

MIG



N.272 - APRILE 2022 - MENSILE | EPT - Via P. Meloni, 11 - 37138 VERONA | www.ept.it | ept@ept.it



Leonardo Inverter ZBG 2000 iSE

L'energia inverter in un **CLICK**



Scarica la brochure

Leonardo Inverter



Scopri la gamma

Inverter



www.zanettimotori.com

IL MEGLIO, GIÀ NEL SERVICE

SCEGLI LA BENZINA ALCHILATA ASPEN

Ci prendiamo cura della salute, della macchina, dell'ambiente.

- Aspen è priva di piombo, benzene, idrocarburi aromatici, zolfo, ossia priva di elementi che possono provocare gravi conseguenze alla salute dell'operatore.
- Aspen contribuisce inoltre al benessere di chi la utilizza migliorando l'ambiente di lavoro.
- Aspen permette un avvio affidabile, un funzionamento regolare e una conservazione anche per lunghi periodi, senza deterioramenti del motore.





GRINDER INOX

**IL MULCHING
PROFESSIONALE
ANCHE PER
ERBA ALTA**

GRINDER INOX 52 VH
Honda GCVx200
Listino: 1.780,00 € iva inclusa



Manico ergonomico
25x2 mm

Leve
in tubo

Sgancio rapido

POWERED by
HONDA™

Regolazione
altezza di taglio
centralizzata

Trazione
professionale
in alluminio
con ingranaggi
in bronzo

Scocca speciale GRINDER
in acciaio INOX da
1,8mm

Ruote in metallo zincato
con doppio cuscinetto
a sfera stagno

Bullbar

100% Made in Italy

Grazie a tutti, di cuore. Per aver ricordato Dino Bellomi proprio per quel che era. In ogni telefonata, in ogni sms, in ogni telegramma, in ogni vostro pensiero. Non è facile scrivere di mio padre, adesso che non c'è più. Ma ogni immagine che conservo di lui so che è anche la vostra. Per quel che ha fatto, per quel che è stato, per il rispetto che ha sempre avuto di tutti. Per la sua onestà, per quelle strette di mano che ai suoi occhi valevano più di una firma, per quelle lunghe telefonate piene di sorrisi a parlar di lavoro ma anche a raccontare aneddoti uno dopo l'altro. Il vostro mondo era il suo. Le fiere che prima ha organizzato e che poi di fatto chiudeva quando ormai negli stand non c'era rimasto quasi nessuno e la sua era una delle poche macchine nel parcheggio, le lunghe chiacchierate a parlar d'affari ma non solo che io ascoltavo spesso divertita nell'ufficio a fianco, i rapporti di lavoro trasformati col tempo in vere amicizie. Se n'è andato in silenzio papà, come da sua abitudine. È sempre stato così lui. Riservato, anche timido, sempre a far parlar i fatti. Mai davvero a prendersi meriti. Il fai da te, poi il giardinaggio. La sua grande passione. Ed MG, il suo grande orgoglio. Trent'anni, dal primo numero di ottobre del '91, festeggiati giusto qualche mese fa. E lui sempre lì, a guidare tutti. A tracciare la strada, a guardare avanti, a lanciare idee. Gli veniva naturale, ragionandoci il giusto, sicuro di prendere la direzione più corretta. La sua grande opera sarà la straordinaria base da cui continuare a costruire il futuro di MG. Verrà spontaneo, giorno dopo giorno, guardarsi un attimo indietro e cibarsi di quelle radici così profonde. Della sua saggezza e della sua ironia, dei suoi sorrisi, del suo lavoro a testa bassa fino a sera, il portatile sempre acceso e l'ultima e-mail mandata quasi ad ora di cena, gli appunti sul tavolo. Non era mai troppo tardi. O troppo presto. Come se il tempo lo scandisse lui. Una lezione continua la sua, fino all'ultimo istante.

Elisabetta Bellomi



EPT

Editrice Periodici Tecnici sas

Direttore Responsabile

Elisabetta Bellomi
e.bellomi@ept.it

Direzione, Redazione, Amministrazione

Via Pietro Meloni, 11 - 37138 Verona
Tel. +39 348 3908541
www.ept.it - E-mail: ept@ept.it
Pec: ept@pec.it

Redazione

Alessandro De Pietro (a.depietro@ept.it)

Impaginazione

Studio MG

Pubblicità e Sviluppo

EPT

Tel. +39 348 3908541
www.ept.it - E-mail: ept@ept.it

Stampa

UNIDEA Srl - Via Casette, 31
37024 Santa Maria di Negrar (VR)

Socio effettivo

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIALE DI SETTORE

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

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

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

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

INFORMATIVA

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

IL RIVENDITORE AL CENTRO DELLA SCENA I VERI PROTAGONISTI SIETE VOI

Non solo il mercato. Anche e soprattutto le vostre opinioni, la vostra vita di tutti i giorni, la vostra storia, la vostra squadra. Dal primo all'ultimo, volti nascosti ma preziosissimi nel lavoro quotidiano.

Una nuova rubrica, dedicata interamente allo specialista, ogni mese a "vivere" fianco a fianco con voi. Col desiderio di conoscervi meglio, il dovere di pubblicare le vostre iniziative, l'orgoglio nel dar risalto al vostro lavoro, la passione di voler raccontare la vostra vita di tutti i giorni. Pubblicando le **foto del vostro punto vendita**, della **vostra officina**, del **voostro showroom**, dei **voostri dipendenti**. Dal primo all'ultimo, in unico scatto perfetto riassunto delle vostre giornate.

MG vuole entrare, in punta di piedi, nel vostro punto vendita. Dedicandovi spazio e attenzione. Un modo per identificarvi ancor di più nella nostra rivista, da sempre leader del settore.

Un modo per legarci a doppio filo ai rivenditori d'Italia, dai più giovani a quelli che sfogliano MG dal primo numero di ottobre del 1991. Un filo diretto continuo, senza sosta, animato dalle foto che ci manderete e dalle notizie che vorrete condividere con noi. Dai grandi punti vendita a quelli a conduzione familiare, tutti insieme lungo pagine che sarete voi ad animare con news, curiosità, fotografie che sintetizzeranno semplicemente il vostro mondo.

Bastano qualche riga di testo ed una foto per dipingere una storia.
E per rivedersi su MG.

Inviateci tutto ad **ept@ept.it**. Vi aspettiamo...

MG





a tu per tu

- 10 Gaetano Patierno**
Una vita, mille sfide

dalle aziende

- 21 Sabart**
School, il futuro è adesso
- 32 Husqvarna,**
sguardo al 2030
- 56 Brumar**
Challenge 2025, svolta-batteria
- 61 Marina Systems**
Rivoluzione Grinder
Il vero Made in Italy

federacma

- 26 C'è Sicura! Garden,**
la garanzia vale di più

il punto

- 34 Alessandro Fontana**
«I rivenditori? Ora più complici»

inchiesta

- 14 Motozappe**
ad alta frequenza

l'analisi

- 62 Online al galoppo,**
garden compreso

l'opinione

- 8 Rafael Tassera, AIPV**
«Esprimersi meglio per comunicare
davvero tutto il nostro valore»
- 58 Roberto Dose**
«Troppi rincari, clienti freddi
Ma il garden saprà reagire»

marketing verde

- 54 Alessandro Di Fonzo**
«L'offerta giusta? Quella alternata»

nuova rubrica MG

- 5 Il rivenditore al centro della scena**
I veri protagonisti siete voi

professionisti

- 28 Maria Cristina Taris**
«Prima la passione,
ma la competenza...»

rubriche

- 38 News**
- 22 Vetrina motozappe**
- 64 Vetrina**

scenari

- 46 Potere alle fiere,**
anche piccole

66 Tuttomercato

MARLINE

La benzina alchilata di alta qualità



PROTEZIONE
DELLA SALUTE



PROTEZIONE
DELL'AMBIENTE



PROTEZIONE
DEL MOTORE

-90%
emissioni
tossiche



Realizzata con un prodotto petrolifero molto puro e molto raffinata, l'utilizzo di Marline Premium permette l'emissione di inquinanti pericolosi inferiori del 90% rispetto alla benzina classica. Riduce la produzione di gas di scarico nocivi per l'ambiente. Compatibile con la maggior parte dei motori, può essere conservata per diversi anni (3 anni). Non aggressivo protegge il motore nel tempo ed è ideale per il rimessaggio di fine stagione. Fidati ed utilizza Marline Premium e farai un grande passo in avanti nella protezione della tua salute, del motore delle macchine che usi e nella protezione dell'ambiente.

Per informazioni e contatti :
guy@marline.fr - Cell: 339 1065 738

**Facilitare e proteggere
per prestazioni e tranquillità
sempre migliori**

Una crescita globale, capace di stuzzicare più corde. A tutti i livelli. Compresa la comunicazione, necessaria per dare i giusti messaggi e trasmettere all'esterno la reale fotografia del giardiniere e delle sue reali competenze

«ESPRIMERSI MEGLIO PER COMUNICARE DAVVERO TUTTO IL NOSTRO VALORE»

di Rafael Tassera, Delegato regione Piemonte

Uno degli scopi associativi fondanti di AIPV è stato da sempre quello di contribuire all'accrescimento del valore della figura del curatore del verde, attraverso una crescita personale e professionale, definendo dei codici comportamentali, etici e deontologici degli associati. Una delle iniziative principali in tal senso è stato lo sviluppo di regolamenti e disciplinari che ci permettessero di essere percepiti da istituzioni, committenza, altre maestranze ed opinione pubblica per ciò che realmente la figura del giardiniere dovrebbe rappresentare: una persona che racchiude in sé una vastissima varietà di competenze, che gli consentono di risolvere con successo i multidisciplinari casi che professionalmente è chiamata ad affrontare.

Botanica, agronomia, arboricoltura e fitopatologia sono forse le principali conoscenze di tipo biologico che dobbiamo possedere, ma non possiamo fare a meno delle nozioni basilari di progettazione del verde e degli impianti di irrigazione, così come di informatica e di meccanica delle attrezzature. Ma non solo, la conoscenza della normativa su sicurezza e salute, sugli aspetti amministrativi e gestionali, completano le competenze necessarie ad un professionista del verde per restare attivamente sull'odierno mercato del lavoro.

In definitiva tutte queste competenze rappresentano la capacità di unire conoscenze, a-



bilità e capacità personali, sociali e metodologiche, da utilizzare nello studio, nella pratica e nello sviluppo personale.

Va da sé che conseguire ed accrescere un simile bagaglio culturale non è cosa né semplice né immediata e quindi se **LA CRESCITA DI UN COMPARTO PASSA ANCHE DAL MODO DI COMUNICARE VERSO L'ESTERNO**, ecco che allora noi per primi dobbiamo iniziare a trasmettere la nostra professionalità ed il nostro vasto bouquet di competenze in modo adeguato.

Il primo e più importante metodo per raggiungere lo scopo è iniziare ad usare una terminologia corretta quando parliamo con la committenza, redigiamo preventivi, partecipiamo a bandi di concorso, scriviamo e parliamo sui social media o creiamo i contenuti del nostro sito internet.

Un cambiamento importante credo sia quello nella definizione del termine che ci rappresenta, da sempre: il manutentore del verde.

Per quanto non ci sia nulla di sbagliato in questa parola, la trovo riduttiva se pensiamo che chi è chiamato a lavorare col verde a vario titolo deve interfacciarsi con elementi vegetali vivi mentre una manutenzione, generalmente, si riferisce ad una pratica abitudinaria messa in opera da professionisti ed hobbisti in ogni ambito. Ciò prevede, come si evince dalla parola stessa, una abilità manuale unita ad una esperienza pregressa al fine di evitare un deterioramento precoce ed a garantire un buon funzionamento di un sistema, macchinario o nel nostro caso di un ambiente vegetale. Riduttiva, appunto.

Preferisco di gran lunga pensare ai Giardinieri come "Curatori del verde", un concetto più che una parola, che contempla al suo interno tutte le abilità, conoscenze e competenze sopraccitate ma nel quale sono sottintese anche le doti artigianali ed intellettuali che contribuiscono ad elevare una pratica prettamente manuale in un'espressione tipica della natura umana, costituita da visione, sensibilità, passione, competenza, empatia, consapevolezza e rispetto per ciò che si sta facendo.

Potrebbe sembrare un vezzo superfluo ma in realtà quelle tre parole comunicano a chi ci ascolta tutto un altro modo di porsi verso la natura e la nostra professione, infatti ci identificano come esperti più competenti in generale, ma che si prendono cura del verde con particolare attenzione.

Un altro esempio tipico del nostro gergo professionale è quello del termine "piantumare" che,

per quanto il vocabolario riporti come corretto, ho sempre trovato svilente soprattutto se paragonato al più poetico Mettere a dimora; stesso concetto ma che sottintende sfumature ben distinte.

La differenza la possiamo comunicare anche attraverso sinonimi che aiutino il nostro interlocutore a comprendere bene un concetto anche se è digiuno di conoscenze agronomiche specifiche. Ad esempio, se ci stiamo riferendo a potature abnormi o scorrette poiché non rispettose delle buone pratiche, anziché utilizzare il termine abusato "capitozzature", possiamo impiegare anche il concetto del taglio internodale, spiegando subito dopo cosa sono i nodi e perché è dannoso praticare tagli simili, in particolare se la sezione del taglio è eccessiva.

Questo ci permetterà di aiutare il committente a comprendere meglio la nostra proposta e contestualmente a trasmettergli un contenuto di valore legato a noi come professionisti competenti.

Possiamo sostituire, quando possibile, il termine prato con "tappeto erboso", così come taglio erba con "rasatura del tappeto erboso". Impariamo a specificare e comunicare le differenze che passano tra i servizi che offriamo, ad esempio puntualizziamo che la potatura di una siepe sarà "In forma obbligata" piuttosto che "in forma libera" o specifichiamo che rimuoveremo il "primo palco" di rami di un albero invece di tagliare i rami bassi o ancora che praticheremo dei "trattamenti fitosanitari" anziché disinfettare.

Piccoli accorgimenti che, uniti a profonda conoscenza dell'argomento e molta dedizione, ci aiuteranno ad essere percepiti come tasselli assolutamente fondamentali nella cura e gestione del patrimonio naturale nel quale abbiamo scelto di operare.



Un sognatore, ma ad occhi aperti. Fissi sulla realtà. Come Gandhi, come Leonardo. Immerso nei colori della sua Puglia, perfetta per ispirarlo. Zanetti Motori è un'altra partita vinta. Una delle tante

GAETANO PATIERNO

UNA VITA, MILLE SFIDE

Uomo tutto d'un pezzo **Gaetano Patierno**. Figlio d'antichi valori. Genuini come la sua terra di Puglia, come la sua famiglia. Una sfida continua la sua vita, anche prima di diventare il general manager di **Zanetti Motori** con la sua **Prai Group**. Sempre faccia a faccia col mercato, da tre generazioni. Coi problemi di tutti i giorni, con i freni del periodo. Sempre a cuore aperto coi rivenditori, sempre a guardare avanti. Meglio se respirando l'aria del suo amato mare, fra un libro di Neruda o di Garcia Marquez ed una telefonata di lavoro. Sempre a petto in fuori, sempre guardare tutti negli occhi. Quarantotto anni compiuti il 15 aprile, nato lo stesso giorno di Leonardo Da Vinci, l'innovazione nel sangue e tante idee in testa.

Patierno, com'è nata la scelta di chiamarvi Prai?

«In partenza la Prai è nata con lo scopo di distribuire ricambi, per cui l'acronimo di Patierno Ricambi Agricoli e Industriali».

Il prossimo vostro passo?

«Rilanciare la MAB, azienda di produzione di motocultivatori, motofalciatrici, motozappe, acquisita alcuni mesi fa».

I vostri progetti per il medio-lungo termine?

«La costruzione di un nuovo opificio industriale grande abbastanza per contenere le tre anime dell'azienda: Zanetti Motori, MAB e PraiParts. Più lo sviluppo di alcune nuove macchine innovative nel campo della piccola agricoltura e giardinaggio e l'espansione del mercato estero».

Quel che proprio non può mancare nel vostro rapporto col rivenditore?

«La condivisione dei problemi post-vendita, essenziale per mantenere il giusto stato di consapevolezza della qualità dei nostri prodotti e del servizio offerto».

Regola dell'imprenditore: dalle difficoltà possono nascere grandi opportunità.

A voi quando è successo?

«Einstein ha dichiarato che "Senza crisi non ci sono sfide, senza sfide la vita è routine, una lenta agonia". L'unica crisi minacciosa è la tragedia di non voler lottare per superarla. Per noi il momento più critico è stato il passaggio dal 2018 al 2019, uno sfortunato cambio del software gestionale aziendale più alcune defezioni per motivi di salute di alcuni



dipendenti-chiave e di contro un trend di crescita di fatturato da gestire hanno messo a dura prova tutto il team rimanente. Ma grazie alla grande forza di volontà, alla forte dedizione e ad un encomiabile spirito di squadra di chi è rimasto abbiamo superato anche questa sfida».

A proposito, il 2022 sarà davvero così complicato come sembra?

«Ritengo di sì, stiamo assistendo ad una continua destabilizzazione della supply chain, senza voler fare i complottisti. Ritengo che tutta questa incertezza negli approvvigionamenti sia il frutto di una manipolazione e speculazione su grande scala. A differenza della crisi del 2008, in cui ci fu una contrazione dei mercati e dell'offerta, dal 2021 stiamo assistendo ad un aumento della richiesta che vede sull'altro piatto della bilancia una contropartita preoccupante ed ingiustificabile di aumenti di costi delle materie prime, quasi senza precedenti. Inoltre la guerra in atto tra Russia e Ucraina non lascia intravedere nulla di buono all'orizzonte».

Possibile "rassicurare" in qualche modo il rivenditore? Come?

«Lo rassicurerei dando un consiglio: fare più magazzino e investire negli approvvigionamenti. Strano a dirsi, ma mai come in questo periodo a mio parere bisogna chiedere questo sforzo per rassicurare il mercato».

Il prodotto Zanetti in cui più s'identifica?

«Senza ombra di dubbio il generatore Leonardo Inverter, tanto semplice quanto innovativo».

La prossima grande partita sul mercato che vorrà vincere qual è?

«Sviluppare nuovi prodotti che rendano più semplici e brevi alcuni lavori che tutt'oggi richiedono tempo e fatica. Ci sono delle belle idee che andrebbero sviluppate...».

La più importante che invece ha già vinto?

«Aver raggiunto quote di mercato importanti, con il nostro brand Zanetti Motori che è ormai un marchio di riferimento nel settore dei motori e delle piccole macchine per l'agricoltura e il giardinaggio».

Il più grande insegnamento ricevuto? Chi gliel'ha dato?

«Mio padre: piedi sempre per terra e voglia di scoprire e mettersi in gioco. Sempre. Ed a qualsiasi età».



Il più grande che vorrà dare alle prossime generazioni?

«Restare fedeli a se stessi, non tradire mai le proprie ambizioni. Neanche per tutto l'oro del mondo. La felicità è costruire la propria vita con le proprie scelte, idee e ambizioni».

Il suo più grande orgoglio?

«Mia figlia Gaia».

Il viaggio indimenticabile?

«Ne ho fatti tanti, ognuno mi ha lasciato un piccolo segno. Forse quelli fatti per lavoro con mia sorella, nonché cofondatrice e socio dell'azienda. Una giusta alchimia di entusiasmo, complicità e voglia di conoscere».

L'angolo in cui ama rifugiarsi nei momenti di relax?

Il mare, quando posso, oppure passeggiare nella na-





tura. Qualunque sia. Una pineta, un campo aperto o anche accarezzare e godere delle fuse del nostro gatto Bea che mi fa compagnia al lavoro».

Può invitare a cena tre personaggi famosi, anche del passato. Chi sceglierebbe?

«Leonardo Da Vinci, Bettino Craxi, Mahatma Gandhi».

La sua Puglia più autentica qual è?

«La Puglia è un mix di paesaggi. Senz'altro il mare con il suo sublime profumo sprigionato dalle onde che si infrangono sugli scogli di Giovinazzo, località balneare a cui è legata la mia infanzia, piuttosto che le gravine molto simili a canyon, scavate dai corsi d'acqua piovana, del mio paese di residenza Gravina in Puglia. E poi le distese di ulivi secolari. E la Murgia, paesaggio carsico molto affascinante».

Le tre canzoni colonna sonora della sua vita?

«Don't stop till you get enough, Notte prima degli esami, Englishman in New York».

Il giorno più bello di tutti?

«In assoluto quando è nata mia figlia».

Il suo più grande difetto?

«Tanti, la testardaggine uno dei più grandi».

Si racconti in tre aggettivi...

«Sognatore. Sornione. Curioso».

Piatto preferito?

«I miei gusti cambiano come cambia il mio umore. Direi in ogni caso i piatti semplici della mia Puglia. Il

pancotto con verdure è comunque quello che gradisco in ogni stagione e in ogni stato d'animo».

Il suo più grande amico?

«Ne nominerei due: Luigi e Mimmo. Due caratteri diversi da me. Ci vediamo raramente, ma c'è una forte stima reciproca che lega me a entrambi e una grande complicità nonostante le grandi differenze tra il mio e il loro carattere. I classici poli opposti che si attraggono».

Come trascorre il tempo libero?

«Purtroppo ne ho poco. Quando posso mi dedico al nuoto, alle uscite fuori porta con la famiglia, alle passeggiate all'aria aperta».

Le grandi regole della sua vita?

«Una su tutte, mantenere intatta la propria coscienza».

La sua domenica ideale?

«Al mare d'estate, oppure in campagna con tutta la famiglia e gli amici».

Sport praticati?

«Nuoto e yoga i più assidui, poi bici e jogging».

Il suo podio fra gli sportivi di ogni epoca?

«Diego Armando Maradona, Federica Pellegrini, Pietro Mennea».

Pensiero sull'Italia fuori dai Mondiali?

«Una nazione che preclude le attività sportive ai ragazzini perché non vaccinati si merita di non partecipare ai Mondiali. In questi due anni di pandemia è emersa tutta la pochezza di chi ha in mano il futuro dei nostri figli. Nello sport come nella scuola».

I tre film più belli?

«L'avvocato del diavolo, I soliti ignoti, Quo vado».

E i tre libri?

«Direi i tre autori, prediligo i latino americani. Quindi Luis Sepulveda, Gabriel Garcia Marquez, Pablo Neruda».

Il riassunto della sua infanzia?

Un calcio alla noia tutti i giorni, mai fermi. Mille giochi tutti per strada, la mamma a svenarsi dal balcone implorando di rientrare in casa per cena. Mi mette tanta tristezza oggi vedere ragazzini rinchiusi in casa ammorbati su smartphone, tablet e playstation...».

