

MG



Organo ufficiale di
UNAGREEN
by
FEDERACMA

N.307 - MARZO 2026 - MENSILE | EPT - Via P. Meloni, 11 - 37138 VERONA | www.ept.it | ept@ept.it



**Marina 98
Hydro 452 Raccolta**



**Marina 98
Hydro 452
scarico laterale**



**Marina
Rider 66**

Nuova Gamma Trattorini MARINA SYSTEMS

Vi presentiamo
la nuova linea
di trattorini rasaerba,
solidi e affidabili,
perfetti per chi vuole
un prato curato,
forte e sano.





RICAMBI PER LA MANUTENZIONE DEI RASAERBA E MOLTO ALTRO?

SÌ, LI ABBIAMO.



**SCOPRI
ORA**



Scopri i ricambi disponibili a partire dal giorno successivo all'ordine.

NOVITÀ
2026

solo[®]
by **AL-KO**



VISION

- ✓ TECNOLOGIA VISION
- ✓ TAGLIO A STRISCE PARALLELE
- ✓ RILEVAZIONE VISIVA DEGLI OSTACOLI
- ✓ BATTERIA INTERCAMBIABILE



AL-KO 18V/36V
1 BATTERY 2 VOLTAGES



AL-KO Garden & Home SRL

Via Delle Industrie, 27

I-20883 Mezzago (MB)

www.alko-garden.it

info.garden@al-ko.com

 [@alko_gardentech_it](https://www.instagram.com/alko_gardentech_it)

 [ALKO Gardentech IT](https://www.facebook.com/ALKOGardentechIT)

 [@ALKOGardentechIT](https://www.youtube.com/ALKOGardentechIT)

Ci siamo, finalmente. Dentro la primavera, come tutti aspettavano. Si fa sul serio adesso, con i punti vendita tiratissimi e le macchine belle lucide. I segnali? Contraddittori, non proprio straordinari di sicuro ma poi, come sempre, c'è sempre quel margine di discrezionalità e quindi di imprevedibilità fra quelli che sono i limiti anche oggettivi e tutte le volte che invece quei confini si superano a far pensare che in fondo più che le ipotesi siano i numeri effettivi il reale termometro. Di sicuro la temperatura è salita di parecchio nella tre giorni di Myplant, adrenalina pura dall'inizio alla fine e non solo perché poco più in là c'erano le gare delle Olimpiadi invernali. Vigoroso il messaggio lanciato dalla fiera di Milano-Rho, da parte delle aziende ma anche dei professionisti del verde. Bella pagina, in tutti i sensi, vero e proprio trampolino di una stagione da mesi analizzata ma che adesso va soprattutto vissuta. Senza previsioni e parametri, spesso frenanti. Senza nient'altro che non sia il cliente che entra in negozio, il peso dei magazzini, i tempi di eventuali riordini, la soddisfazione del rivenditore. Ha preso una bella rincorsa lo specialista, ormai dalla scorsa estate, aspettando di fatto questi momenti. Sicuro di avere tante carte da giocare, la frontiera della batteria ormai apertissima e il taglio dell'erba salito, coi robot, oltre il filo perimetrale. La tecnologia va avanti a passo spedito, messaggio limpido trasmesso anche dai padiglioni di Myplant. Indirizzo chiaro, in un mercato che pare all'improvviso accendersi già con le prime temperature lontane ormai dall'inverno ed il sole che inizia ad entrare nelle case. Il giardino è lì, ad attendere, quasi impaziente. Che la stagione abbia inizio allora, dalla frenesia dei punti vendita alle richieste magari pressanti di manutentori ed hobbisti ma comunque pane quotidiano per chi come il rivenditore ha ormai spalle piuttosto larghe e la giusta pazienza per far tutto con relativa calma. Coi suoi tempi, quelli a cui tutti nei prossimi mesi dovranno adeguarsi. La competenza e la qualità, d'altronde, non hanno mai accettato di buon grado i compromessi. Com'è giusto che sia.

MG

è organo ufficiale di

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

by

FEDERACMA
Federazione Italiana delle Associazioni Nazionali dei
Commerciatori Macchine e Utensili da Giardino

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)

Collaboratore

Aurora Vagnoli

Impaginazione

Studio MG

Pubblicità e Sviluppo

EPT

Tel. +39 348 3908541

www.ept.it - E-mail: ept@ept.it

Stampa

UNIDEA Srl - Via Casette, 31
37024 Santa Maria di Negrar (VR)Registrazione presso il Tribunale di Verona
n° 1019 del 28/10/1991. ROC n° 1867Gli 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 impegnati nel pieno rispetto del Regolamento Europeo 679/2016 (c.d. "GDPR"). L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla suddetta legge. In conformità a quanto disposto, si comunica che presso la nostra sede di Verona, via Meloni 11, esiste una banca dati ad uso redazionale. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti (consultare, modificare o cancellare i dati) contattandoci al tel 348 3908541 o scrivendo a ept@ept.it

BATTERY
14.4V

Dai una nuova carica al tuo lavoro.



Da oltre 140 anni progettiamo e produciamo attrezzature con un unico obiettivo: rendere il tuo lavoro più efficiente, più sicuro e più semplice. Per questo, oltre ai prodotti per la **potatura** e agli **sprayer**, ti offriamo la **batteria ricaricabile multi-utensile V.Battery 14.4V** che puoi usare su sprayers, forbici, potatori a catena e legatralci predisposti risparmiando sui costi e guadagnando in sostenibilità. Una garanzia di grandi prestazioni e alta affidabilità. **Vieni a scoprire la differenza della qualità Made in Volpi.**

ORIGINALE®
VOLPI

In campo con te, dal 1879.



IRRORAZIONE / POTATURA / RACCOLTA OLIVE

www.volpioriginale.it



cura del prato

- 12** Il prato si risveglia.
La ripresa vegetativa

dalle aziende

- 14** Dalla tecnologia professionale al giardino di casa: **Kress** accelera il futuro del verde a batteria
- 29** **Zucchetti Centro Sistemi**
Ambrogio Robot, tecnologia al massimo
- 32** **Segway Navimow H2**
Lidar: leader di mercato, tecnologia ad alta risoluzione
- 37** **Brumar**
Aura-R2 l'evoluzione di EGO nella cura intelligente del prato
- 45** **AgriEuro Point**, primo servizio: assistenza e riparazione
- 51** **Errezeta**
Robot rasaerba KDRM308, dove l'innovazione incontra la semplicità
- 65** **Milwaukee®** alza il tiro
«Mercato da protagonisti»

fiere

- 54** Myplant è superba
Luce sul mercato

il punto

- 52** **Alessandro Fontana**
«Chiusi sabato pomeriggio, ma non c'è alternativa»

inchiesta

- 16** Rasaerba a scoppio, fa vedere chi sei
- 68** Arieggiatori, c'è margine ora tocca al rivenditore

l'opinione

- 10** **Roberto Dose**
«D'accordo i robot, ma faccio il tifo per i cari rasaerba...»

marketing verde

- 66** **Alessandro Di Fonzo**
Da giardiniere schiavo a imprenditore libero

rubriche

- 38** News
- 56** Vetrina Myplant

sempre connessi

- 34** Client attraction e fidelizzazione: il ruolo della newsletter nell'e-commerce



DA RAMI A COMPOST IN UN LAMPO

BOSCO / BIOTRITURATORI 

Nuovo, potente, determinato:

il nuovo **Biotritratore SHR 1000** Blue Bird macina rami, fronde e sterpi velocizzando le attività di potatura e manutenzione del verde in giardini, aree pubbliche e contesti agricoli. Il motore **Rato da 212 cc**, con avviamento a strappo, garantisce **energia inesauribile** per qualsiasi sfida, mentre il sistema di **taglio diretto dal motore** e a **due lame** è stato progettato per la massima **efficienza** nella riduzione volumetrica dei rami. Costruito con la logica delle macchine **professionali**, stupisce per **maneggevolezza** e **rapidità**.

Motore Rato R210-T 4 tempi con recoil start, 212 cc

Modalità di taglio: disco a ruota

Diametro disco di taglio: 290 mm

Lunghezza lame: 90 mm

Capacità di triturazione: da 1m³/h a 3m³/h



Entra nel pianeta Blue Bird
e scopri di più sul nuovo
Biotritratore SHR 1000



 **BLUEBIRD
INDUSTRIES**

We are Blue Bird

NATURALLY TOGETHER.

bluebirdind.com |  

Il modo più smart...



La cura del verde non è mai stata così intelligente

Che sia un giardino residenziale di piccole, medie o grandi dimensioni, oppure un grande parco pubblico o un'area sportiva, i robot tagliaerba Husqvarna Automower® sono la scelta più naturale per la cura del verde.

Frutto di oltre 30 anni di esperienza nel settore della robotica, sono progettati per garantire prestazioni elevate in ogni contesto. In grado di gestire pendenze fino al 70% (modello AWD), sono completamente autonomi, estremamente silenziosi e sicuri per persone, animali e oggetti.

Dall'installazione senza filo perimetrale alle tecnologie avanzate come **Vision AI** per il riconoscimento degli ostacoli tramite intelligenza artificiale, ogni dettaglio è studiato per offrire un manto erboso sempre impeccabile.

Sono iniziate le Offerte Primavera 2026, valide fino al 27/06/2026 dai Rivenditori Autorizzati Husqvarna aderenti. Scopri di più su [husqvarna.com](https://www.husqvarna.com)

**Scopri la gamma
Automower®**



...di tagliare il prato



«D'ACCORDO I ROBOT, MA FACCIAMO IL TIFO PER I CARI RASAERBA...»

Assai realista, ma anche romantico. Sacro il presente, guai tuttavia a dimenticare i principi del passato. Roberto Dose dal punto vendita della sua Tavagnacco, provincia di Udine, tocca più fronti. Partendo dall'immediato. «Myplant è stata un'iniezione di fiducia. Gli stimoli poi sono maggiori, con la bella stagione. Si respira un'aria più frizzante, quel che può ridurre anche la soglia della cautela».



«Il mercato ha imboccato una strada ben precisa, tuttavia vorrei che le macchine tradizionali non subissero un'ulteriore decrescita. Trattorino compreso. Prodotti grazie ai quali è più facile fidelizzare il cliente, al di là delle ragioni sentimentali. Il nostro punto vendita infatti, con mio papà e mio zio, nacque coi tosaerba Harry di Cassano d'Adda...»

Valgono solo i numeri o pure le sensazioni?

«I numeri contano, quello è indubbio. Devi in primis confrontarti coi dati e la fotografia del momento. Chiaro anche che il periodo invernale, soprattutto questo piuttosto grigio e piovoso almeno da noi molto di più delle ultime annate, certo non ti fa fare i salti di gioia. Devo dire però, come sempre quando le giornate iniziano ad allungarsi basta qualche ingresso in più in negozio per farti ragionare in termini diversi. Con tanta volontà di iniziare la stagione. Ci sta un po' d'apprensione in certi mesi, poi però riparti con entusiasmo. È così da sempre».

Quanto la pioggia dei mesi scorsi può diventare un vantaggio?

«Quel che è certo è che il meteo non si può comandare. Poi c'è chi vede il bicchiere mezzo



presenta

ENDURIX

Il filo che dura di più



FILO DI NYLON PROFESSIONALE

sezione



quadrata



tonda



elicoideale

formato



rotolo
da 2 kg



valva*



rotolo
da 8 kg

*anche con espositore

tecnogarden@tecnogarden.com
www.tecnogarden.com



vuoto e chi lo vede mezzo pieno. Negli ultimi dieci, se ci guardiamo indietro, ci sono stati dei periodi davvero torridi in cui la mancanza d'acqua s'è fatta sentire ed anche in maniera pesante. Perciò tutto quel che si riesce ad immagazzinare anche in autunno e d'inverno aiuta indubbiamente. Anche in Friuli, dove tendenzialmente la stagione parte un po' più tardi, s'è visto già a febbraio che l'erba ha iniziato a cambiare colore. Certamente una mano la pioggia l'ha data. Ovvio pure che ci lamenteremmo anche dovesse piovere sempre. Sicuramente, viste le premesse, l'ipotesi della mancanza d'acqua è scongiurata. Almeno per la prima parte di stagione. Per me la pioggia degli scorsi mesi è un aspetto positivo».

Tre carte da giocare: su quali punterebbe in particolare?

«Il robot, s'è visto anche a Myplant, in cui a presentare la propria offerta c'erano marchi di ogni tipo. Il robot è di gran lunga il prodotto che farà più business. L'altro, l'ho già detto e lo ribadisco, è che il 2026 sarà l'anno anche dei robot radiocomandati. Quelli cingolati, per le pendenze. L'offerta sarà maggiore, come la curiosità che provocherà».

Perché sono sbocciati i radiocomandati?

«C'è una nicchia di necessità che coinvolge le zone collinari e pedemontane dove la manutenzione comincia ad essere difficile, complessa e costosa. Le persone di una certa età, per di più, col decespugliatore iniziano a far fatica. Anche solo per una questione di rischi. Il radiocomandato quindi, un po' per alleggerire la fatica ed un po' come sgravio della fatica oltre a risolvere determinati problemi, può avere un suo spazio».

La terza carta?

«Il mio è più che altro un augurio, quello che magari il rasaerba tradizionale e il trattorino cerchino di rallentare la decrescita dei numeri».

C'è anche una ragione sentimentale o è solo l'auspicio dell'imprenditore?

«Tutte e due le cose. La nostra azienda è di fatto nata e cresciuta col rasaerba. Per me il tosaerba è l'articolo-principe, quello che ha sempre contraddistinto i primi passi e la nostra successiva crescita. C'è anche un aspetto sentimentale, quindi. L'altro è prettamente imprenditoriale. Il cliente del rasaerba riesci a fidelizzarlo molto di più. Perché ha la necessità di una manutenzione piuttosto costante. Perché alla nostra azienda si è sempre legato molto. Ed avere clienti fidelizzato che basano il rapporto sulla fiducia, sul rapporto anche personale oltre che della consulenza è in fondo la nostra missione, quella del rivenditore specializzato. Vedo che i nuovi canali, invece, sono molto più impersonali. E vanno in una direzione assai distante da quella che è invece la nostra realtà fatta di rapporti diretti, di consigli, di vicinanza continua».

Se lo ricorda il primo rasaerba?

«Sono nato quando in azienda, con mio papà e mio zio, il marchio più in vista era la Harry di Cassano d'Adda. Io sono affezionato a quel tipo di prodotto, perché era una realtà italiana con cui s'era instaurato un rapporto diretto. Molto familiare. Di condivisione, di coinvolgimento, di collaborazione. Al di là dei marchi blasonati che sarebbero arrivati in seguito. Vedi Honda, quel che è stato ed è il nostro punto di riferimento. Ma ricordo sempre con grandissimo piacere la Harry, il prodotto a noi più vicino in quegli anni. Il mio primo grande feeling è legato proprio a quei rasaerba rossi...».

Accorgimenti di primavera. Le corrette operazioni agronomiche e la fertilizzazione di spinta, garantita da Bottos Dark Green o Sprint N. Ripristiniamo l'aspetto microbiologico con Pre-Stress e Power Liquid, fonti di fertilità e vitalità

IL PRATO SI RISVEGLIA. LA RIPRESA VEGETATIVA

Di Federico Tuberga, Vicepresidente Bottos Srl

Marzo: le temperature si alzano, aumentano le ore di luce e la natura esce dal suo torpore invernale.

La primavera impone accorgimenti precisi, passaggi obbligati, piccoli e grandi questioni da non trascurare perché tutto vada nel verso giusto. Il prato riprende tutte le sue funzioni vitali ed è compito del giardiniere assecondare questa fase con accorgimenti mirati, rendendo il risveglio vegetativo veloce e non traumatico.

Fondamentale è prestare attenzione alle riserve di zuccheri che la pianta ha accumulato prima dell'inverno e consumato durante la stagione fredda. Una leggera fertilizzazione di risveglio consente di superare brillantemente questa prima fase critica. Prodotti come **Bottos Dark Green** — ideale per favorire il colore e contrastare eventuali chiazze di muschio — o **Bottos Sprint N** — per una crescita regolare e continua già in fase di rivegetazione — sono strumenti specificatamente studiati per questo scopo.

All'uscita dell'inverno il prato può presentare piante disseccate e ricche di lignina. L'**arieggiatura** (tagli verticali senza incidere il terreno) rimuove il materiale morto, favorisce la circolazione dell'aria tra le foglie e riduce il rischio di malattie.

L'alternanza di gelo e disgelo può aver causato movimenti nel substrato e un leggero distaccamento delle radici dal suolo: una **delicata rullatura** assesta il terreno in modo efficace.

Non va trascurato l'**aspetto microbiologico**: **Pre-Stress Bottos** (estratto a freddo di alghe) e **Power Liquid Bottos** (combinazione di acidi umici e fulvici) ripristinano l'**equilibrio della microflora microbica del terreno**, fonte di fertilità e vitalità.

Marzo, la natura si risveglia: non facciamo trovare il nostro prato ancora a letto!



BOTTOS

#pratosanoebello



POLYON
TECHNOLOGY INSIDE

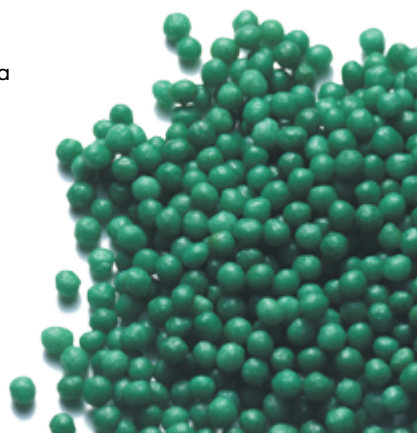
NON TI SERVE CHI PARTE FORTE. TI SERVE CHI NON SI FERMA.

La tecnologia Polyon® rilascia Azoto in modo programmato fino a 90 giorni, accompagnando il tappeto erboso passo dopo passo.

Sprint N 27-0-14 è la spinta controllata per la ripartenza del prato in primavera: combina Azoto a pronto effetto per un rinverdimento immediato e il rilascio programmato Polyon® che accompagna la crescita fino a 90 giorni. Una nutrizione continua che sostiene la fase di ripresa vegetativa senza picchi e senza cali improvvisi.



Scopri tutti i pack disponibili e la scheda tecnica nel sito Bottos



Dal professionista al privato, soluzioni ad hoc per l'hobbista esigente fra rasaerba, decespugliatori, tagliasiepi, motoseghe e soffiatori. Uniti dalla stessa matrice: motori ad elevata efficienza e batterie di lunga durata, con tempi di ricarica ridottissimi

DALLA TECNOLOGIA PROFESSIONALE AL GIARDINO DI CASA: **KRESS** ACCELERA IL FUTURO DEL VERDE A BATTERIA



Nel panorama della manutenzione del verde, la transizione dalla miscela alla batteria non è più una promessa ma una realtà concreta. Con il **CyberSystem**, Kress ridefinisce gli standard di potenza, autonomia e continuità

di lavoro grazie a un ecosistema energetico proprietario progettato specificamente per i manutentori del verde.

Il cuore del sistema è la **batteria 8-minute CyberPack**: una tecnologia brevettata capace di ricaricarsi al **100%** in soli 8 minuti in modalità ultra veloce, mantenendo temperature di esercizio contenute e garantendo **fino a 3.000 cicli di vita**. Una soluzione che non solo eguaglia, ma supera le prestazioni dei motori a scoppio in termini di coppia costante, continuità sotto carico e costi operativi nel lungo

periodo. A supporto, **CyberTank** e **CyberCapsule** permettono la **ricarica in loco**, anche senza presa CA, eliminando i tempi morti e assicurando operatività per l'intera giornata.

Accanto alla proposta **Commercial**, Kress estende la propria visione anche al mondo consumer con le **Gamme Professional e Consumer da 40V e 60V**, pensate per utenti esigenti che cercano prestazioni di livello superiore in ambito residenziale. **Rasaerba, decespugliatori, tagliasiepi, motoseghe e soffiatori** condividono lo stesso **DNA tecnologico**: motori ad alta efficienza, batterie a lunga durata e un design orientato al comfort. Il risultato è un'esperienza d'uso più silenziosa, pulita e immediata, con tempi di ricarica ridotti e costi di gestione sensibilmente inferiori rispetto alle soluzioni tradizionali.

Il risultato è un'offerta completa, costruita attorno a un sistema energetico integrato e proprietario, che rappresenta oggi una delle alternative più concrete e performanti ai combustibili fossili nel settore del verde.



Dalla tecnologia professionale al giardino di casa

Kress accelera il futuro del verde a batteria

Promozioni primavera

Kit Risparmio + Batteria in omaggio

Con l'acquisto di kit selezionati di attrezzature da giardinaggio della gamma Kress Commercial 60 V, Professional 60 V o Residential 40 V / 20 V.



Offerta valida dal 1 Marzo al 30 Giugno 2026.

Kress ridefinisce gli standard del verde a batteria con un ecosistema proprietario che combina potenza costante, ricarica in soli 8 minuti e operatività continua per l'intera giornata.

Le gamme 60 V e 40 V/20 V portano prestazioni premium, minori costi di gestione e un'esperienza più silenziosa e sostenibile

Kress 



OFFICIAL LANDSCAPING EQUIPMENT

Visita il sito web
www.kress.com/it-it

Accerchiata da robot e batteria, la macchina è attesa ora da un anno molto intenso. Assai positive le prime risposte, fra numeri interessanti e la voglia di ribadire il proprio ruolo di assoluta centralità nel mercato

RASAERBA A SCOPPIO, FA VEDERE CHI SEI

Vento forte, anche contrario, ma pure spalle parecchio larghe per reggere l'urto. Per andare avanti, per essere più forte della spinta del robot e l'avanzare della batteria. Bel banco di prova, soprattutto quest'anno. Il rasaerba a scoppio però ha radici profonde ed un'identità chiara, sospinto dell'orgoglio del passato e innovazione continua. Difficile ridurne il ruolo, ancor più complicato azzerarlo. Non è solo la storia a ribellarsi, è anche il potere delle aziende. Notevole, anche ultimamente, perché il rasaerba continui a viaggiare come ha sempre fatto. Macchine nuove, linee di qualità, valori aggiunti uno dietro l'altro, la cura per i dettagli e tante leve da azionare. Anche per il rivenditore.

IL QUADRO. L'ultimo anno ha trasmesso vari segnali. Ognuno con le sue strategie, i suoi piani, i suoi traguardi, i suoi tempi.

«Nel 2025 abbiamo avuto un calo rispetto al precedente anno», il punto di Luca Corbetta, product manager di **AL-KO Italia**.

«Il segmento dei rasaerba a scoppio», il fermo immagine dell'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «ha continuato a rappresentare nel 2025 una delle leve trainanti. Nonostante la crescente attenzione verso le tecnologie a batteria e le soluzioni robotizzate, il rasaerba tradizionale mantiene un ruolo centrale grazie alla sua affidabilità, autonomia operativa e capacità di lavorare efficacemente anche su superfici ampie o condizioni impegnative. Blue Bird Industries, da anni attiva nel settore delle macchine per la cura del verde, ha consolidato ulteriormente la propria presenza sul mercato grazie a una gamma completa e trasversale, in grado di soddisfare sia l'utenza professionale sia quella privata evoluta. L'ampiezza dell'offerta, unita a un posizionamento orientato alla qualità costruttiva e alle prestazioni, ha permesso di ottenere risultati molto positivi e un forte riscontro da parte della rete vendita e degli utilizzatori finali».

