indispensabile per innaffiare con semplicità e tenere in ordine i giardini di piccole e medie dimensioni.

Realizzato con **materiali di alta qualità**, l'avvolgitubo ha una **struttura in plastica** con **impugnatura in metallo**.

Capacità: 50 m di tubo $\varnothing$ 1/2" o 35 m di tubo $\varnothing$ 5/8".

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



FERRARI[®]
group

FERRARI GROUP S.R.L.

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

Convegno a Myplant, il grido del florovivaismo



Contro costi di produzione insostenibili per l'impennata dei prezzi delle materie prime e, soprattutto, per il caro energia serve accelerare l'ammodernamento della coltivazione floricola in serra che, sul territorio nazionale, è rappresentata da quasi il 50% della superficie totale del settore che è di circa trentamila ettari. Così, non solo si avvia una reale transizione ecologica del florovivaismo italiano puntando sulle energie rinnovabili, ma si scongiura il rischio "switch-off" per il 30% delle ventiquattromila aziende del settore, uscite già penalizzate da due anni di pandemia. Sono queste le sollecitazioni di Cia con l'Associazione Florovivaisti Italiani, lanciate a Milano dal convegno promosso a Myplant & Garden 2022 per cogliere le opportunità di PNRR e Green Deal Ue sul fronte delle agroenergie. La spesa energetica è salita del 50% e potrebbe aumentare ancora, andando a compromettere pure la fase di raffreddamento artificiale nei mesi più caldi e che incide fino al 15% sui consumi energetici totali.

EcoLine, l'ultima grande idea di Gardena



Gardena presenta la nuova linea di prodotti EcoLine, a riconferma del suo impegno per l'ambiente e della qualità sostenibile dei suoi prodotti. Gli attrezzi della nuova linea EcoLine hanno un design unico che si differenzia marcatamente dall'ampia gamma standard di soluzioni proposte da Gardena. La scelta di colori eleganti conferisce loro un aspetto moderno e di alta qualità. Ciò che fa davvero la differenza, però, è la composizione dei prodotti: i componenti in plastica di ogni attrezzo sono costituiti da almeno il 65% di materiale riciclato. La maggior parte della plastica riciclata è costituita da rifiuti domestici, come pellicole o imballaggi, noti anche come materiali riciclati post-consumo. EcoLine comprende un Set base per l'irrigazione, una lancia a doccia a impulsi, un irrigatore oscillante, oltre a tre attrezzi manuali (trapiantatore, estirpatore e raschietto) e un paio di Forbici da giardino. Con il Set base EcoLine, la lancia a doccia a impulsi e l'irrigatore oscillante, i giardinieri avranno tutto il necessario per annaffiare le piante e i prati.

Strategia Forestale Nazionale, ecco le linee guida per l'Italia Fatto il primo passo, sotto la lente undici milioni di ettari



La Strategia Forestale Nazionale (SFN) è realtà. Si tratta del primo documento strategico in Italia, parte di un percorso iniziato nel 2017 con l'istituzione della Direzione Foreste presso il Mipaaf e proseguito nel 2018 con la pubblicazione del TUFF, il Testo unico in materia di foreste e filiere forestali. Il documento rappresenta un primo grande passo verso la costruzione di politiche forestali nazionali, dando parziale attuazione alla Strategia europea per la biodiversità 2030 e alla Strategia forestale 2030, nonché integrando la Strategia nazionale per la bioeconomia con riferimento al sistema foresta-legno.

La superficie forestale nazionale ha continuato a crescere negli ultimi decenni, arrivando oggi a coprire nove milioni di ettari e quasi due milioni di ettari di altre terre boscate: un'enorme infrastruttura verde che offre elementi di forza (elevata diversità di specie, ampia disponibilità di prodotti forestali legnosi e spontanei) e di debolezza (come scarsa diffusione della pianificazione forestale, limitata conoscenza e consapevolezza del ruolo e delle funzioni del bosco da parte dell'opinione pubblica, elevata frammentazione delle aree), che puntano ad essere superati grazie ad una serie di tre obiettivi generali fra riconoscimento del valore della gestione forestale attiva, multifunzionale e sostenibile, ruolo delle filiere foresta-legno per lo sviluppo dell'economia nazionale e locale, definizione di percorsi condivisi e partecipativi anche per aumentare la conoscenza globale delle foreste, declinati poi in azioni. Il contesto di riferimento è dato dai grandi cambiamenti in atto, tra cui gli effetti sempre più evidenti dei cambiamenti climatici.



**Rendi migliore il
tuo giardino**



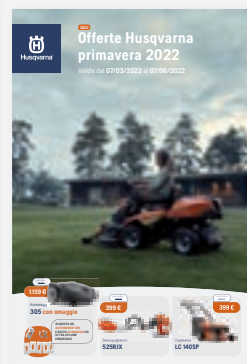
OFFERTE PRIMAVERA 2022

Sono iniziate le offerte Husqvarna

Per tutti coloro che considerano la primavera molto più di una stagione.

Abbiamo un prodotto per rendere migliore la cura di ogni spazio verde, con tutte le caratteristiche, funzionalità ed innovazioni che ci si aspetta da Husqvarna.

Le offerte del volantino primavera sono disponibili dal 7 Marzo al 7 Giugno 2022 presso i Rivenditori Aderenti.



Robot tagliaerba

AUTOMOWER® 305



ACQUISTA UN **AUTOMOWER® 305**
E RICEVI **IN OMAGGIO UN**
KIT DA 45 LAME ENDURANCE
dal valore 138 €

La scelta perfetta per prati più piccoli con aree complesse. Presenta le ultime tecnologie più avanzate pur essendo compatto e facile da usare. Semplice da pulire tramite canna dell'acqua*.

**consigliamo un getto a bassa pressione*

📏 600 m²

📐 40%

Prezzo OFFERTA + Omaggio
Prezzo listino IVA inclusa

€1.159,00
~~€1.535,00~~

Automower® Connect@Home

Connect@Home (Bluetooth®) è incluso su tutti i modelli seguenti. Con l'app puoi controllare il tuo robot con lo smartphone entro 30 metri. La connettività completa è disponibile con il Kit Automower® Connect.

Robot tagliaerba

NOVITÀ

AUTOMOWER® 310 Mark II



Robot tagliaerba per prati di piccole e medie dimensioni. Grazie al design compatto può affrontare pendenze del 40% e spostarsi attraverso passaggi stretti.

📏 1.000 m²

📐 40%

Prezzo OFFERTA
Prezzo listino IVA inclusa

€1.550,00
~~€2.062,00~~

Robot tagliaerba

NOVITÀ

AUTOMOWER® 315 Mark II



Robot tagliaerba affidabile per giardini complessi di medie dimensioni. Grazie al design compatto può affrontare pendenze del 40% e spostarsi attraverso passaggi stretti.

📏 1.500 m²

📐 40%

Prezzo OFFERTA
Prezzo listino IVA inclusa

€1.890,00
~~€2.306,00~~

Decespugliatore 525RJX



Leggerissimo ed ergonomico decespugliatore da 25 cm³ dotato di versatile impugnatura a J che consente di utilizzarlo sia con testina a filo sia con disco per erba. Ideale per le rifiniture frequenti e la manutenzione in genere nel giardinaggio.

📏 25,4 cm³ ⚙️ 1,0 kW ⌚ 47 cm 📦 4,3 kg

Prezzo OFFERTA

Prezzo listino IVA inclusa - Dotazione testina esclusa

€ 399,00

€ 538,00

BILANCIAMENTO

Progettati per la massima maneggevolezza

La maneggevolezza di qualsiasi attrezzatura dipende essenzialmente dal suo bilanciamento.

La barra angolata, l'impugnatura comfort e l'occhiello regolabile per il gruppo cinghie assicurano una postura di lavoro corretta e una comoda presa, mentre la lunghezza ottimale dell'asta rende più efficiente la decespugliatura.

Macchina multifunzione 129LK

solo corpo macchina



Dotato di un potente motore da 27 cm³. Grazie alla possibilità di cambiare la parte inferiore dell'asta, può essere facilmente convertito in innumerevoli altri prodotti, come ad esempio un soffiatore, un patate ad asta, una zappetta o decespugliatore.

📏 27,6 cm³ ⚙️ 0,8 kW ⌚ 43 cm 📦 4,7 kg

Prezzo OFFERTA

Prezzo listino IVA inclusa - Dotazione testina esclusa

€ 349,00

€ 410,00

Macchina multifunzione 525LK

solo corpo macchina



Macchina multifunzione leggera da 25 cm³ con impugnatura ad anello. Grazie all'asta con diametro di 24 mm, può essere equipaggiata con una varietà di accessori differenti, che la rendono perfetta e versatile.

📏 25,4 cm³ ⚙️ 1,0 kW ⌚ 47 cm 📦 4,5 kg

Prezzo OFFERTA

Prezzo listino IVA inclusa - Dotazione testina esclusa

€ 399,00

€ 538,00

Una macchina per tutte le tue esigenze

Le nostre macchine Combi sono prodotti multifunzione che rappresentano un investimento veramente intelligente in diversi aspetti. In primo luogo, non dovrai più caricare diverse macchine sul tuo mezzo per recarti al lavoro. Inoltre, avrai una sola macchina da rifornire e avviare.

Potrai alternare in modo facile e veloce numerosi accessori per i vari lavori. Infine risparmierai tempo e denaro in termini di manutenzione, ma questi sono solamente alcuni dei vantaggi offerti da questo versatile tipo di macchine.





Idropulitrice

PW 235 / PW 235R

Design robusto e mirato per le attività di pulizia come patii, mobili da giardino, recinzioni e strutture in pietra. Le due funzioni per la regolazione dell'ugello e il collegamento rapido evitano problemi. Il porta accessori incorporato, l'avvolgitubo e l'alloggiamento del cavo di alimentazione rendono l'operatività molto efficiente.

Con pompa in metallo e in dotazione due ugelli e uno spruzzatore di schiuma.



🕒 135 bar 💧 350-520 l/h ⚙️ 1800 W 🌀 8 m

Prezzo OFFERTA PW 235

Prezzo listino IVA inclusa

€ 239,00

~~€ 243,00~~

Prezzo OFFERTA PW 235R

Prezzo listino IVA inclusa

€ 289,00

~~€ 313,00~~

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





«Green Agorà: il Verde nel Pnrr», il convegno Flormart apre la strada

Il Pnrr rappresenta una grande occasione di crescita per il florovivaismo italiano, grazie ai finanziamenti che andranno agli enti locali per il verde urbano e la riforestazione. Servono però scelte rapide dei progetti, un approccio manageriale e la semplificazione delle procedure. La crescita del verde urbano può contribuire alla riduzione dell'inquinamento cittadino e al benessere fisico e psichico delle persone. È quanto emerso dal convegno «Green Agorà: il Verde nel Pnrr: occasione di sviluppo e qualificazione del verde urbano», organizzato dalla fiera Flormart a Padova, la cui prossima

edizione è in calendario dal 21 al 23 settembre. Il comparto florovivaistico italiano rappresenta il 5% dell'intera produzione agricola nazionale, per un valore di 2,7 miliardi di euro. Vi operano 13.633 aziende, che impiegano centomila persone nella produzione diretta, cui vanno aggiunte quelle occupate nell'indotto. Le esportazioni di piante, fiori e fronde valgono, secondo i dati Istat dello scorso ottobre, poco più di un miliardo

di euro. «Il Pnrr», ha sottolineato Stefano Patuanelli, Ministro per le Politiche Agricole, Agroalimentari e Forestali, «è ormai entrato nella sua fase esecutiva e il settore florovivaistico, che può contribuire alla transizione ecologica, è chiamato a una progettazione di medio e lungo periodo: dai giardini verticali, al riutilizzo degli spazi industriali, passando per il vertical farming, la logistica e le tecniche sostenibili di produzione in serra e in campo».



