

MIG

Organo ufficiale di



N.280 - MARZO 2023 - MENSILE | EPT - Via P. Meloni, 11 - 37138 VERONA | www.ept.it | ept@ept.it



BAGHEERA

www.captaintractors.it



**DIVENTA
CLIENTE
KRAMP!**

Scansiona il QR code

www.kramp.it

IL PIÙ GRANDE DISTRIBUTORE EUROPEO DI RICAMBI PER IL SETTORE AGRICOLO, GIARDINAGGIO E FORESTALE:

- Oltre **300.000** articoli disponibili in consegna a partire dal **giorno successivo**
- Ordina facilmente tramite **portale online** e la pratica **Kramp App**
- Un **Account Manager dedicato** e un **servizio clienti** pronto a darti supporto per ogni necessità
- Non solo prodotti ma anche **servizi** per far crescere il tuo business

LA GARANZIA**PER UN PRATO****PERFETTO.**

TAGLIABORDI A BATTERIA GE-CT 18/30 LI-SOLO

POTENTE e SENZA CAVI per arrivare in ogni angolo.
Taglia via tutte le imprecisioni e rendi fantastico
il tuo giardino.

einhell.it
Einhell Italia   



NUOVA GAMMA RASARRO LA TOSATURA D



TAGLIAERBA A BATTERIA RASARRO 36/36



2x3.0 Ah Plus



Larghezza taglio 36cm



Per prati fino a 400mq

TAGLIAERBA RASARRO



2x4.0



Largh



Per p

POWER X-CHANGE

ARRO.

DIVENTA UN PIACERE.



A BATTERIA
36/40

Ah

mezza taglio 40cm

prati fino a 500mq



TAGLIAERBA A BATTERIA
RASARRO 36/42



2x5.2 Ah Plus



Larghezza taglio 42cm



Per prati fino a 750mq

Macchine a scoppio e a batteria. Antiche ma sempre forti certezze e il nuovo che avanza. Nuovi equilibri nei punti vendita. Il file dello specialista è sempre da aggiornare, come la propria offerta. Doppio binario, ma complementare. Scelte da fare, per una convivenza lunga e proficua. Per tutti. La batteria promette di crescere ancora, nel pieno della sua corsa ora che muove di fatto ogni macchina. Il trend è ovvio, il mondo d'altronde va sempre più in quella direzione. Non solo il mercato, anche del verde. Impossibile però rinunciare alla macchina a motore, per di più sempre più pulita e con la solita grande potenza. Una partita nella partita, in cui possono vincere tutti e due. Verifiche cercasi, soprattutto adesso che è primavera. Punto d'inizio, senza sapere come ma neanche quando finirà. Lo specialista ha messo in conto da tempo quell'incognita spesso indicatrice di un lavoro che va avanti al di là della prima estate, com'era una volta. Oltre giugno, inoltrandosi persino alle soglie dell'autunno se non addirittura dopo. È già successo, più di una volta. Le incertezze stanno piano piano svanendo. Non del tutto, ma il quadro s'è un po' rasserenato. Le nubi meno dense, l'iniezione di Myplant bella potente. C'era tutto, alla tre giorni di Milano Rho. Anche un promettente fermento. Data ormai segnata a penna, ed anche sottolineata con decisione, nel calendario di molti. Proprio alle porte di marzo, in pieno conto alla rovescia. Con le aziende, con le associazioni, coi rivenditori ed i clienti finali. Bel pacchetto, anche ottimamente confezionato. La verità in anticipo, anche se non assoluta. Per avere quella c'è bisogno di scendere in campo. E capire, giorno dopo giorno. Vendita dopo vendita, mattone dopo mattone. Un occhio al magazzino, uno al negozio, uno ai primi numeri. Man mano che l'inverno s'è allontanato, il giardinaggio ha cominciato a colorarsi. D'accordo le difficoltà, ma certi percorsi sono scritti comunque. Aria aperta, la temperatura giusta, la voglia di prendersi del tempo anche e soprattutto fra i confini della propria casa. E l'erba che aspetta di essere tagliata.

MG

è organo ufficiale di

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

by

FEDERACMA
Federazione Italiana della Manutenzione Nazionale dei Compressori a Pistone e delle Attrezzature

segreteria Tel. 06/87420010

Per info e contatti: unagreen@federacma.it

EPT

Editrice Periodici Tecnici sas

Direttore Responsabile

Elisabetta Bellomi
e.bellomi@ept.it

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

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

RISULTATI RADIOCOMANDATI



FM 23-53

SUOLO / TRINCISARMENTI 

Il nuovo trincisarmenti radiocomandato Blue Bird.

Offre grande potenza nello sfalcio e ottimo controllo nell'avanzamento grazie al sistema ibrido che affianca il motore a batteria al motore Loncin da 224 cc. Con i suoi cingoli da arrampicata, affronta ogni terreno, anche in forte pendenza, per eseguire interventi di sfalcatura importanti, di rimozione di erba alta e consistente, di pulizia del sottobosco. Può essere radiocomandato fino a 200 metri di distanza con risultati sorprendenti.

Motore Loncin 224 cc

Potenza 600W

Motore a batteria da 28V

Disco da 21 pollici (53 cm) con 2 lame flottanti

Altezza di taglio regolabile da remoto



Sfoggia il catalogo Blue Bird e scopri di più sul nuovo Trincisarmenti Radiocomandato FM 23-53.



 **BLUEBIRD
INDUSTRIES**

We are Blue Bird

NATURALLY TOGETHER.

bluebirdind.com |  



dalle aziende

- 30** Husqvarna, CEORA è il futuro
- 47** Batteria più robot, il momento di Kress
- 55** MA.RI.NA. Systems, altro salto di qualità

fiere

- 60** Pilastro-Myplant, voto dieci e lode

il punto

- 10** Alessandro Fontana «Il rivenditore viene prima del prodotto»

inchiesta

- 14** Tosaerba, il salto della batteria
- 48** Trattorini sempre in movimento



l'opinione

- 32** Roberto Dose «Risollevati dal lavoro invernale, bel segnale di continuità»

marketing verde

- 28** Alessandro Di Fonzo La complicata arte del vendere

mercato

- 56** I grandi nodi del giardinaggio
- 58** «Alleati dei clienti, non avversari...»

vita nel verde

- 44** Daria Bosio Professionisti del verde, quanto vale il marketing...

rubriche

- 36** News
- 62** Vetrina Myplant

67 Tuttomercato



our power, your passion

MTTH 2400



NUOVA MOTOSEGA DA POTATURA

**BILANCIATA
CONFORTEVOLE
ERGONOMICA**

Maneggevole e compatta: si adatta facilmente alle diverse necessità, come la potatura di alberi da frutto o la sramatura di piante da giardino.

La motosega **MTTH 2400** rappresenta un'ottima scelta per tutti coloro che hanno l'esigenza di una motosega robusta e affidabile, per un uso frequente nelle operazioni legate alla potatura di piante, in particolare per alberi da frutto e ulivi. Grazie alla stabilità di carburazione tutte queste operazioni di taglio possono essere effettuate anche in posizioni non tradizionali (macchina inclinata o capovolta).

It's an Emak S.p.A. trademark
42011 Bagnolo in Piano (RE) Italy

 [efco.it](https://www.efco.it)



«IL RIVENDITORE VIENE PRIMA DEL PRODOTTO»

Non è più come una volta. C'è un'aria diversa fra i rivenditori. Più feeling, meno sguardi in cagnesco. D'accordo la concorrenza, ma si può anche collaborare insieme. Anche necessario ormai. Parte da lontano Alessandro Fontana, titolare nella piacentina Rivergaro di Fontana 1950. Una data che dice già tutto. È cambiato tanto da allora. Altri parametri, altre dinamiche, altri problemi, altre sfide. Un mondo nuovo, in continua evoluzione. E battaglie quotidiane, sotto varie forme. Pure adesso, soprattutto adesso che è primavera. Mesi caldissimi, dove tutto serve. Anche rispolverare i ricordi.

Un'insegna da lucidare al meglio. «Dobbiamo investire soprattutto nella nostra immagine, il cliente non sempre conosce davvero la macchina che acquista ma di sicuro sa bene dove l'ha comprata. Lo specialista ha l'obbligo ormai di puntare prima di tutto sul proprio marchio, non più come una volta quando i nostri padri gongolavano soprattutto perché potevano vendere la grande firma»



«Rispetto alla gestione dei nostri padri», premette Fontana, «il rapporto fra rivenditori adesso è effettivamente diverso. Prima forse nemmeno c'era bisogno del collega vicino. E magari andavi d'accordo con quello che stava a trecento chilometri da te. Perché se stava a duecentocinquanta era già un concorrente. Adesso invece si cerca di dialogare sempre con tutti. Non solo con quelli lontani, ma anche con quelli vicini. Noi abbiamo un buon rapporto con i rivenditori della zona, ci aiutiamo quando c'è bisogno. Sui pezzi di ricambio così come sulle stesse macchine.

Fin dove arriva la complicità?

«C'è il cliente che cerca un marchio che tu non hai ma un altro rivenditore sì, a quel punto lo si indirizza lì. C'è un rapporto giusto, probabilmente dovuto anche a certe lacune da parte dei fornitori. A volte conviene chiedere un parere al tuo collega



che al produttore o al distributore. Il telefono poi ha aiutato. Ci sono delle chat con specialisti anche di aree diverse coi quali c'è sempre collaborazione. Ed è giusto così. Sarebbe ideale, anzi, averne sempre di più. E ancora più stretti».

Con Assogreen avete sempre spinto in questa direzione. È stato uno dei vostri grandi principi...

«Vero, abbiamo sempre cercato di far comprendere questo concetto. Di vederci più, per l'appunto, come colleghi e non come concorrenti. Quella chat nacque proprio con Assogreen, più o meno con una sessantina di rivenditori. Molto utile. Sarebbe bello averne di ulteriori».

Il primo grande vantaggio?

«Nella rapidità delle risposte, in primis per la disponibilità di merce. Senza nulla togliere alla velocità del servizio delle aziende. Soprattutto puoi contare sull'opinione di una persona che ha vissuto il tuo stesso identico problema al contrario di un tecnico della tua ditta fornitrice ovviamente senza l'esperienza di campo di un rivenditore. Questione fisica, di semplice contatto diretto con la realtà. Non di competenza».

L'esclusiva di zona esiste ancora?

«Anche questo è un concetto che sta molto a cuore alle vecchie generazioni. Quello di inorgogliersi di avere una zona in teoria tutta per loro, quando non capivano che magari la ditta online di turno che è a cinquecento chilometri nella tua area vende decisamente di più. L'esclusiva di zona non ha

più senso di esistere. Più che altro ci vuole il rispetto dei fornitori».

Cioè?

«Avere in primis dei prezzi allineati. Va bene che la ditta che fa e-commerce venda nella mia zona, ma almeno che lo faccia alle mie stesse condizioni».

È cambiato il mercato senza più confini fra rivenditori e l'avvento delle vendite online?

«Non credo. Le gente più che guardare al marchio della macchina guarda sempre più chi glielo fornisce. Il mio cliente non viene da me per acquistare quel prodotto di quella specifica azienda, viene per acquistare una macchina da Fontana 1950. Così come va dal mio collega, per la stessa ragione».

L'identificazione del rivenditore quindi è sempre più marcata...

«Stiamo recuperando il tempo perduto in passato, negli anni in cui il rivenditore gongolava per il marchio che rappresentava curando allo stesso tempo meno la propria immagine. In questo momento in cui il mercato è di tutti avremmo avuto bisogno di avere un'identità riconosciuta parecchio forte. Chi ha lavorato in questo senso è stato certamente premiato. Sull'organizzazione quindi. Sui processi. Sulle strutture. Tutto».

Vale più la percezione del prodotto che il prodotto stesso. Giusto?

«Esatto. Ormai non compri più tanto la macchina quanto l'esperienza che ti fa vivere il prodotto. Conta il venditore che ti dà consulenza e consigli.



L'anello forte è più l'azienda che sei che l'articolo che vendi».

C'è più consapevolezza ora in questo senso?

«La spinta in questa direzione è indubbia, perché è quello che ci differenzia da una vetrina online. Fai vedere che ci sei, mostri quello che sai fare e quello che hai fatto in tanti anni di storia rispetto ad un freddo schermo che vende lo stesso prodotto per qualche euro in meno ma senza il background su cui può contare uno specialista che ha sempre trattato macchine da giardino immergendosi quotidianamente nel mercato. E quindi con un know-how ben diverso».

Alla lunga quindi vince il rivenditore classico rispetto all'e-commerce?

«Questo non lo so, secondo me però crescerà sempre di più la vendita online. Certe esperienze in questo senso noi le stiamo facendo quotidianamente. Ormai si compra tutto online, al di là delle macchine per il verde. Anche solo per comodità. Succede per le scarpe da tennis così come per il tosaerba. Quel che abbiamo capito è che chi vende online è veramente capace. Ci abbiamo provato anche noi a cercare di scimmiettare questi colossi, senza riuscirci. Tanto di cappello a loro. Probabilmente noi adesso stiamo capendo che dobbiamo prima di tutto far bene quello che siamo sempre stati capaci di fare».

Non è una strada percorribile quindi per lo specialista?

«La percorreremo, lo stiamo già facendo, ma cercando di fare un collage fra online ed offline. Essere quindi più visibili su internet, ma con un forte

richiamo alla vendita in negozio. Senza imitare nessuno, altrimenti si corre il rischio di farsi del male. Prendiamo spunto da certi esempi, ma mettiamoci dentro anche e soprattutto le nostre conoscenze».

Punto sul mercato: situazione a fine febbraio?

«Si accavallano soprattutto tanti pensieri. Siamo arrivati a fine dicembre lavorando moltissimo con la leva della 4.0. S'è lavorato bene. Il quadro è molto altalenante. La gente girava ed eri preso da mille cose. E mille richieste. Dal primo gennaio s'è bloccato tutto. Adesso contano le idee, augurandoci che sia solo un momento. Chiaro che il meteo deve darci una mano, oltre alla situazione economica».

Idee?

«Elaborare nuovi processi, cercare di coinvolgere lo zoccolo duro della clientela ma anche nuovi potenziali clienti. E se la gente stesse acquistando altrove, come potrebbe anche essere, dovremo cercare di farci conoscere in altre zone tramite investimenti online. Nessuna vendita, solo l'obiettivo di arrivare direttamente al cliente e far poi vedere che dietro c'è un punto vendita che offre tante garanzie e che può offrire tanti servizi e la giusta consulenza e tutti i servizi necessari».

Il raggio del rivenditore quindi si estenderà sempre di più?

«Magari alimentando rapporti sempre più consolidati o con dei distributori anche esteri come stiamo facendo. Ma anche naturalmente in Italia, attraverso l'usato. Una direttrice che ha sostituito la quotidianità e ics clienti che prima giravano il negozio alla ricerca della macchina per le proprie necessità. Nuovi sbocchi, ma sempre riconducibili al lavoro profondo dello specialista e al negozio fisico».

**NEW
2023**

solo[®]
by **AL-KO**

Nuova generazione TRATTORINI COMFORT *pro*

engineered in
GERMANY



made in
AUSTRIA



Contatta il tuo referente
commerciale per maggiori
dettagli e per scoprire le
promozioni lancio!



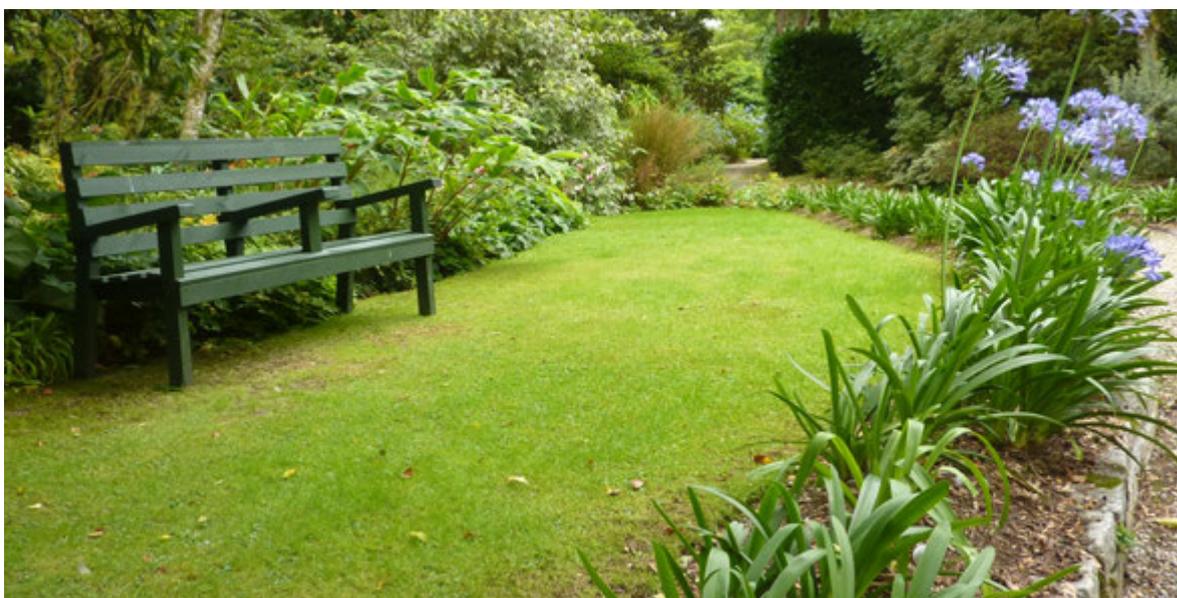
Il gradimento è sempre più alto, la tendenza chiara, i margini certi. Macchine parecchio performanti, in grado di guadagnare tanti consensi anche agli occhi del professionista. Pronte a spiccare il volo

TOSAERBA, IL SALTO DELLA BATTERIA

Avanza rapidamente. A gran ritmo. La batteria s'è appropriata anche del rasaerba ormai, in un segmento tutto da scoprire ma con un trend chiaro e margini sicuri. Una bella carta per il rivenditore, una strada sempre più accattivante per il mercato. C'è tanto da esplorare, ma tanto s'è già visto. Le macchine ci sono, i risultati anche, così come l'apprezzamento del cliente finale e la spinta del rivenditore. L'anno della definitiva impennata il 2023, meteo e variabile varie permettendo, in un contesto comunque assai ricettivo.

LA SITUAZIONE. Svelto il rasaerba a far strada. Capace di regalare tanti spunti ed argomen-

tazioni di vendita in serie. C'è tutto per far numeri e lastricare il sentiero. Per mettere un'ulteriore mattone su un edificio promettentissimo. Anche a passi piuttosto svelti. «La macchina a batteria», evidenzia Luca Corbetta, product manager di **AL-KO Italia**, «sta avendo una grossa evoluzione in diversi ambiti, sia quello delle piccole macchine per piccoli giardini come quello delle macchine più grosse per operatori del verde. Sotto questo aspetto possiamo dire che il tosaerba a batteria va coprire tutti i settori del mercato. In entrambe i casi AL-KO sta offrendo delle macchine che non guardano solo al contenimento del prezzo ma vanno a migliorare il comfort per gli utilizzatori e le prestazioni del rasaerba. Migliori prestazioni



e migliore qualità del prodotto non significa solo lunga durata del tosaerba ma anche un lavoro migliore e più confortevole per l'utilizzatore stesso». «Le batterie al litio», il punto di Alessandro Barreira, direttore commerciale di **Brumar**, «hanno reso possibile un salto tecnologico anche nel comparto delle macchine da giardino. La vera evoluzione dei prodotti a batteria sul mercato si può dire sia cominciata proprio con i tosaerba. Prima con modelli più piccoli e poco performanti e poi via via con macchine più ampie di taglio, sia a spinta che a trazione, con autonomia sempre maggiore. Il passo successivo, che è in atto, sarà l'ingresso sul mercato di modelli per utilizzo professionale, con batterie che garantiscano un'autonomia adatta a lavori di manutenzione del verde».

«Il rasaerba a batteria», evidenzia Nicolò Conti, dell'ufficio marketing di **Einhell Italia**, «sta diventando sempre più popolare sul mercato, in quanto molti consumatori cercano alternative ecologiche soprattutto ai modelli a scoppio. Ci sono diversi vantaggi nel possedere un rasaerba a batteria. La silenziosità, perché a differenza dei rasaerba a scoppio, quelli a batteria producono meno rumore. La bassa manutenzione: i rasaerba a scoppio richiedono una manutenzione regolare, mentre quelli a batteria non richiedono lo stesso livello di manutenzione. I rasaerba a scoppio producono emissioni dannose per l'ambiente, mentre quelli a batteria non emettono sostanze nocive. Quindi sono ecologici. E poi la facilità d'uso, perché sono leggeri ma anche facili da maneggiare e non hanno la "problematica" del filo. Negli ultimi anni, il mercato dei rasaerba a batteria è cresciuto notevolmente, con una maggiore varietà di modelli disponibili per i consumatori. Le nostre batterie al litio sono in grado di fornire un'energia sufficiente per far funzionare i rasaerba per un lungo periodo di tempo. Inoltre le tecnologie di ricarica sono diventate più rapide ed efficienti, il che significa che i rasaerba a batteria possono essere utilizzati per periodi di tempo più lunghi senza dover ricaricare la batteria. In generale, il mercato dei rasaerba a batteria continua a crescere e migliorare, e sembra che questo trend continuerà nei prossimi anni».

«Il comparto dei rasaerba a batteria», certifica Giovanni Masini, marketing director di **Emak**, «è cresciuto in modo significativo nelle ultime stagioni, anche se il 2022 ha fatto segnare una generale battuta d'arresto dei consumi, anche a causa della siccità in piena stagione, che ha toc-



Husqvarna

cato inevitabilmente questa linea. Ci aspettiamo, comunque, una ripresa del trend di crescita nel medio termine».

«L'evoluzione è veloce e importante. E avrà», assicura Daniele Bianchi, responsabile marketing e commerciale di **Grin**, «un'impennata nei prossimi due anni data dalla spinta che l'elettrico ha negli altri settori. Il tagliaerba a batteria ha sofferto di più rispetto agli attrezzi come tagliaiepi e motosega, ma sono convinto che possa recuperare posizioni molto velocemente».

«Quello del tosaerba a batteria per noi», evidenzia Thomas Goi, responsabile vendite Italia di **Kress**, «è un mercato potenzialmente molto interessante. Soprattutto verso il professionista del verde, ormai per forza chiamato ad elettrificarsi».



Pellenc



Di soluzioni non ne sta trovando, ma con la tecnologia che presentiamo noi troverà esattamente quel che sta cercando fra potenza, i tempi di ricarica e la vita della batteria. Le nostre sono macchine di fascia alta, lì si posizionano. Per i grandi manutentori del verde, ma anche per il privato esigente. La chiave del mercato è certamente sapersi creare una forte identità. E puntare sul professionista, perché sarà quello il mercato del futuro per lo specialista. Quello residenziale invece lo perderà, anche in breve tempo».

«La categoria dei rasaerba a scoppio», la premessa di Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «sta subendo inequivocabilmente un lento ma inesorabile calo in termini di vendite. Di segno opposto invece il trend di

richieste per la categoria dei rasaerba a batteria, che sull'onda del successo dei prodotti da giardino portatili a batteria, registra numeri in forte crescita. Non parliamo solo di piccoli rasaerba a batteria in plastica, ma sempre più anche di modelli con scocche in acciaio, semoventi e con larghezze di taglio importanti».

«Il mercato della batteria», puntualizza Marco Guarino, dell'ufficio comunicazione e marketing di **Pellenc Italia**, «è chiaramente in rapido e continuo movimento; lo sviluppo di nuove tecnologie è costante e permette la realizzazione di attrezzature sempre più efficienti e performanti. In questo possiamo con orgoglio affermare che Pellenc è riuscita ad anticipare di gran lunga il mercato, in quanto precursore assoluto nell'utilizzo della tecnologia della batteria agli ioni di litio applicata alle attrezzature da giardinaggio e agricoltura».

«Negli ultimi anni», il quadro di Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «la crescita del tosaerba a batteria è stata costante ad eccezione del 2022 che si è stabilizzata se confrontata con l'anno precedente. Questo segmento rappresenta un mercato importante destinato ad aumentare perché risponde alle reali esigenze del cliente hobbista e professionale. In ambiente urbano il tosaerba a batteria rispetta i disciplinamenti che regolano l'inquinamento acustico e atmosferico. Inoltre, questi modelli sono semplici da utilizzare, richiedono minore manutenzione e permettono un risparmio di denaro».



