

MC



Organo ufficiale di
UNAGREEN
by
FEDERACMA

N.311 - AGOSTO/SETTEMBRE 2026 - MENSILE | EPT - Via P. Meloni, 11 - 37138 VERONA | www.ept.it | ept@ept.it

PLATFORM BASKET

RAISING THE STANDARDS

ALL'ALTEZZA DI OGNI SITUAZIONE

Platform Basket è un'azienda italiana produttrice di piattaforme aeree che si contraddistinguono per affidabilità, prestazioni, qualità e semplicità di utilizzo.

MADE IN ITALY

platformbasket.com

KRAMP

I PRODOTTI ESSENZIALI PER IL GIARDINAGGIO?

ORGANIZED BY
FEDERUNACOMA
eima
INTERNATIONAL
T W E N T Y S I X

PAD.18 STAND D22

SÌ, LI ABBIAMO.



**SCOPRI
ORA**



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

Kress 

Il futuro è oggi, e lavora da solo.

Robot rasaerba di ultima generazione, per
una manutenzione impeccabile.



Scopri la gamma!





ola il tempo. Estate passata, un'occhiata al meteo per capire quanto e se andrà avanti la stagione, i pensieri fissi su quel che sarà. Sguardo all'Eima di novembre, riunioni e progetti per disegnare il futuro, rivenditori più o meno rassicurati o dubbiosi dopo aver fatto anche gli ultimissimi calcoli. È stata la primavera, e non solo, dei robot. Di un mondo del taglio da ora in avanti prima e dopo lo stacco del 2026, di un anno che verrà ricordato per un vero e proprio passaggio di consegne fra quel che era, quel che è stato e quel che sarà. L'automazione al centro della scena, dei prati, dei campi sportivi, dei parchi anche. Osservano, da vicino, sia i tosaerba sia i trattorini. Re non più con pieni poteri com'era un tempo, com'è stato per una vita. Chiamati adesso a trovare una nuova dimensione pur conservando legittimamente il proprio storico ed un ruolo comunque altamente incidente nel mercato. Il panorama resta piuttosto variegato, con indirizzi chiari verso tutto quel che è più semplice. Verso la comodità, verso la leggerezza. Mentre lo specialista s'interroga, chiedendosi che sarà del servizio d'assistenza fra qualche anno. Domandandosi quando dovrà davvero cominciare a ricalibrare i canoni dell'officina, quanto cambierà davvero il mercato rispetto a quanto già non sia diverso dal passato pure recente. Ormai autunno, verso la fine dell'anno riguardando a quel che s'è fatto. Ai bilanci soprattutto, nei fatturati e nel numero di macchine vendute ma anche alla fatica e al tempo dedicato al proprio lavoro. Al sudore di certe giornate caldissime e a tutte le cene a cui il rivenditore è arrivato tardi a casa. Ricordando, con rammarico vero, che una volta era facile chiedere un sacrificio, anche piccolo, ai propri dipendenti e che adesso invece è quasi impossibile. Un lamento costante, ma che vale anche oltre l'universo del verde. Tempi che mutano, macchine che s'evolvono, gerarchie nuove perché il robot davvero in questi mesi ha scritto altre regole. A cui, adesso, non resta che adeguarsi. Senza troppe alternative, al di là dell'orgoglio degli antichi re. Ancora attualissimi, benché non più unici.

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

Margot Masci

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 impiegati nel pieno rispetto del Regolamento Europeo 679/2016 (c.d. "GDPR"). L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla suddetta legge. In conformità a quanto disposto, si comunica che presso la nostra sede di Verona, via Meloni 11, esiste una banca dati ad uso redazionale. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti (consultare, modificare o cancellare i dati) contattandoci al tel 348 3908541 o scrivendo a ept@ept.it



Since 1960

NESSUN MISTERO, SOLO MOTOCARRIOLE **ZANETTI**



ZBS 3031 A

Portata 300 kg

Ribaltamento con pistone a gas

Trasmissione 3 avanti + 1 retro

Cilindrata 196 cc



ZBS 6031 A CROSS

Portata 600 kg

Ribaltamento con pistone a gas

Trasmissione 3 avanti + 1 retro

Cilindrata 196 cc



ZBS 5011 IHBS

Portata 500 kg

Ribaltamento idraulico

Trasmissione **idrostatica** avanti + retro

Cilindrata 270 cc





cura del prato

- 24 Bottos**
Ci siamo rilassati.
Adesso riprendiamo a lavorare
(la ripresa vegetativa autunnale)

dalle aziende

- 22 Kress 2026:** la nuova era della manutenzione del verde è già arrivata
- 28** Più scelta, più innovazione... più olive!
Volpi Originale amplia e migliora la linea di scuotitori Olytech
- 30 Caravaggi** è qualità assoluta
E dietro l'angolo c'è la BT-233
- 44 Stihl** in anticipo sul futuro
«ALLPRO è un grande passo»
- 54 Brumar**
Rivoluzione nell'oliveto:
perché gli scuotiolive Attila cambiano le regole del raccolto

il punto

- 8 Alessandro Fontana**
«Conta solo il valore
Non la marginalità»

inchiesta

- 10 Cesioie a batteria**
verso la perfezione
- 32 Decespugliatori,**
gli incrollabili
- 58 Soffiatori di corsa**
Vero, manutentori?

l'opinione

- 56 Roberto Dose**
«È solo automazione.
I conti tornano,
ma tosaerba e trattorini...»

marketing verde

- 68 Alessandro Di Fonzo**
Passaggio generazionale
Mio figlio non ha né la mia voglia, né la mia stoffa...

rubriche

- 46** News
- 70** Vetrina

sempre connessi

- 26** Business intelligence: l'analisi dei dati per l'ottimizzazione dei processi aziendali



Minelli

***Scegli** l'innovazione tecnica
ad alta produttività degli
abbacchiatori a batteria Minelli
per la tutela e il rispetto
delle tue piante*

Siamo presenti a **Eima International 2026**

**DESIGN
AGRICULTURAL
FUTURE**
ESPOSIZIONE INTERNAZIONALE
DI MACCHINE PER L'AGRICOLTURA
E IL GIARDINAGGIO
A Bologna, **HALL 34 STAND D5**
da martedì 10 a sabato 14 novembre 2026



www.minelliweb.com

«CONTA SOLO IL VALORE NON LA MARGINALITA'»

Il momento di dirsi tutto. Alessandro Fontana detta le condizioni del rivenditore. Dello specialista a cui qualcosa è mancato in questa stagione, producendo dubbi e persino qualche timore. Dagli uffici dello storico Fontana 1950, nella piacentina Rivergaro, le richieste ai fornitori sarebbero più d'una. «Innanzitutto», la prima istantanea di Fontana, «più libertà negli acquisti, senza essere necessariamente vincolati al raggiungimento di target. E soprattutto iniziare a parlare non solo di marginalità in termini assoluti, ma guardando piuttosto al valore».



«Più che il 25% su certi prodotti sarebbe meglio iniziare a parlare dei cinquanta euro che ci rimangono sulla vendita di un decespugliatore. I fornitori devono darci maggior libertà negli acquisti, senza i soliti vincoli. Il privato s'è visto poco, l'agricoltura senza incentivi è in difficoltà. Qualcosa almeno ci hanno dato i manutentori, ma non basta. Il vero problema? La disponibilità economica della gente. Ora però troviamo una soluzione. Insieme»

Quindi?

«Semplice. Avere il 25% di margine è relativo su un prodotto povero, suona diversamente invece se mi si dice che su un decespugliatore mi restano cinquanta euro. La musica cambia. Noi non abbiamo la struttura adatta per riuscire a gestire un mercato così. Ma se le macchine dovremmo continuare a venderle secondo quelle condizioni allora vedremo noi se potremo o non potremo farlo».

Altro?

«Che ci sia un riconoscimento sulle riparazioni, sulle assistenze, sulle garanzie che ci sia un riconoscimento reale della nostra manodopera».

La sua soluzione?

«Comune, direi. Noi e i fornitori, insieme. Da soli non so se riusciremmo ad arrivare ad una conclusione. Le aziende però devono iniziare a mettersi dalla nostra parte. Le nostre difficoltà alla fine rischiano di ritorcersi contro gli stessi produttori e

distributori, se a fine mese poi non dovessimo riuscire a pagare le ricevute. Il campanello, tuttavia, è già suonato da un po' di tempo».

I prodotti dalla ridotta marginalità li aveva già eliminati, no?

«Esatto. Una prima scrematura l'avevamo fatta, ma ogni anno i fornitori ti ributtano dentro degli articoli da prezzo che tu provi a non avere senza però riuscirci. Perché le aziende quel prodotto lo spingono online e la gente, quando entra in negozio, ti chiede spesso giusto quello. Oltre al fatto che ci sono dei fornitori che un anno ti fanno una promozione, l'anno dopo fanno un taglio di prezzi per liberare il magazzino rimettendoci rispetto a quello che avresti dovuto marginare. Perché ti costa meno acquistarlo l'anno dopo che l'anno prima. E questo ciclicamente succede quasi sempre».

Estate di riflessione quindi...

«A dir la verità è un anno che le riflessioni si susseguono, ma si fa fatica a trovare un'ispirazione ed una soluzione a queste problematiche. Negli ultimi anni una stagione così non l'avevo mai vissuta. È mancato il privato, ma è venuto meno anche l'agricolo senza i soliti incentivi. Non è come le altre volte, quando le difficoltà di un settore venivano coperte dall'altro mercato che invece tirava. Stavolta siamo rimasti inchiodati su tutti e due i fronti. La stagione è finita presto, ma forse non è neanche davvero iniziata. A luglio qualcosa s'è fatto, ma qualcosa di assai sporadico. Grossi movimenti non ce ne sono stati, fra l'altro con un conseguente rallentamento dell'officina. Col caldo d'altronde si taglia sempre di meno. E le macchine si rompono meno, perché non si usano. Logico, a quaranta gradi».

Il settore che più di tutti ha dato segnali interessanti?

«Il manutentore, com'era già stato in passato. Da loro una garanzia di mercato ce l'hai sempre. Quel che ci ha assicurato un po' di liquidità».

E i proprietari di seconde case della zona? Puntava molto su quell'aggiunta...

«È stata un'illusione, mettiamola così, pensare che la riapertura delle seconde case qualcosa potesse darci. In effetti sono state aperte, ma nessuno davvero ha investito in macchine da giardinaggio. Ripeto, il punto è il privato. L'hobbista entra in



negozio ormai per lo più per le riparazioni, di cui ha volta si lamenta anche per i prezzi a suo dire troppo elevati».

La sua personalissima lettura?

«Non è facilissimo capire dove sta esattamente il problema. E capire intanto se il mercato s'è spostato verso altri sistemi di vendita, come certamente almeno in parte sarà stato. Ma non certo per la totalità. Il problema più grande per me resta la disponibilità economica della gente ad acquistare una determinata attrezzatura da giardino. Troppi rincari, tasse, bollette. E poi, giustamente, ci si ritrova tutti a fare i conti col proprio portafogli. Al di là della motivazione, è la soluzione che adesso bisogna trovare».

La sua grande domanda ora qual è?

«Se questa condizione dovesse protrarsi anche nei prossimi anni che faremo? Noi abbiamo le strutture, abbiamo il personale, abbiamo delle responsabilità anche nei confronti delle famiglie dei nostri dipendenti, abbiamo responsabilità davanti ai nostri fornitori con cui abbiamo preso degli impegni. E quelli ci piace rispettarli, com'è sempre stato. Non ci si può però arrampicare sugli specchi per far fronte a tutto. Per questo è il momento di sedersi attorno ad un tavolo, anche con le aziende che dal canto loro continuano a spingere e ad inchiodarci con grandi magazzini e ridottissimi margini. È ora di guardarci in faccia a capire che dobbiamo fare e che direzione dobbiamo imboccare. Magari cambiando settore, anche se guardando al resto del mercato non è che vada tanto meglio. Sono tutti più o meno nella stessa situazione. A qualcosa però, noi rivenditori, dobbiamo pur pensare».

Sempre più consapevole il prodotto, arricchito strada facendo da plus necessari ed interessantissimi particolari che l'hanno reso la soluzione perfetta per lavori anche e soprattutto gravosi. Per ogni tipo di cliente

CESOIE A BATTERIA VERSO LA PERFEZIONE

Q uasi elastiche, le cesoie a batteria. Comode come non mai. Bel mercato, sempre più spumeggiante. Prodotti necessari, migliorati di anno in anno. Leggeri ed ergonomici, affidabili e brillanti.

IL GRANDE PLUS. Il cliente vuole soprattutto praticità, concetto che racchiude varie sfaccettature. Tutte incluse nell'opera preparatoria delle aziende. «Oggi il vero elemento distintivo», sottolinea l'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «è la capacità di offrire un prodotto che unisca elevate prestazioni, praticità e affidabilità. L'uti-

lizzatore non cerca semplicemente una forbice a batteria potente, ma uno strumento che gli permetta di lavorare più velocemente, con minore affaticamento e con la sicurezza di poter affrontare sessioni di lavoro senza compromessi. Per Blue Bird questo significa sviluppare una gamma completa in grado di rispondere alle esigenze di clienti esigenti e evoluti, agricoltori e professionisti, puntando su ergonomia, autonomia e qualità. L'innovazione deve tradursi in un vantaggio concreto per chi utilizza il prodotto ogni giorno».

«I clienti», il punto di Alessandro Barrera, direttore commerciale di **Brumar**, «sono sempre più attenti a scegliere prodotti che abbinino prestazioni di taglio elevate, grande affidabilità, leggerezza ed autonomia. Ovviamente la sicurezza deve rimanere sempre ai massimi livelli, soprattutto per chi, come l'utente domestico, non lo utilizza con frequenza e dimestichezza».

«Il vero punto di forza», il fermo immagine di Enrico Baldan, responsabile acquisti di **Errezeta Garden**, «è l'equilibrio tra qualità e prezzo, unito alla versatilità delle quattro marce di taglio. L'utilizzatore oggi non cerca solo potenza, cerca uno strumento che si adatti a lui: dal ramo più sottile a quello più resistente, con un solo gesto. È questa flessibilità, unita a un investimento accessibile, a fare davvero la differenza sul campo».

«Negli ultimi anni», evidenzia Paolo Gianola, titolare di **Falket**, «si è registrata una crescente tendenza verso l'acquisto di attrezzature dal costo contenuto. Un altro aspetto sempre più ri-



Volpi Originale

INCHIESTA

levante è l'intercambiabilità delle batterie, che consente di alimentare con un unico sistema diversi utensili, come forbici, seghetti e altri elettro-utensili. Come azienda, continuiamo a rivolgerci principalmente al mercato professionale, proponendo un'offerta che affianca prodotti di fascia economica a soluzioni di alta gamma. Queste ultime sono equipaggiate con lame Made in Premana, riconosciuta come la capitale italiana della produzione di lame, a garanzia di elevati standard qualitativi, affidabilità e prestazioni nel tempo». «Oggi l'utilizzatore», l'istanza di Sandro Minelli, direttore commerciale di **Minelli**



Srl, «ricerca soprattutto affidabilità, leggerezza e praticità d'impiego. La possibilità di lavorare per molte ore con uno strumento ergonomico e performante rappresenta un elemento fondamentale sia per l'hobbista sia per il professionista. Sono inoltre sempre più apprezzate le funzioni avanzate come il taglio progressivo, la regolazione micrometrica dell'apertura della lama e il display integrato, che consentono di ottimizzare il lavoro, aumentare la produttività e monitorare costantemente lo stato della macchina».

«Precisione di taglio ed ergonomia», la premessa di Marco Guarino, dell'ufficio comunicazione e marketing di **Pellenc Italia**, «sono senza dubbio due aspetti fondamentali per il cliente; a questi si aggiunge la sicurezza che è (fortunatamente) sempre un fattore più richiesto per quanto riguarda le forbici. Pellenc, da sempre, investe nella ricerca e nello sviluppo di forbici da potatura in grado di garantire prestazioni e precisione di lavoro; allo stesso modo, soprattutto con l'arrivo delle sistema Activ' Security, anche la sicurezza è stata ulteriormente implementata in modo da effettuare le operazioni di sicurezza in modo rapido, sicuro e comodo». «Il plus che oggi fa davvero la differenza agli occhi dell'utilizzatore», la convinzione di Paolo Ferri, product marketing manager di **Sabart**, «è la riduzione dello sforzo fisico a fronte di prestazioni sempre più elevate. Il valore percepito oggi non è solo nella potenza o nella capacità di taglio, ma nella possibilità di lavorare più a lungo, con meno fatica e maggiore precisione, mantenendo sempre un livello professionale di performance». «Quello che realmente fa la differenza per chi sceglie il nostro kit forbici e potatore a batteria SP 100e Kit», chiarisce Mirko Rizzetto, marketing manager Southern Europe & Distributors di **Stiga**, «non risiede in un singolo dettaglio tecnico, ma nell'esperienza d'uso integrata che siamo riusciti a creare. Abbiamo progettato un vero e proprio ecosistema dove la nostra batteria ePower da 20V diventa il cuore pulsante di tutto il lavoro in giardino. Per l'utente, questo si traduce nella libertà di passa-

TECNO GARDEN

RICAMBI • ACCESSORI • MACCHINE
da giardino



PER OGNI
ESIGENZA
di taglio
MAYA®
è la
SOLUZIONE

BARRE E CATENE
per motoseghe

scopri la gamma completa su
tecnogarden.com



TECNO GARDEN

TECNO X

tecnogarden@tecnogarden.com
www.tecnogarden.com





Pellenc

re istantaneamente dalla precisione delle forbici alla potenza del motore, grazie allo stesso sistema batteria. È questa fluidità operativa, unita a un'ergonomia studiata per ridurre al minimo l'affaticamento, che trasforma un compito solitamente faticoso come la potatura in un'attività semplice, continua e incredibilmente efficiente». «Il principale elemento distintivo delle forbici a batteria **Stihl** oggi», rileva Francesco Del Baglivo, product marketing manager della filiale italiana della casa tedesca, «è l'equilibrio tra prestazioni professionali e comfort d'utilizzo. Gli utenti riconoscono sempre più il valore di una macchina in grado di garantire tagli precisi, costanti e puliti, uniti a un'ergonomia che riduce sensibilmente l'affaticamento durante l'arco della giornata. In particolare, l'integrazione della tecnologia a batteria consente libertà di movimento, assenza di emissioni locali e un funzionamento silenzioso, caratteristiche molto apprezzate sia in ambito professionale sia in contesti sensibili come aree urbane o giardini privati. A questo si aggiungono sistemi intelligenti di gestione dell'energia e la compatibilità con piattaforme batteria condivise. Per Stihl, il vero plus è quindi la capacità di offrire una soluzione completa: alte prestazioni, affidabilità e massima facilità d'uso, migliorando concretamente la qualità del lavoro e l'esperienza dell'operatore».



Vesco Italy

«Senza ombra di dubbio», racconta l'ufficio marketing di **Volpi Originale**, «il servizio post-vendita. Ricambi sempre a disposizione e rapidità nelle risposte ai problemi provenienti dal forte utilizzo o dall'errato uso del prodotto. Tutte cose che il prodotto cinese, compresi quelli vestiti con nomi importanti, non può dare. Volpi in questo senso è una garanzia di affidabilità».

IL NODO-PREZZO. Quanto pesa il prezzo veramente. Il dibattito è apertissimo, anche se con una base piuttosto evidente. «Il prezzo sicuramente incide in modo importante», la riflessione di Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «ma ancora più fondamentale è avere prestazioni e caratteristiche che siano in grado di motivare un preciso posizionamento sul mercato. Pellenc, da sempre, ha scelto di lavorare con attrezzature dedicate ad un uso professionale e intenso». «Il prezzo», commenta l'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «rimane certamente un elemento importante nella scelta, ma oggi non rappresenta più l'unico fattore decisionale. L'utilizzatore è sempre più consapevole del valore complessivo del prodotto e valuta aspetti come prestazioni, durata, affidabilità, assistenza post-vendita e disponibilità dei ricambi. In particolare, la tendenza sarà la scelta prodotti che garantiscano continuità operativa e una maggiore produttività nel tempo, riconoscendo che un'attrezzatura di qualità consente un ritorno dell'investimento superiore rispetto a una soluzione basata esclusivamente sul prezzo d'acquisto».

«Nel mercato di riferimento, il prezzo è una variabile incidente, divisa però tra utenti privati e professionisti. L'incidenza massima», specifica l'ufficio marketing di **Volpi Originale**, «è nei privati (hobbisti) ovvero chi usa gli attrezzi poche volte l'anno e dunque cerca il prezzo più basso. Un'incidenza minore si registra invece nel segmento professionale: il professionista guarda al valore nel tempo, non al costo iniziale, focalizzandosi sull'efficienza, la possibilità di usare più attrezzi con la stessa batteria, l'ergonomia e la leggerezza dagli utensili. Il cliente che compra Volpi è disposto a spendere un po' di più per la sicurezza e la durata del prodotto, oltre che la disponibilità della ricambistica. Tra l'altro, a conti fatti, i prezzi degli articoli Volpi non si discostano molto dai marchi generalisti, che puntano solo al prezzo, presenti sul mercato».

Il tuo partner tecnologico *per la cura del verde*



Il Parco Querini si dota del robot tagliaerba Husqvarna CEORA®

Parco Querini, uno dei parchi più importanti della città di Vicenza, si evolve per diventare un modello di sostenibilità per il territorio. Grazie a una sponsorizzazione tecnica con il Comune di Vicenza, con il progetto "Il verde che unisce" Husqvarna ha dotato il Parco Querini di un robot tagliaerba Husqvarna CEORA®. L'introduzione di questa tecnologia ha portato con sé numerosi vantaggi tra cui la riduzione del rumore e delle emissioni dirette di CO₂, ma non solo. Il taglio costante favorisce anche uno sviluppo dell'erba più sana, rigogliosa e da vivere.

Sono sempre più le municipalità che si affidano alle soluzioni robotiche Husqvarna per la cura del verde professionale. Scopri tutti i vantaggi e la gamma sul sito [husqvarna.com](https://www.husqvarna.com)

Scopri la gamma
di robot tagliaerba
professionali





Minelli

«Il prezzo», il ragionamento di Sandro Minelli di **Minelli Srl**, «rimane certamente un fattore importante, ma oggi il cliente valuta sempre più il rapporto qualità-prezzo piuttosto che il semplice costo di acquisto. L'utilizzatore professionale ricerca prodotti affidabili, assistenza qualificata, disponibilità di ricambi e lunga durata nel tempo. Un prodotto di qualità consente infatti di ridurre i tempi di fermo macchina e di garantire una maggiore produttività, generando un beneficio economico che va ben oltre il prezzo iniziale».

«Nel mercato delle forbici a batteria», riconosce Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «il prezzo rappresenta certamente una variabile importante, ma non è più l'unico fattore decisivo nella scelta finale. Sempre più utilizzatori, soprattutto professionisti, valutano l'investimento in ottica di costo totale di utilizzo, considerando aspetti come durata, prestazioni, affidabilità e riduzione della manutenzione. Le soluzioni a batteria di qualità, come quelle proposte da Stihl, offrono vantaggi concreti in termini di produttività, comfort e continuità operativa, elementi che nel tempo compensano ampiamente il prezzo di acquisto iniziale. Anche la compatibilità con sistemi batteria condivisi incide positivamente,



AL-KO

ottimizzando l'investimento complessivo. Per l'utilizzatore hobbistico il prezzo rimane più sensibile, mentre nel segmento professionale cresce la consapevolezza del valore: il cliente è disposto a investire di più per ottenere efficienza, affidabilità e qualità del risultato nel lungo periodo». «Il prezzo è una leva importante», spiega Paolo Ferri di **Sabart**, «ma la sua incidenza dipende dal contesto. È decisiva per l'hobbista occasionale ma diventa secondaria per il professionista perché è in grado di valutare e riconoscere tutti i vari plus e le funzioni avanzate delle varie attrezzature. In definitiva, nelle forbici elettroniche per potatura non vince il prezzo più basso, ma il miglior equilibrio tra costo, performance e affidabilità percepita».