PELENC

PROMOZIONI GREEN

tutte le informazioni su pellencitalia.com



GREEN

VALIDITÀ DAL 1 FEBBRAIO AL 30 GIUGNO

PROMOZIONI GREEN 2022



SU PELLENCITALIA.COM

SOFFIATORE DECESPUGLIATORE TAGLIAERBA TAGLIASIEPI TOSAERBA BATTERIE

LE NUOVE PROMOZIONI SU



pellencitalia.com | info@pellencitalia.com

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

Una riscoperta quasi naturale, su un terreno comunque già abituato ad accogliere una macchina il cui peso specifico è ulteriormente lievitato fra soluzioni di qualità, innovazioni tecniche ed una richiesta sempre più alta

MOTOZAPPE

AD ALTA FREQUENZA

Più che mai d'attualità la motozappa. Vivace, utilissima, moderna. Più quel retrogusto d'antico che non guasta mai. Bel periodo, un trend piuttosto chiaro, un domani a tinte colorate. E novità di valore, miscelate in un contesto fertile. Come la terra in cui da sempre amano immergersi. Con fierezza e rispetto.

MOMENTO-MERCATO. Sta bene la motozappa. «Con la pandemia», il punto di Andrea Tachino, responsabile commerciale di **Active**, «sono tornate in auge abitudini che si stavano lentamente abbandonando. Una di queste è sicuramente la coltivazione e la cura dell'orto, motivo per cui i numeri di vendita delle motozappe sono cresciuti in maniera considerevole».

«Il mercato delle motozappe», spiega l'ufficio marketing di **Blue Bird**, «è stabile nei suoi numeri da molti anni. L'eccezione, come per molte altre tipologie di prodotti, è stata il 2021, che ha visto un incremento sensibile delle vendite. Possiamo testimoniare che anche la nostra esperienza conferma questo andamento».

«Il mercato dopo qualche anno di calo o di leggera stabilità», evidenzia Alessandro Barrera, responsabile commerciale di **Brumar**, «ha ripreso fiato e nel 2021 ha fatto registrare una crescita sostenuta. Anche in questo caso l'esigenza di passare più tempo nella propria abitazione ha portato l'utente a dedicarsi maggiormente alla coltivazione di ortaggi per gustarne maggiormente la qualità e nel frattempo risparmiare».

«La motozappa **Brumi**», la premessa del direttore marketing Dario Zappalà, «è un brand a sé. È il nostro prodotto "storico", apprezzato, a ragione, ai limiti del fanatismo dalla nostra clientela da oltre cinquant'anni. Il momento ci appare decisamente florido, perché sembra essersi risvegliato l'interesse per le macchine di qualità, dopo qualche anno maggiormente all'insegna dell'iperconsumismo e di soluzioni quasi "usa e getta". Quantomeno l'utenza professionale sembra tornare al prodotto di qualità, italiano, il cui investimento per l'acquisto è ampiamente ammortizzato dai lunghi anni di servizio».

«La vendita di motozappe», osserva Nicolò Conti, dell'ufficio marketing di **Einhell Italia**, «nei primi mesi del 2022 è in linea con l'anno scorso. Rispetto al 2020 le vendite in pezzi sono raddoppiate».



«Nel corso del 2021», la fotografia di Giovanni Masini, marketing director di **Emak**, «il mercato delle motozappe sia professionali che, soprattutto, ad uso domestico, hanno conosciuto una stagione molto favorevole, coincidente anche con le maggiori restrizioni date dalla pandemia e, quindi, al maggior tempo dedicato alla cura del verde e dell'orto privato. In questo contesto Emak ha fortemente incrementato le proprie vendite, con un tasso di crescita del +50%».

«È da circa due anni», riferisce Diego Dalla Vecchia, responsabile marketing e della comunicazione di **Fiaba**, «che i segnali di crescita sono particolarmente evidenti. L'utenza domestica ha riscoperto, specie durante il lockdown, la gestione sia del verde domestico che la cura dell'orto».

«In un periodo non facile come quello del covid», osserva Enrico Murgo, responsabile vendite di **Pa-sbo**, «molte persone hanno deciso di tornare alla terra. Questo fa sì che ci siano maggiori richieste delle nostre motozappe, che rappresentano al meglio il made in Italy. Tutti i particolari delle nostre motozappe vengono realizzati all'interno dei nostri stabilimenti, e questo si traduce in un maggiore controllo su ogni singolo componente, e di conseguenza una maggiore qualità del prodotto finito». «Il segmento della motozappa», rileva Valeria Saluzzi, responsabile marketing di **Prai**, «come del resto tutto il settore dell'agricoltura-giardinaggio negli ultimi due anni, ovvero nella cosiddetta era "covidiana", s'è registrato un inaspettato andamento positivo con un aumento considerevole delle vendite».

«Dopo alcuni anni di stabilità», lo scenario di Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «il 2021 è risultato un anno di crescita importante delle vendite di motozappe. Evidentemente la pandemia ha aiutato i clienti a dedicare maggiore cura all'orto di casa e non a caso questo trend risulta essere positivo già dal 2020».

LE PIÙ GETTONATE. La giusta offerta, tante macchine sul piatto. E varie strade. «Noi ci concentriamo soprattutto sui segmenti domestico e semi-professionale. I modelli più venduti», la panoramica dell'ufficio marketing di **Blue Bird**, «sono quelli di fascia semi-professionale, in cui proponiamo delle macchine ad un livello di prezzo accessibile anche al privato, ma in grado di gestire anche lavori pesanti su tipologie di terreno particolarmente impegnative, grazie alla solidità della trasmissione ad ingranaggi in bagno d'olio».



Un nuovo concetto di tosaerba



RAYMO è un tosaerba professionale totalmente elettrico.

Rappresenta la soluzione ai problemi relativi a rumore, emissioni, sicurezza dell'operatore, manutenzione dei pendii e costi di esercizio e gestione dei professionisti del verde.



OBERTO

OBERTO S.R.L.

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

Tel. +39 0172 60216

info@oberto.eu • www.oberto.eu

«Senza alcun dubbio», osserva Valeria Saluzzi di **Prai**, «la macchina a benzina è la protagonista indiscussa del mercato agricolo e non, soprattutto i modelli che appartengono alla fascia hobbistica e semiprofessionale. Mentre la macchina alimentata a batteria è quella che maggiormente incalza nel gardening prettamente domestico che non richiede grandi prestazioni».

«Come spesso accade nel nostro settore, dove il prezzo è sempre un argomento molto rilevante, anche per le motosappe», evidenzia Andrea Tachino di **Active**, «la richiesta si è concentrata molto sui prodotti più economici, spesso quelli di importazione cinese. Gli utilizzatori finali, per lo più privati e hobbisti, cercano la motosappa semplice monomarcia o con cambio due marce avanti e retromarcia. Le nostre macchine più vendute, sono appunto il modello AC450 con trasmissione dotata di vite senza fine, fresa da 60 cm e il modello AC800 con cambio meccanico, trasmissione a cinghia e fresa da 80 cm».

«Le macchine per uso privato e domestico sono quelle oggi più ricercate. Per quanto riguarda **Emak**», rileva Giovanni Masini, «particolari soddisfazioni sono arrivate dalle motosappe Bertolini 155 e 195S, per utenti privati che devono preparare orti o aiuole in previsione della semina. Questi modelli si caratterizzano per una eccellente combinazione di maneggevolezza e facilità d'uso».

«Nel nostro caso **Stihl**», la panoramica di Francesco Del Baglivo, «offre una gamma di cinque modelli che rispondono a clienti con esigenze diverse dovute anche a differenti territori di utilizzo. La serie MH 445/R vanta due modelli per uso non professionale e che si adattano a superfici di piccola e media dimensione. La serie MH 600 è

la più apprezzata perché risponde alle esigenze di chi utilizza la motosappa su fondi duri e impegnativi di media dimensione. La MH 700 è ricercata da clienti che operano sulle grandi superfici grazie ad una larghezza operativa molto ampia».

«Il modello più ricercato», evidenzia Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «è la zappatrice elettrica GC-RT 7530 da 750 W, ultra compatta ideale anche per gli spazi di giardino più piccoli, orti, appezzamenti di terreno».

«C'è stata una ripresa sia nel settore hobbistico che semiprofessionale, ma certamente macchine piccole e maneggevoli ad un prezzo appetibile sono quelle più ricercate».

Nella gamma Pubert, da noi distribuita in esclusiva, le macchine più vendute», spiega Alessandro Barrera di **Brumar**, «sono la piccola NANO 20R con motore Pubert e larghezza di lavoro 20>46 cm, con una velocità avanti. Molto apprezzata anche la MESO 30B C2 con motore B&S e larghezza di 55 cm, con una velocità avanti e retromarcia. La macchina ha vinto il premio innovazione due anni fa alla fiera internazionale di Savigliano».

«La serie "Simplex", le motosappe cioè top di gamma, con ingranaggio a bagno d'olio e con le motorizzazioni più potenti», il quadro di Dario Zappalà di **Brumi**, «sono anche quelle più longeve e restano le preferite dalla nostra utenza. Copriamo bene anche la fascia entry level, sempre tra i prodotti professionali, ma Brumi è maggiormente associata a quel tipo di macchina di eccellenza meccanica».

«Oggi credo si stiano cercando macchine di dimensioni medio-piccole anche per una questione di rimessaggio. Ovviamente», precisa Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «specie per ci si affaccia a questa tipologia di macchine per la prima volta c'è attenzione su praticità del prodotto e sicurezza».

«A differenza di tanti anni fa», evidenzia Enrico Murgò di **Pasbo**, «abbiamo notato un aumento nelle richieste di motosappe leggere, motorizzate a benzina, anche se il diesel continua a primeggiare. L'utente finale in ogni caso chiede sempre e comunque un mezzo affidabile e duraturo».

LA VERA DIFFERENZA. Mille vie, vari valori aggiunti. «Il covid», ribadisce Andrea Tachino di **Active**, «ha certamente influito sull'aumento della domanda di mercato per questi prodotti che, negli ultimi anni erano stati un po' abbandonati. La cura degli spazi verdi e lo sfruttamento delle aree agricole, riconsiderati e valorizzati durante i vari lock-



Blue Bird
un passo
avanti
nel futuro



www.bluebirdind.com



TAURUS H51 TWS

Motore Honda GCVx200 - 201 cc
Ampiezza di taglio 51 cm
Altezza di taglio 6 pos. da 2.5 a 7.5 cm
Regolazione altezza centralizzata
Scocca acciaio robusto di alta qualità
Sacco raccolta erba 70 lt
Trazione
Accessori inclusi:
mulching kit scarico laterale
Peso netto 47 kg



TAURUS H46 TWS

Motore Honda GCV170 - 166 cc
Ampiezza di taglio 46 cm
Altezza di taglio 6 pos. da 2.5 a 7.5 cm
Regolazione altezza centralizzata
Scocca acciaio robusto di alta qualità
Sacco raccolta erba 60 lt
Trazione
Accessori inclusi:
mulching kit scarico laterale
Peso netto 33 kg

Fabbrica motori dal 1978

Blue Bird
Industries



down, stanno portando ancora grosse richieste di motozappe. Inoltre, gli ottimi prodotti proposti sul mercato a prezzi molto accessibili e oltremodo apprezzati sia a livello estetico che tecnico, hanno contribuito alla spinta nelle vendite».

«Per quanto ci riguarda», il fermo immagine di Alessandro Barrera di **Brumar**, «l'aver scelto un produttore francese, numero uno dei costruttori di motozappe al mondo, ci permette di offrire un prodotto di alta qualità al giusto prezzo, con contenuti tecnologici all'avanguardia, come la trasmissione a catena ideata e prodotta al 100% da Pubert, che garantisce durata, sicurezza e bassa manutenzione. La cura estetica ed il comfort sono tenuti in evidenza, il che rende accattivante un prodotto che fino ad anni fa era visto come un prodotto pesante e poco appetibile per il privato».

«Certamente», la chiave di Dario Zappalà di **Brumi**, «il ritorno al biologico e ad un'agricoltura peculiare dei territori. La valorizzazione delle coltivazioni caratteristiche - si veda ad esempio la cosiddetta "agricoltura eroica", in grado di fornire tipicità agroalimentari di grande pregio e unicità - è probabilmente la ragione principale della rivincita della motozappa sul trattore e su altre macchine più centrate per l'agricoltura estensiva».

«Negli ultimi anni il desiderio e la ritrovata passione per il fai da te, anche in giardino», il parere di Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «ha fatto sì che anche il mercato delle motozappe abbia avuto un balzo in avanti. Inoltre la scoperta della batteria nel giardinaggio ha aumentato la richiesta di macchine a batteria, come ad esempio le zappatrici».

«Penso che il principale valore aggiunto», lo scenario di Giovanni Masini di **Emak**, «sia stato lo sviluppo di modelli sempre più concepiti per un uso privato e domestico e meno agricolo per aree di medio-grandi dimensioni: macchine più compatte, manovrabili e maneggevoli e anche più versatili in termini di utilizzo. Anche la politica dei prezzi ha seguito questo trend rendendoli prodotti sempre più alla portata di utenti privati».

«Come costruttori di motozappe», sottolinea Enrico Murgo di **Pasbo**, «facciamo parte della filiera agroalimentare. E la cultura alimentare nelle persone è aumentata negli anni. Basti pensare che una volta il cliente finale era prevalentemente il professionista di settore, a differenza di oggi dove anche il privato si sta dedicando con maggiore frequenza alla cura del campo agricolo».

«Il rapporto qualità-prezzo» sostiene Valeria Saluzzi di **Prai**, «ha decisamente incoraggiato le vendite insieme alla compattezza, alla leggerezza, alla versatilità di utilizzo ed alla sempre maggiore affidabilità delle nuove macchine».

«Lo scorso anno», la panoramica di Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «abbiamo introdotto i nostri due modelli di punta MH 600 e MH 700. Entrambi si adattano perfettamente ai terreni molto duri presenti in particolare nel centro e sud Italia. La chiave di successo è stata appunto quella di offrire il prodotto giusto ad un prezzo coerente con le aspettative del cliente».

IL TREND. Marcia veloce la motozappa, con passo sicuro. «La richiesta del cliente finale», garantisce Enrico Murgo di **Pasbo**, «continua ad essere rivolta ad un prodotto sicuro e garantito negli anni, che possa soddisfare tutte le sue esigenze. Fondamentale è il servizio post vendita offerto ai clienti da tutti i nostri concessionari, che hanno sempre disponibili ricambi e accessori originali».

«L'inizio di stagione per **Active**», il punto di Andrea Tachino, «è molto positivo in termini di vendite, forti di una buona raccolta ordini nei mesi finali del 2021, ma considerando la situazione mondiale molto delicata, non è possibile sbilanciarsi e fare previsioni. Se il trend annuale rispecchiasse i risultati dei primi tre mesi, saremmo molto soddisfatti, ma come anticipato prima, per gli ovvi motivi che riguardano il mondo intero sia a causa della pandemia che della guerra in corso, dobbiamo essere realisti e sapere di dovere affrontare mesi molto impegnativi».

«Nel mercato lo scoppio e l'elettrico sono ancora dominanti», la premessa di Nicolò Conti di **Einhell Italia**, «ma la nostra zappatrice a batteria GE-CR 30 Li - Solo sta riscuotendo un ottimo successo, grazie anche all'avvento di orti solidali e orti in città, sempre più attenti al lato green del lavoro».

«Nel corso degli ultimi due anni», spiega Francesco Del Baglivo di **Stihl Italia**, «il mercato ha un trend positivo che ci auguriamo possa proseguire anche in futuro. Costatiamo che le persone stanno

solo®
by **AL-KO**



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



www.alko-garden.it



ritornando a coltivare gli orti e a lavorare il terreno come fonte di prodotti genuini non trattati».

«Prevediamo che il trend di crescita della motosappa», il quadro di Giovanni Masini, marketing manager di **Emak**, «proseguirà nel futuro. Anche se le tutte le limitazioni sulla mobilità derivate dalla pandemia cesseranno prossimamente, l'abitudine alla cura dei propri spazi e alle coltivazioni domestiche sarà un fenomeno che continuerà a consolidarsi».

«Negli ultimi due anni la domanda è molto cresciuta ed il mercato», osserva Alessandro Barrera di **Brumar**, «si sta adeguando a proporre motosappe sempre più performanti, ma leggere, maneggevoli e poco ingombranti. Con Pubert noi offriamo una gamma completa di ben sedici modelli per coprire tutte le esigenze di coltivazione».

«Nonostante i rincari dei costi della materia prima, delle fonti energetiche e non solo, l'attuale trend è ancora in crescita», il fermo immagine di Valeria Saluzzi di **Prai**.

«Di fronte ad un continuo aumento dei prezzi che riguarda per certo ogni tipo di materia prima e dei trasporti, specie da e per l'oriente», la premessa di Dario Zappalà di **Brumi**, «il mercato individua nel prodotto nazionale una soluzione che torna ad essere concorrenziale e competitiva nei prezzi e, certamente, di maggior qualità. Il nostro made in Italy, mai passato di moda, è adesso ancor più appetibile e alla portata di tutti».

ASPETTATIVE 2022. Anno strategico, non facile. Con orizzonti in gran parte ancora da delineare. «Per il 2022», la previsione di Nicolò Conti, dell'ufficio marketing di **Einhell Italia**, «ci aspettiamo un aumento delle vendite per tutti i mercati legati al garden. Soprattutto per le motosappe, una nicchia di mercato che però negli ultimi anni ci sta dando innumerevoli soddisfazioni».

«Ci siamo dati obiettivi importanti», la proiezione di Andrea Tachino, responsabile commerciale di

Active, «soprattutto in considerazione dei notevoli investimenti che l'azienda sta facendo per lo sviluppo di nuovi prodotti, ma anche per l'innovazione produttiva su cui stiamo puntando molto, per renderci sempre più autonomi e per continuare a promuovere il nostro autentico made in Italy. Le aspettative per il 2022 sono elevate».

«Per il 2022», sottolinea l'ufficio marketing di **Blue Bird**, «ci aspettiamo almeno di mantenere la crescita acquisita lo scorso anno. I feedback che abbiamo ricevuto dal mercato sono più che positivi». «I primi segnali del 2022», conclude Alessandro Barrera, responsabile commerciale di **Brumar**, «continuano ad essere positivi e la domanda molto vivace. Ci aspettiamo numeri ancora in crescita, nonostante l'aumento di prezzo dovuto alla situazione internazionale, da noi un po' più contenuto visto la produzione Made in France».

«Il trimestre», il primo bilancio di Dario Zappalà, direttore marketing di **Brumi**, «è iniziato in modo molto positivo, con ottimi riscontri per noi in termini di sell-in sul canale rivendite. Purtroppo la siccità che ha colpito le zone del centro-nord Italia ha frenato il sell-out e ciò potrà far slittare di qualche settimana i riordini. Nulla di preoccupante, specie in considerazione dell'innalzamento della quantità e qualità della domanda».

«Il settore della meccanizzazione agricola è in continuo cambiamento», il passo in avanti di Enrico Murgio, responsabile vendite di **Pasbo**, «per questo abbiamo diversi brevetti esclusivi che rendono sempre attuali le nostre macchine, come ad esempio il doppio comando, che consente all'utilizzatore del mezzo di arrestare la macchina in maniera più comoda e sicura».

«Auspichiamo un 2022 più promettente o per lo meno che rispecchi il 2021 Ovviamente», conclude Valeria Saluzzi, responsabile marketing di **Prai**, «questo dipenderà dagli eventi politico economici che si andranno ad avvicinare. Non resta che incrociare le dita».

«Le aspettative», il punto di Francesco Del Baglivo, product marketing manager di **Stihl Italia**, «sono legate alla disponibilità delle motosappe che le aziende riusciranno a consegnare al mercato. Oggi stiamo affrontando una situazione poco stabile, ovvero la domanda è maggiore rispetto l'offerta. Le ragioni di questa situazione sono la pandemia e l'instabilità geopolitica mondiale che stanno creando dei "colli di bottiglia" che non permettono un giusto equilibrio tra domanda e offerta». Forte la motosappa, in ogni caso. Da sempre.



L'azienda è sempre più al fianco del cliente, anche nel processo di transizione digitale fra corsi formativi e formazione tecnica più una app che permetterà di inserire ordini direttamente dal proprio smartphone. Attiva anche senza rete

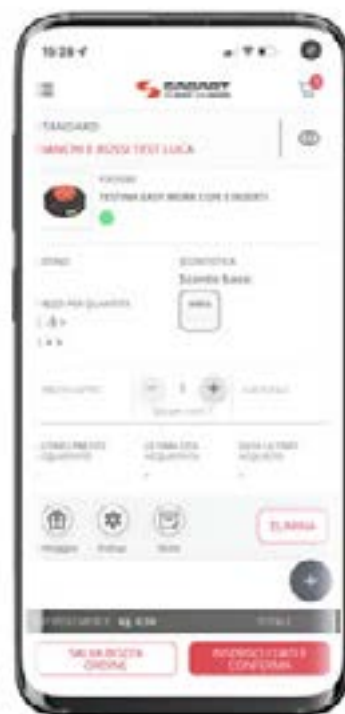
SABART SCHOOL, IL FUTURO È ADESSO

In questo particolare periodo storico è emersa l'importanza del digitale come salvagente per le aziende che desiderano sopravvivere alla concorrenza e ampliare le proprie opportunità di business. Sabart sa bene che la transizione digitale non è più procrastinabile, ma che può diventare un pericoloso boomerang se non viene affrontata nel modo corretto. È da questa consapevolezza che Sabart ha deciso di puntare sui servizi digitali a favore dei propri clienti, offrendo gli strumenti e le competenze necessarie per incrementare le vendite online e offline.

Proprio da questo presupposto è nata **Sabart School**: un'Accademy dedicata a tutti i clienti

Sabart con un'offerta formativa che prevede video lezioni e appuntamenti in aula per imparare ad appropciare le vendite online o i prodotti più complessi, che necessitano di formazione tecnica, come, ad esempio, le macchine per l'affilatura automatica di Markusson. Tutti i corsi prevedono il rilascio di un attestato e sono tenuti da specialisti e professionisti del settore.

Sulla scia dello stesso fil rouge, Sabart ha arricchito il proprio sito (www.sabart.it) con i contenuti del nuovo blog aziendale. Articoli dal taglio tecnico e tutorial che offrono nozioni utili per il lavoro, che i rivenditori possono a loro volta trasferire ai clienti finali confermandosi punti di riferimento preziosi durante il processo di acquisto. La **Sabart School** e il blog aziendale si affiancano alla nuova **Sabart App** (già disponibile per gli area manager di Sabart e in fase di sviluppo per i clienti), che permette di inserire ordini direttamente tramite il proprio smartphone scansionando il codice a barre del prodotto e controllando in tempo reale disponibilità e prezzi. L'app funziona anche in assenza di rete garantendo quindi un **servizio h24 sempre attivo**.



BLUE BIRD

**MTH 60 fra leggerezza, compattezza e maneggevolezza
Macchina per tutti, con prestazioni davvero super**

La motozappa MTH 60 è un prodotto leggero, compatto, maneggevole, potente e affidabile. La macchina è dotata di motore Honda GCVx170 caratterizzato dalla robustezza, leggerezza, ridotti consumi e basse emissioni, adatto ai lavori dove è richiesta un'elevata potenza grazie alla sua cilindrata di 166 cc. Le prestazioni professionali accoppiate alla facilità d'uso offrono la possibilità di utilizzare il prodotto a chiunque. La motozappa è dotata di frese da 60 cm con un diametro di 30 cm e di una robusta trasmissione centrale con ingranaggi a bagno d'olio. Il prodotto presenta inoltre stegole particolari (orientabili in altezza grazie all'apposito sistema di regolazione) dove sono raccolte tutte le principali funzioni del prodotto. La leva frizione aziona il moto delle frese e l'avanzamento e il manettino acceleratore.