«I numeri per noi», rivela Alessandro Barrera, direttore commerciale di **Brumar**, «dicono che i tosaerba a scoppio hanno tenuto, anzi si nota una piccola ripresa, sia nel canale tradizionale che nella DIY. In particolare sono cresciute le quantità vendute della gamma di tosaerba professionali Kaaz, di cui siamo i distributori esclusivi per l'Italia».

Husqvarna



INCHIESTA

«Il 2025 per noi», l'istantanea dell'ufficio marketing di **Cormik**, «è stato un anno caratterizzato da ottimi risultati per quanto riguarda i rasaerba a scoppio, il nostro partner Weibang ci sta dando grandi soddisfazioni grazie alla qualità delle macchine e all'ampiezza della gamma. I modelli Weibang, infatti, sono progettati per essere durevoli, affidabili, e per offrire ottime prestazioni di taglio».

«Il 2025 è stato un anno complessivamente positivo», il bilancio di Giovanni Masini, marketing director di **Emak**, «con una stagione primaverile estremamente dinamica e con forti volumi in crescita. Il prestagionale 2026-2027 appena concluso ha consolidato questi risultati mostrando un segnale di ulteriore crescita».

«Il 2025», evidenzia Daniele Bianchi, responsabile commerciale e marketing di **Grin**, «è stato per noi un anno da record, anche e soprattutto nel segmento dei tosaerba a scoppio. Rispetto ai rasaerba tradizionali con cesto di raccolta, il mercato sta vivendo un vero e proprio cambio



Marina Systems

tosaerba a scoppio

VESCO[®]
MADE IN ITALY

Your perfect cut





culturale: il taglio senza raccolta non è più percepito come un'alternativa, ma come una scelta consapevole e moderna. Sempre più utilizzatori mettono al centro praticità, velocità di lavoro e gestione semplificata del prato. Eliminare il cesto significa eliminare tempi morti, ridurre la fatica e cambiare l'approccio stesso alla manutenzione del verde. È un'evoluzione nel modo di pensare il taglio dell'erba. In questo contesto, la nostra proposta – basata esclusivamente sul nostro brevetto di taglio senza raccolta – si è rivelata perfettamente allineata a questa trasformazione. Essere focalizzati al 100% su questa tecnologia, di cui siamo leader, ci ha permesso di rafforzare ulteriormente il nostro posizionamento e di crescere in modo significativo. Il 2025 ha premiato la coerenza della nostra strategia e la specializzazione che da sempre contraddistingue Grin». «Il 2025», rileva di Cristian Berardi, P.P. marketing specialist della Divisione Power Products di **Honda Motor Europe Ltd. Italia**, «è stato un anno di crescita moderata, sostenuta da condizioni meteorologiche favorevoli che hanno stimolato la domanda. Nel segmento dei rasaerba a scoppio abbiamo mantenuto performance solide grazie alla reputazione del marchio Honda

e all'affidabilità riconosciuta dei nostri prodotti. Parallelamente, il mercato dei robot rasaerba ha continuato a crescere, confermando un'evoluzione delle esigenze dei clienti verso soluzioni sempre più automatizzate. In questo scenario, Honda è presente su entrambi i fronti: da un lato con motorizzazioni tradizionali ad alte prestazioni, dall'altro con una gamma robotizzata in costante sviluppo».

«Nel corso del 2025», sottolinea di Francesco Brazzarola, residential sales manager di **Husqvarna**, «il comparto dei tagliaerba a scoppio ci ha garantito una sostanziale stabilità, con volumi di vendita in linea con quelli dell'anno precedente e privi di oscillazioni critiche. Il dato più significativo emerge dal confronto con il settore a livello nazionale: mentre il mercato generale ha fatto registrare un sensibile decremento, noi siamo riusciti a muoverci in controtendenza».

«È stato un anno sicuramente positivo se guardiamo al mercato nazionale», la premessa di Paolo Bagordo, direttore commerciale di **Marina Systems**, «mentre all'estero riscontriamo diverse situazioni di stallo del mercato. Soprattutto i piccoli tosaerba dal 46 cm in giù fanno fatica. Su quelle misure le esigenze di avere un prodotto prettamente commerciale e di fascia bassa superano quelle di un prodotto di fascia alta».

«Il mercato del tosaerba a scoppio», puntualizza Antonio Marchesin, responsabile ufficio comunicazione di **Pratoverde**, «nel 2025 ha evidenziato una crescente pressione derivante dall'affermazione dei prodotti a batteria. Nonostante questa sfida, la notorietà del marchio Toro e l'efficienza del sistema Recycler ci hanno consentito di mantenere una stabilità nelle vendite, senza subire flessioni significative. I clienti continuano a riconoscere il valore dei nostri tosaerba tradizionali, anche in un contesto di cambiamento».

«A dispetto della continua avanzata dei robot», il ragionamento di Allan Cademartiri, general manager di **Sabre Italia**, «anche nel mercato tipicamente riservato al tosaerba e dell'aumento dell'offerta del prodotto a batteria abbiamo registrato crescita del numero di macchine vendute sia nel 2024 rispetto al 2023 che nel 2025 rispetto al 2024. Sicuramente i costi contenuti rispetto alle altre due importanti realtà del mercato influiscono ancora con peso nella decisione dell'utente finale».

«Nel 2025», spiega Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «il

**STIHL****100**
ANNI

CREATI PER LA NATURA, AL TUO FIANCO DAL 1926.

Cento anni fa abbiamo creato la prima motosega. Da allora siamo diventati sinonimo di strumenti che rendono il lavoro nella natura più semplice. Costruiti con prestazioni leggendarie e qualità duratura, le nostre radici nella silvicoltura professionale si sono evolute in un'ampia gamma di attrezzi progettati per chi lavora con passione e dedizione nei propri giardini.

**PRESTAZIONI LEGGENDARIE
E QUALITÀ SUPERIORE.**

SCOPRI DI PIÙ SU WWW.STIHL.IT

APIII
SYSTEM

AKIII
SYSTEM

ASIII
SYSTEM

ATTREZZATURE A BATTERIA. MADE BY STIHL.

mercato dei tosaerba a scoppio ha evidenziato una fase di contrazione, e questo andamento si è riflesso anche sulle nostre vendite. Il calo è legato a più fattori: una progressiva maturità del segmento, una maggiore attenzione alle soluzioni a batteria e un contesto economico che ha reso gli acquisti più ponderati. Nonostante ciò, il motore a scoppio continua a essere scelto da una parte importante di utilizzatori, in particolare professionali e semi-professionali, che necessitano di potenza, autonomia e affidabilità su grandi superfici. Il 2025 ha quindi confermato un ridimensionamento dei volumi, ma anche la solidità di un segmento che resta strategico per applicazioni specifiche».

BREVE E MEDIO PERIODO. I prestagionali e la stagione. Quel che s'è fatto e quel saranno i prossimi mesi. Mai come stavolta l'attesa è tanta. Come una verifica. Probante, ma altamente indicativa. Sotto tanti punti di vista. Per l'immediato ma anche per il futuro più lontano. Per capire una volta di più la dimensione del caro e amatissimo rasaerba a scoppio.

«Per il 2026», afferma Francesco Brazzarola di **Husqvarna**, «il nostro obiettivo è il mantenimento delle attuali quote di mercato, garantendo continuità ai risultati raggiunti finora. Grazie ad una pianificazione basata su importanti promozioni commerciali, abbiamo già riscontrato interesse da parte dei rivenditori».



Stihl

«Le prospettive per il 2026 sono decisamente incoraggianti. La campagna prestagionale», prosegue l'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «ha registrato un elevato livello di interesse e un numero significativo di pre-ordini, confermando la fiducia del mercato nei confronti del brand e della nostra proposta prodotto. Questo risultato testimonia non solo la solidità della domanda, ma anche la capacità dell'azienda di proporre soluzioni coerenti con le esigenze attuali degli operatori e dei consumatori finali. Ci aspettiamo quindi una stagione dinamica, sostenuta da una rete distributiva sempre più coinvolta e da una gamma prodotti competitiva e ben strutturata».

«Il 2026 per ora è in linea con il 2025», la prima fotografia di Paolo Bagordo di **Marina Systems**, «anche se abbiamo registrato una certa ripresa di alcuni mercati esteri. La stagione è appena partita, speriamo che sia costante la crescita del verde».

«Per la nuova stagione», l'indirizzo dell'ufficio marketing di **Cormik**, «ci stiamo posizionando sempre di più verso il segmento professionale, grazie anche alle nuove motorizzazioni "Low vibration" che permettono di ridurre le vibrazioni della macchina del 50%. Questo garantisce un miglior comfort all'operatore ed una durata maggiore della macchina. I prestagionali sono stati soddisfacenti, in linea con le nostre aspettative». «Per la stagione 2026», la fiducia di Giovanni Masini di **Emak**, «nutriamo grandi aspettative, grazie a un catalogo che rappresenta un vero salto di qualità. Numerosi modelli delle nostre linee, con scocca in lamiera e in alluminio, sono stati aggiornati in chiave estetica e funzionale e nel corso dell'anno introdurremo due nuovi modelli ALLROAD FLEX 4, caratterizzati da un manubrio con supporto in alluminio e da un innovativo sistema ergonomico di alzaruota. A questi importanti aggiornamenti si aggiungerà un nuovo modello della serie professionale MR/LUX, progettato per un utilizzo intenso e continuativo su grandi superfici».

«Per la stagione 2026», la previsione di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «ci aspettiamo un mercato dei tosaerba a scoppio ancora sfidante, ma più stabile rispetto al 2025. Come sempre saranno determinanti le condizioni climatiche. Come Stihl guardiamo con cauto ottimismo all'anno in corso: nonostante un necessario ritocco dei listini verso l'alto, legato all'aumento dei costi industriali e logistici, i risultati dei pre-

AI

Intelligenza Artigianale

Il futuro ha ancora le mani dell'uomo



**l'esperienza che si
trasforma in
precisione**

**l'intelligenza dell'uomo
che progetta, che
verifica, che corregge**

**la manualità che
diventa qualità**

TECNOLOGIA & TRADIZIONE





solo by AL-KO

stagionali sono stati superiori alle aspettative. Questo conferma la fiducia della rete e degli utilizzatori finali nel valore dei nostri prodotti. Il motore a scoppio continua a essere scelto per applicazioni specifiche, dove prestazioni, autonomia e robustezza restano determinanti. Per il 2026 prevediamo quindi volumi più equilibrati, con una maggiore attenzione alla qualità dell'offerta e alla redditività, piuttosto che alla sola crescita quantitativa».

«Per il 2026», riferisce Luca Corbetta di **AL-KO Italia**, «ci aspettiamo un notevole incremento grazie ai nuovi tosaerba inseriti in gamma dopo la fusione tra AL-KO e DAYE. Nello specifico siamo andati a coprire una fascia di prodotto che ci mancava e che è quella che sta richiedendo il mercato. Si tratta della fascia di prodotti entry level dove ha c'è stato un incremento di richie-

sta da parte dei clienti finali. La nostra proposta si concretizza in tagliaerba dall'eccellente rapporto qualità-prezzo. Posizionamento prezzo molto competitivo che conserva comunque l'alta qualità che ha contraddistinto il nostro brand. Inoltre sono rifiniti con tutti gli optional come stegole ergonomiche, funzione mulching su tutte le macchine, scarico laterale a partire dal taglio 46 cm, manico regolabile in altezza, cesto in tela con hardtop e indicatori di riempimento, leve sgancio rapido, ruote con doppi cuscini di grande dimensioni, maniglia frontale e tanti altri plus. Grazie anche all'inserimento di queste nuove macchine i prestagionali sono andati oltre le nostre aspettative e siamo molto soddisfatti. Ci aspettiamo anche un ottimo andamento dei riordini visto la reazione dei clienti».

«Per il canale tradizionale», precisa Alessandro Barrera di **Brumar**, «abbiamo rinnovato la gamma sia a marchio Attila che a marchio Harry. Abbiamo privilegiato un design più attuale, ma soprattutto sui modelli alto di gamma abbiamo aumentato la potenza dei motori, per offrire prestazioni ancora più performanti. Curato anche il comfort con alcuni modelli dotati di manici telescopici per adattarsi alle varie esigenze e maggior facilità di rimessaggio».

«Per il 2026», premette Daniele Bianchi di **Grin**, «ci aspettiamo di proseguire nel percorso di crescita intrapreso negli ultimi anni. Il mercato sta confermando dinamiche positive per il nostro segmento e riteniamo che il cambio culturale in atto nel modo di concepire il taglio dell'erba continuerà a sostenere la domanda. I prestagionali sono andati molto bene e hanno rappresentato un passaggio strategico importante: ci hanno permesso di consolidare la programmazione con i nostri rivenditori e di completare l'offerta che possono proporre ai clienti finali. Questo significa arrivare all'inizio della stagione con una gamma ben posizionata, copertura adeguata e maggiore serenità nella gestione delle vendite. Siamo fiduciosi che il 2026 possa confermare il trend positivo, grazie alla solidità del nostro prodotto e alla collaborazione sempre più stretta con la rete vendita».

«Per la stagione 2026», la base di Cristian Berardi di **Honda Motor Europe Ltd. Italia**, «prevediamo un mercato complessivamente stabile. Assisteremo a una progressiva redistribuzione della domanda tra i modelli a combustione, a batteria e i robot, a seconda delle specifiche necessità



Emak



dell'utente finale. La tendenza positiva consolidata nel 2025 e la nostra posizione tra i leader di mercato ci rendono fiduciosi. La nostra strategia si basa sulla capacità di offrire soluzioni diversificate e adattabili, garantendo così una base solida per le vendite future».

«Per la stagione 2026», il punto di Antonio Marchesin di **Pratoverde**, «prevediamo un ulteriore lento declino per i tosaerba a scoppio, a favore della crescente popolarità dei modelli a batteria. I prestagionali mostrano un andamento in linea con questa tendenza, evidenziando una preferenza dei consumatori verso soluzioni più ecologiche ed efficienti. Continueremo a monitorare il mercato e ad adattare la nostra offerta per rispondere alle esigenze emergenti della clientela».

QUANTO LAVORO. Punti fermi. Tanti. E maniche sempre rimboccate fra ingegneri e produzione. Dalla prima idea alla realizzazione. Un'opera continua, ad alta velocità.

«Negli ultimi anni», riavvolge il nastro l'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «la nostra offerta si è evoluta introducendo nuove linee di prodotto, tra cui la gamma Sprint, sviluppata con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente il posizionamento nel segmento di riferimento. Il comune denominatore che caratterizza la gamma prodotti rimane invariato: robustezza costruttiva, potenza e affidabilità operativa. L'attenzione è rivolta alla realizzazione di macchine capaci di garantire prestazioni costanti nel tempo, semplicità di utilizzo e adattabilità a contesti di lavoro differenti. La strategia è quella di offrire soluzio-

ni diversificate, in grado di rispondere a un target sempre più ampio, che va dal privato esigente al professionista della manutenzione del verde».

«La nostra proposta», il fermo immagine di Giovanni Masini di **Emak**, «si è evoluta negli anni seguendo un filo conduttore chiaro: combinare innovazione tecnologica e attenzione all'esperienza dell'utente. Abbiamo lavorato su tre fronti principali: l'estetica, per rendere i prodotti più moderni e riconoscibili; le prestazioni, per garantire potenza e affidabilità in ogni condizione; e il comfort ergonomico, per rendere il lavoro più semplice e meno faticoso, sia per i professionisti sia per gli utenti più esigenti».

«L'evoluzione della nostra gamma», rileva Francesco Brazzarola di **Husqvarna**, «è stata guidata dalla volontà di offrire soluzioni su misura per ogni utente, riuscendo a coprire l'intero mercato: dal privato, che cerca semplicità e affidabilità, fino al professionista, che necessita di prestazioni e resistenza. Il comune denominatore? L'imperativo storico di Husqvarna: l'eccellenza qualitativa. Ogni innovazione introdotta non ha mai precluso l'affidabilità che definisce il nostro brand, garantendo prodotti sicuri e duraturi nel tempo».

«Nel corso degli anni», la panoramica di Francesco Del Baglivo, «la proposta **Stihl** sui tosaerba a





scoppio si è evoluta seguendo un filo conduttore chiaro: migliorare costantemente prestazioni, affidabilità e qualità d'uso, mantenendo il prodotto allineato alle reali esigenze degli utilizzatori. Abbiamo lavorato su motori sempre più efficienti e conformi alle normative, su telai robusti e duraturi e su soluzioni ergonomiche che rendono il lavoro più confortevole e produttivo. Parallelamente, l'offerta si è razionalizzata, puntando su gamme più chiare e mirate, capaci di coprire dall'uso privato evoluto fino a quello professionale. Il comun denominatore è sempre stato il valore nel tempo: macchine solide, riparabili, pensate per durare e garantire risultati costanti, anche in un contesto di mercato in continua evoluzione».

«La nostra proposta», evidenzia Daniele Bianchi di **Grin**, «si è evoluta nel tempo mantenendo sempre un comun denominatore molto chiaro: coerenza e fiducia nel sistema di taglio Grin che polverizza l'erba, eliminando la necessità di raccolta. Non abbiamo mai inseguito le mode, ma abbiamo continuato a investire e a credere nel nostro brevetto, perfezionandolo e adattandolo a esigenze sempre più diverse. L'evoluzione non è stata un cambio di direzione, ma un ampliamento coerente del progetto iniziale. In questi anni abbiamo lavorato per completare la gamma, con l'obiettivo di poter proporre una macchina Grin per ogni tipo di giardino e per ogni tipologia di utente: dal privato esigente al professionista. Questo ci ha permesso di rafforzare la nostra identità e, allo stesso tempo, di offrire ai rivenditori una proposta sempre più completa, mantenendo intatto il nostro DNA».

«**AL-KO** e **solo® by AL-KO**», sottolinea Luca Corbetta, «da sempre hanno fondato la loro proposta sulla qualità, sull'affidabilità, sul design e sull'innovazione. Pur inserendo dei modelli di prima fascia, il nostro motto rimane sempre "Quality for life" che si concretizza nel mantenere alto il livello dei prodotti».

«Abbiamo sempre ricercato la qualità e non solo il prezzo. Anche nella revisione delle gamme, avvenuta per l'attuale stagione, l'attenzione», ribadisce Alessandro Barrera di **Brumar**, «è rimasta alta su questo aspetto. Inoltre design e comfort sono rimaste prerogative importanti, come anche avviamenti facilitati anche con siste-

Sabre Italia



MULTIFUNZIONE
ZBR 6022 FAR

CAMBIA ATTREZZO
MOLTIPLICA LE
POSSIBILITÀ



REVERSIBILE
BI-SENSIBILE



Scopri di più
sui MULTIFUNZIONE ZANETTI



BARRA FALCIANTE
Larghezza 97 cm



SPAZZOLA ROTANTE
Larghezza 90 cm



PALA NEVE
Larghezza 85 cm

Innesto rapido



ma elettrico e una maggior attenzione a motori con diminuite emissioni nocive. Per offrire prestazioni ottimali per tagli su ampie superfici sono stati scelte motorizzazioni di più alta cilindrata fino a 222 cc sul top di gamma».

«La nostra proposta relativa ai rasaerba a scoppio Weibang», la premessa dell'ufficio marketing di **Cormik**, «è iniziata soprattutto grazie alla certezza di offrire macchine di qualità sia per il professionista che per il privato. Recentemente l'evoluzione della gamma si è concentrata su soluzioni specifiche per i professionisti, su tecnologie che permettono di garantire il rispetto dell'operatore, sull'introduzione di modelli adatti ad un utilizzo intensivo. Il nostro impegno inoltre è rivolto a garantire un efficiente servizio post vendita, grazie anche ad un catalogo ricambi completo».

«Il nostro focus si concentra su tre elementi: clienti, prodotti e rete vendita. **Honda**», continua Cristian Berardi, «continua ad investire e cercare soluzioni innovative per il futuro, il team della divisione Ricerca & Sviluppo (R&D) è sempre ispirato dalla filosofia del nostro fondatore, sintetizzata nell'espressione "The Power of Dreams". Il potere dei sogni anima il nostro lavoro e ci spinge a migliorare continuamente i nostri prodotti perché la soddisfazione dei nostri clienti e l'ottimo rapporto instaurato con la nostra rete vendita sono gli elementi su cui abbiamo costru-

ito il nostro successo e continueremo a farlo anche in futuro».

«In questo mercato», spiega Paolo Bagordo di **Marina Systems**, «ci siamo spostati verso tagli più importanti fino al 60 cm e su macchine particolari come la 4MAXI con 2 o 4 ruote motrici per gestire prati in pendenza. E sul Grinder, il mulching professionale che ci sta dando molta soddisfazione».

«Negli anni», racconta Antonio Marchesin di **Pratoverde**, «la nostra proposta si è evoluta significativamente, raddoppiando la gamma di prodotti a batteria per soddisfare le attuali aspettative dei clienti. Il comune denominatore di questa evoluzione è la nostra capacità di ascoltare le esigenze del mercato, mantenendo al contempo l'impegno per la qualità e l'innovazione. Questo ci permette di offrire loro soluzioni moderne senza compromettere le prestazioni».

«Ci impegniamo ad offrire a rivenditori ed utilizzatori», sottolinea Allan Cademartiri di **Sabre Italia**, «in linea con la nostra filosofia aziendale, sempre le migliori soluzioni tecniche e commerciali che nel tempo nascono ed evolvono rispettando quanto più possibile una corretta marginalità a favore della rete vendita assieme ad un'adeguata esclusiva di zona. Nel 2025 il progetto Fiat Professional relativo proprio a tosaerba e trattorini tosaerba è stato un esempio di una "soluzione commerciale" migliorativa: offrire un prodotto maturo come il tosaerba ma confezionato sotto una nuova veste estetica e di immagine per rinfrescare l'interesse del pubblico offrendo al mercato un punto di vista nuovo. I rivenditori hanno apprezzato e, viste le vendite, anche gli utilizzatori».



Cormik

IL FUTURO. Quale sarà la dimensione del rasaerba a scoppio fra qualche anno? Anche il re del giardino se lo chiede, faccia seria e tanta consapevolezza nei suoi mezzi. Sicuro però di essere nelle mani giuste. Quelle di produttori e distributori e quelle dello specialista.

«Due sono i principali competitor del tosaerba a scoppio. In prima battuta», rileva Luca Corbetta di **AL-KO Italia**, «parliamo dei modelli a batteria che si presentano ormai sempre più affidabile e con una lunga autonomia. Grande vantaggio di questi modelli è anche la minore manutenzione necessaria e quindi una gestione più facile da parte degli utenti. Secondo competitor i robot, grazie alle nuove tecnologie sono sempre più



affidabili e con prezzi molto interessanti. Con la loro cura autonoma del prato concedono maggiore tempo libero agli utenti».

«Il rasaerba a scoppio», la previsione dell'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «continuerà a rappresentare un ruolo strategico nel settore di riferimento soprattutto dove autonomia, potenza e continuità operativa vengono considerati fattori determinanti. Vi è da considerare però parallelamente la progressiva crescita delle tecnologie a batteria e lo sviluppo di soluzioni autonome come i robot rasaerba. Il futuro della categoria sarà caratterizzato dalla coesistenza di diverse tecnologie: motori a scoppio evoluti, soluzioni a batteria sempre più performanti e sistemi autonomi intelligenti. L'obiettivo di Blue Bird Industries è accompagnare questa evoluzione offrendo una gamma completa e complementare, capace di rispondere a tutte le esigenze della moderna manutenzione del verde».