«Per un prodotto di qualità come dovrebbe essere questo comparto di attrezzi», la considerazione di Alessandro Barrera di **Brumar**, «il prezzo non dovrebbe essere la discriminante principale nella scelta. Purtroppo la crescita molto rapida di questo mercato ha favorito l'introduzione di prodotti a basso prezzo, che spesso non garantiscono né prestazioni né durata e a volte scarsa assistenza nella fornitura di ricambi. Mentre il comparto dei professionisti sa distinguere bene tra un'offerta ed un'altra, troppo spesso l'utente privato si fa attirare soprattutto dal prezzo. Per questo è importante appoggiarsi ad aziende che offrono un buon prodotto selezionato con un giusto rapporto qualità-prezzo e che soprattutto offrano un servizio di assistenza post vendita ottimale e garantito».

«Il prezzo pesa eccome, ma solo fino a un certo punto. Quando il prodotto», la certezza di Enrico Baldan di **Errezeta Garden**, «dimostra sul campo affidabilità e prestazioni, il cliente è disposto a valutarlo come un investimento, non come una spesa. In un mercato sempre più competitivo, è il rapporto tra ciò che si paga e ciò che si ottiene a orientare la scelta finale».

«Come già evidenziato», ribadisce Paolo Gianola di **Falket**, «questo rappresenta uno dei trend più significativi degli ultimi mesi. Per diverse ragioni, la domanda di attrezzature di fascia economica sta progressivamente superando quella dei prodotti destinati all'utilizzo professionale. Anche in questo segmento, tuttavia, il mercato sta evolvendo: i prezzi stanno diventando sempre più competitivi e in linea con le esigenze dei clienti, consentendo di offrire un migliore equilibrio tra costo, qualità e prestazioni».

Cambia modo di potare, scopri i vantaggi degli attrezzi professionali Vesco

SERIE X
DESIGNED FOR YOUR PROFIT



10-14
NOVEMBRE

2026

VIENI A SCOPRIRLI:

ORGANIZED BY
FEDERUNACOMA
eima
INTERNATIONAL
T W E N T Y S I X

PADIGLIONE 34 STAND D9

VESCO
ROBOTICS

SCOPRI DI PIÙ SULLA NOSTRA INTERA GAMMA DI ATTREZZI PER LA POTATURA SU: www.vescoitaly.it



PUNTO D'ARRIVO. Tanti traguardi all'orizzonte, di ogni genere. Puntando sempre più in alto. «L'obiettivo principale di **Blue Bird Industries**», la linea fissata dall'ufficio marketing, «è consolidare il posizionamento nel mercato delle forbici a batteria, valorizzando gli elementi che oggi rappresentano un reale vantaggio competitivo: qualità costruttiva, affidabilità e innovazione. Un fattore di svolta è la proposta di prodotti che offrano prestazioni elevate e una lunga durata nel tempo, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più orientato verso soluzioni professionali e ad alto valore aggiunto. Parallelamente, sarà molto importante rafforzare il concetto di ecosistema di prodotto attraverso la compatibilità delle batterie con diversi attrezzi della gamma. Questo consente all'utilizzatore di lavorare con più strumenti utilizzando lo stesso sistema di alimentazione».

«Per il 2026», l'istantanea di Sandro Minelli di **Minelli Srl**, «il nostro obiettivo principale è consolidare la presenza nei mercati esteri e rafforzare ulteriormente la nostra rete distributiva. Parallelamente continuiamo a investire nello sviluppo di prodotti sempre più performanti, sicuri e tecnologicamente evoluti, mantenendo la qualità che da sempre contraddistingue il marchio Minelli. Particolare attenzione è rivolta all'ampliamento della gamma cordless, settore che continua a registrare una crescita costante a livello internazionale».

«Confermarci», la missione di **Pellenc Italia** ribadita da Marco Guarino, «un punto di riferimento per i potatori professionisti che sono alla ricerca di prestazioni e comodità di lavoro, anche per

lunghe sessioni di potatura».

«Consolidare la nostra presenza nel segmento delle attrezzature a batteria per esterni», l'ulteriore traguardo di **Errezeta Garden**, illustrato da Enrico Baldan, «ampliando la gamma con soluzioni sempre più performanti e sostenibili. Puntiamo a rafforzare la rete di distribuzione a livello europeo e a continuare a investire in tecnologia brushless, per offrire ai professionisti del verde strumenti all'altezza delle sfide quotidiane».

«Rimane un mercato molto interessante», la premessa di Alessandro Barrera di **Brumar**, «anche se ultimamente ampiamente affollato. Il nostro obiettivo è consolidare gli ottimi risultati di vendita raggiunti con la nostra gamma a marchio Attila, a cui si aggiunge anche un modello molto interessante a marchio Skil, da noi distribuito. Oggi abbiamo in gamma Attila 4 modelli di forbici a batteria con diametro di taglio da 25 a 40 mm e potenze da 7,2, 14,4 e 18 Volt. Il nuovo modello Skil 0620 CA offre una larghezza di taglio da 28 mm e può essere alimentato da batterie da 20 Volt con potenze a scelta da 2 a 5 Ah».

«Il nostro obiettivo», racconta Paolo Gianola di **Falket**, «è consolidare e rafforzare la presenza nel segmento delle forbici a batteria. A breve introdurremo importanti novità di gamma che riteniamo ci consentiranno di essere ancora più competitivi e di rispondere in modo efficace alle esigenze del mercato. Inoltre, forti della nostra esperienza nella produzione di attrezzature manuali, abbiamo recentemente ampliato l'offerta con nuovi articoli dedicati a questo settore. L'integrazione tra soluzioni manuali ed elettriche ci permetterà di proporre una gamma sempre più completa, rafforzando ulteriormente il nostro posizionamento sul mercato».

«Sicuramente i nostri obiettivi», la chiave dell'ufficio marketing di **Volpi Originale**, «sono sempre quelli di migliorarci come Azienda e migliorare costantemente i nostri prodotti. La speranza per l'anno in corso è sempre quella di fare meglio degli anni passati, nonostante la stagione corrente sia dettata dalle mille variabili esterne (guerre, clima, aumenti prezzi delle materie prime e instabilità politico/economica) difficilmente prevedibili».

«Abbiamo in cantiere», l'anticipazione di Mirko Rizzetto di **Stiga**, «obiettivi ambiziosi che poggiano su tre pilastri fondamentali. Innanzitutto, puntiamo a consolidare la leadership della no-





SEGWAY

La cura professionale del verde al suo massimo



NAVIMOW

PRATO E CESPUGLI / ROBOT RASAERBA 

Per grandi scenari scopri la potenza del nuovo Segway Navimow Terranox

Segway Navimow Terranox cambia il modo di gestire manti erbosi sportivi, campi da golf, spazi verdi aziendali o urbani. È in grado di tagliare fino a **24.000 metri quadri** in una giornata, in autonomia. La **trazione integrale AWD** gestisce **pendenze** fino all'**84%**, la navigazione ad alta precisione **EFLS™ nRTK** e la **visione a 360°** garantiscono posizionamento centimetrico e rilevamento intelligente degli ostacoli. Le sue prestazioni sono stabili, come la qualità del taglio, su qualsiasi terreno. Con zero emissioni dirette e bassa rumorosità Terranox può lavorare anche di notte.

Monitoraggio e controllo? Da remoto con l'App Navimow.



Scopri di più sulla nuova serie
Segway Navimow Terranox
presso i rivenditori autorizzati



We are Blue Bird

NATURALLY TOGETHER.

bluebirdind.com |  



Errezeta

stra piattaforma ePower da 20V: vogliamo che il mercato percepisca chiaramente che la nostra tecnologia a batteria non è solo il futuro del giardinaggio, ma rappresenta oggi lo standard di efficienza. Parallelamente, il nostro impegno è rivolto a sostenere i partner della nostra rete distributiva, fornendo loro strumenti di marketing e campagne promozionali sempre più incisive per valorizzare la qualità del brand Stiga direttamente nel punto vendita. Infine, il nostro obiettivo più concreto è guidare l'utente nella transizione tecnologica dai motori a scoppio all'elettrico. Si tratta di offrire un'alternativa tangibile: azzerare le emissioni dirette di gas di scarico nel giardino di casa e abbattere drasticamente l'inquinamento acustico senza però dover scendere a compromessi con le performance elevate che i nostri clienti si aspettano».

«Nel corso dell'anno», i piani di **Sabart** illustrati da Paolo Ferri, «il nostro obiettivo è consolidare la gamma Forestal Extreme Line, di cui fanno parte le forbici elettroniche a batteria EX400, che si sono affermate per la potatura professionale grazie a leggerezza, praticità e prestazioni elevate. La batteria al litio EVO 20V/4 Ah e il motore brushless garantiscono potenza costante, efficienza e rapidità di ricarica, elementi fondamentali per il lavoro quotidiano in campo».

«Per l'anno in corso, gli obiettivi **Stihl** nel seg-

mento delle forbici a batteria», rivela Francesco Del Baglivo, «sono orientati al rafforzamento della nostra offerta professionale e alla diffusione sempre più ampia della tecnologia a batteria. Nel 2026 abbiamo introdotto due nuove forbici professionali, ASA 130 e ASA 140, pensate per rispondere in modo ancora più mirato alle esigenze degli operatori in ambito vitivinicolo e della manutenzione del verde. Puntiamo a proseguire nell'ampliamento della gamma, migliorando ulteriormente prestazioni, autonomia e gestione intelligente dell'energia, aspetti fondamentali per aumentare la produttività sul campo. Grande attenzione è dedicata anche all'ergonomia, con soluzioni che riducono l'affaticamento e migliorano il comfort durante l'utilizzo prolungato. Parallelamente, continuiamo a investire nella piattaforma batteria condivisa e nella formazione della rete, con l'obiettivo di offrire un ecosistema completo e un'esperienza d'uso sempre più efficiente, affidabile e professionale».

IL TOP DEL TOP. Ognuno con la sua punta di diamante. Orgogliosamente. **AL-KO** ha previsto l'inserimento nel mercato di due modelli per la fine dell'anno e la stagione 2027. Uno, PRSD 1828, alimentato da una batteria da 18V, diametro di taglio fino a 32 mm e motore brushless. Può essere equipaggiato con batteria da 2,0 Ah fino a 10 Ah. Con batteria da 2,0 Ah il peso è molto contenuto, 0,9 kg, mentre per un impiego di lunga durata si può optare per le batterie con maggiore capacità. Disponibile come accessorio opzionale l'asta prolunga telescopica. Il secondo modello è destinato ad un pubblico più hobbistico con batteria estraibile da 4,0 V / 2,0 Ah. Una batteria che può essere utilizzata tramite una porta USB-C per caricare dispositivi mobili come smartphone e tablet. Utilizzabile per il taglio dei fiori o di piccoli rami fino a 12 mm. X37 è la Forbice da potatura robotizzata con tecnologia cordless senza filo di **Vesco Italy**. La batteria intercambiabile è innestata direttamente sul manico con un rivoluzionario sistema a innesto rotazionale e questo consente la massima libertà di movimento aumentando la produttività. Permette una potatura performante e veloce grazie al taglio progressivo e alla doppia apertura selezionabile direttamente dal grilletto. Grazie allo schermo lcd è possibile visualizzare lo stato di carica della batteria ed il numero di tagli eseguiti. Capacità di taglio superiore grazie ad un



Falket



Brumar

potente motore brushless in grado di sviluppare una forza che la pone ai vertici della categoria. Dispone di un'apertura massima che le consente di effettuare tagli fino a 37 mm e pertanto se ne consiglia l'utilizzo in frutticoltura. Corpo macchina in alluminio aeronautico forgiato a caldo: robusto e leggero. Teste di taglio in acciaio al Cromo Vanadio forgiate a caldo. Controlama assottigliata. Scocche anatomiche in bi-componente. Viene fornita all'interno di un pratico zainetto (F14) con due batterie da 54 Wh e un caricatore a uscita multipla in grado di caricare fino a due batterie contemporaneamente.

«Il Kit PS 23-35 Faster + CS 23-05A», spiega l'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «è una soluzione completa pensata per offrire massima versatilità durante le operazioni di potatura. Il valore aggiunto di questo kit risiede nella combinazione di due strumenti complementari in un'unica valigetta: la forbice a batteria PS 23-35 FASTER, ideale per eseguire tagli rapidi e precisi fino a 35 mm di diametro, e il potatore a batteria CS 23-05A, progettato per affrontare con facilità interventi più impegnativi su rami fino a 10 cm di diametro. In questo modo l'operatore dispone di tutto il necessario per gestire l'intero ciclo di potatura senza dover cambiare attrezzatura o interrompere il lavoro. A completare il kit sono presenti tre batterie al litio da 16,8 V - 2,5 Ah e il caricabatterie».

«È il modello Skil», ribadisce Alessandro Barrera di **Brumar**, «a cui abbiamo già fatto riferimento. Tensione 20 Volt, batterie a scelta fra 2-2,5-4-5 Ah con tecnologia ActiveCell e KeepCool che offrono una gestione intelligente dell'alimentazione e un'autonomia più lunga del 25%. Autonomia garantita fino a 6700 tagli con batteria da 5 Ah. Tempo di ricarica 150 minuti. Garanzia di cinque anni come tutti gli altri prodotti a batteria Skil».

«La nostra punta di diamante», dichiara Enrico Baldan di **Errezeta Garden**, «è la forbice a batteria brushless 20V Max KDYD35S AM. Un

concentrato di tecnologia: motore brushless per potenza ed efficienza superiori, lama in acciaio SK5 con rivestimento in Teflon per un'affilatura estrema e una resistenza all'usura senza compromessi. La capacità di taglio regolabile su 4 marce si adatta a ogni condizione di lavoro, mentre il doppio interruttore di sicurezza garantisce la massima protezione dall'attivazione accidentale. Il tutto in un peso contenuto di 1,3 kg, per un comfort d'uso prolungato senza rinunciare alla potenza».

«Il nostro modello di riferimento», evidenzia Paolo Gianola di **Falket**, «è la forbice 3000T E-POWER. Pur essendo uno dei primi modelli introdotti nella nostra gamma, continua a rappresentare un punto di forza grazie alle sue elevate prestazioni e all'eccellente rapporto qualità-prezzo. Equipaggiata con lame di nostra produzione, garantisce affidabilità, precisione di taglio e lunga durata nel tempo. La nuova versione viene fornita in una pratica valigetta in plastica rinforzata, completa di due batterie e caricabatterie, offrendo una dotazione completa a un prezzo altamente competitivo. La 3000T E-POWER assicura una capacità di taglio fino a 32 mm e un'autonomia delle batterie sufficiente a coprire un'intera giornata di lavoro, rispondendo efficacemente alle esigenze degli utilizzatori professionali».

«La nostra offerta», la panoramica di Sandro Minelli di **Minelli Srl**, «comprende una gamma completa di cesoie a batteria che va dalla EP25 alla EP45, progettata per soddisfare esigenze differenti. Tra queste, la EP35 rappresenta oggi il modello più equilibrato e richiesto dal mercato professionale grazie all'ottimo rapporto tra peso, potenza e autonomia. L'intera gamma EP25, EP35, EP42 ed EP45 è dotata di display integrato, taglio progressivo e regolazione micrometrica dell'apertura della lama, caratteristiche che consentono di aumentare la velocità di lavoro e ottimizzare il consumo energetico. I modelli EP28, EP35, EP42 ed EP45 possono inoltre essere installati su



Sabart



asta telescopica, offrendo una soluzione pratica e sicura per le operazioni di potatura in altezza senza l'utilizzo di scale».

«Le nostre forbici con cavo C35 e C45», il fermo immagine di Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «sono ideali per chi è alla ricerca di lunghe autonomie e prestazioni al top della categoria. Oltre ad assicurare il massimo in quanto a leggerezza e pulizia di taglio, sono entrambe dotate del sistema di sicurezza Pellenc Activ' Security, in grado di bloccare il movimento della lama in caso di contatto accidentale con la mano dell'operatore».

Leggere e pratiche, le nuove forbici elettroniche a batteria EX400 del brand Forestal Extreme Line di **Sabart** sono ideali per la potatura in ambito professionale. La batteria al litio ricaricabile EVO 20V/4 Ah e il motore brushless garantiscono la massima potenza con tempi di ricarica rapidi. Le forbici EX400 sono dotate di display con contatagli totale/parziale e controllo del livello di carica della batteria. Presentano una doppia apertura di taglio (diametro 30-38 mm) e la funzione antitaglio, che assicura la protezione dell'operatore durante le operazioni di potatura, evitando incidenti e garantendo un lavoro più sicuro. Completa il kit la pratica valigetta inclusa, che consente di trasportare e riporre le forbici in tutta sicurezza.

«Il nostro fiore all'occhiello», riferisce Mirko Rizzetto di **Stiga**, «è senza dubbio lo Stiga SP 100e Kit, una soluzione completa pensata per offrire tutto il necessario per la manutenzione di alberi, arbusti e siepi in un'unica proposta "pronta all'uso". La forza di questo kit risiede nella sua

versatilità: unendo le forbici SC 100e ed il potatore PR 100e, riusciamo a coprire ogni esigenza, dai tagli più precisi sui rami piccoli fino agli interventi più impegnativi su spessori fino a 10 centimetri. Abbiamo curato ogni aspetto, dall'ergonomia dei manici soft-grip per evitare affaticamenti alla lubrificazione automatica della catena per la massima sicurezza, il tutto gestito dalla nostra batteria Stiga ePower che ottimizza i consumi in base allo sforzo. È un prodotto che si adatta perfettamente alle necessità dell'utente, offrendo prestazioni costanti, grande autonomia e, grazie alla possibilità di integrare l'asta di prolunga, anche la capacità di raggiungere i punti più alti del giardino con estrema facilità».

«Il prodotto di punta per il segmento entry della gamma forbici a batteria **Stihl**», sottolinea Francesco Del Baglivo, «è il modello ASA 20, una soluzione compatta e versatile pensata per utenti esigenti e professionisti leggeri. Il suo punto di forza è l'equilibrio tra maneggevolezza, precisione di taglio e accessibilità. ASA 20 è dotata di lame di alta qualità con apertura fino a circa 25 mm, in grado di garantire tagli netti e puliti, favorendo la salute della pianta. Il peso contenuto, intorno a 0,8 kg batteria esclusa, e il design ergonomico consentono un utilizzo prolungato senza affaticamento. Alimentata dalla batteria del sistema Stihl AS 2, assicura libertà di movimento, assenza di cavi e un funzionamento silenzioso, ideale anche in contesti urbani. La semplicità d'uso e la manutenzione ridotta la rendono particolarmente apprezzata, rappresentando un ingresso ideale nel mondo Stihl a batteria con prestazioni affidabili».

«KV295 e KV360 con diametri di taglio da 28 e 32 entrambe con batteria multi-utensile da 14,4V e 2,5 Ah», conclude l'ufficio marketing di **Volpi Originale**, «hanno caratteristiche tecniche che molti non hanno: taglio progressivo, possibilità di scegliere 2 diametri di taglio, display digitale multifunzione, lame teflonate il tutto con dei pesi molto bassi che facilitano il lavoro dell'utente. E poi il top di gamma la KV390, stesse caratteristiche delle precedenti ma con un grande diametro di taglio da 40 mm e dotata di batteria multi-utensile da 21,6V e 2,5 Ah. A questa forbice è possibile aggiungere una prolunga telescopica che la rende particolarmente pratica anche a chi deve fare lavori molto in alto. Con questi modelli e le batterie elencate è possibile lavorare tutto il giorno in completa autonomia».



Nuova gamma professionale a batteria 56V.

Massime prestazioni,
zero compromessi.

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

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



KRESS 2026: LA NUOVA ERA DELLA MANUTENZIONE DEL VERDE È GIÀ ARRIVATA

Dai piccoli giardini residenziali alle grandi superfici professionali, una gamma completa di robot intelligenti che ridefinisce il concetto stesso di cura del prato

P

er anni il robot rasaerba è stato percepito come un semplice strumento capace di tagliare l'erba in autonomia. Oggi questo concetto è stato completamente superato. Con la gamma 2026, Kress presenta un ecosistema di soluzioni robotiche progettate per rispondere a qualsiasi esigenza: dal giardino privato alle aree verdi pubbliche, dai campi sportivi ai campi da golf, fino alle grandi superfici gestite dai professionisti del verde. Una rivoluzione basata su tre megatrend destinati a trasformare il settore: **robotizzazione, elettrificazione e digitalizzazione.**

La filosofia Kress è semplice: eliminare le complessità che hanno limitato la diffusione dei robot tradizionali e offrire prestazioni professionali attraverso tecnologie intelligenti, affidabili e facili da utilizzare.



EYEPILOT®: IL ROBOT CHE VEDE, CAPISCE E DECIDE

Il cuore della nuova gamma residenziale è rappresentato da **EyePilot®**, una tecnologia che combina la precisione della rete RTK proprietaria Kress con sistemi avanzati di Vision AI e V-SLAM. Il risultato è un robot capace non solo di conoscere la propria posizione con precisione centimetrica, ma anche di interpretare l'ambiente circostante in tempo reale. A differenza dei sistemi tradizionali, EyePilot non richiede l'installazione di antenne nel giardino né fili perimetrali. Anche in presenza di alberi, zone d'ombra o ostacoli che normalmente compromettono il segnale satellitare, il robot continua a lavorare grazie alla fusione intelligente tra sensori, telecamere stereoscopiche e algoritmi di navigazione evoluti.

Oggetti, ostacoli e variazioni del terreno vengono riconosciuti e gestiti in tempo reale, permettendo una navigazione autonoma e adattiva che porta sicurezza e precisione a livelli mai raggiunti prima.

La gamma EyePilot copre diverse metrature, offrendo soluzioni dedicate sia ai piccoli giardini urbani sia agli spazi verdi più ampi, con taglio sistematico, gestione multilivello delle zone e bordature sempre precise.

EYEPILOT® 4X4: QUANDO IL TERRENO DIVENTA UNA SFIDA

Non tutti i prati sono perfettamente pianeggianti. Per rispondere alle esigenze di chi affronta pendenze, terreni complessi e superfici difficili, Kress introduce la nuova gamma **EyePilot® 4x4**.

Grazie alla trazione integrale intelligente, questi modelli sono progettati per affrontare senza difficoltà pendii impegnativi e fondi sconnessi mantenendo sempre precisione di taglio e stabilità operativa. La tecnologia 4x4 Kress permette di superare pendenze fino all'83,9% (40°), un valore che apre nuove possibilità di automazione anche in contesti tradizionalmente complessi. A questo si aggiun-



gono il corpo articolato, le ruote ad elevata aderenza e le sofisticate funzioni di controllo della trazione che consentono al robot di mantenere performance elevate anche nelle condizioni più impegnative. La gamma EyePilot 4x4 si rivolge non soltanto al mercato residenziale premium, ma anche a professionisti che necessitano di una soluzione affidabile per aree verdi articolate, parchi e strutture ricettive.

TECNOLOGIE CHE FANNO LA DIFFERENZA

L'innovazione Kress non si limita alla navigazione.

L'intera gamma integra soluzioni pensate per semplificare concretamente la vita dell'utilizzatore. La tecnologia di rifinitura dei bordi permette di ridurre drasticamente la necessità di interventi manuali lungo recinzioni, marciapiedi e bordure. Gli algoritmi intelligenti ottimizzano continuamente il percorso di taglio garantendo una copertura uniforme e risultati estetici di livello professionale.

L'app Kress consente inoltre una gestione completa delle aree di lavoro, incluse le configurazioni multizona, il monitoraggio remoto e l'aggiornamento continuo delle funzionalità attraverso il software.

L'obiettivo è chiaro: offrire un prato perfetto ogni giorno, senza richiedere l'intervento costante dell'utente.

VOYAGER®: IL FUTURO DELLA MANUTENZIONE PROFESSIONALE

Se EyePilot rappresenta l'evoluzione del robot rasaerba, **Voyager®** rappresenta una vera rivoluzione nel mondo professionale.

Presentato come una prima mondiale, Voyager è il primo zero-turn completamente autonomo, progettato per la manutenzione di grandi superfici e destinato a trasformare il modo in cui vengono gestiti parchi, aree sportive, strutture ricettive e grandi spazi pubblici.

Potenza, precisione e manovrabilità si combinano in una soluzione capace di ridurre i costi di rasatura fino all'80%, offrendo una concreta alternativa alle tradizionali macchine a benzina con operatore a bordo.

Con una larghezza di taglio superiore al metro e una sofisticata architettura di sensori composta da telecamere a 360°, ultrasuoni e LiDAR frontale, Voyager lavora in completa autonomia garantendo livelli elevatissimi di sicurezza e affidabilità.