Kohler Engines, un altro grande assist all'ambiente

Kohler Engines continua il suo impegno per ridurre l'impatto ambientale dei propri motori. L'azienda ha recentemente approvato l'uso di olio vegetale idrotrattato (Hydrotreating of Vegetable Oils – HVO – secondo

la specifica EN15940), puro o miscelato con il combustibile convenzionale, in tutti i suoi motori diesel. L'approvazione si basa su approfonditi test, in laboratorio e sul campo, condotti dalla squadra di ingegneria di Kohler. I motori Diesel del gruppo non necessitano di alcun tipo di modifica o aggiornamento specifico per l'uso dell'HVO. Mentre, rimane necessario l'utilizzo dei sistemi di post-trattamento dei gas di scarico, dove già previsti. L'HVO è un combustibile a base di paraffina, noto anche come "diesel sintetico o rinnovabile", prodotto da oli di derivazione vegetale e animale, scarti dell'industria della lavorazione della carne o del pesce. L'HVO, al contrario del biodiesel, non sottrae né risorse all'agricoltura, né contribuisce alla deforestazione. Può essere utilizzato in tutte le applicazioni, in cui oggi, viene utilizzato il diesel. È possibile ottenere una riduzione delle emissioni complessive di CO2 fino al 90%, a seconda della materia prima utilizzata nella produzione di HVO. Rispetto alla maggior parte dei combustibili diesel convenzionali, inoltre, ha un bassissimo contenuto di zolfo ed il suo utilizzo comporta una riduzione delle emissioni allo scarico del motore.



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

Cifo fa il pieno di novità

La filosofia green alla base di tutto



Tutte aderenti alla filosofia green che contraddistingue l'azienda e che ormai da anni guida i reparti di ricerca e sviluppo le novità Cifo presentate a Myplant. Significativo, in tal senso, l'investimento continuo sulla linea Barriera Naturale: ai 13 prodotti e 18 referenze già sul mercato, tutti a base di componenti vegetali e minerali, e contraddistinti da nuovi packaging sostenibili, si aggiunge oggi anche Cifotris Bio. Un formulato liquido pronto all'uso, consentito in agricoltura biologica, a base di macerato di foglie di ortica, sostanza naturale capace di attivare le difese naturali della pianta con una triplice azione: fungicida, insetticida e acaricida. Agisce nello specifico contro acari, insetti quali afidi, altica, tignola e carpocapsa e funghi quali alternaria, botrite, monilia, oidio e peronospora. Un'altra delle novità Cifo è il lancio della nuova linea Green Solution Difesa che viene inaugurata con la sua prima referenza Bixan 0,25 MG una barriera naturale per ambienti domestici contro gli insetti sgraditi, a base di piretro, insetticida il cui principio attivo è di origine completamente naturale.

Spettacolo Flover

con più di centomila tulipani



Un campo fiorito con oltre 100mila tulipani di tantissimi colori accoglierà fino al 17 aprile grandi e bambini che si perderanno alla ricerca dei fiori più belli da cogliere. Il terreno in cui sono stati piantati i bulbi costituisce un'espansione del vivaio Flover, in provincia di Verona, e si trova in un luogo speciale, tra le colline moreniche dell'entroterra gardesano. Una bellissima terrazza sulla Valdadige con una splendida vista sul Baldo e sui forti di Pastrengo.

Dove sarà possibile scegliere di persona i tulipani, circondati da una distesa coloratissima di fiori. Durante il percorso si potranno raccogliere i tulipani che si vorranno, magari trovando qua e là qualche sorpresa per aggiungere un'esperienza all'esperienza.

Il campo di tulipani è stato realizzato per la prima volta nel 2020, per festeggiare i 40 anni di attività di Flover, ma la pandemia ha impedito di dividerlo con i visitatori.

Macchine agricole, prorogati i termini per la 4.0

Malavolti: «Più di un semplice incentivo per gli acquisti»

Lo slittamento dei termini per la consegna e per l'installazione dei prodotti 4.0 comprende anche le macchine e le attrezzature agricole. La proroga riguarda i mezzi e sistemi con dispositivi elettronici, rispondenti ai requisiti previsti dal Piano Nazionale Transizione 4.0, che sono stati prenotati entro il dicembre 2021 (con regolare acconto del 20%), e che potranno in virtù del Decreto essere consegnati non più entro il 30 giugno ma entro il 31 dicembre. Lo slittamento di sei mesi è stato necessario a fronte della crisi delle materie prime e delle forniture energetiche che stanno rallentando la produzione e che rendono difficile per le case costruttrici il rispetto dei tempi di consegna inizialmente stabiliti. Lo spostamento dei termini sancito all'interno del Decreto Milleproroghe previene il rischio di inadempienza nelle consegne e prolunga a tutto il 2022 le stesse condizioni stabilite per l'anno precedente, vale a dire credito d'imposta pari al 40% del costo per gli investimenti fino a 2,5 milioni di euro, credito del 20% per investimenti da 2,5 a 10 milioni e del 10% per la fascia dai 10 fino ai 20 milioni. Per gli acquisti nel triennio 2023-25 le percentuali detraibili si dimezzano. «Gli incentivi 4.0 si stanno rivelando un ottimo driver per il mercato delle macchine agricole», commenta il presidente di FederUnacoma Alessandro Malavolti, «ma non vanno interpretati come un semplice incentivo agli acquisti, giacché la transizione verso il digitale è un processo molto complesso, che richiede una cultura tecnologica tale da consentire alle aziende agricole di scegliere i dispositivi più adatti alle proprie esigenze, e agli operatori di utilizzare in modo efficace le tecnologie di nuova generazione».

Promozionale Ricambi PraiParts 2022, il rivenditore è servito



Un nuovo catalogo, anche pieno di novità, il «Promozionale Ricambi PraiParts 2022». Un ventaglio ampio, ricco di soluzioni, con ricambi e accessori per macchine agricole e da giardinaggio. Un alleato fedelissimo per il rivenditore ed il suo lavoro quotidiano, con la qualità e l'innovazione sempre al primo posto. Un prezioso

compagno di viaggio su cui far affidamento, il perfetto completamento dell'offerta Prai. Ancora più ampia, ancora più profonda.

Doppia acquisizione, Mollo Noleggio s'espande in Romagna e Valtellina

Mollo Noleggio prosegue nella sua politica di espansione capillare sul territorio nazionale attraverso due acquisizioni finalizzate in parallelo: quella di Monia Noleggi di Forlì e quella di Parmiani Noleggi di Montagna in Valtellina, in provincia di Sondrio, entrati a pieno titolo a far parte del Gruppo Mollo. Monia Noleggi è attiva da oltre

25 anni sul territorio romagnolo dove è punto di riferimento in particolare con le sue piattaforme di lavoro aeree. Mollo ne ha acquisito al 100% il ramo d'azienda, e di conseguenza l'attività è stata integrata all'interno della filiale Mollo Noleggio di Forlì.

«Volevamo espanderci e investire in Romagna», evidenzia Mauro Mollo,

presidente di Mollo Noleggio, «mentre la proprietà di Monia Noleggi aveva nuovi progetti di sviluppo in altri settori. Ci siamo quindi trovati in un punto di convergenza che ha facilitato il buon esito dell'operazione. Dal punto di vista commerciale, Monia Noleggi è un marchio con ottime referenze sul suo territorio di azione e un modello di business caratterizzato da grande flessibilità rivolto in particolare alle piccole imprese». La seconda addizione riguarda Parmiani Noleggi, realtà storicamente radicata sul territorio valtellinese, del lecchese e svizzero di prima frontiera.

OLTRE 330.000 RICAMBI ORIGINALI E COMPATIBILI



Kramp lavora da 70 anni al fianco di un'ampia rete di rivenditori per soddisfare tutte le esigenze dei professionisti del settore agricolo, forestale, giardinaggio e movimento terra.

Con un assortimento completo dei migliori marchi e un servizio di consegna efficiente, Kramp è il maggior grossista in Europa di ricambi e accessori.

Scopri l'intera gamma su www.kramp.com



KRAMP
It's that easy.

«UN PIANO DEL VERDE PER OGNI COMUNE»

Il punto fermo della formazione. Il verde del presente e del futuro. Arianna Tomatis ha tutto in testa, paesaggista e progettista con sguardi che vanno molto lontano. Senza nulla togliere al presente. La base nel cuneese, la mano tesa ad Aipv di cui è socia e consigliere regionale del Piemonte, la giusta energia per andare oltre la normalità. Un viaggio a cento all'ora, partito da molto lontano. Fino a lasciarsi conquistare dal verde, fino a diventare attrice protagonista di un mondo sempre più suo.

«Dopo l'esperienza in Cile, dove mi sono ulteriormente avvicinata ad una Natura molto diversa rispetto a quella che avevo vissuto prima. Alla fine nei primi anni io studiavo solo architettura. Andando lì ho avuto modo di vedere altri scorci,

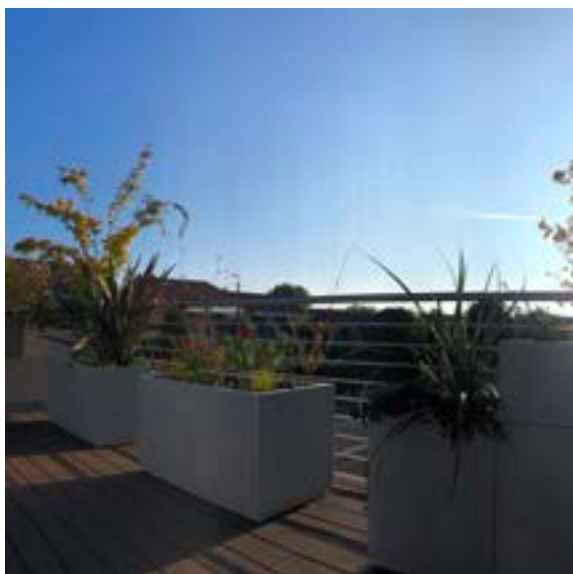
Arianna Tomatis è un concentrato di passione, idee e sguardi proiettati al domani. «Il giardino del futuro? Essenziale, autonomo, in linea coi mutamenti climatici. Ma sempre bello. Una scintilla la colgo, la cultura del verde crescerà. L'Italia però adesso deve formare veri professionisti»

altri paesaggi ed un modo differente di trattare certe aree pubbliche. In più, avendo una grande passione per lo sport e la vita all'aria aperta, in quell'anno vissuto a Santiago, ho avuto modo di apprezzare parchi in cui andare a correre differenti da quelli di tante città italiane. Alcuni anche nati lungo il fiume e con grandi spazi. Tutto è partito proprio lì, tornata in Italia ho deciso di orientarmi verso la paesaggistica e a studiare paesaggisti di nome. Come il portoghese Nunes Gomes, come il paesaggista-urbanista Obras-Frédéric Bonnet».

Come s'evolverà il verde verticale?

«È un grande investimento, ma su verde verticale vanno fatte le scelte giuste e curato nella maniera corretta. Può essere anche una sorta di forestazione urbana che sostituisca magari il pannello verde appiccicato sul muro ma diventi una forestazione dei terrazzi. Come è ad esempio a Milano il bosco verde, là dove tutti i terrazzi sono inverditi. Questo sì, con una grande quantità di piante sulle terrazze, sarebbe al di là dell'estetica anche un bel segnale a tematiche oggi molto attuali. Vedi l'inquinamento».





Il livello del verde del Piemonte?

«La questione è generale. E riguarda la cultura del verde nella sua visione globale. In Italia il verde è un costo e basta. Facile buttare cemento, ma non è nemmeno così difficile fare le scelte giuste. Non vedo nessuno andare tutti i giorni nei boschi a bagnare le piante o farlo con gli arbusti della macchia mediterranea. Eppure quel che ci regalano è meraviglioso. In Piemonte ci sono dei vivai interessanti nel Saluzzese, dove nel verde c'è qualche investimento in più. Ma dai comuni ci sono poche aperture».

Quanto manca all'Italia per allinearsi ai paesi davvero evoluti?

«Il gap c'è, ma intravedo anche una promettente scintilla. Dove è chiara la mano del paesaggista,

dove le aree pubbliche sono curate, dove si crede davvero nel verde e nella sua importanza è certamente la Svizzera. Dove ho anche studiato, percependo subito come l'attenzione per il verde fosse su un altro piano rispetto all'Italia. Una certa apertura però io la sto avvertendo anche in Italia. Il verde in Italia credo si ritaglierà il suo bel futuro, altrimenti avrei già lasciato perdere. Non siamo molto lontani. Anche il periodo del covid in tal senso ha fatto capire agli italiani quanto il verde sia qualcosa di fondamentale per la nostra vita».