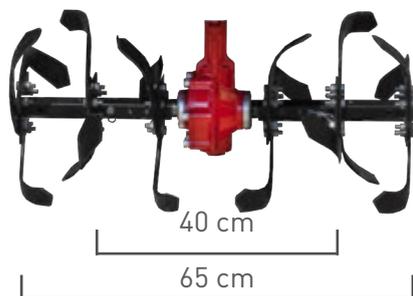
Einhell

IL POSIZIONAMENTO. Che fasce ha per lo più occupato il rasaerba a batteria? Tutte ormai. Anche le più alte, con la macchina professionale sempre più performante.

NOW IT'S READY

ZEN 50.20 SG

Motozappa Benzina



*Fresa regolabile
Ad hoc per interfile*



Profondità di lavoro



Leggerezza



Velocità

126 RPM
187 RPM

Scopri di più





«Il mercato dei rasaerba a batteria», il quadro di Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «si è diffuso in tutte le fasce di prezzo, dai modelli economici ai modelli di fascia alta. Tuttavia, inizialmente erano considerati più costosi rispetto ai modelli elettrici, principalmente a causa del costo delle batterie. Ci sono ora molti modelli da quelli più economici e a quelli di alta qualità, che si adattano a diverse esigenze e budget. In generale, la fascia di mercato dei rasaerba a batteria ha guadagnato molta popolarità tra i consumatori che cercano un'alternativa ecologica e facile da usare senza l'utilizzo di prolunghe».

«È al momento predominante la fascia dell'utente privato, con modelli di taglia media dai 42 ai 47 cm di taglio. Con le nuove tecnologie delle batterie», precisa Alessandro Barrera di **Brumar**, «sono privilegiati i modelli semoventi per prati medi, ma anche modelli più piccoli, leggeri ed estremamente maneggevoli. Le macchine con taglio più grande da 51/52 cm, batterie più potenti e più ampia autonomia, sono ideali per prati di dimensioni medio-grandi, che nulla hanno da invidiare ai paritetici modelli a scoppio. Nella nostra gamma Ego ci sono modelli per tutte le esigenze, che vanno da 42 a 52 cm di larghezza di taglio e con batterie in dotazione da 2,5 a 7,5 Ah. Tutte le otto batterie portate EGO possono essere utilizzate su tutti i modelli».

«All'inizio», racconta Giovanni Masini di **Emak**, «ha interessato principalmente la fascia dell'utilizzatore privato che del rasaerba a batteria apprez-

za in particolare l'azzeramento delle emissioni sonore e ambientali, le dimensioni compatte e l'assenza di fili elettrici, che rendono questi modelli la scelta ideale per il taglio di piccole aree erbose. Sicuri e leggeri, i tagliaerba a batteria Oleo-Mac ed Efcò consentono di svolgere l'attività in ogni momento della giornata e con pochi semplici gesti. Poi negli anni, grazie all'aumento delle autonomie disponibili, si è assistito a un allargamento della domanda degli utenti verso macchine per utilizzi più intensivi o anche professionali».

«Inizialmente», evidenzia Daniele Bianchi di **Grin**, «si pensava ad un maggiore impatto sulla fascia economica, ma in realtà è la fascia professionale e quella dell'hobbista esigente ad essere maggiormente attenta ai prodotti a batteria. Per il professionista sono le riduzioni dei costi di gestione e degli interventi di manutenzione gli argomenti di maggior appeal; ma anche la comodità di utilizzo, la riduzione della stanchezza e di conseguenza dei rischi per l'operatore sono elementi fondamentali. Un balzo in avanti lo faremo quando entreranno in vigore le restrizioni governative e le norme sugli appalti pubblici. Per quanto riguarda l'hobbista esigente i motivi di acquisto sono legati soprattutto alla comodità e semplicità di utilizzo dell'attrezzo a batteria, ma anche l'aspetto ecologico sta diventando un elemento di scelta molto importante».

«Per ottenere prestazioni simili ai modelli con motore a scoppio», evidenzia Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «i rasaerba a batteria devono adottare tecnologie più evolute, sia in termini



di motori elettrici che di batterie di alta qualità. Tutto ciò ovviamente ha un impatto sul costo di produzione e sul prezzo di vendita, che mediamente si posiziona più in alto rispetto a modelli a scoppio simili».

«Oggi», il punto di partenza di Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «non si può più fare a meno della batteria. Se fino a pochi anni fa era una tipologia di attrezzature a prerogativa di chi aveva una particolare sensibilità per determinati aspetti, oggi tutti quanti i professionisti hanno nel proprio parco macchine attrezzature a batteria che permettono di lavorare senza limiti di orario, nel massimo rispetto dell'ambiente circostante e dell'operatore stesso.

Ovviamente resta fondamentale fare una distinzione chiara su quello che è l'utilizzo e la tipologia delle macchine. Pellenc lavora basandosi sulle richieste più specifiche e per questo propone attrezzature rivolte principalmente ai professionisti e semi-professionisti».

«La nostra gamma», assicura Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «permette a tutti i target di utilizzatori di trovare il modello di tosaerba a batteria più adatto alle proprie necessità. Gli hobbisti esigenti apprezzano molto i diversi modelli a loro destinati ed in particolare quelli con larghezza di taglio compresa tra i 33 cm e i 40 cm. Anche i professionisti sono interessati a questo tipo di tecnologia, infatti, acquistano il modello RMA 765 V che, grazie ai 63 cm di larghezza di taglio, soddisfa le necessità di giardinieri che eseguono la manutenzione periodica di superfici in ambienti sensibili ai rumori».

PROSSIMO PASSO. È sempre andato migliorando il tosaerba a batteria. Con una discriminante ora su tutte. Il cuore di tutto. «Sicuramente», rileva Alessandro Barrera di **Brumar**, «ci sarà un'ulteriore evoluzione delle batterie. La tecnologia si muove rapidamente e le batterie stanno accelerando per tenere il passo. La ricerca di una maggior densità energetica (quindi capacità di accumulare energia a parità di spazio occupato) sarà sicuramente la sfida del futuro. Perciò si lavorerà soprattutto per migliorare l'autonomia operativa, senza però appesantire troppo la macchina e mantenendo sempre una grande maneggevolezza e facilità di utilizzo. Inoltre anche i sistemi di ricarica saranno sempre più rapidi, per permettere una continuità di lavoro più lunga. È prevedibile che aumentando i volumi di vendita

Blue Bird



dei modelli cordless anche i prezzi di vendita saranno più competitivi all'acquisto, senza dimenticare che già ora comprando macchine a batteria si risparmia sia in termini di gestione che di manutenzione. E non ultimo si migliora l'ambiente in cui viviamo».

«Coerentemente con la tecnologia che la guida», l'orizzonte di Giovanni Masini di **Emak**, «la macchina a batteria dovrà essere sempre più confortevole ed equipaggiata con display o altri elementi di diagnostica e sistemi di interfaccia con l'utente».

«Diminuzione dei costi delle batterie per l'utilizzo privato e aumento delle prestazioni del rapporto peso-durata per il professionista», la via indicata da Daniele Bianchi di **Grin**.

«La ricerca e sviluppo di **Einhell**», precisa Nicolò Conti, dell'ufficio marketing della filiale italiana





della casa tedesca, «è incentrata sul migliorare sempre più due aspetti fondamentali delle macchine: batteria e motore. Per far sì che i consumatori possano utilizzare sempre più a lungo i rasaerba vengono sviluppate celle agli ioni di litio più efficienti ad alta tecnologia, in modo da garantire prestazioni di taglio superiori. La maggior parte dei nostri tagliaerba a batteria è dotata di motore Brushless che garantisce maggiore potenza, autonomia e lunghezza di vita. Grazie ad esso le performance di taglio sono altamente superiori rispetto ad un motore tradizionale a carboncini». «Lo sviluppo di nuove tecnologie», sostiene Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «permetterà a questa tipologia di macchine di incrementare le prestazioni e l'autonomia, superando nel medio termine i prodotti con motore a scoppio. Lo step necessario per velocizzare ulteriormente la diffusione di questi prodotti sarà la riduzione dei costi, in particolare degli accumulatori».

«Sicuramente», osserva Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «è fondamentale continuare a lavorare su prestazioni, autonomia delle batterie ed ergonomia. Tutti aspetti sui quali Pellenc ha investito molto nel corso degli anni e che si rivelano vincenti durante le innumerevoli prove in campo che vengono svolte dai rivenditori autorizzati Pellenc con i giardinieri professionisti. Se è importante il primo impatto con le macchine, niente è come testarla in fase di lavoro».

«Crediamo che in futuro», l'anticipazione di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, « presenteremo una gamma di tosaerba ancora più ampia e ottimizzeremo i comfort già presenti. La nostra step-gola comfort è un grande vantaggio durante le operazioni di svuotamento del cesto di raccolta e sarà presente su tutti i modelli. Sarà fondamentale ampliare la gamma di altri attrezzi che possano utilizzare le stesse batterie e carica batterie già presenti nel tosaerba. Inoltre, stiamo lavorando per ottimizzare i consumi di energia per garantire autonomie di lavoro ancora più soddisfacenti».

SMS AL RIVENDITORE. La chiave adesso è anche nel lavoro dello specialista. Come sempre. Chiamato a fare un passo in avanti. Un altro, anche con naturalezza. «Ormai il passaggio all'alimentazione a batteria», il punto fermo di Alessandro Barrera, direttore commerciale di **Brumar**, «è una realtà sempre più attuale. Ed anche i rivenditori ne sono ormai consapevoli. Devono perciò abituarsi ad un metodo di vendita più atto a convincere l'utente finale sui benefici che derivano dall'utilizzo delle macchine a batteria, attraverso prove pratiche che possano vincere la diffidenza che ancora è presente, soprattutto per quanto riguarda potenza ed autonomia. Anche per il servizio post vendita si devono attrezzare in modo diverso, partecipando a corsi di formazione specifica sulla nuova tecnologia cordless. Per Ego organizziamo diversi corsi di formazione durante l'anno e la presenza è numerosa ed attenta».

«Dato che il costo di una macchina a batteria è ancora superiore all'equivalente a scoppio», la chiave di Giovanni Masini, marketing director di **Emak**, «è opportuno che il rivenditore illustri in modo efficace i vantaggi del rasaerba a batteria, e anche il recupero, nel tempo, del maggior esborso iniziale».

«Dedicare tempo per la spiegazione delle macchine a batteria e soprattutto dedicare delle macchine demo per i test con i clienti. Molti clienti», aggiunge Daniele Bianchi di **Grin**, «non hanno idea della prestazione che può avere un prodotto a batteria e non si rendono conto dell'estremo comfort di utilizzo senza aver provato la macchina. È necessario poi studiare bene i prodotti per conoscerne durate effettive e prestazioni, il cliente ha bisogno di risposte certe, di esempi concreti, di sentirsi raccontare esperienze reali per avere fiducia nell'acquisto».

«I concessionari Cub Cadet», la fiducia di Pietro



Scopri le promozioni
in corso su
pellencitalia.com



TAGLIASIEPI PROFESSIONALE A BATTERIA

PELLENC

ATTREZZATURE PROFESSIONALI A BATTERIA

HELION 3 POTENZA SENZA PARAGONI

Un'eccezionale capacità di taglio che consente di potare in tutta sicurezza sezioni di diametro fino a 3 cm



pellencitalia.com | info@pellencitalia.com



Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «hanno maturato un'esperienza importante negli ultimi anni sui prodotti alimentati a batteria, di conseguenza conoscono molto bene i trend del mercato, nonché i punti di forza di questi prodotti. Per questi motivi, ormai da diverso tempo, stanno focalizzando la propria attenzione sulle macchine cordless, assecondando le richieste dei consumatori, sempre più attenti ai temi green, che i prodotti a batteria per il giardinaggio incarnano sicuramente».

«Fornire un servizio post vendita totale e realmen-

te a 360 gradi. **Pellenc Italia**, da sempre, ha molto a cuore l'aspetto del servizio assistenza, fondamentale per la soddisfazione dei propri clienti. Per garantire il massimo della professionalità», ribadisce Marco Guarino, dell'ufficio comunicazione e marketing della filiale italiana della casa francese, «i tecnici Pellenc lavorano costantemente a stretto contatto con la rete vendita, avendo un filo diretto, e organizzando corsi di formazione specifici così da garantire agli utilizzatori un supporto costante sia in fase di acquisto che durante tutto il post vendita».

«La rete vendita», il punto di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «è cosciente che il tosaerba a batteria rappresenta il presente e il futuro di questo mercato. Credo che la nostra formazione tecnica e commerciale, unitamente alle attività di marketing, possano aiutare i rivenditori a facilitare il coinvolgimento di nuovi clienti ad avvicinarsi a questi prodotti».

LE NUMERO UNO. L'offerta è sempre più ampia, diversificata, capace di soddisfare ogni esigenza da parte del cliente finale. Il tagliaerba semovente **Husqvarna LC 551iV** a batteria, è robusto e senza fili con un ampio piatto di taglio, cerchi in alluminio e trazione posteriore. Progettato per professionisti che necessitano di un tagliaerba affidabile e silenzioso con bassi costi di gestione e facilità di manutenzione. Il robusto piatto di taglio in alluminio con componenti di alto livello rendono LC 551iV un partner veramente robu-



sto e affidabile per lungo tempo. Estremamente facile da avviare e utilizzare, sia che si scelga di raccogliere, scaricare oppure di eseguire un taglio mulching. La velocità variabile offre un maggiore controllo durante il taglio di prati complessi. Autonomia estesa abilitata da doppi slot batteria per batterie BLi integrate e opzione per batteria a zaino disponibile per un'autonomia ancora più lunga. Batteria e caricabatterie esclusi. Opzione batteria a zaino per una durata maggiore. Capacità area di lavoro fino a mille metri.

Blue Bird Industries ha deciso di ampliare la propria gamma di rasaerba a batteria introducendo alcuni nuovi modelli. Si tratta degli articoli LM 22-36, LM 22-41, LM 22-46T che funzionano attraverso batteria al Litio con voltaggio massimo di 21V, e il modello LM 23-51 che funziona attraverso batteria al Litio con voltaggio massimo da 50.4V. La macchina più rappresentativa della gamma è il rasaerba LM 22-46T. Un rasaerba a batteria a trazione leggero e maneggevole, ideale per la cura del verde in modo semplice e rapido. Dotato di un efficiente motore Brushless, è alimentato da due batterie al Litio con voltaggio massimo da 21V e 5 Ah. La larghezza di taglio è pari a 46 cm con modalità 3 in 1 fra scarico laterale, posteriore e mulching.

Il nuovo tagliaerba a batteria solo® by **AL-KO** 5272 Li VS-W con Power Unit a doppia batteria presenta il sistema «Balanced Discharging» (scarico sincronizzato di entrambe le batterie da 36 V) per la massima durata di taglio. Equipaggiato con "Smart cockpit" per fare la differenza nel taglio dell'erba. Il raserba è dotato di un cruscotto sulle stegole dove viene visualizzato lo stato delle batterie, la regolazione della velocità, la possibilità di economizzare il taglio ma, cosa più importante, è possibile controllare tutto anche con l'App grazie alla connessione wi-fi ed all'App AL-KO inTOUCH 4.0. Con questa importante innovazione vengono anche monitorate le manutenzioni e possono essere richieste notifiche dal centro assistenza che informa sulla necessità di eventuali interventi. Mantenere la macchina efficiente diventa estremamente facile e l'utente non deve preoccuparsi di doversi ricordare il calendario delle manutenzioni.

Il tosaerba top di gamma di **Brumar** è LM 2135E-SP, con motore brushless da 56 Volt Arc Lithium Technology. Telaio in polipropilene leggero e antiossidante, con capacità di taglio di 52 cm, semovente con variatore di velocità. Racchiude



in sé tutte le caratteristiche più innovative fra batteria da 7,5 Ah per un'autonomia di taglio fino a 1000 mq, caricabatterie rapido (60 minuti la ricarica completa della batteria da 7,5 Ah), manico in alluminio, telescopico e regolabile in tre posizioni, altezza di taglio centralizzata in sette posizioni, sacco di raccolta posteriore da 70 litri ed innovativo sistema di taglio a doppia lama per una raccolta ottimale anche in condizioni difficili. Rumorosità 80 dB(A), vibrazioni 0,6 m/sec. Disponibile come opzionale il kit mulching.

La macchina più rappresentativa di **Einhell** è oggi il nuovo modello di tagliaerba a batteria Einhell Rasarro 36/42 (2x5,2 Ah), in grado di garantire un prato verde e uniforme nel giardino di casa. Il tagliaerba leggero e compatto, si muove sull'erba con una larghezza di taglio di 42 cm ed è consigliato per prati fino a 725 m². La macchina, a batteria, fa parte della famiglia Power X-Change di Einhell nella quale batterie, apparecchi e caricabatteria di questo sistema sono liberamente intercambiabili tra loro. Il tagliaerba è alimentato dalla tecnologia TWIN-PACK da 36 V, che combina la potenza di due batterie da 18 V per impieghi prolungati senza fastidiosi cavi di alimentazione. La regolazione centrale dell'altezza di taglio su sei livelli consente l'impostazione semplice e individuale dell'altezza di taglio da 25 a 75 mm. Il capiente contenitore raccogliherba ha una capacità di 50 litri ed è dotato di un pratico indicatore del livello di riempimento. La robusta scocca è

INCHIESTA

realizzata in materiale sintetico resistente agli urti e un pettine per prato integrato consente un taglio particolarmente uniforme e facilita la falciatura vicino al bordo. Il kit mulching in dotazione consente di distribuire l'erba tagliata finemente tritata sul prato per una concimazione naturale. Il Rasarro 36/42 è equipaggiato di un'impugnatura di guida regolabile in altezza, telescopica e pieghevole. In questo modo può essere perfettamente adattato a qualsiasi statura e stivato con un minimo ingombro. Il tagliaerba a batteria dalle caratteristiche ruote larghe "high wheel" è dotato di ruote posteriori maggiorate per lavorare con facilità anche su terreni impervi. Una pratica impugnatura assicura un trasporto facile. Pratici e silenziosi, i nuovi modelli di tagliaerba Oleo-Mac Gi 48 T di **Emak** sono dotati di doppio alloggiamento delle batterie, che consente di estendere l'autonomia a due batterie da 5 Ah e di raggiungere una copertura della superficie di taglio fino a 1.200 m². I caricabatterie, certificati GS ed ETL, ricaricano le batterie in totale sicurezza, ne tutelano la vita utile e riducono al minimo il consumo di corrente elettrica. Inoltre, il nuovo caricatore FAST CRG dimezza i tempi di ricarica: la batteria da 5 Ah può essere ricaricata in soli 70 minuti. Le macchine Gi 48 T sono dotate di funzione di taglio 4 in 1 che offre la possibilità di tagliare l'erba senza cesto, con sistema mulching oppure sfruttando lo scarico laterale. Dal

Brumar



design accattivante ed estrema facilità d'uso, i nuovi tagliaerba a batteria a marchio Oleo-Mac sono disponibili anche in versione semovente.

Pellenc propone il rasaerba professionale a batteria Rasion2, dotato di un piatto di taglio da 60cm di diametro bilama. Disponibile sia nella variante Easy, che in quella "full optional" Smart, Rasion2 assicura silenziosità e pulizia di taglio. Entrambi i modelli sono dotati di trazione alle ruote che ne permette il massimo della comodità in ogni situazione. La grande leggerezza (meno di 30 kg di peso) assicura il massimo della agilità anche negli ambienti più ristretti.

Il taglio **Grin** più venduto a batteria è il 46 cm. Una dimensione che ben si adatta al taglio senza raccolta per giardini fino a 1.200 mq. Due i modelli: uno a spinta e uno trazione. Negli ultimi





Risparmia tempo e fatica.



IL GIARDINO È SOSTENIBILE CON GRIN



RICICLARE



RIUTILIZZARE



RIDURRE

VUOI FARE UNA PROVA DI TAGLIO?



Contattaci al numero

800-543858



Trova il rivenditore
più vicino

www.mygrin.eu



Seguici e scopri gli eventi





anni la più venduta e stata la Grin BM46A-82V che fa parte della linea Professional e viene acquistata sia dal manutentore che dal privato. Grin BM46A-82V è una macchina con trazione automatica equipaggiata dal motore elettrico Briggs & Stratton alimentato da una batteria agli ioni di Litio da 82V. Il gruppo trazione professionale a due velocità, in scatolato di alluminio stagno a bagno d'olio, è affidabile e potente e permette di regolare la velocità a seconda delle condizioni del prato.

I rasaerba **Kress** Commercial, vedi il modello KC711.9 da 51 cm, sono in grado di garantire prestazioni notevoli, in linea coi parametri di quelli a motore. L'a-



MTD Products Italia

limentazione CyberSystem da 60 V di lunga durata aumenta la produttività professionale senza momenti di inattività, mentre la robusta struttura resiste alle condizioni di lavoro più estreme. La qualità di taglio risulta impeccabile su qualsiasi tipo di prato, garantita dall'elevato livello di prestazioni del motore brushless Kress. Piatto in acciaio rinforzato, flusso d'aria potenziato. Le lame a basso, medio, alto sollevamento e mulching garantiscono un taglio perfetto per tutti i tipi di erba e in tutte le condizioni. La velocità è variabile fino a 6,4 km/h, abbastanza per permettere ai professionisti di adattarla alle condizioni di taglio garantendo così un'efficienza ottimale.

Il modello **Stihl** RMA 339 C è un tosaerba a batteria leggero e maneggevole con larghezza di taglio di 37 cm adatto per superfici di piccole e medie dimensioni. Il motore elettrico è dotato di regolazione automatica del numero di giri e lama a flusso ottimizzato per garantire una maggiore autonomia di lavoro. L'altezza di taglio è centralizzata e la stegola comfort è regolabile in altezza ed è anche ripiegabile agevolmente.

La batteria consigliata è AK 30 che consente di lavorare con una autonomia su superfici fino a 330 mq.

La macchina di punta della gamma Cub Cadet di **MTD Products Italia** è il rasaerba a batteria LM5 E51R. Modello semovente a velocità variabile, taglio 51 cm, scocca in acciaio, dotato di motore brushless e batterie agli ioni di litio. Un rasaerba robusto, capace di prestazioni incredibili, in tutte le condizioni di taglio. Tutte in prima fila. Al mercato le prime risposte di primavera.

Strato charged



ST 25

ST 32

ST 50

ST 65

LA COMPLICATA ARTE DEL VENDERE

di Alessandro Di Fonzo

Una delle cose che mi capita di ascoltare quando si parla di aziende, liberi professionisti e di artigiani, è che per essere bravi nella vendita basta esserci portati naturalmente.

È verissimo, essere vocati per questa fase indispensabile del commercio, è sicuramente un vantaggio che non tutti hanno. Faccio un passo indietro, l'Italia è il paese principe riguardo a un maledetto concetto errato e che spesso ripeto.

Più che un concetto si tratta di un paradigma o una credenza sbagliata per cui, quasi geneticamente, siamo portati a pensare questo: «Se il mio prodotto/servizio è ottimo, dopo che le persone lo avranno provato, si venderà da solo». Oppure: «Se

«Non basta pensare di averne l'indole. Il 90% degli italiani che opera nel commercio ha un approccio tecnicamente sbagliato. Non bastano la simpatia ed un paio di battute sul calcio per aprire certe porte. Ci vuole molto altro. A partire dalle cinque leve psicologiche di persuasione così come gestire le obiezioni poste dal potenziale acquirente. Chiudendo la trattativa in grande stile»

sono bravo e preparato tecnicamente, con il tempo, verranno tutti da me».

C'è chi lo dice esplicitamente e chi lo pensa dentro di sé, fatto sta che, almeno il 90% degli italiani che commercia qualcosa, ha un approccio tecnicamente sbagliato: cura quanto meglio la sua produzione, ma non si preoccupa di come essa sarà fatta conoscere e venduta agli acquirenti.

Se ci fai caso, quando devi tirar su liquidità per sviluppare un progetto o per far crescere la tua azienda, che tu ti rivolga a una banca o a finanziatore privato, devi presentare un business plan.

Al suo interno devi indicare costi e ricavi relativi alla produzione, ma, se mancano i costi relativi al marketing e quindi a come poi verrà fatto conoscere e conseguentemente venduto il prodotto/servizio, prendono il documento e te lo tirano in faccia.

Mi piace essere esplicito e usare termini poco canonici. Lo devo fare per darti una scossa e farti riflettere e quindi comprendere meglio.



Nelle rare eccezioni in cui ci si ricorda che vendere è una parte importante del business, ci si pulisce la coscienza pensando che, grazie alla simpatia e un paio di battute sul calcio, tutte le porte si apriranno e ci stenderanno tappeti rossi come se non ci fosse un domani.