«Il tosaerba a scoppio gode ancora di buona salute», assicura Alessandro Barrera di **Brumar**, «anche se la crescita dei modelli a batteria in questi ultimi anni, anche grazie a prestazioni, autonomia e tempi di ricarica sempre più performanti, li ha un po' penalizzati. E ci sono anche robot ormai a prezzi aggressivi che hanno contribuito. Non dimentichiamoci anche che siamo in Italia, ed il motore a scoppio ha tradizioni profonde ed importanti, molto diverse da altri paesi, soprattutto scandinavi. Certamente anche qui da noi la motorizzazione a batteria e robot ruberà spazio ai tosaerba a scoppio, ma molto più gradualmente che in altre categorie di prodotto. Soprattutto nella manutenzione pro-

fessionale del verde, lo scoppio avrà ancora il suo spazio, anche se potrebbe essere un controsenso, visto gli ambienti pubblici in cui devono operare, con rumorosità e emissioni nocive che dovrebbero far riflettere maggiormente».

«Secondo noi questo tipo di prodotto», la fiducia dell'ufficio marketing di **Cormik**, «continuerà ad essere richiesto soprattutto nel segmento professionale dei manutentori del verde e dei giardinieri».

«Nel panorama del giardinaggio e della cura del verde», la certezza di Giovanni Masini di **Emak**, «i tosaerba a scoppio continueranno a giocare un ruolo centrale, soprattutto per chi cerca potenza, autonomia e prestazioni elevate».



Brumar

Per utilizzi intensivi e su superfici ampie, i professionisti difficilmente rinunceranno ai motori tradizionali».

«Per noi il futuro del tosaerba a scoppio sarà sempre più orientato verso macchine senza raccolta. Anche le direttive sullo smaltimento dei rifiuti verdi», il punto di Daniele Bianchi di **Grin**, «stanno andando nella direzione di una progressiva limitazione del conferimento in discarica dello sfalcio, e questo porterà inevitabilmente a nuove normative e a una maggiore attenzione alla gestione in loco dell'erba tagliata. Il motore a scoppio continuerà ad avere un ruolo importante, soprattutto per chi cerca autonomia, potenza e affidabilità su superfici medio-grandi o in ambito professionale. In questo contesto, il valore non sarà più legato alla presenza del cesto, ma all'efficienza del sistema di taglio. Crediamo quindi che il futuro sarà rappresentato da tosaerba a scoppio capaci di polverizzare l'erba in modo efficace, riducendo tempi, costi di gestione e impatto ambientale. È una direzione coerente con la nostra visione e con il percorso che abbiamo intrapreso fin dall'inizio».

«Nonostante la crescita dell'elettrico e dei robot, siamo convinti», sostiene Cristian Berardi di **Honda**, «che i rasaerba a scoppio manterranno una quota di mercato significativa. Esistono contesti d'uso, come le grandi superfici o i terreni particolarmente impegnativi, dove potenza e prestazioni costanti restano requisiti imprescindibili che solo il motore a combustione può soddisfare appieno. Il futuro non è nell'esclusione

di una tecnologia a favore di un'altra, ma nella flessibilità dell'offerta: continueremo a investire nel termico per quegli utilizzi specifici e professionali dove questa tecnologia rimane cruciale». «Prevediamo», lo scenario di Francesco Brazzola di **Husqvarna**, «un futuro ancora solido per i tagliaerba a scoppio, che continueranno a rappresentare un punto fermo del mercato. Questa rilevanza è dettata soprattutto dalle specificità del territorio italiano: in particolare, nelle aree del Centro-Sud, lo sviluppo del robot tagliaerba, ad esempio, non è ancora del tutto maturo».

«Il tosaerba a scoppio», garantisce Paolo Bagordo di **Marina Systems**, «continuerà ad esistere così come le autovetture a motore termico. L'evoluzione verso la batteria ha dei limiti in termini di costi, durata e smaltimento di prodotti esausti».

«Il futuro del tosaerba a scoppio, specialmente nei mercati sviluppati come quello italiano, prevede», il quadro di Antonio Marchesin di **Pratoverde**, «un percorso di declino progressivo in favore dei modelli a batteria. Stiamo già pianificando di investire in nuove tecnologie e prodotti ecologici per restare competitivi. La nostra strategia prevede di integrarsi in questo cambiamento, affinché il marchio Toro possa continuare a essere sinonimo di qualità e innovazione nel settore».

«Il futuro del tosaerba a scoppio, per **Stihl**, sarà quello», la direzione tracciata da Francesco Del Baglivo, «di un prodotto sempre più mirato e specializzato. Non parliamo di un segmento destinato a scomparire, ma di una soluzione che continuerà ad avere un ruolo chiaro per specifiche applicazioni: grandi superfici, uso intensivo, contesti professionali e semi-professionali dove potenza, autonomia e continuità operativa restano determinanti. La nostra visione è orientata a gamme più razionali, tecnologicamente evolute, con motori efficienti e conformi alle normative, maggiore attenzione al comfort e alla durabilità e un forte focus sulla qualità complessiva. In parallelo, il tosaerba a scoppio conviverà con l'espansione delle soluzioni a batteria, inserendosi in un'offerta sempre più completa. Il futuro, quindi, non è nei volumi, ma nel valore e nella risposta a esigenze ben definite». La verità alla primavera. Ed a tutto il 2026, circondato da tanta attesa e legittime ambizioni. Al di là della concorrenza, del taglio che sta cambiando, di chi spinge da una parte e chi dall'altra. La parola al mercato. Al giudice supremo.



Pratoverde

Fari puntati sulle grandi aree verdi, attraverso la linea Professional ed una serie infinita di valori aggiunti. Dall'avanzata sensoristica agli ottimi sistemi di controllo da remoto, fino alla sicurezza dei dati. Per super prestazioni

AMBROGIO ROBOT, TECNOLOGIA AL MASSIMO

Un altro salto in avanti. L'ennesimo di un lungo e virtuoso cammino. **Zucchetti Centro Sistemi** rafforza il proprio posizionamento nel mercato della robotica da giardinaggio professionale con una strategia determinata e lungimirante: portare automazione avanzata, intelligenza artificiale, gestione digitale supportati da una serie di servizi di alto livello tecnologico nella manutenzione delle grandi aree verdi. **Ambrogio Robot**, brand della **Divisione Robotica**, presente nei giardini di tutto il mondo da **oltre 25 anni**, si pone come partner tecnologico

AMBROGIO
R O B O T



del mondo professionale, con una nuova gamma di robot rasaerba che spaziano da campi sportivi e campi da golf a parchi pubblici, aree aeroportuali, strutture ricettive ed alberghiere, grandi spazi aziendali. A **MyPlant**, la fiera di Milano-Rho, ZCS ha presentato la nuova linea **Ambrogio Professional**, capace di riflettere la nuova strategia aziendale e che mira ad essere un punto di riferimento di alto livello per il settore. **Una gamma destinata al mercato dei professionisti del verde**, dotata delle più recenti tecnologie che integra intelligenza artificiale, navigazione satellitare RTK cloud, sensoristica avanzata e sistemi di controllo remoto. Una gamma ancor più evoluta, colorata di nero per mettere in risalto il design ed il **Made in Italy**.

Ambrogio Professional offre alte prestazioni uniche. Perché ottimizza il tempo con la capacità di coprire un'ampia superficie grazie all'alta velocità di avanzamento e di ricarica. E perché migliora la qualità del manto erboso e soprattutto garantisce una gestione più efficiente e profes-

sionale delle grandi aree. Accanto alle prestazioni operative, **Ambrogio Professional** aggiunge un elemento oggi imprescindibile: la sicurezza dei dati. La protezione delle informazioni è garantita da un sistema conforme alle normative europee (GDPR): gestione, monitoraggio e archiviazione dei dati avvengono interamente in Europa, su infrastrutture proprietarie. Per le novità tecnologiche che provengono dall'**area R&D** di ZCS - Laboratorio della Creatività, **luci puntate sul nuovo Synt Pro**, il robot completamente automatizzato unico sul mercato, che gestisce i **prati sintetici** e che ha guadagnato anche una **menzione nella sezione MyInnovation**.



www.ambrogiorobot.com



SERVICE
CENTER

2026



Service Center: lo spazio vendita diventa esperienza

Cos'è il Service Center

Il Service Center offre una progettazione personalizzata dello spazio espositivo dentro il punto vendita: dall'ideazione grafica e materiale promozionale (es. roll-up, totem, tappeti, coperture per banchi) alla fornitura modulare di taniche, dispenser e merchandising, fino al montaggio e all'assistenza post-installazione. L'obiettivo è rendere il prodotto riconoscibile, accessibile e integrato con il layout del negozio.

Vantaggi per il rivenditore

- Allestimenti su misura ottimizzati per spazio e flussi clienti
- Gestione semplificata grazie al servizio chiavi in mano (progettazione, produzione, montaggio)
- Maggiore visibilità e impatto del brand nel punto vendita
- Esposizione studiata per facilitare stock, riordino e vendita dei prodotti più richiesti
- allestimenti pensati per facilitare l'acquisto d'impulso e aumentare il sell-through dei prodotti.

Vantaggi per il cliente finale

- Esperienza chiara e rapida: prodotti ordinati e presentati in modo intuitivo, con informazioni leggibili e punti di riferimento visivi.
- Contatto con il brand: area dedicata e materiali informativi che raccontano i benefici dei carburanti Aspen (sicurezza, pulizia motore, specificità d'uso).
- Fiducia e professionalità: un corner curato comunica competenza e rassicura l'acquirente sulla qualità del prodotto.

Il Service Center di Aspen è molto più di un semplice allestimento: è un servizio di customizzazione dello spazio in negozio pensato per valorizzare i prodotti, aumentare le vendite e migliorare l'esperienza del cliente. Ecco perché sempre più rivenditori scelgono questa soluzione chiavi in mano.

Contattaci per una consulenza gratuita e scopri la soluzione di customizzazione più adatta al tuo negozio.



Aspen è distribuita da Fortalezza Srl
Contatti: info@fortalezanet.it
Tel: 339 1965 738



ASPEN 2 T - ASPEN 4T

Carburante alchilato per motori 2 tempi e 4 tempi



Aspen CombiHandle

Accessorio carburante



Aspen D

Biodiesel HVO per piccoli motori diesel



Aspen R

Carburante specializzato per gli sport motoristici



Aspen+

Un carburante speciale per motori sportivi e standard



Aspen Classic Vehicle

Benzina per veicoli d'epoca



Aspen Bio Chain Oil

Olio lubrificante e refrigerante per catene e barre da motoseghe.

Accessori carburante



Beccuccio versatore per tanica da 25 litri

Pompa fusti professionale K10C, per fusti da 200 litri



Beccuccio versatore per tanica da 5 litri



Pompa fusti 2, filettata BSP, per fusti da 200 litri



Olio bio Aspen per catene

Olio per catene e barre per motoseghe



Accessorio carburante e olio

Rubinetto per tanica da 25 litri

Aspen Fuels non è solo benzina

Quando si parla di carburanti per il verde professionale, spesso si pensa semplicemente a "benzina". In realtà, Aspen Fuels rappresenta molto di più: una gamma completa di soluzioni pensate per migliorare performance, sicurezza e sostenibilità nel lavoro quotidiano.

Dalla benzina alchilata agli accessori professionali, Aspen offre un sistema integrato per chi lavora ogni giorno con macchine a motore.



Scegliere Aspen significa:

- Proteggere la salute dell'operatore
- Ridurre i costi di manutenzione
- Aumentare l'affidabilità delle macchine
- Lavorare con un carburante più stabile e sicuro

"ASPEN, la soluzione completa per chi lavora nel verde"

www.aspenfuels.it



Duecentomila punti al secondo scansionati, navigazione sicura e intelligente, precisione massima garantita da network RTK. Per prestazioni di taglio davvero eccezionali, anche con erba fitta. Nessun cavo, nessuna antenna. Tutto gestito da una semplicissima App

SEGWAY NAVIMOW H2

LIDAR: LEADER DI MERCATO, TECNOLOGIA AD ALTA RISOLUZIONE

N

el panorama sempre più evoluto della cura del verde, il robot rasaerba non rappresenta più soltanto un accessorio tecnologico, ma un vero alleato nella gestione intelligente degli spazi outdoor.

Con la Serie H2, Segway Navimow compie un ulteriore passo avanti.

NAVIMOW

Sistema di Tripla Fusione: EFLS™ + LiDAR+ a stato solido + Visione

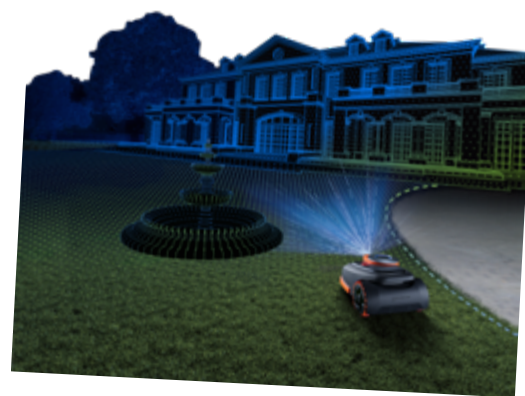
Navigazione definitiva ed intelligente grazie all'introduzione della tecnologia **LiDAR+** a guida autonoma. Con questo sistema di nuova generazione, **Navimow H2** scansiona il giardino a quasi **200.000** punti al secondo, creando una densa zona di punti **3D senza punti ciechi**. Ogni contorno, angolo e oggetto viene catturato per una consapevolezza della scena senza pari con una **risoluzione 4 volte più nitida**. In definitiva, la **Serie H2** ridefinisce la navigazione con un sistema sapientemente integrato: la consapevolezza spaziale di **LiDAR**, la precisione satellitare della **network RTK** e l'assistenza migliorata della **Visione**.

Falciatura efficace e precisa nei dettagli

Prestazioni di taglio incredibili per prati difficili grazie al motore con picco di potenza da **100 W** e **6 lame** e protezione disco che aiutano a sminuzzare l'erba fitta. La **serie H2** è progettata con robusti pneumatici fuoristrada per massimizzare la trazione ed evitando danni al manto erboso. Inoltre, grazie alla modalità **EdgeSense™** i bordi non saranno più un problema, rendendoli impeccabili e regolari.

Tutto sotto controllo

Nessun cavo, nessuna antenna e posizione flessibile, il tutto **gestito tramite App**. Gestisci la mappa interattiva del tuo giardino in modo interattivo direttamente dal telefono. Visualizza, modifica e comanda il tuo robot rasaerba con una precisione grazie alla **tecnologia GeoSketch™**. Cura perfettamente ogni zona della tua area verde con la possibilità di **gestire fino a 30 zone differenti**. Con il **modello H2**, Segway Navimow propone una visione chiara del futuro della cura del prato: automatizzata, intelligente e centrata sull'esperienza dell'utente.





SEGWAY

Oltre ogni standard conosciuto



PRATO E CESPUGLI / ROBOT RASAERBA 

NAVIMOW

Con i210 AWD, H2 e X4 inizia la nuova era Navimow

Dimentica ciò che sai dei robot rasaerba. Le nuove serie **Segway Navimow 2026** non tagliano l'erba: **analizzano** il giardino, lo **mappano in 3D** e lo **gestiscono** con un'intelligenza che fino a ieri sembrava impensabile. Dalla serie **i2 AWD**, con **Xero-Turn™** per **manovrabilità** e **trazione** eccellenti, alla **H2** con **LiDAR** e **videocamera** per **mappare** con **precisione** ogni millimetro, fino alla serie **X4** capace di affrontare **pendenze fino all'84%**, ogni modello contiene straordinarie tecnologie. **Senza cavi perimetrali né antenne.**



Scopri di più
sulle nuove serie
Navimow



We are Blue Bird

NATURALLY TOGETHER.

bluebirdind.com |  

CLIENT ATTRACTION E FIDELIZZAZIONE: IL RUOLO DELLA NEWSLETTER NELL'E-COMMERCE

A cura di Aurora Vagnoli, Junior Press Office & Digital PR di AgriEuro

Per esercitare una client attraction efficace un e-commerce deve costruire una strategia che integri più canali e accompagni l'utente in tutti i momenti del suo percorso all'interno del funnel. L'acquisizione organica, tramite SEO e content marketing, consente di rispondere in modo puntuale ai bisogni degli utenti. L'acquisizione a pagamento, tramite Google Ads e Meta Ads, permette invece di agire su due leve differenti: da un lato intercettare una domanda già espressa sui

motori di ricerca, dall'altro stimolare interesse e costruire relazioni attraverso contenuti sponsorizzati che raggiungono un pubblico profilato. Accanto a queste leve digitali si affianca uno strumento che non si limita all'acquisizione, ma lavora soprattutto sulla relazione nel tempo: la newsletter. In un contesto competitivo come quello dell'acquisto online, la capacità di mantenere vivo il contatto e guidarlo gradualmente verso la conversione rappresenta un vantaggio strategico. La newsletter diventa quindi un presidio fondamentale per gestire i rapporti con clienti e lead, accompagnandoli con contenuti coerenti, progressivi e rilevanti.

Nel contesto e-commerce, un uso efficace della newsletter passa da due applicazioni principali: la newsletter contenutistica e le e-mail automatiche basate sul comportamento dell'utente.

La newsletter contenutistica

La newsletter contenutistica si basa su una strategia che punta a rafforzare la brand awareness dell'impresa attraverso contenuti mirati e personalizzati, senza prevedere elementi commerciali o promozionali. L'obiettivo non è la vendita immediata, ma la costruzione di un legame di fiducia e di una percezione di autorevolezza da parte degli utenti nei confronti dell'azienda. Inviata con cadenza regolare, si foca-





ATTREZZATURE PROFESSIONALI
A BATTERIA



NUOVA GAMMA E

BATTERIE ON-BOARD



NOVITÀ

NUOVA GAMMA E SEMPLICITÀ E PRESTAZIONI

Pratica, semplice e conveniente,
con tutte le caratteristiche
e il know-how Pellenc!



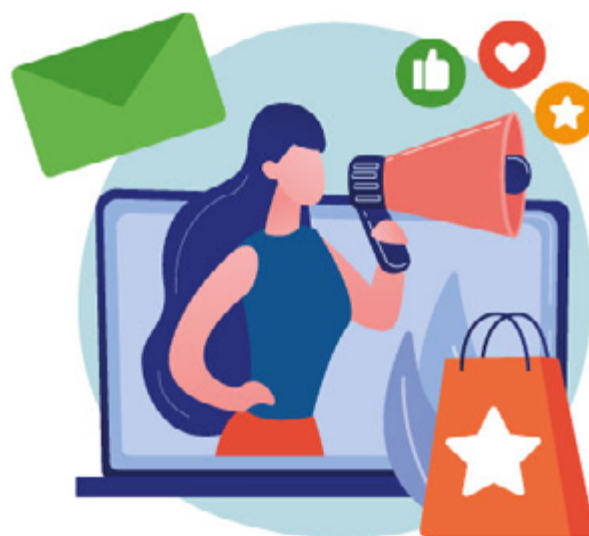
lizza su tematiche di interesse per il pubblico di riferimento. Nel caso di un e-commerce specializzato in macchine per l'agricoltura e il giardinaggio, questo significa proporre approfondimenti utili su argomenti stagionali e pratici, come la potatura in autunno, la pulizia degli spazi esterni in inverno o la manutenzione del verde in primavera.

La programmazione editoriale viene pianificata nel lungo periodo sulla base della stagionalità delle categorie di prodotto, così da intercettare esigenze concrete nel momento in cui emergono. Le comunicazioni sono calendarizzate in concomitanza con l'inizio della stagione di utilizzo di una determinata tipologia di macchina, rafforzando il ruolo dell'azienda come punto di riferimento nel settore.

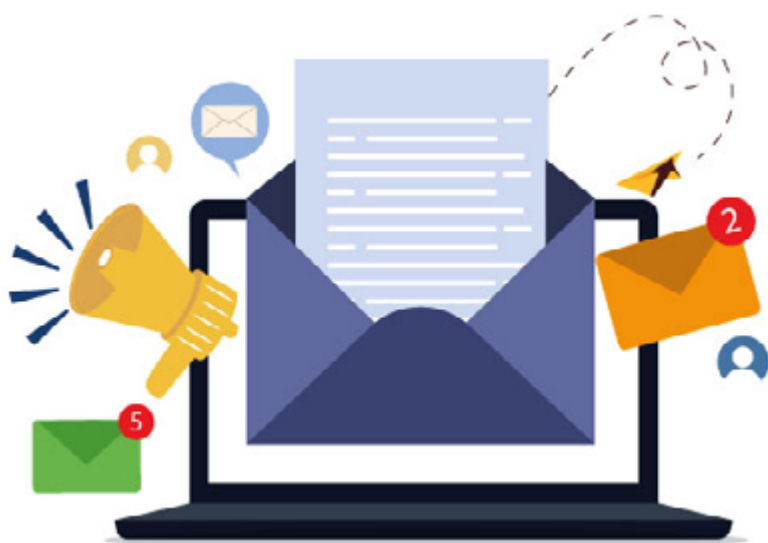
I contenuti hanno un valore pratico, come guide sulle modalità d'uso delle macchine, indicazioni sulla manutenzione o approfondimenti utili per orientare la scelta del prodotto più adatto alle proprie necessità. L'esclusione di messaggi promozionali consente di consolidare nel tempo la percezione di affidabilità, con iscritti che attendono l'invio della newsletter come un appuntamento informativo.

Le e-mail automatiche

Accanto alla newsletter contenutistica si collocano le e-mail automatiche, che rappresentano una strategia basata sul marketing automation e orientata principalmente ai comportamenti e alle azioni dell'utente. Le e-mail di recommendation sono legate alle sessioni di navigazione



recenti sul sito e combinano una componente commerciale con una componente informativa. Da un lato ripropongono una selezione di prodotti coerenti con quelli visitati, scelti in base al punteggio di rilevanza attribuito dall'algoritmo. Dall'altro includono contenuti di approfondimento mirati sulla specifica categoria di interesse, come guide alla scelta del prodotto o indicazioni utili per l'uso e la manutenzione. Questa integrazione tra proposta commerciale e supporto informativo riduce l'incertezza decisionale e accompagna l'utente verso una scelta più consapevole. Un'ulteriore applicazione di e-mail automatica è rappresentata dalle e-mail di recupero carrello, che ricordano all'utente di aver inserito uno o più prodotti nel carrello e gli consentono di riprendere il percorso di acquisto interrotto. A questa comunicazione si affianca spesso una push notification, che rafforza il promemoria attraverso un canale aggiuntivo. Anche in questo caso l'obiettivo non è forzare la conversione, ma facilitare la continuità dell'esperienza, rimuovendo eventuali ostacoli o dimenticanze. L'approccio alla newsletter appena descritto si fonda sul lead nurturing, ovvero sulla capacità di coltivare un contatto nel tempo. Non si tratta semplicemente di inviare comunicazioni periodiche, ma di costruire un percorso che alterna contenuti educativi e informativi a eventuali proposte commerciali in modo equilibrato. L'obiettivo non è vendere subito, ma aumentare fiducia e autorevolezza, rendendo il contatto più propenso all'acquisto quando ne maturerà l'esigenza.



AURA-R2™ L'EVOLUZIONE DI EGO NELLA CURA INTELLIGENTE DEL PRATO

M

etaforicamente, l'Aura di una "cosa" (persona, oggetto, luogo) è l'alone invisibile di atmosfera, fascino, stile, energia e qualità unica che la contraddistingue.

Ed è con il nome "AURA-R2" che EGO ha voluto chiamare la sua nuova gamma di robot rasaerba, presentata per la stagione 2026.



