



edagricole

GARDEN

MyPlant & Garden 2025
cresce ancora di più

MARKETING

Fornitori,
una guida alla scelta

SPECIALE

Forum Arpra,
le schede delle novità

ISSN 1721-7679
Anno XXXVIII
N. 2 MARZO 2025
Bimestrale

2 | **2025**

AgriCommercio & Garden Retail

www.agricommerciogardencenter.it | www.edagricole.it



2025

Atlante Home&Garden

Atlante:
un nome,
una storia.
Scopri-la a
pag. 20-21!

newpharm



• **NADA FORBICI**,
presidente di Assofloro

FLOROVIVAISMO: MOLTE SFIDE, MA C'È FUTURO

Il settore florovivaistico sta attraversando un periodo di intensa evoluzione e sfide significative. Siamo reduci dall'edizione 2025 di Myplant & Garden, uno dei maggiori eventi fieristici del settore, che ha mostrato segnali incoraggianti, con una vivacità nei numeri (oltre 800 espositori e 27.000 presenze, secondo gli organizzatori) e una partecipazione attiva da parte degli operatori. Tutto ciò conferma che il comparto è in fermento, con una crescente domanda di approfondimento tecnico e di formazione.

Del resto, non dimentichiamolo, proprio la formazione continua rappresenta un pilastro imprescindibile per la nostra professionalità. Oggi non ci si può improvvisare: la diffusione capillare delle informazioni impone agli operatori del nostro settore di essere sempre aggiornati per rispondere con competenza alle richieste di una clientela sempre più informata.

Dall'altra parte, le sfide sono sempre in agguato. In primo luogo, il florovivaismo è un comparto strettamente legato alle condizioni climatiche. Le vendite di piante fiorite e fiori recisi dipendono in larga parte dal meteo: una primavera piovosa, come accaduto lo scorso anno, può penalizzare il comparto, mentre giornate di sole incentivano gli acquisti d'impulso. Diverso il discorso per la pianta verde e il giardino, che seguono processi di progettazione più articolati. Per questo motivo, è essenziale lavorare sulla promozione del prodotto italiano, valorizzandone la stagionalità e la qualità.

In tale contesto, emerge pure l'importanza di garantire la salubrità del prodotto nazionale rispetto a quello di importazione. La nostra offerta risponde a rigorosi standard ambientali e sanitari, a differenza di alcuni prodotti provenienti da paesi extraeuropei che, una volta entrati in Europa, vengono commercializzati come comunitari, senza aver rispettato le medesime normative. Questo aspetto deve essere comunicato con forza ai consumatori, sottolineando che la produzione locale non solo sostiene l'economia nazionale, ma garantisce anche maggiore sicurezza e sostenibilità ambientale.

Un'altra criticità a cui prestare attenzione riguarda i costi di produzione. Gli operatori del settore stanno affrontando aumenti significativi legati all'energia, ai substrati e ai concimi. L'Unione europea chiede alternative alla torba, puntando sull'incremento della componente legnosa, e riducendo l'uso di fibra di cocco, entrambe risorse non pienamente sostenibili. Questa transizione richiede un attento bilanciamento per non compromettere la qualità dei prodotti.

Anche la questione della plastica è centrale. Il Conai, nonostante l'introduzione di un regolamento comunitario che stabilisce che il vaso è uno strumento di produzione e non un imballaggio, sta imponendo contributi per la gestione del fine vita, che creeranno pesanti ricadute economiche sul comparto. Fino ad agosto 2026 il regolamento non sarà applicabile, e nel frattempo il settore subisce ulteriori penalizzazioni rispetto ai prodotti importati, esenti da tali costi. Questa disparità (assurda!) mina la competitività delle aziende italiane, rendendo urgente un'azione politica e associativa per riequilibrare la situazione.

Infine, vorrei citare un ultimo fattore da sorvegliare attentamente, in primis a livello istituzionale: le problematiche fitosanitarie. La diffusione di parassiti attraverso le movimentazioni internazionali rappresenta una minaccia sempre più concreta. Allo stesso tempo l'export, che è un pilastro per il florovivaismo italiano, si trova spesso ostacolato da blocchi logistici, come accaduto con la Gran Bretagna, dove trasporti di piante sono stati fermati a causa di normative restrittive. Il nostro settore ha sempre dimostrato grande resilienza e capacità di adattamento. Tuttavia, è fondamentale che le istituzioni comprendano le peculiarità della filiera florovivaistica e adottino misure adeguate per tutelarla. Solo attraverso una strategia condivisa tra produttori, associazioni di categoria e decisori politici possiamo garantire un futuro solido e sostenibile al comparto.