Non funziona così, te lo spiego raccontandoti un esempio di vita vissuta.

Quando ho iniziato a fare il giardiniere, c'era un tipo nella mia zona che aveva una ditta di escavazione pozzi.

Facendoli nei giardini, riusciva a vendere anche la realizzazione dello spazio a verde...levando lavoro ai giardinieri, quindi anche a me.

Sono sincero, a livello di realizzazione prato e impianti era molto bravo. Faceva dei livellamenti perfetti, che glieli invidio ancora oggi.

Ma di piante non ne capiva niente, i suoi giardini erano tutti orrendamente uguali: andava in vivaio, caricava una moltitudine di piante tutte diverse, le piantava a caso e senza seguire nessun filo logico.

Mi mandava in bestia: avevo una laurea in scienze agrarie, ogni mese andavo a Monza per fare un nuovo corso alla Scuola del Parco, passavo ore e ore sui libri per saperne più possibile. Però c'era chi probabilmente non sapeva nemmeno i nomi delle piante ma lavorava più di me.

Ci sono situazioni con le quali è difficile competere, magari l'altro è più simpatico di te, oppure è più portato naturalmente nella vendita o, ancor peggio, è entrato nel mercato dieci anni prima di te...vallo a riprendere!

Magari siamo più timidi, timorosi, siamo meno scaltri degli altri.

Probabilmente è capitato anche a te di ritrovarti in questa situazione: il tuo servizio è migliore, sei molto preparato, ma, più di un concorrente, ti fa le scarpe. Secondo me ci ho preso, mi piacerebbe chiederti cosa stai facendo per cambiare questa situazione. Non lo posso sapere, magari sei rassegnato e ti accontenti di quello che hai.

Ti posso dire cosa ho fatto io, però, per darti una nuova speranza e per farti tornare la voglia di mettercela tutta come quando avevi iniziato ed eri pieno di aspettative.

Poi, forse, si sono spente come un cerino al vento. Ma c'è qualcosa che puoi fare e lo scoprirai tra poco.

Tornando al racconto, avevo studiato qualsiasi cosa riguardo le tecniche di giardinaggio, ma non bastava. Continuavo a sbatterci i denti.

Compiere le stesse azioni per non avere un risultato rilevante e vedere che le cose non cambiano oppure

stagnano, lo ritengo stupido.

Così ho capito che dovevo modificare il focus della mia formazione: andava bene conoscere alla perfezione la tecnica del settore, ma era necessario capire e imparare come vendere di più.

Ho iniziato a fare corsi di vendita e di marketing e, nel giro di poco, ho scalato posizioni diventando un punto di riferimento della mia area di competenza, per poi allargarla andando a realizzare lavori in tutto il centro nord.

L'ho fatto in poco tempo e con molto meno impegno rispetto a quello che avevo impiegato per studiare la parte tecnica.

La realtà è che paga molto di più saper vendere, che essere il più bravo. L'ho testato sulla mia pelle e ho voluto raccontartelo.

Essere preparati, simpatici ed empatici sono caratteristiche necessarie per guadagnare la fiducia del cliente. E la fiducia è alla base di ogni vendita, ma, purtroppo, a volte non basta.

Quando l'abbiamo guadagnata, c'è ancora qualcosa che da sapere e applicare, che ci permetterebbe di cambiare il destino della nostra azienda.

Cosa manca quindi? Due cose fondamentalmente:

- 1) *L'utilizzo sapiente delle principali cinque leve psicologiche di persuasione*
- 2) *La capacità di gestire le obiezioni che ti vengono poste dal futuro acquirente, risolverle e concludere la vendita in grande stile.*

Scommetto che ti piacerebbe conoscere queste informazioni subito. Mi spiace per te, dovrai aspettare con trepidazione il prossimo appuntamento...

info@franchising-giardinaggio.it



La grandiosa novità presentata a Myplant è stata lo spunto per un interessantissimo approfondimento che ha ribadito attraverso dati concreti tutti i vantaggi del taglio automatico dell'erba. Andando incontro ad una visione del verde sempre più sostenibile

HUSQVARNA, CEORA È IL FUTURO

Sguardo al futuro, lanciato dall'alto. Dal punto d'osservazione di Myplant. Una delle tante sfide di Husqvarna. Un passo sempre avanti, una visione chiara, tante novità. Come **CEORA™**, il robot tagliaerba progettato per la gestione di **superfici fino a 75000 mq** da ora disponibile anche sul mercato italiano. E, come anticipazione assoluta, Husqvarna ha portato a Milano anche gli **Automower® 320 NERA e 430X NERA**: i robot che permetteranno l'integrazione della tecnologia **Husqvarna EPOS** per l'installazione senza cavi fisici, che saranno disponibili in Italia nei prossimi mesi, assieme anche al **450X NERA**.

Proprio MyPlant & Garden è stata l'opportunità, per Husqvarna, anche per illustrare quali siano le **soluzioni più innovative e sostenibili** per la manutenzione della vegetazione in ambito urbano

e come l'**automazione** possa apportare rilevanti benefici in termini di risultati, tempi impiegati e costi. «*Tecnologia e benefici del robot tagliaerba per il verde sportivo e ornamentale*» il tema del **convegno curato da Husqvarna** e tenutosi il 24 febbraio all'interno del padiglione 20 che ha visto esperti del settore confrontarsi sui diversi temi, anche attraverso la presentazione di «**Case Histories**» e risultati di studi di settore.

REGOLE-CHIAVE. Il convegno è stato inaugurato da **Daniele Pesavento, business development manager di Fercad spa**, approfondendo il tema di «*Una visione sostenibile per la manutenzione del verde*» che, a partire da una ricerca effettuata nel 2022 da Husqvarna in collaborazione con professionisti del verde, integrata con dati raccolti con un sistema di AI, ha prodotto un rapporto che delinea **sette punti chiave**: gli alberi come nuovi eroi, la biodiversità, la sostenibilità, pianificazione urbana, salute fisica e mentale, riduzione delle emissioni, automazione.

Sustainovate è l'impegno futuro di Husqvarna, il piano per integrare la sostenibilità nel quotidiano. In particolare, l'azienda si concentra su tre aspetti: la riduzione della CO2, con l'obiettivo di Husqvarna a raggiungere il -35% entro il 2025, l'innovazione circolare e il progetto Husqvarna Urban Green Space Index (HUGSI) – una soluzione





satellitare alimentata dall'intelligenza artificiale che indica quanto sono verdi le città, analizzando le loro aree urbane e il loro sviluppo.

STRADA TRACCIATA. Nel corso del suo intervento «Il Robot tagliaerba, una svolta epocale» **Simone Magni del CeRTES dell'Università di Pisa** ha evidenziato come qualsiasi pianta abbia bisogno di una asportazione minima della superficie fotosintetizzante per non produrre uno stress alla pianta stessa e mantenere alta la qualità estetica del tappeto erboso.

Altezza, frequenza e tipo di macchina sono i tre parametri fondamentali del taglio, legati tra loro. Per le superfici sportive esiste un "range" di altezza prefissato e, per quanto riguarda la frequenza, ci si basa sulla "Regola di 1/3".

Magni ha poi affrontato le differenze tra un taglio discontinuo, a cadenza settimanale, con uno continuo, giornaliero. Un'elevata frequenza di taglio, infatti, ottimizza le reazioni della pianta e la qualità estetica del tappeto erboso. Un taglio frequente realizzato a mano, però, ha anche degli inconvenienti come una minore area gestibile, un aumento degli input dovuti a energia, manodopera e manutenzione, compattamento ed usura.

DATI CHIARI. A seguire **Marco Volterrani, direttore del CeRTES**, Centro Ricerche Tappeti Erbosi e sportivi dell'Università di Pisa, ha condiviso con il pubblico i risultati di sette anni di ricerca sui robot tagliaerba, soffermandosi in particolar modo sull'importanza della qualità del taglio di una macchina autonoma a confronto con quello di una rotativa con motore endotermico. Sono emersi infatti diversi benefici in termini di riduzione delle erbe infestanti, difficili da eliminare, tra cui le stolonifere, che trarrebbero quindi vantaggio dal taglio robotico oltre ad un ridotto consumo energetico.

QUANTI VANTAGGI. Il caso del Golf Club Della Montecchia (Padova), un 27 buche per 90 ettari complessivi ed esempio di innovazione e sostenibilità ambientale, è stato oggetto dell'intervento di **Alessandro De Luca, Agronomo, Consulente tappeti erbosi ad uso sportivo.** Tralasciando i benefici fisiologici e agronomici, De Luca ha sottolineato che, per un percorso di golf, sono importanti quelli economici, ambientali ed estetici. Per vantaggio economico si intende ottimizzazione del lavoro con riduzione dei costi operativi a vantaggio di attività mirate e della sicurezza sul lavoro. Per vantaggi ambientali ci si riferisce ad una minore emissione di CO₂, riduzione del rumore e nessuna perdita di olii e carburanti. Dal punto di vista estetico, l'utilizzo della macchina autonoma porterà ad una maggiore cura dei dettagli e delle finiture dell'area verde che delimita il campo da golf. Dal primo marzo, quando il tappeto erboso ha ripreso a crescere, è stato avviato un test sugli effetti del taglio automatizzato sia dal punto di vista dei giocatori che degli effetti sul tappeto erboso.

RISULTATI EVIDENTI. **Alberto Minelli, del Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-alimentari (DISTAL)** dell'Università di Bologna ha concluso il convegno parlando de «Il parco storico ospita l'automazione. Pregi e difetti del taglio robotizzato in un contesto museale». La considerazione di partenza è quella del verde nell'ambito museale come biglietto da visita per il visitatore con conseguente importanza dei giardini architettonici e alla loro manutenzione. Un test sperimentale alla Reggia Di Caserta ha rilevato come il taglio realizzato per due mesi con un robot tagliaerba e poi sospeso, ha mantenuto un substrato migliore, anche a distanza di quattro mesi, rispetto al taglio tradizionale.



Nel periodo di solito più silenzioso dell'anno il giardinaggio non è andato in letargo. Anzi. Una spinta confortante dopo mesi di grandi perplessità, fra tempi di consegna sempre più rispettati e l'attesa per capire a fondo i primi cenni del mercato di primavera. Con un bel po' di fiducia

«RISOLLEVATI DAL LAVORO INVERNALE, BEL SEGNALE DI CONTINUITA'»

Qualche raggio di sole, nuvole sparse, cielo ancora da decifrare. Roberto Dose scruta l'orizzonte, cerca squarci di sereno. Trovandone anche, pur fra qualche nube. La solita sfida del rivenditore, la missione di sempre. «C'è ancora qualche difficoltà su alcuni prodotti», spiega Dose dal suo punto vendita udinese di Tavagnacco, «ma in generale le macchine stanno arrivando. Le aziende hanno ripreso a consegnare più o meno com'era sempre stato».

Il peggio è passato quindi...

«Da quel punto di vista probabilmente sì, forse non è passato guardando ai listini, ai prezzi, al potere d'acquisto delle famiglie. Il punto di domanda in quel senso è ancora maggiore rispetto agli anni precedenti. Le perplessità sono proprio lì. Bisogna capire con tutti gli aumenti che ci sono stati, sia nel nostro settore che in generale, se ci sarà vera domanda. La questione è quella. Assolutamente reale, non è solo un dubbio».

Le macchine più in sospeso?

«Quelle con valori importanti. Il cliente un minimo di reticenza l'avrà. Lo scoglio è in quella fascia. Una macchina che passa da duemila a duemila-settecento euro. Quando ci sono aumenti del 20-25% per un anno e mezzo su valori che iniziano ad essere cospicui la differenza c'è. E pesa».

Il primo segnale?

«Capire, già all'inizio, l'approccio del cliente. In una situazione già in partenza piuttosto complessa».

C'è stato un cenno positivo in questi mesi?

«D'inverno per la verità non siamo rimasti bloccati. Niente di fermo, non posso essere pessimista quindi da questo punto di vista. Soprattutto all'inizio dell'autunno, quando c'era lo spauracchio dei rincari e tutti ci chiedevamo come sarebbe andata a finire dandoci delle risposte non certo confortanti. C'erano le avvisaglie per una frenata, anche piuttosto brusca. Invece quel rallenta-



TEKNA

AGRICULTURAL MACHINERY



POKER D'ASSI PER IL TUO GIARDINO



NEW

**NUOVO
TTC80**

Con pedana
operatore



VIA DELLE COMUNICAZIONI Z.I. - 72017 OSTUNI (BR) - ITALY

TEL: +39 0831 304573  WWW.TEKNA-SRL.COM  INFO@TEKNA-SRL.COM

mento non è stato così drastico. Invece un minimo di continuità c'è stata. E questo ci ha risollevato. Nel periodo più tranquillo dell'anno s'è lavorato. Adesso bisogna capire che tipo di domanda ci sarà. Per il resto se il tempo ci aiuta dovremmo riuscire a fare quel che abbiamo sempre fatto».

Anche perché di mesi intensi davanti voi rivenditori ne avrete tanti...

«Vent'anni fa le stagioni erano davvero cadenzate. C'erano degli stacchi netti e definiti. Potevi spostarti di quindici giorni, a seconda di poche ma tutto sommato intuibili variabili. Chiaro, il clou rimane nei mesi primaverili però il mercato non si ferma mai. Fino all'autunno. Logico poi che ci sia il periodo di flessione, ma calcoliamo anche che adesso il campo d'osservazione è più ampio. Bisogna tener conto che la stagionalità è cambiata. Ed in qualche maniera bisogna tenerne conto. Anche riorganizzando il negozio, così la distribuzione del lavoro per i collaboratori. Compresa le ferie, perché una volta si chiudeva con uno stacco netto e invece adesso chiudi per un periodo più ridotto. Con una conseguente maggiore continuità su certi tipi di prodotti una volta confinati ad una stagionalità molto marcata. Vedi motoseghe, soffiatori e tutte quelli che erano dei prodotti autunnali hanno dilatato moltissimo le vendite. Dinamiche a cui bisogna adeguarsi, in maniera anche necessaria».

Perché?

«Con l'aumentare delle strutture, non solo la nostra, è subentrata la necessità di far lavorare l'azienda in maniera più continuativa possibile. Sviluppando magari dei processi di manutenzione programmata, facendo lavorare l'officina per periodi maggiori, col noleggio magari la stagione l'allunghi ulteriormente. Bisogna trovare il modo di garantirsi una certa omogeneità di lavoro».

Il vostro noleggio che basi e confini ha?

«Noi siamo rimasti esclusivamente nell'ambito del giardinaggio, mettendo a disposizione del cliente tutte le macchine inerenti al settore. Normale che se entri nel noleggio devi mettere in preventivo di offrire anche le piattaforme aeree, i miniescavatori più molte altre macchine che poco però hanno a che fare direttamente col giardinaggio. C'è chi lo fa, anche ampliandosi molto».



La macchina che noleggia di più?

«La richiesta maggiore è per il fresaceppi. Il noleggio è questo, deve garantire un'opportunità comoda a chi certe macchine non le comprerebbe mai per costi e saltuarietà di utilizzo. Macchine quindi che coprono un'esigenza momentanea. E poi c'è tutta una serie di attrezzature, vedi anche i biotrituratori o attrezzature piccole come arieggiatori, rasaerba, trattorini così come i trincia utilizzate per lavori sporadici ma anche come prova prima dell'eventuale acquisto. Anche quello è un aspetto importante».

Qual è il passo che deve fare, se c'è, da parte dell'azienda nei confronti dello specialista?

«Oggi come oggi è la marginalità. Perché si sta progressivamente abbassando, le aziende hanno la continua ed impellente necessità di arrivare direttamente all'utilizzatore finale. E per farlo abbassano i prezzi. Perché bisogna tenere le quote di mercato e fare numeri, ma questo molto spesso va a scapito dei margini. Ed per il rivenditore, tenendo conto anche dei costi di gestione che sono ovviamente lievitati, questo è un problema. Non si può pensare sempre di dover aumentare sempre i volumi, perché il mercato non sempre potrà reggerli. Calcoliamo inoltre che veniamo da due-tre anni in cui s'è veramente venduto molto. Non si può credere che si possa proseguire a questo ritmo».

La sua soluzione?

«Che i fornitori ascoltassero di più gli specialisti e venissero incontro alle loro esigenze. Leva bidirezionale, per carità. Anche i rivenditori dovrebbero ascoltare le necessità delle aziende. Questo è un periodo però in cui tutti per i propri motivi, fra produttori e distributori, cerca di mantenere le proprie posizioni. A scapito di noi rivenditori. Un equilibrio sempre complicato da mantenere».

BEST CHOICE MCV310TTSQ MOTOSEGA

MARUYAMA



✓ Barra cm 25 (10") 60E

✓ Avviamento facilitato

✓ Carburatore Walbro

✓ Velocità catena m/s 22

✓ Pompa olio automatica

✓ Vibrazioni m/s2 Ant/Post 3,3/3,7



Precisione e velocità



Riduzione delle lacerazioni dei rami verdi grazie alla barra semi-carving con catena passo 1/4" - 0,43".



Potenza e leggerezza



Cilindrata oltre 30 cc, freno catena inerziale di serie, conforme Euro 5, marmitta catalitica non necessaria, peso a vuoto kg 3,1.



Praticità e affidabilità



Riduzione di rotture e difetti di carburazione grazie a filtro aria, carburatore e collettore di aspirazione separati dalle impugnature.

LA GAMMA



MCV310S

Cilindrata 30,1 cc
Potenza 1,04kw/1,4 CV
Lunghezza barra: 35 cm



MCV350S

Cilindrata 34,9 cc
Potenza 1,21 kW/1,6 CV
Lunghezza barra: 40 cm



MCV5100

Cilindrata 51 cc
Potenza 2,7 kW/3,6 CV
Lunghezza barra: 40 o 45 cm

Zanetti Motori, è una novità dopo l'altra

Dai motori alla motozappa ZDT 70.21 SC

Tante novità nel ricco catalogo Zanetti Motori 2023. Per ogni categoria merceologica nuovi approfondimenti tecnici, design grafico rinnovato e volto a migliorare la user experience del cliente. Tantissimi i prodotti in vetrina. In primis il motore benzina con albero orizzontale bicilindrico ZBM 1000/2, cilindrata 999 cc, particolarmente indicato per motorizzare un'ampia gamma di prodotti destinati all'utilizzo agricolo, edile, industriale. E poi la nuova serie di motori benzina con albero orizzontale "Havy Duty" (HBM 200 e HBM 420: 196 e 420 cc) caratterizzati da efficienza, resistenza, funzionalità e affidabilità. Fra i prodotti di spicco anche i nuovi generatori della linea Inverter, che spaziano da 1,8 kw a 7,5 kw, sia silenziati che aperti, e che grazie al tipo di energia inverter, costante affidabile e di qualità, offrono al cliente una vasta scelta a seconda delle esigenze. In più l'estensione della gamma di motopompe made in Italy, sia diesel che benzina, nelle versioni autoadescenti o centrifughe, ad alta o bassa prevalenza. Nell'offerta di Zanetti Motori (zanettimotori.com) anche la nuova motozappa diesel ZDT 70.21 SC, con motore diesel da 296 cc, frizione multidisco in bagno olio, robusto cambio ad ingranaggi 2+1, carter fresa in ghisa sferoidale, filtro aria a bagno olio, stegole con dispositivo ESL (Easy Shift Lever) che permette di regolare e fissare in qualunque posizione d'uso le stegole in modo semplice, attraverso l'azione manuale di una leva al manubrio.

Kress corre veloce. Fiorin: «Il rivenditore di nuovo protagonista»

Goi nuovo responsabile vendite Italia: «Progetto rivoluzionario»

Thomas Goi è il nuovo responsabile vendite Italia di Kress, marchio entrato con decisione sul mercato anche italiano grazie soprattutto alle nuove batterie 8-minute CyberSystem e ai rasaerba-robot Kress RTK in grado di operare su prati molto estesi in totale autonomia con la stessa precisione ed efficienza delle macchine con un operatore. Con l'obiettivo inoltre di fornire soluzioni lavorative ad elevato contenuto tecnologico e sostenibile.

«Far parte di un progetto destinato a cambiare il corso del mercato del giardinaggio», il primo fermo immagine di Goi, «per me è una vera e propria svolta professionale. Un progetto mai visto, qualcosa di davvero rivoluzionario. È tutto estremamente stimolante. L'azienda è molto scrupolosa, parecchio all'avanguardia, molto attenta, con investimenti forti ma anche estremamente oculati. E ragionati, con una visione chiara del futuro.

E la certezza che quel che si è pianificato alla fine si verificherà». Goi, professionista con una lunga esperienza in altre aziende di rilievo del mondo del verde, opererà in stretta sinergia con Maurizio Fiorin il cui profondo lavoro nei mesi scorsi ha permesso a Kress di muovere in Italia i primi sicuri passi. In più direzioni.

«Il progetto», sottolinea Fiorin, «è molto ambizioso, quindi anche parecchio entusiasmante. Anche per il rivenditore, i cui primi feedback sono assolutamente positivi. Il nostro disegno e i nostri prodotti gli restituiranno la sua originaria identità di offrire servizi localmente per il settore professionale. Il mercato del privato sta cambiando, orientato verso altri canali molto più aggressivi che possono mettere sul piatto vantaggi come il prezzo e la velocità di informazione. Con noi il rivenditore è di nuovo protagonista. La batteria sta avanzando in maniera prepotente. Oggi è scontato, cinque anni fa non lo era. Molti specialisti hanno compreso questa esigenza di cambiamento. Si stanno quindi strutturando di conseguenza. Un grande vantaggio nella distribuzione dei nostri prodotti». Kress è partita forte, dritta verso la meta. Potere dell'innovazione.



news



Il Parco dell'Appennino raddoppia Certificazione FSC e PEFC

Il Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano è il primo in Europa con doppia certificazione per la gestione forestale sostenibile e i servizi ecosistemici. In Italia i boschi arrivano a coprire il 37% del territorio: un grande valore che deve però essere gestito in maniera opportuna. La Strategia Forestale Nazionale individua peraltro nella gestione forestale sostenibile la miglior soluzione per garantire l'equilibrio degli aspetti ambientali, sociali ed economici legati alle foreste. Proprio con l'obiettivo di preservare e valorizzare le proprie foreste e i suoi servizi ecosistemici, il Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano - che interessa l'omonima area naturale protetta - è la prima area protetta europea a poter vantare la doppia certificazione FSC® (Forest Stewardship Council®) e PEFC (Programme for Endorsement of Forest Certification schemes) per la gestione forestale sostenibile e responsabile e la verifica dei Servizi Ecosistemici biodiversità, acqua, suolo, servizi turistico-ricreazionali e carbonio forestale.

Agrilevante all'orizzonte Tutto il Mediterraneo a Bari



AGRILEVANTE
by **AIMA**

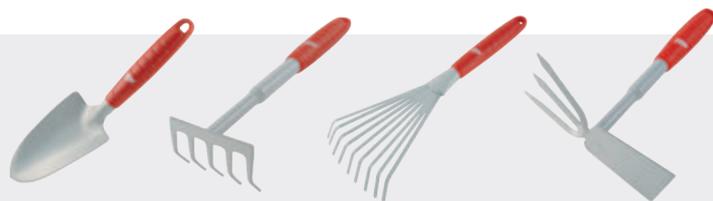
Agrilevante torna nel calendario fieristico internazionale e celebra la sua settima edizione dal 5 all'8 ottobre prossimo nel quartiere fieristico di Bari. FederUnacoma ha aperto le iscrizioni per le aziende espositrici, sulla piattaforma online appositamente predisposta, avviando così la marcia di avvicinamento ad uno degli eventi fra i più importanti per il settore agricolo dell'intera area mediterranea. Dopo la sospensione dell'edizione 2021 dovuta all'emergenza sanitaria, la biennale di Agrilevante punta a confermare i risultati dell'edizione 2019, quando le ditte espositrici hanno raggiunto il numero di 360 in rappresentanza di 19 Paesi, e i visitatori, provenienti da 65 Paesi, hanno superato quota ottantamila. È proprio il carattere internazionale il punto di forza di Agrilevante. Operatori dell'Europa meridionale, dei Balcani, del Medioriente, dell'Africa settentrionale e sub-sahariana troveranno nei padiglioni della Fiera del Levante una vasta scelta di trattrici, macchine raccogliatrici, attrezzature, sistemi per l'irrigazione e per i trattamenti e dispositivi elettronici avanzati.

GLI INDISPENABILI IN GIARDINO.



IPIERRE è da sempre il compagno ideale in giardino grazie ad un ampio catalogo di proposte e accessori che soddisfano ogni aspetto della cura del verde.