Per comprendere gli ostacoli e prendere decisioni in tempo reale, il sistema sfrutta modelli di intelligenza artificiale addestrati su oltre 20 milioni di immagini reali. Questo consente non solo di rilevare un ostacolo, ma di comprenderne la natura e scegliere il comportamento più appropriato.

Voyager non sostituisce il professionista: lavora al suo fianco. Mentre il robot si occupa delle attività ripetitive di taglio, le squadre possono concentrarsi su interventi a maggior valore aggiunto, aumentando produttività, efficienza e redditività.



UNA VISIONE SOSTENIBILE DEL VERDE

Dietro ogni innovazione Kress c'è una visione ben precisa: costruire una manutenzione del verde più efficiente, più sostenibile e più intelligente. La progressiva eliminazione delle macchine a combustione, la riduzione delle emissioni, il contenimento dell'inquinamento acustico e l'ottimizzazione delle risorse rappresentano elementi centrali della strategia aziendale.

Dai giardini privati ai campi da golf, dalle aree comunali ai grandi appalti professionali, la nuova gamma Kress dimostra che il futuro della manutenzione del verde non è una prospettiva lontana.

È una realtà già disponibile oggi.

EyePilot®, EyePilot® 4x4 e Voyager® non sono semplicemente nuovi robot rasaerba: sono strumenti che ridefiniscono il modo di progettare, gestire e vivere gli spazi verdi del futuro.

Azoto a lenta cessione con Sprint N o Slow Green, fosforo e potassio in equilibrio, sementi selezionate come Royal Blue e Royal Blue: sono questi gli alleati per ripartire alla grande dopo l'estate. Assecondare la Natura resta il sistema più economico e soddisfacente per ottenere i migliori risultati sui tappeti erbosi

CI SIAMO RILASSATI.

ADESSO RIPRENDIAMO A LAVORARE

(la ripresa vegetativa autunnale)

Di Federico Tuberga, Vicepresidente Bottos Srl

Assecondare la Natura è sempre il sistema più economico e soddisfacente per ottenere i migliori risultati per i tappeti erbosi. Verso la fine di agosto e per tutto il mese di settembre i prati riprendono la spinta vegetativa e iniziano a crescere con intensità e vigore. Periodi d'intenso lavoro per le piante con un dispendio d'energia e di nutrienti molto importante. Occorre riequilibrare questi consumi con l'apporto mirato di elementi che supportino le piante e nel contempo foriscano anche le giuste scorte al terreno.

Tra gli elementi nutritivi l'Azoto è da privilegiare. Scegliere delle forme a lenta cessione e a rilascio programmato (**tipo Nutralene e Polyon contenuti in Sprint N o ancora in Slow Green Bottos**) assicura una presenza continua, armoniosa ed uniforme nei vari terreni e nei vegetali. Ma una nutrizione è corretta se è completa. Quindi dobbiamo assicurare al sistema terreno-piante sempre la giusta presenza anche degli altri elementi come, ad esempio, il Fosforo ed il Potassio. Ecco quindi che un concime binario o ternario (**Sprint N 27.0.14 o Slow Green 22.5.10**) è la soluzione ideale.

La nutrizione si accompagna di pari passo alla pratica manutentiva, quindi il taglio dell'erba. Un prato di altissimo livello può richiedere anche due rasature/settimana. Eseguire un taglio settimanale sarebbe un dato medio da considerare.

È bene prendere in considerazione la creazione di spazi tra le foglie per la circolazione dell'aria e l'eliminazione di sostanza organica indecomposta in eccesso (feltro). È il momento anche dell'arieggiatura.

Ed è anche questo il periodo (che può prolungarsi fino ad ottobre) per pensare ad eventuali nuove semine e/o trasemine. Le graminacee microterme si avvantaggiano delle temperature e del fotoperiodo di questi mesi e germinano con la massima velocità. Utilizzare sementi selezionate e certificate (**tipo Maciste o Royal Blue di Bottos**) è sinonimo di garanzia di risultati e di economicità di spesa. Attenendosi sempre alle indicazioni del produttore e far seguire una fertilizzazione di semina o "starter" per aiutare le giovani plantule e completare il processo germinativo e formare una pianta adulta. Anche il concime starter è bene che contenga delle porzioni a lenta cessione (**tipo Biostart P o ProStart di Bottos**) per assicurare il nutrimento per un lungo periodo.

Insomma, abbiamo avuto un'estate per riposare e rilassarci. Lo ha fatto in parte anche il prato. Adesso è ora di mettersi al lavoro!



BOTTOS

#pratosanoebello

LA FORZA DELLA NATURA È VERDE

Prato nuovo, effetto immediato

ROYAL BLUE PLUS miscuglio di sementi per prato verde scuro resistente a caldo, siccità e ombra. Cresce forte e sano senza fitofarmaci. La scelta naturale per un prato bello e durevole.

START LIFE concime starter con sostanza organica, acidi umici e tecnologia Polyon. Favorisce la germinazione, nutre il suolo, non macchia e rispetta l'ambiente. Per un prato sano fin da subito.



Scopri tutti i pack
disponibili e le schede
tecniche nel sito Bottos
bottos1848.com



BUSINESS INTELLIGENCE: L'ANALISI DEI DATI PER L'OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI AZIENDALI

A cura di Margot Masci

Nel contesto e-commerce l'analisi dei dati non rappresenta soltanto uno strumento di controllo, ma una leva operativa per orientare le decisioni quotidiane. Quando il catalogo è ampio e i volumi di vendita sono elevati la capacità di leggere correttamente i dati diventa centrale per migliorare le performance, ottimizzare gli investimenti e rendere più efficienti i processi interni. In un e-commerce strutturato, infatti, ogni area aziendale produce e utilizza informazioni: il marketing deve valutare la redditività delle campagne, le vendite devono monitorare l'andamento del catalogo, gli acquisti devono comprendere la marginalità reale dei prodotti, il post-vendita deve individuare criticità ricorrenti su categorie o fornitori. La Business Intelligence nasce proprio da questa esigenza: trasformare dati provenienti da fonti diverse in indicatori leggibili, confrontabili e utili a prendere decisioni.

L'ambito di riferimento

Quando si parla di analisi dei dati, il primo riferimento è spesso il controllo di gestione: conto economico, andamento generale dell'azienda, fatturato, costi e marginalità complessiva. Questo tipo di analisi viene generalmente messo a disposizione dei sistemi ERP stessi e non sono necessari strumenti avanzati.

La Business Intelligence assume però un ruolo più decisivo in altri contesti quando non si limita ad aggregare informazioni da una sola fonte, ma deve elaborarle, normalizzarle e collegare tra



loro dati da fonti diverse. Questo avviene soprattutto nei processi che coinvolgono fonti diverse e richiedono letture più specifiche, come il marketing, gli acquisti, il post-vendita o l'analisi della redditività dei prodotti.

In questi casi non basta visualizzare un dato finale. Serve costruire un percorso che parta dalle informazioni grezze, le renda coerenti e le trasformi in indicatori utili per comprendere cosa sta accadendo e dove intervenire.

Vendite, catalogo e post-vendita

La Business Intelligence consente di analizzare vendite e catalogo con diversi livelli di dettaglio: periodo, categoria, brand, fornitore, mercato o singolo prodotto. Incrociando gli ordini con l'anagrafica prodotto, è possibile individuare trend, stagionalità e categorie in crescita o in rallenta-

mento, supportando le decisioni su promozioni, approvvigionamenti e gestione del catalogo.

Allo stesso tempo, l'analisi dei ticket di assistenza permette di monitorare i volumi di lavoro, l'efficienza dei reparti e le criticità ricorrenti legate a prodotti, categorie o fornitori. Il post-vendita diventa così una fonte utile non solo per valutare la qualità del servizio, ma anche per migliorare catalogo, forniture e informazioni presenti nelle schede prodotto.

Acquisti e redditività dei prodotti

La Business Intelligence è fondamentale per valutare la redditività reale dei prodotti, andando oltre il semplice confronto tra prezzo di vendita e costo di acquisto. La marginalità effettiva dipende infatti anche da costi promozionali, logistici, di trasporto, deposito, resi e assistenza.

Per ottenere una lettura corretta è necessario integrare dati provenienti da vendite, prodotto, marketing, logistica e post-vendita, attribuendo i diversi costi secondo criteri coerenti. Per questo la redditività di prodotto richiede un modello flessibile, aggiornabile nel tempo in base alle esigenze di analisi.

Marketing e ottimizzazione della spesa pubblicitaria

In un e-commerce puro, le campagne marketing rappresentano una leva centrale per generare traffico e vendite, ma anche una voce di costo rilevante. Per questo è necessario monitorare costantemente la redditività degli investimenti, utilizzando indicatori come il COS, cioè il rapporto tra costo pubblicitario e vendite generate.

Le dashboard messe a disposizione dai provider delle ADS, però, non sempre offrono una lettura completa. La Business Intelligence permette di analizzare dati più granulari, ripulire anomalie, attribuire meglio le conversioni e considerare anche gli utenti senza consenso ai cookie. In questo modo aiuta a valutare con maggiore precisione l'efficacia delle campagne e a ottimizzare la spesa.

Esternalizzare o internalizzare la Business Intelligence

Lo sviluppo della Business Intelligence può essere affidato a un partner esterno oppure gestito internamente. L'esternalizzazione può essere utile nelle fasi iniziali o per progetti più standardizzati, perché consente di partire rapidamente con dashboard e report, sfruttando competenze tecniche

già disponibili in aziende specializzate.

L'internalizzazione diventa invece più efficace quando le analisi sono molto specifiche, complesse o soggette a modifiche frequenti, come nel caso della redditività di prodotto o dell'attribuzione delle campagne marketing. Un team interno, più vicino alle logiche aziendali, può intervenire con maggiore rapidità e sviluppare soluzioni più aderenti alle esigenze operative.

Conclusione

Per un e-commerce con catalogo ampio, volumi importanti e investimenti marketing rilevanti, la Business Intelligence non è più un semplice strumento di analisi, ma una componente strategica del modello operativo. Permette di leggere le vendite, valutare la redditività dei prodotti, monitorare il post-vendita e ottimizzare la spesa pubblicitaria con un livello di dettaglio che i sistemi tradizionali non sempre riescono a garantire. In questo modo, l'azienda può orientare le decisioni più rilevanti, sia organizzative sia di business, sulla base di dati concreti, indicatori misurabili e valutazioni più consapevoli.

Una soluzione esternalizzata può rappresentare un buon punto di partenza, soprattutto per avviare rapidamente le prime analisi. Nel lungo periodo, però, la creazione di un team interno dedicato può diventare la scelta più efficace, perché consente di sviluppare competenze proprietarie, adattare rapidamente i modelli di analisi alle esigenze specifiche dell'azienda e rendere il dato uno strumento realmente integrato nei processi decisionali.





In campo con te, dal 1879.

PIÙ SCELTA, PIÙ INNOVAZIONE... PIÙ OLIVE!

Volpi Originale amplia e migliora
la linea di scuotitori **Olytech**



Quando arriva il momento della raccolta delle olive, avere lo scuotitore giusto può fare una grande differenza. **Non conta solo la potenza**: per chi lavora in oliveto servono **continuità, leggerezza**, qualità del movimento e capacità di adattarsi alla pianta, alla chioma e al tipo di raccolta. È su questi aspetti che **Volpi Originale** continua a investire, e per la **stagione 2026** presenta una gamma rinnovata, ancora più completa e ricca di innovazioni sia sul piano estetico che dell'efficienza.

Gli scuotitori **Olytech** nascono per rispondere alle diverse esigenze della raccolta professionale, unendo prestazioni elevate, maneggevolezza e affidabilità nel tempo. La gamma offre soluzioni differenti per motorizzazione, alimentazione e utilizzo: dai **modelli 12V e 48V**, fino alle macchine più evolute con **motore brushless**.

Testa inclinata, **movimento alternato** su piano orizzontale, **trasmissione con ingranaggi elicoidali e aste fisse o telescopiche**: ogni dettaglio è pensato per entrare meglio nella chioma, favorire il distacco delle olive e rendere il **lavoro più fluido** anche nelle sessioni più intense.



NUOVO LOOK, NUOVO VOLTO

Il rinnovamento di **Olytech** è evidente al primo sguardo. Per il 2026, Volpi introduce il **nuovo rivestimento stile carbonio "CARBON LOOK"** su testa e impugnatura dei **modelli BRUSHLESS**, più professionali. Una nuova veste che rafforza l'identità tecnologica della gamma e rende subito riconoscibili strumenti evoluti, pensati per chi lavora con prestazioni elevate.

I modelli **MONDIAL** e **MITHO** sono pensati per chi affronta la raccolta con ritmi professionali. Entrambi montano **motore brushless 44V ad alta efficienza e bassi consumi**, che assicura prestazioni costanti, mentre le **3 velocità**, comodamente **regolabili** dal tastierino presente sull'impugnatura, permettono di modulare l'azione in base alla pianta, alla varietà e al momento della raccolta.

Questi scuotitori sono disponibili nella configurazione con **palo fisso**, ma anche con **asta telescopica** dotata di un **sistema di bloccaggio rapido e anti-rotazione**, in grado di raggiungere, nella versione XL, **fino a 2,7mt**.





In campo con te, dal 1879.



Batteria al litio
a zaino 888Wh

MONDIAL punta su potenza e controllo: alimentato dalla batteria a terra da 12V tramite convertitore di tensione e provvisto di scheda elettronica all'interno dell'impugnatura. La dotazione standard include anche il cavo da 15mt.

MITHO mette al centro l'autonomia nel lavoro: grazie alla comoda **batteria al litio a zaino da 888Wh inclusa nel prezzo**, è lo strumento ideale per affrontare intere giornate nel campo in totale libertà di movimento. A completamento della gamma, il modello

OPTIMO, dotato di **motore brushless 12V**,

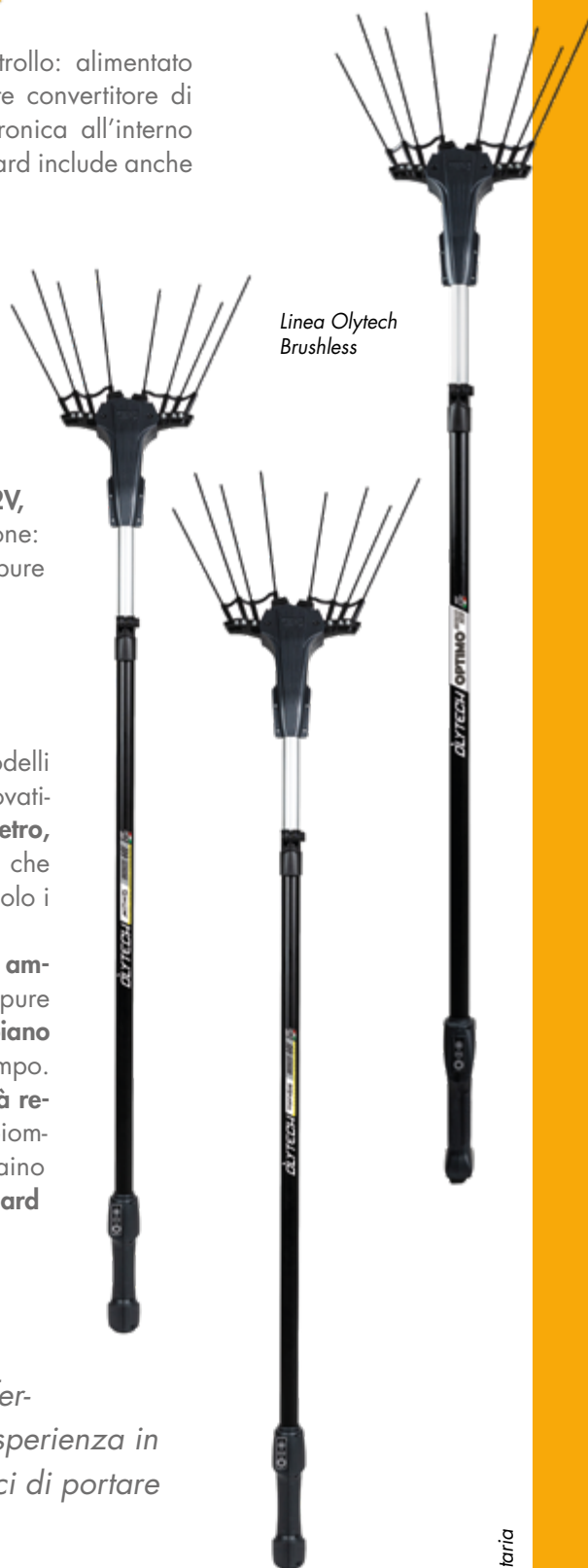
3 velocità regolabili dall'impugnatura e della tripla alimentazione: batteria al piombo 12V, batteria cordless V.Battery 21,6V oppure batteria al litio a zaino 888Wh.

BOMBER COMPLETA LA RACCOLTA VOLPI

A completare la proposta Volpi c'è la **linea Bomber**, con i modelli **Bomber** e **Super Bomber**: due soluzioni pratiche e altamente innovative. Ciò che le accomuna sono i **rebbi** di raccolta in **nylon fibra vetro**, **ingegnerizzati e prodotti internamente dall'Azienda**. Una scelta che privilegia la produttività combinata alla capacità di raccogliere solo i frutti senza danneggiare l'integrità di rami.

Bomber punta su semplicità ed efficacia. **Disponibile con testa ampia o stretta**, si adatta a un'azione più delicata sulla pianta oppure più incisiva, mentre il **motore 12V** e il **movimento alternato su piano orizzontale** garantiscono una risposta affidabile e costante in campo. **Super Bomber** alza il livello con **motore brushless 12V**, **3 velocità regolabili** e la possibilità della **tripla alimentazione** con batteria al piombo 12V, batteria cordless **V.Battery** 21,6V oppure batteria a zaino da 888Wh. **Entrambi i modelli includono nella dotazione standard il cavo da 10mt.**

Con **Olytech** al centro della proposta professionale e **Bomber** a completare la gamma, **Volpi Originale** conferma la propria visione: progettare strumenti nati dall'esperienza in campo, sviluppati attraverso la **ricerca tecnica** e capaci di portare nella raccolta olive tutta la qualità del **Made in Italy**.



Linea Olytech
Brushless

Scopri di più su
www.volpioriginale.it

Il meglio per la manutenzione del verde. Dall'eccellente BT-290 alla produttività della CP-210, pure nella versione HD, fino all'imminente novità della prossima Eima

CARAVAGGI È QUALITÀ ASSOLUTA E DIETRO L'ANGOLO C'È LA BT-233

Nel settore della manutenzione del verde e dell'arboricoltura, le esigenze degli operatori stanno evolvendo rapidamente. Interventi in contesti urbani, accessi sempre più difficili, tempi di lavoro ridotti e crescente attenzione alla produttività richiedono macchine capaci di coniugare compattezza, facilità di utilizzo e prestazioni professionali. In questo contesto si inserisce la gamma di cippatrici professionali Caravaggi, progettata e realizzata interamente in Italia, con soluzioni dedicate sia alle imprese di manutenzione del verde sia agli arboricoltori professionisti. Tra i modelli di maggior successo si distinguono la BT-290 e la CP-210, due macchine nate per rispondere a esigenze operative differenti ma accomunate dalla stessa filosofia progettuale: massima efficienza sul campo, semplicità di gestione e riduzione dei tempi di fermo macchina.

IL GRANDE PILASTRO. BT-290 è la compatta professionale per ogni contesto operativo. Presentata ufficialmente in occasione dell'EIMA del 2024, la **BT-290 rappresenta una delle novità più significative introdotte da Caravaggi negli ultimi anni.** Progettata per gli operatori che lavorano in giardini privati, aree verdi urbane e cantieri con accessi limitati, la BT-290 è un biotrituratore professionale compatto capace di lavorare materiale fino a **140 mm di diametro. Disponibile con motori Honda GX630, GX690 e iGX800**, la macchina viene proposta in diverse configurazioni, tra cui versione semovente su ruote e versione cingolata. Le dimensioni particolarmente contenute, con una larghezza di soli 760 mm nella versione semovente e 780 mm nella versione cingolata, consentono il passaggio attraverso cancelli e accessi normalmente preclusi ai biotrituratori tradizionali. Nonostante le dimensioni compatte, la **BT-290** integra

soluzioni normalmente presenti su macchine di categoria superiore.

Il sistema elettronico No-Stress gestisce automaticamente l'alimentazione in funzione del carico di lavoro, mentre la velocità del rullo di alimentazione regolabile permette di adattare la produttività e la granulometria del cippato alle diverse esigenze operative.

Particolare attenzione è stata dedicata alla manutenzione quotidiana: l'impianto di ingrassaggio centralizzato e l'accesso rapido ai principali componenti riducono sensibilmente i tempi di intervento, aumentando la disponibilità operativa della macchina durante la stagione di lavoro.



PRESTAZIONI E VERSATILITA'. Se la BT-290 rappresenta la soluzione ideale per chi cerca compattezza e mobilità, la **CP-210** è pensata per gli operatori che necessitano di una maggiore capacità produttiva. Con una **capacità massima di cippatura di 210 mm**, la **CP-210** si è rapidamente affermata sui principali mercati europei, con circa un centinaio di unità già operative tra Penisola Iberica, Francia e Germania. Il cuore della macchina è costituito da un robusto disco cippatore a due lame con posizione regolabile e da un sistema di alimentazione con doppio rullo idraulico, studiato per garantire forza di trascinamento anche in presenza di ramificazioni complesse e materiale particolarmente voluminoso. Anche in questo caso il sistema elettronico No-Stress ottimizza il lavoro del motore, mentre la regolazione della velocità dei rulli permette all'operatore di adattare la macchina alle caratteristiche del materiale da lavorare e a regolare la granulometria del cippato. Uno degli aspetti maggiormente apprezzati dagli utilizzatori riguarda il rapporto tra prestazioni, peso e facilità di trasporto. **La versione stradale con massa inferiore a 750 kg può infatti essere trainata con la sola patente B**, rappresentando una soluzione particolarmente interessante per imprese di manutenzione del verde, arboricoltori e società di noleggio.

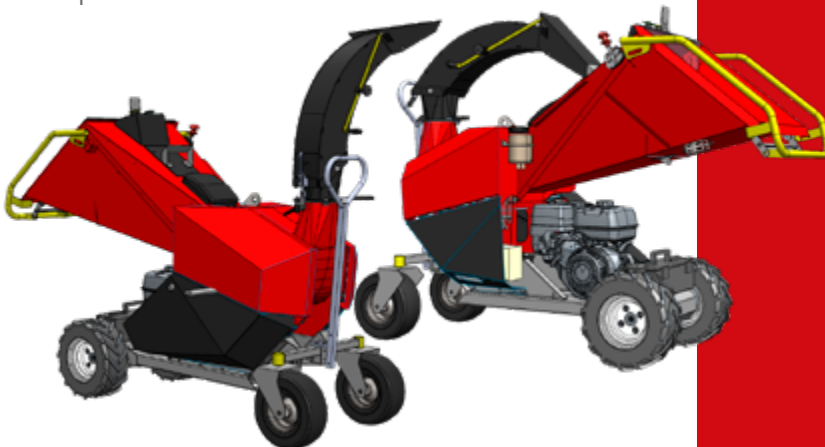


LE ULTIME NOVITA'. L'attenzione all'innovazione continua a guidare lo sviluppo della gamma Caravaggi. Tra le novità più recenti figura la **CP-210 HD**, evoluzione della piattaforma CP-210 progettata per gli utilizzatori professionali più esigenti. La macchina è dotata di una tramoggia maggiorata da 1.250 mm di larghezza e del motore diesel Yanmar 3TNV88C da 37 CV, che garantisce una maggiore disponibilità di coppia e potenza



nelle lavorazioni più impegnative. Disponibile sia in versione stradale con timone AL-KO regolabile in altezza sia in configurazione cingolata, la **CP-210 HD** si rivolge in particolare ad arboricoltori, tree climber, imprese di abbattimento e operatori impegnati nella manutenzione professionale del verde pubblico e privato.

CONTO ALLA ROVESCIA. Lo sguardo è già rivolto a **EIMA 2026**, dove Caravaggi presenterà ufficialmente la nuova **BT-233**. Pensata come sorella minore della BT-290, la nuova macchina manterrà le caratteristiche che hanno decretato il successo del modello maggiore: compattezza, sistema No-Stress elettronico, velocità del rullo regolabile, ingrassaggio centralizzato e accessibilità immediata ai componenti per la manutenzione. **Dotata di motore Honda GX390 con avviamento elettronico, capacità di lavoro fino a 100 mm di diametro e una bocca di alimentazione da 233 mm**, la **BT-233** sarà disponibile in versione semovente su ruote, cingolata, stradale e a presa di forza trattore. Una proposta destinata ad ampliare ulteriormente l'offerta Caravaggi per il settore del verde professionale.