ACTIVE

**AC1000, la più professionale di tutta la linea
Grandi prestazioni in tutta serenità**

La motozappa AC1000 è il modello più professionale della gamma Active. Cambio ad ingranaggi due marce avanti e retromarcia, con frizione a bagno d'olio, motore 212cc STAGE V, da 3.6kw/3600 rpm. Ampiezza di lavoro registrabile da 70 a 100cm, ideale per tutti i terreni. Anche i più duri. Le ruote tractor in dotazione si assemblano direttamente sulla fresa, senza alcun bisogno di dover smontare questa dall'assale. Tutto ciò rende le operazioni di trasporto e spostamento della macchina molto confortevoli e semplicissime. Assolcatore mobile acquistabile separatamente come optional.

BERTOLINI

**195 S, il top per l'utilizzatore privato
Grande manovrabilità, sicurezza garantita**

La motozappa 195 S di Bertolini è stata progettata per l'utente privato che esige il massimo: zappare e sarchiare un piccolo orto domestico sono le attività ideali per questo tipo di macchine. I potenti motori e i robusti coltelli permettono di affrontare senza difficoltà anche le sfide più importanti. La presenza della retromarcia garantisce anche all'utilizzatore meno esperto un'ottima manovrabilità e il massimo del comfort durante la lavorazione del terreno. L'attenzione progettuale riservata a queste macchine permette all'operatore di lavorare sempre nella massima sicurezza, anche quando poco avvezzo all'uso di queste macchine. Il cambio è a due velocità, una avanti e una indietro, la fresa 82 cm è restringibile a 55 cm, con dischi laterali di protezione; le stegole sono regolabili verticalmente e orizzontalmente.



ZANETTI MOTORI

Stegole con sistema ESL e filtro aria tre stadi snorkel ZBT 70.21 SC è subito protagonista

Zanetti Motori con la nuova ZBT 70.21 SC entra nel mercato della macchina professionale dalla porta principale, pronta a soddisfare i bisogni di tutti, anche dei più esigenti. Tanti i dettagli che fanno la differenza e che in termini di affidabilità ed ergonomia d'uso fanno di questa macchina la best in class della Zanetti motori e non solo. Larghezza di lavoro massima di 102 cm registrabile, motore benzina 212cc, robusto cambio ad ingranaggi 2+1, carter fresa in ghisa sferoidale a prova dei terreni più ostici, frizione multidisco in bagno d'olio, inoltre, filtro aria a 3 stadi con snorkel e cartuccia filtro sulle stegole, vaschetta bagno d'olio semitrasparente in posizione ottimale che protegge il motore anche negli ambienti di lavoro più polverosi, e infine, stegole con dispositivo ESL (Easy Shift Lever) che permette di regolare e fissare in qualunque posizione d'uso le stegole in modo semplice e facilitato, attraverso l'azione manuale di una leva al manubrio. In dotazione due Ruote Tractor, utili per ogni tipo di spostamento.



BRUMAR

Meso, la garanzia Pubert prima di tutto L'innovazione sempre al primo posto

Innovazione è la parola d'ordine di Meso, la motozappa prodotta Pubert e distribuita in Italia dall'astigiana Brumar. Fiore all'occhiello è la trasmissione a catena con compatta scatola ad ingranaggi in acciaio, marcia avanti e retromarcia brevettata. Alberi montati su cuscinetti a sfere e lubrificati con grasso garantiscono un perfetto movimento tra gli ingranaggi e la catena di trasmissione. La velocità di rotazione in marcia avanti è di 115 g/min, mentre la velocità in retromarcia con sistema meccanico a comando sul manico è di 54 g/min. La preparazione della macchina è estremamente semplice (tra 5 e 10 minuti) ed anche il peso di 39 kg è molto contenuto e permette una grande maneggevolezza di utilizzo. Larghezza di lavoro da 55 cm, profondità di fresatura di 28,5 cm, motorizzazione da 127 cc, manico regolabile in altezza e lateralmente, ruota di trasporto anteriore retrattile, lo sperone di profondità altri sensibili valori aggiunti.



PASBO

G94, la differenza è nei dettagli Il valore del doppio comando brevettato

G94 è uno dei punti fermi dell'offerta Pasbo, con stegola di guida orientabile a seconda delle esigenze, in alto in basso, a destra e a sinistra e bloccabile in qualsiasi posizione. Leva antinfortunistica per l'innesto ed il disinnesto della frizione, fresa (asse da 30 cm) a sei elementi con possibilità di allargamenti. Sistema di doppio comando brevettato, tirando la leva il gruppo fresa si ferma all'istante e il motore rimane in moto. Timone fisso oppure snodato a seconda dell'esigenza di fresatura. Trasmissione a tre marce avanti più retromarcia ad ingranaggi in bagno d'olio. Carter fresa in ghisa, frizione conica in bagno d'olio o multidisco a secco.



STIHL

MH 600, perfetta per medie dimensioni Il massimo risultato col minimo sforzo

La motozappa Stihl MH 600 rappresenta il prodotto di punta della gamma. Equipaggiata con un potente motore Stihl EHC 600 da 212 cm³ che sviluppa la potenza di 6 CV. Adatta per applicazioni impegnative su fondi duri ed è indicata per terreni di medie dimensioni. Possibilità di selezionare individualmente la velocità tramite due marce in avanti e una retromarcia. La stegola di comando permette la regolazione laterale e in altezza per adattare facilmente la motozappa alla statura dell'utente e all'applicazione. La larghezza operativa massima è di 78 cm ed è regolabile, la ruota di trasporto anteriore è ritraibile. La motozappa MH 600 utilizza un filtro a bagno d'olio per impieghi in ambienti polverosi. Il set di zappatura ha un diametro di 31 cm, peso complessivo della macchina di 68 kg. La solida scatola del cambio è in alluminio con scarico dell'olio ed è azionata da una cinghia a V. La trasmissione all'interno del cambio avviene tramite una catena.



GRILLO

Princess MP3 PRO, praticità fa rima con affidabilità Mix perfetto fra manovrabilità e robustezza

Le motozappe Princess sono affidabili, sicure e ben bilanciate. Grillo Princess MP3 PRO coniuga i vantaggi e la manovrabilità delle motozappe con trasmissione cinghia-catena con l'efficacia e la robustezza della fresa ad albero esagonale delle motozappe più professionali. Due marce avanti e retromarcia. La fresa larga 97 cm e con diametro delle zappe di 33 cm è composta da sei stelle di zappe e dischi laterali. La leva dell'avanzamento presente sul manubrio, quando premuta, avvia la rotazione delle zappe. Rilasciando la leva, le zappe si fermano immediatamente ed il motore rimane in moto. Massima praticità e sicurezza. Il cambio a due marce più retromarcia è meccanico ad ingranaggi in bagno d'olio, la leva del cambio è sempre a portata di mano. Grillo Princess MP3 PRO è dotata di motore benzina GX 200 Honda oppure del nuovo Loncin G200FA, anch'esso a benzina. Motori di ultima generazione con le migliori caratteristiche per l'uso agricolo tra cui l'ottima coppia già a bassi regimi.

EINHELL

GE-CR 30 Li - Solo, di casa su piccole e medie superfici Garanzia Power X-Change, senza compromessi

La zappatrice Einhell a batteria GE-CR 30 Li - Solo è un aiuto pratico e maneggevole per smuovere il terreno di piccole e medie superfici. In quanto componente della gamma Power X-Change viene azionato da due batterie da 18 Volt. La macchina utilizza un motore Einhell senza spazzole. Quattro frese robuste rendono possibile una larghezza di lavoro di 300 mm ad una profondità fino a 200 mm. Per maggior maneggevolezza d'uso viene fornita con un'impugnatura guida ergonomica e richiudibile. Le ruote per il trasporto sono regolabili in altezza. Per maggior sicurezza è fornita di doppio interruttore di sicurezza. La fornitura non comprende le batterie ed il caricabatterie, fornibili su richiesta.





STIHL

LA PULIZIA CONFORTEVOLE

NUOVE IDROPULITRICI
LEGGERE E PRATICHE.

Per maggiori informazioni rivolgiti al
Rivenditore Specializzato visita il sito www.stihl.it

Pulizia efficace e semplice grazie alle idropulitrici a pressione leggere e pratiche. Le nuove idropulitrici STIHL si contraddistinguono per diverse caratteristiche che agevolano la pulizia come la posizione di rimessaggio per riporre la lancia durante le pause di lavoro e per conservare in modo sicuro gli accessori nell'attrezzatura. Il suo ugello rotativo perfetto per rimozione di sporco ostinato su superfici dure. Ottima qualità made by STIHL.



Pompa in alluminio
Per una lunga
durata



**Rotore e ugello a
getto piatto**
Per qualsiasi
compito



Leggere e pratiche
Per un facile utilizzo

L'estensione della garanzia fino a cinque anni, la protezione anche delle macchine usate, una bella carta in più nella vendita. Un quadro svelato in un convegno a Fieragricola da Cosimo De Rinaldis di Conformgest. Dai rivenditori consensi unanimi

CON SICURA! GARDEN, LA GARANZIA VALE DI PIÙ

Nella cornice della centocinquantesima edizione di Fieragricola, il 3 marzo alle 15.00, a Verona, si è svolto il convegno organizzato da **Unagreen&Assogreen**, dedicato ai rivenditori di macchine da giardino, moderato da Silvia Scabini ed Isabella Fontana. In quell'occasione, Cosimo De Rinaldis, di Conformgest (azienda leader nell'ambito delle garanzie automotive, professional e industrial), in qualità di responsabile del progetto "**Garanzia Sicura!**" specificamente pensato per il settore agricolo e movimento terra, ha presentato ai partecipanti la possibilità di creare una garanzia su



Cosimo De Rinaldis di Conformgest



misura da abbinare alla vendita delle macchine nuove e usate anche per il settore giardinaggio: "**Sicura! Garden**". Il notevole interesse riscontrato tra i presenti per questa proposta ha spinto il nostro staff a chiedere a Cosimo un'intervista al margine dell'evento, per illustrare in anteprima anche ai lettori di MG questo nuovo interessante progetto, attualmente in fase di messa a punto, ma prossimo al lancio. È utile ricordare che, anche dal sondaggio svolto a dicembre da Federacma, era emerso tra i rivenditori di macchine da giardino un forte interesse sul tema. Il 60% degli intervistati non si dichiarava infatti soddisfatto delle politiche adottate dai costruttori in merito alle garanzie e il 63,6% affermava di percepire l'esigenza di proporre ai propri clienti garanzie anche sulle macchine usate.

De Rinaldis, si aspettava un riscontro d'interesse così positivo, quando ha presentato al convegno la proposta di Sicura! Garden?

«L'esperienza maturata negli anni affiancando i dealer di mezzi agricoli e movimento terra mi rendeva realisticamente ottimista. **Sicura! Garden** prospetta loro la possibilità concreta di differenziarsi nell'offerta rendendo le vendite più dinamiche, creando maggiore redditività e fidelizzando ulteriormente la clientela. Una simile

prospettiva non può che essere accolta con entusiasmo, soprattutto alla luce dei sempre più "risicati" margini di guadagno e appiattimento dell'offerta. Vuol dire che il progetto intercetta un bisogno concreto dei dealer».

Quali sono gli elementi di **Sicura! Garden** a cui i rivenditori si sono mostrati più sensibili e interessati?

«La possibilità di offrire ai propri clienti un'estensione di garanzia arrivando fino a 5 anni supplementari sulle macchine nuove in aggiunta agli anni garantiti per legge direttamente dal costruttore, apre loro la possibilità di ampliare l'offerta avvicinandosi sempre più alle esigenze della clientela. Solitamente, a primo impatto i dealer immaginano la garanzia solo come un grande paracadute a tutela del cliente finale per eventuali guasti meccanici che dovessero manifestarsi durante il periodo concordato. Il nostro compito è anche quello di far percepire loro tutti i vantaggi derivanti da tale abbinamento: dall'azzeramento del gap che c'è tra i diversi costruttori, alla redditività immediata per l'abbinamento dei servizi, alla possibilità di creare un pacchetto che abbinati la garanzia ad un piano manutenzione personalizzato. Un ulteriore vantaggio economico per il rivenditore, si ha nel momento in cui Conformgest rimborsa il guasto coperto da garanzia, dal momento che rifonde direttamente le officine che gestiscono le riparazioni, anziché i proprietari dei mezzi. Inoltre, tale proposta risulterebbe molto interessante per i clienti finali professionali (i possessori di partita IVA) che, al momento, possono contare solo su una garanzia prevista per legge limitata ad un solo anno».

In che modo state lavorando alla messa a punto della proposta?

«Ci interessa creare un prodotto calibrato sulle esigenze reali del dealer del settore garden. Per questo non abbiamo proposto un prodotto preconfezionato, ma lavoreremo per qualche mese, al fianco di alcuni dealer, per creare un prodotto che possa soddisfare al meglio le esigenze del maggior numero di rivenditori e marchi trattati».

Si tratta di una proposta che potrà essere personalizzata dai dealer?

«Come già successo nell'agricolo e movimento terra, dopo una prima fase di rodaggio, ci sono pervenute richieste di personalizzazioni da parte di concessionarie attente ad offrire qualcosa di innovativo e alle quali non abbiamo mai detto di no, anzi, da tali confronti, viene fuori la vera evoluzione dei prodotti».

Che tempi prevedete per il lancio di **Sicura! Garden**?

«Siamo già al lavoro. Tra qualche mese saremo assolutamente pronti».

INNAFFIATURA PRECISA E SENZA FATICA



Con le **PISTOLE FERRARI GROUP**, innaffiare è ancora più facile. Tanti prodotti adatti a diverse esigenze:



PISTOLA A GETTO VARIABILE

Getto regolabile: da uniforme a nebulizzato, impugnatura antiscivolo e innesto rapido.

PISTOLA MULTIFLOW 7 FUNZIONI

Getto regolabile in 7 variabili, con impugnatura antiscivolo e innesto rapido.



PISTOLA A DOCCIA

Con filtro in acciaio, impugnatura antiscivolo e innesto rapido.



FERRARI[®]
group

FERRARI GROUP S.R.L.

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

«PRIMA LA PASSIONE, MA LA COMPETENZA...»

A venti minuti da Cagliari, fra mare e cielo azzurro. Euthalia Vivai è prima di tutto amore per il bello, dolce destino dei vivaisti. Quello scelto da Maria Cristina Taris, una passione sfociata prima nei suoi studi e poi nella professione della sua vita adesso racchiusa nel suo splendido angolo di Decimoputzu. Circondata da un'infinità di colori nelle sue lunghissime giornate, impegnata anche nell'associazionismo da socia e consigliera della Delegazione Sardegna di Aipv. Sempre alla ricerca della qualità, sempre provando a migliorarsi.

Com'è fare vivaismo in Sardegna?

«Impegnativo all'inizio, quando abbiamo iniziato nel 2009. Non è stato facile inserirsi, non è semplice farlo in un mercato isolano. Ci sono delle grosse aziende affermate che naturalmente si spartivano la torta. Poi, piano piano, siamo riu-

Una laurea in Scienze Agrarie, la specializzazione in piante floricole, poi la molla decisiva. Maria Cristina Taris è accarezzata dai suoi amati fiori, fra gli spazi di Euthalia Vivai a due passi da Cagliari. «La ricerca della qualità e del bello prima di tutto. Mettendoci sempre serietà e professionalità»

sciti a prenderci la nostra fetta di mercato. Siamo abbastanza soddisfatti per i risultati raggiunti. Un po' grazie al "porta a porta", un po' grazie al passaparola, un po' col sito web, un po' coi social. Tutto ci ha aiutato».

Quale è stata la vera chiave di volta?

«Un paio d'anni dopo aver iniziato, quando abbiamo cominciato davvero ad affermarci sul mercato e a far comprendere ai nostri potenziali clienti che eravamo una realtà sì giovane ma già allora molto seria e preparata dal punto di vista professionale».

La vostra estrazione?

«Io e mio marito siamo laureati in Scienze Agrarie, specializzati in specie floricole. Abbiamo lavorato per tanto tempo in aziende florovivaistiche importanti del Lazio, poi abbiamo deciso nel 2008 di tornare in Sardegna».

La più grande soddisfazione di questi anni?

«Riuscire a coltivare tutta la superficie disponibile. Più o meno 23.000 metri quadri. È stata una delle più grandi».





Che piante avete soprattutto?

«Prevalentemente piante in vaso fiorito. Quindi in questo periodo di pelargonio di tutte le specie. Zonali, edera, parigini. E poi margherite, dimorfotече, potunie, crisantemi, ciclamini. Questo per quel che riguarda il vaso 14, poi ci sono le aromatiche e le officinali dove siamo piuttosto forti».

La vostra scelta per l'irrigazione?

«Noi siamo serviti dal Consorzio di Bonifica Meridionale, acqua che può essere adeguatamente corretta e utilizzata per il florovivaismo. Abbiamo però anche un pozzo, con acqua dalla conducibilità elettrica molto alta. Le piante floricole quindi possono andare in salinità molto rapidamente, di conseguenza quest'opzione resta valida solo per eventuali emergenze».



DOVE VA L'ACQUA NEL TUO GIARDINO?



PRENDI IL CONTROLLO CON GLI IRRIGATORI DI SUPERFICIE IPIERRE.

IPIERRE è da sempre il partner perfetto per prenderti cura dei tuoi spazi verdi. Scopri i nostri **Irrigatori di Superficie**, ideali per ogni tipologia di prato e giardino, dal più piccolo al più grande. E se hai un giardino o un prato circolare niente paura! Abbiamo il prodotto giusto per spazi di ogni forma e tipologia.

Inoltre, se hai necessità di precisione per garantire il giusto apporto d'acqua in alcune zone, puoi scegliere gli irrigatori **orientabili da 0° a 360°** con regolazione di gittata ed, eventualmente, collegabili in serie.



Il catalogo di **IPIERRE GARDEN** si completa con numerosi accessori di ricambio, indispensabili per rendere perfetta l'annaffiatura.

Abbiamo pensato proprio a tutto perché da oltre 50 anni IPIERRE è il giardino.



IPIERRE SYSTEM SRL

Via Ca' di Mazzè 18 - 37134 Verona - Italy
Tel. + 39 045 8750388 Fax + 39 045 9251091
info@ipierre.eu / www.ipierre.eu

Il problema più serio in cui di solito vi imbatte?

«Soprattutto l'aspetto commerciale, quindi dalla vendita. Il mercato sardo soffre della sua condizione di insularità, per cui sarebbero auspicabili nuovi canali commerciali. Riuscire ad aumentare il fatturato si potrebbe anche, ma servirebbe una maggiore propensione alla spesa. Ma in questo momento storico, fra pandemia e guerra più gli indiscriminati aumenti dei prezzi non è il momento migliore per fare ulteriori passi».

Dove ha inciso soprattutto l'aumento dei prezzi?

«Essenzialmente i contenitori per la coltivazione, le plastiche per gli imballaggi, i vassoi là dove le piante vengono posate per la vendita o per muoverle all'interno della serra. Le plastiche in generale stanno pesando. Così come il cartone e i trasporti. Le giovani piante che acquistiamo arrivano dal Nord Italia o da Latina. E i costi per trasportarle fino da noi sono aumentati del 10-15% nel giro di poco tempo. Aumenti che poi vanno riversati sui costi di produzione».

Chi è il vostro cliente?

«Il garden, i fioristi, i negozi di prodotti per l'agricoltura, qualche wedding planner più aziende amiche a cui forniamo un prodotto semipronto».

La vostra squadra?

«Io e mio marito Antonio più quattro dipendenti. Da Cristian a Giuliana, da Donatella a Joy, una ragazza nigeriana arrivata grazie ad un progetto di tirocini periodici con rifugiati politici che sosteniamo tramite lo Sprar Sardegna».

Sveglia al mattino?

«Alle sei, qualche giorno anche prima».

Il dietro le quinte di un vivaista?

«L'ordine delle giovani piante alle aziende che le producono, da fare quattro o anche sei mesi prima a seconda delle varie specie».



Poi l'ordine delle materie prime per la loro messa a dimora. Quindi vasi, substrati, contenitori alveolati, etichette e quant'altro. Più tutta la parte burocratica legata all'etichettatura dei passaporti fitosanitari. Una volta arrivate le piantine operiamo il trapianto. Poi tutto il resto».

L'opera con AIPV?

«Da vivaista essenzialmente è dare supporto, sostenere i colleghi giardinieri e manutentori del verde con piante che siano rispondenti alle condizioni climatiche della zona. E il suggerimento a dare sempre il meglio. Come associazione cerchiamo, come Delegazione Sardegna, di avviare tutta una serie di iniziative soprattutto formative per innalzare il grado di professionalità».

Il fiore o la pianta a cui è più affezionata?

«Soprattutto l'Impatiens Nuova Guinea, in particolare per un discorso legato ai suoi colori pastello molto vivaci e brillanti. Mi danno gioia. Così come la Stella di Natale».

La scintilla che l'ha portata a diventare vivaista?

«La passione. Il lavoro è molto impegnativo. Come quello anche del giardiniere d'altronde. Il concetto vale non solo per me, ma anche per i dipendenti. Bisogna essere realmente appassionati. L'impegno è tanto, sia fisicamente che mentalmente. Ci sono diverse sollecitazioni quotidiane che bisogna saper sopportare, legate alla mutevolezza della professione. La pianta fiorita d'altronde deve soddisfare un'estetica importante. E se la pianta non è bella il cliente non la compra».

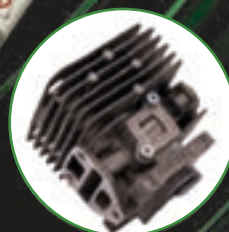


ACTIVE[®]

NUOVO STRATO CHARGED ST25



POTENZA +30%
COPPIA +30%
EMISSIONI -30%



Cilindro in lega d'alluminio con tecnologia Strato Charged



Pistone con doppia fascia elastica, fuso in conchiglia che migliora il raffreddamento



Flangia termica a tre punti di fissaggio



Filtro in carta maggiorato per una maggiore autonomia prima della pulizia

Innovazioni una dopo l'altra. Dalla tecnologia Epos per uso professionale, prossimamente disponibile anche sui Robot ad uso privato, fino all'Automower Intelligent Mapping. Autonomia al potere, sempre di più. E tanta attenzione alla biodiversità

HUSQVARNA, SGUARDO AL 2030

Supervisore del giardino. Custode della biodiversità. Vero e proprio compagno nel verde. Di sicuro molto di più di un semplice robot tagliaerba. Husqvarna ha fatto un altro passo avanti. Due anche. Tecnologia d'avanguardia. Quella che proietta nel futuro, dalle basi del passato di un'azienda fondata oltre 330 anni fa e che da allora non ha mai smesso di guardare avanti. Sempre oltre. Fino al 2030, quando la cura del verde avrà ben altri contorni di quelli di oggi. «Già dal primo robot alimentato da pannelli solari fino alla nostra app Automower Connect», ha evidenziato **Linda Lindqvist**, project manager Automower & Smart Home di Husqvarna, «abbiamo sempre aiutato i nostri consumatori a condurre una vita più smart. Il patrimonio dell'innovazione di Husqvarna continua a plasmare il futuro della cultura intelligente del verde. Stiamo passando da un robot con controllo da remoto

ad un sistema in grado di supportarvi a livello "personale" nell'avere un prato di cui andare fieri». Il progresso s'alimenta con la ricerca, ma anche con le proprie radici. «La nostra», il punto di partenza di **Eric Norling**, director robotics Husqvarna, «è una delle aziende più antiche del mondo, fondata già nel 1689. Più di trecento anni di esperienza in cui siamo sempre riusciti a reinventarci creando nuove possibilità. Sfruttiamo costantemente la tecnologia per trasformare queste opportunità in valore per il consumatore».