PATH IQ™



Il cuore di AURA-R2 è **PATH IQ™**, l'esclusiva combinazione di **tre tecnologie intelligenti** di EGO che lavorano insieme per offrire una precisione di taglio senza pari anche negli ambienti più complessi. Utilizzando la tecnologia satellitare con **Real Time Kinematic (RTK)**, AURA-R2 garantisce che ogni centimetro del prato riceva l'attenzione che merita. La tecnologia RTK garantisce un taglio rettilineo ed una copertura efficiente con sovrapposizioni minime. La **tecnologia Visual Inertial Odometry (VIO)** aiuta a rimanere in carreggiata anche nei punti più difficili, come sotto un albero ombroso o in un passaggio stretto. Cattura ogni dettaglio del mondo che lo circonda con la tecnologia **Visual Simultaneous Localisation and Mapping (VSLAM)**. Utilizzando la sua telecamera binoculare e la tecnologia di visione avanzata, crea una mappa del prato ed aggira gli ostacoli.

Sa dove si trova, dove è stato e cosa sta per succedere, così può rendere ogni passaggio dritto e preciso.

Viene fornito con l'**antenna PATH IQ™** che consente un feedback preciso sulla posizione anche nelle proprietà più spoglie. Mappa con precisione fino a 40 zone ed i percorsi che le collegano.



Tre i modelli proposti per ora nella gamma:

RMR1500E

CAPACITÀ DI TAGLIO 1500 MQ



RMR3000E

CAPACITÀ DI TAGLIO 3000 MQ



RMR6000E

CAPACITÀ DI TAGLIO 6000 MQ



Per tutti i modelli l'apparato di taglio da 24 cm di larghezza dispone di tre lame pivotanti e la regolazione dell'altezza di taglio avviene con comando elettronico. È facile da comandare dalla tasca, tramite l'App **EGO CONNECT**, con un controllo del programma di taglio 24 ore su 24, 7 giorni su 7, per lavorare dove si vuole, quando si vuole, tutto con il semplice tocco di un pulsante.

EGO POWER PLUS: <https://egopowerplus.it>

BRUMAR - DISTRIBUTORE ESCLUSIVO PER L'ITALIA: brumargp@brumargp.it

Husqvarna e gli intelligenti Automower® 308V e Automower® 312V Brazzarola: «Innovazione per un numero di privati mai così ampio»

Automower® 308V e Automower® 312V sono le ultime due grandi novità Husqvarna, robot tagliaerba senza fili "intelligenti" connessi e, soprattutto, dotati di "Vision AI", una tecnologia con telecamera basata su Intelligenza Artificiale che consente al robot di "vedere", comprendere ed agire in base a ciò che lo circonda. I nuovi modelli, prodotti in Europa, combinano oltre 30 anni di esperienza nel mondo del taglio robotizzato. Il risultato porta ad una cura del prato senza sforzo per tutti coloro che vogliono godersi il proprio giardino senza dover tagliare fisicamente l'erba. «In qualità di leader mondiali nella robotica per la cura del prato», il punto di Francesco Brazzarola, residential sales manager di Fercad, distributore esclusivo per l'Italia dei prodotti a marchio Husqvarna, «abbiamo racchiuso la nostra tecnologia affidabile e pluripremiata in una nuova generazione di modelli progettati per rendere la qualità e l'innovazione Husqvarna accessibili a un numero di privati mai così ampio. Siamo orgogliosi nel comunicare che, nel 2026, sono oltre 25 i modelli di robot tagliaerba a disposizione di privati e professionisti».

La nuova generazione di robot tagliaerba Husqvarna è dotata tecnologia "Vision AI" che, grazie ad una telecamera integrata e supportata dall'intelligenza artificiale, riconosce ed evita gli ostacoli in tempo reale. Quando identifica un oggetto, come un giocattolo o degli attrezzi da giardino, rallenta o cambia percorso. Il robot tagliaerba elabora internamente le immagini di tutto ciò che gli è attorno senza mai che queste vengano memorizzate né condivise. I dati che invia sono archiviati in Europa, nel pieno rispetto delle Leggi vigenti in materia di protezione dei dati.



Kramp Italia fa un figurone a Myplant «Tassello fondamentale per le nostre strategie»

Kramp Italia ha concluso con successo la propria prima partecipazione a Myplant, confermando il ruolo dell'azienda come partner di riferimento per i rivenditori di macchine e attrezzature per i settori giardinaggio e forestale. Al padiglione 20, stand C13, il Team Kramp Italia ha accolto numerosi clienti, rivenditori e professionisti del settore, offrendo un momento di confronto diretto sulle esigenze di un mercato in continua evoluzione. La presenza in fiera ha rappresentato un'importante occasione per rafforzare le relazioni esistenti e sviluppare nuove opportunità di collaborazione. Durante i tre giorni di manifestazione, Kramp ha presentato il proprio ampio assortimento di ricambi originali e alternativi, accessori e soluzioni dedicate ai rivenditori specializzati, con un'offerta strutturata per garantire disponibilità di prodotto, rapidità di consegna ed un supporto costante al cliente. Particolare interesse è stato riscontrato per l'ampiezza della gamma e per la capacità dell'azienda di offrire un servizio integrato a supporto delle attività quotidiane dei professionisti del verde. La partecipazione a Myplant si inserisce nel percorso di crescita di Kramp sul mercato italiano, con l'obiettivo di consolidare ulteriormente la propria presenza nel settore giardinaggio e forestale. Anche in questa occasione, l'evento ha confermato l'importanza delle fiere di settore come momento strategico di incontro e aggiornamento professionale. Per Kramp, «Myplant rappresenta un tassello fondamentale in una strategia orientata alla qualità del servizio, alla prossimità al cliente e allo sviluppo di partnership solide e durature».



Fattorusso nuovo direttore generale di ZCS

«Le macchine per professionisti il grande focus»

La strada della continuità. E soprattutto dell'innovazione. «L'indirizzo è quello, col focus sulle macchine per i professionisti», assicura Antonio Fattorusso, nuovo direttore generale di ZCS, anche lui a Myplant. «Il futuro è del robot. Se fra cinque anni», l'immagine di Fattorusso, «un bambino dovesse vedere un utilizzatore che sta spingendo un rasaerba allora chiederà alla mamma cosa quel signore stia effettivamente facendo. Poi è chiaro che ci sarà ancora chi ama rilassarsi lavorando con un tosaerba tradizionale, ma il trend è piuttosto evidente». Scritto anche il target nel prossimo periodo, già ampiamente abbracciato. «Quello professionale. Quindi campi da golf, campi di calcio, aree comunali», conferma Fattorusso, tutto evidenziato da una proposta sempre più marcata in quel segmento. A partire da Synt Pro, in grande evidenza nello stand ZCS di Myplant. Fattorusso arriva in uno staff già assai consolidato, una struttura definita, da sempre molto coerente, dall'altissimo potere tecnologico. Non solo nella robotica e nel mondo del verde. «Sono stato per un anno e mezzo in Giappone», racconta Fattorusso, «dove ho capito una volta di più quanto sia importante saper ascoltare. Si impara anche così. Ed è quel che farò. Come sempre metteremo il rivenditore al centro dei nostri progetti. Chi può, quindi, garantire un servizio costante e puntuale sul territorio a vantaggio del cliente finale. Un viaggio che faremo tutti insieme».



Vieni a scoprire la nuova serie Edge



ENCORE

Serie EDGE PRO

POTENTE, MANEGGEVOLE, AD ALTE PRESTAZIONI

**Vuoi informazioni?
Contattaci, risponderemo
a tutte le tue domande**

**IMPORTATORE ESCLUSIVO
PER L'ITALIA:**



Via Nicola Sasso, 14 - 12045 FOSSANO (CN)
Tel. +39 0172 60216 - info@oberto.eu
www.oberto.eu



Parco Sigurtà, vince la gestione sostenibile

Anche grazie ai robot Husqvarna

Il Parco Giardino Sigurtà adotta strategie sostenibili per la tutela del verde, la cura del suolo e l'uso responsabile delle risorse. Lo scorso inverno sono stati piantati oltre cinquanta alberi per sostituire esemplari non più vitali e creare nuove zone d'ombra, in particolare lungo le discese verso la Valle del Mincio. Il patrimonio arboreo è costantemente monitorato e curato con tecniche avanzate, privilegiando specie locali e resistenti. Le foglie raccolte vengono in parte compostate e riutilizzate. Si favorisce la propagazione vegetativa per ridurre l'acquisto di nuove piante. Un gregge di pecore della Lessinia contribuisce alla manutenzione naturale delle colline. Per contrastare i parassiti, in aree specifiche come il Viale delle Rose, viene applicata la lotta integrata con l'utilizzo di insetti utili, come le diecimila coccinelle, nel pieno rispetto dell'equilibrio ecologico. L'irrigazione dei tappeti erbosi avviene a scorrimento, consentendo un significativo risparmio energetico. I diciotto laghetti del parco non vengono trattati con prodotti chimici: questo approccio favorisce una microfauna ricca e diversificata, con rane, pesci, aironi e gallinelle d'acqua. Le piante acquatiche come ninfee e fiori di loto svolgono un'importante funzione ossigenante. Grazie alla collaborazione con Husqvarna, il parco utilizza robot tagliaerba a batteria, silenziosi e privi di emissioni dirette che riducono l'impatto ambientale e contribuiscono a migliorare naturalmente la qualità del terreno.



Cormik in splendida forma

«Ariens un grande passo»



S'è presentata in gran forma Cormik a Myplant, coi suoi marchi d'alto valore e tanti assist interessantissimi, sotto forma di novità, per il rivenditore. A partire dalle 3500T di Echo, in un quadro molto ricco soprattutto nella sezione-batteria. «Macchina multiuso, ben bilanciata, barra da 14 pollici, alte prestazioni e molto leggera per il lavoro dell'utilizzatore esigente e del professionista», l'istantanea di Andrea Dalla Valle, sales area manager di Cormik. In primissima fila anche le macchine Ariens. «Un grande passo per noi», prosegue Dalla Valle, «quel che ci permette di soddisfare una fascia di mercato per la manutenzione del verde per ampie metrature dove c'è molta richiesta. Compresa le municipalizzate, con macchine dalle grandi prestazioni». Vicino ad Ariens il giallo di AS-Motor, altro grande valore nell'offerta Cormik, falciatrici per erba alta e mulching per professionisti e privati fabbricate al 100% in Germania nella sede di Bühlertann. Soluzioni note per la loro eccezionale qualità in condizioni estreme, con inclinazioni fino a 35 gradi operando davanti ad erba alta e macchia densa.

Volpi Originale, brilla Ninfea

Impeccabile in ogni posizione

Ninfea è la pompa a batteria con serbatoio in PE da 2 Lt, novità di stagione 2026 di Volpi Originale. Lo sprayer si adatta perfettamente all'attività di giardinaggio e cura delle piante in aree di piccole e medie dimensioni. Grazie al suo ugello regolabile in polipropilene, permette una nebulizzare ottimale dei liquidi. Sul serbatoio è presente un indicatore di livello del prodotto trasparente, per avere sempre sotto controllo la quantità di soluzione ancora disponibile. Ninfea è dotata di un tubetto pescante flessibile con un peso alla sua estremità, in modo che la pompa, in qualsiasi posizione venga utilizzata, persino capovolta, sia in grado di pescare sempre il liquido contenuto nel serbatoio. Ninfea è equipaggiata di batteria al litio ricaricabile ed integrata da 3,7V – 2,5Ah e di pompa a membrana. Sulla testa, oltre al pulsante di accensione e spegnimento, è presente un pratico display con indicatore della carica della batteria. Dotata di pratico cavo di ricarica USB ed è imballata in scatola singola in quadricromia.



Articolo 4312, qualità e robustezza

Agrati, avvolgitubo a tutta velocità



Dal 1962 Agrati produce in Italia una gamma estremamente ampia di avvolgitubo con ruote e portatili/murali, oltre a molti altri articoli per la cura del giardino, in grado di soddisfare ogni esigenza del mercato. L'articolo 4312 in acciaio inox AISI 304 fa parte di una famiglia di modelli caratterizzati da uno standard qualitativo superiore e da estrema robustezza. Dotato di attacchi universali in ottone, manovella di riavvolgimento in acciaio ricoperto con polipropilene, robuste ruote ricoperte con gomma piena. Tra gli elementi da noi considerati per lo sviluppo anche di questo carrello avvolgitubo vi è la "sostenibilità" che per noi si basa sul principio della circolarità con la quale si intende durata del

prodotto - riduzione degli scarti - riuso ed efficienza.

È quindi evidente che articolo 4312 rappresenta bene, nella sua unicità, il concetto di sostenibilità per la promozione del quale Agrati si sta seriamente impegnando.

Kress Italy telecomanda Voyager. E va oltre i robot

Goi: «Il manutentore riorganizzi il suo lavoro»

Al centro dello stand Kress di Myplant la scena se l'è presa tutta Voyager, circondata da robot in serie. Lo specchio della missione dell'azienda. «Siamo andati oltre i robot, verso una macchina per la manutenzione del verde che non ha più bisogno di operatore. Noi abbiamo un motto, «Game Over», per dire che sono veramente finiti i giochi. Voyager», evidenzia Thomas Goi, direttore vendite di Kress Italy, «non ha bisogno di presidio, non ha bisogno di uomo a bordo, è completamente autonoma. Il che consente al manutentore di poter riorganizzare il suo lavoro, toccando un punto-chiave come il personale che oggi fai fatica a trovare. Ora invece, con Voyager, il personale addirittura si moltiplica. È un processo che sta seguendo i tre mega-trend mondiali legati all'elettrificazione, all'automazione ed alla digitalizzazione di ogni tipo di industria. L'imprenditore del verde che vuole diventare virtuoso deve seguire questa corrente, ormai in atto già da diverso tempo. Quel che stiamo facendo noi». Le vette sono sempre più elevate, in tutti i sensi. «I robot hanno raggiunto ormai livelli tecnologici molto alti. Sono stati aggiunti valori davvero molto importanti. Anche su Voyager», specifica Goi, «al di

là di quelli tradizionali. Il mercato dei robot si sta spostando sempre più verso il professionale. Dove sicuramente l'intelligenza artificiale, la robotizzazione e l'automazione daranno un ulteriore sprint. Ci sono due velocità. Il mercato ne ha una, mentre le aziende e noi in particolar modo stiamo andando ad un'altra andatura nella presentazione di tecnologie. A breve le due velocità di equipareranno, perché il manutentore non può più star fuori da certi giochi».



TAGLIO PRECISO

AFFIDABILITÀ

SENZA COMPROMESSI



► Componenti
intercambiabili

► Ergonomia studiata
per l'uso prolungato

► Lame ad alte prestazioni

► Affidabilità testata sul campo



FALKET®

FALKET S.r.l.
PREMANA (LC) ITALY
T. (+39) 0341.890280
www.falket.com

f i y i n #falketquality

Grillo e il valore del Made in Italy

«Sicuri di tutto quello che offriamo»



La solita grande coerenza, quella di Grillo. La capacità di uscire da certi classici schemi, il Made in Italy totale, macchine quasi su misura per il cliente. «Siamo produttori con la P, in maiuscolo, perché tutto quel che realizziamo», la fierezza a Myplant di Stefano Grillo, responsabile commerciale e marketing di Grillo, «esce dai nostri cinque stabilimenti, nell'hinterland cesenate. La differenziazione è un plus che vale dal momento in cui parte l'idea al momento in cui si realizza. Dobbiamo essere certi di tutto quello che offriamo. Un elemento molto importante, ma che richiede sforzi enormi rispetto ad altri approcci produttivi e commerciali. Ed il rivenditore è un punto-chiave, non a caso coinvolto quotidianamente. Solo così si arriva al cliente finale nel modo giusto». Immediata l'istantanea sul momento. Niente di nuovo, rispetto al passato. «È un periodo complicato. Sembra di usare sempre gli stessi argomenti. Sono in quest'azienda da 33 anni, ma uno in discesa non l'ho ancora trovato. Specie per chi lavora soprattutto a livello internazionale. Tenete conto», la sottolineatura di Grillo, «che noi esportiamo il 75% della nostra produzione e siamo presenti in oltre cinquanta paesi. Viviamo molto quindi le difficoltà sociali, economiche e politiche delle varie aree del mondo che non condizionano direttamente il nostro lavoro e la domanda. Ma ci creano difficoltà nell'esportazione, difficoltà documentali, nelle transazioni finanziarie. Per il prodotto andiamo avanti per la nostra strada. Quella dello studio, verso soluzioni di qualità. Macchine quindi performanti e capaci di soddisfare delle esigenze magari di nicchia più che quelle primarie. Garantendo tutto quello che è il post-vendita, la filiera dell'assistenza. Un elemento determinante, anche per diversificarci da un'offerta che ormai viene da ogni parte del mondo puntando a volte solo su numeri e prezzi».

Minelli va solo di qualità

«Ricetta indispensabile»



La qualità al primo posto. «Ricetta indispensabile, determinante soprattutto nel mondo agricolo», la condizione essenziale di Sandro Minelli, direttore commerciale di Minelli, a Myplant con l'animo sereno e fiero di chi ha continuato a produrre per alzare continuamente l'asticella. «Dietro le nostre novità», prosegue Minelli, «ci sono ore ed ore di progettazione e tanta passione, così come tante risorse. La passione non basta. Bisogna accompagnare lo sviluppo tecnico con un adeguato budget finanziario per avere soluzioni sempre più competitive e performanti. Perché il mercato è sempre in evoluzione, soprattutto quello della batteria». Minelli ha presentato soprattutto un nuovo potatore, Q2 Premium, destinato ad utilizzatori professionali, per il giardiniere ed il settore boschivo, con la possibilità di regolare il flusso di lubrificazione della catena. Inserito inoltre un display di accensione attraverso il quale è possibile monitorare la durata della batteria, le ore di lavoro e tante altre informazioni. Batteria condivisa con la nuova forbice EP45.

Volantino Sabre Italia

«Non la solita pizza...»

«Non la solita pizza...», con tanto di pizza in copertina a rappresentare la stagionalità dei prodotti, è la simpatica presentazione di Sabre Italia del suo volantino con prezzi invariati fino al 30 giugno. In primo piano i robot 4Sison col modello LR180-L2-EU e le relative batterie per un'autonomia fino a 500, 800 e 1000 metri quadrati, fino alla motosega CSX2-M1 ed al soffiatore Blax2, al potatore telescopico CSPX2, il tosasiepi bilama HTX2, l'avvitatore PDWX2 e la smerigliatrice angolare a batteria PAX2115-M2. Nella proposta Sabre Italia contenuta nel catalogo anche i soffiatori BL4QL e BLB4QL più la motosega YH2200-10. Per il capitolo Maruyama farì puntati sulla motosega professionale top-handle MCV3101TS oltre ai modelli da abbattimento MCV3101S ed MCV3501S più la completissima linea di decespugliatori. E poi i rider raggio zero di Greenman, le macchine Fiat Professional e Masport più i biotrituratori Eliet.



HTP consolida la presenza di Ruris in Italia

Rete capillare e focus sull'elettrico

Ruris Italia ha confermato, a Myplant & Garden, il proprio percorso di crescita sul mercato nazionale sotto la guida di HTP Srl, distributore esclusivo del brand per l'Italia. A guidare lo sviluppo è Domenico Incontro, amministratore unico di HTP, che ha strutturato una filiera commerciale completa, capace di coprire l'intero territorio nazionale attraverso una rete di 15 agenzie attive in modo capillare su tutte le regioni. Fondata a Craiova, in Romania, Ruris è oggi un player industriale di riferimento nella produzione e distribuzione di macchine e attrezzature per la cura del verde, l'agricoltura e la manutenzione outdoor. Il marchio si distingue per un'offerta ampia e trasversale, progettata per rispondere sia alle esigenze dell'utenza professionale sia a quelle del mercato consumer evoluto. Con la gamma 2026, il brand compie un passo deciso verso l'innovazione sostenibile, introducendo una linea di veicoli 100% elettrici destinati a molteplici applicazioni operative. Una scelta strategica che intercetta le nuove esigenze di mobilità leggera e a basse emissioni, sempre più centrali nel comparto. L'obiettivo dichiarato è chiaro: posizionarsi in Italia come partner completo per il settore, grazie a una proposta di prodotto ampia, competitiva e in continua evoluzione, supportata da una struttura distributiva solida e radicata sul territorio.



Pro Fuels

**LA POTENZA
DEL RACING
NEI TUOI
ATTREZZI.**

**BENZINA ALCHILATA
PER MOTORI 2 E 4 TEMPI**



ZCS, ecco il Palazzo della Robotica

Ricerca e innovazione senza sosta

ZCS continua a investire nella robotica con una visione industriale di lungo periodo, puntando su infrastrutture e competenze. L'azienda sta per inaugurare il nuovo Palazzo della Robotica, centro direzionale e produttivo di 5.000 mq dedicato alla Divisione Robotics e inserito in un progetto di riqualificazione urbana sostenibile. Parallelamente, la proprietà ha rafforzato il top management con una nuova struttura direzionale orientata a sviluppo, efficienza e internazionalizzazione.

La direzione generale è stata affidata ad Antonio Fattorusso, con l'obiettivo di guidare Ambrogio Robot in una nuova fase di crescita strategica. Ambrogio Robot evolve il suo percorso verso una robotica professionale, con radici italiane e garanzie Made in Europe.

ZCS è decisa a consolidare il proprio ruolo in un settore, quello dell'innovazione tecnologica, caratterizzato da una crescita costante e da un'evoluzione continua, soprattutto in campo informatico. Un percorso di sviluppo che si fonda in primo luogo sull'attività di ricerca e innovazione oggi focalizzata sull'integrazione dell'AI nei vari comparti di business e prodotto, affiancata da un articolato piano di investimenti e acquisizioni, sia in Italia sia all'estero, ricorrendo anche ad una alta managerialità tecnica.



Orgoglio-Cramer, la forza di Optimus, la batteria al massimo

Galliadi: «Offerta incredibile, sarà un anno di successi»



Tirata a lucido Cramer a Myplant, ulteriore conferma di una direzione chiara e idee già trasferite al mercato. «La gamma Optimus», la premessa del responsabile commerciale Andrea Galliadi, «è il fiore all'occhiello, il più grande ecosistema di prodotti a batteria per la manutenzione del verde. Decespugliatori, tagliasiepi, soffiatori, tagliaerba più la linea di trattori a raggio zero. La linea Optimus è stata concepita per il professionista, partendo da un voltaggio importante, 82 Volt, che permette alle macchine di lavorare rilasciando una certa potenza ma mantenendo il livello di raffreddamento dei motori ottimale. La motosega CS45 rilascia una potenza di 4,5 kW, equivalente a 70 cc di un motore a scoppio. Nessuna azienda come Cramer oggi sul mercato riesce ad offrire un panorama di prodotti così ampia. Cramer quest'anno dichiara di essere 100% batteria, perché veramente l'unica azienda che riesce a proporre su tre diverse categorie di prodotto tutte alimentate a batteria fra Optimus per la manutenzione del verde per i professionisti, la gamma AiConic per i robot residenziali e professionali, la linea hobbista da 48 V.

I nostri concorrenti hanno una specializzazione magari solo in una di queste divisioni o addirittura non sono per nulla preparati. La punta di diamante di Optimus è rappresentata dai trattori a raggio zero. Nessuno come noi oggi è in grado di offrire trattori con larghezze di taglio da 122 a 182 cm con autonomie sufficienti per lavorare una giornata intera. Il 2026 che vorrei? Di sicuro è l'anno della riconoscenza verso tutti quelli che hanno creduto nel nostro progetto, da quattro anni a questa parte. Un progetto che nel tempo è sempre cresciuto, oggi visibile con un'offerta incredibile. Con una riconoscibilità agli occhi dei rivenditori, ma anche dei professionisti del verde. Tutti quelli che hanno acquistato una prima macchina Cramer oggi come oggi ne stanno acquistando una seconda ed una terza. È l'anno della svolta, perché abbiamo oggi una base di rivenditori importante. Credendo di poter crescere ancora tanto. Un anno di successi, anche il 2026».