Un'identità sempre fortissima, cicli di vita quasi infiniti, ponte perfetto fra passato, presente e futuro. La macchina a scoppio guarda avanti, dall'alto di grandi prestazioni e della piena fiducia da parte di tutti

DECESPUGLIATORI, GLI INCROLLABILI

Sta cambiando il decespugliatore a scoppio. La stessa anima fiera, quella di sempre, ma in continuo aggiornamento. Doveroso, per certi versi. Sempre più ampie le linee, continui i miglioramenti, decisi i passi verso l'ergonomia e le alte prestazioni. Lo scenario, vedi la parallela macchina a batteria, non è più quello di una volta. Ma il mercato, seppur con le sue oscillazioni, resta solido. Per tante ragioni.

LA SITUAZIONE. Macchina di fatica, il decespugliatore a scoppio. Di grandi lavori e di giornate intense, di chi ha ancora quel modello va venti e passa senza l'idea di cambiarlo perché funziona ancora benissimo e di versioni nuove. Nuovissime. In uno scenario in continuo fermento. «I decespugliatori a scoppio sono in frenata», il

fermo immagine di Luca Corbetta, product marketing manager di **AL-KO Garden & Home Italia**. «Il mercato dei decespugliatori a scoppio», assicura l'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «continua a mantenere un ruolo centrale nel segmento professionale e semi-professionale. Nonostante la crescente diffusione delle soluzioni a batteria, le macchine a scoppio restano la scelta privilegiata per gli impieghi più gravosi, dove autonomia, potenza e continuità operativa rappresentano requisiti imprescindibili. Il mercato è oggi sempre più orientato verso prodotti ad alte prestazioni, affidabili e confortevoli nell'utilizzo. Gli utilizzatori ricercano motori efficienti, ridotte vibrazioni, minori consumi e maggiore durata nel tempo».

«I decespugliatori a scoppio», la premessa di Alessandro Barrera, direttore commerciale di

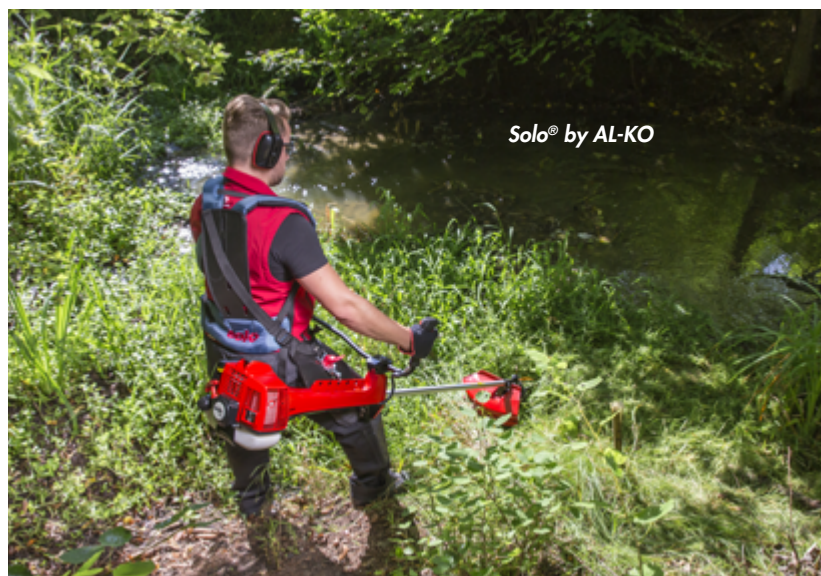


Brumar, «sono una categoria consolidata nel panorama del mercato delle macchine da giardino e nonostante la crescita dei modelli a batteria hanno confermato i buoni risultati dell'anno precedente, soprattutto nel settore di modelli di alta cilindrata e buona qualità. Certamente il mercato ha sofferto di più nella gamma per l'utente privato 23/26 cc dove la batteria ha preso molto spazio. Offriamo più di 40 referenze con i nostri marchi Kaaz, Attila e Green Line, in modo da coprire tutte le esigenze sia per uso domestico che professionale».

«Per quanto riguarda i nostri marchi», il punto dell'ufficio marketing di **Cormik**, «la situazione dei decespugliatori a scoppio nel complesso risulta stabile, registrando un incremento delle vendite apprezzabile. Da considerare che questa categoria di macchine è la più influenzata dalle condizioni meteorologiche e che la categoria hobby sta attraversando una transizione verso i modelli a batteria».

«La gamma di nostri decespugliatori Efco e Oleo-Mac che conta oggi oltre venti modelli disponibili sul mercato italiano», la base di Giovanni Masini, marketing director di **Emak**, «è progettata per soddisfare ogni esigenza di cura del verde, offrendo soluzioni che spaziano dall'uso domestico hobbistico alla manutenzione professionale intensiva. La linea si distingue per un'ampia versatilità, proponendo modelli leggeri e maneggevoli per le rifiniture del giardino, fino a macchine di alta cilindrata, come i decespugliatori Oleo-Mac BC 540 ed Efco DS 5400, concepiti per lo sfalcio di vegetazione fitta, arbusti e sottobosco».

«Il mercato dei decespugliatori a scoppio», osserva di Diego Dalla Vecchia, responsabile marketing e comunicazione di **Fiaba**, «sta vivendo una fase di trasformazione più che di contrazione. Se nel segmento hobbistico le macchine a batteria stanno conquistando quote di mercato grazie alla loro praticità e semplicità d'impiego, nel settore professionale il motore a scoppio continua a rappresentare la soluzione di riferimento per tutte quelle applicazioni che richiedono elevate prestazioni, autonomia e continuità di lavoro. Gli operatori professionali ricercano oggi macchine affidabili, leggere ed ergonomiche, in grado di garantire produttività anche nelle



condizioni di lavoro più impegnative. Per questo motivo il mercato premia i prodotti che riescono a coniugare potenza, comfort e ridotti costi di gestione, aspetti che incidono direttamente sull'efficienza dell'operatore».

«Il mercato dei decespugliatori», sottolinea Cristian Berardi, marketing specialist della divisione **Honda Power Products Italia**, «attraversa una fase di trasformazione, spinta da una clientela sempre più attenta a sostenibilità e qualità. In questo scenario, Honda Power Products punta con decisione sui motori a 4 tempi, superiori ai tradizionali 2 tempi per performance, consumi ridotti ed emissioni contenute. Nonostante le sfide economiche e climatiche, prevediamo una stabilizzazione della domanda e una crescita nei segmenti ad alto valore aggiunto. La nostra strategia poggia sul concetto di "qualità-affidabilità", supportato da una rete capillare di concessionari e dai "Master Dealer", che garantiscono eccellenza nell'assistenza. L'innovazione resta il cuore dell'offerta. Supportiamo la rete vendita con formazione continua e strategie mirate, certi che i prodotti Honda restino la scelta d'elezione per professionisti e appassionati».

«Il mercato dei decespugliatori», assicura Massimo Bertolo, professional sales manager di **Husqvarna**, «continua a dimostrare una buona salute. I dati relativi al 2025 e le prime rilevazioni del 2026 confermano tale solidità. In questo scenario, i modelli con motore a scoppio mantengono una posizione di forte rilevanza; Nonostante la progressiva innovazione tecnologica della gamma a batteria, il motore a scoppio rimane la scel-



ta preferita da un'ampia fetta di utenti».

«Questa stagione», il bilancio di Davide Cademartiri, responsabile commerciale di **Sabre Italia**, «sta segnando una leggera flessione della richiesta di decespugliatori da parte di tutti i rivenditori».

«Il mercato dei decespugliatori a scoppio», la riflessione di Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «si presenta oggi in una fase di evoluzione. Rimane un pilastro nei segmenti professionali e semi-professionali, dove potenza elevata, autonomia e continuità operativa sono essenziali, soprattutto in contesti gravosi come lo sfalcio di vegetazione fitta o su ampie superfici. In questi ambiti il motore a miscela continua a garantire prestazioni difficilmente eguagliabili. Tuttavia, il mercato è interessato da una trasformazione sempre più evidente. Anche nel segmento professionale si registra una crescente apertura verso le soluzioni a batteria, grazie ai progressi in termini di prestazioni, durata e gestione energetica. Questa tendenza è ulteriormente sostenuta da normative ambientali più stringenti e da una maggiore attenzione alla riduzione di emissioni e rumore. Per Stihl, il quadro è quindi quello di una coesistenza tecnologica:

il motore a scoppio resta fondamentale per le applicazioni più impegnative, mentre la batteria guadagna spazio anche tra i professionisti, ampliando le possibilità d'impiego».

«Il mercato», evidenzia l'ufficio marketing di **Zanetti Motori**, «sta premiando la ricerca di macchine sempre più performanti e affidabili. Nonostante una stagione condizionata da un meteo anomalo, vediamo una domanda solida e costante per macchine progettate per un uso intensivo e continuativo».

SALTO IN ALTO. Migliorie continue, al passo coi tempi. Ed anche oltre. Anche se poi ognuno prende la propria strada, fra chi ha anche e soprattutto altri obiettivi e chi quella via continua a percorrerla a velocità sempre più elevata. Questione di scelte.

«In attesa delle novità e delle nuove attese introduzioni previste per il 2027», l'istantanea di Massimo Bertolo di **Husqvarna**, «i nostri decespugliatori si confermano la scelta perfetto guardando al rapporto tra potenza, prestazioni e consumi. Le tecnologie che sono presenti sulla maggior parte dei nostri modelli, come i motori X-Torq ad alta efficienza, il sistema Smart Start per un avviamento facilitato o i dispositivi Low Vib per ridurre drasticamente le vibrazioni, rendono i nostri decespugliatori tra i preferiti. A completare l'offerta dei prodotti, un'ampia gamma di cinghiaggi comfort e accessori professionali tra cui testine, fili performanti e DPL per la massima sicurezza».



TUTTA LA POTENZA E LA COPPIA DI CUI HAI BISOGNO

Con una velocità della catena di 22 m/s, la nuova motosega da 45 cm di EGO fornisce potenza e coppia sufficienti per tagliare rapidamente rami e tronchi fino a 45 cm di diametro. Progettata ergonomicamente per il comfort dell'utente, il suo display a LED che mostra l'impostazione della velocità e lo stato del freno catena ti offre un controllo assoluto.



Per saperne di più visita
egopowerplus.it

BRUMAR®

Distributore Esclusivo per l'Italia
Località Valgera 110/B - Asti - ITALY
www.brumargp.it

EGO®

«Con la nuova gamma ST Power», spiega l'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «abbiamo concentrato il nostro lavoro sul cuore della macchina: il motore. Grazie a una nuova generazione di motori sviluppata attraverso anni di ricerca, siamo riusciti a incrementare le loro prestazioni, ottenendo fino al 54% di potenza in più e un aumento della coppia fino al 63% rispetto alla generazione precedente, con una riduzione della temperatura di lavoro fino al 25%. Parallelamente abbiamo lavorato sull'affidabilità complessiva e sul comfort operativo, ottimizzando ogni componente per garantire maggiore durata, migliore ergonomia e prestazioni costanti anche durante gli impieghi più intensivi».

«Negli ultimi anni i decespugliatori a scoppio **Stihl**», racconta Francesco Del Baglivo, «hanno registrato miglioramenti significativi su più fronti, con un focus particolare su ergonomia, efficienza e sostenibilità. Dal punto di vista tecnico, l'evoluzione dei motori 2-MIX ha consentito di ridurre consumi ed emissioni, mantenendo al contempo elevate prestazioni e coppia anche nelle condizioni più gravose. Grande attenzione è stata dedicata al comfort dell'operatore: sistemi antivibranti più evoluti, impugnature ergonomiche e una migliore distribuzione dei pesi riducono l'affaticamento durante utilizzi prolungati. Anche la facilità di avviamento e manutenzione è stata ottimizzata, rendendo le macchine più intuitive e rapide da gestire. Infine, abbiamo introdotto soluzioni più versatili e modulari, che permettono di adattare rapidamente l'attrezzo alle diverse applicazioni. Questi sviluppi confermano l'impegno Stihl nel rendere il motore a scoppio sempre più efficiente, affidabile e orientato alle reali esigenze dei professionisti».

«Abbiamo puntato tutto», rivela l'ufficio marketing di **Zanetti Motori**, «sui vantaggi già in essere del 4 tempi: l'eliminazione della miscela. Questo significa meno manutenzione, meno fumi e un comfort acustico superiore. Abbiamo inoltre potenziato la robustezza con coppie coniche a quattro cuscinetti e sistemi antivibranti sovradimensionati per massimizzare il comfort anche nelle sessioni più prolungate».

«Negli ultimi anni», racconta Giovanni Masini di **Emak**, «abbiamo lavorato in modo significativo su due fronti. Da un lato, la riduzione di pesi



e ingombri ha reso le macchine più maneggevoli e confortevoli nell'utilizzo quotidiano. Dall'altro, abbiamo e stiamo lavorando sul potenziamento delle prestazioni del motore, migliorando sia l'erogazione di potenza sia la linearità della coppia, per una risposta più fluida ed efficiente in ogni condizione di lavoro».

«Se guardiamo all'evoluzione più recente del nostro catalogo», la prima considerazione di Cristian Berardi di **Honda Power Products Italia**, «il focus principale è stato quello di elevare l'esperienza d'uso per il professionista, senza compromessi. Prendiamo come esempio il decespugliatore UMR 450 T, uno degli ultimi arrivati: rappresenta la sintesi del nostro impegno tecnologico. Abbiamo lavorato intensamente sul comfort operativo, grazie all'integrazione di un albero flessibile e di un'imbracatura ergonomica a doppio spallaccio regolabile, abbiamo ridotto drasticamente l'affaticamento durante le sessioni di lavoro prolungate. Allo stesso tempo, abbiamo perfezionato l'efficienza del cuore pulsante della macchina, il motore 4 tempi GX50T da 48 cc. Il risultato è una combinazione vincente: una potenza superiore anche nelle condizioni più gravose, ma con una rumorosità ridotta e consumi decisamente più contenuti rispetto al passato. In sostanza, il nostro sforzo di R&D si è concentrato nel rendere la macchina non solo più performante, ma anche più maneggevole e leggera nell'uso quotidiano, un fattore che per chi lavora tutto il giorno in condizioni di terreno difficili fa davvero la differenza».

«I miglioramenti tecnologici», il fermo immagine dell'ufficio marketing di **Cormik**, «sono concentrati sulla gamma professionale e attualmente stiamo raccogliendo i frutti dei benefici apportati dalla tecnologia High Torque, grazie ad una

NOVITÀ
2026

solo[®]
by **AL-KO**



VISION

AL-KO 18 V 36 V
1 BATTERY 2 VOLTAGES

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



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
 ALKO Gardentech IT
 @ALKOGardentechIT



Emak

maggior consapevolezza del mercato in merito ai vantaggi dell'ormai famosa coppia conica, in grado di apportare un aumento prestazionale del 50% e una considerevole riduzione dei consumi di carburante rispetto alle versioni standard».

«Le nostre referenze», puntualizza Alessandro Barrera di **Brumar**, «sono andate incontro alle nuove esigenze del consumatore, con motori meno inquinanti, ridotte vibrazioni e consumi ridotti. La motorizzazione a 4 tempi continua a mantenere la sua fetta di mercato con Honda, e per noi la grossa novità per la prossima stagione sarà l'introduzione in gamma Kaaz di una linea innovativa a 4 tempi completamente ideata e prodotta da Kaaz. Il nuovo motore K1 interamente progettato da Kaaz sarà una delle novità innovative dell'anno prossimo».

«Sul decespugliatore a scoppio», riferisce Luca Corbetta di **AL-KO Garden & Home Italia**, «attualmente non ci sono investimenti in programma sul prodotto principalmente per due motivi. Il primo riguarda la tipologia di prodotto, si investe principalmente sul decespugliatore a batteria che, nonostante una flessione nel 2026, generalmente vede una costante crescita nella richiesta ogni anno. Il secondo è legato alla flessione, particolarmente pesante nel 2026, della richiesta del prodotto a scoppio».

«Maruyama», la garanzia di Davide Cademartiri di **Sabre Italia**, «sta mantenendo da sempre costantemente alto lo standard qualitativo dei propri prodotti. I motori offrono efficienza di funzionamento, grande leggerezza, alte prestazioni, consumi assai limitati ma non si deve dimenticare la proverbiale durata ed affidabilità negli anni di tutti i suoi prodotti».

«Lo sviluppo delle nostre macchine», la premessa di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «si è

concentrato principalmente su ergonomia, affidabilità e riduzione dell'impatto ambientale, senza perdere di vista le esigenze di potenza e continuità richieste dal lavoro professionale. Grande attenzione è stata dedicata al contenimento delle vibrazioni, al miglior bilanciamento della macchina e alla qualità dei componenti, con l'obiettivo di ridurre l'affaticamento dell'operatore durante utilizzi prolungati. Parallelamente, il miglioramento dei motori ha permesso di ottenere consumi più contenuti, minori emissioni e una maggiore affidabilità nel tempo. In questo contesto, la nostra offerta si articola su più livelli. La linea MGF propone decespugliatori a scoppio equipaggiati con motori Kawasaki nelle cilindrata 45 e 53 cc, caratterizzati da soluzioni tecniche che ne aumentano la durata e l'efficienza: cilindro cromato, pistone a doppia fascia, componentistica interna di alta qualità, carburatore a diaframma a doppio condotto e sistema di avviamento facilitato Kawasaki Advanced Recoil. A questo si affiancano modelli con motore Honda a 4 tempi, che rappresentano una soluzione particolarmente apprezzata per la riduzione delle emissioni e i consumi contenuti. Per la fascia più professionale proponiamo la linea KJAPAN, che copre un range di cilindrata da 22 a 50 cc e offre diverse configurazioni di impugnatura, centrale, a manubrio e a zaino, per adattarsi alle differenti modalità operative e garantire il miglior equilibrio tra potenza, precisione e comfort d'utilizzo».

IL FUTURO. E quale sarà la dimensione del decespugliatore a scoppio fra qualche anno? Magari già fra due o tre? «Nei prossimi anni», la visione dell'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «prevediamo un mercato sempre più segmentato. Le soluzioni a batteria continueranno a crescere in alcuni ambiti applicativi, ma il decespugliatore a scoppio manterrà comunque una posizione di riferimento soprattutto in tutti quei contesti in cui sono richieste elevate prestazioni, lunga autonomia e massima affidabilità. Riteniamo che la domanda si orienterà sempre più verso macchine tecnologicamente evolute, in grado di coniugare potenza, efficienza, comfort e rispetto delle normative ambientali. In questo scenario, la qualità costruttiva e l'innovazione rappresenteranno i principali fattori competitivi». «Per i prossimi anni», rileva Massimo Bertolo di **Husqvarna**, «non prevediamo stravolgimenti ra-

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





Fiaba

dicali. Il mercato dei modelli a scoppio manterrà una sostanziale stabilità. Sicuramente il trend di crescita dei decespugliatori a batterie potrà erodere un po' di vendite alla controparte a scoppio».

«Nei prossimi due-tre anni», la certezza di Giovanni Masini di **Emak**, «il mercato del decespugliatore a scoppio continuerà a mantenere un ruolo rilevante, nonostante la crescita delle soluzioni a batteria. In particolare, le cilindrata medio-alte resteranno centrali per tutti gli utilizzi che richiedono potenza e continuità di lavoro su vegetazione particolarmente consistente, sia in ambito agricolo sia professionale urbano. In questo scenario, le gamme Oleo-Mac ed Efcò continueranno a rappresentare un'area strategica di investimento e sviluppo».

«Nei prossimi due-tre anni», la previsione di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «il mercato dei decespugliatori a scoppio è destinato a mantenere un ruolo rilevante, soprattutto nei contesti professionali più impegnativi, dove potenza, autonomia e robustezza restano requisiti imprescindibili. Prevediamo tuttavia una progressiva riduzione dei volumi nel segmento hobbistico e una maggiore pressione normativa sul fronte emissioni. Parallelamente, anche in ambito professionale proseguirà il percorso di transizione verso soluzioni a batteria, sostenuto dai continui miglioramenti tecnologici e dalla crescente attenzione a sostenibilità e comfort acustico. Di conseguenza, il motore a scoppio tenderà a focalizzarsi su applicazioni specifiche ad alta intensità. Per Stihl, lo scenario sarà quindi caratterizzato da una coesistenza evoluta: da un lato l'ottimizzazione continua delle motorizzazioni tradizionali, dall'altro un ampliamento dell'offerta a batteria, per rispondere in modo sempre più

mirato alle diverse esigenze degli utilizzatori». «Il mercato dei decespugliatori a scoppio nel prossimo futuro», la considerazione dell'ufficio marketing di **Cormik**, «vedrà una lenta ma costante contrazione delle quote di mercato a favore dei modelli a batteria nel comparto hobbista. Tuttavia, i motori a miscela manterranno un ruolo chiave nel settore professionale e forestale grazie alla loro ineguagliata autonomia e potenza. L'evoluzione riguarderà probabilmente la scelta di materiali più leggeri e lo sviluppo di sistemi antivibranti avanzati. Rimarrà centrale l'importanza di reperire ricambi e accessori per prolungare la durata di queste macchine».

«Per il prossimo triennio», rivela Cristian Berardi di **Honda Power Products Italia**, «prevediamo una fase di stabilizzazione del mercato, segnata da una chiara segmentazione della domanda: il professionista e l'utilizzatore evoluto si orientano sempre più verso soluzioni ad alto valore aggiunto, dove la qualità costruttiva e l'affidabilità rappresentano i veri driver di acquisto. Nonostante le incertezze del quadro macroeconomico e climatico, siamo convinti che il decespugliatore a scoppio, ed in particolare la nostra tecnologia 4 tempi, continuerà a ricoprire un ruolo da protagonista, garantendo standard di potenza e prestazioni d'eccellenza. La nostra strategia si articola su tre direttrici fondamentali, come l'innovazione tecnologica costante. Ispirati dal nostro spirito guida, 'The Power of Dreams', continueremo a evolvere la tecnologia 4 tempi. Il nostro obiettivo è offrire macchine ancora più efficienti, silenziose e sostenibili, che si traducano in una reale e misurabile produttività per chi le utilizza. E poi la valo-



Honda



GREEN



GAMMA GREEN

Scopri la gamma di attrezzature professionali a batteria Pellenc per il giardinaggio



INCHIESTA

rizzazione della rete vendita. I nostri dealer rappresentano molto più che semplici punti vendita: sono partner strategici che garantiscono al cliente finale un'assistenza d'eccellenza. Il nostro supporto si concentra sulla formazione tecnica continua e su strategie commerciali sinergiche, necessarie per comunicare con efficacia il valore tecnologico del brand Honda. Quindi la promessa di valore. Il nostro impegno è rendere tangibile l'eccellenza. Non ci limitiamo a offrire un macchinario, ma vogliamo trasmettere all'utilizzatore, che sia il professionista del verde o l'appassionato più esigente, la consapevolezza che scegliere Honda significa investire in uno strumento che coniuga comfort operativo, affidabilità superiore e durabilità nel tempo. È questo l'impegno che ci guida oggi e che continuerà a caratterizzare il nostro percorso nei prossimi anni».

«L'evoluzione dei prodotti a batteria», osserva Davide Cademartiri di **Sabre Italia**, «sta innescando iniziando a togliere numeri al decespugliatore a scoppio. Tuttavia essa ancora non garantisce, specie nell'uso professionale, prestazioni equiparabili a quelle del motore termico».

«Certamente l'inserimento sempre più massiccio di modelli a batteria», la riflessione di Alessandro Barrera di **Brumar**, «modificherà lo scenario di mercato nei prossimi anni. Anche nel settore dell'utente professionale ormai i modelli a batteria hanno raggiunto prestazioni simili a paritetici modelli a scoppio e zero emissioni, peso ridotto e praticamente nulla manutenzione agevolerà anche nell'alto di gamma la scelta su prodotti batteria. Comunque il decespugliatore a scoppio, per la sua lunga storia e gli utilizzi più vari, troverà ancora molto spazio sulle scelte di mercato».