I giardini italiani in che direzione stanno andando?

«Dipenderà prima di tutto dai cambiamenti climatici e dalle esigenze delle persone. Probabilmente ci sarà un avvicinamento alle piante mediterranee, abituate a stare tanto tempo senz'acqua. Sarà un giardino abbastanza arido ma anche a bassa manutenzione. Con tutta la frenesia in cui siamo immersi le persone di tempo ne avranno sempre meno. Avremo un bel giardino, ci piacerà vederlo sempre perfetto ma senza mai metterci davvero mano. Autosufficiente quindi. Basta piantare nel modo giusto perché il giardino si gestisca di fatto da solo. Sarà un giardino che dovrà adattarsi ad una minore frequenza di piogge, ad un caldo più intenso e al ritmo della gente che per il proprio spazio verde di fatto non avrà tempo ma neanche la voglia di curarlo. Senza rinunciare però alla ricerca del bello».



Il suo giardino ideale l'ha visto o l'ha solo immaginato?

«Il primo che mi viene in mente è la macchia mediterranea in piena estate al mare. Un giardino dove ci sia il sole cocente, arbusti, erbacee profumate. Uno spazio naturale, più che un giardino quindi».

Cosa non può mancare nel suo giardino ideale?

«I sensi devono essere soddisfatti tutti, la prima regola. Magari anche con una zona legata all'orto, così come quello bello per chi ama anche guardarlo dalla finestra e che abbia elementi di attrazione durante tutto l'anno».

Che passi si sente di aver mosso nella sua collaborazione con Aipv?

«Aver dato prima di tutto delle conoscenze e strumenti il più possibile approfonditi. Ma non solo. Il corso di winter garden ad esempio ha dato ai giardinieri strumenti assai interessanti per il loro lavoro, per elevarsi senza rimanere solo nella media. Capaci quindi di proporre giardini diversi, maggiormente articolati, più in linea con veri professionisti del settore».

La lacuna che un manutentore dovrebbe eliminare il prima possibile?

«Quella della formazione. Ne serve una necessariamente completa per potersi definire dei professionisti autentici. Le scuole fanno tanta teoria, ma è la pratica che fa poi la differenza. C'è poi poca conoscenza in materia botanica, così come tante altre falle che andrebbero necessariamente colmate».



Il suo sogno?

«Continuare a progettare, creare un vivaio in un posto idilliaco come potrebbe essere l'entroterra ligure e magari fra qualche anno avere anche una struttura ricettiva. Tipo un agriturismo, magari con dei cavalli. Con la mia azienda che continua a produrre progetti».

Nel suo giardino perfetto c'è spazio per gli alberi?

«Ci sono sì. Alberi dai tronchi colorati. Aceri prima di tutto».

Fosse un legislatore quale sarebbe la prima regola che introdurrebbe?

«Prima di tutto in ogni comune dovrebbe esserci un piano del verde. Partendo dalle piantumazioni per proseguire con gli aggiustamenti e quindi la gestione negli anni. A patto che le potature poi siano corrette e che a lavorarci siano operatori davvero specializzati».



Novità

TWENTY ZR

NO INSTALLAZIONE DEL FILO PERIMETRALE



INTELLIGENZA ARTIFICIALE



RILEVAMENTO OSTACOLI CON RADAR



RICONOSCIMENTO ERBA



Ambrogio Robot



ambrogiorobot.com

AMBROGIO
ROBOT
IL ROBOT RASAERBA

ZANETTI MOTORI

ZBG 4500B C, una proposta davvero...Compact

Potenza e minor peso, più una grande affidabilità



Il concetto alla base dello sviluppo dello ZBG 4500B C aperto semi-silenziato compact è semplice: «Potenza e minor peso». L'obiettivo era di creare un generatore che avrebbe dovuto essere realmente pratico per gli spostamenti quotidiani e con tutte le funzionalità che facilitano chi lo utilizza. Crossover dello ZBG 4500 C, con ben 23 Kg in meno, fa il salto dai 78 ai 55 Kg riducendo le sue dimensioni di 1/3 rispetto al volume di ingombro precedenti. In grado di emettere una potenza massima di 4,5 kW, lo ZBG 4500B C risulta potente, efficiente e assolutamente affidabile, classiche caratteristiche a marchio qualità Zanetti. Il generatore muta con il motore che monta, chicca dei Zanetti Benzina, lo ZBM 270 B Compact, grande novità di ultima generazione della Zanetti Family, efficientissimo nella potenza di 6 kW, racchiusa in soli 18 Kg e nei consumi, grazie alla sua conformità alle norme di emissione Stage V. Affidabilità prima di tutto grazie all'OIL Alert in grado di disinserire automaticamente il contatto nel caso in cui l'olio sia al di sotto del livello di sicurezza.

ACTIVE

AC800 fra compattezza e facilità d'uso
Sforzi ridotti al minimo, valori in serie



La motozappa AC800 è particolarmente compatta, ideale per fresare facilmente anche dove non c'è molto spazio. La fresa va dai 600 agli 810 mm. A macchina ferma la fresa è libera di girare, una vera comodità. Quando si arretra il movimento è facile e senza sforzo. Con motore Active da 212 cc, potenza 3.6 kW a 3600 rpm, coppia 12 Nm a 2500 rpm, filtro a bagno d'olio. Trasmissione composta da doppia cinghia tra motore e cambio e a catena tra cambio e zap-pette. Avviamento autoavvolgente a strappo, cambio con due marce in avanti e retromarcia. Ruote tractor in omaggio, assolcatore mobile opzionale.

MARINA SYSTEMS

Garanzia Grinder Inox 52 VH
La perfezione del mulching



Eccellente macchina, il modello Grinder Inox 52 VH. Cilindrata 201 cc, taglio mulching, scocca in acciaio Inox da 1,8 mm con brevetto Marina Systems. Larghezza di lavoro di 52 cm. Avanzamento a trazione con variatore di velocità da 2,4 a 3,7 km/h, impugnatura ergonomica con tubo diametro di 25 mm, ruote in acciaio zincato con doppi cuscini a sfera a tenuta stagna.

BLUE BIRD

H3000E, il valore della tecnologia di localizzazione
Appena 54 dB, la silenziosità è proprio al minimo

H3000E è il top di gamma della serie Navimow, per la gestione fino a 3000 mq di prato. Il sistema si basa su un'innovativa tecnologia di localizzazione chiamata 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. Grazie ai sensori integrati e alle informazioni raccolte durante il lavoro, il robot può tuttavia funzionare in modo stabile anche quando il segnale GPS è temporaneamente debole. Le zone di lavoro e i confini sono definite tramite una mappa nell'app. Una volta circoscritta l'area di lavoro, Navimow non segue linee casuali ma determina un percorso di taglio sistematico grazie al suo algoritmo di navigazione intelligente. Se in un secondo momento si desidera aggiungere nuove zone di esclusione, come ad esempio aiuole, è possibile crearle comodamente tramite l'app. Allo stesso modo, è possibile creare dei percorsi obbligati di passaggio fra le varie aree del giardino. Il robot è fra i più silenziosi sul mercato con soli 54 dB.



SABART

Yukon Classe 1, l'inconfondibile firma di Oregon
Scarponi di classe: resistenti, impermeabili, confortevoli



Distribuito da Sabart, il sollevatore idraulico CLIPLIFT di Oregon consente di alzare facilmente i trattorini rasaerba: è uno strumento utile per semplificare e velocizzare le operazioni di manutenzione del sottoscoeca del trattorino. Ideale per la pulizia del piatto di taglio, dispone di un doppio sistema di bloccaggio ed è facilmente utilizzabile da tutti gli operatori, anche non esperti, grazie al cilindro idraulico con azionamento a pedale che richiede pochissimo sforzo. Il CLIPLIFT è pieghevole e compatto: è facilmente spostabile in configurazione "chiusa" grazie alle 2 ruote di trasferimento. Inoltre è dotato di puntone di sicurezza ed è in grado di sollevare rider dal peso di 300 chilogrammi.

EINHELL

Fortexxa 18/20 TH, al servizio della potatura
Ennesima addizione alla famiglia Power X-Change

L'elettrosega da potatura a batteria Einhell Fortexxa 18/20 TH, uno dei pezzi forti della famiglia Power X-Change, è azionata da un motore elettrico brushless. Con guida e catena Oregon di alta qualità più tendicatena senza attrezzi più possibilità di cambio. Ideale per la potatura e la cura degli alberi. Macchina dotata di protezione della punta per prevenire il contraccolpo, protezione contro il contraccolpo con freno catena istantaneo, tensionamento e cambio catena senza attrezzi. Pratica, leggera, ergonomica. Robusti artigli di arresto in metallo, lubrificazione automatica della catena, impugnatura superiore. Consigliata con batterie da almeno 2.5 Ah.



V E T R I N A

OBERTO

**AS 63, taglio impeccabile con erba fino a 90 centimetri
E col sistema Variomatic è tutto più semplice**

AS 63 è il tosaerba per pendii per eccellenza, disponibile con motore AS 2T, B&S 4T ed elettrico. Con i suoi pneumatici e il bloccaggio del differenziale, sale con facilità. Il freno motore consente di mantenere la velocità selezionata in discesa senza accelerare. Dotato di un sistema a lama incrociata, l'AS 63 Allmäher taglia e sminuzza facilmente l'erba alta fino a 90 cm di altezza. Il nuovo motore AS-Motor Electric da 56 volt ha la potenza di un tradizionale motore a benzina da 200 cm³. Viene alimentato da due batterie manuali professionali da 10 Ah ciascuna. Insieme forniscono 1.120 wattora di energia. Per la massima autonomia è possibile collegare anche una batteria posteriore da 28 Ah e ottenere una riserva di energia da record di 2.688 wattora. Se si incontra un ostacolo, il motore e l'albero della lama separati da un innesto forniscono un elevato livello di protezione del motore.



SABRE ITALIA

**YT9502-01, 4SISON guarda avanti
Lunghissima vita grazie alla tecnologia 4 QL**



Il soffiatore YT9502-01, a marchio 4SISON di Sabre Italia, è leggero, antivibrante e a bassa rumorosità in grado di garantire una lunga durata grazie all'efficiente tecnologia 4 QL. Motore 4 tempi a basse emissioni. Tubo rimovibile per un rimessaggio facile e compatto e facile accesso al filtro Toolless per una veloce manutenzione. Utilizzabile a 360° grazie alla tecnologia brevettata 4QL. Manopola rivestita in gomma. Velocità dell'aria 190 km/h, volume aria 660 m³/h. Cilindrata di 26,5 cc, potenza 0,75 kW, velocità a vuoto di 7000 rpm, capacità del serbatoio di 280 ml.

EMAK

**Serie H fra sicurezza, leggerezza e grande autonomia
Certezze Oleo-Mac PPH 250 ed Efco PTH 2500**

Novità in casa Emak. I potatori serie H Oleo-Mac PPH 250 ed Efco PTH 2500 sono strumenti semplici da manovrare, leggeri ma potenti, progettati per effettuare i lavori di taglio e sramatura in altezza in tutta sicurezza, senza bisogno di utilizzare scale o piattaforme. La scelta ideale per chi cerca il migliore rapporto qualità-prezzo: la barra da 10" e la catena da 3/8" x 0,050" conferiscono al potatore ad asta fissa grande versatilità, robustezza e durata. Il motore (con cilindrata di 25 cm³ e potenza di 1,2 Hp) assicura ampiamente le prestazioni richieste per effettuare i diversi tipi di taglio richiesti dalla potatura. La macchina è facilmente utilizzabile anche dagli operatori meno esperti, per i lavori domestici e di piccola agricoltura, grazie al dispositivo EasyOn per l'accensione facilitata e al sistema AlwaysOn che scongiura il rischio di ingolfamento del motore.