Ci sono prodotti, in particolare, che non possono mai mancare, realizzati con materiali di alta qualità per ottenere risultati professionali con poche, semplici mosse.



Realizzate in **metallo verniciato** e **impugnatura plastificata antiscivolo**, le palette trapiantatrici IPIERRE, i rastrellini tradizionali o a ventaglio, i mini-sarchiatori e le zappette quadre con tridente sono gli attrezzi indispensabili per la cura del vostro giardino.



IPIERRE[®]
GARDEN

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

Premio Gardenia-Aicg a Rosàflor Cifo Tour al via, viaggio A Rosà piante e fiori per tutti fra i garden center d'Italia



Nel corso del convegno nazionale AICG che s'è svolto a Myplant Emanuela Rosa-Clot, direttrice di Gardenia, ha incoronato il vincitore della quarta edizione del Premio Gardenia-Aicg andato all'azienda Rosàflor di Alberto Bisinella di Rosà, in provincia di Vicenza. La

motivazione? L'ampia scelta di piante ben cartellinate, molte di produzione propria. Rosàflor, nata trent'anni fa, propone e coltiva in undicimila metri quadri di serre, piante e fiori per la casa, il giardino e il terrazzo.

Il premio è nato per premiare i centri di giardinaggio che più si impegnano a diffondere la cultura del verde, mettendo in campo tutta una serie di comportamenti, azioni, strategie, iniziative consapevoli, dare consigli di coltivazione, organizzare corsi e laboratori, offrire servizi di progettazione di terrazzi e giardini facendo attività di divulgazione della cultura del verde sul territorio. Il premio è organizzato in collaborazione con Stihl.

Cifo ha presentato a Myplant la nuova edizione di Cifo Tour, evento itinerante in programma in una selezione di Garden Center lungo l'Italia a partire proprio da marzo. Come lo scorso anno, gli appuntamenti del Cifo Tour saranno aperti a tutti gli appassionati di giardinaggio che potranno approfittare delle lezioni interattive con i Green Advisor Cifo per ricevere tanti interessanti consigli su come curare le loro piante, ma anche mettersi concretamente alla prova e ricevere utilissimi gadget. Nello specifico i corsi saranno focalizzati, quest'anno, sulla cura delle piante dell'orto, del peperoncino, degli agrumi, delle piante da interno e di quelle sul balcone.

Nella tre giorni di Myplant c'è stato spazio inoltre anche per l'intervento di Massimo Andreotti, sales support Cifo, nell'ambito del Convegno «La Salute è Verde. Il Verde è Salute».



Campagnola, a MyPlant un consenso dopo l'altro E nel 2023 farai più che mai puntati su Kronos 58



Ha fatto centro Campagnola, anche a MyPlant. Stand affollato, tanti riscontri, il target giusto con cui dialogare. Quello dei giardinieri professionisti. Corre Campagnola, passo svelto e tante idee. «Faccio una premessa. Negli ultimi anni», il punto del direttore commerciale Vanni Roncagli, «ci siamo presentati sul mercato con la gamma Green che ha permesso all'azienda, grazie alla qualità ed alle specificità dei prodotti d'importazione su alcuni dei quali abbiamo inserito anche nostri brevetti, di fare un grande salto di fatturato». Alla base tante certezze. E solidità. «Dietro all'onda di Campagnola, precursore con la sua linea del catalogo Green, il mercato ha valutato e quindi individuato delle opportunità per cui molti

concorrenti si sono lanciati nella vendita di prodotti per la potatura, dal prezzo un po' più economico, con batterie incorporate. Tutto questo», sottolinea Roncagli, «ha portato ad una frenata alla crescita che per Campagnola fino al 2021 è stata a due cifre con un vero e proprio fatturato-record. Nel 2022 c'è stato un rallentamento per quel che riguarda l'Italia, anche per la presenza massiccia di prodotti simili, in un quadro globale in cui abbiamo consolidato i numeri dell'anno precedente. Per il 2023 intendiamo mantenere le quote di mercato acquisite, con l'obiettivo di una crescita minima ma soprattutto un'accelerata nel mercato olivicolo che nel 2022 ha subito una frenata decisa a causa proprio della mancata produzione di olive in Spagna così come in altre aree del Mediterraneo». Fra i tanti assi di Campagnola spicca Kronos 58. «Una macchina», il fermo immagine di Roncagli, «altamente professionale e molto performante. Particolarmente leggera, con una batteria spalleggiata ed una qualità identificata anche dal prezzo».



FM 23-53, il mercato applaude Blue Bird

Radiocomandato fino a duecento metri



Una delle tante novità del 2023 firmata Blue Bird è il nuovo trinciasarmenti radio-comandato FM 23-53. Unica al mondo nel suo genere, si tratta di una macchina solida e compatta che offre grande potenza nello sfalcio e ottimo controllo nell'avanzamento. Il sistema ibrido è composto da due motori elettrici a batteria che permettono il movimento dei cingoli e da un potente motore Loncin da 224 cc che controlla la lama di

taglio. Il movimento della lama carica le batterie che danno potenza ai motori elettrici, aumentando notevolmente l'efficienza della macchina e garantendo di non rimanere mai senza energia. Con i suoi cingoli da arrampicata, affronta ogni terreno, anche in forte pendenza, per eseguire interventi di sfalcatura importanti, di rimozione di erba alta e consistente, di pulizia del sottobosco. Può essere radiocomandato fino a 200 metri di distanza. Il radiocomando in dotazione è dotato di un'interfaccia molto semplice ed intuitiva, e permette di controllare ogni funzione della macchina: velocità, direzione di movimento, altezza di taglio, giri del motore, accensione dei fari LED e naturalmente accensione e spegnimento.

Fra «vivaistica forestale e forestazione urbana»

Assofloro: «Mancano aree per creare boschi»

Assofloro ha promosso un fitto programma di conferenze a Myplant, coinvolgendo relatori ed esperti di rilevanza nazionale. Fra i tanti convegni quello sulla «Vivaistica forestale ed esperienze di forestazione urbana» coordinato da Andrea Pellegatta, vicepresidente Assofloro e presidente della Società Italiana di Arboricoltura. Tre i focus: ricerca, produzione vivaistica forestale ed esperienze di importanti amministrazioni pubbliche nella realizzazione e gestione di forestazioni urbane, in un contesto di cambiamenti climatici che mette in difficoltà anche la piantagione di alberi in città e che impone anche per questo di individuare le migliori soluzioni ed esperienze di gestione.

Dopo l'introduzione di Tommaso Chiti, ricercatore in Scienza del Suolo al Dipartimento per l'Innovazione nei sistemi Biologici Agroalimentari e Forestali dell'Università della Tuscia, è intervenuto Gianmichele Cirulli, responsabile del settore verde pubblico della Città di Torino, che ha sottolineato «l'importanza del confronto e scambio di esperienze su tematiche che fino a pochi anni fa non sarebbero state affrontate, mettendo a confronto esperti forestali, arboricoltori municipali, mondo del florovivaismo, imprese no profit e profit di profilo internazionale». Ma non solo. «È necessario», commenta Nada

Forbici, presidente di Assofloro, «coinvolgere chi produce alberi, perché oggi gli alberi necessari non sono disponibili. I tempi a disposizione per fare fronte alle richieste sono ridotti e la coltivazione è in ritardo. Da segnalare anche la mancanza di aree per creare i boschi».



AFFIDATI A MANI ESPERTE



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



#falketquality

GSTH 240 ed MTH 2400, il top per la potatura

Emak accelera, la Serie H ancor più completa

Il nuovo anno si apre con una bella novità in casa Emak. La serie H, pensata per gli utenti privati che ricercano elevate prestazioni a un costo molto conveniente, si amplia con l'ingresso delle nuove motoseghe da potatura Oleo-Mac GSTH 240 ed Efco MTH 2400. Maneggevoli, compatte e robuste, sono macchine ideali per svolgere lavori domestici come la potatura di alberi da frutto e ulivi e la sramatura di piante da giardino. Grazie alla stabilità di carburazione, tutte le operazioni di taglio possono essere effettuate anche in posizioni non tradizionali (con macchina inclinata o capovolta). Sono molte le soluzioni tecniche adottate per incrementare il comfort dell'utente, come il sistema antivibrante formato da 3 ammortizzatori in gomma, che favorisce un buon isolamento dell'operatore dalle vibrazioni. Il tendicatena laterale consente di intervenire con rapidità e praticità sulla tensione della catena in ogni condizione di lavoro. L'avviamento facilitato EasyOn agevola la messa in moto senza contraccolpi limitando lo sforzo dell'operatore. Anche la pompa olio in alluminio registrabile con portata nulla al minimo favorisce il lavoro permettendo di variare la portata dell'olio in funzione dell'utilizzo. Per garantire ottime performance di lavoro, il motore Euro 5, dotato di albero e biella in acciaio forgiato, assicura un rendimento costante nel tempo anche nelle condizioni più gravose. Per evitare eventuali ingolfamenti del motore, l'interruttore on/off con dispositivo AlwaysOn ritorna automaticamente nella posizione di accensione dopo ogni spegnimento. Inoltre il primer, in posizione accessibile, facilita l'avviamento a freddo dopo ogni rifornimento di carburante e dopo lunghi periodi di inutilizzo.



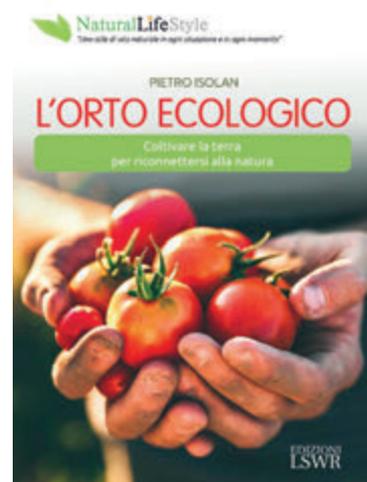
Convegno Coldiretti-Assofloro, i tre grandi nodi del florovivaismo

ASSOFLORO

Grande partecipazione al convegno di Coldiretti Lombardia e Assofloro. Un importante momento di approfondimento tecnico-operativo su tre temi di attualità per le imprese del comparto florovivaistico: pratiche commerciali sleali, gestione sfalci e ramaglie, e Popillia japonica. Nada Forbici, presidente di Assofloro e coordinatore Consulta Florovivaismo Coldiretti, ha condotto i lavori, introdotti dal presidente di Coldiretti Como Lecco Fortunato Trezzi, dal vicepresidente Roberto Magni, e dai direttori delle federazioni di Como Lecco, Rodolfo Mazucotelli, e di Milano, Umberto Bertolasi. Trezzi e Magni hanno evidenziato la strategicità del comparto floricolo e florovivaistico nel nord Lombardia, «con un indotto ampio, che spazia dalla produzione di fiori e piante all'attività di manutenzione del verde. L'incontro rappresenta la volontà di essere sul pezzo, di assicurare il dovuto approfondimento alle imprese alla luce delle novità sia sul piano normativo che fitosanitario. È stata anche l'occasione di un incontro con gli esperti, nel segno di un dialogo diretto e sempre attuale».

«L'orto ecologico», bella guida Firmato Pietro Isolan

Coltivare frutta, verdura, ortaggi ed erbe aromatiche sul proprio davanzale o balcone è possibile. Come? Lo spiega Pietro Isolan, dal 2011 formatore e divulgatore in agricoltura ecologica, nel suo nuovo libro «L'orto ecologico» (Edizioni Lswr), da metà novembre in libreria. Per produrre da sé i propri alimenti non è necessario avere molto spazio. Occorre, invece, saperlo organizzare o ottimizzare al meglio. Perché realizzare un orto ecologico nella terrazza o nel cortile? «Per riconnetterci con il pianeta che ci ospita, per ricreare una relazione con la Terra», spiega Isolan, «ma anche per tramandare le tradizioni, per produrre buon cibo, per la sicurezza alimentare».



Claber entra nel Gruppo FITT, fra antichi valori e sguardo al futuro Mezzalira: «Prima la sostenibilità». Spadotto: «Nuovo impulso»

FITT e Claber condividono un modo di fare impresa che affonda le proprie radici nei sistemi valoriali di due famiglie, Mezzalira e Spadotto, che hanno saputo evolvere il paradigma imprenditoriale, affermandosi sul mercato nel rispetto dei valori e del legame con il territorio. Proprio questo comune denominatore ha permesso di trovare una immediata intesa tra le due realtà che ha portato alla firma di un accordo che vede l'ingresso di Claber nel Gruppo FITT.

Nel passato sono state molte le occasioni di collaborazione sulla base di uno scambio di competenze e sinergie di business che hanno preparato il terreno per questa acquisizione che si fonda sulla volontà di mettere a fattor comune le reciproche conoscenze e sulla scelta di porre la responsabilità sociale al centro del proprio operato per crescere insieme. L'accordo permette a FITT di potenziare la propria offerta in termini di soluzioni complete per il mondo dell'irrigazione domestica. «Da tempo FITT», dichiara il presidente Alessandro Mezzalira, «pone la sostenibilità al centro delle proprie scelte d'impresa indirizzando i propri investimenti nella creazione di prodotti che mirano ad essere carbon neutral. L'operazione nasce dalla volontà di unire le competenze tecnologiche e i risultati della Ricerca&Sviluppo di Claber e FITT per rispondere alla crescente sensibilità ecologica e sociale delle persone, valorizzando al contempo il patrimonio di esperienza umana e industriale del nostro territorio a livello internazionale». Con vantaggi reciproci. «Fare impresa oggi», sottolinea Gian Luigi Spadotto, presidente di Claber, «significa affrontare un'epoca di sfide globali che impone non solo di prepararsi ad affrontare e gestire il cambiamento. Per questo ritengo che l'ingresso nel Gruppo FITT potrà portare nuovo impulso allo sviluppo dell'azienda».

STRONG

TIMBER FUEL

2T

BENZINA ALCHILATA PER MOTORI 2 TEMPI

CON ADDITTIVO PREMIUM

LASCIATI ISPIRARE DAI MIGLIORI BOSCAIOLI

Disponibile presso le migliori officine e negozi di giardinaggio

SABART
our power, your passion
Via Zabolì 18, 42124 Reggio Emilia (IT)
Tel. +39 0522 508511 • www.sabart.it

Seguici su Instagram

Massime prestazioni

Basse emissioni

Motore protetto

Motorgarden e outdoor tra i focus di International Hardware Fair Italy 2023

A pochi mesi dal debutto previsto in maggio 2023 a Bergamo, continua la crescita di **International Hardware Fair Italy** che sta raccogliendo consensi e adesioni molto superiori alle aspettative.

Koelnmesse porta in Italia il collaudato modello fieristico di **EISENWARENMESSE** - International Hardware Fair Cologne - lanciando International Hardware Fair Italy, il nuovo progetto internazionale per il mercato italiano ed europeo per il mondo della ferramenta, edilizia, DIY, colore, outdoor e giardinaggio. Aspettando l'edizione del 5 e 6 maggio a Bergamo, le adesioni sono superiori alle aspettative. Come quelle di oltre 240 espositori rendendo sempre più concreto l'obiettivo finale di superare le 250 aziende durante la prima edizione. La conferma dell'impegno del mercato si riflette anche nella forte partecipazione dall'estero. Tra collettive ed espositori individuali, i Paesi che hanno già confermato la propria partecipazione oltre all'Italia ci sono anche Germania, Paesi Bassi, Spagna, Francia, Serbia, Regno Unito, Irlanda, Norvegia, Austria, Polonia, Turchia, Grecia, Slovenia, Taiwan, India, Australia, Cina e Stati Uniti. È pertanto confermato che l'evento occuperà i due padiglioni della Fiera di Bergamo. La scelta della nuova location, facilmente raggiungibile, in posizione strategica nel nord Italia e ben collegata a tutta l'Europa, risponde alle esigenze di sviluppo e internazionalità della nuova manifestazione. Non solo, la struttura fieristica dispone di un'area outdoor idonea a poter ospitare attività demo per macchine e attrezzature. Naturalmente non mancherà l'attività di convegni, con speaker nazionali ed internazionali, orientata ad affrontare le tematiche più importanti del settore produttivo e distributivo. Saranno due giorni di tavole rotonde di confronto tra produttori e distributori dei canali fisici ed online e un ampio programma di workshop professionali verticali. In particolare, sono previsti appuntamenti dedicati al giardinaggio e al canale dei garden center.



Sono aperte le registrazioni per visitare International Hardware Fair Italy

Scarica il tuo biglietto gratuito per visitare la fiera.

Ti aspettiamo il 5-6 maggio 2023 a Bergamo.

<https://hardwarefair-italy.inefflowhosting.it/site/home.xsp>

AgriEuro alza i giri, la sede logistica di Piacenza raddoppia Settimi: «Produttività fino a quattro volte di quella attuale»

AGRIEURO

AgriEuro ha siglato un accordo di collaborazione con Fercam, storico partner del brand, per il raddoppio dell'attuale sede logistica di Piacenza. Il nuovo sito distributivo sarà pienamente operativo entro la metà dell'anno. L'attuale sede si amplia così di un'ulteriore superficie di 12.500 mq e una capienza di 14.000 posti pallet, e si aggiunge ai centri logistici di Bologna Interporto e Novara e al magazzino di Spoleto. Il nuovo sistema di imballaggio sarà ancora più tecnologicamente avanzato, caratterizzato da una maggiore velocità di lavoro e da una capacità produttiva fino a quattro volte superiore rispetto al modello attualmente in funzione.

Il raddoppio degli spazi della sede di Piacenza permetterà ad AgriEuro di allestire oltre il triplo delle spedizioni attualmente gestite dal singolo polo, se non addirittura di quadruplicarle entro il 2024. «Il raddoppio del centro distributivo di Piacenza e l'installazione di un nuovo macchinario semiautomatico», conferma Filippo Settimi, CEO di AgriEuro, «consentiranno di aumentare l'efficienza del nostro sistema di imballaggio merci, riuscendo a garantire una produttività fino a quattro volte superiore a quella attuale, contribuendo a velocizzare il nostro servizio di spedizione».



Husqvarna®



NOVITÀ

Ti presentiamo Automower® NERA
La nuova era del taglio robotizzato
senza filo perimetrale

Robot tagliaerba senza filo perimetrale

Progettati per la perfezione estetica e dotati di intelligenza di nuova generazione, Automower® NERA affrontano facilmente i terreni accidentati, gli angoli stretti e le pendenze di prati grandi e complessi con precisione e accuratezza garantendo risultati perfetti. Dall'installazione senza fili - opzionale - alle funzioni intelligenti come l'evitare gli ostacoli, ogni aspetto del taglio è stato ottimizzato consentendo di godere a pieno il giardino in modo ancora più spensierato.



Robot tagliaerba

AUTOMOWER® 450X NERA

Il taglio perfetto 24 ore su 24, 7 giorni su 7, su prati fino a 5000 m². Dalla funzione intelligente per evitare gli oggetti al funzionamento affidabile, con meno tracce visibili e prestazioni fluide, lavora in ogni angolo con estrema facilità. Installazione senza fili disponibile con il kit plug-in Husqvarna EPOS™ (accessorio).

🏠 5,000 m² 📶 50%



Robot tagliaerba

AUTOMOWER® 430X NERA

Taglio avanzato e risultati perfetti su prati fino a 3200 m². Per un prato personalizzato 24 ore su 24, 7 giorni su 7, crea più aree di lavoro e zone temporanee da evitare, tutto comodamente dal tuo smartphone. Installazione senza fili disponibile con il kit plug-in Husqvarna EPOS™ (accessorio).

🏠 3,200 m² 📶 50%



Robot tagliaerba

AUTOMOWER® 320 NERA

Un robot tagliaerba ad alte prestazioni per prati fino a 2200 m² con terreni sconnessi. Automower® 320 NERA offre un'esperienza di taglio eccezionale, un funzionamento affidabile e un design robusto. Installazione senza fili disponibile con il kit plug-in Husqvarna EPOS™ (accessorio).

🏠 2,200 m² 📶 50%

I modelli NERA saranno prossimamente disponibili.

Come funziona la tecnologia EPOS™



Husqvarna EPOS™ (Exact Positioning Operating System) è la tecnologia più recente e collaudata a disposizione per i robot tagliaerba Automower® professionali e ora resa disponibile anche per uso privato. Questa tecnologia consente al robot di lavorare entro precisi confini virtuali. Basta uno smartphone e l'app Automower® Connect per definire facilmente i perimetri. È possibile creare aree di lavoro flessibili e aree da evitare temporaneamente per un controllo personalizzato del tuo giardino.



MAGGIORI INFORMAZIONI

Scopri di più su Automower® NERA e l'installazione senza filo perimetrale. Visita [Husqvarna.com/NERA](https://www.husqvarna.com/NERA)



Fiera My Plant & Garden

Fiera Milano 22 - 24 Febbraio

Si è da poco conclusa l'edizione 2023 di Myplant & Garden (22 - 24 Febbraio, Rho Fiera, Milano) la più grande fiera professionale dell'orto-florovivaismo, garden e paesaggio in Italia: tre giorni di incontri e confronti tra stakeholder del verde per l'individuazione di innovative soluzioni green a 360°.

E, proprio in questa occasione di rilevanza internazionale, abbiamo presentato alcune novità di assoluto rilievo per il mondo della tecnologia della cura del verde.



Tra queste spicca CEORA™, il robot tagliaerba progettato da Husqvarna specificamente per la gestione di superfici fino a 75000 m², da ora disponibile anche sul mercato italiano.

E, come anticipazione assoluta, Husqvarna ha portato anche gli Automower® 320 NERA, 430X NERA e 450X NERA: i robot che permetteranno l'integrazione della tecnologia Husqvarna EPOS™ per l'installazione senza cavi fisici, che saranno disponibili in Italia nei prossimi mesi.

Proprio MyPlant & Garden è stata per Husqvarna l'opportunità di illustrare quali siano le soluzioni più innovative e sostenibili per la manutenzione della vegetazione in ambito urbano e come l'automazione possa apportare rilevanti benefici in termini di risultato, tempi impiegati e costi. "Tecnologia e benefici del robot tagliaerba per il verde sportivo e ornamentale" è il titolo del convegno curato da Husqvarna e tenutosi venerdì 24 febbraio all'interno del padiglione 20, che ha visto esperti del settore confrontarsi sui diversi temi, anche attraverso la presentazione di "Case Histories" e risultati di studi di settore.

ORA DISPONIBILE, L'ORIGINALE ALCHILATA HUSQVARNA



HUSQVARNA XP® POWER 2

XP® Power è una benzina alchilata a basso impatto ambientale per motori a 2 tempi e fornisce le massime prestazioni possibili. XP® Power 2 è premiscelata con olio Husqvarna XP Synthetic per le migliori prestazioni possibili.



HUSQVARNA POWER 4

Power 4, è una benzina alchilata ottimizzata per i motori a 4 tempi più piccoli. È adatta sia ai professionisti che ai privati che vogliono tutelare la loro salute e vogliono poter contare su un'attrezzatura sempre efficiente.

Disponibile nei formati 1, 5, 25 e 200 L.

Maggiori informazioni su [husqvarna.it](https://www.husqvarna.it) e dai Rivenditori Autorizzati Husqvarna.

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



Husqvarna®

Simone campione anche nelle vendite della sua Minelli «Io, Chiesa, Barella, Dimarco, Locatelli. E Mbappé...»