Una concreta opportunità di crescita per le attività di riparazione e vendita. Testimoniato da quattrocento adesioni in Europa, oltre la metà in Italia. Basta una semplice richiesta per essere indirizzati al centro-partner più vicino. Rapida e strutturata, poi, la gestione operativa

AGRIEURO POINT, PRIMO SERVIZIO: ASSISTENZA E RIPARAZIONE

AgriEuroPoint è il programma di partnership di AgriEuro per i centri di riparazione e vendita di attrezzature da giardino e agricole. Il **Network integra e-commerce e servizi digitali con i servizi e la vendita sul territorio** e ha già superato le 400 adesioni in Europa, di cui oltre 200 in Italia. Il programma permette ai centri fisici di aumentare lavoro e ricavi gestendo richieste di servizi e vendita generate dal Network AgriEuroPoint, cioè dall'insieme delle attività che ne fanno parte, inclusa la tua in caso di adesione, e dal sito www.agrieuro.com. Si sviluppa su tre servizi: Assistenza e Riparazione, Punto di Ritiro e Servizi Point e Vendita Prodotti. In questo articolo approfondiremo il primo.

Nel **Network AgriEuroPoint**, il **servizio di Assistenza e Riparazione** è una concreta opportunità

di crescita per le attività di riparazione e vendita sul territorio. Il funzionamento è semplice: il cliente che acquista una macchina dal **Network** e apre una richiesta di riparazione **viene indirizzato al centro partner più vicino**. La gestione operativa è rapida e strutturata. Grazie a un gestionale intuitivo fornito gratuitamente, il partner visualizza le riparazioni assegnate, consulta gli esplosi, compila la scheda di intervento in **pochi clic** e aggiorna in tempo reale l'estratto conto degli importi maturati.

Le **tariffe orarie di manodopera sono tra le alte del mercato** e per ogni riparazione assegnata è previsto **anche un rimborso delle spese fisse di gestione**. Si aggiunge la **facilità di approvvigionamento dei ricambi**, con accesso diretto alla tavola specifica del prodotto e possibilità di ordinare i componenti necessari in modo immediato. Entrare nel **Network AgriEuro** significa inoltre rafforzare l'immagine del centro.

L'insegna **AgriEuroPoint** qualifica il centro come **partner ufficiale di un brand leader europeo**, mentre l'inserimento gratuito nella pagina **"Centri Assistenza"** del portale **AgriEuro**, che supera i due milioni di visite al mese, garantisce **visibilità e autorevolezza**.



www.agrieuro.com

Gerosa, cent'anni di vita fra quattro generazioni

«Ci mettiamo la faccia. Al cliente un servizio sempre ottimale»



Sa già, Gerosa, che sarà un buon anno. «Perché avvertiamo il riscontro da parte dei clienti vecchi, di quelli nuovi e, mi auguro, sarà così anche con quelli futuri per quel che è stato fatto», il quadro di Manuel Gerosa, socio titolare di Gerosa dallo stand di Myplant importatrice esclusiva dei prodotti Först, fra tanta gente interessata e parecchio fermento nello stand. «Siamo un'azienda familiare, al centesimo anno di vita ed alla quarta generazione. Ci mettiamo sempre la faccia. La soddisfazione maggiore», il fermo immagine di Gerosa, «è quindi il cliente che ti chiama contento dopo aver acquistato una nostra macchina. Se poi anche i numeri ci

daranno ulteriormente ragione, con l'incremento delle vendite come sta succedendo, sarà motivo di ulteriore vanto». Myplant ha confermato come Gerosa stia davvero lavorando bene. «C'è stato grande interesse verso i nostri cippatori. Anche normale direi. Chi inizia a farsi un'idea di quello che è il prodotto», l'istantanea di Gerosa, «è disposto ad affrontare una spesa iniziale maggiore calcolando quelli che saranno poi i risultati e la durata nel tempo. Stiamo andando sempre più verso il professionale, in linea con l'alto target delle nostre soluzioni. Da manutentore, da professionista. I cent'anni? Una bella responsabilità. La chiave sarà rimanere l'azienda che siamo, sempre di carattere familiare, industrializzandola sempre di più e fornendo ai nostri clienti sempre un servizio ottimale».

L'entrata in scena di Stiga nel segmento Professional

Robinson: «Estensione naturale della nostra identità»



Stiga entra nel segmento Professional con un ecosistema completo di prodotti, batterie, tecnologie basate sull'AI e servizi post-vendita. Con oltre 90 anni di esperienza nella progettazione di macchine per il giardinaggio e pioniera del transition to electric, l'azienda compie un passo naturale della propria evoluzione, mettendo al servizio dei professionisti del verde la sua capacità di innovare. In particolare, è la batteria ePower Pro, cuore dell'intera gamma, insieme ad APX Pro, ePark Pro e robot tagliaerba autonomi con tecnologia Stiga Vista a comporre una nuova generazione di soluzioni a batteria ad alte prestazioni e durature. Progettate per elevare gli standard del garden care professionale, rappresentano una risposta concreta alle esigenze in costante evoluzione dei "prosumer" – operatori e rivenditori sempre più orientati verso soluzioni autonome e intelligenti. Il debutto ufficiale proprio in occasione di MyPlant. «L'ingresso nel segmento Professional», afferma Sean Robinson, CEO di Stiga, «è per noi un passaggio strategico, perché ci consente di mettere a disposizione dei professionisti del settore la nostra esperienza in materia di elettrificazione, tecnologia e progettazione sostenibile.

Questa evoluzione rappresenta un'estensione naturale della nostra identità: continuare a innovare in modo responsabile, offrendo soluzioni che migliorino il lavoro quotidiano dei professionisti, rafforzando il ruolo di Stiga come player di riferimento per chi opera ogni giorno nel garden care». L'ingresso nel segmento Professional è un passo decisivo anche sul fronte della responsabilità ambientale e sociale. Il nuovo ecosistema alimentato a batteria elimina l'uso di carburante, riduce le emissioni e il rumore e garantisce prestazioni elevate con un basso impatto ambientale, segnando un'altra tappa fondamentale nell'impegno dell'azienda verso l'elettrificazione.

Skil, tutto ruota attorno alla piattaforma PWRCORE 20™

Dai rasaerba alla forbice, dalla motosega ai decespugliatori

Un nuovo capitolo per Skil, con la sua gamma a batteria ed una serie di prodotti ad alte prestazioni. Ogni utensile fa parte del sistema PWRCORE 20™ a cui quest'anno si aggiungono due nuove batterie PWRCORE con porte USB-C da 100 W integrate per una ricarica ultraveloce dei dispositivi. Tre i modelli di rasaerba. Uno compatto a spinta (0125), ideale per prati di piccole dimensioni, 32 cm di taglio e cinque impostazioni d'altezza tra 30 e 70 mm ed un'autonomia fino a 375 m² con una batteria da 5,0 Ah. Uno (0135) medio a spinta, doppia batteria da 40 V MAX (2x20 V) ed una capacità di taglio di 38 cm, sei impostazioni di altezza di taglio (25-75 mm) e tappo mulching. Autonomia fino a 750 m² con una batteria da 5,0 Ah. Più uno (0151) a trazione, progettato per giardini più grandi, modello premium da 46 cm con scocca in metallo con una potenza massima di 40 V (2x20 V) grazie alla doppia batteria, velocità di avanzamento regolabile e sei impostazioni di altezza di taglio (25-75 mm). Con tappo mulching, impugnatura ergonomica e offre un'autonomia fino a 775 m² con una batteria da 5,0 Ah. Fra le novità anche la forbice (0631) erba e siepi, la motosega (0541) da 40 V MAX (2x20 V) con lama da 35 cm, lubrificazione automatica e freno catena istantaneo per un taglio sicuro ed efficiente di rami e legna da ardere ed autonomia fino a 180 tagli. E i decespugliatori, (0260), due varianti con impugnatura a manubrio e a D progettate per tagliare cespugli, sterpaglie ed erba folta. Il sistema 2 in 1 consente di passare facilmente dalla lama in metallo al filo.



SABRE ITALIA
Attrezzati per natura

BEST CHOICE RIDER ZT3500



Selezioniamo i migliori prodotti
dei Marchi in esclusiva
e ne garantiamo la qualità.

SI QUALITÀ
GARANTITA



Resistenza sicura
Mozzi lama in acciaio
ad altissima resistenza



Taglio di qualità
Labbro a doppia
piegatura e paratia
inclinata anteriori



Potenza che dura
KAWASAKI FT730V,
doppia trasmissione
idrostatica



Progettato per lavori impegnativi e grandi superfici, il **tosaerba ZT3500** garantisce **alta produttività, massimo comfort** di guida e **facilità di manutenzione**.

Il segreto: telaio in **acciaio**, **ruote** motrici **da 23"**, **trasmissione idrostatica** ad alta efficienza. E in più, un sedile con sospensione meccanica a schienale alto per lavorare senza fatica. Il risultato: **finisci prima**, con **più resa** e **senza perdite di tempo**.

Blue Bird, Segway è soltanto la (splendida) punta dell'iceberg

Polato: «Quanto tempo investito, ma quante soddisfazioni...»

Continua a correre forte Blue Bird Industries, com'è stato anche a Myplant. Il cambio di passo ulteriore coi robot Segway, coronamento di un'opera partita da molto lontano. «Siamo molto soddisfatti del lavoro con i robot. La visione più il progetto iniziale partito nel 2021, andare al di là delle competenze che trovavamo sul mercato, ci ha dato ragione. Perché nel giro di due o tre anni», la premessa di Roberto Polato, direttore commerciale e marketing di Blue Bird, «il mondo dei robot s'è stravolto. Il 2025 è stato positivo, ma quel di cui possiamo davvero vantarci per il 2026 è che noi offriamo quello che il territorio italiano chiede. Per l'80% l'Italia è fatta di montagne e colline, aree che possono essere gestite da prodotti con quattro ruote motrici. Quel che abbiamo presentato a Myplant, per aree dai mille ai cinquemila metri. In più, a breve, avremo anche quelli per le grandi aree. Tutto questo ha fatto diventare Segway il primo marchio a livello mondiale per prodotti senza cavo perimetrale. Quello più venduto». Torna alle origini Polato. Quando Blue Bird ha iniziato davvero a svoltare. «Non è stato un lavoro semplice. Tanto tempo investito, ma anche tantissima soddisfazione. Blue Bird», racconta Polato, «è ora azienda con una precisa identità. Abbiamo lavorato dal primo giorno intanto per creare un catalogo che potesse comunicare coi rivenditori, con prodotti che non andassero in contrasto con le prime firme proprio per trovare la posizione corretta sul mercato. Il dealer ha subito capito che le nostre erano macchine vendibili con un'alta marginalità. Desidero esprimere un sincero e profondo ringraziamento a tutto il team di Blue Bird e a tutti i clienti che hanno condiviso con noi questo percorso. La fiducia, la collaborazione quotidiana e la visione comune sono il motore che ci permette di crescere insieme, affrontare le sfide del mercato e costruire relazioni solide e durature. È proprio grazie a questa sinergia che continuiamo a guardare al futuro con determinazione ed entusiasmo».



Nasce Macchine Mantovani, sulla base di Agrinova

La ricetta? Tecnologia sostenibile, elettronica, meccanica evoluta



Agrinova diventa Macchine Mantovani. Con la stessa qualità e l'attenzione nei confronti del cliente, ma un cambio di passo ulteriore verso la tecnologia sostenibile, l'elettronica e la meccanica evoluta. Macchine Mantovani ha avuto notevoli riscontri nella tre giorni di Myplant, dove l'azienda padovana di Curtarolo ha messo in evidenza la nuova tecnologia ibrida, potenza termica ed agilità elettrica per lavorare ovunque nel massimo rispetto dell'ambiente. E poi la gamma completa di cippatori e biotrituratori, soluzioni robuste ed efficienti pensate per chi non vuole scendere a compromessi.

Macchine Mantovani raccoglie il testimone dalla storica Agrinova, fondata nel 1987, ben presto specializzata nella realizzazione

di macchine professionali basandosi sul totale Made in Italy ed il rapporto diretto coi clienti. Quindi l'introduzione di biotrituratori, aspirafoglie ed arieggiatori, diventando autentico punto di riferimento nel settore della cura e della manutenzione del verde. Adesso un altro capitolo della storia. Con la qualità, l'affidabilità, l'assistenza e la professionalità di sempre, ma con un'occhiata in più di riguardo verso una gamma di prodotti ancor più ampia. Fra tecnologia e sostenibilità.

AL-KO, la forza del passato e la spinta verso il futuro

Corbetta: «Investimenti in primis sulla robotica»

Antiche radici e nuovo slancio. AL-KO è l'equilibrio fra quel che è stata e quel che è diventata dopo l'acquisizione da parte di DAYE. Partendo da una base chiara. «La nuova proprietà punta molto sulla robotica. Gli investimenti principali in questo momento sono in quella direzione. Senza però disdegnare il tradizionale. Come i trattorini, come prodotti più professionali. Noi arriviamo da lì. C'è una storia che vogliamo portare avanti», il quadro di Luca Corbetta, product marketing manager di AL-KO Italia, sempre impegnatissimo nello stand nella tre giorni di Myplant. Spiegando tutte le novità, una dopo l'altra.

«Ne abbiamo parecchie, su molti fronti. Come lo zero turn, 107 di taglio, motore bicilindrico da 18 cavalli, solido, robusto, design accattivante. Qualche chicca anche», evidenzia Corbetta, «a partire da fari non solo frontali ma anche laterali calcolando anche i movimenti veloci, a 360°, della macchina. Un prodotto che sta andando molto bene. Nuovi anche i trattorini che vanno a completare la gamma verso un rapporto qualità-prezzo davvero eccellente. E poi tutto il reparto batteria da 18 e 36 volt, batterie particolari perché possono fornire doppia potenza in base all'uso delle celle o in serie o in parallelo.

Per rasaerba da 34 a 51 centimetri trazionati, più tutti gli accessori con motosega, soffiatore, trimmer. È la stessa batteria che alimenta anche il robot, il nuovo Vision con telecamera ad alta definizione e molto facile da installare. Basta avere l'accortezza di sistemare bene la stazione-base ed il robot parte da solo, eseguendo in automatico la taratura del giardino. Basta aver un giardino ben definito, per il resto non servono né cavo né satellite. Una macchina molto interessante. E di novità», conclude Corbetta, «ce ne saranno diverse. Ad esempio con l'allargamento della gamma degli zero turn. C'è in programma per il 2027, inoltre, una linea di robot molto più vasta, con diverse tecnologie. E tanto altro».



news

Zanetti Motori, la solita immancabile passerella ad Agriumbria

Tante addizioni al catalogo, compresa l'efficientissima EZS 1511B



Un appuntamento fisso ormai Agriumbria per Zanetti Motori (Prai Group), dal 27 al 29 marzo a Bastia Umbra per presentare un importante aggiornamento del catalogo ed alcuni dei suoi nuovi prodotti, progettati per rispondere alle moderne esigenze di versatilità e sostenibilità.

Oltre ai multifunzione, macchine flessibili pensate per massimizzare la produttività in diversi contesti operativi, spicca la nuova carriola elettrica EZS 1511B, a ridefinire gli standard del trasporto professionale e privato. Grazie al suo cuore elettrico da 48V, questa carriola garantisce grande autonomia, silenziosità e capacità di carico. Il motore elettrico In-Wheel è integrato direttamente nel mozzo della ruota anteriore, eliminando cinghie e trasmissioni fragili.

Il sistema a 48V si ricarica collegando il caricabatterie direttamente alla carriola. Basta una normale presa di corrente domestica per rigenerare l'energia e garantire un'autonomia operativa fino a 6 ore. Dotata di sistema Park Lock per uno stazionamento sicuro in ogni condizione e indicatore LED di carica per non restare mai a piedi. Ideale per lavorare in zone residenziali, serre e ambienti chiusi senza emissioni di monossido di carbonio e senza disturbare il vicinato.



I cent'anni di Stihl, la ricercatissima MS 500i, un grande avvenire

Gallo: «Il prossimo traguardo? I duecento milioni di fatturato»

C'è una motosega che rivenditori e clienti finali attendono con assoluta impazienza. C'è un anniversario che anche la filiale italiana inizia a gustarsi appieno. E c'è un traguardo da tagliare. Fittissima l'agenda di Stihl, cent'anni giusto nel 2026 e la MS 500i, rivisitata ad hoc, in copertina. «Innanzitutto», il sorriso di Massimo Gallo, amministratore delegato di Stihl Italia, «sono veramente lusingato di far parte di quest'azienda e soprattutto di essere in questa posizione proprio ora che Stihl compie cent'anni. Per suggellare questo momento abbiamo creato una versione speciale del nostro fiore all'occhiello, la MS 500i, la prima al mondo ad aver avuto l'iniezione elettronica. Una motosega che ha segnato il nostro apporto tecnologico alla gestione di questa tipologia di macchine. Sarà un'edizione molto limitata per il mercato europeo, con caratteristiche tecniche simili a quella originale ma una cofanatura ed un vestito che richiamano il nostro centenario. Arriverà in Italia verso aprile e verrà distribuita nella rete di vendita tradizionale. Con una disponibilità inferiore alle tantissime richieste. C'è già la corsa, anche se temo che non riusciremo a soddisfarle tutte». Il numero è ristretto, così ha voluto Stihl.

Sempre al centro lo specialista, messaggio ribadito anche a Myplant. «Vero che oggi si sfrutta la multicanalità, perché bisogna essere presenti un po' dappertutto, ma la nostra spina dorsale rimane il rivenditore. Che però, ora, dev'essere in grado di intraprendere il prima possibile la strada dell'online. Un mercato che non si può trascurare». I traguardi, mai come stavolta, vanno però di pari passo con l'orgoglio. «L'emozione è tanta. Cent'anni non li fanno in tanti e non come ci arriviamo noi. Con questa solidità aziendale. Con questo futuro brillante davanti. Avremo, per di più, anche un sacco di prodotti nuovi. Un grandissimo onore per me, considerando inoltre che la famiglia Stihl punta tanto sul mercato italiano. Credo riusciremo a raggiungere il nostro obiettivo, quello di toccare i duecento milioni di fatturato in Italia. Non manca molto, in un paio d'anni dovremmo arrivarci».



Gamma X, Pellenc comincia con Airion X e Selion X

D'Isa: «Anno di conferme e, perché no, anche di nuove conquiste»

Airion X e Selion X. Pellenc a Myplant ha lanciato, con grande precisione, due pietre chiare nel mare del mercato della batteria. Le prime due colonne della prossima gamma X. «Una bella carrellata di articoli, fra la fine dell'anno e l'inizio del 2027, per gli scaffali dei nostri concessionari. L'evoluzione dei nostri prodotti professionali», racconta, tempi compresi, Giandomenico D'Isa, direttore commerciale del settore giardinaggio di Pellenc Italia. Solo i primi due passi il soffiatore e la motosega. «Sicura-

mente», evidenzia D'Isa, «andremo ad aggiornare quel che ci ha reso importanti in questo settore. Quindi il decespugliatore, il tagliasiepi ma anche tanto altro». Il piano è fatto, mentre il 2026 prende velocità. «Sarà un anno di battaglia», il fermo immagine di D'Isa, «perché l'offerta è tanta. Noi ci difendiamo con la qualità, le performance e le autonomie. Rispettando quella che è l'ergonomia, dove noi investiamo tanto e ci lavoriamo da sempre. Per noi sarà un anno di conferme e, perché no, di nuove conquiste. Sentir dire da chi partecipa a questi eventi, anche i nostri competitor, che siamo un punto di riferimento è un orgoglio per noi. Sicuramente il fatto di essere partiti prima ci ha permesso di imparare tanto e di conoscere tanto il settore. Quello passato è stato un buon anno, abbiamo rispettato i nostri obiettivi. Siamo un gruppo solido. Ed una squadra forte».



Navigazione precisa con tecnologia FLASH LiDAR, mappatura sempre accurata grazie al sensore di ultima generazione ed un eccellente rapporto qualità-prezzo, per garantire un taglio preciso e ottimizzato

ROBOT RASAERBA KDRM308: DOVE L'INNOVAZIONE INCONTRA LA SEMPLICITÀ

Il **KDRM308** rappresenta una nuova generazione di robot rasaerba intelligenti, progettato per chi desidera un prato sempre perfetto senza complicazioni. Pensato per **superfici fino a 800 m²**, questo modello unisce tecnologia avanzata, semplicità d'uso e un eccellente rapporto qualità-prezzo. Uno dei suoi maggiori punti di forza è l'**assenza totale di cavo perimetrale e sistemi RTK**: grazie alla navigazione **FLASH LiDAR** con visibilità a **120°**, il **KDRM308** mappa in maniera precisa e gestisce il giardino in modo autonomo, anche in condizioni di scarsa illuminazione. A differenza dei sistemi basati su vision camera, il **LiDAR** garantisce prestazioni affidabili **anche di notte**, senza limiti operativi.

La gestione multi-zona e la mappatura assistita da intelligenza artificiale permettono di ottimizzare i percorsi di taglio, riducendo i tempi di lavoro e assicurando un risultato uniforme. Il piatto lama, posizionato lateralmente rispetto al centro macchina, garantisce una rifinitura precisa dei bordi, ottimizzandone il taglio e riducendo sensibilmente la necessità di interventi manuali sul prato. Dotato di **quattro ruote**, il **KDRM308** affronta senza difficoltà terreni irregolari e **pendenze fino al 45% (24°)**, mantenendo sempre stabilità e precisione. Il sistema di evitamento ostacoli combina **LiDAR** e sensori di collisione, riconoscendo **oggetti fino a 3 cm di diametro**. Silenzioso (**<54 dBA**), resistente alla pioggia (**IPX5**), connesso tramite **Wi-Fi e Bluetooth e 4G**, aggiornabile via **OTA**, il **KDRM308** è la soluzione ideale per chi cerca un robot rasaerba evoluto, affidabile e davvero autonomo.

Un alleato tecnologico che trasforma la cura del prato in un'esperienza semplice e senza pensieri.

DCK



<https://errezetagarden.com>

«CHIUSI SABATO POMERIGGIO, MA NON C'È ALTERNATIVA»

Il nodo è sempre quello. Quasi impossibile da sciogliere. Non è il mercato, non è il braccio di ferro coi fornitori, non sono i prezzi, non sono i margini. Il tasto, quello della mancanza di personale, Alessandro Fontana lo batte da un bel po'. Freno per il suo Fontana 1950, nella piacentina Rivergaro, ma freno anche per tanti altri rivenditori. «Si lavora sempre con un organico in evoluzione. E davanti ad una stagione ad alto ritmo rischi di non starci dietro. E la formazione costa, per di più, perché finché il tecnico senior spiega a dovere il mestiere

«Il grande problema resta quello della mancanza di personale, anche nell'alta stagione e per di più nella giornata in cui di solito la gente affolla il punto vendita. Nel pre-covid eravamo aperti pure la domenica mattina, poi è cambiato davvero tutto. Non ci resta che adeguarci alle necessità dei dipendenti, ma il professionista del verde o l'agricoltore di orari non ne hanno...»

al nuovo arrivato è chiaro che l'ultimo arrivato non può essere produttivo come dovrebbe essere. Senza avere la certezza, aggiungo, che chi è appena arrivato poi rimanga. Servirebbe gente pronta, ma io non riesco più a trovarla».

Ne ha parlato con altri suoi colleghi?