«In questo momento», riconosce Luca Corbetta di **AL-KO Garden & Home Italia**, «è particolarmente complicato fare una previsione stante la situazione attuale. Sarebbe necessario effettuare

Husqvarna



un'analisi più approfondita e dettagliata della crisi delle vendite ma in linea di massima si può prevedere che il calo continuerà anche nei prossimi anni».

«Nei prossimi anni», la proiezione di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «prevediamo una progressiva specializzazione del mercato. Le macchine a batteria continueranno a crescere soprattutto nelle applicazioni leggere e nella manutenzione ordinaria, mentre il decespugliatore a scoppio manterrà un ruolo centrale nelle lavorazioni professionali più gravose, dove autonomia, potenza e continuità operativa rimangono requisiti imprescindibili».

LE STRATEGIE. Nuovi capitoli della serie, nel tempo, per rendere il decespugliatore a scoppio ancor più appetibile e al passo coi tempi. «La nostra strategia», l'anticipazione di Massimo Bertolo di **Husqvarna**, «punterà a consolidare e incrementare ulteriormente la nostra presenza sul mercato. Per farlo, continueremo a investire nello sviluppo di una gamma di prodotti sempre più ampia e completa, capace di intercettare e soddisfare le specifiche esigenze sia del professionista che del privato».

«Per **Blue Bird Industries**», ribadisce l'ufficio marketing dell'azienda vicentina, «il motore a scoppio continuerà a rappresentare un asset strategico della propria offerta. Il nostro obiettivo sarà proseguire nello sviluppo di tecnologie che migliorino ulteriormente prestazioni, affidabilità ed efficienza, mantenendo elevati standard qualitativi e rispondendo all'evoluzione delle normative di settore».

«Per i prossimi anni», il quadro di Francesco Del Baglivo, «la strategia **Stihl** per i decespugliatori a scoppio sarà orientata a un'evoluzione mirata

Sabre Italia



e selettiva, focalizzata sulle esigenze degli utilizzatori professionali. Continueremo a investire nell'ottimizzazione dei motori, migliorando ulteriormente efficienza, riduzione delle emissioni e consumi, in linea con le normative sempre più stringenti. Parallelamente, lavoreremo su ergonomia e facilità d'uso, con soluzioni che riducano l'affaticamento e aumentino la produttività nelle applicazioni più gravose. L'affidabilità e la durata nel tempo resteranno elementi centrali, così come la semplificazione della manutenzione. Il motore a scoppio sarà quindi sempre più posizionato come soluzione specialistica per lavori intensivi, mentre la nostra offerta complessiva si muoverà in un'ottica di complementarità con la batteria. L'obiettivo è offrire al professionista lo strumento più efficace in funzione dell'applicazione, garantendo continuità operativa e massime prestazioni».

«La nostra strategia è la "professionalizzazione dell'esperienza". Continueremo», assicura l'ufficio marketing di **Zanetti Motori**, «ad investire nel 4 tempi per offrire macchine sempre più efficienti che combinino la potenza del motore 4 tempi con la pulizia e la facilità d'uso di un motore a benzina verde. Vogliamo essere la scelta di chi, per lavoro, punta sulla continuità operativa e sulla durata nel tempo».

«Stiamo aspettando per l'autunno», spiega l'ufficio marketing di **Cormik**, «l'arrivo del modello rinnovato del tanto apprezzato decespugliatore a zaino. Inoltre continueremo ad investire per ottimizzare il servizio post vendita con la fornitura puntuale dei ricambi e l'organizzazione dei corsi per trasmettere gli aggiornamenti tecnici ai nostri partner».

«Punteremo sempre di più», evidenzia Alessandro Barrera di **Brumar**, «su macchine di medio/alta qualità, con tecnologia innovativa che possa contrastare nelle prestazioni e nelle emissioni l'avanzamento del batteria. In questa ottica il marchio Kaaz, con la sua nuova linea a 4 tempi, riprenderà vigore offrendo prodotti che, pur a bassa cilindrata, potrà competere con modelli di potenza superiore ma nettamente più pesanti e maggiormente inquinanti. I nostri modelli di punta per ora rimangono in gamma Attila i decespugliatori impugnatura singola con motore Kawasaki 45/53 cc».

«La nostra strategia», il fermo immagine di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «sarà quella di continuare a investire su una gamma a scoppio ca-



Stihl

pace di soddisfare le esigenze degli operatori professionali, affiancandola allo sviluppo delle piattaforme a batteria. Riteniamo infatti che le due tecnologie non siano in contrapposizione, ma complementari: il compito del rivenditore specializzato è proprio quello di guidare il cliente verso la soluzione più adatta in funzione del tipo di lavoro, della frequenza d'impiego e del contesto operativo».

«La nostra strategia per i prossimi anni», rivela Giovanni Masini di **Emak**, «sarà fortemente orientata alla ricerca e sviluppo in ambito motoristico, anche in vista delle future normative Euro 6, con l'obiettivo di incrementare l'efficienza, migliorare le prestazioni e ridurre i consumi. Parallelamente continueremo a intervenire sull'ergonomia delle macchine, per renderle sempre più leggere, compatte e confortevoli, riducendo ulteriormente pesi, ingombri e vibrazioni percepite».



Zanetti Motori

Nove minuti per l'80% di ricarica, grande potenza e tante garanzie per il professionista. Le nuove batterie però sono solo il primo capitolo di una lunga serie di novità ormai dietro l'angolo. Anche per lo scoppio. Guardando avanti, proprio allo scoccare del centenario

STIHL IN ANTICIPO SUL FUTURO «ALLPRO È UN GRANDE PASSO»

Un manifesto, in piena regola. Una sfida al futuro, bella e buona. La voglia fortissima di guardare lontano. Proprio ora, nell'anno del centenario, momenti in cui il tempo di solito scorre più lentamente. Anche per godersi il più possibile il glorioso passato. Ma non stavolta. O almeno non fino in fondo. La giornata di **STIHL** di metà luglio nella sede milanese di Cambiago è diventata la potentissima sintesi di piani già chiari, pronti ad irrompere sul mercato con decisione e chiarezza. Qualcosa s'è già visto, per il resto basterà attendere la prossima **Eima**. Novembre è dietro l'angolo.

STIHL ha messo una mano soprattutto sulla spalla del professionista, imbeccata troppo facile da cogliere per quelle nuove batterie **ALLPRO** che cancellano in partenza, parole del product marketing manager **Francesco Del Baglivo**, «la classica domanda sui tempi di ricarica». Giusto, perché per riempirla già dell'80% nove minuti sono niente. Per di più senza grandi pesi grazie ad AL 1802 MO, agile sistema di ricarica assai compatto e performante. Batterie compatibili con tutti gli utensili della gamma AP,



ad un nuovo livello di potenza. «Un passo», sentenzia **Del Baglivo**, «che ci proietta subito nel futuro, perché ci dà una grossa spinta tecnologica che ci avvicinerà a quella che è la vera richiesta e la vera necessità del mercato. Con la nuova tecnologia **ALLPRO** ci vogliamo avvicinare al professionale. Ancor di più grazie all'alleanza con **Kärcher**, un marchio che nel suo portafoglio e nel suo target di clienti professionisti ne ha moltissimi». Patto fra tedeschi, di ferro.

Basato sulla tecnologia sviluppata da **STIHL**, il sistema **ALLPRO** sarà progressivamente adottato dalle attrezzature professionali di entrambi i marchi, consentendo l'utilizzo delle stesse batterie e degli stessi caricabatterie sia sulle macchine **Kärcher** per la pulizia professionale sia sugli elettro utensili **STIHL**. Per gli utenti sarà garantita la piena compatibilità con l'attuale sistema AP, le cui batterie potranno essere utilizzate anche sui nuovi dispositivi **Kärcher** compatibili con **ALLPRO**.

STIHL ha anche rivendicato la sua opera passata con le batterie, al netto del core business da sempre assicurato dalle macchine a scoppio. Le prime attenzioni già sedici anni fa, quando **STIHL** accese anche quel mercato. Sedici su cento di vita, non è poco. Fuori dalla sede anche

prove della nuova **MS300**, sostituita di una motosega iconica come la **MS261**, altro capitolo della **STIHL** del domani. «Io ho già visto quel che tutti vedranno a breve, a partire dall'Eima. Un momento che mi ha dato ulteriori certezze e trasmesso altra serenità. **STIHL** ha un grande futuro. E l'avrà anche in settori ora presidiati solo marginalmente», rivela **Del Baglivo**, nel corso dell'incontro di Cambiago perfettamente affiancato dall'area marketing fra **Giulio Franceschi** e **Giuliano Sordi**. Qualcosa **Del Baglivo** ha anticipato, al di là dei tempi fissati da **STIHL**. Quando il sipario s'alzerà per tutti. «Le novità? Davvero tante. Anche sul taglio dell'erba, compresi trattorini a batteria davvero particolari», il sasso lanciato al mercato da **Del Baglivo**, quasi a voler accelerare il conto alla rovescia.

La chiave resta quella di sempre, l'equilibrio fra l'attenzione per il prodotto a scoppio e la logica spinta verso la batteria. Quel che **STIHL** ha sempre assicurato con grande trasparenza. «Le nuove generazioni», il punto di **Del Baglivo**, «sono molto attente alle questioni ambientali, da trasferire oggi anche a chi è sempre rimasto legato al mondo dello scoppio. Ci sono prodotti a batteria davvero assai performanti, capaci di convincere pure i nostalgici del rumore. Trasmetteremo entusiasmo anche agli scettici. Quel che conta prima di tutto è la salute dell'operatore. L'inquinamento acustico ed atmosferico adesso deve essere al centro di qualsiasi scelta da parte del professionista».

Il sistema di ricarica intelligente, già disponibile fra i rivenditori **STIHL**, protegge e ottimizza le batterie **ALLPRO** ad ogni utilizzo. Con oltre tremila cicli di ricarica, le batterie dispensano prestazioni costanti e affidabili anche dopo anni di utilizzo intensivo. Il risultato? Minori costi di sostituzione, maggiore affidabilità nella pianificazione del lavoro, elevata efficienza economica nel lungo periodo. La ricarica veloce è facilitata dall'avanzata tecnologia delle celle senza linguetta e ai profili di ricarica intelligenti. Le batterie **ALLPRO** sono progettate affrontare le condizioni di lavoro davvero più impegnative. Grazie alla **certificazione IPX5**, pioggia e umidità non ne compromettono inoltre funzionalità e prestazioni. Una fonte di energia affidabile, anche quando le condizioni esterne diventano complesse. «È abbastanza significativo che proprio in occasione del centenario **STIHL** presenti tantissime novità. Non è un caso, questo è un momento assai strategico del mercato», il punto d'arrivo e di partenza fissati da **Del Baglivo**, trent'anni di **STIHL** alle spalle e tanta adrenalina addosso. Percepibile, in ogni ufficio. In ogni angolo. Grazie ad **ALLPRO**, per cominciare.



Robot per i campi da golf, Husqvarna aggiunge First Cut

Lees: «Richiesta ricorrente da parte dei gestori»

La nuova funzionalità First Cut di Husqvarna consiste in un aggiornamento gratuito del software dei robot tagliaerba destinati alla manutenzione del Verde dei golf club. Può essere integrato in un programma di taglio già esistente ed è progettato per aiutare i campi da golf a migliorare l'aspetto, la giocabilità e la definizione del percorso, mantenendo al contempo più efficienti le operazioni di manutenzione quotidiana senza costi operativi aggiuntivi. Tradizionalmente, infatti, la gestione del primo taglio richiedeva investimenti in attrezzature specializzate, con un aumento dei costi oltre che del tempo e delle risorse necessarie. «Il First Cut», afferma Andrew Lees, global segment manager professional robotics di Husqvarna, «è una richiesta ricorrente da parte dei gestori dei campi da golf, poiché si cerca di ottenere sempre di più dal taglio autonomo. Questo aggiornamento offre ai campi la possibilità di migliorare l'aspetto visivo e le prestazioni di gioco, liberando al contempo macchinari e risorse per altre attività». La funzione consente agli utenti di definire un'area First Cut all'interno di Husqvarna Fleet Services™, piattaforma digitale dell'azienda svedese per la gestione delle attrezzature connesse. Copiando ed espandendo un fairway esistente, il sistema crea automaticamente una zona di transizione, che può poi essere regolata per tenere conto di elementi quali bunker o cambiamenti nella disposizione delle buche. Ogni area può essere impostata con la propria altezza di taglio ed il proprio programma di taglio, pur rimanendo completamente integrata nel programma di taglio generale. La funzionalità è compatibile con tutti gli Husqvarna CEORA® e gli Husqvarna Automower® 580L EPOS®. Trattandosi di un aggiornamento software gratuito, non richiede hardware aggiuntivo, rendendola un'integrazione semplice per i clienti esistenti.



Una clinica mobile nella sede di Kramp Italia per esami e controlli

Montanari: «Per noi una responsabilità, oltre che un valore»

La salute ed il benessere delle persone rappresentano valori fondamentali per Kramp Italia, sintetizzati anche da un'importante iniziativa di prevenzione sanitaria rivolta a tutti i propri collaboratori. L'azienda ha ospitato a giugno nella propria sede una clinica mobile attrezzata, offrendo gratuitamente screening specialistici dedicati alla prevenzione dei tumori della pelle, della tiroide e del seno. L'iniziativa è stata realizzata in collaborazione con Progetti del Cuore, realtà impegnata nel supporto alle comunità locali attraverso servizi e progetti a carattere sociale e sanitario. Per l'occasione, sono stati



messi a disposizione circa cento appuntamenti complessivi, consentendo ai dipendenti di accedere a visite dermatologiche con mappatura dei nevoi, controlli d'endocrinologia tramite ecografia tiroidea e visite senologiche con ecografia e, ove necessario, mammografia. Gli screening sono stati effettuati da personale medico specializzato con il supporto di strumentazioni diagnostiche all'avanguardia, garantendo risultati immediati e massima riservatezza. «Una giornata speciale per Kramp Italia. Iniziative come questa», l'orgoglio di Giancarlo Montanari, country director di Kramp Italia, «riflettono i valori di attenzione, cura e responsabilità che guidano il nostro modo di fare impresa e che cerchiamo di promuovere ogni giorno all'interno dell'azienda: la prevenzione rappresenta un tema fondamentale e crediamo che prendersi cura dei nostri dipendenti sia una responsabilità oltre che un valore. Desidero ringraziare Progetti del Cuore per la collaborazione e per il prezioso lavoro che svolge quotidianamente portando supporto e prevenzione nelle comunità in cui opera» Si tratta della prima edizione di un progetto che Kramp Italia auspica di poter riproporre anche in futuro.

Emak entra a far parte dell'Indice Intermonte Valore Italia

Bartoli: «Importante riconoscimento al nostro impegno»

Emak è stata selezionata tra le cento società quotate sulla Borsa Italiana che compongono l'Indice Intermonte Valore Italia, dedicato alle PMI con capitalizzazione inferiore al miliardo di euro e non appartenenti al FTSE MIB. «L'ingresso di Emak nell'Indice Intermonte Valore Italia», commenta Luigi Bartoli, amministratore delegato del Gruppo Emak, «rappresenta un importante riconoscimento del nostro costante impegno nel mantenere elevati standard di trasparenza e governance. Crediamo che iniziative come questa possano contribuire ad accrescere la visibilità delle PMI quotate italiane di qualità presso la comunità finanziaria, favorendo più efficace valorizzazione delle loro caratteristiche distintive».

L'Indice nasce con l'obiettivo di valorizzare l'universo delle piccole e medie imprese italiane quotate, creando un punto di incontro tra imprenditorialità, mercato dei capitali e sistema Paese. Rappresenta un vero e proprio spaccato delle migliori expertise dell'economia italiana, contribuendo ad ampliare e diversificare le opportunità di investimento rispetto agli indici tradizionali, per investitori sia domestici sia internazionali. Le società sono selezionate attraverso criteri rigorosi di natura tecnica e finanziaria, volti a garantirne adeguati livelli di liquidità, trasparenza e investibilità, tra cui: flottante minimo, solidi standard di governance, copertura da parte di analisti, sostenibilità finanziaria e livello di indebitamento, oltre alla rappresentatività all'interno dello stesso Indice.



ABBIAMO LE MIGLIORI CATENE E BARRE PER MOTOSEGA AL MONDO.

La più completa gamma di ricambi e accessori forestali dei migliori marchi.

OREGON®

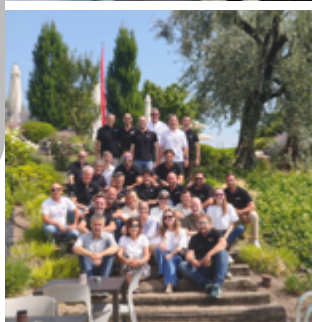
Carlton®



SABART
our power, your passion

OREGON® e CARLTON® in Italia sono distribuiti da: **Sabart S.r.l.**
Via Zoboli 18, 42124 Reggio Emilia IT - Tel. 0522 508511 - www.sabart.it

Blue Bird Industries avanti tutta Riunione ok con la forza vendite



Blue Bird Industries ha riunito la sua forza vendita poco prima di metà anno, il 24 giugno, appuntamento nella location «Il Monte di Livio» di Breganze, in provincia di Vicenza, poco distante dalla sede di Zanè. «Prima di accelerare, è importante verificare di essere sulla strada giusta», il filo conduttore della giornata, presente la proprietà, la direzione e il management. Blue Bird Industries ha analizzato i risultati raggiunti nei primi mesi del 2026 anche attraverso il confronto sugli obiettivi, la condivisione delle idee e la rotta da seguire per il prossimo periodo. Una bella base per affrontare il resto dell'anno «con ancora maggior consapevolezza e determinazione». Perché, secondo uno dei grandi principi di Blue Bird Industries, «i risultati migliori si costruiscono insieme, guardando nella stessa direzione».

Il punto fermo di Assofermet Corre International Hardware

Koelnmesse Italia ha rinnovato la partnership con Assofermet Ferramenta per l'edizione 2027 di International Hardware Fair Italy, appuntamento di riferimento per il settore Brico e Home improvement che si terrà a Bergamo il 5 e 6 maggio dell'anno prossimo. L'accordo, siglato nella cornice del Golfo dei Poeti a La Spezia, conferma una collaborazione solida e orientata alla valorizzazione del comparto ferramenta e della distribuzione specializzata e sottolinea un percorso condiviso che punta a favorire il confronto tra gli operatori della filiera e a promuovere momenti di approfondimento sui temi strategici per il settore. La continuità dell'intesa rafforza il ruolo di International Hardware Fair Italy come piattaforma di riferimento per il mercato italiano e internazionale, contribuendo allo sviluppo di relazioni, contenuti e opportunità per approfondire ed evidenziare gli sviluppi futuri del mercato e i problemi da affrontare per le imprese della filiera.



Ecco grilloagrigarden.com: molto più di un sito Il potere dei dettagli, fra tradizione e innovazione



Non solo un restyling grafico, quello di www.grilloagrigarden.com. Della nuova versione del sito di Grillo. Una svolta strategica per rafforzare la presenza sul mercato e supportare al meglio la nostra e l'attività di promozione e vendita dello specialista. Il marchio Grillo si unisce ad un concetto che da sempre definisce il suo mercato di riferimento, Agrigarden, creando così un indirizzo web unico, immediato e facilmente riconoscibile. Nuova anche impostazione che vuole unire tradizione e innovazione, e trasmettere fin dal primo clic chi siamo e la nostra specializzazione. Il sito ha una nuova struttura per una navigazione migliore per un'esperienza utente più fluida e intuitiva. In più un nuovo catalogo di presentazione delle macchine e relativi accessori, con informazioni aggiornate e dettagliate, utili anche per fare promozione e diffondere le novità. Ed una nuova valorizzazione dei contenuti tecnici, con schede prodotto più complete, dettagliate e di facile consultazione, pensate per supportare al meglio l'attività di promozione e vendita, per guidare il cliente finale verso la soluzione più adatta alle sue esigenze. Più tante informazioni commerciali da sfruttare come supporto nelle trattative. Presente anche un'innovativa funzione "Confronta" che permette di comparare rapidamente, in modo diretto e oggettivo, le caratteristiche tecniche di più modelli, offrendo così un concreto supporto commerciale durante tutte le fasi della presentazione e come valorizzare della proposta economica. Ed un'area esclusiva riservata, con funzionalità e materiali dedicati per supportare e semplificare in ogni momento il lavoro.

Intesa Kärcher-Stihl, la batteria al centro di tutto

«Accelerata all'elettrificazione dei settori professionali»



Kärcher e Stihl annunciano il nuovo asset strategico che punta a creare uno standard comune, ad alte prestazioni e aperto a più costruttori, per semplificare la gestione delle attrezzature a batteria e accelerare l'elettrificazione dei settori professionali. Basato sulla tecnologia sviluppata da Stihl, il sistema AllPro sarà progressivamente adottato dalle attrezzature professionali di entrambi i marchi, consentendo l'utilizzo delle stesse batterie e degli stessi caricabatterie sia sulle macchine Kärcher per la pulizia professionale sia sugli elettrotensili Stihl. Per gli utenti sarà garantita la piena compatibilità con l'attuale sistema AP, le cui batterie potranno essere utilizzate anche sui nuovi dispositivi Kärcher compatibili con AllPro. Kärcher, dal canto suo, continuerà ad assicurare assistenza, ricambi e disponibilità di batterie per le macchine dell'attuale piattaforma Battery Universe. Le nuove batterie sono disponibili dai rivenditori specializzati Stihl dal primo agosto, mentre Kärcher lancerà la nuova gamma di attrezzature compatibili con AllPro dal primo gennaio 2027. «I professionisti hanno bisogno di sistemi versatili che semplifichino il lavoro e garantiscano un investimento duraturo: la partnership con Kärcher amplia le applicazioni del sistema a batteria AllPro, creando un valore aggiunto concreto per i clienti», afferma Michael Traub, presidente del consiglio di amministrazione di Stihl AG. «L'unione tra due aziende familiari accomunate da innovazione e qualità accelera l'elettrificazione delle applicazioni professionali e offre ai clienti un vantaggio competitivo», aggiunge Hartmut Jenner, CEO e presidente del board of management di Alfred Kärcher SE & Co. KG. Questa collaborazione segna un passo importante nella crescita dell'ecosistema AllPro e conferma l'impegno di Stihl nel guidare l'innovazione nel mondo delle soluzioni professionali a batteria.

Cracking Art al Parco Sigurtà quattro anni dopo

A Valeggio 162 raffigurazioni di animali colorati

A quattro anni dalla prima collaborazione, il collettivo Cracking Art è tornato al Parco Giardino Sigurtà di Valeggio sul Mincio con la nuova esposizione Cracking Nature. I sessanta ettari del parco si sono trasformati così in un grande museo a cielo aperto, con 162 installazioni artistiche raffiguranti animali colorati. Le opere, di dimensioni che vanno da uno a tre metri, sono realizzate in plastica rigenerata e rigenerabile. Il termine Cracking Art deriva da "to crack" che descrive l'atto di incrinarsi, spezzarsi, rompersi, cedere. Con il nome di cracking catalitico è anche chiamata la reazione chimica che trasforma il petrolio grezzo in plastica: per gli artisti è questo il momento in cui il naturale permuta in artificiale e l'organico in sintetico. Ed è questo processo che intendono rappresentare attraverso la loro arte.



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

Boom AgriEuro: +11% nei primi cinque mesi dell'anno

Impennata di piscine e casette, volano i robot rasaerba

AGRIEURO

AgriEuro ha chiuso i primi cinque mesi del 2026 con un fatturato in crescita dell'11% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Particolarmente positivo il mese di marzo, che ha registrato un incremento del 19%. Il risultato si inserisce in un

contesto di mercato che mostra segnali differenziati. Dopo un 2025 complesso per il brico-garden italiano, chiuso in calo del 3,5% secondo i dati NIQ relativi al canale DIY superstore, il primo trimestre 2026 ha evidenziato una sostanziale tenuta del comparto, con una lieve flessione dello 0,8% a valore e una performance positiva del garden, in crescita dell'8,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Nei primi cinque mesi dell'anno, tra le categorie che hanno registrato le performance più significative per AgriEuro si distinguono le piscine, in crescita dell'80%, e le casette da giardino, +74%, per l'outdoor. Spiccano i robot tagliaerba per il garden, che registrano un incremento del 166% rispetto alla scorsa stagione. La forte crescita dei robot tagliaerba osservata da AgriEuro si inserisce in un trend di progressiva espansione della categoria, sostenuto dall'interesse crescente verso soluzioni automatizzate, smart e sempre più semplici da installare per la manutenzione del verde domestico. L'andamento positivo riguarda anche altri segmenti legati alla vita all'aperto. I forni da esterno crescono del 19% e i barbecue del 4%, testimoniando l'interesse dei consumatori per prodotti pensati per valorizzare gli ambienti outdoor e il tempo trascorso all'esterno. La primavera 2026 vede quindi una domanda importante per le soluzioni dedicate alla cura, alla gestione e alla fruizione degli spazi esterni. Per AgriEuro «questi risultati confermano il valore di un modello e-commerce specializzato, fondato su ampiezza di gamma, competenza tecnica e capacità di leggere l'evoluzione della domanda nei mercati garden, agricolo e outdoor».