IDEE VINCENTI da copiare per il punto vendita

Abbiamo visitato cinque aziende d'interesse per i centri di giardinaggio e ne abbiamo tratto diversi spunti interessanti



La nuovissima serra di vendita di Garden Paradise comprende anche una zona fredda di tipo Venlo

Essere duttili per cambiare impostazione. Essere sincroni per soddisfare sempre il cliente. Essere aggiornati su una gamma la più vasta possibile. Essere ben organizzati anche per la realizzazione e manutenzione giardini. Essere risparmiatori di tempo. Queste sono le caratteristiche salienti delle cinque aziende, al dettaglio o all'ingrosso, che abbiamo visitato nell'ambito del XIII convegno Aicg tenutosi in provincia di Bolzano nel gennaio scorso. Di ciascuna azienda, in ordine cronologico di visita, sintetizziamo il meglio affinché voi possiate trarre spunti utili.

VALORIZZARE VECCHIO E NUOVO

Il **Garden Paradise** a Termeno (Bz) nasce a Laives nel 2003 e si sposta sulla Strada del Vino nel 2007. Si propone per la produzione e vendita di piante ma anche per la progettazione e manutenzione giardini.

Il successo, in meno di 10 anni, è tale da far pensare a **Siegfried e Petra Hofer** di ampliare le serre, il punto vendita e il magazzino. Ma gli edifici sono troppo vicini alla strada, e la normativa vigente non consente di avvicinarsi a essa, dunque lo spazio in più sarebbe troppo esiguo. Finché non si rende disponibile il terreno a fianco. Affidato il progetto a **Rabensteiner**, azienda leader per la progettazione e realizzazione di serre professionali, e di nuovo dopo varie traversie normative legate alla distanza dalla strada, il progetto diventa quello per il nuovo garden center: la vecchia struttura preesistente sarà infatti destinata a serre di produzione e magazzino, ribaltando completamente la prospettiva iniziale!

Il nuovo edificio si compone di serra calda per le piante d'appartamento, grande serra fredda tipo Venlo, ampi spazi scoperti per il vivaio, magazzino terricci e, al piano di sopra, sala ristoro e spogliatoi per i dipendenti.



Da Psenner, la macchina che dispone il cilindro di rete con la talea a radicare; sullo sfondo: operaie che invasettano le talee



I banchali di giovani piante di Pelargonium di Psenner si muovono in modo automatico all'interno delle serre



Lo showroom di Blumissima viene rinnovato a ogni stagione, per facilitare la scelta dei clienti

La distribuzione degli spazi interni è ariosa, il percorso lineare, la coibentazione assicurata anche con un'estetica moderna in acciaio corten.

PIANTE DAL KENYA IN TUTTA ITALIA

Andreas Psenner è l'azienda nota in tutta Italia come concessionaria del marchio **Proven Winners**, selezione di specie e varietà testate per le zone climatiche italiane. La sede di Caldaro (Bz) – le altre due sono a Bolzano (piante da seme) e in Kenya (piante madri) – si occupa solo di giovani piante da talea.

Le talee appena prelevate arrivano tre volte a settimana in volo dal Kenya, dopodiché vengono invasettate da una squadra tutta al femminile, e un muletto robotizzato sposta i vassoi nella serra automatizzata non ombreggiata dove rimangono per due settimane per poi essere spostate più in là per altre due settimane, indi vengono confezionate in scatole pronte per essere avviate alle floricolture che le coltivano per la vendita al dettaglio, con o senza vaso PW (in Italia la scelta del venditore è libera, sebbene sia consigliato il logo).

Qui i processi di lavorazione devono essere

DALLE UOVA DI QUAGLIA ALLA LANA COTTA

Blumissima, 2000 mq di showroom e magazzino a Bolzano e una filiale a Sommacampagna (Vr), è un'azienda importatrice e grossista di articoli per fioristi e garden center: dal fiore finto (520 referenze) ai nastri (un centinaio di referenze, circa 100 m di scaffali a 6 piani), dagli spilloni alle corde, dalle clip alle stoffe, dalle nascite all'oggettistica, se cercate qualcosa per creare composizioni o impreziosire le piante in vendita, qui lo trovate sicuramente. Attiva dal 1983, ha fatto dell'assortimento infinito il suo punto di forza, diventando un nome di riferimento per chiunque operi professionalmente nel mondo del décor floreale. Fra le proposte più interessanti viste a Bolzano, le uova di ogni genere di pennuto da cortile, incluse quelle di quaglia; le peonie grandi il doppio del normale; le *Monstera* 'Monkey Mask' identiche al vero; i nastri in lana cotta, tipica dell'Alto Adige, perfetti per l'effetto bambagia.

perfettamente sincronizzati, soprattutto fra la settima e la dodicesima settimana, periodo diventato ormai quello di punta in cui Psenner ha la massima richiesta. Un ritardo nel volo o un mancato arrivo creano enormi problemi...

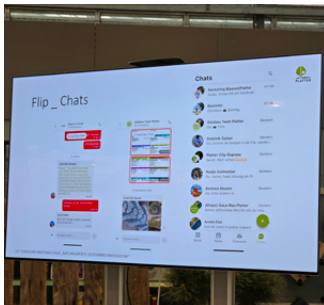
Al momento della nostra visita le serre, che lavorano 20 milioni di talee l'anno, erano quasi interamente occupate da talee di *Pelargonium*, ma non mancavano piccole partite di *Euryops*, *Delosperma*, *Bidens*, petunia ecc.