Dal duello con Mbappé all'area commerciale dell'azienda di famiglia. Dalle serpentine con la Fiorentina di Chiesa, Cuadrado e Marcos Alonso al lavoro di tutti i giorni, nella sua Minelli Elettromeccanica. Ha voltato pagina Simone Minelli, per forza ma anche perché il richiamo di casa l'ha sentito. Era un talento vero, ad undici anni alla Reggiana e a quattordici alla Viola fino al debutto in Europa League contro la Dinamo Minsk. Dentro al posto di Cuadrado, con la Fiorentina di Montella. Undici dicembre del 2014, non era ancora maggiorenne Simone. Due anni dopo titolare nella finale dell'Europeo Under 19, contro la Francia del re Mbappé, nell'Italia di Barella, Locatelli e Dimarco dopo la semifinale vinta contro l'Inghilterra del romanista Abraham e del milanista Tomori. Minelli gioca ora in Seconda categoria, al Carpine, vicino casa. Le vecchie passioni non si dimenticano. Impossibile. Un paio d'allenamenti a settimana, la partita la domenica, quindi il lunedì in giacca e cravatta vicino a suo zio Sandro, nell'azienda retta anche dagli altri due suoi fratelli Andrea e Davide. La carriera di Minelli sul campo è finita troppo in fretta, colpa di una caviglia saltata ai tempi in cui era a Trapani in un derby con l'Akragas. Da allora non è stato più come prima. Facile a quel punto guardare verso casa. «Rimpianti? Qualcuno, ma anche quando giocavo ho sempre visto e vissuto l'evolversi dell'azienda. L'ho sempre ritenuto un progetto assai stimolante», il fermo immagine di Minelli, anche a Myplant in prima fila nello stand così come vicino a Chiesa a far a gara a chi andava più veloce. Scaltro, rapido, concreto. In area di rigore e in ufficio o al telefono. Più facile vendere o far gol? «Bella domanda. Di sicuro era impossibile prendere Mbappé, qualcosa di inspiegabile. Ho vissuto tante emozioni col calcio, ma adesso sono totalmente immerso nella mia nuova partita in azienda», passa e chiude Minelli. L'eco dei grandi stadi ancora in sottofondo. Davanti ad una nuova vita.



news

Formazione 3T, il tocco in più a Myplant Con la complicità delle motoseghe Husqvarna

Bella finestra dimostrativa pensata da Formazione 3T negli spazi esterni di Fiera Milano nei tre giorni di Myplant di fine febbraio. In azione, fra rami e tronchi, le motoseghe Husqvarna con la loro versatilità, facilità d'uso, potenza e lavori anche di finitura impeccabili. Formazione 3T è un centro specializzato in arboricoltura, corsi forestali, tree climbing e sicurezza sul lavoro composto da un team di docenti addestratori altamente qualificati e di comprovata esperienza sul campo. Presente su tutto il territorio nazionale, Formazione 3T organizza corsi certificati e professionalizzanti, con requisiti previsti dal D.lgs 81/08 e smi.

L'obiettivo è quello di formare arboricoltori esperti che utilizzino le metodologie più sicure e corrette per gestire non solo la salute delle piante, ma anche la sicurezza. Lo staff è composto da istruttori forestali, docenti accreditati in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro, docenti di arboricoltura ornamentale con formazione in Agraria, istruttori di tree-climbing con formazione conseguita negli Stati Uniti, arboricoltori certificati ETW (European Tree Worker) ed ETT (European Tree Technician). Un bel valore aggiunto per Myplant. Anche grazie alle macchine Husqvarna.



Assai interessante l'appuntamento di Myplant, con pareri autorevolissimi ed un tema quanto mai attuale come la gestione aziendale. Fino a toccare un tasto quanto mai prezioso, mai davvero sfruttato per il suo reale potenziale

PROFESSIONISTI DEL VERDE, QUANTO VALE IL MARKETING...

di Daria Bosio, Presidente A.I.P.V.

Sviluppare strategie per la crescita aziendale sembra essere la sfida del futuro. In un ambiente molto tradizionale, quello dei professionisti del Verde, dove il marketing e la programmazione dello sviluppo aziendale sono lasciati al margine della attività professionale. AIPV crede fortemente nel valore che può fornirci il marketing al fine di migliorare la capacità produttiva, ottimizzare le risorse e incrementare i profitti.



Termini difficili?

Quando si parla di crescita pensiamo a dover investire e in effetti è così: ma su cosa e come?

Questi argomenti sono stati affrontati in uno speech nell'ultima giornata della manifestazione MyPlant and Garden che si è tenuta a Milano Fiera Rho il 22, 23 e 24 febbraio.

Nel mezzo di proposte su prodotti, servizi, tecniche, normative abbiamo voluto immergerci per un paio di ore in un tema molto importante e forse poco valutato tra i professionisti del verde

Relatrice la Dott.ssa Paola Aronne, esperta di efficacia commerciale. Ci ha immersi nel contesto epocale in cui viviamo trattando quelli che sono gli elementi critici del nostro tempo: cambiamento dell'economia e dei consumi, evoluzione della concorrenza, marginalità.

Parola chiave: **cambiamento**. Un cambiamento che in qualche modo possiamo controllare perché originato da progetti e programmi di sviluppo. Per cambiare bisogna instaurare rapporti basati sulla **fiducia** che è alla base delle relazioni tra le persone.

Un cliente, un collaboratore, un fornitore se delusi dalla vostra relazione difficilmente faranno "affari"



Grillo

AGRIGARDEN MACHINES



SIAMO SEMPRE CON VOI!

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



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



www.grillospa.it
grillo@grillospa.it



con Voi e casualmente la crescita si ferma o peggio diventa decrescita. Per arrivare alla fiducia bisogna compiere un percorso che parte dalla **visibilità**, arriva all'**empatia**, poi alla **confidenza**, prosegue a **credibilità** fino a raggiungere l'autorevolezza. Questa è la teoria ma nella pratica come possiamo fare? E qui entra in gioco il secondo relatore del pomeriggio milanese, il dott. Stefano Turchi, imprenditore digitale, esperto di *Digital marketing* che ci ha aiutato a capire quali strumenti usare per raggiungere l'ambito traguardo dell'autorevolezza. E' stato chiaro fin da subito che nulla è semplice, nulla è facile: è necessario un approccio scientifico, misurabile.

Lo strumento *Digital Marketing* necessita di alcuni passaggi: la prima fase riguarda l'analisi di mercato che ci permette di individuare il nostro target di riferimento attuale o potenziale. In seguito, si elaborano dei test a comprova della corretta individuazione del target, del prodotto e servizio che vogliamo incrementare o consolidare oppure offrire. Infine, si verifica il potenziale effettivo di crescita con l'obiettivo di costruire un **sistema di crescita** adatto al proprio business.

La risposta più veloce ed efficace la fornisce il digital marketing che è uno degli strumenti possibili. Il marketing tradizionale e non messo a sistema si basa spesso solo su azioni (dirette o indirette). Il marketing digitale utilizza solo ed esclusivamente sistemi digitali (non il passaparola, non gli agenti, i distributori, ecc.).

Perché?

Perché è veloce, misurabile, controllabile, ripetibile. Cioè scientifico.

Nulla è lasciato al caso: non si tratta di creatività, originalità, viralità ma dati.

La più alta percentuale di fallimento di un progetto è causata dalla assenza di esigenza di mercato per quel prodotto/servizio seguito a media distanza dalla mancanza di forza economica.

Cosa abbiamo capito alla fine di questo incontro:

- Non esiste crescita senza acquisire e mantenere la fiducia dei clienti
- Il modo per crescere dipende dal mercato e da come evolve
- Conoscere cosa fanno gli altri significa difendere i propri clienti
- Come eseguire un'analisi di fattibilità considerando mercato e competitors

considerando mercato e competitors

- Calcolo della sostenibilità attraverso un piano economico previsionale
- Come testare il mercato

Abbiamo anche capito che lo strumento del Digital marketing non è adatto per chi:

- Per chi pensa che con qualche campagna sui social si possano ottenere risultati concreti e duraturi
- Per chi vuole giocare d'azzardo e compiere investimenti rischiosi nel digital marketing
- Per chi non crede nell'importanza dei dati del business e naviga a vista senza pianificazione
- Per chi vuole trasformare una passione in un business senza tener presente della reale fattibilità

Il Digital Marketing è adatto per:

- Aziende che hanno un sistema di acquisizione tradizionale e vogliono approcciare al digital marketing in maniera cauta e consapevole
- Liberi professionisti che vogliono costruire flussi di clienti più costanti e migliorare il processo di fidelizzazione
- Imprenditori che hanno fatto o stanno facendo digital marketing con risultati mediocri e vogliono capire come ottimizzare i risultati
- Persone che non hanno ancora un'azienda ma un'idea in testa e vogliono conoscere la fattibilità, prima di fare investimenti strutturati.

I professionisti del verde oggi hanno acquisito informazioni importanti e sarà un impegno dell'Associazione proseguire nel solco di una formazione a 360°. Abbiamo bisogno di crescere e abbiamo bisogno di emergere e migliorare.

Soluzioni super innovative. Per il taglio dell'erba, per superfici fino a 36.000 metri quadrati e precisione massima. In parallelo aperta un'altra frontiera, con ricariche in otto minuti e garanzia di otto anni. Grandi assi per il rivenditore specializzato

BATTERIA PIÙ ROBOT, IL MOMENTO DI KRESS

Soluzioni lavorative ad elevato contenuto tecnologico e sostenibile. Il marchio di Kress. Ed un progetto con due importanti innovazioni che segnano un profondo cambiamento nella gestione del taglio dell'erba e della manutenzione professionale.

Kress® 

TUTTI NEL FUTURO. La prima grazie la robotica e la tecnologia RTKn, un sistema che sfrutta la navigazione GPS ed un network di antenne con tecnologia RTK capaci di far navigare i robot senza la necessità di utilizzare il filo perimetrale. La sostanziale differenza dell'applicazione di Kress è in primis nel network di antenne capace di garantire una copertura della correzione RTK che consente una precisione di lavoro fino al centimetro, senza necessità di installare un'antenna in ogni giardino o parco. Il sistema di antenne non trasmette onde radio, ma è connesso tramite internet ad un Cloud. Ciò permette al robot di ricevere la correzione della posizione indipendentemente da ostacoli fisici che potrebbero compromettere la ricezione radio del segnale. Un sistema che apre nuove opportunità per l'installazione di macchine robotizzate per il taglio dell'erba anche in zone dove, fino ad ieri, sarebbe stato impensabile posizionare un robot. Nell'offerta macchine che coprono da duemila fino a 36.000 mq perfette sia per la cura residenziale, ovvero i privati, sia per quella professionale come impianti sportivi, strutture alberghiere e aziende.

SUPER BATTERIA. La seconda tecnologia riguarda la manutenzione professionale a batteria. Ne abbiamo sviluppata una che non si scalda e che si ricarica più velocemente di quanto si può scarica-



re. Ovvero in meno di otto minuti, in grado di lavorare al doppio della potenza delle batterie attuali ed una vita utile di 3.000 cicli di carica e scarica, fino a dieci volte più delle batterie convenzionali che operano in condizioni di massima potenza. Con un sistema di ricarica indipendente da prese elettriche che fornisce autonomia per un'intera giornata di lavoro a due o tre operatori professionisti. Grazie agli otto anni di garanzia o ai 3.000 cicli il sistema diventa, oltre che un reale sostituto sia dell'attrezzatura a batteria che a scoppio, anche economicamente sostenibile. Il costo mensile del gruppo batteria Kress è più basso del costo di esercizio di qualsiasi prodotto a benzina o miscela. In più Kress ha voluto inserire un nuovo modello di business per la sua rete di concessionari.

Al passo col mercato, cercando il giusto compromesso col prezzo in uno scenario pieno di variabili. S'è difeso bene, nonostante un bel po' di concorrenza. Determinato a conservare il suo ruolo di primattore

TRATTORINI SEMPRE IN MOVIMENTO

Il re del giardino ha tanti pensieri, ma anche parecchie certezze. Sempre in prima fila, in un mercato non facile ma con punti fermi acquisiti nel tempo. Cementati in ogni giardino, in ogni grande area, in ogni parco. Di qualsiasi genere. Non è più come una volta, ma anche il trattorino s'è adeguato. Anche velocemente. Con più concorrenza attorno, ma pur sempre con quel ruolo di leader difficile da scalfire. Per la sua storicità, ma anche per il presente. Tutto da vivere, a partire da ora.

BUONA ANNATA. Mesi tutto sommato positivi, quelli che il trattorino si è lasciato alle spalle.

«Il 2022», sottolinea Luca Corbetta, marketing e product manager di **AL-KO Italia**, «è stato un buon anno per il trattorino in particolare coi trattorini della linea solo® by AL-KO».

«Nonostante un'annata non particolarmente favorevole dal punto di vista climatico», osserva Alessandro Barrera, direttore commerciale di **Brumar**, «il trattorino dopo due anni di crescita importante ha praticamente mantenuto i numeri di vendita, con un flessione molto limitata al contrario di quasi tutte le altre tipologie di prodotto».

«In termini di mercato», rileva Giovanni Masini, marketing director di **Emak**, «è stato un anno molto altalenante, con una situazione di difficoltà in tutta



la prima parte dell'anno (causata da stock elevati presso la rete, derivanti dalla forte siccità della primavera scorsa che ha frenato il sell-out) a cui è seguito un ultimo trimestre in cui si sono notati segnali di risveglio. Pur in un contesto di mercato non semplice Emak è riuscita a registrare un'importante crescita a due cifre».

«Per **Grillo**», la sintesi del responsabile commerciale e marketing Stefano Grilli, «è stato un anno importante per la forte domanda del mercato che ha richiesto notevoli sforzi per cercare di esaudirla meglio possibile. Purtroppo, causa mancanza e ritardi negli approvvigionamenti, nonostante siano state messe in campo tutte le risorse straordinarie possibili, anticipato investimenti importanti logistici e produttivi, non siamo riusciti a soddisfare pienamente tutte le richieste. Abbiamo però avuto la conferma che, anche nelle situazioni più complesse, la nostra forza sta proprio nella tipologia della nostra offerta, rivolta ad un utilizzatore professionale e/o ad un privato esigente, ovvero ad un target più stabile e solido rispetto alle variazioni del mercato. Disposto anche ad aspettare pur di avere il prodotto che cerca».

«L'eccezionale siccità del 2022», la chiave di Roberto Foti Belligambi, territory sales manager Turf & Golf di **John Deere Italiana**, «ha frenato sensibilmente le vendite al dettaglio del trattorino, come del resto ha impattato negativamente un po' su tutte le attrezzature da giardinaggio».

«Nel 2022», la panoramica di Pietro Cattaneo, amministratore delegato di **MTD Products Italia**, «abbiamo assistito ad un consolidamento della richiesta da parte del Rivenditore ed anche del Cliente finale. Detto ciò, è importante sottolineare come il mercato, ma anche il trend delle vendite, siano stati influenzati dalla disponibilità dei prodotti, che purtroppo non è rimasta costante durante il corso della stagione. Una stagione che è sicuramente stata influenzata da altre variabili, in primis le condizioni meteorologiche di eccezionale siccità, che hanno caratterizzato una buona parte dell'estate, frenando le vendite in un periodo che storicamente è molto importante per le vendite di questi prodotti».

«L'anno scorso è andata molto bene», la fotografia di Alberto Moro di **Pratoverde**, «con un incremento importante a due cifre delle vendite. Dovuto in parte al fatto che il mercato si è dimostrato ricettivo, in parte perché abbiamo inserito nell'offerta delle macchine nuove già introdotte negli ultimi due anni ma che non avevano ancora potuto esprimere tutta

Marina Systems



la loro potenzialità per tante ragioni. Il covid in primis. Se pensiamo alla stagione del 2022 come la prima "normale" dal punto di vista della sanità pubblica è andata bene nonostante dal punto di vista atmosferico non sia stata per niente buona a causa soprattutto della siccità. Probabilmente c'era una domanda inespressa che non aveva potuto concretizzarsi un po' per la mancanza di prodotto e un po' per l'emergenza degli ultimi anni. A quel punto il mercato ha recuperato quel si era artificialmente perso precedentemente. Adesso dipende soprattutto dal tempo, come tutti gli anni. Ci sono degli elementi a sfavore legati alla disponibilità delle macchine, visto che molte aziende hanno consegnato prodotti che avrebbero dovuto consegnare nel classico inizio di stagione, quindi febbraio-marzo, ma che magari sono stati posticipati a settembre o a luglio. Quindi, di fatto, a stagione finita. Macchine rimaste quindi in casa ai rivenditori. Noi siamo riusciti a garantire una certa costanza nella fornitura, una delle chiavi di lettura del successo dell'anno scorso ma anche uno dei parametri di cui tener conto per il 2023. E poi c'è il tempo. Se la stagione sarà piovosa il giusto e non siccitosa come il 2022 allora il mercato si muoverà e le macchine usciranno. Se non dovesse cadere nemmeno una goccia d'acqua allora sarà un problema».

«Le nostre vendite sono state soddisfacenti», il quadro di Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «perché risultano superiori a quelle del 2021. Probabilmente avremmo potuto fare di più se avessimo rispettato le consegne che il mercato richiedeva».

La situazione degli approvvigionamenti è in fase di miglioramento e questo ci permette di guardare il 2023 con ottimismo».

RITMO REGOLARE. Ha tanto da raccontare il trattorino negli ultimi anni, seppur rimasto spesso e volentieri entro certi numeri. Mai andando troppo oltre, mai calando davvero. Al netto di varie sinuoidi che però alla fine dei conti hanno lasciato il quadro pressoché intatto. «Anche negli anni precedenti», garantisce Luca Corbetta di **AL-KO Italia**, «abbiamo avuto risultati più che soddisfacenti, nel concreto possiamo dire che AL-KO ha avuto una parabola ascendente».

«Il mercato, siano essi rider o trattorini, ha avuto negli ultimi anni», il bilancio di Alessandro Barrera di **Brumar**, «una parabola positiva con numeri sempre superiori a circa 20.000 pezzi venduti all'anno. Il picco c'è stato nel 2021 dove si sono sfioranti i 24.000 pezzi».

«Il mercato italiano del trattorino», il punto di Giovanni Masini di **Emak**, «ha conosciuto alcuni alti e bassi nell'ultimo decennio ma senza variazioni particolarmente significative, attestandosi intorno alle 22-25.000 unità».

«I nostri risultati», puntualizza Stefano Grilli di **Grillo**, «confermano le scelte perseguite in termini di prodotto e target: sempre in crescita, magari "lenta", ma consolidata».

«Eccezion fatta», evidenzia Roberto Foti Belligambi di **John Deere Italiana**, «di annate particolari come quella prima accennata e la crescita esponenziale delle macchine a raggio zero, l'andamento delle vendite dei trattorini di tipo domestico

è stato generalmente flat». Numeri. E tendenze.

«Per quanto ci riguarda», spiega Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «gli ultimi anni sono stati caratterizzati da una continua e costante crescita delle quote di mercato, concentrate sul brand Cub Cadet. Anche il mercato non ha registrato segni di cedimento, anzi, su alcune categorie specifiche, la richiesta del consumatore è addirittura aumentata. Un contesto premiante per Cub Cadet, che non ha mai smesso di investire sui nuovi prodotti, permettendo al marchio di diventare il punto di riferimento su questa particolare categoria di prodotti».

«Il mercato del trattorino», la fotografia di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «in questi ultimi anni è costante e sembrerebbe non essere stato cannibalizzato dalle vendite del tosaerba robot. Questo fattore ci fa ben sperare per il futuro in quanto investiremo in nuovi modelli e tecnologie».

IL GIUSTO PREZZO. Naturalmente il trattorino più di tutti ha pagato l'aumento dei prezzi, con incrementi che hanno spostato l'asticella verso l'alto e aggiunto naturali interrogativi al cliente finale. Ma come le aziende hanno provato a preservare l'equilibrio giusto? Che leve hanno principalmente mosso?

«Le variabili del prezzo», il ragionamento di Alessandro Barrera di **Brumar**, «influenzate da fattori esterni come i costi della materia prima, dai trasporti o dalla fluttuazione dei cambi, non sono controllabili. Il distributore e di conseguenza il dealer può solo ridurre un po' i suoi margini per mantenere viva la domanda».

«**Grillo** per cercare di rendere meno impattanti gli aumenti dei prezzi, che come sappiamo nel nostro mercato in questi ultimi diciotto mesi hanno segnato anche dei +20%», il punto di Stefano Grilli, «ha applicato la sua "solita" politica di gestione-costi. Quella di non ribaltare sul cliente tutti i movimenti e le volatilità del mercato, magari proteggendosi con aumenti spalmati indifferentemente su tutto, ma valutando situazione per situazione e prodotto per prodotto. E intervenire in modo puntuale e ponderato. Infatti gli aumenti sui listini Grillo, hanno visto percentuali variabili applicate solo dove e quando necessario. Questo schema di lavoro certamente richiede una maggiore attenzione, collaborazione e "flessibilità" anche da parte del nostro rivenditore, ma ha sicuramente salvaguardato, nel limite del possibile, il nostro cliente finale».

«Una delle strade percorribili per rendere meno impattante l'aumento vertiginoso dei prezzi», il





suggerimento di Roberto Foti Belligambi di **John Deere Italiana**, «è quella di implementare ancora di più l'offerta di soluzioni finanziarie al consumo che comunque da sempre supportano la vendita di questo tipo di beni ad uso hobbistico».

«Purtroppo il consistente aumento dei costi e di conseguenza dei prezzi al pubblico ha riguardato anche questi prodotti. Il contesto economico», lo scenario disegnato da Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «registra forti aumenti in tutti i settori, coinvolgendo la quasi totalità dei beni di consumo. Negli ultimi diciotto mesi abbiamo cercato di attuare l'aumento, assorbendo parte degli incrementi di costo con l'obiettivo di mantenere l'appeal dei nostri prodotti verso i consumatori finali. Nei prossimi mesi saremo in grado di analizzare i dati di sell-out, che ci forniranno qualche elemento in più per valutare quanto il contesto macro-economico stia influenzando la richiesta dei consumatori».

«Abbiamo lavorato molto sul tema del posizionamento di prezzo. Quest'anno», rivela Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «utilizziamo leve competitive che guardano con attenzione le richieste dell'utilizzatore finale e a quelle della rete di vendita. La promozione di primavera 2023 offre buone opportunità per acquistare i nostri trattorini affidandoci all'altissima qualità proposta con condizioni e servizi favorevoli».

EVOLUZIONE CONTINUA. Tante novità, nell'ultimo periodo. Accelerate notevoli per innovazione e plus vari. «Quest'anno», evidenzia Luca Corbetta di **AL-KO Italia**, «abbiamo una nuova serie di trattorini in cui siamo andati ad apportare delle interessanti migliorie nella linea più bassa del marchio solo® by AL-KO. Parliamo quindi di un'evoluzione in prestazioni e design. Volendo illustrare solo due delle principa-

li modifiche possiamo evidenziare il cofano che è più stabile, robusto e con fari a LED 10 volte più luminosi dei precedenti, il cesto con maggiore capacità di raccolta e minore sforzo nello svuotamento grazie al riposizionamento del fulcro di ancoraggio. Inoltre la principale novità che è anche la vera innovazione tecnologica sui trattorini sono i modelli a batteria. Si tratta di modelli della linea premium, sia a scarico laterale che con raccolta posteriore, con una notevole autonomia di lavoro che arriva fino a 12.000 mq. Tutti i trattorini sono equipaggiati con lo smart cockpit che fornisce, oltre ai normali parametri operativi (velocità, autonomia, pendenza, tempo di lavoro, analisi delle performance di taglio), anche dei suggerimenti per migliorare ed ottimizzare le performance di taglio, invia all'operatore utili avvisi per le manutenzioni della macchina e suggerisce modalità ottimali per il taglio dell'erba in base alla stagionalità e ai parametri registrati».

«L'evoluzione», la visione di Alessandro Barrera di **Brumar**, «c'è stata con l'utilizzo di motori più potenti e nel contempo più puliti. Si privilegia ormai la trasmissione idrostatica, anche su tagli piccoli, per una maggiore comodità di utilizzo ed una più veloce rasatura del prato. Soprattutto nei giardini o parchi con più ostacoli, quindi aiuole ed alberi, la trasmissione idrostatica fa risparmiare quasi la metà del tempo in confronto a modelli con cambio meccanico. Ormai anche in questo comparto, l'alimentazione a batteria sta prendendo sempre più piede. Quasi tutti i produttori più importanti offrono una gamma completa di Rider e Trattorini





Emak

a batteria, all'inizio su modelli più piccoli, ma negli ultimi anni anche su modelli grandi e con caratteristiche per utenti esigenti o professionisti per la manutenzione del verde. Questi trattorini, alimentati da batterie di qualità superiore, sono in grado di coprire superfici ampie con un'unica ricarica, dando addio ai rumori, alle emissioni e al pensiero della manutenzione. Anche meno vibrazioni e quindi comfort superiore per una guida piacevole anche durante sessioni di lavoro più lunghe. Nella nostra gamma EGO esistono tre modelli di trattorini tosaerba Zero Turn: due modelli da 107 cm di taglio, uno con guida a leve e, novità 2023, uno con l'innovativa guida a volante. Poi un modello più grande con capacità di taglio da 132 cm, anche questo novità 2023. Tutti i modelli sono compatibili con la piattaforma delle batterie da 56 Volt Arc Lithium di Ego, permettendo l'utilizzo delle stesse batterie per tutta la gamma di prodotti Ego Power+».