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/>

o

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

LA FIRMA DI SBORGIA

«IL SERVIZIO IN PRIMIS»

Tre generazioni, 66 anni di storia, una traccia forte sul territorio. L'azienda Sborgia Paolo ha radici profonde, la base che col tempo ha aperto tante vie. Dai prodotti per l'agricoltura al materiale edile fino al settore del riscaldamento, attraversando anche il giardinaggio. Partendo da Santa



Teresa di Spoltore, ai confini con Pescara e a sette chilometri dal mar Adriatico. Ventimila metri quadri di superficie, un punto vendita punto di riferimento dell'intera zona, una squadra di diciotto dipendenti. Ed una storia che continua. Da Paolo a Paolo, nonno e nipote, passando per Alessandro. Questione di famiglia. E di tempi di reazione veloci. Come il canale online, strada già battuta come si deve.

«Prima si investe, poi si raccoglie. Dipende dal modo con cui si decide di schiacciare l'acceleratore. La vendita online ora sta rendendo», evidenzia Alessandro Sborgia, «ma c'è voluto il necessario tempo perché tutto entrasse a regime e soprattutto per accompagnare alla vendita il necessario servizio. È l'assistenza alla fine che ti distingue. Sarebbe stato facile dedicarsi solo alla vendita, continuare a consegnare ma con margini ristretti. Meglio aspettare, oliare l'intero percorso. E aggiungerci anche un buon postvendita».

Incastonato in un incantevole angolo d'Abruzzo, il punto vendita è sempre più un assoluto riferimento della zona. Con l'aggiunta del canale online. Ed una regola su tutte: «Prima si investe, poi si raccoglie. Ma l'assistenza resta basilare»

Che ha detto l'inizio dell'anno?

«I numeri sono a grandi linee quelli dell'anno passato. Alti e bassi finora».

I prodotti di giardinaggio più venduti?

«Le motoseghe, ma abbiamo anche un buon programma coi trattorini grazie a marchi tutti di qualità».

Sensazioni per i prossimi mesi?

«Come sempre la vera incidenza l'avranno le macrovariabili. I reali effetti della pandemia li abbiamo visti dopo un anno, se così dovesse succedere





anche per la guerra i riflessi negativi li subiremmo più avanti».

Il cliente accetta i tempi variabili di consegna delle macchine?

«Qualcuno capisce, allineandosi al momento. Altri proprio no».

Un fermo immagine del vostro territorio?

«Pianeggiante, con le colline a una decina di chilometri e il mare poco più vicino. Zona di uliveti, di cereali a paglia, di vigneti, in minima parte di ortaggi. Con realtà agricole molto "spezzettate", pieno di aziende per lo più piccole».

I tempi della batteria?

«Ci vorrà ancora un po' per il definitivo salto. La batteria è acquisto di chi può permettersi qualcosa in più. Di chi economicamente sta bene. Diversa l'ottica del professionista. Anziché cambiare totalmente il suo parco macchine, costretto a ridurre le spese il manutentore preferisce piuttosto passare una volta di più dallo scoppio».

Dovrà cambiare il rivenditore in futuro?

«Deve farlo, capendo prima di tutto quanto sia fondamentale il servizio. Vale per la vendita diretta, vale per quella online. La stessa direzione in cui stiamo guardando noi».



IPIERRE®
GARDEN



POMPE MANUALI IPIERRE: PRATICITÀ IN SPALLA

Le Pompe a pressione **IPIERRE** sono irroratrici a precompressione ad **azionamento manuale** con serbatoio da 5 a 8 litri.

Dotate di **valvola di sicurezza**, è possibile regolare l'ugello della lancia, da getto a nebulizzazione. **Pressione 2.5 bar**.

Uso ideale in **piccoli orti e giardini** per erogare erbicidi, acqua e fertilizzanti.



IN DOTAZIONE

- 1) Tubo flessibile
- 2) Impugnatura a leva
- 3) Prolunga in alluminio con ugello regolabile
- 4) Spallacci



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

«CLIENTE, TERRENO DA CONCIMARE»

di Alessandro Di Fonzo

La prima fase del marketing ti permette di attirare potenziali clienti, nella seconda, quella di cui ti parlerò oggi, li devi educare.

Come dopo aver seminato devi concimare per far crescere il tuo prato o le tue piante per portarle a fiore e raccogliere il frutto (vendita), devi NUTRIRE il tuo potenziale cliente con una serie di informazioni. Esse ti permetteranno, attraverso l'attivazione di particolari leve psicologiche, di modificare in tuo favore il processo decisionale del potenziale cliente.

Una volta che l'interessato è entrato in contatto con te, si troverà dentro il tuo FUNNEL.

Ma cos'è un FUNNEL?

È un sistema informativo che accompagna, come in un viaggio, gli interessati al tuo prodotto/servizio verso l'acquisto.

«Una risorsa da nutrire, a partire da informazioni corrette e il più possibile mirate. Senza quindi disperdere energie. Sbagliato far quantità, lavorare quindi per tutti. Fondamentale anche conoscere la concorrenza, a partire dai suoi punti deboli. E poi la leva della pubblicità, ricordandosi che non è sempre e solo il prezzo quello che conta davvero»

In inglese significa IMBUTO, ma alcuni, visto il modo in cui deve funzionare, preferiscono associarlo a un SETACCIO.

Il setaccio dovrebbe essere un attrezzo a te familiare. Lo avrai utilizzato per setacciare un raccolto, dei semi, dei concimi impuri, qualsiasi cosa da cui volevi ELIMINARE o SEPARARE materiali indesiderati.

In un processo di marketing, il funnel serve per eliminare tutti i potenziali clienti, derivanti dalla tua lead generation o semina, che non sono in linea e quindi in target con la tua proposta.

Dopo la fase dell'attrazione, quindi dopo aver alzato la mano e aver detto che ci sei anche tu per quel prodotto o servizio, riceverai l'attenzione di una moltitudine di persone.

Da questa moltitudine, setacciandola attraverso il funnel, arriverai alla fine a ottenere un certo numero di clienti. Esso sarà ovviamente inferiore, a volte di molto, rispetto al gruppo di potenziali clienti di partenza.



IL SETACCIO LO UTILIZZI NELLA FASE EDUCATIVA (O DI CONCIMAZIONE)

Per trasformare il tuo potenziale cliente in cliente, lo devi sottoporre alla fase di CONCIMAZIONE o nurturing, fase nella quale eroghi contenuti informativi. L'educazione sarà effettuata attraverso la produzione di materiale informativo in diverse forme:

1. *Contenuti scritti (blog, post social)*
2. *Contenuti video (social, canale YouTube)*
3. *Contenuti audio (podcast, canale Telegram)*

La costruzione corretta di questi contenuti permette il setacciamento del gruppo di potenziali clienti: saranno convertiti solo quelli in target.

PERCHÉ SETACCIARE?

Perché far marketing è costoso (tempo e/o denaro), quindi non puoi perdere risorse per "nutrire" contatti non in linea che, alla fine, non comprenderanno nulla o non porteranno a una collaborazione soddisfacente da entrambi i lati.

Devi setacciare andando a:

1. *Qualificare il lead (contatto) che vuoi*
2. *Squalificare il lead (contatto) che non vuoi*
3. *"Screditare" o deposizionare la tua concorrenza*

QUALIFICA E SQUALIFICA si effettuano esclusivamente squalificando il contatto che non vuoi.

Per DIFFERENZA ottieni quello utile, che possa essere più facilmente trasformato in cliente pagante, quindi convertito.

Per squalificare dovrai comunicare, proporti, informare, in maniera sgradita o non interessante per coloro che non desideri diventino tuoi clienti.

La cosa più sbagliata al mondo è pensare e volere lavorare per tutti.

Ad esempio:

- *non vuoi clienti basso-spendenti? Parlerai già dei tuoi prezzi più alti.*
- *non vuoi lavorare con proprietari di piccoli giardini? Dirai che ti occupi di manutenzioni da 500mq in su.*

In questo modo farai sì che tutte le tue info, per cui sarà necessario spendere soldi e tempo affinché siano recapitate al potenziale cliente attraverso la pubblicità (traffico a pagamento), giungano alle orecchie solo di quelli che ti interessano, che sono in target e che alla fine comprenderanno.

"SCREDITARE" O DEPOSIZIONARE LA CONCORRENZA

Questo è un concetto molto delicato e che, in genere, fa drizzare i capelli a chi lo ascolta in maniera superficiale. Specifico subito che non ti sto dicendo di parlar male davanti ai clienti della tua concorrenza, perché sicuramente nessuno lo apprezzerà e ti metterai in cattiva luce.

È, però, un concetto fondamentale, che ti consiglio di far tuo, perché corri un elevato rischio.

Non significa insultare direttamente il tuo concorrente o parlarne male in maniera sconsiderata. Lo dovrai fare in maniera indiretta e molto fine.

Ti sarà utile perché corri il rischio di fare marketing per altri!

Mi spiego meglio: potresti sollevare un problema e presentare la soluzione, che, però, propongono anche i tuoi concorrenti.

Quando ti inserisci in un mercato (quindi questo vale soprattutto per i nuovi del settore) è possibile che il tuo potenziale cliente risolva il problema, che hai messo in evidenza con la pubblicità, acquistando il prodotto/servizio dalla tua concorrenza magari più "famosa", da più tempo sul mercato e quindi giudicata come la miglior soluzione. Ricordati che non tutti scelgono solo esclusivamente per il prezzo.

Starà quindi a te, prima di setacciare, studiare la tua concorrenza per:

- 1) *Capirne i punti deboli e metterli in risalto nel tuo funnel di marketing.*
- 2) *Capirne i punti di forza e togliergli importanza.*

Ti faccio un esempio per farti capire meglio. Il tuo concorrente più famoso è super attrezzato? Dovrai "screditarlo" con una fase educativa in cui farai capire la tua potenziale cliente che, potare le siepi con il forbicione, permette di fargli assumere un aspetto più naturale e di preservare al meglio lo stato di salute delle piante.

Fare marketing non significa semplicemente far pubblicità, ma è qualcosa di molto più fine e strategico.

Ci vediamo il prossimo mese per la terza fase del marketing: la conversione.

www.agriccoach.it

Al rallentatore l'inizio del 2022, effetto di prezzi più alti ovunque. «Non si può far altro che subirli, senza pensare di nasconderli azzerando quel minimo di margine dalla vendita delle macchine. Difficile possano ripetersi i picchi dello scorso anno». La verità con l'inizio della stagione

«POCHI SEGNALI, MA IL GIUDIZIO VERO LO DARA' LA PRIMAVERA»

Prime sensazioni. Primi cenni della nuova stagione. C'è una tela da dipingere, con tonalità più o meno forti. Deciderà il mercato.

«Rispetto all'anno scorso c'è meno movimento, di sicuro maggior calma. La situazione si è come normalizzata», il fermo immagine di Roberto Dose, rivenditore di lunghissimo corso e già presidente di Assogreen, «senza lo sprint che invece aveva caratterizzato il 2021. Magari anche prevedibile, non si poteva andare al ritmo dei mesi scorsi».

Altri motivi?

«C'è apprensione per l'aumento dei costi che ha coinvolto un po' tutti e rallentato la volata per

l'inizio della stagione. Vediamo che succede, anche se è evidente che qualche difficoltà lungo il cammino la incontreremo tutti».

Come sono stati digeriti tutti questi aumenti?

«Non ci sono troppe alternative, devi subirli e basta. Senza poter pensare a chissà quali accorgimenti. Cerchi di economizzare sui consumi, ma per il resto c'è poco da fare. I costi di gestione non puoi ridurli più di tanto, almeno non più di quanto non abbiamo già fatto».

Ulteriori soluzioni?

«L'unico rimedio sarebbe rinunciare ad un po' di margini sulla vendita delle macchine, ma non sarebbe giusto. Già erano risicati prima, figurarsi se dovessimo usarli per far apparire meno gravosi gli aumenti. Arriveremmo ad una situazione difficilmente sostenibile. Fra l'altro quelli mica dipendono da noi...».

I fornitori di quanto hanno aumentato i prezzi?

«Mediamente del 10%, qualcuno è rimasto sotto ma altri sono andati anche di parecchio oltre. A noi non è rimasto altro da fare che comportarci di conseguenza nei confronti dei prezzi al cliente finale. Mi rendo conto che un incremento del 10-12% sull'acquisto ad esempio di un trattorino incida parecchio nella scelta dell'utilizzatore. Non sono certo aumenti facili da digerire, soprattutto in un momento come questo. Per questo un po' di preoccupazione non può non esserci,





insieme comunque alla fiducia che non deve mai abbandonare un rivenditore specializzato. Non dimentichiamoci che noi di risorse ne abbiamo, a partire da tutta la competenza che possiamo fornire e al servizio che sappiamo offrire. Credenziali che devono distinguerci, al di là di quello che è il quadro attuale».