VERI PRECURSORI. Il primo robot, Solar, è del 1995. Già all'epoca una rivoluzione. Nel 2019 il primo robot a trazione integrale capace di affrontare pendenze fino al 70% con risultati di taglio perfetti. Nel 2020, con EPOS, acronimo di Exact Positioning Operating System, il primo robot tagliaerba al mondo che utilizza solo la navigazione satellitare invece dei tradizionali cavi perimetrali. Per campi da calcio, da golf, parchi cittadini. Solo l'inizio. «Stiamo testando la nuova generazione di robot Husqvarna Automower® con tecnologia EPOS anche per giardini privati. Stiamo immagazzinando tutte le esperienze accumulate in ambito professionale per incorporarle in una nuova fantastica gamma di macchine per proprietari esigenti», la successiva conquista di Husqvarna, ormai parecchio vicina, progetto quasi a regime partito nel





Linda Lindqvist,
project manager
Automower &
Smart Home



Eric Norling,
director robotics
Husqvarna

lontano 2014. E poi AIM, Automower Intelligent Mapping, grazie alla quale è possibile creare la mappa digitale del giardino. Col vantaggio di poter avere delle zone personalizzabili con vari programmi, altezze e frequenze di taglio.

«Immaginate, dopo aver aperto la confezione del robot, di non aver bisogno di alcuna installazione complessa. Con il semplice clic di un pulsante», il punto di **Rickard Landin**, AI specialist innovation team Husqvarna, «il tagliaerba si accenderà e scaricherà la sua posizione da un ricevitore Gps e poi automaticamente i confini del giardino da un servizio di mappe satellitari o da un sito web governativo. Il robot, con l'aiuto della sua fotocamera, scoprirà la piscina così come le aiuole, le piastrelle di pietra ed altre aree relax per assicurarsi di funzionare perfettamente. Ma apprenderà anche ulteriori specifiche dal vecchio tagliaerba, se l'utilizzatore ne ha già avuto uno. Il robot guarderà autonomamente le previsioni del tempo comunicando con altri dispositivi intelligenti come il sistema di irrigazione o i sensori meteorologici. Dai dati raccolti il robot prenderà quindi delle decisioni: dove tagliare l'erba, quando tagliarla e a che altezza. Effettuerà pu-

re un'ispezione visiva del giardino e ne rileverà lo stato di salute informando il sistema di irrigazione su quanta acqua è necessaria in qualsiasi momento per un risultato perfetto senza un uso eccessivo delle risorse idriche. Quando il tagliaerba terminerà il suo lavoro troverà il posto ideale in giardino per ricaricarsi attraverso l'energia solare».

re un'ispezione visiva del giardino e ne rileverà lo stato di salute informando il sistema di irrigazione su quanta acqua è necessaria in qualsiasi momento per un risultato perfetto senza un uso eccessivo delle risorse idriche. Quando il tagliaerba terminerà il suo lavoro troverà il posto ideale in giardino per ricaricarsi attraverso l'energia solare».

GENIO DEL TAGLIO. Non è finita qui. Husqvarna ha coniugato perfettamente la soddisfazione del cliente agli interessi di tutti. «Il robot», sottolinea **Patrik Jagenstedt**, direttore del team di innovazione Husqvarna in cui lavora da oltre vent'anni per lo sviluppo di Automower, «è collegato alla salute e al benessere, è collegato alla comunità e al mondo in generale essendo parte di un ecosistema biologico. Un tema sempre più importante agli occhi di tutti. Metà degli spazi verdi delle città sono costituiti da giardini privati. Husqvarna promuove la biodiversità.

Il tagliaerba con la sua fotocamera può identificare che tipo di fiori ci sono nel giardino e i fiori che i robot dei vicini riferiscono di avere nel loro. Mettiamo che il vostro vicino abbia tanti fiori che sbocciano a maggio e giugno, allora possiamo raccomandare in base al sistema di piantare specie che fioriscono a settembre o ottobre in modo da avere nella comunità fiori per tutto il tempo».

A completare l'opera l'anima del robot. E la sua intelligenza. «Ognuno», il ragionamento di Jagenstedt, «vive il giardino in maniera differente. Alcuni per avere tranquillità, altri per farci delle feste, altri per svolgervi attività di giardinaggio anche coltivando frutta e verdura, altri lo usano per i giochi dei bambini, altri ancora lo vedono come l'estensione del proprio soggiorno. Se non vorrete percepire l'assenza del robot potete richiedere un aiutante silenzioso lì solo per svolgere il proprio lavoro. Se vi vede mentre tornate dal lavoro sa già che vi state avvicinando, tornando quindi alla sua stazione di ricarica e lì si arresterà finché non vi allontanerete per fare una passeggiata. A quel punto si rimetterà al lavoro. Ma può anche starvi vicino, se sceglierete l'opzione più "socievole", operando nell'area in cui potrete vederlo direttamente. Sarà un vero e proprio nuovo amico in giardino».



Rickard Landin, AI specialist
innovation team Husqvarna



Patrik Jagenstedt, direttore
del team di innovazione Husqvarna

«I RIVENDITORI? ORA PIÙ COMPLICI»

Nuove frontiere, rimedi in corsa. Il rivenditore s'elasticizza, si guarda intorno, crea intesa, moltiplica le idee. Esigenza del momento, magari anche regola del futuro. Non si sa mai. Lo impone il momento, in cui è vietato aspettare gli eventi. In cui qualcosa bisogna pur fare senza dover far fare al mercato la primissima mossa. Azione e reazione, tutto di conseguenza. Rispetto alle solite coordinate qualcosa di diverso c'è.

«Si stanno abbattendo le distanze fra i rivenditori. Anche con quelli con cui una volta c'era un po' di diffidenza adesso è aumentato il dialogo. Per capire com'è realmente la situazione, ascoltan-

«È aumentato il dialogo, fino allo scambio di macchine oppure alla condivisione del magazzino. Un'intesa che potrebbe proseguire pure nell'acquisto dei prodotti. Il futuro è pieno di interrogativi, pure per il passaggio generazionale. I giovani hanno poca voglia di sudare e di imparare il mestiere. E l'esperienza dei nostri padri a chi verrà tramandata?»



do richieste di collaborazione e d'aiuto. Vista la precarietà delle macchine», il punto di Alessandro Fontana, titolare a Rivergaro, in provincia di Piacenza, di Fontana 1950, «può capitare che il tuo collega vicino ma anche non proprio vicinissimo ti chiami per chiederti se puoi vendergli delle macchine o se ne hai qualcuna da scambiare».

Altre connessioni?

«A me è successo con qualcuno di dividerci il magazzino, in modo tale che in caso di una richiesta da parte di un cliente finale o tramite il mio magazzino o tramite quello del collega si riesce a far fronte alla domanda. È una delle poche note positive in un contesto per il resto che non può che essere assai complicato. L'anno scorso dicevamo che stavamo attraversando un periodo buio della nostra storia che non si sarebbe più verificato. Il problema è che più si va avanti più il buio diventa sempre più cupo».



È stato un problema anche il meteo?

«Difficile dare delle responsabilità ad un fattore piuttosto che ad un altro. Tutti insieme però possono contribuire a non far partire il mercato. Certo, il meteo per certi periodi ha inciso, ma anche negli anni di periodi siccitosi, anche fra marzo ed aprile, s'è comunque sempre lavorato. Poi magari c'era un rallentamento a maggio o giugno. La gente comunque le macchine le comprava, perché già l'inverno prima aveva messo in preventivo di affrontare la spesa. Il problema è che i mancati acquisti di inizio primavera sono stati determinati più che dal tempo dalle incertezze economiche. A volte il meteo è anche una scusante che ci diamo, ma per la verità non ha mai davvero inciso nell'avvio della stagione. Se il tosaerba bisogna cambiarlo lo si cambia comunque».

Quanto vale la regola per cui "se l'erba cresce va tagliata", al di là della situazione del mercato?

«Vale, ma l'erba si può tagliare anche con la macchina che avevi già in casa e che al limite porti in officina. Meglio una riparazione, anche salata, che prendere una macchina nuova. È antieconomico, ma se aggiustarlo costa la metà che comprarlo nuovo decide così. Anche se significa buttar via dei soldi, ma nel breve periodo vince la regola dell'investimento minore».

Sono aumentate le riparazioni?

«Esponenzialmente, anche perché nell'ultimo periodo abbiamo venduto delle macchine economi-

che e comunque non quelle di vent'anni fa la cui prima riparazione la facevi dopo quindici anni. Adesso con il trend ed il prodotto che stiamo vendendo dopo il primo anno, fra il secondo e terzo di vita, le riparazioni iniziano già ad essere importanti».

Abbastanza persino da dover rimodulare l'officina?

«L'ampliamento della nostra officina l'avevamo già messo in preventivo tempo fa, ora in stand by per problemi a livello di concessioni comunali e quando i permessi sono arrivati, dopo aver dovuto fare i conti con una burocrazia alquanto disincentivante, abbiamo poi dovuto affrontare delle spese di parecchio superiori a quanto ci era stato preventivato dodici mesi prima».

Andrete avanti?

«Sì, l'officina verrà comunque allargata. Continuiamo a pensare che il servizio sia nel servizio e non nella vendita. Sia per i livelli dei numeri che per marginalità. L'altro problema grosso è vedere chi ci metteremo nell'officina. I muri possiamo farli, le macchine le possiamo acquistare ma il problema poi è trovare gente motivata, vogliosa e soprattutto con la passione per lavorare che rimane un terno al lotto. Adesso con le nuove generazioni, quella che sto vivendo pure io perché ho appena 38 anni. Sono pure io nato nel benessere, con internet e Facebook. Adesso la società ti insegna a seguire degli ideali e a seguire dei principi di chi è arrivato al traguardo senza far

fatica. Basta mettere due foto o due video in rete. Il top ormai per molti ragazzi è quello, cercare di guadagnare il più possibile con le cose futili e senza farsi il mazzo. Esempi fuorvianti, perché a pochissimi riesce un percorso del genere. Il problema è che quando non sei più un ragazzo, a 25 o 30 anni, non è che provi a fare dell'altro. Continui su quella strada, per cui viene meno la voglia di sacrificarsi, viene meno la passione e un lavoro vero non lo impari mai».

La conseguenza?

«Gli anziani che vanno in pensione non hanno nessuno a cui tramandare certi insegnamenti. I giovani invece un volta avevano voglia di imparare. Senza trovare nessuno quindi in grado di recepire quel patrimonio di conoscenze essenziale per portare avanti l'attività. Ed è un problema serio, perché adesso noi ci troviamo con una mole di lavoro di ricambistica e service da affrontare con delle persone che non ti garantiscono la necessaria continuità. Quando capiscono però che un po' di fatica la devi fare allora se ne vanno. E quando iniziano ad essere bravi finiscono sul mercato del lavoro e magari il concorrente dangli anche solo un po' di più te lo porta via. Venendoti quindi a mancare stabilità e quindi la

tranquillità. Quindi si lavora anche male, sotto stress e con qualche preoccupazione che sarebbe meglio non avere».

Di quanto sono lievitate le riparazioni?

«Un dato preciso non ce l'ho, siamo più o meno al livello dello scorso anno. Da due o tre ormai i numeri sono alti, pur facendo fatica proprio perché hai persone nuove e tante cose semplici a volte diventano complicate. Il livello di errore aumenta, il grado di arrabbiatura anche insieme all'incertezza sul futuro perché non sai per quanto tempo potrai far affidamento su di loro. Senza troppo riuscire a programmare».

Fin dove può sconfinare la complicità fra rivenditori?

«Se coi rivenditori con cui ora stiamo lavorando più assiduamente si inizia ad un certo punto a capire che non ci sono gelosie o invidia il passo successivo è sedersi a un tavolino quando c'è da comprare le macchine e fare degli acquisti concentrati. Senza imbottirsi troppo di prodotti attraverso un magazzino condiviso. Non nell'immediato, perché è difficilissimo, ma i rapporti che si stanno creando lasciano spazio a presupposti simili».



Per i nostri 50 anni auguriamo a tutti
un futuro pieno di natura

50 years
Trust for the future

www.oleomac50.com

Acquista una
macchina Oleo-Mac
e partecipa al concorso

**FAI
STRADA
ALLA
NATURA***

Ogni settimana in palio

1 prodotto a batteria Oleo-Mac
completo di batteria e caricabatterie.

Superpremi a estrazione finale:

1 Moto Energica EsseEsse9,
1 set completo di prodotti
a batteria Oleo-Mac
(batterie e caricabatterie inclusi)**

**VINCI
UNA MOTO**
ENERGICA ESSEESSE9



**VINCI
I PRODOTTI**
OLEO-MAC



(*) Concorso instant win valido dal 14/03/2022 al 26/06/2022, con estrazione finale ed eventuale estrazione a recupero entro il 31/07/2022. Montepremi stimato euro 20.888,78 Iva esclusa. Elenco dei premi e dei prodotti in promozione, limitazioni, modalità di partecipazione e regolamento su www.concorso-oleomac.it. Conserva il documento di acquisto. (**) Immagini a scopo illustrativo.



Inquadra e festeggia con noi. Pubblica su Instagram la tua foto con #oleomac50 e contribuisci ad alimentare il social wall.



STORIA
E QUALITÀ
ITALIANE

Oleo-Mac

Macchine agricole al galoppo: Stati Uniti +10%, Europa +17%

Il mercato mondiale delle macchine agricole è in crescita in tutti i principali Paesi. Le vendite di trattrici nel 2021 registrano incrementi del 10% negli Stati Uniti (318 mila unità), del 13% in India (900 mila) e del 17% in Europa (180 mila). Particolarmente brillante, nel Vecchio Continente, la performance dei mercati dell'area mediterranea dove a fare da traino è l'Italia che, con un sostanzioso +36% è ai massimi dal 2010. Progressi a doppia cifra anche per la Turchia (+24%) e la Grecia (+32%), mentre la Spagna segna +9,3%, seguita dalla Francia (+9,2%). Nonostante gli indici positivi del Sud Europa, il bilancio complessivo della regione mediterranea deve però tener conto delle flessioni viste in quei Paesi nordafricani che non hanno ancora agganciato la ripresa. Ad eccezione della Tunisia (+10%), tutta l'area del Nord-Africa ha visto nel 2021 una contrazione delle importazioni. Più consistente per l'Algeria (-34%) e l'Egitto (-11%), più contenuta per Marocco (-4,5%).

Brumi, il valore di Truncus Rapido, versatile, leggero



La vasta gamma di strumenti per la potatura di Brumi trova in Truncus uno dei prodotti più apprezzati e centrati. Truncus è una mini motosega elettrica a catena, pratica, sicura, dal design ergonomico e molto leggera. Di soli 790 grammi, batteria compresa. A suo agio nel taglio di rami dal diametro di 10 cm con grande efficienza e sorprendente rapidità. A garanzia dell'incolumità dell'operatore, è dotata di tasto di sicurezza e di impugnatura antiscivolo. Questi punti di forza, uniti al costo contenuto, fanno del Truncus di Brumi un dispositivo per tutti, versatile e pratico, ideale in tutte le occasioni - anche professionali - che richiedono la recisione di legno di piccole e medie dimensioni.

Cosmogarden va oltre la quota di sedicimila presenze Un successo su tutti i fronti la seconda edizione



Un successo su tutta la linea Cosmogarden, la manifestazione dedicata alla progettazione, realizzazione e manutenzione degli spazi verdi indoor ed outdoor che si è tenuta dal 25 al 28 marzo alla Fiera di Brescia. Con più di sedicimila presenze e il sold out degli spazi espositivi. «Non è mia abitudine ricorrere a toni autocelebrativi», la premessa di Mauro Grandi, direttore di Area Fiera, «ma credo sia davvero importante sottolineare il successo di questa seconda edizione di Cosmogarden. Un grazie sincero va a tutti gli espositori che hanno creduto in noi e ai visitatori che, nono-

stante le tante incertezze, sono venuti in fiera. Questo trionfo testimonia che abbiamo preso la direzione giusta, confermando il carattere unico ed imperdibile del nostro evento». Tra le molte iniziative messe in campo, straordinario è stato l'esito ottenuto dal progetto "Cintura Verde", in collaborazione con Ersaf, (Ente Regionale per i Servizi all'Agricoltura e alle Foreste), con l'obiettivo di creare una vera e propria cintura di alberi nella Pianura Padana al fine di migliorare lo stato di inquinamento di questa zona - uno delle peggiori in Europa - creando al contempo dei corridoi ecologici per la fauna selvatica. Tutte le 1.200 piantine sono state consegnate in tempi record, a conferma del grande interesse per il verde e l'ambiente del pubblico di Cosmogarden.

La rassegna, oltre ad aver permesso di scoprire, conoscere, acquistare piante, fiori, attrezzature direttamente dagli espositori, ha offerto l'opportunità di partecipare a tantissimi eventi fra convegni, seminari, workshop, dimostrazioni, corsi e laboratori tenuti da prestigiosi docenti universitari, apprezzati ricercatori e relatori altamente qualificati.

Doppio concorso Emak: fedeltà e mobilità elettrica al centro della scena Masini: «Decisiva la professionalità dei nostri rivenditori»

Due concorsi Emak per premiare la fedeltà e favorire la mobilità elettrica. Fino al 26 giugno i clienti che acquistano una macchina Efco con motore a scoppio o con elettrico possono partecipare al concorso «Vinci tu, vince la natura». Sarà sufficiente collegarsi al sito www.concorso-efco.it, registrarsi e inserire i dati dell'acquisto. Per l'estrazione finale i superpremi in palio sono una Fiat 500 Hybrid e un set di prodotti a batteria Efco. Stessa dinamica per «Fai strada alla natura» di Oleo-Mac. La registrazione va fatta su www.concorso-oleomac.it e i superpremi finali sono una moto elettrica Energica EsseEsse9 e un set di macchine a batteria Oleo-Mac. Più tanti altri premi. «Con i due concorsi», spiega Giovanni Masini, marketing director di Emak, «vogliamo premiare la fedeltà dei nostri clienti, ma anche coinvolgere la rete di rivenditori specializzati, che sono il nostro punto di riferimento distributivo. Da sempre crediamo che il personale qualificato possa fare la differenza nell'esperienza di acquisto dei nostri prodotti: presso i nostri rivenditori operano persone di elevata professionalità ed esperienza, capaci di ascoltare i bisogni degli utenti, indirizzarli negli acquisti e supportarli nella fase post-vendita. Ci stiamo impegnando su vari fronti per la sostenibilità ambientale: da qui la scelta di individuare come premi due veicoli a basso impatto e la gamma a batteria. Insieme ai nostri clienti e ai nostri rivenditori, con cui condividiamo la stessa passione per il verde, vogliamo farci promotori di una cultura che si prende cura della natura».



OREGON®

DuraCut™

Catena al triplo cromo

DURA 3 VOLTE DI PIÙ



Più performante • Più duratura

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

Geopolitica e commodity, regia di FederUnacoma



I cambiamenti degli assetti geopolitici ed economici sono stati i temi del Think Tank FederUnacoma che si è svolto il 31 marzo nella

cornice del Dall'Ara di Bologna. Dopo il forte incremento registrato nel 2021, con un fatturato stimato in crescita di 2,2 miliardi sul 2020, la meccanica agricola italiana rischia di vedere compromesso il mantenimento della capacità e dei livelli produttivi. Il conflitto tra Ucraina e Russia sta aumentando l'insicurezza alimentare globale. Il blocco delle esportazioni cerealicole deciso dalla Federazione russa fino al prossimo primo luglio più le incognite sulla ripresa delle attività agricole in Ucraina creano un deficit di offerta. In questo scenario la meccanica agricola può fornire un contributo di rilievo, anche se occorrerà valutare quali capacità di investimento avrà il settore primario a fronte dell'aumento dei costi di produzione. Per questo è necessario che il settore venga supportato attraverso misure specifiche finalizzate a gestire e a compensare le tensioni sul mercato delle materie prime.

Rapporto piante-impollinatori, l'Italia applaude Barbero e Casacci

Francesca Barbero e Luca Casacci, ricercatori dell'Università di Torino docenti al Dipartimento di Scienze della Vita e Biologia dei Sistemi, guideranno un gruppo di ricerca internazionale impegnato nel progetto «Good Vibes: how do plants recognise and respond to pollinator vibroacoustic signals?» finanziato dallo Human Frontiers Science Program Award. Good Vibes vuole scoprire i meccanismi molecolari e fisiologici delle risposte delle piante ai segnali vibroacustici emessi dagli insetti.



L'ipotesi principale che i ricercatori vogliono verificare è se le piante siano in grado di discriminare i diversi insetti visitatori dei fiori sulla base della loro firma acustica e di reagire con risposte atte a incrementare l'attrattiva e la fedeltà alla pianta soltanto nel caso in cui siano visitate da impollinatori efficienti. L'ente internazionale Human Frontier Science Program Organization (HFSP) ha stanziato 37 milioni di dollari per sostenere il 4% dei migliori progetti di ricerca HFSP nei prossimi tre anni.

La grande crescita di Ezooba, il giardinaggio guarda avanti Nel mirino le nuove generazioni, fra un prodotto e l'altro



Tra i grandi player internazionali attivi nel segmento Giardinaggio e DIY del mercato eCommerce, un operatore italiano si sta facendo strada puntando sull'innovazione al servizio dell'esperienza di acquisto. Si tratta di Ezooba.it, il sito eCommerce nato a Crema dall'esperienza di CAVA srl, azienda dedicata alla produzione di prodotti per il giardinaggio. **Ezooba.it** intende accompagnare i clienti, abbracciando anche le nuove generazioni, nella scoperta delle esperienze che possono essere vissute nel proprio ritaglio di verde: dal piacere di cucinare all'aperto, al gusto di arredare con cura gli spazi. Tutto questo avviene grazie a un'ampia selezione di prodotti tra cui soluzioni di barbecue, che includono griglie, smoker e bracieri così come arredi tra

cui salotti da giardino, ombrelloni, vele e decorazioni. Tutto il necessario per la cura delle piante, dai vasi all'utensileria. Elementi indispensabili per mettere ordine come le casette da giardino in plastica e metallo oppure armadi e bauli. Dopo questi anni, connotati dai lockdown e dalla riscoperta del valore dei propri giardini, **Ezooba.it** offre un'esperienza cliente sempre più immersiva, attraverso lo sviluppo di Garden Ready, un set di Realtà Aumentata con tre strumenti digitali in grado di far percepire la modalità d'uso e le dimensioni esatte del prodotto. Lo strumento di visualizzazione 3D consente di visualizzare un'immagine tridimensionale dell'articolo che può essere ruotata sui tre assi per permettere, ad esempio, di esplorare la struttura di una casetta da giardino da qualsiasi angolazione, talvolta persino internamente.

