



GARDEN CENTER NEW TREND

PAD / HALL 12 stand A47 C48



GARDEN CENTER NEW TREND 2019

è il grande evento di MYPLANT & GARDEN dedicato ai centri giardinaggio: oltre 600 mq di allestimenti scenografici e tematici che vanno a comporre un'area vivace e ricca di attività, in cui le aziende presentano le ultime novità.

is the event within MYPLANT & GARDEN dedicated to garden centers: 600+ sqm of scenic and thematic instalments that create a lively area with many activities in which companies present their latest trends.

La experience mania

The experience mania



focus sulle **IDENTITÀ** dei consumatori

*focus on the **IDENTITY** of consumers*

Una buona esperienza vale una spesa maggiore!

A good experience is worth more shopping!



concept espositivi innovativi

innovative exhibiting concepts

IL PROGETTO

the project

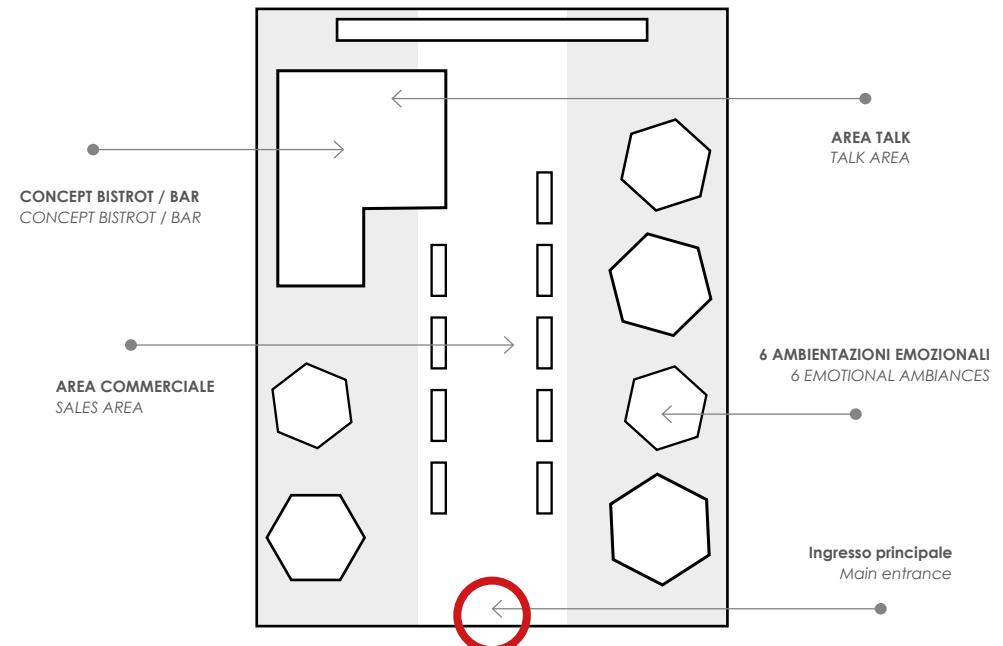
concept 2019:
LE IDENTITÀ DEL BUSINESS
THE IDENTITY OF BUSINESS

Lorenzo, Alice, Fabio, Giacomo e Caterina, Paola, Marco. Chi sono?

Sono i protagonisti dell'edizione 2019 del Garden Center New Trend. E cosa fanno qui? Cosa cercano? La risposta è semplice: vogliono fare esperienza. Questo è il focus di questa quarta edizione di GCNT: i clienti che entrano in un centro di giardinaggio vogliono vivere esperienze da condividere, da raccontare, magari da postare sui social. Ecco perché gli spazi devono essere ripensati secondo nuovi concept, per passare da negozi incentrati sul prodotto a punti vendita che diventano generatori di emozioni, quelle emozioni di cui i nostri protagonisti sono in cerca. Curiosi, e disposti a pagare di più se ne vale la pena, questi personaggi sono in cerca di uno spazio dove poter coltivare le loro passioni: la cucina, la fotografia, il gioco, e soprattutto, le piante.

Lorenzo, Alice, Fabio, Giacomo and Caterina, Paolo, Marco. Who are they?

They are the protagonists of the 2019 edition of Garden Center New Trend. What are they doing here? What are they looking for? The answer is simple: they want to enjoy a new experience. This is the focus of the fourth edition of the event. The customers who go in a garden centre wish to live a new experience that they can share, talk about, maybe even post on social networks. That is the reason why the space in a garden centre needs to be rearranged according to new concepts, so as to shift from shops where the focus is the product, to points of sale that become places where emotions are created, those emotions that our protagonists are looking for. They are curious, they are open to spend more money if it is worth, they are looking for a place where they can cultivate their passions: cooking, photography, playing and, most of all, gardening.