Assemblea FederUnacoma, votati trentuno consiglieri

Per Comagarden eletti Gamberini, Santoro e Vandelli

L'assemblea annuale FederUnacoma di Varignana, in provincia di Bologna, ha avuto all'ordine del giorno anche l'elezione di una parte degli organi di rappresentanza. Votati i trentuno consiglieri delle sette associazioni che compongono la Federazione (Agridigital, Assoidrotech, Assomao, Assomase, Assotrattori, Comacomp e Comagarden), e sette non espressi dalle singole associazioni ma dall'intera base associativa FederUnacoma che siederanno in Consiglio Generale. Per il Consiglio Generale eletti Amedeo Caffini (Caffini), Giulia Castoldi (BCS), Carlo Lambro (CNH Industrial Italia), Federica Reverberi (Annovi Reverberi), Andrea Ruffin (Maschio Gaspardo), Giovanni Signorelli (Sitrex), Claudio Zarri (Checchi & Magli). Proibiviri Luca Menicucci, Roberto Pini e Antonella Varini. Consiglieri Comagarden Giorgio Gamberini (Gamberini), Marco Santoro (Campagnola) Luca Vandelli (Emak). Consiglieri Agridigital Alberto Bertaglia (Kiwitron), Sabrina Mantovani (MC Elettronica), Giuliano Pavarini (Arag). Consiglieri Assoidrotech Giulia Giuffrè (Irritec), Oreste Ramenzoni (RM), Elena Rovatti (Rovatti A. & Figli Pompe). Consiglieri Assomao Amedeo Caffini (Caffini), Federica Forigo (Roter Italia), Paolo Pellegrini (Sitrex), Alessio Riulini (Demetra), Andrea Ruffin (Maschio Gaspardo), Andrea Spedo (F.lli Spedo), Michela Toselli (Fyeld), Claudio Zarri (Checchi & Magli). Consiglieri Assomase Andrea Caron (Caron Officine Brevetti), Marco Marini (C.M.A.Carpenterie Metalliche Anania), Giampaolo Paccagnella (Energreen). Consiglieri Assotrattori Marco Caron (Caron Officine Brevetti), Giulia Castoldi (BCS), Simone Cavinato (Antonio Carraro), Stefano Pagliarani (CNH Industrial Italia), Marco Stella (Carraro). Consiglieri Comacomp Francesco Fancelli (CBM), Elisabetta Goldoni (Cermag), Ettore Radrizzani (ADR), Federica Reverberi (Annovi Reverberi), Adriano Verzellesi (Verzellesi), Giorgio Zonta (Rima).



Kramp ancora più forte: il fatturato del 2025 cresciuto del 4,5%

Perdok: «Sempre più riferimento in tutti i Paesi in cui operiamo»

Nel report annuale di Kramp relativo al 2025 anche quello sulla sostenibilità, redatto sulla base delle linee guida della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) della Commissione Europea. Obbligo che la commissione ha posticipato di due anni ma per cui Kramp ha scelto di prepararsi in modo proattivo. Nonostante un contesto di mercato sfidante nel 2025, Kramp ha dimostrato resilienza e capacità di adattamento, continuando a crescere in tutte le aree del business. L'azienda ha registrato una crescita del 4,5%, raggiungendo un fatturato di 1,253 miliardi di euro.

«Un risultato raggiunto anche grazie all'energia positiva», evidenzia Eddie Perdok, chief executive officer di Kramp, «alla dedizione e alla flessibilità delle nostre persone. La nostra strategia 2030, sviluppata nel 2025, definisce la direzione da seguire per accelerare il nostro percorso e diventare il punto di riferimento nei settori selezionati in tutti i Paesi in cui Kramp opera. Siamo ben posizionati per realizzare i nostri piani di crescita nel 2026».

Fra i risultati-chiave del 2025 la creazione di nuovo slancio per la crescita nel settore agricolo e rafforzamento della nostra posizione nei settori movimento terra, forestale e cura del verde; la forte collaborazione tra tecnologia e presidio di più canali distributivi per offrire un'esperienza cliente sempre più completa; potenziamento dei servizi e della logistica per supportare al meglio i clienti in tutta Europa. Nel corso dell'esercizio appena concluso, Kramp Srl ha conseguito ricavi pari a quasi milioni di euro, in crescita del 9% rispetto all'esercizio 2024. L'incremento del fatturato è stato accompagnato dal mantenimento di un EBITDA in linea con l'anno precedente, confermando la solidità del modello di business e la capacità della società di sostenere la crescita in un contesto di mercato complesso. Nel corso del 2025, la Società ha registrato un incremento del 14% nelle vendite di componenti e accessori per la cura del verde, mentre le vendite di componentistica per il settore agricolo hanno evidenziato una crescita del 10% rispetto all'esercizio precedente. I risultati conseguiti confermano il rafforzamento del posizionamento di Kramp Srl nei propri mercati di riferimento e la validità delle strategie commerciali adottate nel corso dell'anno.



news

Coppa Italia, Lagonigro veloce più che mai

La vittoria anche di Zanetti Racing Team

Un'estate da protagonista, in Coppa Italia, per Vincenzo Lagonigro e il Zanetti Racing Team, nel secondo round al Mugello, con la sua Dunlop Cup 600. Arrivato sulle colline toscane con le chiare intenzioni di capitalizzare quanto di buono mostrato nella prima gara a Vallelunga, Lagonigro è subito andato forte su uno dei più veloci e tortuosi tracciati del mondo. Positivo su tutta la linea e performance della Ducati Panigale V2 con cui ha firmato il terzo tempo. Più veloce di tutti al via, ha preso subito il comando della corsa, mettendo un piccolo margine rispetto ai suoi inseguitori. In testa per tutto il primo giro, Lagonigro ha poi chiuso al secondo posto. Con questo eccellente risultato s'è concluso un altro round favorevole per lui. «Le prove», il fermo immagine di Lagonigro, «sono state condizionate dal gran caldo e abbiamo provato vari set up trovando la quadra per le qualifiche, soprattutto in Q2. La prima parte di gara è stata caratterizzata dalla mia bella partenza, con cui mi sono preso il comando e mantenuto nei primi per tutta la manche. Durante gli ultimi giri abbiamo battagliato, sono passato in testa all'ultimo e poi un po' per le gomme consumate e per un piccolo errore, sono arrivato secondo al fotofinish. Bene così, ora restiamo positivi».



Myplant & Garden, l'undicesima edizione dal 17 al 19 febbraio

L'undicesima edizione di Myplant & Garden si svolgerà dal 17 al 19 febbraio 2027 alla Fiera di Milano Rho. Già prenotata la quasi totalità degli spazi. «La forza e il profilo internazionale di Myplant & Garden», evidenziano gli organizzatori, «risiedono nella capacità di interpretare con tempestività le esigenze delle imprese e l'evoluzione del settore. La nuova collocazione in calendario consentirà agli operatori di avviare prima le trattative commerciali per la stagione, pianificare con maggiore efficacia incontri e attività e valorizzare ulteriormente la presenza delle delegazioni estere. Si tratta di una scelta che guarda al futuro e che nasce dalla volontà di offrire alla filiera uno strumento sempre più efficace per fare business».

Sempre più forte Myplant & Garden, sempre più marketplace globale del verde e luogo privilegiato d'incontro tra produzione, distribuzione, progettazione e servizi. Come confermato anche dall'ultima edizione.



John Deere, due nuovi dirigenti per la Regione 2

Due novità all'interno del gruppo dirigente della Regione 2 (Euro-



pa e CIS) di John Deere. Andreas Jess e Richard Johnson, andati in pensione dopo oltre 38 anni trascorsi in azienda, dirigenti che saranno sostituiti rispettivamente da Matthias Steiner in qualità di director, Region 2 marketing & shared services al posto di Jess mentre Olaf Turss ricoprirà la posizione di director of sales & Region 2 turf raccogliendo il testimone da Johnson. Steiner, entrato in John Deere nel 2003, ha assunto ruoli di responsabilità come factory manager in John Deere Fabrik Horst e director Region 2 customer & product support. Steiner sarà responsabile delle attività regionali di marketing e shared services, inclusa l'integrazione delle attività di formazione. Turss lavora in John Deere dal 2004 e vanta una consolidata esperienza nelle aree vendite, marketing e gestione di prodotto. Nel nuovo ruolo sarà responsabile delle attività di vendita delle macchine agricole nei principali mercati europei tra cui Francia, Germania, Regno Unito e Irlanda oltre che dell'area Turf nell'intera Regione 2.

Il florovivaismo italiano guarda al Regno Unito Impeccabile la tappa londinese di Green Agorà

Un successo la tappa londinese di Green Agorà, il format promosso da Greenitaly, il salone internazionale del florovivaismo e del paesaggio, pensato da Fiere di Parma, che prosegue il proprio percorso di confronto con operatori e stakeholder del settore sui principali temi che interessano il florovivaismo. L'incontro, organizzato da Italian Trade Agency e Ambasciata d'Italia nel Regno Unito al The Farmers Club di Londra, ha riunito operatori della filiera florovivaistica inglese, inclusi architetti paesaggisti, e stampa specializzata. Il direttore ITA London, Giovanni Sacchi ha sottolineato la tenuta del Regno Unito come destinazione strategica del florovivaismo italiano, nonostante un contesto commerciale complesso, evidenziando come la crescita delle esportazioni di piante ornamentali da esterno testimoni la capacità del comparto di rispondere con qualità e specializzazione alla domanda internazionale.

«ITA», ha sottolineato Sacchi, «accompagna le imprese italiane, facendo da ponte verso un mercato da sempre sensibile alla cultura del giardino e alla qualità dei prodotti del nostro Paese». Nel corso dell'appuntamento, Fiere di Parma ha poi presentato Greenitaly, in programma dal 7 al 9 ottobre 2026.



VESCO
ROBOTICS

TRACK MOWER



TRACK MOWER
XT 800

progettato per lavorare dove gli altri non arrivano

10-14
NOVEMBRE
2026

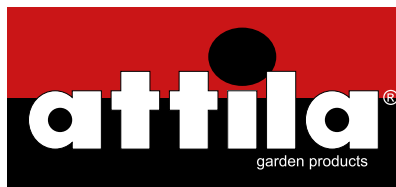
VIENI A SCOPRIRLI:

ORGANIZED BY
FEDERUNACOMA
eima
INTERNATIONAL
T W E N T Y S I X

PADIGLIONE 34 STAND D9



fino a
40°



Ingegneria avanzata, materiali ultraleggeri di ultima generazione, fatica al minimo. Due modelli, uno telescopico ed uno ad asta fissa. E le migliori condizioni di lavoro

RIVOLUZIONE NELL'OLIVETO: PERCHÉ GLI SCUOTIOLIVE **ATTILA** CAMBIANO LE REGOLE DEL RACCOLTO



La raccolta delle olive è da sempre sinonimo di fatica, lunghe giornate nei campi e un notevole stress fisico per braccia e schiena. Chiunque gestisca un oliveto, sia per passione che per professione, sa bene che ottimizzare i

tempi senza danneggiare le piante è la chiave per ottenere un olio extravergine di qualità superiore. In questo scenario, gli scuotiolive Attila si impongono come la soluzione definitiva, capaci di coniugare una straordinaria potenza di distacco ad una maneggevolezza senza precedenti.

Il modello telescopico: Attila ATSC 510-4x4.

Il suo segreto risiede nell'ingegnerizzazione avanzata. Progettato con materiali

ultraleggeri di ultima generazione, questo scuotiolive riduce drasticamente il peso complessivo dello strumento, spostando il baricentro in modo da non affaticare l'operatore anche dopo molte ore di utilizzo continuo. L'asta telescopica si allunga con facilità, consentendo di raggiungere le cime più alte senza l'uso di scale instabili, garantendo la massima sicurezza sul lavoro. Lo scuotiolive funziona sia con batterie al litio 18 V (2.0 Ah o 4.0 Ah) tramite slot integrato che con batterie ad acido 12 V (60 Ah) tramite accessorio adattatore.

BRUMAR
GARDEN PRODUCTS

<https://attila.garden/>
www.brumargp.it



Il modello con asta fissa: Attila POWER 10.2. 100% Made in Italy, i suoi rebbi flessibili penetrano agevolmente anche nelle chiome più fitte e intricate, scuotendo i rami con un movimento oscillante studiato per far cadere il frutto senza ferire la corteccia o strappare le foglie. Questo si traduce in una drastica riduzione dei tempi di raccolta ed in una pulizia del prodotto a terra che velocizza le successive fasi di frangitura.

Scegliere **ATTILA** significa trasformare la raccolta in un'attività rapida, efficiente e sostenibile, preservando la salute delle piante e, soprattutto, il benessere di chi lavora.



SCUOTIOLIVE PROFESSIONALI

**MASSIMA AGILITÀ
MINIMO SFORZO**



www.attila.garden

Distributore in esclusiva per l'Italia



Loc. Valgera, 110/B
14100 Asti (AT) - Italia
Tel. +39.0141.232900
brumargp@brumargp.it
www.brumargp.it

«È SOLO AUTOMAZIONE. I CONTI TORNANO, MA TOSAERBA E TRATTORINI...»

Il potere dell'automazione. Forte, fortissimo. Tutto piuttosto chiaro, anche dal punto d'osservazione di Roberto Dose dal suo punto vendita udinese di Tavagnacco. «I robot stanno sconvolgendo tutto il nostro lavoro, generando un mercato di fatto drogato. Indubbiamente il robot ha tolto spazio ai rasaerba e ai trattorini, in maniera sempre più consistente. Per i rasaerba in particolare ma anche per i trattorini», la verità di Dose, «è stato credo uno degli anni più delicati degli ultimi



«Le macchine storiche hanno sofferto, le nuove tecnologie ormai hanno preso il sopravvento. A tal punto che un cliente che deve gestire cento metri di giardino opta per un robot rispetto ad un semplice rasaerba che costa invece cinque volte meno. I numeri nel complesso ci sono stati, ma gli equilibri ormai sono altri. E a quello da ora in avanti dovremo guardare. Vedremo le rimanenze di fine anno, poi ragioneremo di conseguenza»

anni. Questo dicono almeno i miei numeri, in generale non lo so ovviamente. Al di là di quelli che sono i classici dati di mercato, solitamente limitati al sell-in. Il problema grosso, tuttavia, è il sell-out. E per il segmento rivenditore-cliente finale dati ufficiali non ce ne sono».

La sua stagione?

«Deformata dal robot, il cui impulso sul mercato è stato incredibile. Solo nei primi mesi abbiamo fatto i numeri di tutto lo scorso anno. Chiaro che il robot mediamente costa molto di più di un rasaerba, a parità di vendite è ovvio che il fatturato tiene. Ma in aziende come la mia, in cui il rasaerba è sempre stato il prodotto-principe, questo è un problema».

È vera e propria dipendenza da robot quindi?

«L'automazione spinta sta catturando il mercato in maniera anche prepotente, una tendenza ormai visibile anche in ambito professionale fra campi da golf, manutentori, comuni, campi sportivi. La richiesta è sempre più alta. Quest'anno ha evidenziato un trend probabilmente non reversibile. Ed il cambiamento è sempre più veloce. Questo è il grande punto di domanda sul prosieguo del nostro mondo. Va bene l'automazione, soprattutto perché ti apre mercati nuovi e nuove tecnologie. Ma dove ci porterà questo cambiamento?».

La risposta?

«Bisogna capire bene. Un cambiamento così condiziona tutti. Condiziona noi, ma condiziona anche i fornitori. Le aziende che fan fatica a seguire questo trend inevitabilmente andranno in difficoltà. Tutto questo comporta uno stravolgimento degli equilibri, delle abitudini, dei rapporti. Non è facile. Che si arrivasse a questo punto era previsto, ma che potesse avvenire tutto così rapidamente non lo avrei mai pensato».

I mesi primaverili nel dettaglio nel complesso che hanno detto?

«Complessivamente, se guardo a fatturato e i numeri, i conti tornano. Non ho grandissimi problemi da questo punto di vista. Il problema è che gli equilibri si stanno spostando. S'era magari previsto di vendere un certo numero di trattorini e non li hai venduti, per cui li hai in casa. Avevi previsto di vendere tot rasaerba e non li hai venduti, per cui li hai in casa. Per questo più che mai bisogna capire come andremo avanti. In più certo il caldo durante la stagione non ci ha certo dato una mano. Escludendo quindi ogni eventuale ripresa del mercato».

Ed ora?

«Bisognerà capire le rimanenze di fine anno e come impostare le stagioni successive. Partendo da segnali certo non entusiasmanti».

L'hobbista compra da altri canali o non acquista proprio?

«Che la fascia bassa venga sempre meno dal rivenditore specializzato è tendenza ormai asodata. I suoi canali ormai sono altri. Vendere per noi prodotti di prima fascia diventa sempre più complicato. Resta il cliente esigente, resta il

cliente che ha bisogno della consulenza e del servizio. Quindi il cliente per una fascia di prodotto premium se vogliamo, ma anche lì è tutto relativo. Vedi i tentennamenti nella fascia alta del trattorino. Rimane in equilibrio la fascia di mezzo, non di primissimo prezzo e nemmeno costosi. Per articoli come il decespugliatore, il rasaerba o la piccola motosega il cliente viene sempre meno da noi. La grande distribuzione e internet, una volta catturato quel cliente, sa che non lo perderà. Per il trattorino, prodotto un po' più complesso, un giro nel punto vendita specializzato il cliente viene a farlo. Fermandosi il più delle volte sulla fascia media».

In definitiva?

«È un anno importante perché definisce in qualche maniera uno spartiacque. E che l'automazione e i prodotti con tecnologie nuove in qualche maniera hanno messo la freccia. Quello di sicuro. Evidente, ripeto, sia sul privato sia per il professionista. Il manutentore ormai s'è affacciato anche all'automazione. Richieste ad esempio le abbiamo avute dal golf, per una gestione automatica che fra l'altro risolve anche il problema della eventuale mancanza di personale. Pure i manutentori cominciano a chiedere, ad informarsi, ad aspettare il prodotto giusto. Il fermento, rispetto ad un anno fa, è certamente maggiore. Quello è il "titolo" del 2026: le nuove tecnologie iniziano ad entrare prepotentemente nelle nostre aziende. E questo non lo puoi cambiare. Puoi decidere di starne fuori, ma a quel punto ne sei fuori. Se neghi una domanda rimani fuori dal mercato. E il cliente non aspetta. Se ha tagliato l'erba per cinquant'anni e un bel giorno decide di avere il robot andrà ad acquistare il robot. Ed anche lì ci sarebbe da parlarne».

Cioè?

«C'è chi potrebbe limitarsi a sospendere due o trecento euro per il suo giardinetto da cento metri quadri e ne spende invece millecinquecento per un robot. Pensi al fatto che non ci siano soldi, che ci siano crisi e guerre. E invece c'è chi spende millecinquecento euro per un robot sovradimensionato rispetto al suo piccolo giardino. Spendendo cinque volte tanto solo per automatizzare il taglio. È un momento così, in cui tenere la barra dritta e provare ad immaginare dove stiamo andando non è affatto semplice. Certe logiche ormai sono saltate».

Tanti valori aggiunti, il fermento del mercato, vette tecnologiche mai così alte, lo scatto della batteria, le certezze del prodotto a scoppio. Premesse interessantissime, partendo da una base davvero notevole

SOFFIATORI DI CORSA VERO, MANUTENTORI?

Coi piedi ben piantati a terra. Solido, consapevole, sicuro dei suoi mezzi. E del suo mercato. Pensa positivo il soffiatore, anche ad alta velocità. Come le sue vendite, come i suoi margini.

LA SITUAZIONE. Audace il soffiatore, nel cavalcare il suo bel momento. «Attualmente», sottolinea Luca Corbetta, product marketing manager di **AL-KO Garden & Home Italia**, «il mercato ci sembra stabile anche se abbiamo incrementato le vendite grazie all'inserimento di un nuovo

prodotto a batteria con un eccezionale rapporto qualità/prezzo».

«Il mercato dei soffiatori», il punto dell'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «sta attraversando una fase di evoluzione, caratterizzata da una crescente attenzione verso prodotti che garantiscano elevate prestazioni, praticità d'impiego e sostenibilità. Accanto ai modelli a scoppio, che continuano a rappresentare una soluzione fondamentale per gli utilizzi più intensivi, osserviamo un interesse sempre maggiore verso le versioni a batteria, apprezzate per la silenziosità, la fa-





solo® by AL-KO

cilità d'uso e la ridotta manutenzione. Per Blue Bird questo scenario rappresenta un'importante opportunità. Grazie a una gamma completa, in grado di soddisfare le esigenze sia degli utilizzatori professionali sia degli hobbisti evoluti, si è in grado di rispondere efficacemente alle diverse richieste del mercato».

«Ormai il soffiatore», la premessa di Alessandro Barrera, direttore commerciale di **Brumar**, «è un attrezzo indispensabile sia per l'utente privato che per il professionista: è utilizzato per i lavori più svariati in tutto il periodo dell'anno, sia esso elettrico, a scoppio che a batteria. È chiaro però che per la facilità di utilizzo, la silenziosità e le emissioni zero, negli ultimi anni i modelli a batteria sono la scelta preferita e stanno superando ampiamente i numeri di quelli a filo e a scoppio. Il mercato dei soffiatori è in crescita, con una domanda sempre più elevata sia da parte di privati che di professionisti del giardinaggio ed anche per noi le vendite sono molto positive».

«I risultati delle vendite dei soffiatori», evidenzia l'ufficio marketing di **Cormik**, «riflettono quelli di mercato in generale, registrando una crescita a doppia cifra soprattutto per quanto riguarda i modelli a scoppio, in tutte le categorie, dai portatili agli spalleggiati».

«Per **Emak**», la prima fotografia del marketing director Giovanni Masini, «il mercato dei soffiatori sta vivendo una fase di crescita sostenuta, grazie a un percorso di innovazione che ha visto protagonisti modelli come il BV 250 / SA 2500, apprezzato per leggerezza e maneggevolezza, e i più recenti soffiatori a batteria BVi / SAi 60 Boost per uso privato e BVi / SAi 570 Boost per uso professionale, che coniugano elevate prestazioni,



Proline

PROGETTATI PER RESISTERE

Prestazioni elevate, qualità costruttiva e massima praticità: la linea Proline offre carrelli avvolgitubo e portasacchi professionali realizzati con componenti robusti e resistenti alla corrosione, per un utilizzo intenso e duraturo.

FERRARI[®]
group





comfort d'uso e ridotto peso. L'ottimo riscontro ottenuto da questi prodotti ha contribuito a rafforzare la presenza dell'azienda nel segmento e a consolidarne la riconoscibilità sul mercato».

«Il mercato dei soffiatori», il quadro di Diego Dalla Vecchia, responsabile marketing e comunicazione di **Fiaba**, «continua a evolversi, trainato dalla crescente richiesta di macchine sempre più performanti, ergonomiche e sostenibili. Negli ultimi anni abbiamo registrato un interesse crescente verso le soluzioni a batteria, che stanno conquistando quote di mercato grazie ai continui progressi in termini di autonomia e prestazioni, pur mantenendo una domanda consolidata per i modelli a motore destinati agli impieghi professionali più gravosi. Per la nostra azienda questo si traduce in un percorso di crescita fondato sull'ampliamento della gamma, sul rafforzamento della rete distributiva e su un costante investimento nello sviluppo di prodotti capaci di rispondere alle esigenze di professionisti e utilizzatori evoluti. I risultati ottenuti confermano la validità di questa strategia e la fiducia che il mercato continua a riconoscere al nostro marchio».