Derby fra Genoa e Sampdoria

Il primo gol è di Euroflora

Tre parchi storici contigui affacciati sulla scogliera e tre Musei dedicati alle arti figurative dell'Ottocento e del Novecento sono l'eccezionale scenografia



EUROFLORA
2022

UN MONDO
DI RARA BELLEZZA

di Euroflora 2022, XII edizione della Mostra Internazionale del fiore e della pianta ornamentale e unico appuntamento italiano tra le floralies riconosciute da AIPH – International Association of Horticultural Producers. L'apertura il 23 aprile, la chiusura l'8 maggio. Protagonista anche lo sport. Grazie alla sponsorizzazione della Regione Liguria il Genoa e la

Sampdoria giocheranno il derby del primo maggio con il logo di Euroflora. Sugli oltre otto ettari della superficie di Parco Gropallo, Parco Serra e Parco Grimaldi, costellati da alberi plurisecolari, vegetazione mediterranea, esemplari tropicali e da nuove piantumazioni, frutto dei primi step dell'importante

piano di riqualificazione in corso dopo il "downburst" dell'ottobre 2016 sono in corso di allestimento oltre 90 giardini, il più grande di oltre 3000 metri quadrati, realizzato dai floricoltori della collettiva della Regione Liguria, il più piccolo di 30

metri quadrati. Le aziende partecipanti saranno più di 300, all'interno di grandi collettive e con le partecipazioni di singole aziende, espressione delle eccellenze produttive del Paese, Comuni e realtà istituzionali di primo piano come il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, il Ministero della Transizione Ecologica, l'Associazione Nazionale Vivaisti Esportatori e l'Associazione Florovivaisti Italiani. Il viaggio tra le grandi collettive regionali italiane, da nord a sud, partirà dal Piemonte, e attraverserà Liguria, Sardegna, Marche, Campania, Puglia, Calabria per concludersi con la Sicilia. L'Emilia sarà presente con il Distretto turistico. Sarà l'ANCI nazionale a rappresentare i Comuni italiani con la celebrazione dei piccoli borghi e un omaggio al Milite Ignoto. Presenti singolarmente Genova, Roma, Sanremo, Imperia, Andora, Savona, Cogoleto, Bogliasco, Sori, Campo Ligure, l'Unione dei Comuni della Valle Scrivia e Ovada.

SCOPRI LA QUALITÀ DI UNA LINEA COMPLETA PER L'INNAFFIATURA



L'**INNAFFIATOIO PIATTO** è il simbolo di una vasta gamma di lance ed innaffiatori firmati **Ferrari Group**, realizzati con materiali di qualità, con diverse dimensioni e caratteristiche.

Grazie alla tipologia del prodotto, il getto d'acqua viene diffuso in modo uniforme, permettendo, inoltre, un duplice utilizzo: **a mano o poggiato a terra**. L'**INNAFFIATOIO PIATTO** è dotato di un rubinetto di regolazione e di un innesto rapido che **facilitano l'innaffiatura, rendendola più efficace** in giardino o in verande di piccole e grandi dimensioni.



FERRARI[®]
group

FERRARI GROUP S.R.L.

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

Zanetti Racing Team, Prai Group ancora title sponsor

«Visione comune fra tenacia, affidabilità e talento pugliese»

Per il terzo anno consecutivo, Zanetti Motori (Prai Group), azienda leader nel settore motori giardinaggio e macchine agricole, sarà title sponsor dell'omonimo Zanetti Racing Team. Un rapporto che nell'arco di due stagioni ha portato Vincenzo Lagonigro al CIV. Nel 2022, infatti, il pilota di Gravina approda alla classe Supersport del maggior campionato nazionale dopo i bei risultati dello scorso anno. Un percorso "giovane", che ha già raggiunto la conquista del titolo Supersport del trofeo Pirelli Cup, grazie anche all'ambizioso progetto di sviluppo della Ducati Panigale 955 V2.



«In questi anni», il punto di Gaetano Patierno, general manager Prai, «l'impegno del Gruppo Prai nello sport è cresciuto in modo significativo. Oggi siamo pronti a sostenere nuovamente il team gravinese approdando così alla terza stagione insieme. Legare il nome di Prai Group e Zanetti Motori a una realtà così prestigiosa come lo Zanetti Racing Team è una vera dichiarazione d'intenti per la nostra azienda che si conferma protagonista nel panorama dei motori e non solo». Valori profondi alle radici dell'accordo. E comuni. «La tenacia, l'affidabilità e la ricerca costante del miglioramento delle performance», sottolinea Nicla Patierno, commercial department Prai Group, «sono prerogative che accomunano la Zanetti Motori e lo Zanetti Racing Team, ma sono anche i presupposti con i quali Prai Group si prepara ancora una volta a esportare eccellenza e talento pugliese, in alcuni dei contesti più competitivi dello sport della stagione 2022». Intesa perfetta, le basi sono ottime.

«Siamo felici», evidenzia Francesco Lagonigro, team manager di Zanetti Racing Team, «di proseguire il nostro percorso con il supporto di Zanetti Motori. Questa collaborazione ci ha permesso di crescere, creando un team solido e che lavora con professionalità. La vittoria del trofeo Pirelli Cup 2021, ne è la dimostrazione e vogliamo continuare su questa scala. Il nostro progetto è ambizioso e nei primi due anni ci siamo impegnati per consolidarne le basi. Per noi è una stagione importante nella quale vogliamo confrontarci con i migliori e confermare il valore del nostro lavoro. In questa azienda abbiamo trovato un partner importante, senza il quale non sarebbe stato possibile realizzare quanto abbiamo fatto».

Villa Carlotta e Canova, la magia di Tremezzina



Villa Carlotta va oltre le fioriture primaverili, a cominciare dalle camelie e a seguire azalee, rododendri e rose. Un'atmosfera magica a Tremezzina, sul Lago di Como, resa unica dall'impareggiabile connubio fra natura e arte che si compie con la visita al museo e ai preziosi tesori che custodisce: dalle opere di Antonio Canova, al fregio di Bertel Thorvaldsen. In occasione dei duecento anni dalla morte di Antonio Canova, Villa Carlotta partecipa alle celebrazioni in collaborazione con il Museo Gipsoteca Antonio Canova di Possagno con un palinsesto di attività da aprile fino a novembre. A partire dalla mostra dedi-

cata a Palamede, opera simbolo della collezione di Villa Carlotta, intitolata "Il Palamede di Antonio Canova", dal 28 aprile al 5 giugno.

Il percorso espositivo ripercorre la genesi della scultura e il rapporto tra Canova e il suo committente, il potente politico bonapartista Giovanni Battista Sommariva, mecenate di livello europeo. Dal 6 maggio al 6 luglio andrà in scena la mostra diffusa Trame Lariane – Trame d'Arte e Moda a Villa Carlotta, Giardini di Villa Melzi e Villa Monastero dove le creazioni degli studenti dell'I.S.I.S di Setificio Paolo Carcano offrono ai visitatori una visione inedita del legame indissolubile fra patrimoni d'arte e tradizione tessile del territorio comasco. Ideato come progetto in rete e realizzato col sostegno di Fondazione Setificio, la mostra celebra i valori di Como Città Creativa Unesco.



**Rendi migliore il
tuo giardino**

USALO TUTTO L'ANNO

A prescindere dal tipo di lavoro e dalla stagione

Grazie all'ampio assortimento di accessori, queste macchine sono estremamente versatili per ogni tipo di terreno o per qualsiasi lavoro nel verde.



Potrai scegliere tra spazzolatrici, rimorchi, spazzeneve e molto altro ancora.



Trattorino tagliaerba

RIDER R214T

NOVITÀ



Ideale per la cura di giardini più grandi, questo versatile trattorino tagliaerba Rider è efficiente tutto l'anno. Husqvarna R214T presenta un potente motore bicilindrico e può essere dotato di un piatto di taglio Combi da 94 cm o 103 cm.

⚡ 11,3 kW @ 2900 giri/min. 📏 94-103 cm 📏 25-75 mm

Prezzo OFFERTA

Prezzo listino IVA inclusa

€ 3.950,00

€ 5.023,00

Trattorino tagliaerba

RIDER R216T AWD

NOVITÀ



Questo trattorino a trazione integrale è l'ideale per prendersi cura di prati grandi e complessi. Husqvarna R 216T AWD può essere dotato di un piatto di taglio combinato da 94 cm o 103 cm.

⚡ 11,3 kW @ 2900 giri/min. 📏 94-103 cm 📏 25-75 mm

Prezzo OFFERTA

Prezzo listino IVA inclusa

€ 5.390,00

€ 7.084,00

UNA LUNGA STORIA

Oltre 30 anni di sviluppo e innovazione

Il punto di svolta per i tagliaerba con operatore a bordo si ebbe quando un progettista Husqvarna si trovò ad esaminare il rimorchio di un trattore giocattolo. Da lì nacque l'idea.

Brevettato nel 1987 prevedeva un asse posteriore rotante con un gruppo di taglio sul lato anteriore ed il sedile al centro.

Oltre 30 anni di sviluppo hanno reso il Rider Husqvarna la macchina per il taglio dell'erba d'eccellenza.

La combinazione ideale di controllo, comfort ed efficienza renderà il lavoro non solo più facile, ma anche estremamente piacevole.



IDROPULITRICI HUSQVARNA

TUTTA LA POTENZA DELL' ACQUA, CONSUMANDONE MENO

Per la pulizia della casa e del giardino, nulla è meglio del detergente più naturale in assoluto: l'acqua. Con la gamma di idropulitrici Husqvarna, scoprirai che le prestazioni di pulizia con l'acqua sono praticamente imbattibili se combinate a tecnologia e ingegneria di prima classe.

Tuttavia, l'acqua dolce è una risorsa preziosa ed è per questo che le idropulitrici Husqvarna ne consumano quasi l'80% in meno rispetto a un normale tubo dell'acqua.

Idropulitrice

PW 235 / PW 235R

Design robusto e mirato per le attività di pulizia come patii, mobili da giardino, recinzioni e strutture in pietra. Il porta accessori incorporato, l'avvolgitubo e l'alloggiamento del cavo di alimentazione rendono l'operatività molto efficiente.

Con pompa in metallo e in dotazione due ugelli e uno spruzzatore di schiuma. Modello "R" con regolazione della pressione da remoto



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

Prezzo OFFERTA PW 235

Prezzo listino IVA inclusa

€ 239,00

~~€ 243,00~~

Prezzo OFFERTA PW 235R

Prezzo listino IVA inclusa

€ 289,00

~~€ 313,00~~

Idropulitrice

PW 345C

Alte prestazioni, design robusto e risultati eccellenti sono le caratteristiche principali di questa idropulitrice, perfetta per lavaggi impegnativi come su veicoli e pareti in pietra. L'impugnatura telescopica in alluminio e l'alloggiamento del cavo di alimentazione con sgancio rapido rendono il trasporto e lo stoccaggio comodo e facile.

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



🕒 145 bar 💧 420-550 l/h ⚡ 2400 W 🌀 8 m

Prezzo OFFERTA PW 345C

Prezzo listino IVA inclusa

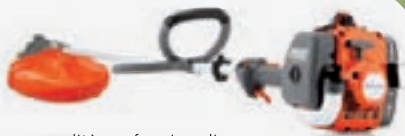
€ 349,00

~~€ 358,00~~








Decespugliatore **129RJ**



Husqvarna 129RJ è dotato di motore da 27cc e qualità professionali, combinate con una attenzione alla praticità d'uso. Si avvia facilmente grazie a Smart Start®, dispone di comandi intuitivi e l'interruttore di stop a ritorno automatico.

Viene fornito con testina a filo e disco per erba più una protezione combinata, utilizzabile con entrambi i sistemi di taglio.

 **27,6 cm³**  **0,8 kW**  **43 cm**  **4,8 kg**

Prezzo OFFERTA PW 129RJ

Prezzo listino IVA inclusa

€ 329,00

€ 401,00

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




Husqvarna®



Addio ad Antonio Carraro, genio senza limiti

La qualità prima di tutto. E Beethoven in sottofondo

Se n'è andato un gigante. Antonio Carraro da una settimana aveva compiuto novant'anni, spesi in gran parte per costruire un marchio a cui basta specchiarsi nel suo fondatore per sentirsi forte ed orgoglioso. Un precursore Carraro, a farsi largo nel mercato dei trattori compatti fino a diventare leader. Sempre ad inseguire il massimo della qualità, già nel 1973 a volere il centro Studi e Ricerche dopo le collaborazioni con gli Istituti Universitari di Padova, Bologna, Berlino, Humboldt, Sidney. Quindi l'espansione, nei primi Anni Duemila, con la costruzione di nuovi capannoni, sempre a Campodarsego, sposando le tesi della Porsche Consulting di Stoccarda. Fino a diventare fra i primi sette marchi al mondo per immatricolazioni nel segmento dei trattori compatti. Sempre in prima fila Carraro, anche poche settimane prima della sua morte a seguire i lavori del Reparto di Ricerca e Sviluppo dove si recava quotidianamente. Aveva «l'ossessione per l'estetica e la qualità» Carraro, come ha sempre detto, punti fermi tradotti perfettamente dalle sue macchine. Girava fra i mercati del Nord Italia già a tredici anni, accompagnato in moto da Oscar, il maggiore dei suoi fratelli. La sua famiglia al centro di tutto, dalla moglie Luciana Franceschi ai figli Marcello, Liliana, Massimiliano, Silvia, Davide e Barbara. Innamorato della sua Padova, della lettura classica italiana, di Brahms, Bach, Mozart ma soprattutto di Beethoven. Del bello e del pratico. Un'icona. E quelle non muoiono mai.



Emak, nel 2021 ricavi consolidati per 588,3 milioni di euro

Il consiglio di amministrazione di Emak ha approvato il progetto di bilancio di esercizio e il bilancio consolidato al 31 dicembre 2021. Il Gruppo ha realizzato ricavi consolidati pari a € 588,3 milioni, rispetto a € 469,8 milioni dello scorso esercizio, in aumento del 25,2%. L'incremento deriva dalla crescita organica per il 23,6%, dalla variazione dell'area di consolidamento per il 2,6%, mentre è penalizzato dall'effetto negativo dei cambi di traduzione per l'1%. L'EBITDA adjusted dell'esercizio ha raggiunto il valore di € 77,4 milioni (13,2% dei ricavi), rispetto a € 56,3 milioni (12% dei ricavi) del 2020. Il risultato ha beneficiato del significativo incremento dei volumi di vendita e del contributo apportato dalla variazione dell'area di consolidamento. L'EBIT è stato pari a € 52,9 milioni (9% dei ricavi), contro il dato di € 32,9 milioni (7% dei ricavi) dello scorso esercizio. L'utile netto consolidato è pari € 33,1 milioni rispetto a € 19,6 milioni nel 2020. Senza considerare l'effetto negativo derivante dall'adeguamento delle put&call option sulle quote residue di minoranza di alcune società controllate per € 4,6 milioni, il risultato dell'esercizio sarebbe stato pari a € 37,7 milioni, in crescita del 92,3%. Il patrimonio netto complessivo al 31 dicembre 2021 ammonta a € 255,9 milioni contro € 222,3 milioni al 31 dicembre 2020.



AFFIDATI A MANI ESPERTE



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

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



#falketquality

Fiskars-Viridea, firmato il patto di primavera

Fiskars, brand finlandese leader nella produzione di attrezzi da giardinaggio, ha avviato una partnership con Viridea, Garden Center italiano dedicato alle piante, alla casa e agli animali. La condivisione di valori e principi comuni quali regalare esperienze ricche di significato, piacevoli e benefiche per le persone e il pianeta, hanno permesso alle due realtà di unire le proprie expertise e know how per una collaborazione proficua per entrambi. Gli attrezzi da giardinaggio Fiskars saranno presenti in tutti i negozi Viridea a partire da questa primavera. I consumatori troveranno una proposta variegata di alta qualità, all'interno di un negozio pronto a fornire al consumatore la libertà di muoversi in un luogo pensato per garantire accoglienza e relax in ogni momento. Gli utensili Fiskars sono la soluzione ideale per tutti i consumatori che intendono prendersi facilmente cura di piante, fiori e della natura circostante. Creare un ambiente sereno dentro e fuori le nostre case e accompagnare gli appassionati in una vita sempre più green sono gli elementi che da sempre fanno parte della mission aziendale di Fiskars, che trova oggi in Viridea il distributore ideale per la vendita dei propri prodotti.



Argo Tractors, nella bavarese Burgoberbach la nuova filiale tedesca



Un moderno showroom, un training center tecnologicamente avanzato, area eventi, un innovativo Competence Center ed un campo prove per le dimo-

strazioni dinamiche: il tutto su un'area complessiva di 13mila metri quadrati all'interno del parco industriale di Burgoberbach, in Baviera. Questi gli spazi, i numeri e le potenzialità della nuova sede di Argo Tractors Deutschland & Österreich, la filiale tedesca di Argo Tractors, multinazionale italiana leader nella meccanizzazione agricola. «La nuova sede», la base di Günter Ordnung, general manager di Argo Tractors Deutschland & Österreich, «ci permette di dare concretezza alla strategia di crescita sui mercati tedesco ed austriaco, fornendo un valido supporto alla rete dei concessionari che puntiamo ad ampliare ulteriormente garantendo al contempo una risposta sempre più efficace alle esigenze della clientela consolidata e a quella futura. Abbiamo voluto creare anche un innovativo Competence Center che riunisce magazzino ricambi ed officina, centro noleggio e vendita usato. Grazie a questo rispondiamo in modo completo e tempestivo a tutte le richieste provenienti dal mercato».

Hardware Fair Italy, anche il giardinaggio in passerella a Bergamo nel 2023

Koelnmesse lancia International Hardware Fair Italy in calendario il 5 e 6 maggio 2023 alla fiera di Bergamo, il nuovo progetto per il mercato europeo per dare un riferimento negli anni dispari al mondo della ferramenta, dell'edilizia, del DIY, dell'outdoor e del giardinaggio. «Da tempo», rileva Thomas Rosolia, amministratore delegato della filiale italiana di Koelnmesse, «raccolgiamo segnali precisi per un evento che dia ai tanti comparti citati la necessaria continuità. Abbiamo scelto così di mettere tutta la nostra esperienza in una rassegna internazionale rispondente alle reali esigenze delle ferramenta, edilizia e DIY. Variegato l'universo dei visitatori a cui la rassegna intende rivolgersi. Dalla distribuzione ferramenta tradizionale e professionale alle utensilerie, dalla grande distribuzione e le insegne del fai-da-te ai colorifici e alle rivendite per l'edilizia. Ci saranno pure produttori e importatori, distributori e decision maker del mondo dell'industria e della manutenzione, le sempre più importanti piattaforme e-commerce, i garden center, i gruppi di acquisto, l'industria, le società di servizi».



Il grido di Compag: «Sostenere gli agricoltori e gli stoccatore»



Compag approva la posizione del Ministro Patuanelli che, intervenuto al Consiglio Agrifish dei Ministri dell'Agricoltura e Pesca dei 27 Stati membri dell'Unione Europea, ha sottolineato la necessità di prevedere deroghe e misure per aumentare la dispo-

nibilità di materie prime, quali ad esempio il mais e il grano. La Federazione Nazionale delle rivendite agrarie e dei centri di stoccaggio Compag, che rappresenta un settore con un fatturato stimato di circa 3,8 mld di euro e circa 4.000 imprese, esprime soddisfazione per le decisioni prese da Agrifish, tra le cui competenze rientra anche la politica agricola comune. Il Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali Stefano Patuanelli ha proposto di sostenere la produzione di materie prime attraverso il recupero dei terreni lasciati a riposo. Per accelerare la produttività degli stessi, si potranno utilizzare prodotti fitosanitari attraverso una deroga agli obblighi previsti dalla PAC su quella stessa tipologia di terreni. «È quanto mai necessario recuperare materie prime per garantire la sicurezza alimentare a tutti i cittadini», ha affermato **Fabio Manara**, presidente di Compag, «così come è urgente sostenere gli agricoltori e gli stoccatore con misure finanziarie che compensino in qualche misura il rischio fallimento per i magazzini vuoti».

Solidarietà-Stihl, mezzo milione per l'Ucraina

STIHL

Stihl ha donato mezzo milione di euro per aiutare le persone colpite dal conflitto in Ucraina. «La guerra ha profondamente colpito tutti noi», afferma il Nikolas Stihl, presidente

del consiglio di vigilanza del Gruppo, «i nostri pensieri sono con tutte le persone che soffrono in questa crisi umanitaria. Come azienda familiare, ci preoccupiamo profondamente di sostenere il popolo ucraino nel momento del bisogno. Con questa donazione vogliamo dare un piccolo contributo per dare una mano a chi è in difficoltà».

OLTRE 330.000 RICAMBI ORIGINALI E COMPATIBILI

Simplicity



CASTELCARRA

ETESIA

SIABO

Husqvarna

AL-KO



JOHN DEERE

Kawasaki
Engines

MTD
For A Growing World

SNAPPER

solo

STIGA

STIHL

MURRAY

KRAMP

OREGON

HONDA

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

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

Scopri l'intera gamma su www.kramp.com



KRAMP
It's that easy.

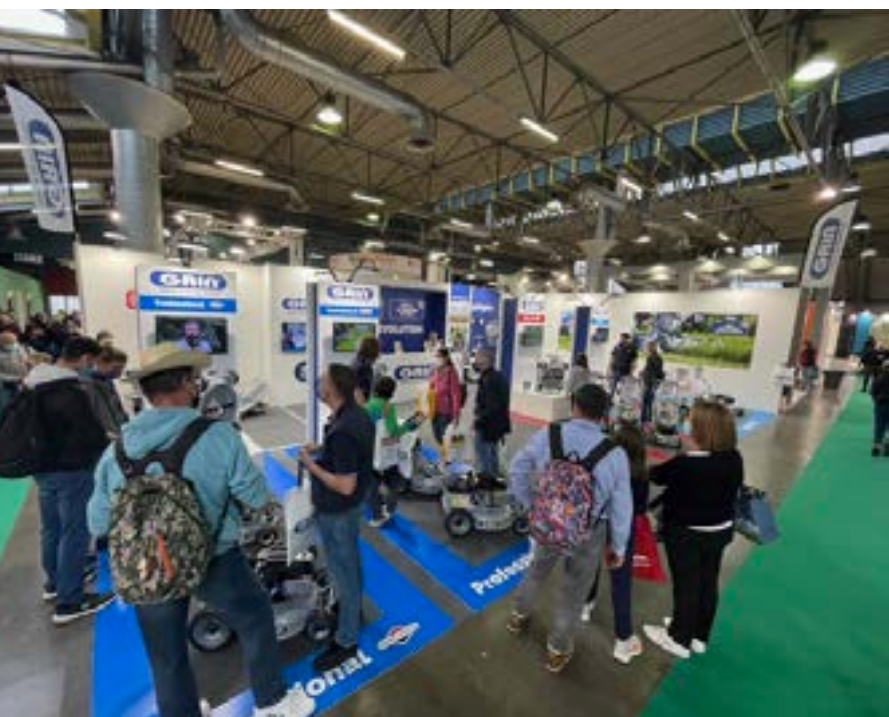
Un panorama sconfinato entro cui muoversi, fra passaggi quasi obbligati e sentieri meno battuti ma ugualmente redditizi se non di più. Un calendario già pronto per tutti. Fra strategie e obiettivi, senza lasciare nulla al caso

POTERE ALLE FIERE, ANCHE PICCOLE

Le grandi fiere. E le altre. I grandi appuntamenti. E quelli più mirati. In autonomia o coi propri rivenditori. Il piano del 2022 è scritto, per tutti ormai. Dalle rassegne imperdibili a quelle chirurgiche, quelle a cui non si può mancare. Magari non proprio sotto i riflettori, ma dall'altissimo peso specifico. Piena l'agenda delle aziende, un anno ormai tracciato fra un evento e l'altro. Tanto lavoro alle spalle. Dal lancio di un prodotto alla conquista di un mercato di nicchia. Tutto ha un suo perché,

lungo una direttrice che ha ormai codici diversi rispetto al passato. Equilibri differenti, altri ancora da disegnare del tutto. Solo la prima puntata, di un viaggio che racconta strategie ed obiettivi. Di produttori e distributori. Fra piccoli e grandi traguardi da tagliare, nuovi limiti da oltrepassare, lo sguardo verso l'orizzonte di un mercato che prima di essere esplorato va prima di tutto capito fino in fondo. Grazie al confronto, ma anche grazie ad una fiera. Grande o piccola che sia.