«Gli utenti più esigenti», il quadro di Giovanni Masini di **Emak**, «oltre alle elevate prestazioni di taglio e al piacere di guida, richiedono macchine sempre più agevoli e semplici da manovrare, da svuotare e da mantenere. I nostri trattorini Efcò e Oleo-Mac sono estremamente maneggevoli, dotati di agili sistemi sterzanti che permettono di compiere curve anche molto strette. La facilità di manovra in prossimità di piante e arbusti permette di ottenere una maggiore precisione e velocità nelle rifiniture. Dotati di trasmissione idrostatica, permettono di gestire marcia e velocità con un solo pedale, senza necessità di fermarsi».

«**Grillo**», assicura Stefano Grilli, «continua a studiare e proporre soluzioni innovative, con performance d'eccellenza, anche grazie alla tecnologia che è entrata in tutti i nostri processi in modo sempre più importante quale supporto alla qualità ed

alla garanzia della migliore assistenza al cliente». «Le macchine», racconta Roberto Foti Belligambi di **John Deere Italiana**, «si stanno evolvendo e si evolveranno seguendo le esigenze di un cliente che è alla ricerca sempre più di semplicità di utilizzo, facilità e bassi costi di manutenzione e in ultimo, ma non ultimo, sostenibilità ambientale. Pertanto l'orientamento sarà sempre più quello di andare verso l'elettrificazione».

«MTD negli ultimi anni ha continuato ad investire su questa tipologia di prodotti, focalizzando la propria attenzione sulle macchine di fascia medio-alta, sui trattorini a raggio zero e sull'elettrificazione dei prodotti. Il risultato di questi investimenti», riferisce Pietro Cattaneo di **MTD Products Italia**, «è presente in molti prodotti di successo, che si sono affermati sul mercato per prestazioni e qualità, ma soprattutto per il loro carattere innovativo. Un paio di esempi, la piattaforma di trattorini Cub Cadet XT, che rappresenta il punto di riferimento in questo segmento, ma anche la gamma Cub Cadet XZ Ultima, un'offerta di prodotti a raggio zero, sia a leve che a volante, che ha conquistato quote di mercato molto importanti negli ultimi anni, grazie a tecnologie innovative e prestazioni senza compromessi».

«Per il momento», premette Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «la nostra proposta di gamma è la stessa che portiamo avanti da alcuni anni. Abbiamo nel frattempo migliorato il comfort, la sicurezza e le motorizzazioni di diversi modelli. Negli USA sono stati introdotti, da quest'anno, i trattorini Zero Turn dove la richiesta del mercato è considerevole. Valuteremo se in futuro sarà per noi una opportunità inserire queste versioni anche in Europa».

Brumar



GRANDE PROGETTO. Sulla scena anche un nuovo attore. Con idee assai precise. Ed obiettivi già delineati. «Da tempo **Marina Systems**», riavvolge il nastro il direttore commerciale Paolo Bagordo, «era alla ricerca di un trattorino compatto per completare la sua gamma di offerta per il mercato italiano. Inizialmente eravamo orientati verso i classici trattorini da prato ma la saturazione dell'offerta sul mercato ci ha un po' frenato. Durante l'EIMA un paio di nostri rappresentanti sempre molto proattivi e intraprendenti hanno incominciato a parlarci di Captain, insistendo sul fatto che andassimo ad incontrarli dato che al momento non avevano un importatore e che il prodotto era fatto molto bene. Abbiamo prima visitato in incognito il loro stand e successivamente ci siamo presentati facendo nei giorni di fiera diversi incontri con il management presente in fiera. Nel penultimo giorno dopo aver ricevuto richieste e promesse da molti hanno scelto noi. Il posizionamento sul mercato dei trattori compatti Captain è semplice, vogliono diventare il numero in questo settore, pertanto avremo un pricing corretto che tenga conto della qualità del prodotto ma anche di chi è già da tempo presente sul mercato italiano. Abbiamo grandi aspettative su questi prodotti, sappiamo che piacciono e che funzionano bene perché sono venduti da tempo in altri paesi europei con un grande successo.

In Italia», prosegue Bagordo, «la piccola agricoltura è e diventerà sempre di più un settore chiave per la crescita del nostro paese. Moltissimi giovani imprenditori stanno investendo in questo settore e le piccole aziende agricole in Italia sono in continua crescita. Coldiretti dichiara che in Italia crescono i giovani imprenditori agricoli e i posti di lavoro in campagna, ha infatti anche pubblicato un "vademecum" per entrare nel settore. Sono oltre 55.000 gli under 35 che hanno scelto di costruirsi un futuro investendo nella terra: dalla coltivazione all'allevamento, dall'agriturismo alle vendite dirette fino alle bioenergie e all'economia green.

Questo è il mercato del trattorino in Italia che ci lascia ben sperare per il futuro in tutti i sensi. Tornando al nostro settore primario Marina Systems», rivela Bagordo, «introdurrà sul mercato italiano ad aprile-maggio di quest'anno il modello Captain 263 H idrostatico con un piatto di taglio da 140 cm, perfetto per chi cerca un prodotto professionale per gestire i suoi ampi spazi verdi. Stiamo creando una rete di vendita specializzata con un numero congruo di rivenditori competenti e professionali sul territorio che gestiamo in modo che



MTD Products Italia

possano crearsi delle zone ben definite nelle quali abbiano l'esclusiva a fronte di un impegno continuativo e costante sul prodotto. Per il momento Marina Systems distribuisce Captain in esclusiva in tutto il Nord Italia (Emilia Romagna inclusa) e in Sardegna. In futuro vedremo come si evolverà questa partnership. I primi trattorini sono stati consegnati. Ed i primi feedback dai rivenditori sono estremamente positivi. Chi fosse interessato al prodotto per acquistarlo o per rivenderlo può contattarci senza problemi, sarà nostra cura fornire tutte le informazioni necessarie».

SMS AL RIVENDITORE. Nuovi livelli, più alti ancora. Per lo specialista la solita strada. A maggior ragione ora. «Con l'aumento dei costi», permette Luca Corbetta, marketing e product manager di **AL-KO Italia**, «è necessario che i rivenditori si focalizzino su macchine di qualità che possano offrire ai clienti prodotti affidabili e duraturi e che soprattutto vadano ad aumentare il comfort di utilizzo e semplificare il lavoro dell'operatore. Andando a spiegare i plus che può offrire un trattorino AL-KO non ci si focalizza più sul solo prezzo del trattorino ma si va ad offrire una macchina capace di migliorare concretamente il lavoro dell'utilizzatore». Fra i modelli AL-KO anche il trattorino T 6200LI - 105.2e a batteria con larghezza di taglio 105 cm ed autonomia fino a 12.000 mq. Ricarica veloce, in sole cinque ore. Motori brushless fra uno da 1,7 kW per la trazione con velocità di avanzamento fino a 11 Km/h e due motori di taglio con potenza di 1,5 kW. Cesto da 310 litri con possibilità di svuotamento elettrico. Smart cockpit per il monitoraggio delle performance e

prestazioni durante il lavoro svolto, inoltre grazie all'apposita app è possibile ricevere suggerimenti ed indicazioni per il miglioramento del taglio e le corrette manutenzioni.

«Il comparto trattorini», il quadro di Alessandro Barrera, direttore commerciale di **Brumar**, «è per molti rivenditori una parte significativa delle loro vendite, non solo in termini di quantità, ma anche e soprattutto in valore aggiunto. È necessario sempre di più privilegiare la qualità ed il giusto rapporto qualità-prezzo, offrendo un servizio di primo livello per questi prodotti, che non essendo facilmente trasportabili dall'utente privato necessitano di interventi di assistenza sul posto. È importante infine tenersi al passo con l'evoluzione della tecnologia a batteria, partecipando maggiormente ai corsi pratici organizzati dalle varie aziende. Il futuro è a batteria ed anche in questo comparto attenzione ed aggiornamento devono essere prioritari per affrontare una domanda in rapida evoluzione».

«Consigliamo ai rivenditori», la via indicata da Giovanni Masini, marketing director di **Emak**, «di specializzarsi e di focalizzarsi su macchine di livello premium, puntando quindi sull'offerta di trattorini di alta qualità e non su una proposta basata solo sulla convenienza. Disporre di un mezzo agile e potente fa la differenza nella cura dei giardini di grandi dimensioni, parchi e aree verdi pubbliche». Il modello Efcò Zephyr 72/12,5 K H è il trattorino tagliaerba perfetto per sfalciare superfici estese (fino a 4.000 m²). È compatto, quindi si guida con comodità, si può sterzare in curve molto strette e si possono affrontare terreni e giardini ricchi di ostacoli. Il comfort e la precisione di guida si uniscono alla potenza del motore, alla versatilità dei

tre sistemi di taglio fra mulching, raccolta e scarico posteriore. Ed alla praticità del sistema per il lavaggio del piatto di taglio.

«Il rivenditore», il fermo immagine di Stefano Grilli, responsabile commerciale e marketing di **Grillo**, «si è confermato anche in questi periodi complessi come la chiave principale di successo, soprattutto quando si trattano prodotti di qualità e di contenuto. È il promotore che conosce il suo mercato di riferimento e lo può adeguatamente sfruttare in affiancamento all'azienda rappresentata trasmettendone i valori, le scelte tecniche e qualitative che contraddistinguono la sua proposta rispetto a quella della concorrenza. Per questo io spesso definisco il rivenditore come "il braccio dell'azienda sul territorio". Il consiglio? È quello di fare sempre scelte giuste per contraddistinguersi dalle proposte più generalizzate, valorizzando così il proprio ruolo, appunto, di rivenditore/concessionario di zona, allontanandosi sempre di più da chi invece limita la propria attività alla figura di mero "commerciante", senza alcuna ricerca di riconoscimento. Io credo fortemente, vedendo anche altri mercati più evoluti nella distribuzione specializzata, come pure ricercando il comun denominatore delle politiche commerciali dei brand più importanti del nostro settore, che questa sia l'unica (o comunque fra le prime) strategia che potrà mantenere viva e rafforzare sempre più la figura e il ruolo del rivenditore di zona quale riferimento di qualità per le esigenze specifiche del cliente».

«Quelli di sempre: professionalità e alti standard del servizio post-vendita. Queste da sempre», ribadisce Roberto Foti Belligambi, territory sales manager Turf & Golf di **John Deere Italiana**, «sono la chiave del successo della rete dei concessionari John Deere a livello globale».

«Il nostro consiglio», sottolinea Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «è quello di investire nella formazione tecnica e commerciale per offrire ai clienti un servizio specializzato. Proporre trattorini di qualità permette alla rete di qualificarsi ancora di più differenziandosi da quel mercato che punta esclusivamente al prezzo più basso». Nell'offerta Stihl anche RT 5112 Z, il trattorino da giardino potente con elevato comfort di comando e di guida. Per la cura di superfici erbose molto ampie. Con trazione ad un pedale specifica di Stihl e cesto raccolta erba da 350 litri. Il trattorino è in pista, il mercato è partito. La stagione entra nel vivo.



Un nuovo sito, con tantissime opzioni per il rivenditore. Compresa la registrazione della garanzia, estesa fino a tre anni. Fino ad un percorso per il cliente finale, con la macchina più adatta alle sue esigenze. Oltre ad una bella vetrina Captain

MA.RI.NA. SYSTEMS, ALTRO SALTO DI QUALITA'

Marina Systems ha rinnovato ormai da qualche mese il suo sito web istituzionale. Sul portale si trovano tutti gli articoli prodotti dall'azienda in vendita al prezzo di listino con sconto fino al 10%. L'obiettivo dell'azienda è di far conoscere tutti i suoi prodotti al mercato e di raggiungere quelle zone non coperte dai suoi rivenditori. Lo sconto è importante per non fare concorrenza al canale tradizionale, quello dei rivenditori specializzati. È stata creata anche una procedura guidata che con delle semplici domande indirizza il cliente sull'articolo più adatto alle sue esigenze. Sul sito poi ci sono anche tutti i manuali dei prodotti Marina Systems, la lista dei rivenditori ed i centri di assistenza autorizzati. Da questa stagione inoltre l'azienda ha creato una zona dedicata alla registrazione e attivazione della garanzia. In passato si faceva affidamento solo allo scontrino o alla fattura di vendita, oggi il cliente finale deve attivare la sua garanzia registrando il prodotto sul sito www.marinasystems.it. Registrando la sua garanzia avrà inoltre la possibilità di estenderla fino a tre anni dalla data di acquisto.

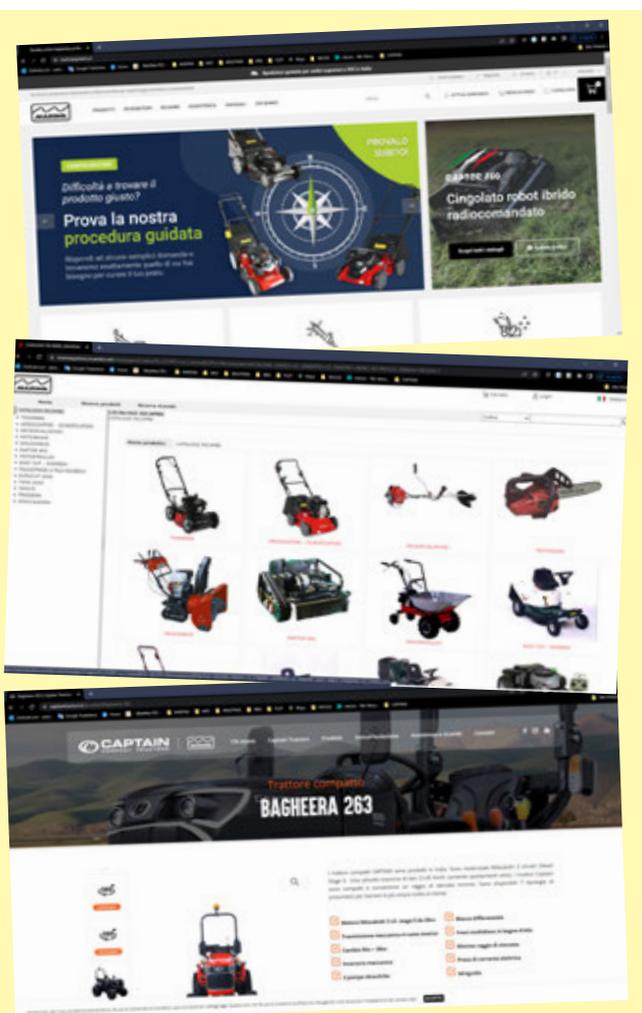
L'operazione è semplice ed intuitiva, si crea un'utenza, si registra la matricola e partono i canonici due anni di garanzia. Iscrivendosi alla **newsletter** e seguendo Marina sui suoi canali **social**, Instagram, Facebook e YouTube si ottengono i tre anni di garanzia.

Sempre attraverso il sito istituzionale è possibile accedere anche al portale ricambi Marina Systems.

Nel portale ricambi i rivenditori hanno l'accesso a tutti gli esplosi della produzione Marina Systems attuale e storica e possono ordinare con pochi clicks tutte le parti di ricambio di cui necessitano. Sia il portale ricambi che il sito web sono altamente automatizzati consentendo una gestione immediata degli ordini. www.marinasystems.ricambio.net

I tempi di gestione si accorciano ed il servizio che Marina offre ai suoi rivenditori e clienti è ancora più efficace. Marina Systems ha poi investito anche sul sito web dedicato ai trattori Captain dei quali è l'importatore esclusivo per il Nord Italia e la Sardegna.

Il sito www.captaintractors.it è ricco di informazioni e dettagli su questi ottimi trattori agricoli compatti. Seguiteci per restare sempre aggiornati su tutte le novità di prodotto e tutte le nostre iniziative commerciali.



Un anno complesso, quello passato. Fra numeri in salita e varie cause ad irrigidire il quadro. A partire dalla siccità, indesiderata compagna di viaggio, in un mercato figlio di freni e grandi accelerazioni passate

I GRANDI NODI DEL GIARDINAGGIO

Numeri da calibrare a dovere. Segno meno, ma dopo due anni quasi d'esaltazione in cui di macchine se ne sono vendute proprio tante. Quando i magazzini si svuotarono in fretta, quando tanti rivenditori dovettero azionare più volte la leva dei riordini. Nessuna vera saturazione, ma il vaso era quasi colmo. Altro quadro, se solo la pioggia avesse fatto il suo dovere anziché sparire quasi

del tutto. Altro scenario se la consegna dei prodotti avesse mantenuto i soliti tempi, senza ritardi anche vicini ad un anno che non potevano non irrigidire ulteriormente la filiera. Con un trend sempre più marcato, fra fasce più floride ed altre sempre più in sofferenza. Senza la mezza misura che una volta andava per la maggiore. La persistente siccità, che ha ridotto gli interventi di manutenzione nelle aree verdi, e l'aumento dei

*Stima della totalità del mercato nazionale effettuata sulla base dei dati dell'indagine campionaria.
Andamento del mercato italiano delle principali tipologie di macchine per giardinaggio 2020, 2021 e stime 2022, in numero*

	2020	2021	2022	Var. % 2022/2021
ATOMIZZATORI	7.683	5.089	3.447	-32,3%
ARIEGGIATORI/SCARIFICATORI	12.962	20.512	10.010	-51,2%
BIOTRITURATORI	9.358	10.930	8.663	-20,7%
DECESPUGLIATORI	286.574	304.048	273.696	-10,0%
FORBICI A BATTERIA	30.993	38.818	35.119	-9,5%
MOTOSEGHE	373.804	430.167	368.815	-14,3%
MOTAZAPPATRICI	32.152	36.849	32.453	-11,9%
POTATRICI AD ASTA	19.827	24.031	26.474	10,2%
RASAERBA	287.631	324.725	255.227	-21,4%
RASAERBA ROBOT	26.368	34.768	32.473	-6,6%
RIDE-ON Consumer	8.825	9.117	7.105	-22,1%
RIDE-ON MMV	1.635	1.731	909	-47,5%
SOFFIATORI/ASPIRATORI	120.511	150.286	138.031	-8,2%
SPAZZANEVE	4.145	7.322	4.691	-35,9%
TAGLIASIEPI	123.549	124.395	94.084	-24,4%
TRATTORINI	21.463	23.753	22.756	-4,2%
TRIMMER	86.897	105.689	86.944	-17,7%
ZERO TURN Consumer	1.521	1.540	1.549	0,6%
ZERO TURN MMV	804	811	783	-3,5%
TOTALE MORGAN	1.456.702	1.654.581	1.403.229	-15,2%



MERCATO

costi di produzione e quindi dei prezzi dei listini, hanno determinato nel 2022 in Italia un calo della domanda di macchinari per il gardening, il decoro urbano e le aree all'aperto destinate alle funzioni ricreative e sportive.

I dati, elaborati dall'associazione dei costruttori Comagarden sulla base delle informazioni fornite dal gruppo di rilevamento Morgan, indicano nel consuntivo 2022 un calo complessivo del 15,2% in termini di unità vendute (un milione e 403 mila contro un milione e 650 mila dell'anno 2021), con decrementi per quasi tutte le tipologie di mezzi. I rasaerba registrano un passivo del 21,4% (255 mila le unità vendute), i decespugliatori un passivo del 10% (273 mila), mentre il saldo negativo delle motoseghe è pari al 14,3% in ragione di quasi 369 mila mezzi venduti. Le macchine tagliasiepi calano del 24,4% (94 mila), mentre più contenuto è il passivo per i trattorini (-4,2% in riferimento a 22.700 macchine).

In leggera crescita risultano i mezzi zero turn per uso hobbistico (+0,6% a fronte di 1.550 unità) mentre in aumento rispetto al 2021 risultano solo le potatrici ad asta (quasi 26.500) che chiudono con un attivo del 10%.

Al di là dei fattori meteorologici e geopolitici, non prevedibili, Comagarden si aspettava una certa flessione delle vendite nel corso dell'anno come assestamento del mercato dopo i forti incrementi avuti nelle ultime due stagioni, quando l'emergenza covid aveva prodotto un maggiore investimento da parte delle famiglie nel gardening hobbistico. «Ciò che preoccupa i costruttori», spiega Renato Cifarelli, presidente di Comagarden, «è il calo della domanda nella fascia media del mercato che ha i numeri più importanti e che registrava un trend crescente. Se questo andamento dovesse confermarsi anche nel nuovo anno avremmo un mercato sempre più polarizzato tra mezzi di fascia alta da una parte, costosi e accessibili a pochi, e prodotti economici dall'altra, spesso di bassa qualità e realizzati in quei Paesi che esportano tecnologie poco affidabili anche in termini di sicurezza. La concorrenza dei prodotti a basso costo», aggiunge Cifarelli, «è un tema centrale al di là delle attuali oscillazioni del mercato, perché le industrie italiane ed europee sono tenute al rispetto di normative comunitarie sempre più esigenti, e questo comporta investimenti che incidono sul prezzo finale dei nostri macchinari e rischiano di ampliare ancora di più la forbice con quelli realizzati fuori dall'Unione Europea».

EASY LIFE, EASY SPRAYERS.



BATTERIA
AL LITIO
O AL
PIOMBO

IRRORATRICI E NEBULIZZATORI DA GIARDINO FERRARI GROUP

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

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

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



 **FERRARI**[®]
group

FERRARI GROUP S.R.L.

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

Obbligatorio non sbagliare nulla o quasi. Il rivenditore corre su un filo sottile, fra la tentazione forte di incamerare macchine di qualità relativa più altri rischi. Uno su tutti è la chiave per una vendita da manuale

«ALLEATI DEI CLIENTI, NON AVVERSARI...»

Varie panoramiche. Luca Portioli disegna i suoi scenari. Li approfondisce. Ci va dentro, dall'alto della sua grande esperienza nel settore dell'automotive. Tante fotografie, in un mercato in cui bisognerebbe sbagliare il meno possibile. Specie ora.

OCCHIO ALL'EQUILIBRIO. «Io sono dell'idea che in una trattativa non bisogna premere troppo sull'acceleratore. Altrimenti si corre il rischio di dar l'impressione di essere di parte. Invece per me serve un atteggiamento più professionale, forse anche più distaccato. Più generalista. Quasi fossimo dalla parte di chi compra. Quindi del consumatore. Dobbiamo per certi versi essere suo alleato, non un avversario. "Ti capisco, ti comprendo. A mio parere sarebbe questa la soluzione migliore per le tue vere necessità". Ma sempre con un certo atteggiamento, anche fonico, di un

certo modo. Nessuna prepotenza, nessuna assertività. Autorevolezza sì, ma ci si ferma lì. Con una voce rassicurante. Dobbiamo rassicurare il nostro cliente. Deve capire che è in buone mani. Che sta spendendo bene i suoi soldi faticosamente risparmiati. Nel miglior modo possibile, a fronte delle sue esigenze. Quel che spesso non coincide coi desideri del cliente, il più delle volte in contrapposizione con le proprie possibilità patrimoniali. Bisogna legarsi al consumatore, in modo tale da farlo sentire partecipe».

IL PENDOLO DEL PREZZO. «La leva del prezzo è sempre più determinante, anche se tante volte il cliente poi s'accorge che la soluzione economica era quella meno adatta a lui. Vero, ha speso quel che credeva ma alla fine l'obiettivo non l'ha raggiunto. E lì subentra il professionista che, nei limiti di quelle che sono le sue disponibilità, lo indirizza verso il miglior prodotto possibile. Se il cliente ci chiede un decespugliatore da mille euro ed ha duecento metri di giardino bisogna farlo ragionare con determinati modi e fargli capire che per le sue necessità, pur stando nel segmento premium, si può tagliare l'erba del proprio giardino anche con un prodotto decisamente meno performante. A parità di qualità però. Attenzione. Perché se gliene vendi uno di qualità scadente è chiaro che l'utilizzatore qualche domanda se la farebbe».

BIVIO PERICOLOSO. In un contesto così la tentazione è anche quella di rifugiarsi nei prodotti a basso prezzo. «Certo che il rischio c'è. È la strada più breve e meno macchinosa da intraprendere,



ma è una linea che nasconde delle avversità. Di sicuro non è una scelta vincente a lungo andare. Non è premiante. Lui può anche dire "ma io nel mio punto vendita ho una linea entry level ed una linea premium". Il ragionamento spesso è questo. Sì o no? Sì, nel senso che sei tu rivenditore a dover avere un atteggiamento più professionale ed essere pertanto un consulente. Un commercialista. Prima viene la consulenza, poi la vendita. È normale che ci si trovi davanti ad un personaggio che non riesci proprio a dissuadere, ma fa parte del corredo delle richieste dell'acquirente. Il consulente alle vendite è tanto più efficace quanto riesce a catturare la fiducia del consumatore. Se siamo in un negozio in cui c'è un vai e vieni tutti i giorni il personale, punto primo, non ha il tempo di attuare questa strategia. E, punto secondo, magari neanche la conosce. Terzo, magari ragiona ancora diversamente vedendo in fondo che in negozio entra una persona ogni cinque secondi e quindi ai suoi occhi non c'è niente che non vada e niente quindi da cambiare nel suo modo di fare. Il tempo limite? Dipende naturalmente dall'argomento e dalla macchina in questione. Se serve fare un impianto di irrigazione ci vuole del tempo. Se serve invece la lama di una motosega ovviamente ce ne vuole molto meno».