La sensazione?

«Che un anno come il 2021 non si ripeterà. D'accordo, l'anno scorso è stato anomalo per tanti versi. Ma i numeri finora sono ben altri. Anche se di tempo davanti prima di tirare le somme ce n'è tanto. Il mercato ci ha abituato anche a tante sorprese, anche se i margini stavolta mi sembrano tutt'altro che ampi. Il giardino è comunque un bene prezioso per chi ce l'ha. E se l'erba cresce poi bisognerà pur tagliarla...».

Saturo il mercato?

«Un minimo di saturazione può anche esserci, è chiaro che chi ha comprato una macchina qualche mese fa non ne acquista un'altra. La questione però è un'altra, la discriminante è il timore per quel che sta succedendo fra rincari e prezzi che salgono. Dell'energia ma anche di quei beni di cui non possiamo in fondo fare a meno. Da lì non si scappa, con meno disponibilità non può che esserci un potere di spesa inferiore».

E quindi maggior prudenza...

«Questi incrementi sono un condizionamento inevitabile. Chi ha due soldini tende a metterli da parte o ad aspettare. Qualcuno magari li spenderà diversamente, non proprio per una macchina da giardino. Anche se la riscoperta del verde in questi ultimi anni è stata notevole. Ed arrivati ad un certo punto di solito non si torna indietro,

anche se con le nuove aperture riaffioreranno altri desideri e vecchie voglie magari finora soddisfatte solo in minima parte. Ci sta, l'importante è che il mercato del garden faccia il suo corso. Pur fra tanti interrogativi, come quelli d'altronde di tanti altri settori che già hanno per di più pagato pesantemente l'onda lunga del covid».

Il suo orizzonte allargato?

«Il problema è generalizzato, anche le aziende sono in difficoltà. Pensate solo al costo dei trasporti, al di là delle materie prime. Ai produttori a lungo costretti a lasciare nei magazzini macchine già pronte a cui mancava un piccolo particolare per essere finite ma quella parte infinitesimale del prodotto doveva arrivare dall'altra parte del mondo e per quello tutto s'è bloccato. Pensiamo anche ai conseguenti ritardi delle consegne delle macchine, così come a tanti altri intoppi. Il 2021 è stato eccellente, il 2022 non credo possa essere così virtuoso. Le premesse queste sono, ma col mercato non si sa mai. I prossimi mesi diranno la vera verità, a noi non resta che continuare a lavorare sodo e al meglio per farci trovare pronti».

L'asso di primavera resta sempre valido però...

«Guai non ci fosse, ci mancherebbe. Lo sbocco di primavera è quello su cui tutti noi facciamo affidamento, come ogni stagione che si rispetti d'altronde. Certamente l'interesse per il verde ci sarà, faccio questo lavoro da troppo tempo per non essere abituato ad oscillazioni di ogni genere. Di sicuro il giardinaggio conta agli occhi degli italiani, ancor di più per le chiusure e le restrizioni di questi anni. Ci sarà magari meno euforia, ma prima facciamola partire la primavera. Poi tireremo le somme».

«GRANDI ASPETTATIVE ANCHE PER IL 2022»

L'attività di famiglia alla lunga ha preso il sopravvento sulla carriera militare, il sogno originario di Michele Fuzio diventato in fretta perfetta guida di Eurofarm, punto riferimento per agricoltura e giardinaggio nella zona di Andria, terra di olio e di grandi vini. Ha 24 anni Fuzio, idee una dietro l'altra, una bella testa e tanti traguardi da tagliare. Vicino a lui sua mamma Sabina che fondò l'azienda insieme a papà Giovanni. Tipica conduzione familiare, col ventiduenne fratello Pietro ad allargare la squadra insieme alla sorella Martina una volta libera dal suo lavoro in un asilo. Ingredienti semplici, come il magnifico olio di Puglia o il vino doc Castel del Monte. Eccellenze allo stato puro. In una terra meravigliosa, piena di virtù. Michele è perito tecnico aeronautico, anche se una mano

ai genitori in negozio l'ha sempre data al di là delle sue aspirazioni di entrare a far parte della Marina. Fino a voltare pagina, con grandi risultati. E grande fierezza. Premiato giorno dopo giorno da unanimi consensi e ottimi riscontri. Come racconta tutta la storia di Eurofarm. A partire dalla sua capacità di essere elastica, pronta ad abbracciare il cambiamento, prontissima nel cogliere certe opportunità. A partire dalla batteria. E a guardare avanti sempre con grande fiducia. Anche ora.

«Si prospetta un 2022 con delle buone aspettative, a parte le grandi variabili comunque esterne al nostro la-

Michele Fuzio, 24 anni, è passato in un attimo dal sogno di una carriera in Marina alla gestione del suo **Eurofarm**, punto vendita di famiglia ad Andria. Gli esordi come fitofarmacia, poi il cambio di direzione. Grazie soprattutto alla batteria

voro e alle nostre dinamiche. L'agricoltura così come la nostra clientela», la prima fotografia di Michele Fuzio, «si sta sempre più sviluppando e affacciandosi sempre più su attrezzature dall'alta tecnologia che possono anche sopperire, ma questa è una carenza della nostra zona, alle difficoltà nel reperire personale. La tecnologia va avanti ed è un bene, perché ti aiuta là dove c'è bisogno di accelerare i tempi e di avere un lavoro efficiente ed efficace. Le macchine danno una grande mano agli imprenditori agricoli, non ce lo dimentichiamo».

Com'è divisa la vostra torta fra agricoltura e giardinaggio?

«Nella nostra zona di giardinieri professionisti non ce ne sono molti, siamo più orientati verso l'agricoltura anche per tutto quel che ci dà la nostra terra».

I prodotti più venduti?

«Forbici elettriche, legatrici per il vigneto, abbacchiatori per la raccolta delle olive ma anche decespugliatori, seppur utilizzati prevalentemente in campo agricolo. Ma un filo conduttore che unisce agricoltura e giardinaggio comunque c'è».





Quale?

«Anche chi si dedica al giardinaggio preferisce affidarsi ad un marchio affidabile. La richiesta è anche nel verde tendente ad una soluzione di livello medio-alto».

Riavvolga il nastro per un attimo: la fotografia del 2021?

«È stato sicuramente un anno fuori dalle righe, è stata certamente una bella annata».

Se l'è data una spiegazione di risultati così straordinari?

«Faccio un passo indietro, a partire dalla nostra storia. Va bene?».

Va benissimo. Spieghi...

«Noi nasciamo nel 2002 come fitofarmacia. Poi piano piano abbiamo implementato l'offerta di attrezzature per l'agricoltura e il giardinaggio a batteria, prodotti che hanno via via preso il sopravvento sulla nostra attività originaria grazie a margini di crescita eccezionali. Tanto che per garantire i servizi che oggi assicuriamo abbiamo abbandonato la fitofarmacia per dedicarci completamente alla vendita e all'assistenza di queste attrezzature. Grazie a crescite continue che di fatto hanno indirizzato il nostro lavoro, tanto che il nostro percorso è cambiato in modo assolutamente consequenziale. E la nostra attività sta continuando a lievitare. I risultati del 2021 sono stati un ulteriore passo in avanti, ma sulla scia di qualcosa che s'era già creato».

La previsione per la stagione delle olive?

«Nella nostra area, prettamente olivicola, sarà un'annata un po' più scarica ma considerate che in quella precedente c'è stata una raccolta ai limiti del disumano. Si è iniziato ai primi di ottobre e

si è andati avanti fino a febbraio. Ad Andria un grande frantoio ha chiuso la raccolta quasi ai confini di marzo, ma tutta la regione ha avuto grandi risultati».

Si è dato una spiegazione di tanta abbondanza?

«Sicuramente la gelata del 2017 ha sfalsato la ciclicità delle piante. Abbiamo avuto un paio d'anni un po' sofferenti, poi col tempo gli ulivi hanno reagito e risposto in base a quel che avevano subito. Poi è chiaro che a livello climatico ci sono state delle variazioni significative, anche quelle qualcosa possono aver determinato».

Mai toccati i livelli del 2021?

«Non è stato un record assoluto, ma saranno stati sette-otto anni che non si registrava un livello così alto nella raccolta. È stata una stagione davvero molto carica di prodotto. I frantoi straboccavano di olive. Il nostro olio è probabilmente il condimento più usato nella cucina mediterranea».

Come si sta ponendo l'utilizzatore finale circa i tempi di consegna dei prodotti?

«In alcuni tratti della stagione qualche ritardo l'abbiamo in effetti registrato, ma facilmente risolvibili senza dover fare i conti con chissà quali gravi ritardi o senza aver creato chissà quali grandi disservizi. Siamo riusciti tranquillamente a tamponare. Abbiamo lavorato bene e stiamo continuando a lavorare molto bene. Avanti così».



Un quadro completo, partito da un questionario e diventato il manifesto della voglia dei rivenditori di migliorarsi ancora. Di essere informati, su varie questioni. Dal credito d'imposta alle varie normative, fino al noleggio, all'usato e all'officina

I NODI DELLO SPECIALISTA, LE GRANDI CHIAVI DEL 2022

«Carissimo collega,

DIFENDI I TUOI INTERESSI rispondendo al questionario sulle NECESSITA' DEL DEALER DEL SETTORE GARDEN» cominciava così la lettera d'invito a partecipare alla prima indagine Unagreen&Assogreen inviata da Federacma ad un database di circa 1.300 contatti il 15 dicembre 2021 e rilanciata il 17 dicembre, dalla newsletter di MG. Da dove nasce la necessità di un questionario d'indagine? Rispetto alle esigenze particolari delle proprie Unioni, Federacma da sempre intende porsi come una sorta di megafono: uno strumento di rappresentanza per poter esprimere la propria voce. Da qui l'idea del questionario, che è stata una delle primissime azioni intraprese da Silvia Scabini e Isabella Fontana, nominate il 6 dicembre scorso rispettivamente referente e segretario dell'Unione garden. Entrambe le imprenditrici hanno sentito l'esigenza di partire dalle reali necessità dei professionisti del settore per pianificare al meglio il futuro lavoro di Unagreen&Assogreen: così che la programmazione e le priorità, provenissero veramente da quanto espresso da ogni singolo dealer, dalla sua professionalità ed esperienza. Detto-fatto, a meno di due settimane dalla loro nomina, il questionario era già stato redatto ed inviato al database di Federacma. Ed ecco ora, a seguire, la presentazione dei risultati dell'indagine svolta a dicembre, che offrono preziose indicazioni sulle necessità indicate dalla maggioranza dei dealer che hanno aderito al questionario. Il questionario inviato era del tutto anonimo, composto di 11 sezioni per un totale di 20 domande riguardanti vari aspetti della vita delle aziende del settore garden.

Ecco le 11 sezioni che offrono una panoramica generale delle diverse aree tematiche scelte per l'indagine:

Sezione 1 - Far udire la propria voce: domande su necessità, criticità e desideri dei dealer a partire dalla propria esperienza;

Sezione 2 - Incentivi pubblici: domande sulle forme di sostegno e incentivo pubblico, che sarebbero più utili ai dealer;

Sezione 3 - Fare chiarezza: domande sulle informazioni che le Istituzioni dovrebbero fornire con maggiore chiarezza ai dealer;

Sezione 4 - Formazione: domande su temi di formazione e aggiornamento professionale;

Sezione 5 - Aree critiche e miglioramento: domande sul livello di difficoltà o potenziale crescita, relativo alle diverse aree della propria attività (vendite, finanziaria, amministrativa, officina, ricambi, aspetti finanziari...)