«Ormai quotidianamente. Ormai quando ci si vede, ed anzi ci si sente anche di più rispetto a prima soprattutto di sera alla fine della giornata in negozio, l'argomento principale è proprio questo. Il lavoro bene o male c'è, le macchine alla fine le vendi anche se i margini sono in effetti diminuiti. Il grande problema resta quello della mancanza di personale. È la prima variabile che ci condiziona prima di tutto l'umore, oltre a tutto il resto».

Di quante persone avrebbe bisogno?

«Almeno tre. L'altra questione è che poi, nel periodo invernale che è anche lungo, il lavoro diminuisce. È tutto diverso dopo la stagione, dalla gestione del magazzino agli ingressi in negozio. Se da fine marzo a fine giugno entrano da noi





ottanta potenziali clienti negli altri periodi ne entrano dieci. Col rischio concreto che poi il personale sia poco produttivo. La verità, ad oggi, è anche e soprattutto nella predisposizione a lavorare in certi giorni. Noi già siamo stati costretti a ridimensionarci negli orari».

Fino a che punto?

«Nel pre-covid eravamo aperti tutti i giorni ed anche la domenica mattina, quando non c'erano i dipendenti ma ci si alternava fra il sottoscritto, mia mamma o mio papà. Adesso ci tocca tener chiuso pure il sabato pomeriggio, anche in piena stagione, perché la gente il sabato pomeriggio non vuole lavorare. Non viene. Ci sono poi anche quelli bravi che a parità di stipendio, e forse anche guadagnando meno, preferiscono fare gli impiegati e staccare alle 16.30 per andare poi a casa. Anche se da me avrebbero uno stipendio più alto, ma dovendo ovviamente rimanere in azienda fino alle sei e mezza. Quindi due ore in più rispetto a quella condizione ideale».

Soluzioni?

«Ci stiamo adeguando alle loro necessità, non possiamo far altro. Come avevo prospettato d'altronde tempo fa. Il problema però è che il professionista, con cui lavoriamo quotidianamente, di orari non ne ha. E per le sue necessità viene da te. Non solo. Lavori col privato ma lui ti arriva quando finisce la sua giornata in ufficio, quando il tuo dipendente però vuole andarsene a casa. Gli orari di punta per noi sono dalle 17 alle 18.30, non a caso. In più c'è chi lavora sabato mattina e in negozio viene il pomeriggio, quando però dobbiamo tenere chiusi perché non possiamo far altrimenti».

Le macchine che saranno più brillanti nel 2026 per lei?

«Il mercato è assai saturo, non ci sarà quindi nessuna particolare evoluzione. Investirei soprattutto su macchine professionali, puntando in particolare su varie attività. Come stiamo cercando di fare, anche con buoni risultati direi. Di essere più vicino al professionista, facendogli provare i prodotti e seguendoli ancora meglio. Ulteriori servizi, quindi. Come le prove in campo, come le dimostrazioni, come le serate a tema su diversi argomenti non solo relative alla macchina ma anche, ad esempio, di natura agronomica. A gennaio ne abbiamo fatte tre e la gente è venuta. Mediamente una cinquantina di persone sono entrate. Qualcosa a casa s'è portato».

Sensazioni e previsioni fra agricolo e garden?

«Le macchine da giardino si venderanno, l'ho sempre detto. È sempre stato così e così sarà anche quest'anno. Qualche preoccupazione in più ce l'ho sull'agricolo. Il prezzo del latte è nettamente diminuito, non dovessero arrivare adeguati contributi sarà dura. Peccato, perché l'unico settore che andava bene era proprio quello. Può essere un indicatore preoccupante, perché poi vengono meno le risorse per acquistare le macchine ma anche per ripararle».

Quanto è convinto che a luglio comunque i risultati saranno buoni?

«Del tutto convinto non posso essere, mi auguro solo nel frattempo di non impazzire nella gestione del personale. La discriminante è sempre quella. Più che mai quella».

Bella adrenalina nella tre giorni di Milano-Rho, fra espositori parecchio indaffarati e professionisti ad affollare i padiglioni senza sosta. Potente iniezione di fiducia per il mondo del verde, alle porte della stagione

MYPLANT È SUPERBA LUCE SUL MERCATO

I dati non possono raccontare tutto. Ed infatti sono solo l'involucro di qualcosa di molto più corposo. Riduttive le fredde cifre, davanti al peso di Myplant. Chi c'era non ha respirato un attimo, chi è passato a dare un'occhiata ha pensato, salendo in macchina per tornare a casa, che l'anno prossimo quasi quasi sarebbe meglio andare oltre un semplice giro di perlustrazione. Le date ci sono già: dal 24 al 26 febbraio, come sempre dal mercoledì al venerdì. Myplant dal canto suo ha solo proseguito sull'onda delle ultime edizioni. Sempre più consapevole, sempre più convinta di essere la fiera giusta per il professionista del verde. Anche nel posto giusto, alla fiera di Milano-Rho, un lunghissimo corridoio dai parcheggi, dalla metropolitana, dalla fermata del treno prima

di salire prendere la scala mobile e trovarsi di fronte la sintesi del mercato del giardinaggio. Tre giorni d'adrenalina, dal 18 al 20 febbraio, moltiplicata dall'incrocio coi tifosi di Germania, Slovacchia, Canada, Repubblica Ceca, Olanda, Svizzera, Finlandia, Stati Uniti e Svezia ad incamminarsi verso l'adiacente Ice Park di Rho per la fase finale dei tornei maschile e femminile di hockey. A confondersi coi visitatori di Myplant. Bell'atmosfera. Ed inevitabili punti di contatto. Alcuni dipendenti di Kramp Italia, ad esempio, una sera hanno anche fatto incursione a Casa Olanda. Giusto così.

SCENARI CHIARI. Myplant ha ulteriormente acceso la corsa al robot, dominatore assoluto della tre giorni di Rho, un'offerta ormai sconfitta anche per le grandi estensioni. Una battaglia all'ultimo dettaglio, all'ultima novità, al minimo particolare. In generale, però, Myplant è stato un successo vero. Facce felici, alla fine. Tanto da far quasi passare la stanchezza, la sera del 20, visti i contatti raccolti e i risultati raggiunti. Abbastanza quasi da far cambiare idea a chi è stato a lungo convinto, e magari in fondo lo è ancora, che la stagione non sarebbe stata un granché. Tutto è possibile, ma il vento di Myplant è stato parecchio potente. Ed ha soffiato nella direzione verso cui tutti guardano. L'edizione 2026 ha registrato la presenza di 800 marchi in esposizione su una superficie di 60.000 mq, cinquemila in più del 2025, e sfiorato i 28.000 ingressi rispetto ai quasi 27.000 dello scorso anno. Da Lombar-





dia, Veneto, Toscana e Olanda gli espositori più numerosi ben distribuiti nei nove macrosettori espositivi fra vasi, vivai, tecnica, servizi, macchinari, fiori, decorazione, architettura del paesaggio e arredo giardino lungo l'arco dei quattro padiglioni di fiera, passando anche per le affollate aree esterne riservate ai workshop e alle dimostrazioni pratiche per i tree climber e i boscaioli. Ma soprattutto Myplant ha ribadito il suo ruolo ormai centralissimo per il settore del verde.

PANORAMICA AMPIA. Oltre 200 le delegazioni di top buyer internazionali da 47 Paesi. Da Arabia Saudita, Emirati Arabi, Germania, Croazia, Spagna, Romania, Cina, Francia, Maghreb e Turchia le delegazioni internazionali di business più nutrite. Sempre più importanti le presenze di compratori dal Medio Oriente, così come dall'Asia Centrale. Oltre 300 i giornalisti (10% dall'estero) pre-accreditati, a testimonianza di un interesse mediatico internazionale e più di 130 aziende estere accreditate in visita. Tra queste, la componente più rappresentata è quella dei garden centre e del retail specializzato, con presenze da Austria, Emirati Arabi Uniti, Estonia, Montenegro, Slovenia, Spagna, Svizzera e Regno Unito. Questo dato conferma una forte attrattiva verso il canale distributivo specializzato e le reti organizzate, incluse centrali d'acquisto e gruppi integrati Home & Garden. Segue il comparto DIY-Bricolage, con marchi provenienti da Bulgaria, Germania, Lituania, Regno Unito e Svizzera, a testimonianza dell'interesse delle grandi catene e delle holding internazio-

nali verso il segmento garden e home improvement. Significativa anche la presenza del settore Landscape e progettazione del verde, rappresentato da Canada, Giordania, Arabia Saudita e Turchia: un segnale dell'attenzione crescente verso progettazione, contracting e sviluppo di grandi progetti, soprattutto in aree ad alto investimento come il Medio Oriente. Il comparto pubblico e istituzionale ha coinvolto realtà da Francia, Malta, Principato di Monaco e Portogallo, dimostrando l'interesse delle amministrazioni per il verde urbano, la gestione dei giardini storici e le politiche di sostenibilità urbana. Completano il panorama la grande distribuzione (da Francia e Lituania), il commercio e distribuzione di piante e fiori (da Federazione Russa, Lussemburgo, Paesi Bassi), la produzione vivaistica forestale (Repubblica Ceca), i macchinari per orticoltura (Australia), il Real Estate development (Arabia Saudita) e le associazioni di settore (Germania e Lussemburgo in primis). Nel complesso emerge un ecosistema articolato che copre l'intera filiera: dalla produzione vivaistica ai macchinari, dalla distribuzione specializzata alla GDO, fino alla progettazione del verde, all'immobiliare e alla gestione pubblica. Una presenza trasversale che evidenzia sia il peso del retail europeo sia la crescente centralità dei grandi progetti internazionali legati allo sviluppo urbano e paesaggistico. Un segnale molto forte trasmesso ai mercati, in vista della seconda edizione di Myplant & Garden Middle East al Dubai Exhibition Centre dal 21 al 23 ottobre. Dopo l'eccellente affresco di Milano-Rho.



HUSQVARNA

Forbice, potatore e soffiatore: praticità e prestazioni
La gamma Aspire™ ampliata in tre direzioni

Husqvarna ha ampliato la propria gamma Aspire™, set di attrezzature per il taglio e la cura del verde per i privati che necessitano di strumenti facili ed efficienti, con tre nuovi prodotti: una forbice, un potatore ed un soffiatore-aspiratore. Compatibile con il sistema di batterie Power for All, la gamma Husqvarna Aspire™ è pensata per aiutare il privato a mantenere il giardino in perfette condizioni. Progettati per essere facili da usare e occupare il minimo spazio possibile quando riposti, queste macchine offrono al tempo stesso efficienza e potenza per garantire risultati eccellenti. «Siamo entusiasti», afferma Alexander Fornell, product manager di Husqvarna, «di ampliare la gamma Aspire™ con prodotti smart e facili da usare, in grado di offrire maggiore flessibilità all'utente privato. Funzionalità premium come la doppia modalità del soffiatore-aspiratore BVX e il taglio progressivo delle forbici PS30X rendono le attività quotidiane in giardino più semplici ed efficienti».



BOTTOS

Sprint N 27.0.14, super risveglio dopo l'inverno
Azoto a rilascio controllato. Per prati più forti e sani



Bottos Sprint N 27.0.14 è il concime primaverile ideale per risvegliare il prato dopo l'inverno, mantenerlo sano a lungo ed essere semplice da distribuire, anche manualmente. I granuli sono regolari, uniformi e privi di polveri, per una stesura omogenea e precisa. Con Bottos Sprint N 27.0.14 l'azoto è a rilascio controllato, così da evitare ustioni, crescite eccessive e malattie. La tecnologia con membrane semipermeabili regola l'assorbimento dell'acqua e la cessione graduale degli elementi nutritivi, garantendo nutrizione costante e bilanciata. L'equilibrio tra le forme di azoto è un punto di forza di Bottos Sprint N 27.0.14: la nitrica dona colore nella prima settimana; l'ammoniacale sostiene la seconda; l'ureica accompagna la terza. Il rilascio progressivo favorisce uno sviluppo armonico e prepara l'azione della quota a lenta cessione. Grazie a materie prime selezionate e a una titolazione bilanciata, Bottos Sprint N 27.0.14 riduce le dosi d'impiego e i costi. È sicuro per persone, animali e ambiente, non macchia le superfici e contribuisce a prati più forti, sani e naturalmente resistenti.

CRAMER

AiConic 1-2-3, il rasaerba intelligente del futuro
Efficienza e continuità operativa con la massima semplicità



La nuova serie AiConic® di Cramer ridefinisce la cura del prato con robot rasaerba autonomi, intelligenti e precisi al centimetro. Grazie alla tecnologia proprietaria RTKVision™, sistema di confine virtuale che combina navigazione RTK, visione e sensori avanzati, garantisce un posizionamento ultra-accurato e un taglio perfetto senza cavi perimetrali. L'intelligenza artificiale integrata analizza l'ambiente in tempo reale, riconosce gli ostacoli e ottimizza i percorsi di taglio per garantire massima efficienza e continuità operativa. AiConic® 1 è ideale per prati fino a 1.000 m²; AiConic® 2 copre fino a 2.000 m² con funzionalità evolute; AiConic® 3, top di gamma, gestisce superfici fino a 3.000 m² e pendenze fino al 45%. Gestibili tramite App Cramer Connect, permettono di definire zone, altezze e programmi personalizzati. Silenziosi e a zero emissioni, assicurano un prato impeccabile con il minimo sforzo.



KRESS ITALY

Voyager: la fine del taglio con operatore Nuova era per i professionisti

Kress Voyager è una soluzione progettata non come semplice rasaerba, ma come leva di trasformazione del modello di business delle aziende del verde. Voyager introduce il concetto di taglio autonomo professionale: silenzioso, completamente elettrico e progettato per lavorare in squadra con gli operatori. Una volta definito il perimetro di lavoro, la macchina opera in autonomia. Dal punto di vista economico, l'impatto è altrettanto rilevante. Riduzione dei costi operativi, un vantaggio che può essere utilizzato in modo strategico per ampliare il proprio business. Voyager si inserisce in un ecosistema completamente elettrico reso possibile dal Kress CyberSystem. Grazie a potenze progettate per l'uso professionale, a batterie a lunga durata e al CyberTank, l'operatività copre l'intera giornata di lavoro con tempi di inattività quasi azzerati. Le batterie possono essere ricaricate fino al 100% in soli 8 minuti, direttamente sul mezzo.

PLATFORM BASKET

Heron 10, bell'alternativa alla serie Spider Da piattaforma a minigrù in un attimo

Heron 10 è la nuova piattaforma semovente cingolata prodotta da Platform Basket con stabilizzazione automatica che inaugura una gamma innovativa orientata a elettrificazione, sostenibilità e connettività. Progettata per operare su terreni sconnessi o "soffici", Heron 10 rappresenta un'alternativa compatta e versatile alle tradizionali piattaforme cingolate della serie Spider. Con un'altezza massima di lavoro di 9,6 metri e una portata in navicella di 230 kg, la macchina è pensata per interventi di manutenzione, imbiancatura, pulizia vetri e cura del verde. Tra i principali punti di forza i quattro stabilizzatori indipendenti con livellamento automatico, il radiocomando con diagnostica integrata e la possibilità di intercambiare il cestello con accessori per il sollevamento materiali, trasformando la macchina in una vera e propria minigrù. Disponibile in versione diesel ed elettrica con batterie agli ioni di litio da 48V.



GRILLO

FK700, protagonista della manutenzione del verde Velocità di lavoro con ottimi risultati

FK700 continua ad essere una fra le macchine di interesse nel mondo della manutenzione di aree dov'è richiesta velocità di lavoro ed un ottimo risultato. Questo trattore con accessorio trinciaerba frontale possiede tutti questi valori. Grazie ad un apparato studiato con disposizione elicoidale doppia delle lame, FK700 assicura rapidità operativa con basso assorbimento di potenza e un risultato notevolissimo in quanto i taglianti passano tre volte sullo stesso punto. Quindi, anche con erba impegnativa, il rilascio viene ben distribuito.



ASPEN

Bio Chain Oil è efficace, sicurezza e attenzione ambientale
Protezione e funzionalità anche nelle condizioni più dure

Aspen Bio Chain Oil è la risposta professionale per chi cerca un lubrificante per catene e barre che unisca efficacia, sicurezza e attenzione ambientale. Progettato per l'uso su tutte le catene e le barre di guida, questo olio a base vegetale sfrutta una formula a base di olio di colza e additivi specifici per offrire protezione e funzionalità anche nelle condizioni operative più impegnative. Resiste a temperature fino a -32°C ed è facilmente biodegradabile (OECD 301D). Base vegetale di alta qualità, eccellenti proprietà antiossidanti, stabile ed affidabile. Adatto a tutte le catene e barre di guida. Distribuito in Italia da Fortalezza S.R.L., è pensato per operatori professionali, manutentori e chi utilizza motoseghe ogni giorno.



STIHL ITALIA

MS 500i Centenario, la motosega che emoziona
Onore alla storia, stavolta la differenza la fa il design



Cent'anni di storia non si celebrano con un semplice prodotto, ma con un simbolo capace di raccontare valori, visione e passione. È da questa idea che nasce la MS 500i Centenario, un'edizione limitata che incarna lo spirito Stihl e lo proietta nel futuro. Una motosega pensata non solo per lavorare, ma per emozionare chi la impugna e chi la osserva. Il cuore tecnico resta quello che ha già conquistato i professionisti di tutto il mondo: l'iniezione elettronica, una potenza straordinaria e un rapporto peso/potenza senza compromessi. Ma nella versione Centenario è il design a fare la differenza. Il nero profondo dei componenti in plastica, attraversato da decisi accenti arancioni, dialoga con

le superfici in magnesio dalla struttura metallica a vista, creando un'estetica forte, autentica, inconfondibile. Il badge celebrativo sul coperchio del filtro sigla l'appartenenza a un momento unico, mentre barra guida Rollomatic ES Light e catena Hexa in nero completano un insieme coerente ed esclusivo. Nella confezione, accessori dedicati e supporto espositivo ricordano che questa motosega non è solo uno strumento, ma un oggetto da vivere e da mostrare. La MS 500i Centenario è un tributo alle radici Stihl e una promessa per i prossimi cento anni.

MINELLI

EnerQ5 Premium è come una motosega
Capace di andare anche sui rami più alti

Minelli EnerQ5 Premium è un potatore cordless a batteria leggero e potente, progettato su asta telescopica con sistema di bloccaggio rapido e sicuro. Motorizzazione brushless ad alte prestazioni e lubrificazione automatica della catena. Con caratteristiche e performance di taglio paragonabili ad una motosega con motore endotermico. Il potatore è alimentato da due batterie al litio da 21 V – 5,2 Ah che garantiscono prestazioni elevate, autonomia e affidabilità. Il Q5PRM consente di raggiungere con facilità, precisione e senza sforzo anche i rami più alti, assicurando un lavoro rapido, efficiente e in totale sicurezza.



PELENC

Tutto il potere della Gamma Essential
Con l'ok dei professionisti del verde

Pellenc ha ampliato la sua offerta grazie all'arrivo della Gamma Essential, utilizzabile sia con le batterie on-board dedicate (E200 ed E400) che con le tradizionali batterie Pellenc ULiB dorsali, a nuove soluzioni per la ricarica e la gestione ottimizzata di grandi parchi batterie grazie agli armadi di ricarica totalmente personalizzabili in funzione delle diverse esigenze, a una nuova testina reciprocante City Cut 2 e tantissime novità. Pellenc continua ad investire e ad ampliare la propria offerta di attrezzature e soluzioni tecnologiche all'avanguardia, lavorando a sempre a stretto contatto coi professionisti del verde.



GRIN

Grin ZM, a casa sua nelle grandi estensioni
Alto rendimento anche in situazioni assai difficili

Grin ZM è un trattorino tagliaerba con piatto frontale dedicato alla manutenzione di prati di grandi estensioni. Il piatto di taglio Grin Maxi 3 si distingue per la capacità di polverizzazione dell'erba. Permette di eseguire un taglio senza raccolta di grandissima qualità anche in condizioni difficili. Disponibile nelle misure 120 cm e 140 cm di taglio effettivo. Il posizionamento frontale del piatto Grin Maxi 3, e la conformazione della macchina motrice, permettono all'operatore di tagliare sotto alle siepi e agli alberi, ma anche di avvicinarsi molto ad ostacoli e cordoli, diminuendo l'utilizzo del decespugliatore. La distribuzione dei pesi e il sistema automatico Anti-Lift regalano, per una macchina di questa tipologia, prestazioni uniche in pendenza. Grin ZM è adatto a manutenzioni di prati fino al 40% di pendenza. Ogni soluzione, partendo dalla possibilità di alzare il piatto in verticale elettricamente per finire con la comodità del sedile e della postazione comandi, è pensata per: semplificare la manutenzione ordinaria e straordinaria, rendere piacevole e confortevole la guida e fare di Grin ZM una macchina molto sicura.



MILWAUKEE

Segaccio curvo a lama fissa, efficienza allo stato puro
Tagli veloci e puliti, col massimo del comfort

Il segaccio curvo a lama fissa Milwaukee è studiato per una potatura rapida, precisa e senza sforzo, anche nelle condizioni più impegnative. La lama altamente efficiente con dentatura a trazione garantisce tagli veloci e puliti, mentre i denti affilati mantengono più a lungo il filo, offrendo prestazioni costanti nel tempo. Il rivestimento cromato protegge dalla ruggine, riduce l'attrito e assicura uno scorrimento fluido nel legno, migliorando controllo e durata. La geometria curva della lama consente di tagliare facilmente rami fino a 150 mm di diametro, ideale per potature di precisione su alberi e arbusti. L'impugnatura ergonomica con rivestimento morbido è progettata per massimizzare il comfort e ridurre l'affaticamento. Il fodero con clip a posizione variabile permette il trasporto sicuro del segaccio ed è pensato per un utilizzo pratico sia da parte di utilizzatori mancini che destrorsi.



BLUE BIRD

SHR 1000 è robustezza ed affidabilità
Lavorazione uniforme e grande compattezza

Il biotrituratore SHR 1000 di Blue Bird è equipaggiato con motore Rato 4 tempi da 212 cc con avviamento recoil, equipaggiato con gruppo di taglio collegato direttamente all'albero motore per garantire efficienza meccanica e continuità operativa. L'unità di triturazione è composta da un disco da 290 mm con doppia lama da 90 mm, soluzione che assicura una lavorazione uniforme e una capacità di triturazione fino a 70 mm. La macchina presenta struttura compatta con peso netto di 58 kg, cesto di raccolta da 60 lt e ruote pneumatiche per agevolare movimentazione e stabilità durante l'impiego. Progettato per applicazioni in ambito residenziale evoluto, agricolo e manutenzione del verde.



KRAMP ITALIA

Tutto semplice con Workshop | Powered by Kramp
E per i riordini basta qualche click



In officina l'efficienza passa da ordine, controllo e rapidità di riapprovvigionamento. Workshop | Powered by Kramp nasce per rispondere a queste esigenze, offrendo un sistema modulare e personalizzabile che ottimizza spazi e gestione delle scorte. Grazie a un avanzato sistema di etichettatura fra immagini, codici a barre, QR code e categorizzazione cromatica, ogni articolo è immediatamente identificabile e riordinabile in pochi click tramite Kramp App. Le scaffalature, robuste e configurabili, garantiscono visibilità immediata e stoccaggio sicuro anche in spazi ridotti. Il sistema suggerisce inoltre le quantità ottimali da ordinare, prevenendo rotture di stock ed eccedenze. La soluzione Workshop | Powered by Kramp permette di risparmiare fino a 12 giorni l'anno nella gestione dei materiali e fino a 5.000 euro di costi operativi. Con un catalogo online di oltre 300.000 articoli, Kramp si conferma partner fondamentale per i professionisti di agricoltura, forestale e giardinaggio.