«Il mercato dei soffiatori», osserva Andrea Gallia di, country manager Italy di **Globe Technologies** che ingloba i marchi Cramer e Greenworks, «sta vivendo una fase di crescita, soprattutto nel segmento professionale. La domanda si sta orientando sempre più verso macchine 100% battery ad

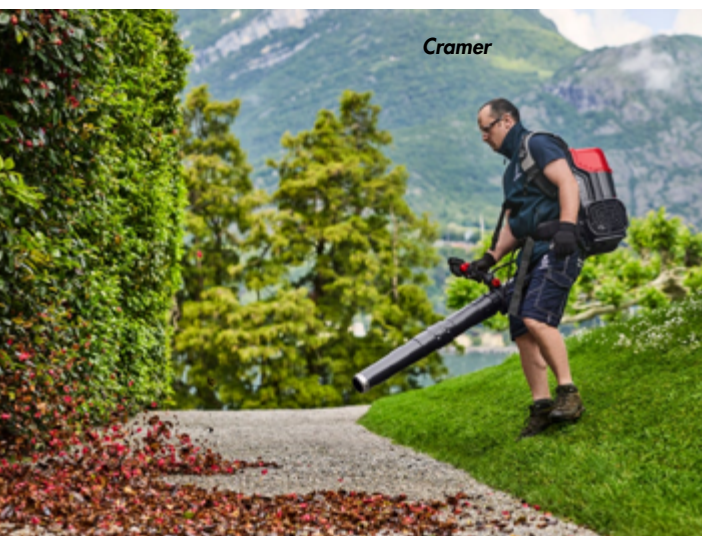
alte prestazioni, capaci di garantire potenza, autonomia e comfort di utilizzo. In questo contesto, Cramer sta registrando un forte interesse grazie a una gamma studiata per soddisfare le esigenze dei professionisti del verde».

«Il mercato dei soffiatori», la base di Cristian Berardi, marketing specialist della divisione **Honda Power Products Italia**, «sta vivendo una fase di coesistenza strategica. Da un lato, il modello a batteria HHB36BXB sta registrando un forte interesse da parte dell'utenza domestica, che premia la praticità, la silenziosità e la facilità d'uso tipiche della gamma DC Handheld. Dall'altro, l'HHB25E a combustione rimane un pilastro fondamentale, garantendo la potenza e l'autonomia necessarie per le applicazioni più gravose o professionali. Il principale risultato ottenuto è la capacità di coprire l'intera domanda di mercato, offrendo al cliente la tecnologia più adatta alle sue specifiche esigenze, consolidando così le nostre quote di vendita in entrambi i segmenti».

«Attualmente», racconta Francesco Brazzarola, residential sales manager di **Husqvarna**, «stiamo vivendo un momento estremamente positivo. Il 2025 si è chiuso con risultati ottimi in termini di risultati e il 2026 è iniziato con un'accelerazione ancora più marcata. Questo trend di crescita è sostenuto in particolar modo dal lancio di nuovi modelli, che stanno riscuotendo grande successo sia nel comparto dei prodotti a scoppio sia in quello dei prodotti a batteria».

«Il mercato dei soffiatori professionali», lo scenario di Thomas Goi, direttore vendite di **Kress Italy**, «sta attraversando una fase di profonda trasformazione. Sempre più operatori del verde, manutentori e imprese di servizi stanno valutando il passaggio dalle motorizzazioni tradizionali alle tecnologie a batteria ad alte prestazioni. Non si tratta più di una scelta legata esclusivamente alla sostenibilità, ma soprattutto all'efficienza operativa, alla riduzione dei costi di gestione e alla possibilità di lavorare in contesti soggetti a restrizioni su rumore ed emissioni. Per Kress Commercial questo scenario rappresenta una grande opportunità. Stiamo registrando un crescente interesse da parte dei professionisti che cercano soluzioni realmente in grado di sostituire il motore a scoppio senza compromessi in termini di potenza e produttività».

«Stiamo assistendo», la panoramica dell'ufficio marketing di **Milwaukee**, «ad una crescita costante dell'interesse verso questa categoria, che



Cramer

rappresenta uno dei principali motori di sviluppo della gamma giardino Milwaukee®. Oltre ai professionisti specializzati nella manutenzione del verde, registriamo una crescente adozione dei soffiatori cordless anche da parte di operatori attivi nei settori dell'edilizia, della manutenzione industriale e dell'automotive. La versatilità applicativa, la rapidità di utilizzo e i vantaggi offerti dalla tecnologia a batteria stanno contribuendo ad ampliare significativamente il bacino di utenza».

«Il mercato dei soffiatori», l'istantanea di Marco Guarino, dell'ufficio comunicazione e marketing di **Pellenc Italia**, «è logicamente molto stagionale; quello della batteria, nello specifico, vive anni di fermento grazie soprattutto alle richieste importanti di tecnologie a basso impatto ambientale sia per i gas di scarico, sia per quanto riguarda la necessità di contenere al massimo emissioni acustiche».

«Dewalt», esordisce Matteo Monti, trade marketing team per il marchio statunitense all'interno di **Stanley Black & Decker**, «sta registrando un andamento delle vendite molto positivo per quanto riguarda la categoria dei soffiatori e dei taglia-siepi. La gamma Dewalt a batteria è composta da modelli che funzionano con una tensione da 18V per un utilizzo residenziale avanzato oppure da 54V per la gamma professionale. Per queste categorie di prodotto la concorrenza dei modelli a scoppio è indubbiamente forte, ma i vantaggi del sistema a batteria restano notevoli fra minori costi, rumore, vibrazioni ed emissioni».

«Il mercato dei soffiatori», rileva Mirko Rizzetto, marketing manager Southern Europe & Distribu-

tors di **Stiga**, «sta vivendo una fase di profonda evoluzione e spinta verso l'alto, guidata quasi interamente dal consolidamento della tecnologia a batteria. Il consumatore, sia esso un appassionato esigente o un "neofita" del giardinaggio, non cerca più semplicemente un attrezzo per spostare le foglie, ma esige un'esperienza d'uso fluida, silenziosa e priva delle complicazioni tipiche dello scoppio (come miscela, emissioni e manutenzione del motore). In questo contesto, Stiga sta registrando un forte posizionamento proprio grazie alla capacità di intercettare questo bisogno con soluzioni smart, posizionando il soffiatore non più come attrezzo puramente stagionale, ma come alleato quotidiano per la pulizia di vialetti, patii e giardini durante tutto l'anno».

«Il mercato dei soffiatori sta vivendo per **Stihl**», la sintesi di Francesco Del Baglivo, product marketing manager della filiale italiana della casa tedesca, «una fase di forte evoluzione, caratterizzata da una crescente segmentazione delle esigenze. Le versioni a scoppio continuano a essere preferite in ambito professionale, in particolare nei modelli spalleggiati, dove potenza elevata, autonomia e capacità di gestire grandi volumi di materiale restano elementi imprescindibili. Parallelamente, nei soffiatori manuali si sta affermando con decisione la tecnologia a batteria, sempre più apprezzata anche dai professionisti. Il basso livello di rumore, l'assenza di emissioni locali e la facilità di utilizzo rendono queste soluzioni ideali per contesti urbani e aree sensibili. Per Stihl, questo scenario conferma una coesistenza tecnologica sempre più chiara: da un lato il motore a scoppio per le applicazioni più intensive, dall'al-



Echo



tro una rapida crescita delle soluzioni a batteria, che stanno ridefinendo gli standard operativi anche nel lavoro professionale quotidiano».

CI SIAMO. I risultati ci sono stati, su più fronti. «In termini generali», la riflessione di Francesco Brazzarola di **Husqvarna**, «stiamo registrando una crescita delle nostre quote di mercato, ma i numeri non riescono a esprimere appieno il valore del nostro percorso. Per noi i risultati si misurano anche sul campo e si concretizzano ogni volta che riusciamo a supportare con successo i nostri rivenditori in forniture di grande spessore. Questo rappresenta la prova più tangibile dell'elevata qualità e dell'affidabilità che i nostri prodotti sanno garantire, in particolar modo nel segmento professionale».

«Negli ultimi anni», spiega Thomas Goi di **Kress Italy**, «abbiamo consolidato la nostra presenza nel settore professionale grazie a una proposta tecnologica distintiva e a una gamma sviluppata specificamente per gli operatori del verde professionale. Uno dei risultati più significativi è la crescente fiducia accordata dagli utilizzatori professionali ai nostri soffiatori Kress Commercial, che vengono scelti per affrontare lavori intensivi e continuativi. Molte imprese che hanno adottato le nostre soluzioni hanno potuto ridurre tempi morti, manutenzione e costi operativi, mantenendo livelli di produttività paragonabili o superiori alle macchine tradizionali. Anche la rete dei rivenditori sta beneficiando di questa evoluzione, grazie a

un prodotto innovativo che genera interesse, differenziazione e nuove opportunità di business nel segmento professionale».

«Tra i risultati più significativi», spiega Andrea Galliadi di **Globe Technologies**, «spicca l'ottimo riscontro ottenuto dalle novità di gamma, in particolare dai modelli B26 e BB42, che stanno trainando le vendite e rafforzando la presenza di Cramer nel segmento professionale. Questi prodotti rappresentano al meglio l'evoluzione della tecnologia a batteria, offrendo prestazioni elevate e una valida alternativa alle macchine a benzina».

«Negli anni», riavvolge il nastro Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «abbiamo ottenuto importanti risultati con le aziende che operano in settori più disparati, alla ricerca di prestazioni e autonomie importanti; questo grazie sia allo sviluppo di batterie in grado di abbinare pesi contenuti e grande capacità di stoccaggio energetico, sia ad attrezzature che assicurano un mix ideale di prestazioni e comodità di utilizzo».

«Tra i principali risultati ottenuti da **Stihl** nel mercato dei soffiatori», il bilancio di Francesco Del Baglivo, «evidenziamo soprattutto la crescita e il consolidamento delle soluzioni a batteria, in particolare nel segmento manuale, dove il mercato sta mostrando un orientamento sempre più deciso anche in ambito professionale. Qui abbiamo registrato un forte apprezzamento per prodotti capaci di coniugare buone prestazioni, comfort d'uso, ridotto impatto acustico e assenza di emissioni locali. Allo stesso tempo, nei modelli spalleggiati a scoppio continuiamo a ottenere risultati importanti presso i professionisti che operano in contesti gravosi, dove autonomia, potenza costante e produttività elevata restano requisiti fondamentali. Un altro risultato significativo è la crescen-





Emak

te integrazione dei nostri soffiatori all'interno di un ecosistema completo, grazie alle piattaforme batteria condivise e a una gamma sempre più coerente con le diverse esigenze applicative. Per Stihl, il risultato più rilevante è proprio questo: aver intercettato l'evoluzione del mercato offrendo soluzioni mirate, affidabili e tecnologicamente competitive per ogni fascia di utilizzo».

«Negli ultimi anni», l'orgoglio dell'ufficio marketing di **Blue Bird Industries**, «abbiamo consolidato la nostra presenza nel segmento dei soffiatori attraverso un costante ampliamento della gamma e un'attenta attività di sviluppo prodotto. I risultati ottenuti confermano il crescente apprezzamento del mercato nei confronti delle nostre soluzioni, in particolare per la capacità di coniugare affidabilità, prestazioni e semplicità di utilizzo. La positiva risposta della rete distributiva e degli utilizzatori finali ci conferma che la strategia di offrire una gamma completa, composta sia da modelli a scoppio sia a batteria, rappresenta la scelta vincente per rispondere alle esigenze di un mercato sempre più diversificato».

«Il soffiatore a zaino PB-9010, il più potente della gamma Echo, ha registrato ottimi risultati e ci ha permesso di consolidare la posizione sulla relativa fascia di mercato. Ricordiamo», puntualizza l'ufficio marketing **Cornik**, «che il primo soffiatore a zaino fu inventato proprio da Echo nel 1970 e da allora il marchio giapponese detiene la leadership globale nel settore grazie a costanti innovazioni ingegneristiche, come il ricircolo dell'aria brevettato, lo schienale ventilato e sistemi antibrazioni per garantire il comfort durante gli usi prolungati. Infatti il modello PB-8010, introdotto sul mercato nel 2019, è stato riconosciuto per anni come il più potente al mondo».

«I risultati più rilevanti», precisa Giovanni Masini di **Emak**, «arrivano dal forte successo dei soffiatori a batteria BVi / SAi 60 Boost e BVi / SAi 570 Boost, che si sono affermati rapidamente nei

rispettivi segmenti, privato e professionale, e del modello BV 250 / SA 2500: semplice e pratico nell'uso, consente anche agli utilizzatori meno esperti di operare con estrema facilità e in tutta sicurezza».

«La categoria soffiatori», i numeri dell'ufficio marketing di **Milwaukee**, «ha registrato una crescita superiore al 30% rispetto all'anno precedente, raggiungendo risultati particolarmente positivi con il soffiatore M18 FUEL™ mono-batteria in kit. Si tratta di un dato che conferma la crescente fiducia degli utilizzatori professionali verso soluzioni cordless ad alte prestazioni, oggi sempre più presenti nelle attività quotidiane grazie alla loro capacità di garantire produttività, praticità e affidabilità».

«Grazie al nuovo modello LBD 1880», la soddisfazione di Luca Corbetta di **AL-KO Garden & Home Italia**, «abbiamo ottenuto delle ottime vendite che hanno fatto pendere nella parte del più le vendite del prodotto. Si tratta di un prodotto alimentato con il nuovo sistema a batteria 18V/36V TWINVOLT, queste batterie di nuova generazione possono fornire una potenza di 18V oppure una potenza di 36V in base al collegamento tra le varie celle interne alla batteria stessa. È la macchina che sceglie se alimentarsi con una potenza o l'altra in base al motore, naturalmente brushless, di cui è equipaggiata. Il modello appena descritto opera con 18V e se si vuole un prodotto più performante e robusto si potrà optare per il modello LBT 3680 che lavora con 36V».

«Con le nostre gamme in generale», sottolinea Alessandro Barrera di **Brumar**, «siamo contenti dei risultati, ma soprattutto dei nostri modelli a batteria Ego e Skil, che possono accontentare tut-

Fiaba



te le tipologia di utenti, siano essi siano essi privati che professionisti. La nostra gamma di soffiatori a batteria per utilizzo domestico comprende tre modelli portati ed uno a zaino nella gamma Ego ed un modello portato in gamma Skil. Non manca l'offerta di un modello di aspiratore-soffiatore sia in gamma Ego che Skil. Per utilizzo professionale possiamo proporre in gamma Ego due modelli a zaino e due modelli a mano, con prestazioni di portata massima di 1870 m³/h, leader di settore. Tutti i modelli possono essere alimentati dalla stessa piattaforma di batterie da 56 Volt per Ego e 20 Volt per Skil».

«Il risultato più importante», evidenzia Mirko Rizzetto di **Stiga**, «è l'aver scardinato il pregiudizio secondo cui "batteria" significhi "minore potenza rispetto allo scoppio". Grazie allo sviluppo della nostra piattaforma ePower a 20V, siamo riusciti a rendere accessibili a tutti prestazioni di alto livello, senza bisogno di macchine pesanti o costose. Il vero fiore all'occhiello di questa strategia è il successo del soffiatore a batteria Stiga BL 300e Kit. I dati di vendita e il riscontro della rete distributiva ci confermano che gli utenti hanno premiato la nostra risposta concreta a due dei più grandi punti dolenti storici del settore: l'autonomia e lo spazio in garage. Aver introdotto un sistema integrato che include già nella confezione la barra di stoccaggio a parete e il sistema di ricarica diretta sul prodotto ci ha permesso di ridefinire gli standard della categoria».

«Stiamo registrando dai sondaggi effettuati fra i nostri rivenditori», osserva Matteo Monti di **Dewalt**, «uno spostamento dei gusti dei consumatori finali verso i modelli a batteria. Anche negli appalti pubblici, è ormai diventata una regola adottare degli elettrodomestici che funzionino a bat-



Honda

teria, per tematiche ambientali. Dewalt è orgogliosa di partecipare a questo cambiamento, con la sua gamma giardino interamente composta da prodotti funzionanti a batteria intercambiabile da un modello all'altro. Un'unica batteria quindi funziona per moltissimi modelli sia di elettrodomestici che di macchine da giardino».

«Ci siamo mossi su tutti i fronti», dichiara Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «sia per i prodotti a scoppio sia per i prodotti a batteria a mano. Una menzione meritano poi i soffiatori a spinta e trazionati, vedi la serie Billy Goat, che per il mondo del professionista sono visti come eccellenze».

PUNTI DI FORZA. Pieno di valori il soffiatore, sparsi ovunque. «La nostra forza», l'istantanea di Davide Cademartiri, responsabile commerciale di **Sabre Italia**, «è quello di proporre nel mercato soffiatori adatti alle esigenze più gravose, che offrono nel contempo alte prestazioni e comfort di utilizzo».

«Il punto di forza della nostra proposta», evidenzia Francesco Brazzarola di **Husqvarna**, «risiede nell'ampia gamma offerta che ci permette di soddisfare le esigenze di qualsiasi tipologia di utente, dal privato fino al professionista del verde. In questo scenario, l'ultimo arrivato della gamma, il nuovo Husqvarna 590BTS, sta riscuotendo grande interesse grazie a caratteristiche tecniche d'eccellenza che lo posizionano come il soffiatore più potente sul mercato. Questa macchina offre prestazioni straordinarie, erogando una forza di soffiaggio di 56 N e un volume d'aria di 2100 m³/h, con una velocità all'ugello che raggiunge i 96 m/s. A queste performance si aggiungono soluzioni tecnologiche ed ergonomiche di primo livello, come il sistema di carburazione elettronica AutoTune™ e un gruppo cinghie studiato per garantire il massimo comfort

Husqvarna



anche durante utilizzi prolungati».

«Il punto di forza di **Kress Commercial**», la fiera di Thomas Goi, «è aver sviluppato una piattaforma pensata esclusivamente per il professionista. I nostri soffiatori combinano elevata potenza, ergonomia e affidabilità con un sistema energetico progettato per garantire continuità di lavoro anche nelle giornate più impegnative. In particolare, il soffiatore Kress Commercial rappresenta perfettamente la nostra filosofia: offrire prestazioni di livello professionale senza compromessi, consentendo agli operatori di affrontare qualsiasi intervento con la massima efficienza. Per il rivenditore questo significa poter proporre una soluzione concreta a un cliente che non cerca semplicemente una macchina, ma uno strumento capace di aumentare la produttività e migliorare la redditività della propria attività. È proprio questo il valore che oggi fa la differenza nel mercato professionale».

«Il vero punto di forza della nostra proposta», sottolinea Cristian Berardi di **Honda Power Products Italia**, «risiede nel valore aggiunto del marchio e della rete vendita, unito ad un approccio duale che non conosce compromessi. L'HHB36BXB, fra versatilità e innovazione, beneficia della strategia di cross-selling della gamma a batteria, permettendo agli utenti di integrare il soffiatore in un ecosistema di prodotti che condividono lo stesso sistema di alimentazione, migliorando l'efficienza quotidiana. L'HHB25E, fra affidabilità e longevità, incarna la storica solidità Honda, garantendo prestazioni affidabili e costanti nel tempo. Il progetto "Master Dealer" inoltre assicura che, indipendentemente dalla scelta tecnologica, il cliente riceva un'assistenza eccellente. Inoltre, la nostra estensione della garanzia a 5 anni su tutti i nostri prodotti è la prova tangibile della fiducia nella durata delle nostre macchine, promuovendo un utilizzo responsabile delle risorse e riducendo l'impatto ambientale legato alla gestione del fine vita del prodotto».

«Il principale punto di forza della proposta **Blue Bird Industries**», il quadro dell'ufficio marketing, «è la capacità di offrire una gamma completa e versatile, progettata per rispondere alle diverse esigenze di utilizzo senza compromessi in termini di qualità e prestazioni. Le nostre macchine si distinguono per affidabilità, ergonomia e facilità d'impiego, caratteristiche che consentono di affrontare con efficacia qualsiasi intervento di pulizia del verde. Inoltre, lo sviluppo della gamma a



Kress

batteria si inserisce all'interno di un ecosistema di prodotti alimentati dalla stessa piattaforma, permettendo agli utilizzatori di impiegare la medesima batteria su più attrezzature. Un vantaggio concreto che ottimizza l'investimento, semplifica la gestione delle attrezzature e rende il lavoro ancora più efficiente.

«Il punto di forza della proposta **Stihl** nel segmento soffiatori», dichiara Francesco Del Baglivo, «è la capacità di offrire una gamma completa e coerente, in grado di coprire tutte le esigenze, dall'utente privato fino al professionista. Soluzioni manuali e spalleggiate, a batteria e a scoppio, garantiscono sempre il miglior equilibrio tra prestazioni, comfort ed efficienza. In ambito batteria, il sistema Stihl AllPro rappresenta un salto tecnologico importante, permettendo la ricarica fino all'80% in soli nove minuti e quindi un'utiliz-



Milwaukee®



Pellenc

zo pressoché continuo anche nelle applicazioni più intensive. Tra le novità, il nuovo BGA 160 si distingue per prestazioni di livello professionale: offre una forza di soffiaggio fino a circa 21 N, una velocità dell'aria che può superare i 78 m/s e un peso contenuto di circa 2,6 kg senza batteria. Alimentato dal sistema AP, garantisce elevata efficienza e grande maneggevolezza, risultando ideale per l'impiego in ambito urbano e professionale. Questa combinazione di ampiezza di gamma e innovazione rappresenta il vero valore aggiunto Stihl.

«Nei soffiatori tradizionali», precisa l'ufficio marketing **Cormik**, «la forte pressione dell'aria tende a far torcere il tubo e a spingere il braccio dell'operatore di lato, affaticandolo velocemente. Per risolvere questo problema, Echo ha progettato e brevettato un sistema anti-torsione speciale, applicato sia ai modelli portatili che a quelli a zaino. In pratica, la struttura e il tubo sono stati curvati e allineati per fare in modo che la forza dell'aria spinga dritta all'indietro verso il corpo di chi lo usa, eliminando quelle fastidiose rotazioni verso l'esterno. Sui modelli top di gamma, questa stabilità è garantita da tre tecnologie che lavorano insieme: Il tubo di snodo ad alto scorrimento (Swivel Tube) che permette di evitare l'affaticamento

del polso. Il sistema di bloccaggio Posi-Lock che consente ai tubi rigidi di incastrarsi saldamente per mezzo di perni fissi, evitandone così l'allentamento e la rotazione durante l'oscillazione laterale nelle operazioni di pulizia. L'impugnatura in asse, grazie alla quale i comandi sono montati su un collare posizionato sulla linea centrale del flusso d'aria, riducendo sensibilmente le forze di contrasto».

«Il sistema a batteria sia da 18V che da 54V è composto», rileva Matteo Monti di **Dewalt**, «da macchine che funzionano con le medesime batterie, intercambiabili da un modello all'altro. Perciò, una sola batteria fa funzionare diversi macchinari utili per le lavorazioni da esterno. Dal decespugliatore al tagliasiepi, passando per il soffiatore oppure per elettroutensili quali il trapano, la smerigliatrice o il tassellatore. La forza del sistema Dewalt è la flessibilità e l'ampia scelta del suo sistema a batteria».

«Il punto di forza della nostra proposta», l'istantanea di Giovanni Masini di **Emak**, «è la capacità di coniugare prestazioni elevate, leggerezza e facilità d'uso all'interno di una gamma completa, in grado di rispondere alle esigenze sia degli utenti privati sia dei professionisti. Modelli come il BV 250 / SA 2500 e i più recenti BVi / SAi 60 Boost e BVi / SAi 570 Boost rappresentano bene questa filosofia: macchine potenti e affidabili, ma allo stesso tempo maneggevoli e confortevoli da utilizzare. A questo si aggiungono i modelli a spalla ad alte prestazioni, offrendo una soluzione per ogni livello di utilizzo».

«Il punto di forza della proposta **Cramer**», sottolinea Andrea Galliadi, «è la capacità di offrire macchine professionali che combinano elevate prestazioni, ergonomia e sostenibilità. Modelli come il nuovo BB42, uno dei soffiatori a zaino a batteria più potenti della categoria, e il B26 garantiscono forza di soffiaggio, autonomia e affidabilità, permettendo ai professionisti di lavorare con la stessa efficacia delle soluzioni a benzina, ma con tutti i vantaggi della tecnologia cordless».