Sezione 6 - E-Commerce: domande sull'impatto dell'e-commerce rispetto alla propria azienda;

Sezione 7 - Garanzie: domande su eventuali criticità nella gestione delle garanzie;

Sezione 8 - Manodopera: domande su costi e gestione della manodopera;



Sezione 9 - Officina: domande dedicate ai dealer con officina;

Sezione 10 - Ricambi: domande relative d eventuali problematiche nella gestione ricambi;

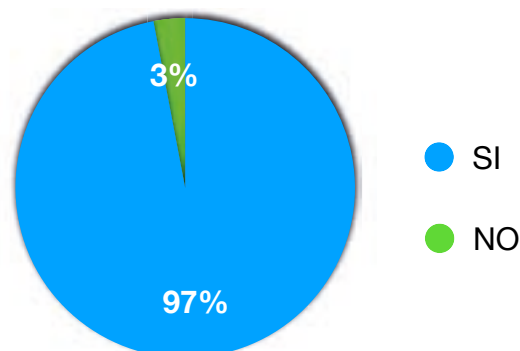
Sezione 11 - Associazionismo: domande relative al valore del confronto e della coesione tra dealer del settore.

Ma entriamo ora, nel merito del quadro emerso a partire dai dati raccolti. Partiamo proprio dalla prima sezione: Far udire la propria voce. Innanzitutto, risulta chiara la necessità, indicata dagli intervistati, di avere un'associazione che «faccia presenti le proprie istanze di categoria», che li informi e li tenga «aggiornati su burocrazia, normative ed incentivi» di settore, «che gli dia più voce», ed ancora che «li aiuti a immaginare scenari futuri sul piano economico», che «li sostenga nella crescita dei margini» ed infine che li «rappresenti a livello istituzionale». Alla domanda «ti piacerebbe avere un'organizzazione che possa fare da megafono alle tue necessità professionali o a quelle della tua azienda?» ben il 97 % dei dealer ha risposto di sì.

Il quadro delle risposte pervenute, purtroppo, non ci restituisce una mappa completa dell'Italia. La netta maggioranza dei dealer che hanno risposto al questionario operano in Veneto, seguiti dai professionisti provenienti da Lombardia ed Emilia-Romagna, poi Piemonte e Toscana, ed infine, di alcune regioni del Sud Italia. Da segnalare, una esigua presenza delle risposte di professionisti delle regioni dell'Italia centrale.

Le due priorità più decisive segnalate dagli intervistati sono senz'altro quella di un'associazione che fornisca

Ti piacerebbe se ci fosse un'organizzazione che possa fare da megafono, alle tue necessità professionali o a quelle della tua azienda, o che ti offra informazioni, occasioni di formazione, scambio tra colleghi e supporto nelle istanze da presentare alle istituzioni o alla politica?



«informazioni puntuali e corrette, su leggi, novità, trasformazioni del settore e approfondimenti tecnici» indicata dal 91% degli intervistati, all'interno di un valore di preferenza tra 8 e 10, e quella di un'organizzazione che possa svolgere attività di «lobbying e pressione politica per l'approvazione di leggi o regolamenti che prevedano incentivi e/o favoriscano la crescita del mercato delle macchine da giardino» indicata dall'85,2 % dei partecipanti, all'interno di valori di preferenza compresi tra 8 e 10.

Le due forme di sostegno pubblico che risultano più auspicate, a partire dai pareri espressi, risultano a pari merito «il credito d'imposta per l'acquisto di robot e macchine a batteria» e un «contributo a fondo perduto per la messa in sicurezza e l'ottimizzazione delle officine» indicate a pari merito dall'87,9 % degli intervistati all'interno di valori di preferenza compresi tra 8 e 10. Ma riscuotono comunque un significativo interesse anche le proposte di «Incentivi per la rottamazione di macchine inquinanti o fuori norma» e di «contributi per macchine che consentano la riduzione dei volumi (mulching, briotrituratori, compostiere)», per muoversi nella direzione della green-economy. Interessanti alcune proposte liberamente sottoposte dagli intervistati di prevedere «specifici bonus da concedere solo a chi venda in presenza, rispetto a chi operi attraverso il mercato online», anche se si tratta di iniziative, difficili da richiedere e da ottenere.

I temi su cui gli imprenditori del garden vorrebbero un supporto in termini di maggiore approfondimento e chiarezza sono numerosi, tra cui gli aggiornamenti legislativi e le corrette procedure di stoccaggio e aggiornamento rifiuti. Un tema di particolare interesse risulta poi essere quello «dell'adeguamento e la messa a norma delle officine», indicato dal 91 % degli intervistati con un valore d'interesse compreso tra 7 e 10.

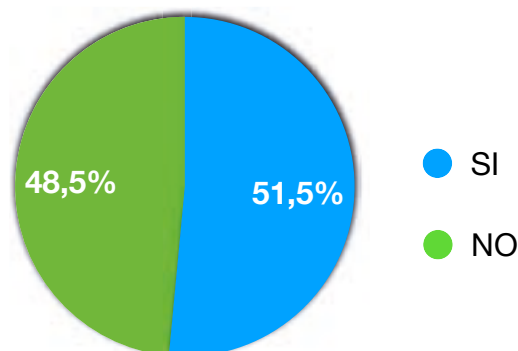
Marcato anche il livello d'interesse, manifestato dai dealer intervistati, rispetto all'ambito della formazione professionale relativo a diversi corsi o eventi specifici:

- «corsi di aggiornamento organizzati dalle case costruttrici» (indicato dall'81,9% in un valore compreso tra 7 e 10);
- su «come migliorare gli aspetti finanziari dell'azienda» (espresso dall'81,8% degli intervistati, in un valore compreso tra 7 e 10)
- sul «social marketing» (indicato dall'78,9%, in un valore compreso tra 7 e 10)
- sull'e-commerce (espresso dall'75,9% degli intervistati, in un valore compreso tra 7 e 10)
- sulla «gestione del mercato dell'usato» (espresso dall'75,9 % degli intervistati, in un valore compreso tra 7 e 10)
- su «piani di finanziamento per acquistare macchine da giardino» (indicato dall'75,8 % degli intervistati in un valore d'interesse compreso tra 7 e 10)
- su «leadership» o «team building» (espresso dall'72,8% in un valore di preferenza compreso tra 7 e 10).

Il 66% degli intervistati dichiara inoltre che sarebbe disposto a contribuire economicamente, per ricevere tali percorsi di formazione. Il 78,8% di loro si esprime (con un valore di preferenza compreso tra 8 e 10) in favore del format costituito da «un evento di mezza giornata, con relatore esterno». Mentre solo il 30% si esprime favorevolmente alla proposta di eventi di formazione di due o tre giorni, in location di pregio, aperti alle famiglie dei professionisti.

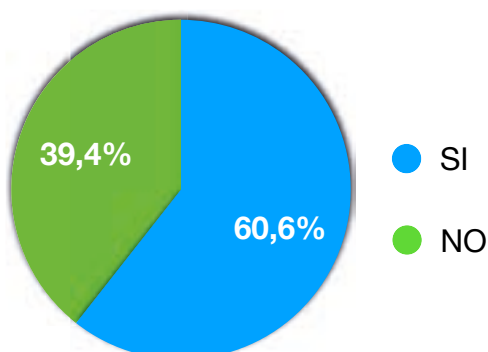
Tra le diverse le aree critiche rilevate dall'indagine relativamente alla gestione aziendale, emergono in particolare: la gestione economica dell'officina (il 51,5% degli intervistati dichiara ad esempio che "l'officina, separata dalla parte commerciale, non si auto-finanzia"), l'area vendita e post vendita, la gestione del magazzino e del personale ed infine la concorrenza derivante dall'on line.

Secondo i tuoi calcoli,
l'officina separata dalla parte
commerciale, si autofinanzia?

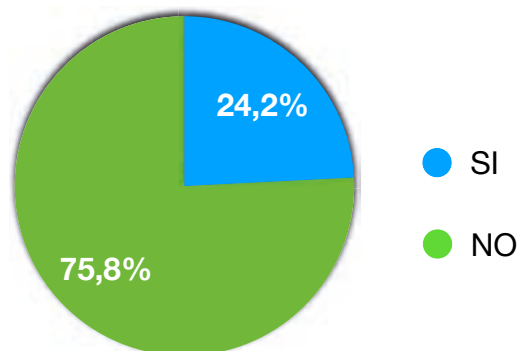


Il tema e-commerce risulta essere un punto davvero critico per la maggioranza degli intervistati, che non solo dichiarano di subire una forte concorrenza in tale ambito, ma affermano anche, per un nettissimo 75,8 %, di non essere ancora organizzati in alcun modo per effettuare la vendita diretta sul web.

Subisco l'e-commerce di altri



Sono organizzati
per gestire l'e-commerce

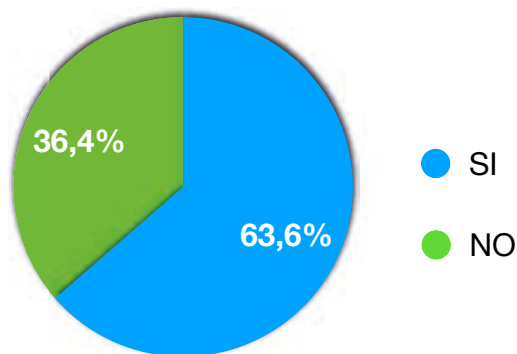


Relativamente alle garanzie invece, è il 60% degli intervistati, a dichiararsi non soddisfatto delle politiche adottate in merito dai costruttori. Tra le motivazioni emerge uno scarso e risibile rimborso della manodopera (mediamente tra i 20-25 euro orari) da parte delle case costruttrici, a fronte di un costo orario dei dipendenti

che oscilla in media tra i 25-30 euro. Il prezzo indicato come sufficiente dagli intervistati per coprire gli interventi in garanzia sarebbe invece in media intorno ai 35-45 euro.

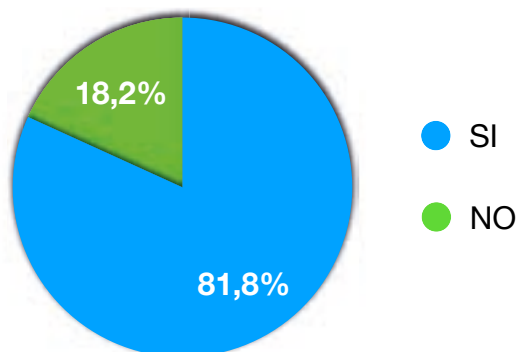
Dalle risposte relative alla sezione garanzie, emerge inoltre uno spiccato interesse manifestato rispetto alla possibilità di avere a disposizione garanzie sull'usato, manifestato dal 63,6% degli intervistati.

Senti l'esigenza di proporre ai tuoi clienti una garanzia sulla vendita delle macchine usate?

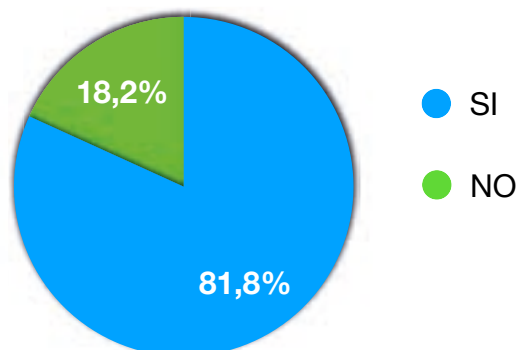


Di estremo interesse anche i dati relativi alla manodopera, in particolare in relazione al potenziale ruolo di Unagreen&Assogreen come strumento di supporto e coordinamento tra i dealer di settore. In media emerge che vengano addebitati circa 35 euro orari fuori garanzia, a fronte dei 45 euro che, ancora a parere degli intervistati, dovrebbero essere più correttamente pagati. L'81% degli imprenditori dichiara che sarebbe favorevole a concordare una tariffa predefinita per il costo della manodopera unificato, e (la stessa percentuale) ritiene che sarebbe utile, pubblicizzare l'eventuale iniziativa sotto l'egida Federacma-Unagreen&Assogreen.

Saresti disponibile ad applicare una tariffa, unica per tutti i rivenditori di macchine da giardino della tua provincia, relativamente al costo orario della manodopera?