Uno scorcio degli scaffali colmi di nastri, di Blumissima



Il tabellone (digitale) che organizza le squadre di lavoro presso Mondo Giardino Platter



La app Flip, interna a Mondo Giardino Platter, mette in rete tutti i 100 dipendenti

I VIAGGI-STUDIO IN EUROPA

Aicg è molto attiva nell'impegno di far conoscere ai soci le altre situazioni in Europa, organizzando ogni anno un viaggio-studio: prima del covid in Germania, nel 2024 in Spagna, nella Catalogna, e nel 2025 in Austria, dal 4 al 6 giugno nell'area fra Vienna e Tulln. Sono occasioni uniche per approfondire il mondo del giardinaggio, visitare realtà di eccellenza e confrontarsi con colleghi e professionisti del settore. Il programma infatti prevede di visitare centri di giardinaggio specializzati, vivai particolari, giardini espositivi e concept store innovativi. Lo scopo è quello di fare formazione e networking, immersi nel fascino della tradizione locale. Perché, come nel caso delle visite-studio preliminari al convegno annuale qui descritte, poter vedere e toccare con mano le idee di altre imprese di settore porta a sviluppare nuove soluzioni di layout, marketing, business anche molto efficaci.



FERREA ORGANIZZAZIONE

Mondo Giardino Platter, ad Appiano (Bz), insieme con **Biasion** (nato come miscelatore di sementi nel 1866), garden center a Bolzano, non vende solo piante e prodotti, ma offre un servizio completo di progettazione, realizzazione e manutenzione giardini e biopi-

scine (e piscine).

Con 100 dipendenti, e lavorando con importanti committenti privati quali le strutture ricettive dell'Alto Adige, l'organizzazione deve essere ferrea. Così si sono inventati un'app interna al gruppo, Flip, con annessi social simili a Whatsapp, Facebook e Instagram, do-



La disposizione sbieca nei bancali movimentata la visione e attira l'occhio: idea di Wielander



L'ambientazione di Wielander mira a suscitare emozioni e idee nel cliente

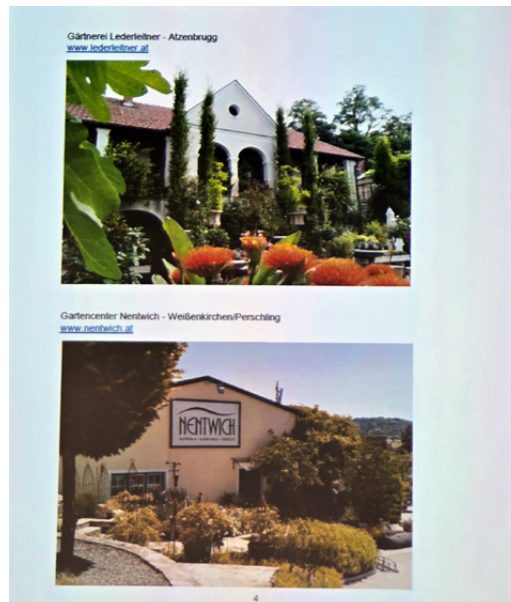
ve chi dirige dirama ogni pomeriggio alle 17 le comande dettagliate per il giorno dopo per ciascuno dei dipendenti, e tutti possono pubblicare idee, nuovi arrivi, proposte ecc. Lo scopo è far sì che tutti sappiano sempre in anticipo cosa fare e cosa si sta preparando in azienda.

Dal virtuale al reale: anche l'operatività è ben organizzata, con box attrezzi recintati per ogni squadra (in totale arrivano a 18 in piena stagione), magazzino ben suddiviso e rifornito (per evitare di rimanere senza un componente nel giardino del cliente), e alloggi per i dipendenti momentaneamente sprovvisti e gli stagisti.

RICOLTIVAZIONE E VENDITA SUGLI STESSI BANCALI

Floricoltura Wielander è attiva a Merano (Bz) dal 1948. Ma lo scorso giugno sono state demolite le serre storiche, ormai inadeguate ai volumi di vendita ottenuti, e sostituite a tempo di record per settembre (sempre da Rabensteiner). Qui sarà possibile ricoltivare le giovani piante e lasciarle sui bancali di coltivazione per la vendita al pubblico, abbattendo i costi e i tempi di movimentazione per spostarli in altre serre.

Nella disposizione delle piante da esterni, in serra fredda, interessante la collocazione



A fianco: due dei tanti garden center e vivai che apriranno le porte durante il viaggio-studio in Austria

in strisce sbieche nei bancali: dà movimento e attira l'occhio per il melange di colori e forme. Ugualmente significativa l'ambientazione, in serra calda, delle piante d'appartamento in piccole scene décor di ambienti domestici, come visto nell'edizione 2024 di Myplant & Garden nel Garden Center New Trend: permette un cross-selling più spinto perché suggerisce al consumatore le idee di decorazione.