SOLO BY AL-KO

Aiuole, alberi, angoli: ZT 18-107.6 A va ovunque
Trazione ottimale anche sui terreni irregolari

Dotato di una tecnologia di rotazione a 360° all'avanguardia, ZT 18-107.6 A di solo by AL-KO consente una rotazione in loco per un lavoro assolutamente preciso intorno ad aiuole, alberi e angoli stretti. Nessuna manovra, nessun riposizionamento: solo il massimo controllo a ogni movimento. Il potente motore garantisce una guida senza sforzo, anche su terreni estesi o difficili. Il robusto piatto di taglio, realizzato in carpenteria saldata con acciaio di alta qualità, garantisce un taglio pulito e uniforme ad ogni passaggio. Piatto da 107 cm, altezza in 13 posizioni da 2,5 a 10,2 cm, per superfici fino a 12.000 mq. Grazie alla posizione di seduta ergonomica, è garantito un funzionamento confortevole anche durante un uso prolungato. Le grandi ruote posteriori assicurano una trazione ottimale su terreni irregolari. Ideale per utenti privati, giardinieri e fornitori di servizi municipali.



ZCS

Ambrogio Synt Pro, di casa sui campi in erba sintetica Trattamenti efficaci ed omogenei, con stabilità ed aderenza

Ambrogio Synt Pro è il robot di ZCS completamente autonomo progettato per la manutenzione professionale dei campi in erba sintetica. Il cuore tecnologico del sistema è la navigazione RTK di alta precisione che consente al robot di muoversi secondo traiettorie lineari controllate, garantendo una copertura totale e uniforme della superficie senza zone scoperte né sovrapposizioni. Grazie alla trazione integrale 4WD, Ambrogio Synt Pro mantiene stabilità e aderenza costanti anche su superfici irregolari o con intaso non perfettamente livellato. La spazzola da 50 cm di larghezza consente un trattamento efficace e omogeneo, migliorando sia la funzionalità del campo sia l'effetto visivo professionale, con fibre riallineate e geometrie del terreno ben definite, analoghe a quelle dei campi in erba naturale. Ambrogio Synt Pro è in grado di gestire fino a 3.000 m² per ciclo, completando una sessione di manutenzione in circa tre ore con ricarica rapida in 90 minuti.



MY PLANT

SABRE ITALIA

Bobcat ZT2000, garanzia assoluta nel taglio professionale Alta velocità, manovre fluide, precisione al millimetro

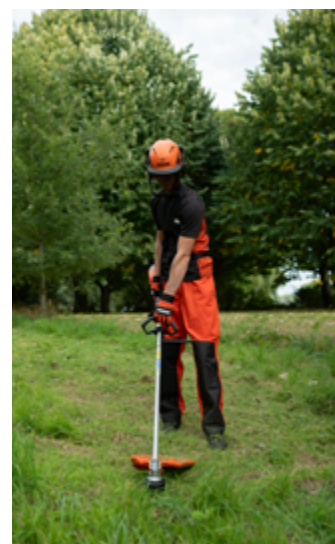
Bobcat ZT2000 fissa nuovi standard nel taglio professionale entry level, per privati esigenti e piccoli professionisti. La macchina si posiziona come punto d'ingresso ideale per chi cerca prestazioni di livello ma non al prezzo delle macchine industriali. Cuore pulsante di ZT2000 è il collaudato motore Kawasaki serie FR da 23 Hp capace di spingere la macchina fino a una velocità di taglio di 11,2 km/h. Il piatto di taglio TufDeck™ è realizzato in acciaio saldato di grosso spessore (calibro 10), progettato per massimizzare il flusso d'aria e garantire un taglio pulito anche in condizioni difficili. Disponibile in larghezze da 48 o 52 pollici. Trasmissione idrostatica. Il sistema assicura manovre fluide e una risposta immediata, essenziale per navigare attorno a ostacoli con precisione millimetrica. Il marchio Bobcat è distribuito da Sabre Italia.



CORMIK

L'animo forte di DSRM-3500, a testa alta in ogni situazione Fattori Maxout e Autoboot, più le nuove batterie 56eForce

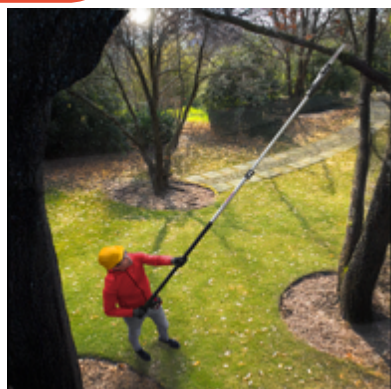
DSRM-3500 è il nuovo e potente decespugliatore a batteria Echo progettato per un uso professionale. La sua potenza e l'efficienza di lavoro sono paragonabili a quelle di un modello a scoppio da 35 cc, ma con un peso decisamente inferiore e una rumorosità ridotta al minimo. La versione con impugnatura a U permette un maggior controllo, specialmente in aree scoscese o difficili. Dotato di tecnologia Maxout, funzione software integrata nel sistema di gestione della batteria/motore che mantiene la potenza erogata costante per tutta la durata della carica della batteria, per prestazioni di taglio costanti senza cali di potenza. E di funzione Autoboot, modalità aggiuntiva di potenza che viene attivata da un pulsante/comando, per regolare il consumo energetico e di testina a filo SF400 di serie per una ricarica del filo veloce e semplice. Disponibili le nuove batterie 56eForce di nuova generazione, nelle versioni da 126 Wh e da 252 Wh, più performanti e compatibili con tutti i modelli Echo.



FIABA

iGarden, la sostanza prima di tutto
L AWD80 senza freni, autonomia anche di otto ore

iGarden è la novità di casa Fiaba. Un nuovo marchio di robottini autonomi tutta sostanza, che fondono innovazione e sostenibilità. Grazie all'autonomia da record (fino ad 8 ore per il modello L AWD80), vengono garantite prestazioni estreme e di alto livello. I robot tagliaerba iGarden non hanno il filo perimetrale rendendo facile e moderna l'installazione e la gestione del robot. La serie R si caratterizza per l'utilizzo della tecnologia RTK con il 4G e senza antenna più Stereo Vision. L'antenna rimane comunque un optional nel caso il 4G non dia un segnale sufficiente. La serie L utilizza la tecnologia LiDAR + Vision 1080P, con questo sistema non è necessario avere connessioni con i satelliti. Inoltre la serie L si contraddistingue per la trazione 4WD utilizzando 4 motori, uno su ogni ruota più due motori per la sterzata sulle ruote anteriori.



CASTELLARI

RY250-300-400, massima stabilità e controllo
Tagli perfetti e comodi, anche oltre i quattro metri

Il seghetto elettrico su asta RY250-300-400 di Castellari è pensato per la potatura in altezza con prestazioni professionali e massima praticità. Disponibile in tre lunghezze telescopiche con asta in carbonio o alluminio, permette di raggiungere comodamente rami fino a oltre quattro metri. Il motore brushless da 18V e 900W garantisce potenza costante, maggiore efficienza e lunga durata. La barra carving da 22 cm, con catena 1/4" spessore 1,1 mm e velocità di 16 m/s, assicura tagli precisi e rapidi. La lubrificazione automatica e la regolazione della catena rendono l'utilizzo semplice e continuo. Il manico telescopico antirotazione, con rivestimento in gomma antiscivolo ed ergonomia studiata per le potature alte, offre stabilità e controllo. Il sistema fa parte della piattaforma batteria 18V: con un'unica batteria è possibile alimentare questo e altri utensili della stessa gamma, ottimizzando costi e operatività.

ERREZETA

DCK: un marchio, una garanzia
Per il privato ed i grandi spazi verdi

Nuove tecnologie, più autonomia e massima flessibilità: la gamma 2026 per la cura del verde a batteria firmata DCK arriva in Italia con il supporto di Errezeta, partner italiano del brand, per offrire risposte concrete a ogni esigenza, dal giardino privato ai grandi spazi verdi. La nuova linea comprende i rasaerba robotizzati Terraina E Series per superfici fino a 500 e 800 mq, ideali per una manutenzione intelligente, affidabile e quotidiana, con un eccellente equilibrio tra prestazioni e convenienza. Accanto a questi arrivano le attrezzature outdoor 20V fra potatori, motoseghe compatte, soffiatori, tagliabordi e tosasiepi, progettate per lavori frequenti e di precisione, con il vantaggio di un sistema batterie condiviso che semplifica la gestione dell'energia e riduce i costi complessivi.



BRUMAR

AURA-R2, tre tecnologie intelligenti in una EGO spinge ancora sull'acceleratore

AURA-R2 è la sua nuova gamma di robot rasaerba EGO, marchio distribuito in Italia da Brumar. Il cuore della macchina è l'esclusiva combinazione di tre tecnologie intelligenti EGO che lavorano insieme. Utilizzando Real Time Kinematic (RTK), AURA-R2 garantisce che ogni centimetro del prato riceva l'attenzione che merita. RTK garantisce un taglio rettilineo ed una copertura efficiente. Visual Inertial Odometry (VIO) aiuta a rimanere in carreggiata anche nei punti più difficili. Cattura ogni dettaglio del mondo che lo circonda inoltre con Visual Simultaneous Localisation and Mapping (VSLAM). Sa dove si trova, dove è stato e cosa sta per succedere, così può rendere ogni passaggio dritto e preciso. Tre i modelli fra RMR1500E, RMR3000E e RMR6000E, tutti con larghezza di taglio di 24 cm.



MY PLANT

KUBOTA GIANNI FERRARI

V40, ideale complemento della gamma Turbo La macchina giusto per il duro lavoro sul campo

V40 nasce a completamento e come evoluzione della storica gamma di prodotti Turbo Gianni Ferrari. Concepita per fornire alte prestazioni e durare nel tempo, è robusta e confortevole, in quanto progettata per professionisti che trascorrono lunghe giornate di lavoro in campo. Grazie ad un motore Kubota ad iniezione elettronica e DPF da 44 Hp, alla doppia velocità con controllo infinitesimale fino a 20km/h per i trasferimenti ed a un cesto di raccolta da 1300 litri rappresenta un ottimo compromesso in termini di potenza, efficienza ed economicità. Come tutte le macchine che l'anno precedente, è versatile e multifunzione. Oltre a piatti e trincia con e senza raccolta può montare spazzole per la pulizia di vario genere, anche per erba sintetica, lama da neve, spargisale ed aspira-foglie, per un utilizzo durante tutto il tempo dell'anno.



STIGA

APX Pro, precisione massima anche su pendenze ed erba densa 27.000 metri quadri coperti con una singola carica

Fiore all'occhiello Stiga a Myplant è stato APX Pro, robot autonomo per grandi superfici interamente progettato per un utilizzo professionale. Ideale per la manutenzione di parchi pubblici, campi sportivi e grandi aree verdi, integra un sistema completo di sensori per garantire un lavoro più efficiente e sicuro possibile. Le tecnologie AGS (Active Guidance System), GPS-RTK, LIDAR e giroscopio assicurano precisione e accuratezza nel posizionamento e nella navigazione del robot. Inoltre, è dotato di tecnologia Stiga Vista, una telecamera integrata basata sull'intelligenza artificiale, e un sensore a ultrasuoni in grado di rilevare ed evitare qualsiasi ostacolo sul prato, che sia fisso o mobile. Il robot gestisce con precisione pendenze, densità dell'erba e aree complesse, operando in sicurezza anche in spazi frequentati da persone o animali. APX Pro è dotato del piatto di taglio Combi ePro 110 Q Plus, largo 110 cm. Con una singola carica (6 batterie ePower Pro), APX Pro può coprire fino a 27.000 m², garantendo un taglio uniforme, sicuro e altamente produttivo.



PRATOVERDE

Sunseeker Elite X9 senza limiti, in tutta leggerezza
Ad hoc per grandi giardini, campi sportivi ed aree comunali

Sunseeker Elite X9 è progettato per dominare grandi giardini, campi sportivi e aree comunali offrendo prestazioni senza pari. Dotato del sistema di navigazione AONavi™ 2.0, opera autonomamente senza la necessità di antenne, mentre la tecnologia VSLAM 2.0 assicura una localizzazione precisa anche in situazioni di segnale limitato. Con una capacità di arrampicata impressionante fino al 90%, affronta pendenze e terreni difficili con facilità, grazie alle sue 4 ruote motrici e sospensioni indipendenti. Il disco di taglio doppio da 43 cm garantisce un'ottima performance, mentre la regolazione automatica dell'altezza di taglio offre massima versatilità. Il X9 garantisce un taglio continuo e sicuro nei confronti di animali e bambini grazie al suo sistema di rilevazione a 360° OmniSight. Sunseeker è marchio distribuito in Italia da Pratoverde.



RURIS ITALIA

Alfa Up Innovation, la nuova vita delle batterie
Riattivazione assicurata anche dopo una lunga inattività



Ruris introduce Alfa Up Innovation, la funzione che rivoluziona l'utilizzo delle batterie Li-Ion per il gardening. Il sistema consente di riattivare la batteria anche dopo lunghi periodi di inattività (6-12 mesi), evitando scariche complete che ne comprometterebbero durata e prestazioni. Un vantaggio concreto che tutela l'investimento e garantisce affidabilità nel tempo. La gamma Ruris e-Power offre inoltre batterie intercambiabili tra diversi attrezzi – rasaerba, decespugliatori e soffiatori – assicurando risparmio e praticità. Leggeri, silenziosi, senza emissioni e senza costi di carburante o manutenzione motore, gli strumenti a batteria Ruris rappresentano una scelta efficiente, sostenibile e pensata per il verde di nuova generazione.

TEKNA

TC08, quel che ci vuole per le potature fresche
Comodissimo anche sulle motocarriole TT350 e TT500



Il cippatore Tekna TC08 è una macchina adatta alla triturazione di potature fresche fino ad un diametro massimo di rami di 8 cm. Dotato di una tramoggia di carico di opportune dimensioni e di un rotore di taglio con una due lame più due contro-lame reversibili che effettuano il taglio preventivo della ramaglia. L'azione di sminuzzamento è affidata ad 8 martelli. Può essere equipaggiato con un motore a benzina 4 tempi da 270 cm³ o da 390 cm³, a seconda della tipologia di utilizzo. La trasmissione è a cinghia e le due versioni sono dotate di frizione meccanica per agevolare gli avviamenti del motore. La sua movimentazione avviene manualmente per mezzo di due ruote e maniglie poste sulla tramoggia di carico. Nella versione cingolata è possibile portarlo su tutte le motocarriole cingolate versione TT350 o TT500 per poter accedere in luoghi impervi come terreni difficili, boschi o terreni in pendenza.



La convention di Roma ha lanciato un messaggio potentissimo al mondo dei professionisti, rafforzato da una proposta assai completa unita a strategie chiarissime. Col rivenditore al centro della scena. Ed è solo il primo passo

MILWAUKEE® ALZA IL TIRO «MERCATO DA PROTAGONISTI»

milwaukee

L'agenda di Giorgia Ravasi racconta già tutto. Incastri uno dopo l'altro, incroci a non finire, coincidenze da rispettare. Tutti, non solo Giorgia e l'ufficio marketing, concentratissimi. Ma ne è valsa la pena. Riuscitissima la **convention europea di Milwaukee**, novemila persone in tutto con seicento rivenditori e centotrenta utilizzatori di prima fascia. Perfettamente organizzata, nei minimi dettagli. **Tutto il mondo Milwaukee a Roma fra il 5 ed il 13 febbraio.** Il messaggio? Potentissimo, come il video emozionale che ha aperto ogni serata. Volume alto, grandi effetti, colori accesissimi. Ed oltre un secolo di storia, dai primi passi mossi nel lontanissimo 1924. Attualissimo invece il claim, «**World of Solutions**», vera e propria sintesi di una proposta totale. Da sempre nel campo dell'edilizia e dell'impiantistica, ma adesso anche nel verde professionale.

«Un mercato in cui vogliamo entrare, al solito, da protagonisti. Sviluppando i migliori attrezzi per convertire i prodotti dallo scoppio alla batteria. L'idea è molto chiara», la premessa di **Dario Tremolada, sales manager della filiale italiana**, nel bel mezzo delle dieci stazioni che hanno dominato il centro congressi La Nuvola, in pieno quartiere EUR. Aderente **Milwaukee**, con la sua produzione rigorosamente interna, con le richieste dell'utilizzatore con cui spesso condivide suggerimenti e proposte, ricambiata con test e successivi riscontri. Attenzioni particolari pure alla sicurezza, attraverso linee sempre più profonde ed innovative. «Prodotti di altissima gamma, in grado di garantire al mercato qualcosa di unico e di diverso», il fermo immagine di **Tremolada**, la batteria sempre al centro

del sistema e passi costanti verso la qualità. «Non ci poniamo limiti, Milwaukee è un'azienda molto ambiziosa. Le nuove batterie **FORGE** in dotazione a tutte le attrezzature da giardinaggio hanno tempi di ricarica rapidissimi e possono lavorare anche a temperature estreme, dai -25° ai 60°». Sta seminando a getto continuo **Milwaukee**, in profondità soprattutto. «Sempre più manutentori stanno sposando il nostro progetto, prima anche nel mondo del verde. Ma questo», l'istantanea di **Tremolada**, «è solo un punto di partenza. Ad oggi siamo l'unica azienda che possa proporre un prodotto altamente professionale soltanto attraverso la vendita specializzata. Non vendiamo attraverso internet e non vendiamo al grossista. Semplicemente perché crediamo che un prodotto premium con caratteristiche di alta gamma possa essere spiegato solo da uno specialista che possa farne percepire al cliente finale il reale valore».



DA GIARDINIERE SCHIAVO A IMPRENDITORE LIBERO

COME SALVARSI – PARZIALMENTE – DALLA RUOTA DEL CRICETO

di Alessandro Di Fonzo

Con l'arrivo del cambio dell'ora e l'allungamento progressivo delle giornate, nel nostro settore si ripete ogni anno lo stesso rituale. Le ore di luce aumentano, le richieste dei clienti si moltiplicano, i preventivi si accumulano e le squadre tornano a lavorare a pieno ritmo. In apparenza è il momento migliore dell'anno, quello in cui il fatturato cresce e l'azienda sembra finalmente ingranare. In realtà, per moltissimi imprenditori del verde, questo periodo coincide con l'inizio di una lenta e silenziosa usura personale.

L'allungamento delle giornate non amplifica soltanto le opportunità economiche, ma amplifica anche il disordine organizzativo. Se l'azienda è strutturata, la stagione diventa una leva di crescita; se l'azienda è fragile e dipendente in

tutto e per tutto dal titolare, la primavera si trasforma in una maratona senza fine, fatta di telefonate continue, emergenze improvvise, clienti da assicurare, collaboratori da coordinare e problemi da risolvere nell'immediato. È in quel momento che l'imprenditore si scopre non guida strategica, ma centro operativo di ogni dinamica aziendale. Per anni anch'io ho vissuto la bella stagione come una prova di resistenza. Mi sentivo indispensabile, ero convinto che la mia presenza costante fosse sinonimo di leadership e che correre da un cantiere all'altro fosse il prezzo naturale del successo. Con il senno di poi, ho capito che non era dedizione, ma disorganizzazione; non era crescita, ma dipendenza. Ogni primavera si ripeteva lo stesso schema: meno sonno, più tensione, più responsabilità concentrate su una sola perso-



na. E la convinzione, pericolosa quanto diffusa, che "nel nostro settore è normale così".

Non è normale. È semplicemente comune.

Molti imprenditori del verde possono assentarsi al massimo nella consueta settimana a cavallo di Ferragosto, e spesso neppure con serenità. Non hanno un sabato realmente libero tra marzo e ottobre, non conoscono una domenica senza notifiche, non riescono a spegnere il telefono senza provare ansia. Sono fisicamente presenti in famiglia ma mentalmente assenti, perché la testa resta sempre in azienda. E questo viene accettato come inevitabile, quasi fosse una medaglia al merito.

Questa condizione ha un nome molto chiaro:

la ruota del criceto.

Si corre, si corre, si corre... ma si resta sempre nello stesso punto.

Non ci si può fermare perché gli impegni presi sono tanti: morali, etici, economici. Ci sono dipendenti da pagare, clienti da soddisfare, fornitori da onorare, famiglie che contano su di noi. Fermarsi sembra impossibile. E allora si continua a correre.

Il problema è che quella corsa continua è lesiva. Non solo per il corpo, ma per la lucidità, per le relazioni, per la qualità delle decisioni.

Uscire dalla ruota del criceto non è semplice.

Sarebbe disonesto dire il contrario. Non basta spegnere il telefono un weekend o delegare un cantiere per sentirsi liberi. Ma è possibile, almeno, **limitarne l'impatto**. È possibile rallentare la corsa, creare attriti, cambiare meccanismo.

Per farlo bisogna ragionare in modo diverso. In controtendenza rispetto a quanto fatto fino a oggi. Un'azienda che non è in grado di funzionare senza il proprio titolare non è un'impresa strutturata: è un lavoro complesso con qualche collaboratore intorno. Se ogni decisione, ogni problema, ogni relazione con il cliente passa necessariamente dalla stessa persona, significa che non esiste una distribuzione chiara di ruoli, responsabilità e processi.

È qui che nasce la figura dell'"imprenditore pompiere": colui che interviene continuamente per spegnere incendi, che risolve lo stesso problema per giorni consecutivi perché non ha costruito un meccanismo capace di prevenirlo, che vive di urgenze e si sente quasi rassicurato dall'adrenalina dell'emergenza. Ma l'adrenalina non è leadership. È una risposta fisiologica allo stress. Lo stress, se protratto nel tempo, non è un detta-

glio secondario: è un fattore di rischio. Consuma energia, altera il sonno, irrigidisce le relazioni, logora la motivazione. E quando si accumula anno dopo anno, può trasformare una passione in un peso, fino a far odiare un mestiere che, in condizioni sane, rappresenta una delle professioni più belle e creative che esistano.

È partendo da questa consapevolezza che ho strutturato il percorso del **Boss del Giardinaggio 2**, con un obiettivo chiaro: trasformare giardinieri schiavi in imprenditori del verde liberi. Non si tratta di un evento motivazionale, né di una semplice trasmissione di nozioni teoriche. È un lavoro concreto sulla struttura aziendale, a partire dall'organigramma, dalla definizione dei ruoli, dalla distribuzione delle responsabilità e dalla costruzione di un sistema che permetta all'impresa di funzionare anche in assenza costante del titolare.

L'allungamento delle giornate non deve essere vissuto come una minaccia alla salute o alla vita privata, ma come un'opportunità di crescita organizzata. Le ore di luce in più devono tradursi in maggiore redditività e non in maggiore tensione. La bella stagione deve rappresentare un momento di espansione, non una corsa contro il tempo che lascia dietro di sé stanchezza cronica e relazioni compromesse.

Se hai un'azienda di giardinaggio, se lavori nel settore o in un ambito attinente e ti sei riconosciuto anche solo in parte in questa descrizione, il mio invito è semplice: vieni a lavorare sulla struttura prima che la stagione ti travolga di nuovo.

La ruota del criceto non si spezza con un colpo di fortuna.

Si rallenta con metodo.

Si controlla con organizzazione.

Si ridimensiona con visione.

Ed è esattamente quello che faremo insieme.

Al nostro valore.