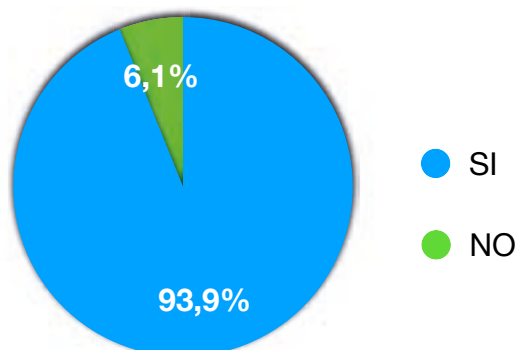


Pensi che sarebbe utile, qualora si giungesse ad un accordo tra rivenditori della tua provincia, pubblicizzare con appositi cartelli il prezzo unico garantito, sotto l'egida di Federacma - UNAGREEN&ASSOGREEN?



Giungiamo così al tema dell'associazionismo. Anche se la maggioranza degli imprenditori che hanno risposto al questionario dichiara di non incontrarsi abitualmente con i colleghi di zona per dibattere di problematiche comuni, l'84% di loro dichiara di sentire "l'esigenza di appartenere ad un'associazione che metta in relazione colleghi (e non concorrenti) dello stesso settore" e addirittura il 93,9% di loro dichiara di sentire l'esigenza "di appartenere ad un'associazione che tuteli e curi i propri interessi davanti alle Istituzioni". Un'esigenza davvero molto sentita dunque, da cui poter partire per contribuire a scrivere più attivamente insieme il futuro di settore.

Senti l'esigenza di appartenere ad un'associazione che tuteli e curi i tuoi interessi davanti alle istituzioni?



Un momento delicato con cui fare i conti, ma anche le carte giuste per superarlo e spostare in terreno positivo la stagione del giardinaggio. Al di là di ogni ostacolo possibile, il rivenditore ha già accettato la sfida

«LO SPECIALISTA? CARICO PIÙ CHE MAI»

Sensazioni forti. Parecchio incoraggianti, nonostante tutto. «Il rivenditore? L'ho visto bello dinamico. Con grande voglia e bella prontezza», il quadro di Luca Portoli, esperto di dinamiche commerciali nel settore dell'automotive trasferite anche al parallelo giardinaggio da hobbista evoluto del verde e della piccola agricoltura. Tutto è nato da un acquisto, uno dei tanti della sua vita di grande appassionato del mondo del verde. «Mi sono fatto un auto regalo, una potente e leggera motosega da potatura. Fantastica. Con l'età che avanza anche il peso comincia ad avere la sua incidenza. Mi sono concesso un altro giro con lo scoppio, per le prestazioni che assicura ma anche per le benzine che uso particolarmente pulite. Ho accontentato la mia parte sentimentale. Mi sono sbizzarrito, cercando quella giusta senza fermarmi alla prima opzione. E tro-

vando quel che desideravo. Lo specialista? È centrato, concentrato, deciso a lavorare bene. Sono uscito dal punto vendita con una grande macchina ma anche belle sensazioni per la stagione».

PREZZI PAZZI. La variabile di tutto restano i prezzi. Quelli di gennaio, secondo l'indice nazionale, ha registrato un aumento dell'1,6% su base mensile e del 4,8% su base annua (da +3,9% del mese precedente), confermando la stima preliminare. L'ulteriore e marcata accelerazione dell'inflazione su base tendenziale è dovuta prevalentemente ai prezzi dei Beni energetici (la cui crescita passa da +29,1% di dicembre a +38,6%), in particolare a quelli della componente regolamentata (da +41,9% a +94,6%), e in misura minore ai prezzi dei Beni energetici non regolamentati (da +22,0% a +22,9%), dei beni alimentari non lavorati (da +3,6% a +5,3%) e a quelli dei servizi ricreativi, culturali e per la cura della persona (da +2,3% a +3,6%); da segnalare, invece, il rallentamento dei prezzi dei Servizi relativi ai trasporti (da +3,6% a +1,5%). L'inflazione di fondo, al netto degli energetici e degli alimentari freschi, è rimasta stabile a +1,5%, mentre quella al netto dei soli beni energetici accelera da +1,6% a +1,8%. L'aumento congiunturale dell'indice generale è dovuto, per lo più, ai prezzi dei Beni energetici regolamentati (+43,8%) e in misura minore a quelli degli Energetici non regolamentati (+3,0%), dei beni alimentari non lavorati (+2,0%), degli Alimentari lavorati

**CRAZZZY
PRICES**

(+1,3%), dei servizi ricreativi, culturali e per la cura della persona (+1,1%) e dei beni durevoli (+0,8%). Solo i servizi relativi ai trasporti diminuiscono (-1,6%), a causa per lo più di fattori stagionali. Su base annua accelerano i prezzi dei beni (da +5,5% a +7,0%) e di un solo decimo di punto anche quelli dei servizi (da +1,7% a +1,8%); il differenziale inflazionistico tra questi ultimi e i prezzi dei beni resta negativo (-5,2 punti percentuali), ampliandosi rispetto a quello registrato a dicembre (-3,8). L'inflazione acquisita per il 2022 è pari a +3,4% per l'indice generale e a +1,0% per la componente di fondo. Accelerano sia i prezzi dei beni alimentari, per la cura della casa e della persona (da +2,4% di dicembre a +3,2%) sia quelli dei prodotti ad alta frequenza d'acquisto (da +4,0% a +4,3%).

SALI E SCENDI. A febbraio il clima di fiducia dei consumatori è sceso da 114,2 a 112,4, mentre l'indice composito del clima di fiducia delle imprese è lievitato da 105,3 a 108,2. Tutte le componenti dell'indice di fiducia dei consumatori sono in calo ad eccezione del clima futuro. Più in dettaglio, il clima economico scende da 129,7 a 129,4, il clima personale e quello corrente registrano una flessione più accentuata passando, rispettivamente, da 109,0 a 106,8 e da 114,7 a 109,6. Infine, il clima futuro aumenta (da 113,5 a 116,6). Con riferimento alle imprese, segnali eterogenei provengono dai quattro comparti indagati. In particolare, l'indice di fiducia diminuisce nel comparto manifatturiero (da 113,7 a 113,4) e in quello del commercio al dettaglio (da 106,6 a 104,9) mentre aumenta nelle costruzioni (da 158,8 a 159,7) e, in misura marcata, nei servizi di mercato (da 94,9 a 100,5). Quanto alle componenti degli indici di fiducia, nella manifattura peggiorano sia i giudizi sugli ordini sia le attese sulla produzione in presenza di un decumulo delle scorte; nel commercio al dettaglio i giudizi sulle vendite si deteriorano, le scorte sono giudicate in accumulo mentre le attese sulle vendite sono in aumento. Per quanto attiene il comparto delle costruzioni e quello dei servizi, tutte le componenti sono in miglioramento. In relazione all'andamento della fiducia nei macrosetto-



ri produttivi esaminati per ciascun comparto, nel manifatturiero si segnala una diminuzione nei beni strumentali a fronte di un aumento dell'indice nei beni intermedi e una stabilità nei beni di consumo. Per le costruzioni si evidenzia un incremento nel settore della costruzione di edifici e, in particolare, in quello dei lavori di costruzione specializzati. Per i servizi invece l'indice di fiducia aumenta in tutti i macrosettori con una risalita più decisa nel trasporto e magazzinaggio e nell'informazione e comunicazione. Relativamente ai circuiti distributivi del commercio al dettaglio, l'indice di fiducia registra una caduta nella distribuzione tradizionale e un aumento nella grande distribuzione.

RAGGI DI LUCE. L'incertezza del momento va a scontrarsi con il corso della natura, il grande vantaggio di chi lavora nel garden. «L'erba, le viole e le margherite iniziano comunque a crescere», il raggio di sole di Portioli in un contesto sempre particolarmente farraginoso. «Vero, in momenti così gli investitori tendono a bloccarsi e le idee a cristallizzarsi. Senza contare i tempi di consegna delle macchine così come delle automobili. Per le vetture più "popolari" si passa dai tre ai sei mesi, per il lusso dove spesso c'è un alto grado di specializzazione andiamo anche oltre. Dobbiamo fare i conti con questo contesto», prosegue Portioli, «ma tante volte il mondo del verde ha saputo crearsi la sua strada pur fra tante difficoltà. La competenza dei rivenditori, unita ad un settore che col covid ha preso ulteriore slancio, mi fa pensare che la partita sia apertissima. E che lo specialista anche stavolta saprà cosa fare».

RASAERBA ROBOT

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

MODELLO	PREZZO EURO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	CONSIGLIATO FINO A MQ	DIMENSIONI	CERTIFICAZIONI	ACCUMULATORI	AUTONOMIA (ORE)	VELOCITA'	SISTEMA DI TAGLIO - NUMERO LAME	AVANZAMENTO (N° RUOTE MOTRICI)	LARGHEZZA TAGLIO CM	ALTEZZA DI TAGLIO (CM)	PENDENZA MASSIMA	ANTIFURTO	RICARICA (*)	PESO Kg. CON ACCUMULATORI (*)	CARROZZERIA	STAZIONE DI RICARICA
EINHELL EINHELL ITALIA Srl Web: www.einhell.it Email: info@einhell.it FREELEXO+ FREELEXO+ di Einhell della serie Power-X-Change può essere combinato con tutte le batterie del sistema. FREELEXO+ è controllato tramite app o con l'intuitiva tastiera con display LCD. Il sistema di sensori di sicurezza lo proteggono dagli impatti, inclinazione e sollevamento. Sensore pioggia integrato. Ha una funzione di regolazione dell'altezza di taglio tra 20 mm e 60 mm ed è adatto per pendenze fino al 35%. 																	
FREELEXO	649,95	1100	700 X 500 X 300		A	DIPENDE DA BATTERIE	3	2	18	2 - 6	35%	SI	AUTOMATICA	13	MATERIALE PLASTICO	INCLUSO	
FREELEXO+	695,95	1100	700 X 500 X 300		A	DIPENDE DA BATTERIE	3	2	18	2 - 6	35%	SI	AUTOMATICA	13	MATERIALE PLASTICO	INCLUSO	





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)	VELOCITA'	SISTEMA DI TAGLIO - NUMERO LAME	AVANZAMENTO (N° RUOTE MOTRICI)	LARGHEZZA TAGLIO CM	ALTEZZA DI TAGLIO (CM)	PENDENZA MASSIMA	ANTIFURTO	RICARICA (*)	PESO Kg. CON ACCUMULATORI (*)	CARROZZERIA	STAZIONE DI RICARICA
HUSQVARNA Distribuito da: FERCAD SPA web: www.husqvarna.it email: husqvarna@fercad.it AUTOMOWER® 435X AWD Husqvarna Automower® 435X AWD: un pioniere nel mercato dei rasaerba robotizzati. Un modello a trazione integrale che rende leggero il lavoro di prati fino a 3.500 m² e supera ostacoli, terreni accidentati e pendenze impressionanti fino al 70%. Il tagliaerba è caratterizzato dal design X-line con fari a LED, rilevamento di oggetti e interazione intuitiva con Automower® Access. Dotato di Automower® Connect che include il rilevamento dei furti GPS.																	
105	1.324,00	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																	