PIANO CHIARO. Agriumbria, Salonvert ed Eima nel piano-fiere di Active. «Abbiamo fatto la scelta di tre importanti manifestazioni, tutte molto diverse l'una dall'altra. Agriumbria», sottolinea Andrea Tachino, responsabile commerciale di **Active**, «è un evento dedicato principalmente al privato e all'utilizzatore finale. Il Salonvert crediamo sia la migliore vetrina per il mercato francese, per noi tra i più importanti in Europa. E l'Eima è senza dubbio la fiera nazionale più importante per i nostri prodotti che ci mette a confronto con tutti i leader del mercato garantendo visibilità assoluta sia per i rivenditori/distributori che per i clienti finali. Siamo convinti che le fiere locali siano molto importanti per fare conoscere i nostri prodotti Made in Italy e allo stesso tempo crediamo sia necessario farle con i nostri rivenditori di zona per dare importanza a loro e al lavoro che quotidianamente svolgono nella promozione dei nostri prodotti. Motivo per cui,



abbiamo deciso di presentarci all' Agriumbria con il nostro concessionario Pet & Green. Negli ultimi anni, specialmente causa covid, le fiere hanno subito forti cali di interesse e di conseguenza le presenze sia di espositori che di visitatori sono costantemente diminuite. Allo stesso tempo le attività di promozione on-line, hanno spostato in maniera importante l'attenzione sul web. Pertanto sarà fondamentale per noi aziende, ritornare agli eventi fieristici in maniera moderna e più evoluta rispetto al passato».



IL GIUSTO TARGET. Pellenc è già stata a Myplant, a Fieragricola e ad Agriumbria, già focalizzata su Demomediterraneo di metà maggio a Foggia, all'appuntamento di AIPV Day del 24 e 25 giugno praticamente in contemporanea con Enovitis in Campo di Cervignano del Friuli. A settembre sarà la volta di Demogreen, quindi della Fiera Agroalimentare Mediterranea di Ragusa prima della chiusura dell'Eima. «In questi eventi», puntualizza Marco Guarino, dell'ufficio comunicazione e marketing di Pellenc Italia ma anche dell'organizzazione di Fiere ed Eventi, «siamo stati e saremo presenti in modo diretto; oltre a questi si svolgeranno numerose fiere locali alle quali parteciperemo con il supporto dei rivenditori autorizzati Pellenc di zona. I principi che seguiamo? Innanzitutto, facciamo una valutazione in base alla stagionalità, alla portata dell'evento e alla tipologia di pubblico presente; è importante presenziare ad eventi che vedono presente un numero importante di visitatori, ma è fondamentale che questi siano del target giusto in funzione della tipologia di attrezzature che andiamo a presentare».

PASSO IN AVANTI. Due le rassegne di Einhell Italia. La prima il 7 ed 8 maggio a Napoli, alla Mostra d'Oltremare. La seconda sarà il Bricoday di Milano. «Due fiere nel mondo del settore ferramenta importanti per noi per mantenere le relazioni con tutti i nostri clienti. Il nostro approccio alle fiere è cambiato», il punto di Nicolò Conti, dell'ufficio marketing di Einhell Italia, «in quanto la nostra necessita non è più quella di presenta-

re le novità di prodotto, ma instaurare relazioni sempre più solide e durature proprio con i nostri clienti».

DIECI IN PAGELLA. Peruzzo ha messo in calendario dieci fiere, fra Italia ed estero. Sette gestite direttamente, tre appoggiandosi ai rivenditori locali come l'Antica Fiera di San Gregorio nella trevigiana Valdobbiadene, la Fiera Agricola San Biagio di Bovolone in provincia di Verona e Agriumbria di Bastia Umbra. Presente pure a Vite in Campo a Annone Veneto nel veneziano, a Myplant, a Demogreen, ad Eima più l'Agrotech di Kielce in Polonia, Foire Libramont a Libramont-Chevigny in Belgio e la parigina Salonvert. «Il principio cardine che ci spinge a scegliere una manifestazione piuttosto che un'altra», i criteri di Peruzzo illustrati da Andrea Cecon dell'ufficio marketing ed export, «si basa sul feedback di riscontro da parte del pubblico. Sappiamo ormai il target al quale ci vogliamo rivolgere e di conseguenza sappiamo le fiere nelle quali non possiamo proprio mancare e in forma diretta, e in forma indiretta. Le fiere sono una vetrina troppo importante per non prendervi parte, sono l'unico modo per testare con mano i nostri prodotti».

A TUTTO CAMPO. «Il nostro 2022 fieristico», la panoramica di Daniele Bianchi, direttore commerciale e marketing di Grin, «è cominciato con Myplant a Milano per poi proseguire con Cosmogarden a Brescia, Agriumbria a Bastia Umbra, Tempo Libero a Bolzano, Demogreen Mediterraneo a Foggia e Demo Aipv a Minoprio. Dopo l'estate parteciperemo a Demo Green a Milano e

S C E N A R I

ad EIMA a Bologna. Ma assieme a queste fiere istituzionali partecipiamo a moltissimi eventi locali (circa 50 in Italia) assieme ai nostri rivenditori ufficiali. Oltre a questo un programma fitto di Demo Day presso i nostri rivenditori accompagna la nostra primavera di eventi Grin. Cerchiamo di essere presenti in ogni evento dove qualcuno possa essere interessato a un tagliaerba o abbia un giardino. Per questo abbiamo creato degli stand efficaci ma semplici da montare-smontare e gestiti in maniera snella anche da tutti i nostri tecnici commerciali. Possiamo così far conoscere il nostro sistema di taglio brevettato a più persone possibili consigliando il modello più adatto da acquistare. Privilegiamo in particolare gli eventi dove è possibile far provare i nostri tagliaerba per rendere ancora più efficace la nostra esperienza in fiera».

BOLOGNA È LA REGOLA. Gardena s'è concentrata sull'Eima di Bologna. «Per avere la massima visibilità», il fermo immagine di Diego Zambelli, product manager di Gardena, «selezionando una delle più rappresentative fiere del settore a livello internazionale. Sostanzialmente continuiamo a focalizzarci sulla fiera più importante di settore, concentrando in nostri sforzi su pochi eventi, ma di rilievo nazionale ed internazionale. Dopo un breve periodo di assenza dagli eventi fieristici, abbiamo da qualche anno ripreso a parteciparvi con continuità, certi che siano un'occasione importante per consolidare i rapporti con la clientela e accrescere l'awareness del marchio. L'occasione ideale per presentare le novità di pro-

dotto, rinnovare e consolidare i rapporti con i nostri partner commerciali, acquisire nuovi contatti e nuovi clienti e avviare le vendite per la nuova stagione con sconti fiera dedicati».

MESI INTENSI. Myplant, Agriumbria, Demo Green Mediterraneo, Aipv Day, Demogreen ed Eima nel programma 2022 di **Fiaba**. «Appoggeremo poi», puntualizza Diego Dalla Vecchia, responsabile marketing e della comunicazione di Fiaba, «molti rivenditori nelle varie fiere locali. Molto fitto è stato il calendario di marzo così come ad aprile e maggio. Abbiamo deciso di partecipare direttamente alle manifestazioni più importanti. E da alcuni anni abbiamo inserito altre manifestazioni di spiccato interesse demo».

VARIE VIE. «Abbiamo partecipato, con notevole riscontro, a Enliexpo a Bari e siamo certi di essere presenti all'Eima di Bologna e al DemoGreen Mediterraneo a Foggia. Quest'anno», spiega Dario Zappalà, responsabile marketing di **Brumi**, «ci interessava molto essere presenti soprattutto in Puglia. In particolare con i nostri abbacchiatori elettronici, senza per questo trascurare la consueta partecipazione alla nostra fiera di riferimento. Quindi l'Eima».

LE FIERE LOCALI. Preziosissime. Strategiche. Collanti speciali col territorio. Per creare ulteriore fedeltà, per cementare la filiera. Per rendere i legami ancora più saldi. «**Pellenc Italia**, durante i suoi 25 anni di attività sul territorio nazionale, ha



PROMOZIONI PRIMAVERA



ZERO
EMISSION

IL NOSTRO IMPEGNO PER UN AMBIENTE PIÙ VERDE

Alimentato dalla nostra batteria Arc Lithium a 56V, il sistema EGO Power+ eroga la potenza dei prodotti a scoppio, ma senza alcuno svantaggio. È più semplice, più pulito, più silenzioso e, con meno vibrazioni, è più confortevole da usare. Minori costi di gestione e di manutenzione significa che passare a EGO Power+ porta ad un risparmio in breve tempo. Inoltre, non producendo alcuna emissione durante l'utilizzo, anche tu puoi fare la tua parte per ridurre l'impatto sull'ambiente. Abbiamo preparato una serie di imperdibili offerte che ti permetteranno di avvicinarti al mondo EGO e scoprire la qualità e l'innovazione del programma a batteria 56V per la manutenzione del verde.



SCANSIONA IL QR CODE

Scopri tutta la gamma di prodotti in promozione

OFFERTE VALIDE
DAL 15.03.2022 AL 30.06.2022
RICHIEDI I DETTAGLI PRESSO GLI EGO POINT



BRUMAR®

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

EGO™

POWER BEYOND BELIEF™

www.egopowerplus.it



sempre dato particolare importanza al contatto diretto con il cliente finale. Ascoltare le richieste dei clienti e capirne le reali necessità», evidenzia Marco Guarino di Pellenc Italia, «è fondamentale per sviluppare nuove attrezzature che siano realmente funzionali alle necessità di chi lavora ogni giorno in campo. Partecipare non solo a fiere di portata nazionale, ma anche ad eventi locali con il supporto dei rivenditori autorizzati risulta essere per questo estremamente importante. Le necessità di alcune zone d'Italia possono essere profondamente differenti rispetto ad altre. A maggior ragione, in questi casi risulta essere centrale e determinante la figura del rivenditore specializzato e formato. Pellenc per questo, ogni anno, tiene direttamente oltre 150 ore di corsi di formazione dedicati ai tecnici, in modo da assicurare un servizio post-vendita professionale e una presenza sul campo sempre aggiornata».

«Se le fiere a richiamo internazionale sono di fondamentale importanza per ampliare e consolidare la propria immagine aziendale oltre confine,

al contempo», la fotografia di Andrea Ceccon di **Peruzzo**, «le fiere locali sono altrettanto essenziali al fine di trasmettere all'utente finale la "vicinanza" del brand all'interno del contesto regionale di riferimento. Un brand come il nostro, basato su un concetto di "family feeling" forte e strettamente legato al territorio, riteniamo debba essere sempre disponibile per sua natura a fugare ogni possibile dubbio o curiosità in merito alle nostre macchine. In questo sia le fiere dinamiche, durante le quali poter vedere realmente le macchine in lavoro nonché le tradizionali fiere locali, ne sono uno strumento di comunicazione indispensabile. «Quando c'è la collaborazione del rivenditore», la premessa di Daniele Bianchi di **Grin**, «le fiere locali sono importantissime. Sono il punto di incontro tra azienda, rivenditore e utilizzatore. In questa maniera si può essere molto efficaci perché il rivenditore è in grado di "tradurre in dialetto" le informazioni dell'azienda. L'azienda invece può essere di supporto con materiale per lo stand, cataloghi, volantini, macchine demo e tecnici commerciali. Per questo credo che siamo sul mercato tra le aziende più attive e collaborative per la partecipazione alle fiere locali. Ogni week end».

«In un'ottica di focalizzazione sul cliente finale», aggiunge Dario Zappalà di **Brumi**, «le fiere locali sono per noi più importanti di quelle nazionali. Ma l'Eima è per noi fondamentale soprattutto per l'estero. Per cui, abbiamo aspettative e obiettivi molto diversi ma entrambe le tipologie concorrono ai nostri progetti».

«Le fiere locali», la certezza di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «sono eventi di assoluto valore. Si tratta del momento ideale per raccogliere quel bacino di clientela che visita una fiera con l'intento di vedere determinate tipologie di prodotti. Il rivenditore è ovviamente l'attore principale di queste manifestazioni. Supportato da noi con macchine, personale dedicato alle dimostrazioni, cataloghi, banner e tanto altro».

LA NUOVA VISIONE. Altra visione, altre coordinate. Evoluzione naturale, col tempo che passa e il mondo che cambia. «Sicuramente è cambiato il "perché" le persone vengono in fiera e l'approccio che queste hanno. Fino a qualche anno fa», il quadro di Marco Guarino, dell'ufficio comunicazione e marketing di **Pellenc Italia**, «il visitatore partecipava all'evento per scoprire le novità del momento sul mercato, mentre oggi tutto



**TAGU
NON RACCOGLI
NON VAI IN DISCARICA**

**TEST
DRIVE
GRIN**



✓ **POLVERIZZA
L'ERBA**

✓ **TAGLIA
ERBA ALTA**

✓ **MIGLIORA
IL TUO PRATO**

VUOI FARE UNA PROVA DI TAGLIO GRIN?



TEST DRIVE

GRIN
CAMBIA LA TUA PROSPETTIVA



Contattaci al numero

800-543858



Trova il rivenditore
più vicino

www.mygrin.eu



Seguici e scopri gli eventi



SCENARI

quanto è già conosciuto, studiato e visionato sul web. Oggi il cliente finale viene in fiera per toccare con mano quello che già conosce dal punto di vista teorico, per avere un confronto diretto con le aziende e per avere una visione di insieme più completa del mercato».

«Partecipare a una fiera», il punto di Diego Dalla Vecchia di **Fiaba**, «vuol dire ascoltare clienti, vedere mercati e concorrenti, esprimere la propria offerta globale, interagire con il pubblico, avvicinarsi ai clienti. Il focus per noi è rimasto invariato. Si pianifica molto di più una fiera rispetto ad una volta, stabilendo chiari obiettivi, strategia per raggiungerli e budget».

«Stiamo apprezzando gli appuntamenti mirati, verticali, specializzati su pochi segmenti merceologici. Sono occasioni per tutta la filiera di vera crescita e di differenziazione. È una tendenza», il punto di Dario Zappalà di **Brumi**, «che ci sentiamo di incoraggiare, al contrario delle medio-piccole fiere generaliste che oramai offrono poco in termini di innovazione ed utenza professionale».

«Sono diversi anni che partecipiamo a moltissimi eventi ma oggi il team di tecnici commerciali è cresciuto e quindi possiamo prendere parte ad un numero decisamente più alto di fiere. Oggi», evidenzia Daniele Bianchi di **Grin**, «siamo più attenti anche a tutte le attività digitali che accompagnano l'evento e soprattutto attraverso i social riusciamo ad attirare più persone allo stand e a raccontare la fiera anche a chi non ha potuto par-

tecipare. Abbiamo creato anche strumenti pratici e tradizionali come i nuovi cataloghi e i volantini in maniera da risultare più efficaci e portare più vendite legate alla manifestazione».

«Vi è un duplice aspetto da considerare. In primis e non potendo direttamente visitare le fiere», la premessa di Andrea Ceccon, dell'ufficio marketing ed export di **Peruzzo**, «i nostri utenti si sono abituati indirettamente a visitarci tramite il nostro sito internet e tramite i nostri canali social: questo ha fatto maturare in loro una consapevolezza maggiore di ciò del quale realmente hanno bisogno e quando si rivolgono ai nostri rivenditori sono molto motivati all'acquisto. Hanno solo bisogno di una conferma alle loro già forti certezze. In secondo luogo il contesto covid ha certamente mutato l'essenza delle fiere e delle manifestazioni in generale. Da un lato tutto l'aspetto logistico si è evoluto positivamente, ossia si è posta maggiore attenzione all'esperienza del visitatore "a tutto tondo", garantendo una sua maggiore sicurezza attiva e passiva. Dall'altro lato questa situazione di totale incertezza ha ridotto e smorzato sia le interazioni dirette con le aziende espositrici, soprattutto nei rapporti umani, sia le infinite possibilità di creazione di nuove metodologie di approccio macchinario-visitatore. Concludendo è stato sicuramente un processo di mutamento a tutto tondo: dal lato delle aziende aderenti, dal fronte delle realtà organizzatrici e dell'utente finale». Scenari nuovi, scelte sempre più mirate. Alla prossima.



Grillo

AGRIGARDEN MACHINES



SIAMO SEMPRE CON VOI!

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



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



www.grillospa.it
grillo@grillospa.it

«L'OFFERTA GIUSTA? QUELLA ALTERNATA»

di Alessandro Di Fonzo

La terza fase del marketing è sicuramente quella che tutti preferiscono. Dopo aver lavorato duramente per farci notare, dopo aver erogato contenuti in grado di tenerci stretti i potenziali clienti in target e allontanato quelli con cui non concluderemmo mai dei buoni affari, arriva il momento di affondare il colpo.

La terza fase è quella in cui converti il contatto in cliente pagante e, traducendo in termini da giardiniere, trasformi il fiore nel frutto del tuo precedente lavoro.

Si mette in atto attraverso quella che viene definita in gergo tecnico CTA o chiamata all'azione:

COMPRA ORA!

Ti propongo due esempi, pronti da mettere in pratica, e differenti in assorbimento di risorse economiche.

«Controproducente agire sempre sul prezzo, finirebbe per svilire il nostro prodotto. Bastano tre o quattro volte all'anno. Già il nostro cliente è bombardato ogni giorno ed in tutti i modi fra cartelloni, telefonate, messaggi sui social. Anche se il 15-20% delle persone cerca quasi esclusivamente quello. Quel che conta davvero invece è tenere alta l'attenzione. Sempre»

Il primo, che definisco semplificandolo a "basso impatto" economico, prevede di proporre al tuo potenziale cliente l'acquisto di un prodotto, che prendi e rivendi senza impiego di tempo in manodopera (o quasi), a prezzo super scontato. È solo un passaggio di consegne.

Potrebbe essere un sacco di terriccio o di concime con consegna a domicilio, che tu cedi praticamente al costo e senza marginarci sopra.

Tutti vendono il terriccio a nove euro al sacco, tu lo proporrai a quattro euro e cinquanta con un'offerta irresistibile.

In questa fase, non deve interessarti guadagnare, lo farai successivamente sui servizi.

Questo tipo di operazione permette di rompere il ghiaccio, guadagnando la fiducia del cliente.

La seconda strategia che potresti utilizzare per convertire il tuo contatto, la definisco ad "alto impatto economico".

In questo caso si può proporre un servizio, come ad esempio quattro ore di manutenzione al prezzo di due.





In entrambi i casi l'obiettivo è duplice, rompere il ghiaccio guadagnando la fiducia del cliente, come detto precedentemente, ed entrare in casa sua per tentare delle vendite successive.

Con queste azioni acquisisci il cliente, la cosa più difficile, e poi nel corso della sua vita gli vendi altro recuperando abbondantemente quello che hai ceduto all'inizio.

I clienti, infatti, non si cercano, non si aspettano, ma si "comprano" investendo in marketing.

La vendita del prodotto a prezzo scontato e/o la proposta del servizio a condizioni agevolate, devono essere configurate come offerte irresistibili. Esse hanno due caratteristiche:

1. ESSERE RILEVANTI e dal prezzo comparabile con il mercato in cui vi trovate (è inutile proporre un'offerta su un prodotto/servizio di cui il prezzo non è noto al potenziale cliente, che subito deve comprendere l'eccezionalità dell'offerta)

2. ESSERE BASATE SUL PRINCIPIO DI SCARSITÀ

- **Di tempo (dai 3 giorni per decidere e una scadenza ben precisa)**

- **Di pezzi a disposizione (ce ne sono solo 10 e poi niente più)**

Agire in questo modo, però, ha una piccola controindicazione, in alcuni casi potresti attirare quelli che si definiscono "opportunity seeker" o cacciatori di opportunità. Sono persone sempre a caccia di offerte e del prezzo basso che, dopo aver sfruttato la tua, con elevata probabilità non rimarranno clienti, ma cercheranno una nuova occasione per risparmiare.

Questo segmento è pari al 15-20% della popolazione e dovrai metterlo in conto.

A questo punto occorre fare un'altra considerazione. Ogni giorno, siamo sottoposti ad azioni pubblicitarie

Chi è

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

Da sempre Di Fonzo ritiene fondamentale la conoscenza tecnica del settore, che viene implementata grazie a studi alla Scuola Agraria del Parco di Monza di cui, nel 2008, diviene giardiniere certificato. Successivamente si forma anche all'estero, frequentando a Londra corsi di garden design e light design.

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



Alessandro Di Fonzo

rie dalla mattina quando usciamo alla sera quando torniamo a casa, guardiamo la tv e ci mettiamo a letto. Cartelloni pubblicitari stradali, chiamate dagli operatori telefonici, pubblicità sui social network, sulle tovaglie del ristorante, sui giornali, non ci danno tregua. Questo fa sì che proporre offerte in continuazione potrebbe essere controproducente per quanto descritto precedentemente e per un altro motivo: si rischia di svalutare il nostro prodotto/servizio.

Lo schema che preferisco usare, e che consiglio, è alternare, durante l'anno, fasi esclusivamente educative e fasi in cui proponi offerte. Durante le prime fornisci contenuti utili e interessanti per il tuo target, senza forzare la vendita. Tre o quattro volte all'anno, in brevi periodi, proponi offerte irresistibili.

Agendo in questo modo, tieni sempre alta l'attenzione del tuo target verso il tuo prodotto/servizio e, allo stesso tempo, eviti di svalutarlo.