Alessandro Di Fonzo

**Se vuoi iscriverti all'evento,
è totalmente gratuito**

Vai su questo link:

www.fgevent.it/bossgiardinaggio2

Un ruolo importantissimo, anche se spesso minimizzato fra le pieghe del mercato. Qualcosa però si muove, fra il lavoro delle aziende ed un cliente finale più attento. Aspettando la spinta dello specialista

ARIEGGIATORI, C'È MARGINE ORA TOCCA AL RIVENDITORE

Una nicchia, d'accordo, ma di grande valore. L'arieggiatore è uno dei tanti termometri della cultura del verde, un corner dai confini magari ristretti ma a cui le aziende tengono molto.

IL MERCATO. Una bella offerta, buoni segnali, la certezza quasi assoluta di non andare chissà verso quali numeri ma anche la consapevolezza che l'arieggiatore merita di esserci. Di guardare tutti a testa alta. Com'è in effetti.

«Per **AL-KO**», spiega Luca Corbetta, product marketing manager della filiale italiana, «il mercato degli arieggiatori è piuttosto importante. Ne deteniamo, infatti, una buona fetta del mercato. La

maggior parte dei modelli che vendiamo sono quelli elettrici e nello specifico il modello a doppia funzione di arieggiatore e scarificatore da 38 cm di larghezza lavoro».

«Il mercato degli arieggiatori», il termometro dell'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «è caratterizzato da una crescente attenzione alla qualità del prato e alla manutenzione professionale del verde privato. Negli ultimi anni abbiamo osservato come l'arieggiatura venga sempre più percepita ma come una pratica diffusa anche tra hobbisti evoluti e proprietari di giardini residenziali. Si tratta quindi di un segmento che completa l'offerta dedicata alla cura del prato e permette di rispondere a una domanda sempre più orientata a risultati estetici e agronomici».

«Il mercato degli arieggiatori in Italia», premette Alessandro Barrera, direttore commerciale di **Bru-mar**, «rimane un mercato di nicchia, con numeri che oscillano negli ultimi anni tra i 7.000 ed i 7.500 pezzi in tutte le motorizzazioni. Nonostante l'arieggiatura del prato rivesta un'importanza fondamentale per la cura e la salute del tappeto erboso, in Italia le vendite non sono mai decollate: dove c'è un tosaerba che taglia il prato dovrebbe esserci un arieggiatore che almeno in primavera ed in autunno dia aria e sole al tappeto verde».

«Per quanto ci riguarda», la premessa dell'ufficio marketing di **Cornik**, «il mercato degli arieggiatori è un segmento di nicchia, in quanto questo tipo di servizio è praticato soprattutto dai giardinieri per i prati di un certo livello e qualità. Il marchio Weibang sta acquisendo sempre più credito ed è sempre più apprezzato grazie proprio all'alto livel-



lo dei materiali e dei componenti delle macchine, all'ottimo patrimonio di esperienza e conoscenza e alla garanzia di massima efficienza».

«Il mercato degli arieggiatori», il punto di Giovanni Masini, marketing director di **Emak**, «rappresenta un complemento strategico alla nostra gamma di macchine per la cura del verde. Offriamo due modelli robusti e performanti a chi cerca strumenti affidabili per la rigenerazione del manto erboso: uno pensato per gli utenti più esigenti e uno dedicato ai professionisti della manutenzione del verde».

«Per noi», la fotografia di Antonio Marchesin, responsabile ufficio comunicazione di **Pratoverde**, «il mercato degli arieggiatori rappresenta un settore di nicchia affascinante e strategico. La limitata cultura della cura dei tappeti erbosi in Italia ha finora ostacolato la crescita nel segmento consumer. Tuttavia, nel settore professionale, dove la qualità e l'efficacia sono imprescindibili, le vendite sono molto promettenti e in costante aumento, suggerendo un potenziale di sviluppo interessante».

«Per **Stihl**», premette Francesco Del Baglivo, product marketing manager della filiale italiana, «il mercato degli arieggiatori resta una nicchia specialistica, ma significativa all'interno di un'offerta più ampia orientata alla cura evoluta del prato. È un segmento che, secondo i dati di mercato 2025, mostra una flessione complessiva rispetto al 2024, anche per la forte stagionalità e per una domanda ancora limitata a utilizzatori consapevoli. In questo contesto, però, Stihl ha registrato una crescita, grazie a una proposta mirata e coerente con le aspettative di qualità e prestazioni. Va inoltre sottolineato che per noi il mercato a batteria è oggi dominante e rappresenta il vero motore di sviluppo, anche negli arieggiatori: le soluzioni cordless intercettano meglio le esigenze di praticità, comfort e sostenibilità. Gli arieggiatori restano quindi un mercato di volumi contenuti, ma con buone opportunità in termini di valore e fidelizzazione».

LE VENDITE. «Le vendite hanno mostrato un andamento positivo e progressivo. Oggi», l'istantanea dell'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «l'arieggiatore è entrato stabilmente nel ciclo di manutenzione stagionale del prato, con picchi di richiesta soprattutto nei periodi primaverili e autunnali. La tendenza evidenzia un cliente più informato e consapevole, che ricerca macchine affidabili, performanti e semplici da utilizzare».



Emak

«Negli ultimi anni abbiamo registrato un trend di crescita, sebbene», specifica Giovanni Masini di **Emak**, «gli arieggiatori siano macchine destinate a un uso molto specifico e non ancora praticato da tutti gli utenti».

«Negli ultimi anni», la fotografia dell'ufficio marketing di **Cormik**, «abbiamo registrato una crescita costante, con un incremento a doppia cifra che può solo che renderci soddisfatti».

«Negli ultimi anni», la fotografia di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «le vendite degli arieggiatori si sono mosse in un contesto di mercato complessivamente debole e caratterizzato da volumi contenuti. Dopo una fase di maggiore interesse legata alla cura evoluta del prato, il segmento ha registrato un rallentamento, anche per la forte stagionalità e per il fatto che resta una nicchia di utilizzatori consapevoli. In questo scenario, però,



Blue Bird

Stihl ha mostrato un andamento positivo, con una crescita delle vendite in controtendenza rispetto al mercato. Il risultato è legato a una proposta chiara e focalizzata, ma soprattutto al forte sviluppo delle soluzioni a batteria, che per noi rappresentano oggi il segmento dominante. Le vendite si sono quindi orientate sempre più verso prodotti pratici, performanti e coerenti con un utilizzo domestico evoluto e semi-professionale, premiando qualità e valore più che i volumi».

«Nel 2025», rivela Luca Corbetta di **AL-KO Italia**, «abbiamo registrato una leggera crescita rispetto all'anno precedente».

«Le nostre vendite sono stabilizzate su numeri bassi», il quadro di Alessandro Barrera di **Brumar**, «nonostante un'offerta di gamma completa sia elettrica che a scoppio. E ultimamente anche con prodotti a batteria. Abbiamo anche prodotti per utilizzo professionale ed in questo caso vengono utilizzati dai rivenditori soprattutto per il noleggio». «Negli ultimi anni», precisa Antonio Marchesin di **Pratoverde**, «le vendite di arieggiatori hanno mostrato un trend di crescita costante, grazie anche all'adozione di nuove metodologie di taglio automatizzato che migliorano l'efficienza. Queste innovazioni non solo attraggono clienti interessati a prodotti di alta qualità, ma anche professionisti che riconoscono il valore delle tecniche avanzate per la manutenzione del verde».

DALLA PARTE DEL CLIENTE. L'utilizzatore non sempre arriva fino alle vette dell'arieggiatore, pur comprendendone i vantaggi. Questione,

in primis, di padronanza della materia. E di sensibilità. Qualcosa però si muove. L'attenzione verso la macchina è sempre maggiore.

«Il cliente finale», conferma l'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «riconosce sempre di più l'arieggiatura come un intervento fondamentale per la salute del prato. I principali vantaggi percepiti riguardano il miglioramento dell'ossigenazione del terreno, la rimozione del feltro e la capacità di favorire una ricrescita più vigorosa e uniforme dell'erba. Dal punto di vista del prodotto, vengono particolarmente apprezzati la robustezza costruttiva, la facilità di regolazione della profondità di lavoro e la capacità della macchina di operare efficacemente anche su superfici impegnative».

«Parlando di utenti privati», la premessa di Luca Corbetta di **AL-KO Italia**, «credo che possiamo suddividere in due categorie gli utilizzatori di questo prodotto. Nella prima categoria, che possiamo chiamare "hobbista evoluto", ci sono coloro che hanno una maggiore conoscenza dell'argomento e amano prendersi cura del giardino. Normalmente si informano sulle lavorazioni da effettuare e sulle caratteristiche delle macchine per cui possiamo dire che sono in grado di distinguere pregi e difetti del prodotto. Nella seconda categoria ci sono tutti quelli alle prime armi o quelli che curano il giardino più per dovere che per piacere. Questi ultimi hanno scarse conoscenze della materia e anche sul prodotto non approfondiscono più di tanto la sua conoscenza. In questo caso possiamo dire che necessitano di qualcuno competente che spieghi qualità e vantaggi delle macchine e qui entra in gioco la preparazione del rivenditore».

«La percezione del cliente finale sugli arieggiatori **Stihl**», evidenzia Francesco Del Baglivo, «è legata soprattutto a qualità, semplicità d'uso e risultati concreti sul prato. Chi sceglie queste macchine è un utilizzatore consapevole, che riconosce il valore di un'attrezzatura capace di migliorare visibilmente la salute del tappeto erboso. In particolare, le soluzioni a batteria sono apprezzate per la praticità, la silenziosità e la facilità di avviamento, senza rinunciare a prestazioni efficaci. Il cliente finale percepisce l'arieggiatore non come uno strumento occasionale, ma come parte di una cura del prato più evoluta, affidandosi a un marchio che garantisce robustezza, affidabilità e continuità nel tempo. Questo rafforza la fiducia e contribuisce a una scelta orientata al valore più che al semplice prezzo».



AL-KO



Cormik

SCA 50 H di **Emak** è la macchina professionale indicata per lavori impegnativi e frequenti di arieggiatura del tappeto erboso per terreni fino a 5000 m². Si contraddistingue da una robusta struttura e da una potente motorizzazione Honda, che permettono di affrontare con decisione anche i terreni più difficili. La molla di regolazione della profondità lavoro garantisce sempre il mantenimento della posizione prestabilita. Le robuste ruote in metallo dall'ampio diametro consentono un perfetto avanzamento su qualsiasi superficie grazie anche ai cuscinetti su cui sono montate. Il sistema di taglio comprende un rotore con 28 coltelli flottanti in acciaio temperato montati su cuscinetti a sfera e con ingrassatore.

«Per la stagione», racconta l'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «abbiamo ampliato la gamma introducendo il nuovo Taurus LC51 S, un modello progettato per offrire prestazioni elevate unite a semplicità d'utilizzo e solidità costruttiva. La macchina è equipaggiata con motore Loncin da 212 cc e presenta un'ampiezza di lavoro di 51 cm, ideale per la gestione efficace di superfici medio-ampie. La regolazione centralizzata dell'altezza di lavoro, impostabile su cinque posizioni, consente all'operatore di adattare rapidamente la macchina alle diverse condizioni del prato. La scocca in acciaio ad alta resistenza garantisce durata nel tempo anche in utilizzi intensivi, mentre il sistema di taglio a lame dritte assicura un'azione precisa e uniforme sul terreno. La presenza della trazione facilita il lavoro riducendo lo sforzo dell'operatore, migliorando comfort ed efficienza operativa. Con un peso netto di 45 kg, il Taurus LC51 S rappresenta una soluzione equilibrata tra

«La percezione dei clienti sulla qualità degli arieggiatori», spiega Antonio Marchesin di **Pra-toverde**, «è sostanzialmente positiva. Operazioni come la scarifica e l'arieggiatura sono facilmente percepibili in termini di qualità durante l'uso, il che facilita il processo di vendita. Le dimostrazioni pratiche e i risultati immediati sono decisivi, specialmente quando si tratta di prodotti professionali, rafforzando la nostra reputazione nel mercato».

«Il cliente oggi è più consapevole: non vede l'arieggiatore come un optional», la chiave di Giovanni Masini di **Emak**, «ma come il segreto per un prato davvero sano. C'è una forte attenzione verso i benefici immediati, come l'ossigenazione e il drenaggio, che trasformano l'aspetto estetico del giardino. Chi sceglie i nostri modelli cerca soprattutto affidabilità e una struttura robusta, capace di affrontare con decisione anche i terreni più duri. Questa evoluzione premia la qualità tecnica, portando l'utente a investire in soluzioni capaci di garantire risultati visibili e duraturi».

«Dai numeri che abbiamo detto», prosegue Alessandro Barrera di **Brumar**, «è chiaro che la percezione dell'utente finale è debole e che lo stesso sottovaluta l'importanza dell'utilizzo dell'arieggiatura e della scarificazione per mantenere sano e verde brillante il prato. Anche l'attività di informazione delle aziende non aiuta a far capire al cliente che un utilizzo, se non costante, ma almeno per due-tre volte all'anno manterrebbe sano e rigoglioso il prato».

IL FIORE ALL'OCCHIELLO. Sul mercato macchine di valore. Tante. L'arieggiatore Oleo-Mac



Stihl



Pratoverde



robustezza, maneggevolezza e performance professionali».

«Il nostro modello più venduto», evidenzia Luca Corbetta di **AL-KO Italia**, «è la macchina combinata AL-KO 38.4 Combicare – Comfort. Si tratta di un modello con sostituzione rapida del rullo di lavoro, un rullo arieggiatore con 48 molle e un rullo scarificatore con 14 lame, senza l'ausilio di attrezzi. Motore elettrico da 1400 W, manico ergonomico e compresa nella dotazione di serie il sacco di raccolta da 55 litri in tela».

«Più che un modello di punta», evidenzia Alessandro Barrera di **Brumar**, «vogliamo porre l'attenzione sull'accessorio arieggiatore di EGO, applicabile al gruppo motore multitool a batteria. Chi ha già acquistato il gruppo motore multitool per altre applicazioni, trova comodo aggiungere l'accessorio arieggiatore, con una spesa accetta-

bile, in modo da riuscire a fare un buon lavoro con estrema comodità».

«Weibang», il punto dell'ufficio marketing di **Cormik**, «offre modelli di qualità molto elevata, utilizzati dai rivenditori, sia per il noleggio che per la vendita. In particolare l'arieggiatore WB486CRC è una macchina dedicata al professionista che cerca uno strumento di lavoro robusto e affidabile. Oltre all'impianto con coltelli flottanti installato in dotazione, è dispo-

nibile un kit di lame fisse come optional. L'affidabile motore Weibang, i punti di ingrassaggio di facile accesso e la solidità costruttiva del telaio sono solo alcune delle caratteristiche che confermano la qualità costruttiva del produttore».

Stihl RLA 240 è un arieggiatore a batteria compatto e maneggevole, progettato per la manutenzione efficace di piccoli e medi prati domestici. Fa parte del sistema a batteria AK ed è pensato per un utilizzo confortevole, silenzioso e a basse vibrazioni in ambito residenziale. È dotato di una larghezza di lavoro di 34 cm e di un rullo arieggiatore con lame in acciaio, capace di rimuovere in modo efficace feltro, muschio ed erba secca, favorendo l'ossigenazione del terreno. La regolazione centralizzata della profondità consente di adattare l'intervento alle diverse condizioni del prato. Il cesto di raccolta da circa 50 litri permette un lavoro ordinato e continuo, mentre il peso contenuto (circa 14 kg senza batteria) facilita il trasporto e la manovrabilità. Alimentato con batterie AK, RLA 240 consente di trattare fino a 250 m² con una AK 30 S, offrendo una soluzione pratica, efficiente e orientata alla qualità, in pieno stile Stihl.

«Nel segmento consumer», evidenzia Antonio Marchesin di **Pratoverde**, «il nostro modello di punta, il Toro TO-54610 Verticut, spicca per la sua versatilità: offre una larghezza di lavoro di 40 cm e un motore Briggs da 163cc. Dotato di due rotori, uno con 18 lame mobili e l'altro con 24 aghi a molla, consente sei posizioni di lavoro a diverse profondità. Per il mercato professionale, la nostra offerta è diversificata: siamo orgogliosi di essere distributori Redexim, garantendo ai clienti un'ampia gamma di soluzioni adatte a tutte le esigenze di lavorazione».



Ego

SETTORE GARDEN: FATTURATI IN CRESCITA, MA AUMENTANO I COSTI

INDAGINE 2025 VS 2024

Nel mese di gennaio è stato realizzato il consueto **Branch Report**, il sondaggio rivolto alla rete specializzata del **settore garden** con l'obiettivo di analizzare l'andamento del mercato, le aspettative degli operatori e l'evoluzione dei ricavi rispetto all'anno precedente.

L'indagine, che rappresenta un **importante strumento di monitoraggio** per comprendere le dinamiche del comparto, evidenzia un quadro nel complesso positivo sul fronte del fatturato, ma accompagnato da un significativo incremento dei costi operativi.

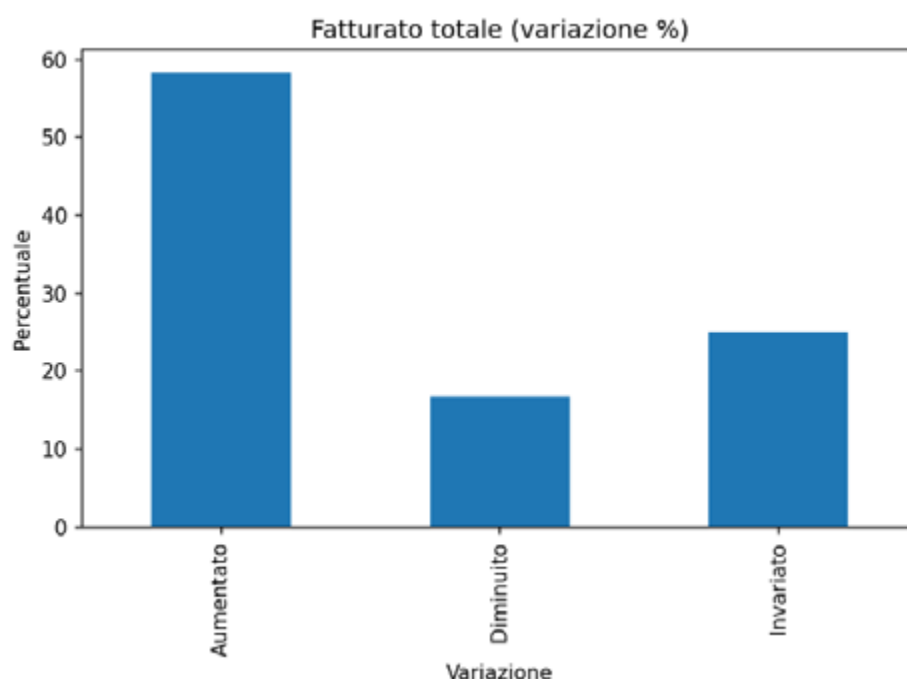
Fatturato: prevale il segno positivo

Il 58,3% delle aziende dichiara un aumento del fatturato totale rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, mentre il 25% segnala stabilità e il 16,7% una diminuzione.

Il fatturato officina risulta stabile per il 75% delle aziende e in aumento per il restante 25%.

Il comparto ricambi risulta invece aumentato per il 32% delle aziende, ridotto per il 27% e rimasto inalterato per il restante 41% delle aziende.

Questi dati confermano una sostanziale tenuta del mercato e una buona capacità della rete specializzata di intercettare la domanda, in particolare nei segmenti legati al post-vendita e alla manutenzione.



Costi in forte aumento

Accanto ai risultati positivi sul fronte dei ricavi, emerge tuttavia un dato che merita attenzione: l'83,3% delle aziende segnala un aumento dei costi generali, mentre solo il 16,7% li indica come invariati.

L'incremento dei costi operativi rappresenta oggi una delle principali criticità per le imprese del settore, incidendo sui margini e rendendo sempre più strategica una gestione attenta delle risorse e della struttura organizzativa.

Organizzazione e investimenti

Il 58,3% delle aziende ha aumentato il numero di dipendenti e la stessa percentuale ha incrementato lo stock di magazzino. Gli investimenti risultano aumentati per il 19% delle aziende, ridotti per il 41% e invariati per il 41% delle aziende.

Si tratta di un segnale di fiducia nel medio periodo: nonostante il contesto complesso, molte imprese scelgono di rafforzare la propria struttura interna e la capacità di risposta al mercato.

Prodotti a batteria: trend in crescita

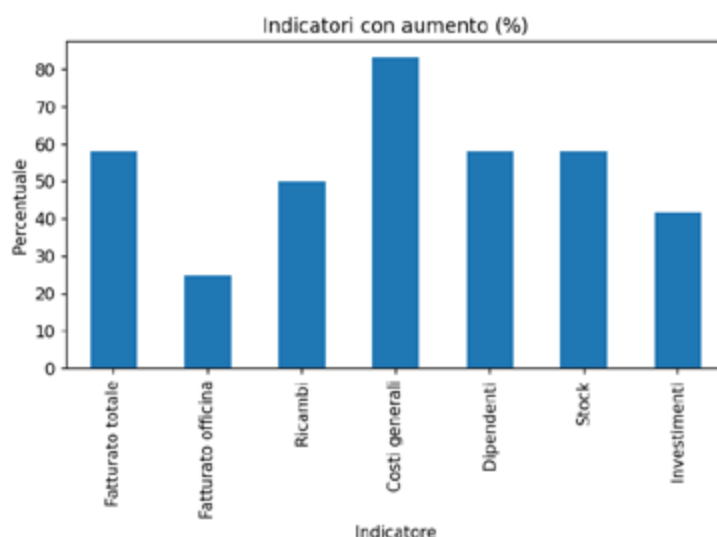
La maggior parte degli operatori dichiara un incremento delle vendite di prodotti a batteria, in particolare robot rasaerba, forbici e segchetti, soffiatori e decespugliatori leggeri.

Considerazioni finali

Il quadro che emerge dal Branch Report 2026 restituisce un settore dinamico e resiliente: il fatturato cresce per la maggioranza delle aziende e gli investimenti proseguono, a testimonianza di una rete imprenditoriale attiva e orientata al futuro.

Al tempo stesso, l'aumento generalizzato dei costi impone una riflessione strategica sulla sostenibilità dei margini e sulla necessità di rafforzare ulteriormente competenze, servizi e sinergie di filiera.

Il 2026 si preannuncia come un anno decisivo: in un contesto in continua evoluzione, la capacità di leggere i dati, anticipare i trend e fare sistema rappresenterà un fattore determinante per consolidare la crescita e affrontare con solidità le nuove sfide del mercato.



Isabella Fontana - Responsabile della segreteria Unagreen



Scopri l'archivio

MG

Per non perderti neanche un numero di MG
vai sul nostro sito, nella sezione RIVISTA, dove
troverai tutti i pdf scaricabili!

www.ept.it





AS
MOTOR



ARIENS



AS-MOTOR: IL NUMERO 1 DELLO SFALCIO DELL'ERBA ALTA.

AS-Motor è il numero 1 nello sfalcio dell'erba alta: marchio tedesco che da oltre 60 anni sviluppa soluzioni professionali, innovative e altamente performanti, progettate per affrontare con efficienza anche i terreni più difficili e le condizioni più impegnative.

ARIENS: COSTRUITI PER DURARE, NATI PER I PROFESSIONISTI.

Ariens, marchio americano nato nel 1933, realizza spazzaneve e macchine per la cura del verde ad alte prestazioni.

Qualità costruttiva, innovazione e affidabilità lo rendono un punto di riferimento nel settore.



cormik
S.P.A.

Distribuiamo su tutto il territorio italiano marchi di accessori, attrezzature e macchine professionali per il settore agricolo, forestale e della manutenzione del verde. Scopri tutti i marchi che distribuiamo scansionando il QR code.