LA SITUAZIONE. «La gente è sul chi va là. Incerta. Con meno sprint, quello è sicuro, rispetto a fine anno. Sarà la situazione generale, saranno i costi che si stanno facendo più difficili da sostenere per la progressività e la continuità della spirale inflazionistica. Investire sul proprio punto vendita? È una strada che va percorsa, che poi sia la migliore non saprei dirlo. È un percorso certamente attuabile, ma se sia la scelta perfetta non sono in grado di dirlo. Difficile per lo specialista fare un business plan, il consumatore è talmente legato a queste variabili. Sempre più pesanti e sempre più numerose. È come una gara ad ostacoli che piano piano va ad indebolirlo sotto il profilo finanziario».

ERRORI DA EVITARE. «Vietato di avere in testa il concetto di convincimento, questa è un'affermazione verbale novecentesca. Non è più il tempo. Cambia anche il lessico. Quindi bisogna prima di tutto entrare in armonia con il cliente e lo si fa girare per il negozio prendendolo per mano. E si cercherà, insieme a lui, di individuare le proprie possibilità e quindi le sue necessità. Ma è prima



di tutto la fiducia che va guadagnata. Va creato un certo pathos col consumatore. Altrimenti diventa una vendita molto fredda, quindi anche forzata. Dipende da tanti fattori. Dalla competenza che hai, da dove sei posizionato. Se sei nascosto chiaro che sul cliente devi lavorare di più, se sei fronte strada sul cliente puoi anche agire meno perché hai investito di più sull'immagine. Se il potenziale tuo cliente fa una curva e gli si presenta davanti il negozio non è certo come andare a cercare il rivenditore in un determinato vicolo o in un certo paesino. In certi negozi visibili devi inoltre mettere in preventivo che può entrare da te gente anche per la prima volta. Anche gente che la mattina si alza senza avere la necessità di acquistare nulla e quindi non in atteggiamento-garden, ma incrociandoti sulla sua strada la molla può anche scattare.

Vedi il negozio bello illuminato, sei lì a pochi metri, a quel punto un'occhiata la vai a dare. Magari prendo qualcosa, così per i miei lavori di potatura ho già la lama pronta. Un fattore che conta tantissimo. Un vantaggio l'alta permissività. Un posto che per certi versi può anche sopperire ad una certa mancanza di professionalità, perché sempre affollato e quindi senza troppo tempo per seguire tutti al meglio. Come la differenza fra un ristorante nascosto in una valle ma che fa da mangiare in maniera sublime che quindi vai a cercare perché sei tu che lo vuoi scovare o lo vuoi sperimentare e il classico ristorante che trovi sulla strada in cui entri semplicemente perché passi di lì giusto all'ora di pranzo. Sono due cose diverse. Mi raccomando: il punto vendita sempre ben illuminato. Regola numero uno».

La tre giorni di Milano ha confermato il ruolo di primo piano della fiera, popolata di visitatori dall'alto peso specifico. Professionisti del verde, più una notevole presenza estera. Davvero un grande successo la sesta edizione. Di pubblico e di consensi

PILASTRO-MYPLANT, VOTO DIECI E LODE

È piaciuta a tutti Myplant. Tutto il mondo del verde a Milano, soprattutto i visitatori giusti. Professionisti veri. Giardinieri. Manutentori. E il mercato a pedalare forte. Bel segnale, alle soglie della primavera. Bell'atmosfera nei vari padiglioni. Bell'edizione la sesta, anche con tanti attori esteri. Dall'Olanda, dalla Danimarca, dalla Germania, dalla Francia. E tanti visitatori, tutti dall'alto peso specifico. In tutto ventitremila, con 655 espositori, sparsi lungo tre giorni e quarantacinquemila metri quadrati fra tre padiglioni. Prodotti, soluzioni, progetti, contatti e idee per alimentare un business di qualità che a Myplant ha fruttato molti ordinativi, intercettato clienti e canali potenziali, rinvigorito relazioni sbiadite o distanti, gettato le basi per costruire alleanze, valutare nuove strade e sperimentare nuove soluzioni imprenditoriali. Confermando le date di febbraio, quella del 2024 sarà dal 21 al 23, l'organizzazione di Myplant & Garden ha riproposto con grande forza e autorevolezza l'Italia quale riferimento imprescindibile, commerciale ma anche produttivo, logistico e culturale, nel contesto fieristico dell'industria e dei mercati internazionali del verde.

GRANDE FOTOGRAFIA. Myplant è stata in grado di organizzare l'arrivo di 150 delegazioni ufficiali di buyer internazionali da trenta Paesi, soprattutto dall'Europa, il principale mercato di sbocco dei prodotti italiani con l'84% dell'export.



Il 44% dei quali dall'Est Europa, dal bacino meridionale del Mediterraneo e dal Medio Oriente. In termini generali, la provenienza degli espositori è stata per l'80% dall'Italia. A guidare le classifiche regionali, spicca la Lombardia, seguita da Veneto, Toscana ed Emilia-Romagna. E più di duecento giornalisti, anche esteri. Soprattutto da Olanda, Germania e Spagna. «Ciò che è accaduto», il quadro degli organizzatori, «è qualcosa di straordinario. Le aziende hanno risposto al richiamo di Myplant riconoscendone il valore. E i visitatori si sono mobilitati. Le energie messe in campo da tutti si sono sommate e moltiplicate. Abbiamo attivato nuove eccellenti collaborazioni, avviato progetti nuovi da sviluppare e irrobustito la solidità di molte situazioni. Lavoriamo già su alcuni aspetti da rafforzare e ingrandire, anche in termini di spazi espositivi, nei padiglioni di FieraMilano Rho nei prossimi anni».



INFINITI ORIZZONTI. Largo poi alle soluzioni d'avanguardia, nel solco della digitalizzazione, del carbon free e del risparmio energetico, con proposte in grado di coniugare l'aumento di produttività ed efficienza con la riduzione di costi, sprechi, rischi e con centraline che leggono le esigenze idriche delle piante, i vertical garden plug&play, le nuove generazioni di silenziosi robot tagliaerba a batteria con enorme autonomia di tempo e spazio, gli strumenti di misurazione e disegno degli spazi interni ed esterni basati sul movimento, i laser-scanner per il censimento degli alberi, uniti al monitoraggio della salute delle piante anche da satellite, con valutazione dei rischi, delle malattie, delle potature da eseguire lungo i corridoi e le infrastrutture, nonché di offrire i trend sulla salute delle foreste urbane; le tecnologie ambientali per l'abbattimento di polveri, odori, e calore, sistemi di diffusione capillare di sensori, modulabili, flessibili e implementabili, per analisi delle micro-dinamiche dei siti, strumenti per la gestione dei parametri di irrigazione e nutrizione, registrazione delle cure agronomiche, prodotti in grado di gestire impianti di irrigazione in vivaio e in piano cam-

po con connessioni via radio, laddove non arriva la copertura internet, applicazioni che consentono il risparmio idrico ed energetico, macchinari che utilizzano sistemi automatici di potenza elettrica per traino umano e animale, carrelli con luci a Led controllate da App e progettate per stimolare la germinazione, l'innesto e la gestione delle fasi di sviluppo delle piante nel vertical-farming. Non è mancata l'offerta di soluzioni per l'indipendenza e la sostenibilità energetica per le imprese del settore, per auto-produrre energia pulita da impianti fotovoltaici da utilizzare e, nel caso, condividere coi membri di una comunità energetica. «Siamo molto soddisfatti», il bilancio di Myplant, «dei feedback diretti e indiretti ricevuti da parte di espositori, visitatori, buyer. Lavoriamo insieme alle aziende, alle associazioni, ai consorzi, agli esperti del settore tutto l'anno per poter dare vita a uno dei più importanti e decisivi eventi espositivi e culturali internazionali – affermano gli organizzatori. Molto presto saremo al lavoro per garantire a imprese e operatori il miglior palcoscenico possibile perché sviluppino affari, relazioni e nuovi contatti con la prossima edizione».



V E T R I N A



HUSQVARNA

**P 525DX, produttività senza fine
E la manovrabilità va di pari passo**

Husqvarna P 525DX è il trattorino tagliaerba frontale diesel ad alta capacità che offre manovrabilità e produttività imbattibili in ambienti complessi e stretti, nonché in aree di dimensioni maggiori. La trasmissione commerciale graduata offre trazione e stabilità in pendenza senza compromessi. Le dimensioni compatte della macchina e l'elevata velocità la rendono adatta sia per applicazioni fisse che mobili per comuni, appaltatori, agenzie immobiliari.

Grazie al piatto di taglio frontale l'operatore ha una perfetta visuale dell'area di lavoro. Ciò significa capacità di taglio ottimizzata e accessibilità sotto panche o cespugli. Componenti di lunga durata per una solida durata e tempi di fermo ridotti. Accessori quali spazzaneve, spazzolatrice oppure trincia garantiscono una maggiore produttività tutto l'anno. Husqvarna P 525DX viene fornito senza piatto e può essere equipaggiato con piatti di taglio Combi da 132 e 155 cm. Kit idraulico incluso.



PELENC

**Excelion 2 è perfetto con ogni impugnatura
Ideale per ogni situazione di lavoro**

Excelion 2 è il nuovo decespugliatore professionale a batteria Pellenc, disponibile sia nella variante a impugnatura singola che con impugnatura doppia. Alimentato dalle batterie multifunzione agli ioni di litio Pellenc, e dotato di motore brushless in grado di assicurare un alto rendimento (fino al 93%) con ingombri e vibrazioni ridotte al minimo, Excelion 2 può essere utilizzato senza limiti di orario anche nelle zone particolarmente sensibili all'inquinamento acustico, grazie alle bassissime emissioni sonore. Excelion 2 è ideale in ogni situazione di lavoro e in presenza di ogni tipo di vegetazione, dallo sfalcio dell'erba fino al taglio di arbusti, grazie alla vasta scelta di lame utilizzabili e intercambiabili in modo rapido.

CAMPAGNOLA

**I numeri danno sempre ragione a Kronos 58
Seicento tagli, per un'intera giornata di lavoro**



Kronos 58 è un potatore elettrico a catena utilizzabile in connessione con tre dimensioni di asta fissa, raggiungendo una lunghezza totale di 190 o 230 cm. Un selettore permette di scegliere fra sei velocità della catena. Alimentato dalla batteria LI-ION 700, inserita nel comodo zaino, con una ricarica Kronos 58 garantisce circa 600 tagli di 10 cm di diametro, che corrispondono ad una giornata di lavoro circa. La stessa batteria può alimentare gli abbacchiatori della LINE 58. Potente motore brushless da 1200 W, lubrificazione automatica della catena con pompa meccanica separata, motore posizionato nella parte inferiore dell'asta. La corretta pressione sul ramo è indicata da un led. Verde ad indicare pressione corretta, rosso se eccessiva. Protezione elettronica contro il sovraccarico del motore. Grande comfort fra leggerezza, silenziosità, assenza di vibrazione.

GRIN

**SPM53 KW, facile da manovrare anche in piccoli spazi
Grande velocità di taglio, anche davanti ad erba alta**

SPM53A KW è stata grande protagonista dello stand Grin. Tre ruote, motore decentrato e ideale per la manutenzione in erba molto alta, la macchina è particolarmente apprezzata per la sua velocità di taglio (2.000 mq/h) anche in situazioni difficili. Il motore professionale Kawasaki è dotato di un sistema di lubrificazione forzata che permette il taglio anche su pendenze importanti, senza problemi di pescaggio dell'olio. La ruota pivotante anteriore bloccabile, le ruote posteriori Grip Grin Maxi e l'ottimale bilanciamento dei pesi rendono la macchina molto agile e facile da manovrare nei piccoli spazi, sui terreni sconnessi o in pendenza. L'assetto a tre ruote consente tagli efficaci anche in prossimità di alberi o altri ostacoli.



CORMIK

**DPB-2600 è compatto, leggero e maneggevole
Novità 2023, una delle tante nei piani di Echo**

Tante le novità del 2023 nel comparto delle macchine professionali Echo. Almeno cinque i modelli a batteria, a partire dal soffiatore DPB-2600 della gamma XSeries. Estremamente compatto, leggero e maneggevole, appena 2,6 kg di peso, elevate prestazioni. Lo studio del nuovo design e l'elevata potenza del motore hanno consentito di aumentare il diametro del tubo di uscita dell'aria, a favore di un maggior volume d'aria spostato. Con una potenza del 35% rispetto al precedente DPB-600. La grande innovazione di DPB-2600 sta nel fatto di aspirare aria da entrambi i lati, con un design a Y denominato TWYND che consente un afflusso d'aria doppio rispetto al solito. Questo permette di avere le due ventole di dimensioni più piccole a favore di un design più compatto e leggero. DPB-2600 è ideale ad un giardiniere professionista che desidera una macchina molto leggera e compatta ma allo stesso tempo molto performante.



PERUZZO

**TB 50, la produttività al primo posto
Ridotte dimensioni, super prestazioni**

Il cippatore TB 50 è una macchina robusta e di ridotte dimensioni, destinata al taglio di rami secchi fino a 5-6 cm di diametro e rami umidi fino a 6-7 cm. Impiegata principalmente da utenti privati, noleggiatori e piccoli manutentori del verde, è la macchina ideale per la cippatura di potature di piccola grandezza, pur mantenendo una elevata produttività di lavoro. Il tamburo di taglio di cui dispone la macchina è formato da due lame ad alta resistenza, reversibili e alle quali si aggiunge poi una controlama anch'essa in acciaio temperato. A seconda del prodotto lavorato, questo viene espulso dalla bocca di scarico del cippatore ad una altezza di 142 cm e a 2/3 metri di distanza, agevolando quindi lo scarico all'interno di cassoni o appositi contenitori. Azionata da motore a scoppio a marchio Honda o in alternativa Briggs&Stratton con trasmissione a cinghia, l'accensione è a strappo ma viene agevolata dalla puleggia centrifuga di serie montata sull'albero motore.



V E T R I N A

STIHL

**BGA 300 è pura potenza per grandi aree
Efficiente in ogni contesto, sempre silenzioso**

Il soffiatore a batteria BGA 300 è il primo e allo stesso tempo il più potente soffiatore spalleggiato a batteria di Stihl per l'uso professionale in aree sensibili al rumore. Grazie alla potenza di soffiaggio e alla velocità dell'aria elevata, è la soluzione ideale per la pulizia efficiente di grandi aree, anche con foglie bagnate e pesanti. L'esclusivo Stihl Silencer System lo rende particolarmente silenzioso durante il funzionamento. Gestione ottimale dell'energia attraverso la regolazione variabile della potenza di soffiaggio tramite quattro livelli di potenza predefiniti (livello 1-3 / boost) sull'impugnatura di comando. Massima flessibilità grazie alla regolazione rapida della lunghezza del tubo di soffiaggio e della posizione di impugnatura. Distribuzione ergonomica del peso grazie al sistema di trasporto con cinturone e al baricentro vicino al corpo della batteria AR L a zaino. Batteria AR L a zaino non fornita in dotazione.



MINELLI ELETTROMECCANICA

**EnerQ5, il potatore cordless d'alta qualità
L'innovazione al centro di tutto**

EnerQ5 di Minelli Elettromeccanica è un leggero, potente e innovativo potatore cordless a batteria realizzato su asta telescopica di 180-280 cm con relativo sistema di bloccaggio. Dotato di motorizzazione Brushless, lubrificazione automatica, barra da 7" e catena da 1.1 - 1/4 con caratteristiche e performance di taglio paragonabili ad una motosega a motore endotermico. In dotazione due batterie al litio 21V 5,2 Ah e carica batterie. Autonomia di circa due ore a batteria, in funzione della tipologia di legno.



BRUMAR

**PH1420E EGO Power+, leggerezza al potere
Molto potente e performante, a qualsiasi altezza**

Con il nuovo multiutensile PH1420E EGO Power+, ancora più leggero grazie all'asta motore in fibra di carbonio, è possibile con facilità passare da un accessorio all'altro senza alcuno attrezzo e raggiungere qualsiasi altezza grazie alla prolunga opzionale in fibra di carbonio. Con una struttura robusta, perfettamente bilanciata, leggera ed un potente motore brushless ad alta efficienza, alimentato dall'innovativa batteria Arc Lithium a 56V, fornisce tutta la potenza necessaria senza fumi nocivi e con meno rumore rispetto ai tradizionali utensili a benzina.



KRESS

8-minute CyberSystem, la batteria sempre più al potere Tremila cicli di carica, otto anni di garanzia

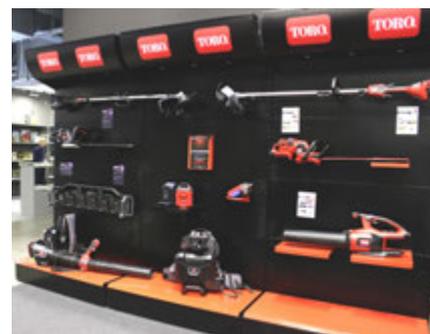
8-minute CyberSystem ha dominato lo stand di Kress, novità assoluta nel mercato della batteria. In grado di lavorare al doppio della potenza delle batterie attuali ed una vita utile di 3.000 cicli di carica e scarica, fino a dieci volte più delle batterie convenzionali che operano in condizioni di massima potenza. Con un sistema di ricarica indipendente da prese elettriche che fornisce autonomia per un'intera giornata di lavoro a due o tre operatori professionisti. Grazie agli otto anni di garanzia o ai 3.000 cicli il sistema diventa, oltre che un reale sostituto dell'attrezzatura a batteria, anche economicamente sostenibile. Il costo mensile del gruppo batteria Kress è più basso del costo di esercizio di qualsiasi prodotto a benzina o miscela. In più Kress ha voluto inserire un nuovo modello di business per la sua rete di concessionari. Otto minuti, per aprire nuove frontiere.



PRATOVERDE

Easy Power, ad ogni prodotto la sua batteria Gamma Flex-Force Power System, su il sipario

Le batterie Easy Power sono intercambiabili su tutta la gamma Flex-Force Power System. Le prestazioni sono ottimizzate per ogni prodotto e applicazione, in modo da ottenere sempre il massimo. Estrema innovazione grazie al design 3P per triplicare la potenza, con prestazioni ancor più elevate e la possibilità di spingere i propri strumenti con più forza e più a lungo. La maniglia per il trasporto integrata dà un'ulteriore mano, con un facile passaggio da uno strumento all'altro e da un'attività all'altra. La batteria L108 è perfetta per strumenti a mano e giardini di piccole dimensioni, la L135 è indicata per prodotti destinati anche alla falciatura, la L216 in particolare per la rifilatura e la soffiatura, la L324 per giardini di medie dimensioni con alimentazione sufficiente anche per rifinitura e soffiatura, la L405 per giardini anche grandi. Consigliata anche per l'uso con la neve.



FIABA

AE1300HEU, i nuovi confini della carotatura Anche in retromarcia, ok anche sui bordi

Il carotatore idrostatico AE1300HEU di Billy Goat, marchio distribuito in Italia da Fiaba, combina una larghezza di lavoro di 76 cm ad una velocità fino a 6,9 km/h che permette di carotare 1000 metri quadri in appena 15 minuti. Inoltre non è più necessario sollevare il gruppo di lavoro quando si curva, si può carotare anche in retromarcia, ed è possibile seguire i bordi del prato con facilità. Tutto è stato pensato per migliorare la quantità e qualità della carotatura rispetto alle macchine a rullo tradizionali. Grazie ad AE1300HEU sarà possibile carotare in un solo passaggio, usando una sola macchina ed un solo operatore.



V E T R I N A



AL-KO

**MH 2500 SLICE, in primis compatto e versatile
Prestazioni garantite, eccellente per il privato**

AL-KO MH 2500 SLICE è il biotrituratore a lame compatto e versatile con motore da 2500 W in grado di tritare senza problemi rami con diametro fino a 40 mm. Equipaggiato con ruote di trasporto per facilitare gli spostamenti in giardino e con sacco di raccolta da 50 litri. Le lame sul disco di triturazione hanno doppio tagliente, consumato il primo tagliente possono essere facilmente e velocemente capovolte per ripristinare la capacità di taglio ed allungarne la durata. Completa la dotazione di serie il pratico pestello per aiutare l'introduzione del materiale da tritare all'interno della tramoggia. Col biotrituratore AL-KO MH 2500 Slice è possibile sminuzzare gli scarti verdi del giardino per riutilizzarli in maniera ecologica. Strumento ideale per utilizzatori privati.

ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI

**NextTech, la nuova generazione di robot
Perfette anche nelle aree più difficili**

L'innovativa generazione di robot rasaerba NextTech viene completata da ulteriori modelli, dotati di quattro ruote motrici che permettono ai robot di muoversi in maniera dinamica ed agile. Senza slittamenti, ideali quindi per il taglio di erba su terreni particolarmente irregolari, impegnativi e con forti dislivelli. I best seller già flessibili e snodati B X.4, L X.4 ed L X.6 si evolvono e diventano anche off road, in grado quindi di gestire anche aree difficili. Fra i vari modelli anche NextTeCH B X4, capace di gestire in modo ottimale terreni irregolari fino a 2.200 mq anche con salite importanti. Fino al 60%. Progettato per lavorare in situazioni complesse grazie alle quattro ruote motrici gommate, il robot riesce a raggiungere qualsiasi zona del giardino, bordi compresi, con la certezza di un taglio d'erba netto uniforme grazie al suo snodo che distingue la piattaforma "intelligente e snodata".



JOHN DEERE

**E-Cut full-Electric e Z315E in primissima fila
La rotta è tracciata, il prossimo traguardo nel 2026**

John Deere ha ampliato le sue opzioni elettriche lanciando una nuova singola elicoidale da green e due quintuple fairway ibride, in più ha introdotto un nuovo rastrello utility da bunker e la rinnovata serie Z300 di Ztrak ad uso domestico. La nuova 225 E-Cut full-Electric e la Z315E sono state anche esposte in anteprima nazionale nell'ultima edizione di MyPlant & Garden. Disponibili in due modelli, 185 e 225 E-Cut, offrono una soluzione sostenibile ad emissioni zero. Le nuove quintuple ibride da fairway E-Cut 6700A e 7700A sono le prime ibride a teste pesanti "QA7" che John Deere offre come soluzione congeniale per la gestione delle macro-terme. Sull'aggiornata gamma delle Ztrak serie Z300, invece, sarà implementata la versione full-Electric introdotta nel 2024 anche in Europa. Il programma è avere almeno undici modelli full-Electric entro il 2026 nelle varie categorie di prodotto fra trattorini domestici, trattori compatti, tosaerba professionali, veicoli utilitari e macchine per Golf & Sport.