Ci vediamo il prossimo mese per la quarta e ultima fase del marketing: fidelizzazione e vendita ripetuta.

www.agricoach.it

Tempi di ricarica sempre più ridotti. Soluzioni poliedriche, per tutte le macchine Ego. Col chiodo fisso della salvaguardia dell'ambiente e la punta di diamante Z6 subito alla conquista del mercato. Fra grandi numeri e prestazioni eccezionali

CHALLENGE 2025, SVOLTA-BATTERIA

Il messaggio è chiaro, la sfida lanciata. ss«Challenge 2025», la strada di Ego. Quella della batteria. Una missione vera e propria, trasmessa con forza e tanti argomenti all'incontro-stampa del 29 marzo nella sontuosa location bergamasca «La Cantalupa» di Brusaporto. Col nuovo trattorino Z6 a rubare la scena, in un quadro in pieno fermento. «I prodotti a batteria si sono ulteriormente evoluti. C'è chi non li ritiene ancora idonei per usi gravosi e professionali. Invece con le nuove macchine della

gamma Ego, come il trattorino Z6 ma non solo, riusciamo a soddisfare le più disparate esigenze di ogni tipo di clientela ed un'autonomia oggi superiore ai diecimila metri di taglio. Pochi in Italia hanno giardini con metrature superiori. L'innovazione vera è nelle tempistiche di ricarica, ormai con due



kit di batteria possiamo lavorare dodici ore ininterrottamente grazie alla tecnologia al litio di Ego».

GRANDE IMPATTO. Z6 ha già garantito ottimi risultati. «La macchina», evidenzia Barrera, «è stata apprezzata notevolmente sia dai rivenditori che dagli utenti finali. Perché è prima di tutto innovativa e, a differenza degli altri competitor, permette di utilizzare il pacco-batteria su tutti i prodotti della gamma Ego. Dal soffiatore al tagliasiepi, fino al rasaerba, allo spazzaneve e al decespugliatore. Utilizzando quindi la batteria tutto l'anno e non solo quei quattro o cinque mesi in cui tagliamo l'erba del nostro prato o del nostro giardino». Un successo lo Z6, sbarcato in Europa dopo gli esordi negli Stati Uniti. Il trattorino tosaerba, a raggio zero da 107 cm di EGO Power+, è l'unico compatibile con la piattaforma di batterie Arc Lithium da 56 V leader del mercato. Fino ad un massimo di sei batterie EGO ARC Lithium™ da 56 V per fornire la





potenza e le prestazioni di un tosaerba a benzina da 22 CV. Grazie alla straordinaria flessibilità della piattaforma della batteria EGO e alla capacità sempre maggiore dell'alimentazione a batteria da 56 V, lo Z6 consente agli utenti di montare a bordo (e smontare quando necessarie per altre attività) fino a sei batterie ARC Lithium™ da 56 V di EGO. Con una capacità fino a 72 Ah e attraverso l'uso dell'esclusiva tecnologia Peak Power Technology™ di EGO, lo Z6 è in grado di tagliare oltre 12.000 mq con una singola carica. Le posizioni dell'altezza di taglio dello Z6 variano tra i 2,5 cm e i 10 cm e sono facilmente regolabili con una mano grazie all'impugnatura ergonomica. Grazie alla sua funzione 3 in 1, gli utilizzatori hanno tre diverse opzioni per gestire lo sfalcio: scarico laterale, mulching o raccolta.

VALORI AGGIUNTI. Numerosi i plus. Le regolazioni della velocità di taglio e guida sono accessibili dal posto di guida tramite l'ampio display LCD che mostra anche i livelli di carica residua della batteria e altre personalizzazioni. Per il massimo del comfort, sono disponibili tre modalità di guida con quattro impostazioni, tra cui una velocità di marcia potenziata per un taglio veloce e la modalità cura del manto erboso. Sia la sospensione air-ride che il sedile regolabile conferiscono allo Z6 eccellenti livelli di comfort e le quattro velocità della lama consentono di gestire contemporaneamente l'efficienza di taglio e l'autonomia. Lo Z6 è dotato di una scocca in acciaio con ruote a profilo antiscivolo, un gancio da traino per accessori come un rimorchio e, naturalmente, gli inconfondibili fari a led di EGO per i lavori che proseguono dopo il calar del sole. La sfida continua.

QUALITÀ MADE IN ITALY



GARDEN & HYDRO

Con oltre cinquant'anni di storia, **IPIERRE SYSTEM** è oggi la sintesi perfetta tra le conoscenze acquisite e una visione del futuro orientata alla **qualità** e alla **soddisfazione del cliente**.

I prodotti **IPIERRE SYSTEM** sono il frutto dell'impegno nella ricerca qualitativa ed espressione di tecnologia e design **Made in Italy**. Tutte le nostre soluzioni per il **giardinaggio** e l'**idraulica** sono in costante evoluzione e si prendono cura di ogni giardino e di ogni casa, rispettando il bene più prezioso: l'acqua.

Scegliere **IPIERRE SYSTEM** significa affidarsi ad un partner serio ed affidabile, che con la sua rinnovata organizzazione è pronto a soddisfare le richieste dei Clienti, anche quelli più esigenti, con un **approccio personalizzato e flessibile**.



IPIERRE®

IPIERRE SYSTEM SRL

Via Ca' di Mazzè 18 - 37134 Verona - Italy
Tel. + 39 045 8750388 Fax + 39 045 9251091
info@ipierre.eu / www.ipierre.eu

Le certezze sporcate dai dubbi, più di uno in una stagione che non poteva non risentire di tanti fattori negativi. A partire dal freddo in pieno marzo fino alle macrovariabili che hanno reso il quadro ancor più ingarbugliato. Più di un interrogativo sulla stagione, in uno scenario tutto in divenire

«TROPPI RINCARI, CLIENTI FREDDI. MA IL GARDEN SAPRA' REAGIRE»

Spalle al muro, senza troppe vie di fuga. Il rivenditore è di nuovo all'angolo, là dove spesso è finito negli ultimi anni anche se alla fine è sempre riuscito a trovare la via di fuga. Sarà così anche stavolta magari, ma i chiari di luna non possono certo essere straordinari. Roberto Dose riordina i pensieri, abbozza previsioni, disegna qualche idea. E aspetta. Di più lo specialista adesso non può fare. Con l'equilibrio sottile, da preservare, fra la necessità di essere fiduciosi ma anche di guardare negli occhi la realtà. Per tirare le som-

me ci sarà tempo, il passato anche recente ha insegnato che le stagioni non hanno più troppi limiti. Anche sconfinato all'estate, anche ai limiti dell'autunno, anche fino alla fine di ottobre ed anche oltre. Prima però bisogna davvero rompere il ghiaccio.

Dose, che stagione sarà?

«Le difficoltà ci sono, inutile negarlo, ma qualcosa si farà. Probabilmente sarà una stagione corta, legata alle estreme necessità primaverili e non molto di più. Poi andremo avanti con un tran tran credo inferiore a quel che ci si aspettava. Per il resto vedremo. Noi siamo qui. Molto di più non possiamo fare. Il terreno l'abbiamo preparato, le condizioni per un buon lavoro nonostante gli effetti del covid c'erano tutte. Chiaro che poi certe variabili macro hanno appesantito il quadro e reso tutto più complicato. E adesso non è facile capire come si evolveranno i prossimi mesi».

Neanche il meteo ha aiutato a marzo...

«Questo è un dato oggettivo, l'erba è stata a lungo ferma. Senza troppa pioggia e con temperature tendenzialmente basse. Anche per questo la stagione non è partita alla fine di febbraio come ad un certo punto poteva sembrare».

I segnali c'erano stati?

«L'interesse della gente s'era percepito, poi c'è stata in effetti una certa frenata. Non solo perché ha continuato a far freddo e non è piovuto. Chiaro».



SCOPRI L'ARCHIVIO

MG

SU WWW.EPT.IT

2019

2020

2021

2022



Siamo anche sui social



La prima causa?

«La guerra ha impaurito tutti, c'è poco da fare. Ha letteralmente bloccato determinati investimenti. Chi aveva preventivato qualche acquisto ha fatto dietrofront. Questo la dice tutta sul momento che stiamo vivendo».

Eppure il mercato pareva promettere bene...

«Noi eravamo pronti ad iniziare, col passo giusto anche. I magazzini li abbiamo riempiti, di fiducia al mercato ne abbiamo data. E anche tanta. La partenza, ribadisco, era stata buona. Per noi la stagione era di fatto cominciata, fino al 20 febbraio potevamo anche ritenerci soddisfatti. Quattro giorni dopo è scoppiata la guerra in Ucraina. E a quel punto molto è cambiato».

Lo stato del rivenditore ora?

«Il nostro l'abbiamo fatto, decidendo di cavalcare il trend del 2021. Speravamo che l'onda lunga dell'anno passato ci fosse ancora. I primi due mesi, fra gennaio e febbraio, andavano proprio in questa direzione. Poi c'è stato il rallentamento».

La primissima causa?

«Il caro-vita complessivo, innanzitutto. Nell'economia della famiglia-media certi aumenti non possono che pesare. Ed anche parecchio. L'acquisto di beni non proprio necessari quindi si posticipa o si abbandona del tutto».

Soluzioni?

«Non c'è molto da fare, non ci sono promozioni che tengano quando il mercato è rallentato da questioni tangibili».

Il primo auspicio?

«Che l'onda della guerra s'affievolisca, al di là del caro-carburante e delle bollette. Il gasolio costa della benzina e la benzina non mi spiego perché sia così alta visto che il prezzo del dollaro al barile ad un certo punto era tornato ad un prezzo normale. Di sicuro c'è stata speculazione. Ma la signora Maria i soldi per fare il pieno li deve avere».

Quali macchine ne stanno risentendo di più?

«Le macchine più grosse, quelle che comportano investimenti di un certo tipo. Quelle che in proporzioni hanno naturalmente registrato gli



aumenti più consistenti. Vedi i trattorini, ad esempio. Terranno probabilmente i beni più economici. Adesso c'è molta più attenzione nello spendere. Chi aveva pensato di acquistare una macchina di livello superiore l'anno scorso ora si accontenta di quella di caratura inferiore. Tutti passi all'indietro che la dicono lunga sul momento. La preoccupazione è tangibile, in ognuno di noi. L'approccio della gente è cambiato, prima della guerra in negozio ci si entrava più facilmente. Ci si informava su questo o quel prodotto. Si chiedevano informazioni dettagliate, c'era la sensazione che tutto stesse per partire ed anche a buon ritmo».

Quanto ha inciso davvero lo scoppio della guerra?

«Enormemente, oltre ovviamente a tutti i rincari. Continuiamo ad essere fiduciosi, io per natura ottimista lo sono sempre stato. Abbiamo i prodotti, garantiremo le consegne immediate perché le scorte le abbiamo fatte. Il mercato però deve cominciare a marciare nel modo giusto».

Trent'anni di esperienza alle spalle. Standard produttivi sempre elevatissimi. Ed una macchina ormai mitica che ha ispirato anche la recente versione Inox VH, ulteriore evoluzione di una linea di tosaerba dalla qualità purissima

RIVOLUZIONE GRINDER

IL VERO MADE IN ITALY

Marina Systems Srl produce tosaerba di qualità da oltre 30 anni. La sede è a Cisano Bergamasco in provincia di Bergamo lungo il fiume Adda. Da sempre Marina produce solo ed esclusivamente in Italia con materiali italiani, il vero **100% Made In ITALY**. Marina produce con il suo marchio ma anche per diversi brand nazionali ed internazionali. Trai suoi prodotti di punta il più importante è l'ormai mitico **GRINDER**. La scocca da 2 mm di spessore ripiegata sul bordo conferisce resistenza e rigidità superiori a qualsiasi altro prodotto, inoltre essendo molto alta e priva di spigoli mantiene l'erba all'interno della camera



Christian Rivolta

di taglio più lungo polverizzandola. La gamma comprende molte versioni e tutte le motorizzazioni possibili. Il taglio **GRINDER** è sicuramente economico ed ecosostenibile, oltre a consentire un risparmio del 50% del tempo, consente di risparmiare benzina e lasciando il prato polverizzato sul terreno garantendo nutrimento naturale ad ogni taglio. Durante il My Plant & Garden a Milano è stato presentato il **GRINDER INOX VH** motorizzato Honda GCVx200, con scocca in acciaio INOX (brevetto Marina Systems) garantita dieci anni contro la ruggine. Senza vernice riduce ulteriormente l'impatto ambientale della sua produzione. L'ultimo nuovo brevetto presentato allo scorso EIMA, la doppia lama controrotante, sarà presto disponibile sul **GRINDER** e sarà una rivoluzione in grado di migliorare ancora di più l'ottimo sistema di taglio con doppia lama **GRINDER** e cono di protezione dell'albero motore.



ONLINE AL GALOPPO, GARDEN COMPRESO

Aumenta fino a 35 milioni di persone il numero di italiani che fa acquisti online, per qualsiasi categoria merceologica. I trend e-commerce seguono ovviamente anche le stagioni e i periodi dell'anno, e con l'arrivo della primavera questo è il momento per gli italiani (ma non solo) di dedicarsi ad outdoor e giardinaggio. Ma quali sono i prodotti di questa categoria maggiormente desiderati online? L'analisi effettuata da **Witailer**, startup innovativa da poco parte del gruppo **Retex** che aiuta le aziende ad aumentare le vendite online sul canale Amazon e marketplace, non ha il solo scopo di delineare i comportamenti di acquisto degli italiani, ma fornisce anche un valido aiuto a tutti quei merchant non

L'analisi di **Witailer** delinea uno scenario chiaro. Trentacinque milioni di italiani acquistano in rete, con la cartina di tornasole di Amazon a illustrare i movimenti di chi compra un prodotto per il verde o in generale per l'outdoor. Sempre più gettonato l'arredo, fra le macchine spiccano motoseghe ma pure le idropultrici. Al di là del solito immancabile barbecue



ancora presenti sul marketplace che però, grazie ad Amazon e marketplace, potrebbero allargare il proprio bacino di clientela e aumentare così le vendite.

QUANTE SINUSOIDI. All'interno della categoria nel corso dell'ultimo anno il volume di ricerche si è focalizzato sulla selezione di prodotti per l'arredamento da giardino come lettini, ombrelloni e gazebo, che hanno avuto il loro picco tra maggio e giugno 2021, rappresentando complessivamente il 20% di volumi di ricerche rispetto al totale della categoria. Ad interessare gli italiani anche barbecue da giardino e terrazzo, categoria che ha avuto il proprio picco a marzo 2021 con l'11% di volumi di ricerche rispetto al totale. Le motoseghe hanno avuto il picco a febbraio 2022 con l'11% di volumi di ricerche rispetto al totale della categoria, così come i vasi tradizio-



nali da giardino (4,5%) e infine le idropultrici (4% rispetto al totale). «Da febbraio», rileva Federico Salina, CEO e cofounder di Witailer, «le ricerche di prodotti per l'outdoor e il giardinaggio cominciano a salire, fino ad arrivare a un periodo di punta da aprile a giugno, con una progressiva discesa fino alla bassa stagione che inizia a settembre. In particolare vediamo che gli attrezzi professionali sono meno soggetti a stagionalità».

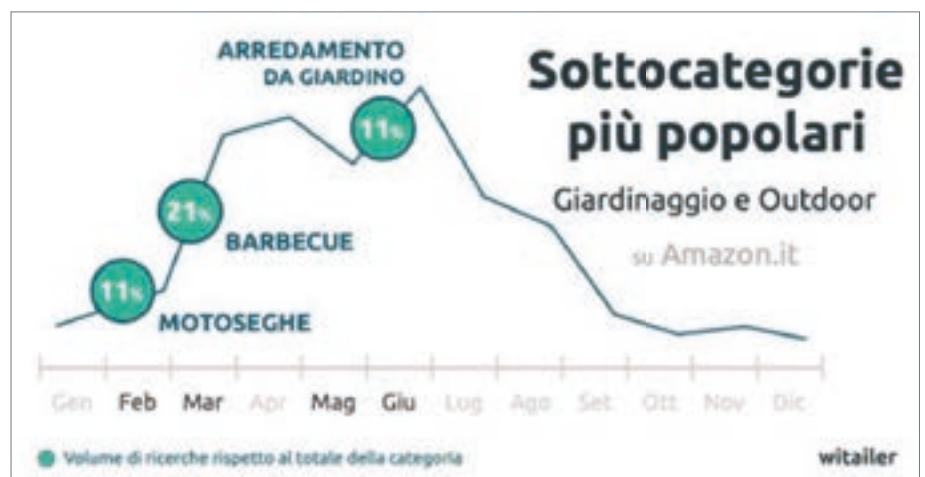
ROMBO DI MOTOSEGHE. Tra i termini più cercati che hanno aumentato maggiormente la propria posizione per la categoria giardino e giardinaggio ci sono le motoseghe a scoppio (aumentate di ben cinquemila posizioni nel ranking), la mini motosega (ventimila). Tra i termini più in crescita anche gazebo esterno, all'inizio del periodo di analisi neanche presente nel ranking. «Nella macrocategoria Outdoor e Giardinaggio», il quadro di Monica Consorti, senior business insights manager di Witailer, «riscontriamo un maggior utilizzo delle ricerche generiche non associate ad alcun brand rispetto alla media delle categorie Amazon. Questo è particolarmente vero per il mondo arredamenti da esterno (sdraio, ombrelloni e gazebo), per cui gli utenti non hanno in mente marchi specifici ma si affidano ad Amazon nella ricerca del prodotto ideale».

PIÙ E MENO. La categoria dei barbecue sta riscontrando un inizio di 2022 difficile, con una contrazione dei volumi di ricerca anno su anno di oltre il 30%.

«La nostra analisi», prosegue Consorti, «ci ha permesso di riscontrare anche una maggior concentrazione della categoria, con solo una ventina di prodotti che ricevono l'80% dei click, da comparare agli oltre 50 dell'anno scorso. Questo è anche dovuto a dei problemi di disponibilità prodotto riscontrati da alcuni top player. Nonostante la maggior concentrazione, nell'ultimo anno si sono riscontrati tre lanci di successo, capaci di entrare tra i top 20 prodotti per numero di click in meno di 12 mesi». Per quello che riguarda invece la sottocategoria delle motoseghe, i volumi di ricerca sono in linea con

il 2021, ma si evidenzia il trend dei prodotti a scoppio, più professionali, le cui ricerche sono aumentate di oltre il 200% anno su anno. In crescita anche la nicchia della mini motoseghe, con una crescita di volumi di oltre il 20% nei primi mesi del 2022.

APPROCCIO DIRECT. Le ricerche di prodotti da giardinaggio sono molto simili sia su Google che su Amazon. E su Google in particolare sono spesso i marketplace a sponsorizzare le proprie piattaforme o appaiono e-commerce vetrina dove non è sempre possibile acquistare direttamente. «Le opportunità per i brand di gardening sui marketplace», conclude Salina, «sono molto importanti anche per aziende che non hanno mai approcciato il direct to consumer, vediamo infatti che molte PMI utilizzano Amazon Business come piattaforma per acquistare questo tipo di prodotti e spesso i brand non gestiscono direttamente questo canale di vendita».



V E T R I N A

ASPEN

La benzina alchilata più venduta al mondo
Benefici in serie. Ed una promozione imperdibile

Aspen, l'originale dal 1988, è la benzina alchilata più venduta al mondo. Al motore fornisce maggiori prestazioni, durata ed affidabilità, mantiene puliti valvole e pistoni azzerando il rischio di grippaggi, riduce i fermi-macchina e consente di evitare costosi errori di miscelazione. È inoltre ideale per tutte le marche ed è la preferita dai professionisti, i quali fino al 31 maggio hanno la possibilità di acquistare i grandi formati di Aspen 2 da 25 Litri e da 200 Litri e Aspen 4 da 25 Litri ad un prezzo scontato. Testata su 10.000 macchine per 1.000 giorni, con Aspen ne beneficia la salute, la macchina e l'ambiente. Con il 2% di olio biodegradabile privo di cenere, Aspen 2 è il carburante ideale per tutte le marche e per tutti i tipi di macchine, mentre Aspen 4 è il carburante alchilato adatto a tutti i motori a 4 tempi raffreddati ad aria.



AL-KO

5352 VS ALU, taglio in tutta semplicità
Versatile, vibrazioni minime, efficace sempre



Solo® by AL-KO 5352 VS ALU è il nuovo tosaerba con una robusta scocca in alluminio per garantire le migliori performance di taglio, raccolta e durata. Attrezzato con 4 IN 1 function fra scarico posteriore, raccolta, mulching e scarico laterale. Con una larghezza di taglio da 53 cm è ideale per prati fino a 2.000 mq. La regolazione dell'altezza taglio è centralizzata tramite una maniglia per operazioni facili e veloci. Le stegole sono equipaggiate con rinforzi in alluminio pressofuso che includono il sistema di regolazione in altezza del manico su più posizioni per fornire all'operatore il massimo comfort di utilizzo. Ruote XXL per procedere agevolmente e senza intoppi anche su terreni sconnessi.

CUB CADET

XR5, un taglio che più preciso non si può
Per un prato lussureggiante e sempre folto

XR5 di Cub Cadet è stato sviluppato per tagliare il prato con estrema precisione. Le lame in acciaio di alta qualità tagliano preservando la salute e la densità dell'erba in modo da ottenere un prato lussureggiante e folto giorno dopo giorno, sempre bello e pronto per le attività all'aperto. I robot Cub Cadet XR5 sono stati sviluppati per mantenersi puliti autonomamente, permettendo così all'utilizzatore di avere più tempo per godersi il giardino. Per una maggiore tranquillità, il consiglio è di prevedere un servizio di manutenzione invernale a cura del concessionario Cub Cadet. Grazie ad un ampio display touch screen, ad una stazione di ricarica facile da posizionare, l'installazione del nuovo robot XR5 sarà facile e veloce. L'app permette di controllare e programmare XR Enduro Series in modo sicuro con lo smartphone. Il recente aggiornamento BLE 5.0 consente un trasferimento dei dati più veloce fino a 2 Mbps e una portata all'aperto fino a 20 m.



HUSQVARNA

**Automower® Intelligent Mapping, il verde automatico e connesso
Pensa a tutto il robot, dalle aree in cui lavorare a quelle da evitare**

Husqvarna, proseguendo con la sua innovazione nel giardinaggio intelligente, lancia il controllo virtuale delle zone di lavoro per alcuni dei modelli più high tech di Automower®. La nuova tecnologia, denominata Automower® Intelligent Mapping (AIM), migliora la precisione del robot tagliaerba utilizzando il GPS e i sensori per mappare il prato. A questa mappa si può ora accedere con grande semplicità dall'app Automower® Connect, abilitando le apposite funzioni dedicate.

Nello specifico si possono definire le aree di lavoro, ovvero le diverse zone del prato dove applicare programmi e altezze di taglio specifiche. Lo stesso per le "zone da evitare": il robot saprà esattamente dove non tagliare l'erba, tutto senza bisogno di modificare l'installazione dei cavi fisici. Con il programma «alta precisione» viene monitorata in tempo reale la posizione di Automower®, mentre con l'opzione "Automower® Zone Control" vengono facilmente individuate sulla mappa sia le aree di lavoro che quelle da evitare. Per un controllo sempre maggiore.



vetrina

IBEA

**Poker di motopompe per acque chiare
Versatili, compatte, leggere, potenti**

Nuova gamma Ibea di motopompe per acque chiare. Ibea amplia la gamma introducendo quattro modelli di motopompe (1"-1.5"-2"-3"). Versatili, compatte e leggere, ma allo stesso tempo molto potenti, garantiscono ottime prevalenze ed elevate portate d'acqua. Ideali per l'irrigazione e/o per i travasi, sono tutte dotate di motori a 4 tempi con dispositivo oil alert che lo protegge da qualsiasi anomalia di lubrificazione.