«La macchina più performante e adatta anche a lavori onerosi», il punto di Luca Corbetta di **AL-KO Garden & Home Italia**, «è il soffiatore-aspiratore LBV 3690 della gamma solo® by AL-KO. Si tratta di un unico prodotto che svolge la duplice funzione di soffiatore e di aspiratore. Alimentato da un batteria da 36 V disponibile in diverse potenze da 2,5 Ah fino a 8,0 Ah per una maggiore autonomia. Il massimo delle prestazioni di taglio



Sabre Italia



si ottiene utilizzando la nuova batteria B200.5 Li bluetooth 36V da 5,0 Ah. Grazie alla nuova tecnologia impiegata offre uno spunto maggiore e si contraddistingue per la possibilità di diagnostica della macchina stessa. Si collega all'app AL-KO inTOUCH® e trasmette i dati relativi alla batteria stessa e al prodotto in cui è stata inserita. In questo modo è possibile avere una visione completa delle prestazioni della macchina, i dati di funzionamento ed eventuali errori che sono stati riscontrati durante l'uso del prodotto. Sempre tramite la tecnologia impiegata è possibile caricare completamente al 100% la batteria in soli 32 minuti».

«L'innovazione rappresenta da sempre il cuore della proposta **Milwaukee®**. Il continuo sviluppo di motori, elettronica e tecnologie batteria», la chiave dell'ufficio marketing della filiale della casa statunitense, «consente di offrire attrezzature progettate per garantire elevate prestazioni anche nelle applicazioni professionali più impegnative. Un esempio concreto è rappresentato Soffiatore M18 FUEL™, in grado di erogare fino a 14,2 m³/min di volume d'aria, raggiungere velocità fino a 193 km/h e sviluppare una forza di soffiaggio costante di 12,2 N per tutta la durata della batteria. L'ampliamento costante della piattaforma cordless permette inoltre agli utilizzatori di operare con maggiore efficienza, autonomia e produttività, facendo affidamento su un ecosistema integrato di soluzioni sviluppate per rispondere alle esigenze dei professionisti. Questo approccio riflette pienamente il DNA Milwaukee®, orientato allo sviluppo di tecnologie innovative e alla continua evoluzione delle prestazioni nel mondo professionale».

«Senza ombra di dubbio il mix di performance e autonomie. Oggi», evidenzia Marco Guarino di **Pellenc Italia**, «riusciamo ad assicurare interi turni di lavoro con una sola ricarica, offrendo col il nostro Airion una comodità di lavoro eccezionale». «Il vero punto forte della nostra proposta», conclude Mirko Rizzetto di **Stiga**, «è che non vendiamo solo un ottimo soffiatore, ma un sistema integrato che risolve l'intera routine dell'utente. Il nostro soffiatore a batteria Stiga BL 300e Kit si distingue nettamente dai concorrenti grazie a una combinazione di due caratteristiche uniche sul mercato. La prima è il sistema a doppia batteria ePower da 20V. Lavorando in sinergia intelligente, le due batterie offrono prestazioni paragonabili a macchine di voltaggio superiore, mantenendo l'attrezzo leggero e perfettamente bilanciato. A questo si unisce il vero elemento di innovazione tecnologica: l'esclusivo sistema di ricarica a parete on-board. Finita la sessione di pulizia, l'utente non deve più rimuovere le batterie: basta agganciare il soffiatore alla barra a muro inclusa nella confezione e collegare la spina direttamente al corpo macchina. La ricarica parte e si gestisce da sola a parete. Il vantaggio è enorme: il garage resta perfettamente ordinato e il soffiatore è sempre al suo posto, protetto, carico al 100% e pronto all'uso».

Il livello è alto, sempre più. Sotto ogni punto di vista. Ragiona il rivenditore, con fiducia. Fa le sue scelte il cliente. Un occhio al prezzo, uno al valore vero. Spesso scendendo a compromessi, a volte no. La parola al mercato, in tutto e per tutto.



PASSAGGIO GENERAZIONALE

Mio figlio non ha né la mia stoffa, né la mia voglia...

di Alessandro Di Fonzo



gni volta che si affronta il tema del passaggio generazionale, sento ripetere sempre le stesse frasi.

"Mio figlio non ha la mia stoffa."

"I giovani non hanno più la voglia di lavorare."

"Ai miei tempi era tutto diverso."

E ogni volta mi viene spontaneo chiedermi: **siamo davvero sicuri che il problema sia solo dei figli?**

Scrivo per esperienza vissuta, non per sentito dire. Mio padre aveva due vivai con vendita al dettaglio di piante ai quali, come spesso accadeva, era affiancata anche l'attività di realizzazione e manutenzione di giardini. Seguendo quello che allora sembrava il percorso più naturale, quasi

inevitabile, mi sono iscritto ad Agraria all'Università di Pisa, spinto da una discreta predisposizione per la chimica e la biologia e dall'idea, condivisa da tutti, che quello sarebbe stato il mio futuro. Era il percorso classico di tante aziende familiari italiane. Nessuno, me compreso, si era mai fermato a chiedersi se fosse davvero ciò che desideravo fare nella vita. Semplicemente si dava per scontato che il figlio avrebbe continuato ciò che il padre aveva costruito.

Per molti anni questo modello ha funzionato. Oggi, però, il mondo è cambiato profondamente, mentre il modo di affrontare il passaggio generazionale è rimasto sostanzialmente lo stesso.

Per questo trovo estremamente riduttivo liquidare tutto con la classica frase: "Mio figlio non ha né la mia stoffa né la mia voglia."

All'inizio della mia carriera non ero affatto innamorato del giardinaggio. Non lo rifiutavo, non mi pesava, ma non sentivo quella spinta interiore capace di farmi desiderare di dedicare la vita a quel lavoro. Per questo motivo decisi di non entrare immediatamente nell'azienda di famiglia, ma di costruire qualcosa di mio, sempre nello stesso settore, immaginando di poterlo sviluppare secondo le mie idee.

Col senno di poi mi rendo conto che anche quella, probabilmente, era una scelta quasi automatica. Se tornassi indietro, non sono nemmeno certo che sarebbe stata la decisione giusta in quel momento.

La vera svolta arrivò quando iniziai a studiare la progettazione dei giardini. Cominciai a conosce-



re le opere dei più grandi paesaggisti del mondo, a viaggiare in Europa per frequentare corsi specialistici, visitare giardini straordinari e confrontarmi con professionisti che avevano trasformato questo mestiere in una forma d'arte.

Fu allora che mi innamorai davvero del giardino. Non del lavoro che qualcuno aveva scelto per me, ma del significato profondo che quel lavoro poteva assumere attraverso il mio modo di interpretarlo. Ed è proprio questa esperienza personale che oggi mi porta a guardare il passaggio generazionale da una prospettiva completamente diversa.

Forse la domanda che ci poniamo da sempre è sbagliata.

Continuiamo a chiederci come fare affinché i figli portino avanti l'azienda senza rovinarla, come convincerli ad avere la stessa dedizione dei genitori, come trasferire loro competenze, responsabilità e sacrificio. Sono tutte domande legittime, ma forse vengono dopo.

La domanda più importante dovrebbe essere un'altra.

Come possiamo trasformare ciò che abbiamo costruito affinché continui a funzionare, incontrando però il talento naturale, le inclinazioni e il modo di vedere il mondo delle nuove generazioni?

Perché un figlio raramente si appassiona a un'attività semplicemente perché qualcuno gli dice che dovrebbe farlo. Si appassiona quando riesce a sentirla propria, quando può esprimere sé stesso attraverso quel lavoro, quando trova uno spazio nel quale il patrimonio costruito dalle generazioni precedenti incontra la sua identità, le sue capacità e la sua visione.

Conservare il passato non significa cristallizzarlo. Significa comprenderne l'essenza, proteggerne i valori e permettere che trovino nuove forme di espressione.

Negli ultimi mesi mi ha colpito il fatto che, da più fonti, mi sia arrivata la richiesta di trattare questo tema. Sempre più persone mi chiedono come affrontare il passaggio generazionale.

Ed è successo proprio mentre stavo lavorando allo sviluppo di un nuovo servizio da mettere a disposizione dei miei clienti, che ho chiamato **Business Life Design**.

L'idea è tanto semplice quanto rivoluzionaria: progettare imprese capaci di riflettere la natura delle persone che le guidano. Non business



costruiti esclusivamente attorno ai prodotti o ai processi, ma organizzazioni che sappiano valorizzare il talento individuale senza disperdere il patrimonio costruito negli anni.

Mi piace definirli **business felici**, perché generano un vantaggio per tutti. Vince il cliente, che riceve un servizio migliore. Vince l'impresa, che diventa solida e longeva. Vince l'imprenditore, ma soprattutto vince la persona, perché nessuna organizzazione può prosperare a lungo se chi la guida vive ogni giorno lontano dalla propria natura.

Forse il vero passaggio generazionale non consiste nel convincere i figli a diventare uguali ai genitori.

Consiste nel permettere a ciò che i genitori hanno costruito di continuare a vivere attraverso persone diverse, con talenti diversi, sensibilità diverse e un modo nuovo di interpretare lo stesso patrimonio. Se questo tema ti riguarda, credo che valga la pena affrontarlo partendo da una prospettiva diversa.

Io e la mia organizzazione ti possiamo aiutare, come nessuno è in grado di fare sul mercato.

Al nostro valore.

Alessandro Di Fonzo
Franchising Giardinaggio

**Giardinieri Uniti per Valorizzare
la Nostra Professione e Accrescere
la Cultura del Verde In Italia**

info@franchising-giardinaggio.it

V E T R I N A

HUSQVARNA

**Fleet Services™ rende tutto semplicissimo
Quel che serviva ai professionisti del verde**



Husqvarna Fleet Services™ è la soluzione digitale progettata per i professionisti che devono gestire flotte di robot tagliaerba Husqvarna o altre attrezzature per la cura del verde. La piattaforma permette di connettere e gestire l'intero parco macchine, offrendo una panoramica costante tramite app o desktop. Grazie alla connettività integrata nei robot tagliaerba professionali, è possibile monitorare in tempo reale la loro posizione, lo stato di attività e ricevere notifiche immediate in caso di problemi, minimizzando le interruzioni e garantendo che ogni macchina lavori sempre al massimo dell'efficienza. Il sistema semplifica l'operatività quotidiana consentendo, ad esempio, di inviare comandi anche a più macchine contemporaneamente, come l'avvio, l'arresto o la modifica dell'altezza di taglio, senza dover essere fisicamente sul campo. Oltre al controllo, Husqvarna Fleet Services™ fornisce dati preziosi sulle prestazioni, come il registro degli errori e la cronologia delle attività.

AGRIBONGIOANNI

**Tiger 25D, il miglior alleato per gli scarti verdi
TS Industrie, la qualità al primo posto**

Il biotrituratore Tiger 25D di TS Industrie di Agribongioanni unisce efficienza e professionalità in un'unica macchina. Facile da trasportare con la patente di guida B, è ideale per la manutenzione del verde pubblico e privato. Il rotore misto composto da 2 lame e 8 martelli garantisce una triturazione ottima per qualsiasi tipo di legname fra legni duri o rami frondosi. La macchina è inoltre fornita di un sistema intelligente (TS.Cockpit) in grado di regolare automaticamente la velocità del rullo in base alla densità del materiale, così da garantire un lavoro continuo e senza intasamenti.



Lo scarico orientabile a 180° permette inoltre di controllare l'espulsione degli scarti. Sulla macchina viene installato il motore diesel Kubota 25 cavalli a 3 cilindri, conosciuto sul mercato per la sua affidabilità e ampia autonomia.

VOLPI ORIGINALE

**Gli ampi poteri di V.Battery
Perfetto assist anche all'ambiente**



V.Battery è la batteria ricaricabile progettata per funzionare su numerosi utensili prodotti e commercializzati da Volpi. Leggera, compatta, affidabile è la soluzione che rende ancora più semplice e vantaggiosa la scelta dello storico marchio Volpi Originale per tutto ciò che riguarda l'irrorazione, la potatura e la raccolta olive. Disponibile in due versioni – 14,4 Volt e 21,6 Volt – V.Battery è 100% compatibile con gli utensili Volpi predisposti, rappresentando una scelta unica sia per gli hobbisti sia per i professionisti. Con una sola batteria multi-utensile si ottimizzano i costi, si riducono gli ingombri e si ha sempre il massimo controllo delle prestazioni. Una soluzione orientata anche a ridurre l'impatto ambientale e favorire la sostenibilità del lavoro. V.Battery da 14,4 Volt, ideale per i lavori quotidiani, è compatibile con sprayer elettrici, forbici da potatura, legatralci e potatori a catena. V.Battery da 21,6 Volt è potenza e continuità per i lavori più intensi e funziona con forbici da potatura, potatori a catena, potatori a catena su asta, troncaremi a batteria, scuotitori per olive Super Bomber.

VESCO ITALY

Vesco Trackmower, trinciasarmenti al top
Potente, affidabile, capace di arrivare ovunque

Vesco Trackmower è il nuovo punto di riferimento nel mondo dei trinciasarmenti: potente, affidabile e progettato per lavorare dove gli altri non arrivano. Perfetto per lo sfalcio di erba alta fino a 1.5 mt e rami fino a tre cm di diametro. Il sistema di taglio a lame flottanti con larghezza di passata da 80cm è studiato per aree impervie, pendii, scarpate e zone pericolose, garantisce risultati eccellenti anche nei contesti più difficili. Il cuore di Vesco Trackmower è il suo esclusivo sistema di alimentazione ibrido, che combina un motore endotermico 4T ad alte prestazioni da 17 CV di potenza massima con due motori elettrici da 2.000 W totali. Questa tecnologia assicura un avanzamento estremamente fluido, una guida precisa al millimetro grazie agli encoder integrati e una potenza costante in ogni condizione. Un vantaggio reale e immediato.



ZANETTI MOTORI

ZDR 10033 FBRE «cambia, aggancia, lavora»
Il multifunzione diesel reversibile, versatilità assoluta

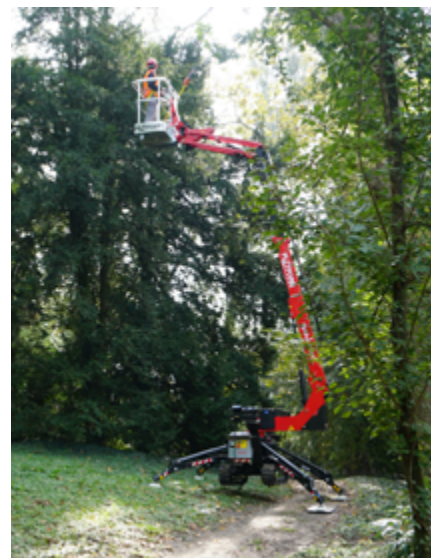
Progettato per superare i limiti dell'uso intensivo e professionale, il nuovo multifunzione ZDR 10033 FBRE di Zanetti Motori rappresenta la sintesi ideale tra robustezza meccanica e flessibilità operativa. Il suo cuore pulsante è un potente motore diesel da 474 cc e 7,5 kW. Il controllo e il comfort di guida sono totali, grazie alle stegole reversibili e antivibranti su cui sono integrati l'inversore rapido del senso di marcia e il blocco differenziale con freni. «Cambia, aggancia, lavora» in una manciata di secondi grazie al pratico sistema di innesto rapido (optional), la motrice si trasforma in pochi istanti passando dalla barra falciante mulching da 120 cm al gruppo fresa registrabile fino a 80 cm, fino alla gamma completa di accessori per l'inverno o la lavorazione del terreno.



PLATFORM BASKET

Spider 20.95, la solita icona per i 20 metri d'altezza
Dove la tecnologia la fa da assoluta padrona

Spider 20.95 Platform Basket è una piattaforma aerea cingolata in grado di raggiungere i 20 metri di altezza lavorativa. Dotata di tutte le migliori tecnologie disponibili sul mercato, così da poter offrire agli operatori prestazioni di classe superiore, la piattaforma Spider 20.95 è super leggera, di facile trasporto con rimorchi trainabili, proposta in tre versioni: base, elettrica ed ibrida. Un'icona nel segmento dei 20 metri di altezza lavorativa grazie alla sua leggerezza, al suo sbraccio, alla capacità di carico in cesta di 250 kg senza restrizioni di sbraccio. Spider 20.95 garantisce un'elevata altezza di superamento degli ostacoli, dotata di serie di stabilizzazione e richiusura automatica in sagoma, radiocomando per la traslazione e di comandi aerei d'emergenza, display con diagnostica di funzionamento a bordo della piattaforma. La macchina si distingue per l'assenza di tubazioni e cavi esternamente ai bracci, per le linee aria/acqua e 230 Vac disponibili in navicella e per la velocità proporzionale e modulabile in traslazione e per i movimenti aerei.





ZCS

**Ambrogio 4.50 PRO, il nuovo riferimento per le grandi aree
Il cuore è la lama a stella a 4 punte in acciaio temprato**

Progettato per chi pretende il massimo, Ambrogio 4.50 PRO di ZCS porta la robotica professionale a un nuovo livello. Con una capacità di lavoro fino a 80.000 m², 11 ore di autonomia, una larghezza di taglio di 84 cm e versioni 2WD e 4WD, Ambrogio 4.50 PRO ottimizza i tempi di manutenzione garantendo un manto erboso sempre uniforme e di elevata qualità. Le prestazioni parlano da sole fra 7.000 m² gestiti in sole quattro ore e 35 minuti e fino a 35.000 m² in 24 ore di lavoro continuo. Al centro del sistema di taglio c'è l'esclusiva lama a stella a 4 punte in acciaio temprato, riaffilabile e progettata per durare nel tempo. Garantisce un taglio netto e preciso, riduce lo stress dell'erba e mantiene costante la qualità del tappeto erboso. La versione 4WD affronta senza compromessi le condizioni più impegnative, grazie alla trazione integrale che permette di lavorare su pendenze fino al 60% e di mantenere prestazioni elevate anche in prossimità dei bordi, fino al 55%.

GRILLO

**Tutta la grande semplicità di FD450
Prestazioni top anche negli spazi stretti**

FD450 è il rasaerba idrostatico con piatto frontale Grillo, cesto da 450 litri di capienza, scarico del cesto a 170 cm di altezza da terra e 45 cm di sbalzo posteriore, bloccaggio differenziale, alte prestazioni ad elevata qualità di taglio e raccolta. L'innovativo sistema di taglio "Grillo Overblow" permette un'accelerazione del flusso aria-erba nel condotto di carico che aumenta notevolmente la capacità di carico anche in condizioni di forte umidità e allo stesso tempo riduce la rumorosità dell'intero sistema di taglio/raccolta. Il piatto frontale consente una perfetta visibilità sulla zona di taglio. La guida a volante, le dimensioni compatte e il ridottissimo raggio di sterzata rendono Grillo FD450 agile, con una guida semplice alla portata di tutti e allo stesso tempo con le doti necessarie per usi professionali in spazi ristretti. I comandi per regolare l'altezza di taglio e alzare il piatto, per sollevare e scaricare il cesto, sono a pulsante elettrico.



GRIN

**BIOCH50-82V, per un lavoro semplice e veloce
Grande produttività, sempre in tutta sicurezza**

BIOCH50-82V è il nuovo biotritratore a batteria Grin. Pensato per i privati esigenti che vogliono tritare le potature della siepe, del frutteto e dell'orto fino a diametri di 50 mm. Costruito con una struttura in acciaio molto robusta, è dotato di un motore a batteria Cramer, che permette un'autonomia media di 40 minuti di lavoro con una batteria da 8 Ah. Può ospitare anche due batterie, per aumentare l'autonomia di lavoro. Il sistema di triturazione Grin a disco di 280 mm, con due lame e otto martelli, permette di lavorare velocemente e finemente tutti i tipi di potatura per trasformarla in un'ottima pacciamatura per il vostro giardino. La struttura in acciaio garantisce durata e performance anche con un utilizzo intenso ed è studiata per essere molto maneggevole grazie alle grandi ruote Grip Grin antifuoristrada e alla pratica maniglia di trasporto. La tramoggia ampia e alta permette il carico di una buona quantità di materiale e la sicurezza dell'utilizzatore.



Il futuro del garden passa dalla sostenibilità della rete

Il concessionario garden è a un bivio. E con lui lo è l'intero settore.

Negli ultimi anni il mercato delle macchine per il giardinaggio ha vissuto una trasformazione profonda. Batterie sempre più performanti, elettronica, connettività, software di diagnosi, nuovi standard di sicurezza e aspettative crescenti dei clienti stanno cambiando prodotti, competenze e modelli di servizio. È un'evoluzione positiva, che apre nuove opportunità.

Ma impone una domanda: chi sostiene concretamente il costo di questa trasformazione? Nella maggior parte dei casi, il concessionario.

Una trasformazione che ha un costo

Fino a pochi anni fa, per gestire un'officina specializzata era sufficiente una solida competenza meccanica. Oggi non basta più. Servono conoscenze di elettronica ed elettrotecnica, capacità di utilizzare software e strumenti diagnostici, procedure specifiche per le batterie al litio, aggiornamento continuo sulle normative e investimenti costanti in attrezzature e sicurezza.

Questi costi sono indispensabili, ma spesso restano invisibili. Il cliente vede il prezzo della macchina, molto meno la struttura che rende possibile il servizio: la consulenza prima dell'acquisto, la preparazione e il collaudo, la disponibilità dei ricambi, l'intervento rapido di un tecnico formato, l'assistenza che accompagna il prodotto nel tempo.

Costi in aumento, margini in diminuzione

A questa trasformazione si aggiunge il problema della redditività. I costi aumentano, mentre i margini si riducono. Personale qualificato, formazione, energia, software gestionali, officine, trasporti, ricambi e capitale immobilizzato pesano sempre di più. Nel frattempo, l'e-commerce, le promozioni continue, le variazioni di listino e l'arrivo di prodotti elettrici di importazione cinese e indiana spingono il mercato verso una competizione quasi esclusivamente basata sul prezzo.



Il risultato è che al concessionario viene richiesto un servizio sempre più qualificato, ma gli viene riconosciuto uno spazio economico sempre più ristretto.

Anche il magazzino è diventato più rischioso. Chi investe per garantire disponibilità immediata delle macchine può vedere ridursi in pochi mesi il valore dello stock a causa di nuove promozioni o ribassi commerciali. È un meccanismo che penalizza proprio chi investe di più e che, nel tempo, rischia di produrre l'effetto opposto: minori scorte, tempi di consegna più lunghi e un servizio meno efficiente.



Una responsabilità condivisa

Non si tratta di contrapporre concessionari, produttori e importatori. Tutti operano in un mercato complesso, attraversato da innovazione, concorrenza globale e instabilità. Proprio per questo serve una responsabilità condivisa. Politiche commerciali più prevedibili, strumenti di tutela del magazzino, formazione accessibile e riconoscimento economico del post-vendita non sono privilegi: sono condizioni necessarie per mantenere solida la rete distributiva.

È qui che il ruolo associativo diventa decisivo. Da soli si resiste, insieme si può crescere. UNAGREEN vuole trasformare problemi individuali in questioni collettive, favorire il confronto tra imprese, costruire percorsi di formazione, rappresentare il settore e offrire strumenti concreti per affrontare il cambiamento.

La sfida dei prossimi anni

La vera sfida dei prossimi anni non sarà soltanto introdurre nuove tecnologie. Sarà garantire che esistano ancora imprese capaci di venderle, spiegarle, mantenerle e sostenerle nel tempo.

Il concessionario non è un semplice punto vendita. È il luogo in cui il prodotto diventa servizio, la tecnologia diventa affidabilità e il marchio costruisce la propria reputazione. Difendere la sostenibilità economica della rete non significa proteggere una categoria. Significa investire nel futuro dell'intero comparto garden.

Isabella Fontana - Responsabile della segreteria Unagreen

Marketing

MIG

Giardinaggio

Cronaca verde.

Scopri le novità del settore



ept.it



Seguici su @mgmarketinggiardinaggio

EIMA GREEN

Salone del Giardinaggio



TECNOLOGIE PER IL VERDE: DALLA PROGETTAZIONE ALLA CURA

Il salone del green, specializzato nelle macchine e attrezzature per il giardinaggio e la manutenzione di parchi, aree all'aperto e impianti sportivi, è l'anima verde di EIMA International. Si rivolge agli operatori professionali, agli esperti di gestione del verde ma anche al vasto pubblico degli hobbisti.



Con il supporto di



MINISTERO DELL'AGRICOLTURA
DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE
E DELLE FORESTE



EIMA Design Agricultural Future

10-14 novembre 2026