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																	
<p>EINHELL ITALIA Srl Web: www.einhell.it Email: info@einhell.it</p> <p style="text-align: right;">FREELEXO+</p> <p>FREELEXO+ di Einhell della serie Power-X-Change può essere combinato con tutte le batterie del sistema. FREELEXO+ è controllato tramite app o con l'intuitiva tastiera con display LCD. Il sistema di sensori di sicurezza lo proteggono dagli impatti, inclinazione e sollevamento. Sensore pioggia integrato. Ha una funzione di regolazione dell'altezza di taglio tra 20 mm e 60 mm ed è adatto per pendenze fino al 35%.</p>																	
FREELEXO	€649,95	1100	700X500X300		A	DIPENDE DA BATTERIE	3	2	2	18	2 - 6	35%	SI	AUTOMATICA	13	MATERIALE PLASTICO	INCLUSA
FREELEXO+	€739,95	1100	700X500X300		A	DIPENDE DA BATTERIE	3	2	2	18	2 - 6	35%	SI	AUTOMATICA	13	MATERIALE PLASTICO	INCLUSA
FREELEXO 300 - SOLO	€664,95	300	700X500X300		A	DIPENDE DA BATTERIE	3	2	2	18	2 - 6	35%	SI	AUTOMATICA	13	MATERIALE PLASTICO	INCLUSA
FREELEXO 450 BT-SOLO	€759,95	450	700X 500X300		A	DIPENDE DA BATTERIE	3	2	2	18	2 - 6	35%	SI	AUTOMATICA	13	MATERIALE PLASTICO	INCLUSA
FREELEXO 800 LCD BT - SOLO	€839,95	800	700X500X300		A	DIPENDE DA BATTERIE	3	2	2	18	2 - 6	35%	SI	AUTOMATICA	13	MATERIALE PLASTICO	INCLUSA



TECNO GARDEN[®]

RICAMBI • ACCESSORI • MACCHINE
da giardino

Via Cesare Battisti 59/D
35010 Limena, Padova

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

tecnogarden@tecnogarden.com
www.tecnogarden.com

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																	
<p>Distribuito da: FERCAD SPA web: www.husqvarna.it email: husqvarna@fercad.it</p> <p style="text-align: center;">AUTOMOWER® 435X AWD</p> <p>Husqvarna Automower® 435X AWD: un pioniere nel mercato dei raserba 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.</p>																	
105	€1.390,00	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	€1.612,00	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	2.165,00	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	2.421,00	1500 m2	57x43x25	Si	Li-ion	70 min	38 cm/s		2	22	2-5	40%	si con pin e allarme	A	9,4	ASA	SI
405X	2.190,00	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	2.921,00	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	3.016,00	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	3.827,00	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	6.217,00	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	3.827,00	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
450X	5.003,00	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	3.773,00	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	5.450,00	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	7.243,00	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	6.343,00	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



SCOPRI L'ARCHIVIO

MG

SU WWW.EPT.IT



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

WIPER

WIPER

web: www.wipercompany.com

SERIE K AWD

Quattro ruote motrici per una performance in pendenza di un vero e proprio 4x4. La nuova serie "K AWD" supera pendenze fino al 65%, segue alla perfezione l'andamento del terreno. La parte anteriore, collegata all'attrazione tramite un giunto snodato, comprende il gruppo di taglio oltreché le sicurezze attive e i sensori rilevamento urto.



POP 3	€ 640,00	300 mq	55x36x23	SI*	2,0 Ah	1h 10'	18 m/min	Random	2 WD	18	2,0 - 6,0	36%	pin code	Automatica	7,7 Kg	ABS	Si
POP 5S	€ 730,00	500 mq	55x36x23	SI*	2,0 Ah	1h 10'	18 m/min	Random	2 WD	18	2,0 - 6,0	36%	pin code	Automatica	7,7 Kg	ABS	Si
BLITZ 2	€ 1.191,00	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 4	€ 1.258,00	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 6	€ 1.104,00	600 mq	42x29x22	SI*	5,0 Ah	2h	28 m/min	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	7,1 Kg	PP+FV	Si
I70	€ 1.192,00	700 mq	42x29x22	SI*	5,0 Ah	2h	28 m/min	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	7,2 Kg	PP+FV	Si
I100S	€ 1.505,00	1000 mq	42x29x22	SI*	5,0 Ah	2h	28 m/min	GPS-assisted	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	pin code+geofence	Automatica	7,1 Kg	PP+FV	Si
I100R	€ 1.501,00	1000mq	42x29x23	SI*	5,0 Ah	4h	28 m/min	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	7,5 Kg	PP+FV	Si
I130S	€ 1.786,00	1300 mq	42x29x22	SI*	5,0 Ah	2h	28 m/min	GPS-assisted	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	pin code+geofence	Automatica	7,5 Kg	PP+FV	Si
I140	€ 1.868,00	1400 mq	53x38x26	SI*	5,0 Ah	3h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	11 Kg	ABS	Si
I180S	€ 2.171,00	1800 mq	53x38x26	SI*	5,0 Ah	3h	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	25	2,5 - 7,0	45%	pin code+geofence	Automatica	11 Kg	ABS	Si
I250	€ 2.559,00	2500 mq	53x38x26	SI*	5,0 Ah	3h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	13 kg	ABS	Si
I350S	€ 3.278,00	3500 mq	53x38x26	SI*	10,35 Ah	6h	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin code+geofence	Automatica	13 Kg	ABS	Si
K Light	€ 2.686,00	800 mq	63x46x30	SI*	3,45 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	€ 2.841,00	1200 mq	63x46x30	SI*	6,9 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	€ 2.968,00	1800 mq	63x46x30	SI*	10,35 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
K AWD Medium	€ 3.268,00	1200mq	63x46x30	SI*	6,9 Ah	3 h	30 m/min	Random-Spiral	4 WD	25	3,0 - 7,5	60%	pin code	Automatica	15,3 Kg	PP+FV	Si
K AWD Premium	€ 3.413,00	1800mq	63x46x30	SI*	10,35 Ah	4 h	30 m/min	Random-Spiral	4 WD	25	3,0 - 7,5	60%	pin code	Automatica	15,6 Kg	PP+FV	Si
K S Medium	€ 3.689,00	1800 mq	63x46x30	SI*	6,9 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
K S Premium	€ 3.816,00	3200 mq	63x46x30	SI*	10,35 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
K S Extra Premium	€ 4.133,00	3200 mq	63x46x30	SI*	10,35 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
K S AWD Medium	€ 4.134,00	1800mq	63x46x30	SI*	6,9 Ah	2 h 45'	30 m/min	GPS-assisted	4 WD	25	3,0 - 7,5	60%	pin code+geofence	Automatica	15,5 Kg	PP+FV	Si
K S AWD Premium	€ 4.261,00	3200 mq	63x46x30	SI*	10,35 Ah	3 h 45'	30 m/min	GPS-assisted	4 WD	25	3,0 - 7,5	60%	pin code+geofence	Automatica	15,8 Kg	PP+FV	Si
K S AWD Extra Premium	€ 4.578,00	3200 mq	63x46x30	SI*	10,35 Ah	3 h 45'	30 m/min	GPS-assisted	4 WD	25	3,0 - 7,5	60%	pin code+geofence	Automatica	15,8 Kg	PP+FV	Si
XXL S Ultra	€ 4.676,00	6000 mq	78x53x33	SI*	10,35 Ah	4 h	35 m/min	GPS-assisted	2 WD	36	2,5 - 6,5	45%	pin code+geofence	Automatica	18 Kg	PP+FV	Si
XXL S AWD Ultra	€ 5.121,00	6000 mq	78x53x33	SI*	10,35 Ah	4 h	35 m/min	GPS-assisted	4 WD	36	3,0 - 7,5	60%	pin code+geofence	Automatica	18 Kg	PP+FV	Si
XXL S RTK Ultra	€ 5.206,00	10000 mq	78x53x33	SI*	10,35 Ah	4 h	35 m/min	RTK system	2 WD	36	2,0 - 6,5	45%	pin code+geofence	Automatica	18 Kg	PP+FV	Si
F 28	€ 2.744,00	2800 mq	58x50x29	SI*	7,5 Ah	3 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	15,3 Kg	ABS	Si
F 35 S	€ 3.540,00	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	€ 4.032,00	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

SERIE YARD

La serie Yard è stata progettata per chi desidera rendere automatico il taglio di grosse superfici, riducendo nel complesso i costi di gestione (manodopera e manutenzione) potendo nel frattempo disporre di una area verde sempre costantemente rasata. Yard è da sempre un robot al top delle performances, sia che per le grandi superfici e l'uso per il verde sportivo.



P 70 S	€ 4.531,00	7000 MQ	70x49x30	SI*	15 AH	7 h	35 m/min	GPS-assisted	2 WD	36	2,4 - 6,4	35%	Pin code+Geofence	Automatica	18,4 Kg	ABS	Si
YARD 1000S	€ 12.308,50	10000 mq	120x97x37	SI*	30 Ah	6 h	40 m/min	GPS-assisted	2 WD	84	2,5 - 8,5	35%	Pin code+Geofence	Automatica	45 kg	ABS carbonio	Si
YARD 2000S	€ 14.924,70	20000 mq	120x97x37	SI*	60 Ah	11 h	40 m/min	Random-Spiral	2 WD	84	2,5 - 7,0	35%	Pin code+Geofence	Automatica	49 kg	ABS carbonio	Si

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

ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI

ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI

web: www.ambrogiorobot.com
email: marketing@zcscompany.com

AMBROGIO TWENTY ZR

No installazione del filo perimetrale
Twenty ZR è il nuovissimo robot rasaerba semplice, compatto, leggero, potente e veloce, che non necessita dell'installazione del filo perimetrale. Il robot è dotato delle più innovative tecnologie, che gli consentono di gestire e di "mappare" il giardino apprendendo 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	-	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	-	Random-Spiral	4 WD	25	4,2-4,8	50%	NO	Manuale	8,6	ABS	-
GREENline - AMBROGIO L15 Deluxe		600 mq	420x290x220 mm	SI	5 Ah	2 h 00	-	Random-Spiral	2 WD	18	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	7,1	ABS	SI
GREENline - AMBROGIO L32 Deluxe		800 mq	540x450x252 mm	SI	2,5 Ah	1 h 00	-	Random-Spiral	2 WD	25	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	10,7	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L250i Elite	€3.700,00	3.200 mq	580x500x290 mm	SI	7,5 Ah	3 h 30 min	-	SDM	2 WD	29	2,5-7,0	45%	SI	Automatica	15,3	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L250i Elite S+	€4.190,00	5.000 mq	580x500x290 mm	SI	15 Ah	7 h 00	-	SDM	2 WD	29	2,5-7,0	45%	SI	Automatica	16,2	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L400i B	€12.900,00	10.000 mq	1.200x977x372 mm	SI	30 Ah	6 h 00	-	SDM	2 WD	84	2,5-7,0	45%	SI	Automatica	45,00	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L400i Deluxe	€15.300,00	20.000 mq	1.200x977x372 mm	SI	60 Ah	11 h 00	-	SDM	2 WD	84	2,5-7,0	45%	SI	Automatica	49,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty ZR	€1.520,00	1.000 mq	453x296x220 mm	SI	5,00 Ah	4 h 00	-	Random-Spiral	2 WD	18	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	7,5	ABS	SI
NEXT line - Twenty Deluxe	€1.230,00	700 mq	420x290x220 mm	SI	5,00 Ah	2 h 00	-	Random-Spiral	2 WD	18	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	7,1	ABS	SI
NEXT line - Twenty Elite	€1.560,00	1.000 mq	420x290x220 mm	SI	5,00 Ah	2 h 00	-	SDM	2 WD	18	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	7,2	ABS	SI
NEXT line - Twenty Elite S+	€1.790,00	1.300 mq	420x290x220 mm	SI	5,00 Ah	4 h 00	-	SDM	2 WD	18	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	7,5	ABS	SI
NEXT line - Twenty 25 Deluxe	€1.980,00	1.400 mq	534x263x386 mm	SI	5,00 Ah	3 h 00	-	Random-Spiral	2 WD	25	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	10,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty 25 Elite	€2.270,00	1.800 mq	534x263x386 mm	SI	5,00 Ah	3 h 00	-	SDM	2 WD	25	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	10,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty 29 Deluxe	€2.650,00	2.500 mq	534x263x386 mm	SI	5,00 Ah	3 h 00	-	Random-Spiral	2 WD	29	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	12,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty 29 Elite	€3.390,00	3.500 mq	534x263x386 mm	SI	10,00 Ah	6 h 00	-	SDM	2 WD	29	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	12,00	ABS	SI
NEXT line - AMBROGIO 4.0 Basic	€2.250,00		635X464X300 mm	SI			-	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	€3.190,00		635X464X330 mm	SI			-	SDM	NP	25	2,0-6,5	45%	SI	Automatica	15,50/5,80/15,80	ABS	SI
NEXT line - AMBROGIO 4.36 Elite	€3.890,00		784x536x330 mm	SI			-	SDM	NP	36	2,0-6,5	45%	SI	Automatica	18	ABS	SI
NEXT line - AMBROGIO 4.36 Elite RTK	€5.290,00		784x536x330 mm	SI		4 h 00	-	RTK	NP	36	2,0-6,5	45%	SI	Automatica	18	ABS	SI
NEXT line AMBROGIO 4.36 Elite RTK ANTENNA	€590,00																
NEXT line 4WD AMBROGIO 4.0 Basic 4WD	€2.750,00		635X464X300 mm	SI			-	Random-Spiral	NP	25	3,0-7,5	60%	SI	Automatica		ABS	SI
NEWX line 4WD AMBROGIO 4.0 Elite 4WD	€3.690,00		635X464X300 mm	SI			-	SDM	NP	25	3,0-7,5	60%	SI	Automatica		ABS	SI
NEXT line 4WD AMBROGIO 4.36 Elite 4WD	€4.390,00		522x816x358 mm	SI			-	SDM	NP	36	3,0-7,5	65%	SI	Automatica		ABS	SI
NEXT line - Power Unit LIGHT	€540,00	1.000* mq (4.0 Basic + Basic 4WD)			3,45 Ah	1 h 30 min											
NEXT line - Power Unit MEDIUM	€710,00	1.400* mq (4.0 Basic+4WD) - 2.200* mq (4.0 Elite+4WD)				6,9 Ah3 h (4.0 basic+4WD) - 2 h 45 min (4.0 Elite+4WD)											
NEXT line - Power Unit PREMIUM	€850,00	2.200* mq (4.0 Basic+4WD) - 3.500* mq (4.0 Elite+4WD)				10,35 Ah4 h (4.0 basic+4WD) - 3 h 45 min (4.0 Elite+4WD)											
NEXT line - Power Unit EXTRA PREMIUM	€1.190,00	3.500* mq (4.0 Elite+ 4WD)				10,35 Ah 3 h 45 min											
NEXT line - Power Unit ULTRA PREMIUM	€1.000,00	6.000 mq (4.36 Elite+RTK+4WD)				10,35 Ah 4 h 00											
NEXTline - QUAD Elite	€4.850,00	3.500 mq	533X533X333 mm	SI	10 Ah	2 h 30	-	SDM	4 ruote motrici e sterzanti	29	2,5-7,0	75%	SI	Automatica	18,5	ABS	SI

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

errezeta®

RICAMBI E ACCESSORI PER IL GIARDINAGGIO

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



ATTREZZATURE A BATTERIA



MODELLO	PREZZO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	DOTAZIONE	ACCUMULATORI (V / Ah)	ACCUMULATORI INTERCAMPIABILI	TIPO DI MOTORE (spazzole / brushless)	LUNGHEZZA LAMA CM	LUNGHEZZA ESTESA GRUPPO DI TAGLIO	BARRA CM / TIPO CATENA	PONITATA/VELOCITA' ARIA (m ³ /min/mi/s)	SCOCOA	SEMOVENTE	LARGHEZZA/ALTEZZA DI TAGLIO CM	CAPACITA' CESTO LT	RUMOROSITA' dB (A)	PESO KG
EINHELL www.einhell.it															
BATTERIE DIPONIBILI															
MODELLI PXC 18 V - 2 Ah - 49,95 € / 18 V - 2,5 Ah - 59,95 € / 18 V - 3 Ah PLUS - 72,00 € / 18 V - 4 Ah - 79,95 € / 18 V - 5,2 Ah PLUS - 99,95 € / CARICA BATTERIE RAPIDO 31,95 € / CARICA BATTERIE TWINCHARGER 59,95 € / CARICA BATTERIE ULTRARAPIDO 59,95 € / CARICA BATTERIE 4 POSTI 105,00 € / CARICABATTERIE ATTACCO AUTO 59,95 € / STARTER KIT BATTERIA +CARICA															
TAGLIASIEPI															
GECH 36/65 Li Solo	€ 184,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	72									2,8
GECH 18/60 Li - Solo	€ 119,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	67									2,44
GECH 1855/1 Li Solo	€ 99,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	55									2,44
GECH 1855/1 Li - KIT	€ 159,95	COMPLETA	18 V - 2,5 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE	62									2,6
GECH 1846 Li solo	€ 74,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	46									2
GECH 1846 Li Kit	€ 144,95	COMPLETA	18 V - 2,0 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE	46									2
GCCH 18/740 Li - Solo	€ 76,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	46									1,9
GECG 18 Li solo	€ 59,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									1
GECG 18/100 Li T - Solo	€ 109,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									0,7
GECG 18/100 Li - Solo	€ 84,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20									0,7
GCCG 3,6 li WT	€ 37,95	COMPLETA	3,6 V - 1,3 Ah	NO	SPAZZOLE	10									0,5
GCCG 3,6 Li	€ 49,95	COMPLETA	3,6 V - 1,3 Ah	NO	SPAZZOLE	10									0,5
TAGLIABORDI															
GECT 18 li SOLO	€ 67,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,8
GECT 18/30 Li - Solo	€ 92,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							30			2,1
GCCT 18/24 Li kit	€ 119,95	COMPLETA	18 V - 2,0 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,2
GCCT 18/24 Li P	€ 94,95	COMPLETA	18 V - 1,5 Ah-PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,2
GCCT 18/24 Li P Solo	#N/D	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							24			1,2
GECT 36/30 Li E Solo	€ 126,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							30			4,2
DECESPUGLIATORI															
AGILLO	€ 219,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS							30			6,5
AGILLO 18/200	€ 194,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE							30			6,8
MOTOSEGHE															
GE-LC 18 Li Kit	€ 209,95	COMPLETA	18 V - 3 Ah -PXC	SI	SPAZZOLE			25 / OREGON							3
GE-LC 18 Li SOLO	€ 119,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE			25 / OREGON							3
FORTEXXA 18/20 TH - Solo	€ 144,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS			20 / OREGON							2,5
FORTEXXA 18/20 TH - 3 AH	€ 219,95	COMPLETA	18 V - 3 Ah -PXC	SI	BRUSHLESS			20 / OREGON							2,5
FORTEXXA 18/30 - Solo	€ 164,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS			30 / OREGON							4,2
GE-LC 36/35 Li Solo	€ 174,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS			35 / OREGON							3,9
POTATORI															
GC-LC 18/20 Li T - Solo	€ 129,95		18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	20	1720								4
GE-LM 36/4in1 - Solo	€ 349,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS	20	1820	20 / OREGON							9
GE-HC 18 Li T SOLO	€ 179,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE	40	1820	20 / OREGON							5,5
RASAERBA															
GE-CM 36/47 S HW Li	€ 869,95	COMPLETA	2+2 X 18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 36/43 Li M - Solo	€ 329,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
RASARRO 36/42 [2X5,2 AH]	€ 539,95	COMPLETA	2 X 18 V - 5,2 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS					PLASTICA	NO	42 / 25-75	50		17,2
RASARRO 36/40 [2X4,0 AH]	€ 499,95	COMPLETA	2 X 18 V - 4,0 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS					PLASTICA	NO	40 / 25-75	50		17,3
GE-CM 36/37 Li - Solo	€ 249,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE										
RASARRO 36/36 [2X3,0 AH]	€ 389,95	COMPLETA	2 X 18 V - 3,0 Ah - PXC	SI	SPAZZOLE					PLASTICA	NO	36 / 25-75	45		13,1
GE-CM 18/33 Li KIT	€ 259,95	COMPLETA	18 V - 4 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 18/33 Li - Solo	€ 174,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-CM 18/30 Li KIT	€ 219,95	COMPLETA	18 V - 3,0 Ah - PXC	SI	BRUSHLESS					PLASTICA	NO	30 / 30-70	25		8
GE-CM 18/30 Li - Solo	€ 154,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS										
GE-HM 18/38 Li - Solo	€ 209,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE										
SOFFIATORI															
GE-CL 18 Li E SOLO	€ 44,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE				105 / 210						1,3
GE-CL 18 Li E Kit	€ 109,00	COMPLETA	18 V - 2 Ah - PXC	SI	SPAZZOLE				105 / 210						1,7
GE-UB 18/250 Li E - Solo	€ 64,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	SPAZZOLE				120 / 250						1,1
GE-CL 36 Li E SOLO	€ 139,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS				195 / 210				45		3,4
GE-LB 18/200 Li E - Solo	€ 94,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS				670 / 200						2,3
VENTURRO 18/210 - Solo	€ 134,95	SOLO MACCHINA	18 V - PXC	SI	BRUSHLESS				500 / 210				45		2,9
GE-CL 36/230 Li E - Solo	€ 129,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	SPAZZOLE				225 / 230				45		3,1/4,4
GE-LB 36/210 Li E - Solo	€ 154,95	SOLO MACCHINA	2 X 18 V - PXC	SI	BRUSHLESS				816 / 210						

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

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

EXCELION 2

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



BATTERIE DIPONIBILI

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

TAGLIASIEPI

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

DECESPUGLIATORI

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

MOTOSEGHE

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

POTATORI

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

RASAERBA

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

SOFFIATORI

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

2023... LA PAROLA AD ISABELLA FONTANA

La responsabile della segreteria dell'UNAGREEN racconta di cosa si sta occupando l'Unione del settore garden

Come molti di voi probabilmente sapranno, Unagreen ha deciso di aprire il 2023 con un segno visibile di concreta attenzione ai nostri associati, a partire dalle loro necessità e prospettive.

Il rinnovo del nostro sito ad inizio anno è da leggersi in questa prospettiva, perché è stato dettato dalla volontà di raccontare il significato dell'Unione, la storia che l'ha costituita, ma soprattutto di rendere l'uso del sito stesso più semplice e fruibile per i nostri colleghi. L'obiettivo era che, con semplicità, potessero trovare in modo ancora più immediato obiettivi, progetti, referenti e informazioni di contatto.

Un altro fronte su cui ci stiamo adoperando è quello di creare accordi privilegiati o esclusivi, riservati agli associati Federacma, con i partner della Federazione. Attualmente stiamo lavorando per limare un accordo con Conformgest in merito alle estensioni di garanzie sulle macchine nuove da giardino.



Ma veniamo alla politica. Da alcuni mesi stiamo agendo (gli ultimi incontri sono recentissimi), sia in termini mediatici che di sensibilizzazione politica, per chiedere un ampliamento di 2 Milioni di euro del plafond complessivo del 'Bonus Verde' al fine di utilizzare questi ulteriori fondi esclusivamente per l'acquisto di macchine per il giardinaggio come robot e macchine a batteria, o macchine per la riduzione dei volumi degli scarti (mulching o biotrituratori).



Il fine è quello di spingere il mercato e gli utenti ad adottare sempre di più soluzioni "green" e macchine che anche nella cura e manutenzione del verde permettano di andare nella direzione della transizione ecologica. Riteniamo importante, infatti, che lo Stato non solo sostenga la realizzazione di spazi verdi e giardini all'interno di abitazioni e dei condomini, ma anche il loro mantenimento e la loro cura in modo da ridurre quanto più possibile l'impatto ambientale.

Passiamo, a questo punto, al mercato internazionale.

Il Climmar, l'associazione dei dealer di macchine agricole e da giardino, a partire dal 2022 ha avviato il primo gruppo di lavoro specificamente dedicato ai dealer di macchine da giardinaggio, i cui primi risultati saranno attesi per il 2023. Si tratterà dell'avvio di progetti comuni tra gli Stati Europei che verranno discussi nel prossimo incontro Climmar, lo Spring Meeting che si svolgerà a Bruxelles l'8 e 9 Marzo ed a cui, per conto di Federacma, parteciperemo il Presidente Andrea Borio e la sottoscritta.

Stiamo studiando, infine, anche possibili iniziative nell'ambito della formazione e dell'avvicinamento dei giovani al settore della vendita delle macchine da giardino, come borse di studio per favorire gli stage degli studenti in azienda, un'iniziativa già attivata per altre Unioni della Federazione.

Anche quest'anno Federacma sarà presente alla storica ed importante fiera AGRUMBRIA.

Tra rivenditori associati e non, ci sarà una presenza quasi totale degli imprenditori del territorio che si confronteranno con la solita allegra massa di visitatori riuscendo a concludere anche buoni affari, come abitualmente succede da anni.



E' vero che il gran numero delle macchine vendute sono spesso consegnate dal rivenditore a fine fiera o ritirate dagli stessi acquirenti, ma capita anche di vedere qualcuno che con soddisfazione gira per la fiera con un decespugliatore sulle spalle, mentre visita le mostre bovine o passa negli stand gastronomici.

MG

www.ept.it
e sei **ONLINE** in un **CLICK!**



Sfoggia la nostra **RIVISTA**
Resta aggiornato sulle ultime **NOTIZIE**
Visualizza i prodotti in **VETRINA**

Siamo anche sui social
[@mgmarketinggiardinaggio](https://www.instagram.com/mgmarketinggiardinaggio)





Da zero a 100 in otto minuti

L'unico sistema a batteria per le esigenze del professionista



Carica
8 minuti



Durata
3000 cicli



Potenza
3.2 kW

Cinque minuti per ricaricare all'80%. Otto minuti per il 100%. Dieci volte la vita*. Due volte la potenza*. Zero tempo di inattività. Zero emissioni. 96% di risparmio sul costo di esercizio**. Benvenuti nell'era post-combustibili fossili.

Kress 