SABART

**CLIPLIFT, il grande alleato di trattorini e rasaerba
Con la forza di sollevare rider anche di trecento chili**

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



RASAERBA ROBOT

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

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



TECNO GARDEN®

RICAMBI • ACCESSORI • MACCHINE da giardino

Via Cesare Battisti 59/D
35010 Limena, Padova

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

tecnogarden@tecnogarden.com
www.tecnogarden.com

follow us on &

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

HUSQVARNA

Distribuito da:
FERCAD SPA
web: www.husqvarna.it
email: husqvarna@fercad.it

AUTOMOWER® 435X AWD

Husqvarna Automower® 435X AWD: un pioniere nel mercato dei rasaerba robotizzati. Un modello a trazione integrale che rende leggero il lavoro di prati fino a 3.500 m² e supera ostacoli, terreni accidentati e pendenze impressionanti fino al 70%. Il tagliaerba è caratterizzato dal design X-line con fari a LED, rilevamento di oggetti e interazione intuitiva con Automower® Access. Dotato di Automower® Connect che include il rilevamento dei furti GPS.



105	1.324,00	600 m2	55x39x25	SI	Li-ion	65 min	35 cm/s	Random/3lame	2	17	2-5	25%	si con pin e allarme	A	6,9	PP	SI
305	1.535,00	600 m2	57x43x25	SI	Li-ion	70 min	35 cm/s	Random/3lame	2	22	2-5	40%	si con pin e allarme	A	9,4	ASA	SI
310 MARK II	2.062,00	1000 m2	57x43x25	SI	Li-ion	70 min	35 cm/s	Random/3lame	2	22	2-5	40%	si con pin e allarme	A	9,4	ASA	SI
315 MARK II	2.306,00	1500 m2	57x43x25	SI	Li-ion	70 min	38 cm/s	Random/3lame	2	22	2-5	40%	si con pin e allarme	A	9,4	ASA	SI
405X	2.086,00	600 m2	61x45x24	SI	Li-ion	50 min	35 cm/s	Random/3lame	2	22	2-5	40%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	9,7	ASA	SI
415X	2.782,00	1500 m2	61x45x24	SI	Li-ion	50 min	38 cm/s	Random/3lame	2	22	2-5	40%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	9,7	ASA	SI
420	2.872,00	2200 m2	72x56x31	SI	Li-ion	75 min	42 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con pin e allarme	A	11,5	ASA	SI
430X	3.645,00	3200 m2	72x56x31	SI	Li-ion	145 min	46 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	13,2	ASA	SI
435X AWD	5.921,00	3500 m2	93x55x29	SI	Li-ion	100 min	62 cm/s	Random/3lame	4	22	3-7	70%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	17,3	ASA	SI
440	3.645,00	4000 m2	72x56x31	SI	Li-ion	290 min	47 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con pin e allarme	A	12,0	ASA	SI
450 X	4.765,00	4500 m2	72x56x31	SI	Li-ion	270 min	62 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	13,9	ASA	SI
520	3.593,00	2200 m2	72x56x31	SI	Li-ion	75 min	42 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	11,5	ASA	SI
550	5.190,00	5000 m2	72x56x31	SI	Li-ion	270 min	62 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	13,9	ASA	SI
550 EPOS	6.898,00	5000 m2	72x56x32	SI	Li-ion	210 min	62 cm/s	Random/3lame	2	24	2-6	45%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	14,4	ASA	SI
535 AWD	6.041,00	3500 m2	93x55x29	SI	Li-ion	100 min	62 cm/s	Random/3lame	4	22	3-7	70%	si con blocco pin e allarme + AMC	A	17,3	ASA	SI

KIT INSTALLAZIONE ESCLUSO

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



ArviPO

Attrezzature professionali per potatura



CPS CUT PREVENT SYSTEM

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

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

PS32

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

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

*In base al diametro di taglio in uso

www.cormaf.com - info@cormaf.com

CENTRO ASSISTENZA E RICAMBI

STIHL®

DISTRIBUTORE AUTORIZZATO RICAMBI E MOTORI

RIVENDITORE ABBACCHIATORE ELETTRICO

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

WIPER

WIPER

web: www.wipercompany.com

WIPER PREMIUM F SERIE

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



BLITZ XH2	1.110,20	200 mq	44x36x20	SI*	5,0 Ah	2h	18 m/min	Random	4 WD	24	4,2 - 4,8	50%	pin code	Manuale	8,3 Kg	ABS	No
BLITZ XH4	1.232,20	400 mq	44x36x20	SI*	7,5 Ah	3h	18 m/min	Random	4 WD	24	4,2 - 4,8	50%	pin code	Manuale	8,6 Kg	ABS	No
IKE	1.012,60	600 mq	42x29x22	SI*	2,5 Ah	2h	28 m/min	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	7,1 Kg	PP+FV	Si
I 07	1.140,70	700 mq	42x29x22	SI*	2,5 Ah	2h	28 m/min	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	7,1 Kg	PP+FV	Si
I 100S	1.488,40	1000 mq	42x29x22	SI*	2,5 Ah	2h	28 m/min	GPS-assisted	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	pin code+geofence	Automatica	7,2 Kg	PP+FV	Si
I 130S	1.695,80	1300 mq	42x29x22	SI*	5,0 Ah	2h	28 m/min	GPS-assisted	2 WD	18	2,5 - 7,0	35%	pin code+geofence	Automatica	7,5 Kg	PP+FV	Si
C 80	1.262,70	800 mq	54x45x25	SI*	2,5 Ah	1h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	45%	pin code	Automatica	10,7 Kg	PP+FV	Si
C 120	1.830,00	1200 mq	54x45x25	SI*	5 Ah	2 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,5 - 6,0	45%	pin code	Automatica	11 Kg	PP+FV	Si
C 180S	2.110,60	1800 mq	54x45x25	SI*	5 Ah	2 h 30'	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	25	2,5 - 6,0	45%	pin code+geofence	Automatica	11 Kg	PP+FV	Si
J XH	2.354,60	2200 mq	60x44x31	SI*	7,5 Ah	3 h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 6,5	55%	pin code	Automatica	13,5 Kg	PP+FV	Si
K Light	2.494,90	800 mq	63x46x30	SI*	2,9 Ah	1 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code	Automatica	15 Kg	PP+FV	Si
K Medium	2.586,40	1200 mq	63x46x30	SI*	5,8 Ah	3 h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code	Automatica	15,3 Kg	PP+FV	Si
K Premium	2.702,30	1800 mq	63x46x30	SI*	8,7 Ah	4 h	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code	Automatica	15,6 Kg	PP+FV	Si
KS Medium	3.428,20	1800 mq	63x46x30	SI*	5,8 Ah	2 h 45'	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code+geofence	Automatica	15,5 Kg	PP+FV	Si
KS Premium	3.544,10	3200 mq	63x46x30	SI*	8,7 Ah	3 h 45'	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code+geofence	Automatica	15,8 Kg	PP+FV	Si
KS Extra Premium	3.885,70	3200 mq	63x46x30	SI*	8,7 Ah	3 h 45'	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	25	2,0 - 6,5	45%	pin code+geofence	Automatica	15,8 Kg	PP+FV	Si
XXL S Ultra	4.446,90	6000 mq	78x53x33	SI*	10,35 Ah	4 h	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	36	2,5 - 6,5	45%	pin code+geofence	Automatica	18 Kg	PP+FV	Si
SRH	2.135,00	2800 mq	61x43x28	SI*	7,5 Ah	3 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 6,5	45%	pin code	Automatica	16,1 Kg	ABS	Si
F 28	2.769,40	2600 mq	58x50x29	SI*	7,5 Ah	3 h 30'	30 m/min	Random-Spiral	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin code	Automatica	15,3 Kg	ABS	Si
F 35 S	3.196,40	3200 mq	58x50x29	SI*	7,5 AH	3 H 30'	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin code+geofence	Automatica	15,3	ABS	Si
F 50 S	3.733,20	5000 mq	58x50x29	SI*	15 Ah	7 h	30 m/min	GPS-assisted	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	pin code+geofence	Automatica	16,2	ABS	Si

WIPER

WIPER

web: www.wipercompany.com

L'AUTOMAZIONE PER GRANDI AREE

La serie Yard è stata progettata per chi ha l'esigenza di automatizzare il taglio dell'erba per grandi aree e nello stesso tempo ridurre i costi di manutenzione del manto erboso. Grazie alla tecnologia di ultima generazione e alle caratteristiche meccaniche del robot, Yard si pone al top dell'affidabilità nel mercato robotica per grandi aree fino a 30.000 mq.



P 70 S	4.196,80	7000 MQ	70x49x30	SI*	15 AH	7 h	35 m/min	GPS-assisted	2 WD	36	2,4 - 6,4	45%	Pin code+Geofence	Automatica	18,4 Kg	ABS	Si
YARD 101 S	12.889,30	10000 mq	120x97x37	SI*	30 Ah	6 h	40 m/min	GPS-assisted	2 WD	84	2,5 - 8,5	45%	Pin code+Geofence	Automatica	45 kg	ABS carbonio	Si
YARD 2000 S	15.243,90	20000 mq	120x97x37	SI*	60 Ah	11 h	40 m/min	Random-Spiral	2 WD	84	2,5 - 7,0	45%	Pin code+Geofence	Automatica	49 kg	ABS carbonio	Si

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

ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI

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

AMBROGIO TWENTY ZR

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



GREENline - AMBROGIO L60 Elite	200 mq	440x360x200 mm	SI	5 Ah	2 h 00	3.000	Random-Spiral	4 WD	25	4,2-4,8	50%	NO	Manuale	8,3	ABS	-	
GREENline - AMBROGIO L60 Elite S+	400 mq	440x360x200 mm	SI	7,5 Ah	3 h 00	3.000	Random-Spiral	4 WD	25	4,2-4,8	50%	NO	Manuale	8,6	ABS	-	
GREENline - AMBROGIO L15 Deluxe	600 mq	420x290x220 mm	SI	2,5 Ah	2 h 00	4.200	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	7,1	ABS	SI	
GREENline - AMBROGIO L32 Deluxe	800 mq	540x450x252 mm	SI	2,5 Ah	1 h 00	3.000	Random-Spiral	2 WD	25	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	10,7	ABS	SI	
PROline - AMBROGIO L250i Elite	3.370,00	3.200 mq	580x500x290 mm	SI	7,5 Ah	3 h 30 min	3.000	SDM	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	15,3	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L250i Elite S+	3.830,00	5.000 mq	580x500x290 mm	SI	15 Ah	7 h 00	3.000	SDM	2 WD	29	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	16,2	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L400i B	12.450,00	10.000 mq	1.200x977x372 mm	SI	30 Ah	6 h 00	3.000	SDM	2 WD	84	2,5 - 8,5	45%	SI	Automatica	45,00	ABS	SI
PROline - AMBROGIO L400i Deluxe	14.800,00	20.000 mq	1.200x977x372 mm	SI	60 Ah	11 h 00	3.000	SDM	2 WD	84	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	49,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty ZR (NEW)	1.390,00	1.000 mq	453X296X220	SI	5,00 Ah	4 h 00	4.200	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	7,5	ABS	SI
NEXT line - Twenty Deluxe	1.120,00	700 mq	420x290x220 mm	SI	2,5 Ah	2 h 00	4.200	Random-Spiral	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	7,1	ABS	SI
NEXT line - Twenty Elite	1.440,00	1.000 mq	420x290x220 mm	SI	2,5 Ah	2 h 00	4.200	SDM	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	7,2	ABS	SI
NEXT line - Twenty Elite S+	1.690,00	1.300 mq	420x290x220 mm	SI	5,00 Ah	4 h 00	4.200	SDM	2 WD	18	2,5 - 7,0	45%	SI	Automatica	7,5	ABS	SI
NEXT line - Twenty 25 Deluxe (NEW)	1.750,00	1.400 mq	534x263x386 mm	SI	5,00 Ah	3 h 00	3.000	Random-Spiral	2 WD	25	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	10,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty 25 Elite (NEW)	2.050,00	1.800 mq	534x263x386 mm	SI	5,00 Ah	3 h 00	3.000	SDM	2 WD	25	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	10,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty 29 Deluxe (NEW)	2.350,00	2.500 mq	534x263x386 mm	SI	5,00 Ah	3 h 00	2.800	Random-Spiral	2 WD	29	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	13,00	ABS	SI
NEXT line - Twenty 29 Elite (NEW)	3.070,00	3.500 mq	534x263x386 mm	SI	10,00 Ah	6 h 00	2.800	SDM	2 WD	29	2,5-6,0	45%	SI	Automatica	13,00	ABS	SI
NEXT line - AMBROGIO 4.0 Basic	2.130,00		635X464X300 mm	SI			3.000	Random-Spiral	NP	25	2,0 - 6,5	45%	SI	Automatica	15,00/15,30/15,60	ABS	SI
NEXT line - AMBROGIO 4.0 Elite	2.950,00		635X464X330 mm	SI			3.000	SDM	NP	25	2,0 - 6,5	45%	SI	Automatica	15,50/15,80/15,80	ABS	SI
NEXT line - AMBROGIO 4.36 Elite	3.590,00		784x536x330 mm	SI			2.500	SDM	NP	36	2,0 - 6,5	45%	SI	Automatica	18	ABS	SI
NEXT line - Power Unit LIGHT	470,00	1.000* mq (4.0 Basic)			2,9 Ah	1 h 30 min											
NEXT line - Power Unit MEDIUM	610,00	1.400* mq (4.0 Basic) - 2.200* mq (4.0 Elite)			5,8 Ah3 h (4.0 basic) - 2 h 45 min (4.0 Elite)												
NEXT line - Power Unit PREMIUM	730,00	2.200* mq (4.0 Basic) - 3.500* mq (4.0 Elite)			8,7 Ah4 h (4.0 basic) - 3 h 45 min (4.0 Elite)												
NEXT line - Power Unit EXTRA PREMIUM	1.050,00	3.500* mq (4.0 Elite)			8,7 Ah	3 h 45 min											
NEXT line - Power Unit ULTRA PREMIUM	890,00	6.000 mq (4.36 Elite)			10,35 Ah	4 h 00											
NEXTline - QUAD Elite	4.450,00	3.500 mq	533X533X333 mm	SI	10 Ah	2 h 00		SDM	4 ruote motrici e sterzanti	29	2,5 - 7,0	75%	SI	Automatica	18,5	ABS	SI

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

errezeta®

RICAMBI E ACCESSORI PER IL GIARDINAGGIO

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



ATTREZZATURE A BATTERIA



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



ATTREZZATURE A BATTERIA

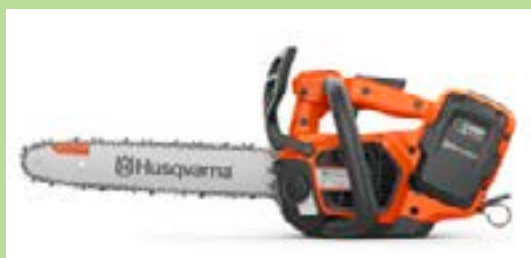


MODELLO	PREZZO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	DOTAZIONE	ACCUMULATORI (V / Ah)	ACCUMULATORI INTERCAMBIABILI	TIPO DI MOTORE (spazzole / brushless)	LUNGHEZZA LAMA CM	LUNGHEZZA ESTESA GRUPPO DI TAGLIO	BARRA CM / TIPO CATENA	PORTATA/VELOCITA' ARIA (m ³ /min·m/s)	SCOCCA	SEMOVENTE	LARGHEZZA/ALTEZZA DI TAGLIO CM	CAPACITA'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

HUSQVARNA Distribuito da Fercad SpA - www.husqvarna.it

T540i XP

Husqvarna T540i XP è la motosega da potatura Husqvarna che, combinata alla nuova batteria Husqvarna Bli200X ed all'innovativa catena Husqvarna SP21G, fornisce performance paragonabili ad una motosega a scoppio da 40 cc. L'elevata velocità della catena garantisce un taglio rapido ed omogeneo, mentre il design del freno catena consente una visuale libera mentre si eseguono tagli precisi



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

PELLENC
 ATTREZZATURE PROFESSIONALI A BATTERIA

ATTREZZATURE A BATTERIA

PELLENC
 ATTREZZATURE PROFESSIONALI A BATTERIA

MODELLO	PREZZO CONSIGLIATO IVA COMPRESA	DOTAZIONE	ACCUMULATORI (V / Ah)	ACCUMULATORI INTERCAMBIABILI	TIPO DI MOTORE (spazzole / brushless)	LUNGHEZZA LAMA CM	LUNGHEZZA ESTESA GRUPPO DI TAGLIO	BARBA CM / TIPO CATENA	PORTATA/VELOCITÀ ARIA (m ³ /min-m/s)	SCOCOA	SEMOVENTE	LARGHEZZA/ALTEZZA DI TAGLIO CM	CAPACITÀ CESTO LT	RUMOROSITÀ dB (A)	PESO KG
---------	---------------------------------	-----------	-----------------------	------------------------------	---------------------------------------	-------------------	-----------------------------------	------------------------	---	--------	-----------	--------------------------------	-------------------	-------------------	---------

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

EXCELION 2

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



BATTERIE DIPONIBILI

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

TAGLIASIEPI

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

DECESPUGLIATORI

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

MOTOSEGHE

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

POTATORI

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

RASAERBA

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

SOFFIATORI

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

Esperienze vissute da Unagreen&Assogreen nelle recenti fiere 2022 Silvia Scabini racconta le ultime novità

È sempre bello incontrarsi di persona e partecipare ad eventi di settore ricchi di proposte e ben organizzati. Quest'anno siamo riusciti a farlo, in occasione di due interessanti appuntamenti fieristici: My Plant and Garden a Milano e FierAgricola 2022 a Verona.



Nel corso di My Plant, Unagreen&Assogreen ha partecipato al fianco di Assofloro durante il convegno "Gestione e valorizzazione di sfalci e ramaglie" in cui è intervenuto l'Ing. Ricci, di Federunacoma, con un focus sulle macchine e le attrezzature che vengono utilizzate a sostegno della gestione green dei materiali di risulta. È importante sottolineare come il convegno abbia offerto una cornice per esplicitare, tra gli intervenuti, la volontà di collaborare su interessi condivisi e obiettivi comuni, gettando le basi per un lavoro più strutturato che andrà, in futuro, nella direzione di perseguire sempre più efficacemente temi cari alle esigenze degli associati.



da sinistra: Federica Tognoli, Fabio Ricci, Nada Forbici, Silvia Scabini e Andrea Pellegratti



da sinistra: Gianni Di Nardo, Isabella Fontana, Silvia Scabini, Paolo De Vivo, Fabrizio Pedrotti

SIGLATO IL PROTOCOLLO D'INTESA CON ASSOFLORO

My Plant è stata la cornice in cui Federacma ha sottoscritto un importante protocollo d'intesa con Assofloro (L'Associazione di rappresentanza degli Enti e delle Associazioni delle Filiere del verde, del paesaggio e dell'ambiente). L'obiettivo del documento è la futura collaborazione per offrire proposte di qualità in termini di eventi formativi e accordi a beneficio degli associati di entrambe le organizzazioni e per perseguire, con una più ampia capacità di pressione istituzionale, risultati che fino ad oggi hanno faticato ad arrivare, come il potenziamento del bonus verde con l'integrazione dei robot e delle macchine a basso impatto ambientale o lo sviluppo della 4.0 nell'ambito del giardinaggio.

Per info e contatti: unagreen@federacma.it

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


FIERAGRICOLA 2022


Nel corso di Fieragricola 2022, abbiamo organizzato un incontro tra i partners di Federacma e gli associati dell'Unione Garden, per capire in che modo le proposte dei partners potessero incontrare le necessità specifiche dei dealers di Unagreen&Assogreen. L'incontro ha costituito un'occasione per riflettere sul futuro dell'impresa nel nostro settore. Ci siamo concentrati in particolare sulle possibili opportunità di sviluppo che vadano nella direzione del fornitore dei servizi, e non più solo del semplice rivenditore, e su percorsi che permettano un'ulteriore specializzazione della nostra figura di dealers. Oltre alla vendita, che da quando si è diffuso l'e-commerce è divenuta sì più semplice e snella, ma a nostro giudizio anche più sterile, vogliamo sviluppare nuove opportunità di margine e crescita professionale.

Durante i nostri convegni abbiamo così avuto l'occasione di analizzare alcune importanti opportunità disponibili per il nostro settore, già sperimentate in forme diverse dai nostri colleghi delle macchine agricole, ma che, con i dovuti accorgimenti, potremmo sfruttare anche noi. Mi riferisco, ad esempio, alla possibile vendita di estensioni di garanzia, alla gestione del noleggio strutturato o alla promozione del nostro business attraverso i canali social.

Personalmente ritengo particolarmente interessante il progetto Garanzia "Sicura!" sviluppato da Conformgest in esclusiva per Federacma, che offre l'estensione delle garanzie sui prodotti che vendiamo, nuovi e usati. A breve, su questo tema,



organizzeremo un incontro on line dedicato ai nostri associati che ci darà la possibilità di conoscere nei dettagli il progetto per poterlo sviluppare insieme.

Ma anche l'opportunità di offrire il noleggio è un'interessante sfida imprenditoriale. Nel settore giardinaggio il noleggio sta prendendo sempre più piede, ma per poterlo gestire e sviluppare davvero in modo professionale e nel miglior modo possibile è opportuno prepararsi ad impostare processi strutturati di gestione.

Il noleggio dovrebbe essere concepito come un business vero e proprio, e non come un'attività di supporto del service. In questo settore, Assodimi-Assonolo, l'Associazione nazionale dei distributori e noleggiatori di beni strumentali, è partner di Federacma e si è resa disponibile per supportare gli associati con percorsi di professionalizzazione per lo sviluppo di questo business. Un altro tema emerso è poi quello della capacità di saper indirizzare in modo giusto e sui canali più idonei le proprie proposte commerciali o i servizi offerti. Comunicare è un'arte e non s'improvvisa, particolarmente in ambito commerciale. Anche costruire l'immagine che si vuole dare della propria azienda è un percorso. Roberto Aiello, general manager di Difference Marketing, lavora da tempo in questo settore, proponendosi di aiutare le aziende a comunicare nel modo corretto per incrementare lo sviluppo delle imprese e dei loro business. Anche con Difference, altro partner Federacma, è previsto un incontro via web, per aiutare gli associati che fossero interessati a questi temi, a capire meglio come poter utilizzare gli strumenti del social marketing per far crescere la propria azienda.

Per info e contatti: unagreen@federacma.it

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

Cub Cadet®

**100% ELETTRICO
0% COMPROMESSI**






**60
VOLT** **MAX**



LH5
FORCE SERIES



ELECTRIC
LITHIUM ION

    
www.cubcadet.it



LUNGA AUTONOMIA



RICARICA VELOCE



MANUTENZIONE RIDOTTA



SILENZIOSITA'

PLATFORM BASKET

campbellavi.com 05221



ALL'ALTEZZA DI OGNI SITUAZIONE PER
LA MANUTENZIONE DEL VERDE

PLATFORM
BASKET

PLATFORM BASKET

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



platformbasket.com

Made in Italy