Arvip

Attrezzature professionali per potatura

PS 32

RAPIDA E POTENTE

LED DISPLAY DEL CONTATORE INTEGRATO

3 BATTERIE INCLUSE

CPS CUT PREVENT SYSTEM

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

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

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

*In base al diametro di taglio in uso

YouTube

www.cormaf.com - info@cormaf.com

CENTRO ASSISTENZA E RICAMBI
STIHL®

DISTRIBUTORE AUTORIZZATO RICAMBI E MOTORI
BRASS - STRASS®

RIVENDITORE ABBACCHIATORE ELETTRICO
ATRAX ELECTRIC 4

MACHINE FORESTAL GARDEN
CORMAF CARRASSO

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

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
KKL 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.comemail: 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.itwww.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/VELOCITA' ARIA (m³/min-m/s)	SCOCCA	SENOVENTE	LARGHEZZA/ALTEZZA DI TAGLIO CM	CAPACITA' CESTO LT	RUMOROSITA' dB (A)	PESO KG
EINHELL www.einhell.it															
BATTERIE DIPONIBILI															
MODELLI PXC (18 V - 2 Ah - 42,95 / 18 V - 2,6 Ah PLUS - 54,95 / 18 V - 4 Ah - 69,95 / 18 V - 5,2 Ah PLUS - 99,95 /															
CARICA BATTERIE RAPIDO 29,95 / CARICA BATTERIE TWINCHARGER 59,95 / CARICA BATTERIE ULTRARAPIDO 52,95 / STARTER KIT BATTERIA + CARICA 1,5-2-3-4 Ah)															
TAGLIASIEPI															
GE-CH 36/65 Li Solo	144,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	72									2,8
GE-CH 18/60 Li - solo	99,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	67									2,44
GE-CH 1855/1 Li SOLO	82,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	55									2,44
GE-CH 18/50 Li - solo	69,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	57									2,4
GE-CH 1846 Li solo	64,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	46									2
GE-CH 1846 Li Kit	114,95	COMPLETA	18 V - 2,0 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE	46									2
GC-HH 18/45 Li T - solo	99,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	40									4,3
GE-CG 18 Li solo	59,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									1
GE-CG 18/100 Li T - solo	74,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									0,7
GE-CG 18/100 Li - solo	54,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									0,7
GC-CG 3,6 li WT	33,95	COMPLETA	3,6 V - 1,3 Ah	NO	SPAZZOLE	10									0,5
GC-CG 3,6 Li	39,95	COMPLETA	3,6 V - 1,3 Ah	NO	SPAZZOLE	10									0,5
TAGLIABORDI/DECESPUGLIATORI															
GE-CT 18 Li SOLO	49,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,8
GC-CT 18/24 Li kit	99,95	COMPLETA	18 V - 2,0 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,2
GC-CT 18/24 Li P	77,95	COMPLETA	18 V - 1,5 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,2
GC-CT 18/24 Li P Solo	29,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,2
GE-CT 36/30 Li E Solo	104,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							30			4,2
DECESPUGLIATORI															
AGILLO	179,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS							30			6,5
AGILLO 18/200	149,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							30			6,8
MOTOSEGHE															
GE-LC 18 Li Kit	169,95	COMPLETA	18 V - 3 Ah -PXC	SI	SPAZZOLE			25 / OREGON							3
GE-LC 18 Li SOLO	99,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE			25 / OREGON							3
GE-LC 36/35 Li Solo	149,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS			35 / OREGON							3,9
POTATORI															
GC-LC 18/20 Li T - solo	104,95		18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20	1720								4
GE-LC 18 Li T SOLO	129,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20	1820	20 / OREGON							4
GE-HC 18 Li T SOLO	149,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	40	1820	20 / OREGON							5,5
RASAERBA															
GE-CM 36/47 S HW Li	699,95	COMPLETA	2+2 X 18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 43 Li M KIT	399,95	COMPLETA	2 X 18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS					PLASTICA	NO	43 / 25-75	63		17,7
GE-CM 36/43 Li M - solo	269,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 36/37 Li KIT	329,95	COMPLETA	2 X 18 V - 3 Ah - PXC	SI	SPAZZOLE										
GE-CM 36/37 Li - solo	199,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE										
GE-CM 18/33 Li KIT	209,95	COMPLETA	18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 18/33 Li - solo	144,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 18/30 Li KIT	159,95	COMPLETA	18 V - 3,0 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS					PLASTICA	NO	30 / 30 - 70	25		8
GE-CM 18/30 Li - solo	109,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-HM 18/38 Li - solo	149,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE										
SOFFIATORI															
GE-CL 18 Li E SOLO	34,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE				ND / 210						1,3
GE-CL 18 Li E Kit	89,95	COMPLETA	18 V - 2 Ah - PXC	SI	SPAZZOLE				ND / 0-210						1,3
GE-CL 36 Li E SOLO	109,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS				ND / 0-210				45		3,3
GE-CL 36/230 Li E - solo	99,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI											
GE-LB 36/210 Li E - solo	109,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI											



ATTREZZATURE A BATTERIA

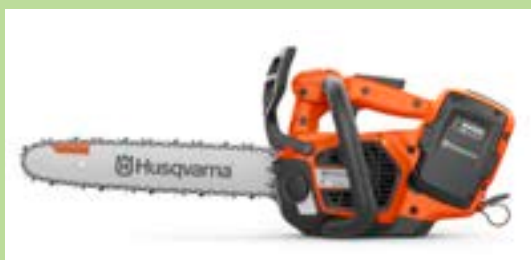


MODELLO	PREZZO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	DOTAZIONE	ACCUMULATORI (V / Ah)	ACCUMULATORI INTERCAMBIABILI	TIPO DI MOTORE (spazzole / brushless)	LUNGHEZZA LAMA CM	LUNGHEZZA ESTESA GRUPPO DI TAGLIO	BARRA CM / TIPO CATENA	PORTATA/VELOCITÀ ARIA (m³/min/m/s)	SCOCOA	SEMOVENTE	LARGHEZZA/ALTEZZA DI TAGLIO CM	CAPACITÀ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

HUSQVARNA Distribuito da Fercad SpA - www.husqvarna.it

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	BARBA 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
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				940m³	plastica	si			79dB(A)	2,7kg
Airion BP	Soffiatore				Brushless				1455 m³	plastica	si			80,5 dB(A)	6,8kg

RITARDI NELLE CONSEGNE, PREZZI DELLE MERCI CHE AUMENTANO E RINCARI DELLE BOLLETTE

E' già dalla seconda metà dello scorso anno (2021) che abbiamo avuto segnali precisi sul ritardo delle consegne e sui rincari di prezzi. Proviamo però ad analizzare, per quanto ci è possibile, le motivazioni di tali accadimenti e le eventuali soluzioni, qualora ce ne fossero.

Pare che il primo motivo per tutto ciò che sta accadendo sia stata la Pandemia da Covid. In un primo momento molte fabbriche sono rimaste chiuse, i produttori di componentistica e semilavorati hanno bloccato le produzioni e quindi abbiamo tutti vissuto una carenza di materiali. D'altronde il nostro settore ha avuto il vantaggio di poter rimanere aperti e le persone, costrette a casa, hanno avuto il piacere di curarsi finalmente il giardino e qualcuno ha iniziato ad impiantare un orto casalingo, provocando un aumento di richieste.

Abbiamo risposto a questa domanda in crescita grazie alle scorte accumulate con i prestagionali ma ci sono mancati, in alcuni casi, i ricambi per le riparazioni. Fin qui tutto procedeva. Soprattutto dopo Agosto del 2021 però qualcosa si è inceppato. I fornitori esteri, soprattutto dell'estremo oriente, hanno cominciato ad alzare i prezzi e, ove possibile, a vendere a chi poteva pagare un prezzo più alto le proprie merci. I costi dei trasporti con container si sono moltiplicati fino a quadruplicarsi.



Tutto il mondo chiede merce ed i produttori o ritardano le consegne o, qualcuno, specula fornendo merce con il contagocce ed ogni volta a prezzi diversi. In Italia le macchine da giardino sono in parte prodotte nel nostro paese (ma con molti componenti asiatici) o prodotte all'estero (tutti conosciamo i marchi dell'Europa del nord o americani presenti nei nostri negozi). Siamo arrivati al punto che per un determinato modello di trattorino ci possano comunicare che la consegna potrebbe essere effettuata nel primo trimestre 2023. Ovviamente non per tutti i prodotti è così e molti costruttori stanno facendo salti mortali per avere produzioni e consegne più regolari.

C'è poi un altro aspetto da valutare. Quando c'è carenza di materiale i clienti finali non si rivolgono più soltanto al loro fornitore di fiducia ma cominciano a consultare tutti gli altri rivenditori della zona. Questa provoca la percezione che il mercato richieda più macchine che in passato e quindi molti sono tentati di stoccare più merce, per non perdere nessuna opportunità di business. Quindi cosa succede ai commercianti? Per non rimanere senza macchine, alcuni sono disposti a comprare da un fornitore non abituale. Il costruttore non abituale, in questi casi, sulle spinte dei "commercianti", rifornisce prima il nuovo cliente per non perdere le possibilità future di fornitura e tarda la consegna al cliente abituale. Si crea così un circolo vizioso di richieste che fa sembrare anche ai costruttori che il mercato sia realmente in crescita. Poiché però ci sono solo statistiche realizzate dai costruttori per il sell-in effettuato con i rivenditori, ma non abbiamo quelle generali del sell out realizzato dai commercianti, diventa estremamente complesso fare delle valutazioni sulla reale crescita del mercato. Chi ha grandi capacità finanziarie è anche in grado, in questi periodi, di fare incetta di prodotti. In definitiva si può dire che una corretta analisi del mercato e dei suoi trend è estremamente complessa, anche se la sensazione generale è per tutti di reale crescita.



POI CI SONO I RETRO-PENSIERI

10/15 anni fa molti costruttori, italiani, europei o statunitensi che fossero, hanno ridotto o smesso di dar lavoro agli artigiani locali per i componenti e semi-lavorati ed hanno spostato le richieste, facciamo solo un esempio, in Cina, in India, in Vietnam ecc., fino a portare le produzioni di alcune intere macchine negli stessi paesi. In un momento di crisi come quello che stiamo vivendo, quindi, i costruttori realmente asiatici, potrebbero aver pensato di rallentare la fornitura di semi-lavorati, tentando di vendere macchine intere ai mercati occidentali. Il PIL dei loro paesi sarebbe cresciuto, i guadagni delle loro imprese anche. Le aziende europee d'altronde, realizzando produzioni in Asia, hanno puntato anche a servire i mercati locali, in forte crescita, ed oggi, casomai non direttamente, si potrebbero trovare nella condizione che lo stato che li ospita potrebbe "invitarli" a tenere il grosso della produzione per quello stesso paese. Allora ci si chiede: ma i costruttori Italiani ed europei non potrebbero ripartire nel giro di qualche mese con la produzione, anche terzariizzata, nel loro paese? Oltre al miglioramento della disponibilità forse si potrebbe avere anche un vantaggio economico da riversare sul prezzo del prodotto finito. E se ciò dovesse avvenire, dopo 3/4 anni non potrebbe succedere che di nuovo si dovrà ricorrere alle componenti asiatiche per mantenere il livello di prezzi. Oppure si potrebbe pensare che ci sia un progetto segreto nei paesi asiatici per cui "metto in crisi oggi le aziende europee per poi comprarmele a prezzi stracciati domani?"

Ma abbiamo detto che questi sono soltanto retro-pensieri.

Ritorniamo alla nostra situazione. Ai ritardi nelle consegne ci dovremo abituare almeno fino alla metà del prossimo anno, se la situazione geopolitica mondiale non dovesse cambiare. I prezzi continueranno a lievitare proprio in funzione della carenza di prodotto. Se nella filiera di fornitura poi ci fosse qualcuno che ne approfitta potremmo assistere a dei rincari immotivati e spropositati. Facciamo un esempio: una cosa che costa



100 e che subisce un reale aumento del 7% viene portata a livello precauzionale al + 10% al successivo fornitore. Se si susseguono tre livelli di fornitura prima di arrivare al rivenditore, ed ognuno ricarica il 2-3% in più il suo prodotto, il rischio è che un prodotto che potrebbe aumentare solo del 7/8% arriverà al rivenditore con il +12%-15%.

Tutto questo a parità degli stipendi medi dei consumatori. Poiché il commerciante non può ridurre i propri margini, o aumenta di conseguenza il prodotto o trova formule di miglioramento dei propri costi aziendali. Non potendo però incidere sulle utenze, che indipendentemente continuano a crescere, per gli stessi motivi geo-politici mondiali, l'unica cosa che rimane da fare è cominciare ad analizzare i propri costi per poterli ridurre al fine di rimanere compe-

titivo senza abbassare i margini medi e senza penalizzare personale e sicurezza negli ambienti di lavoro. L'alternativa sarebbe quella di aggiungere alla vendita di "merci" quella dei "servizi": corsi di formazione, garanzie accessorie, finanziamenti, assicurazioni ecc. Ovviamente supportati da adeguata formazione specifica in materia.

Cub Cadet®

XT
ENDURO SERIES™

NEW



BUILT IN
AMERICA
SINCE 1961

Cub Cadet®



**THE NEW XT SERIES
THE BEST RIDER EVER!**

    
www.cubcadet.it

PLATFORM BASKET

campbellat.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