LE IDENTITÀ DEI CONSUMATORI

the identity of consumers

PAOLA

la pubblicitaria / the journalist



Dèco • Fiori • Tessuti / Decoration • Flowers • Fabrics

È una donna in carriera, che dà tutto sul lavoro e che desidera trovare nella sua casa un'oasi di pace in cui staccare dalla frenesia. Dotata di un gusto estetico affinato e costoso; ama il déco ed è attenta a seguire le mode, come quella degli accessori dorati. Acquista fiori recisi per sé, per creare atmosfera; per la stessa ragione, sceglie con attenzione profumi e tessuti.

She is a business woman who invests a lot in her job, and who wishes to find an oasis of peace in her home, where she can relax. She has an impeccable, refined taste, she loves decorating and she follows the latest trends, such as that of gilded accessories. She buys cut flowers, she chooses carefully scents and fabrics to create the perfect ambiance.

MARCO

l'architetto / the architect



Tecnologia • Verde Tecnico / Technology • Green technology

Vive in città, in appartamento. Lavora molto fuori casa, ed è single – per ora. Ama la tecnologia avanzata, gli arredi di design e il verde. Si sposta in bicicletta, per inquinare il meno possibile. Non ha la possibilità di coltivare un giardino, allora si circonda di piante da interno all'ultima moda, soprattutto quelle dalle forme molto nette, che si diverte anche a fotografare.

He lives in a flat in the city. He works a lot and he is single – for now. He loves advanced technologies, designer furniture and plants. He uses the bicycle to reduce his impact on the environment. He doesn't have a garden to cultivate, so he fills his apartment with the most fashionable indoor plants, especially those with a characteristic foliage, which he also enjoys to photograph.

LE IDENTITÀ DEI CONSUMATORI

the identity of consumers

FABIO

lo chef / *the chef*



Aromi • Cucina • Orto / Herbs • Kitchen • Vegetable Garden

È un uomo appassionato dal suo lavoro. Investe molto in ciò che reputa possa aiutarlo a sviluppare le sue capacità e a renderlo più visibile sui social. Gli interessa il mondo della cucina, degli aromi e dei prodotti orticoli. È molto incuriosito dal nuovo trend delle cucine outdoor e sta pensando se comprarne una. Ama i prodotti a Km.0 e desidera imparare come migliorare i suoi raccolti.

He is passionate about his job. He invests a lot in what he thinks can help him develop his skills and make him more visible on social networks. He is interested in the world of cooking, herbs and horticulture. He likes the new trend of outdoor kitchens, and he is thinking about buying one. He loves organic products and he wishes to improve his crops.

ALICE

l'artista / *the artist*



Fai da te • Etnico • Multicolor / DIY • Ethnic • Multicolour

Giovane, eclettica, poliglotta, raccoglie in sé suggestioni e memorie di diverse culture. Afferma le sue origini anche tramite le scelte stilistiche: sceglie l'etnico, il multicolor e ama esprimere se stessa. "Fatto a mano" è la sua parola d'ordine: sceglie cesti realizzati in modo equo-solidale e compra prodotti solo se ne è certificato il rispetto dei lavoratori e dell'ambiente.

She is young, eclectic and polyglot. She gathers in her character traces of various cultures. She underlines her origins also with her stylistic choices: she chooses something ethnic, multicolour, and she loves expressing herself. "Handmade" is her motto: she chooses baskets woven in the fair trade and she buys only products that are certified according to the respect of workers and the environment.

LE IDENTITÀ DEI CONSUMATORI

the identity of consumers

GIACOMO E CATERINA

i fratelli / *the siblings*



Colori • Fantasia • Piccoli attrezzi / Colours • Fantasy • Small tools

Sono ancora bambini, figli di genitori interessati a ciò che è sano e a ciò che salvaguarda l'ambiente dove cresceranno. Per loro, oggetti e arredi a misura, molto colorati, e giochi che stimolano i piccoli giardinieri. Sognano una casetta in giardino, mentre in casa si divertono a sviluppare la manualità con lavori che includono il concetto di riciclo.

They are still kids, whose parents are careful about what is good for them and what is respectful of the environment in which they live. For them there are only very colourful, tailor-made objects and furniture, and toys that stimulate their interest in gardening. They dream about a hut in their garden, and they like to develop their manual skills indoors by recycling materials.

LORENZO

il musicista / *the musician*



Vintage • Prodotti ricercati • Eleganza / Unique objects • Elegance

È un uomo in pensione, che ha tempo e voglia per dedicarsi ai suoi hobby. Ama lo stile vintage anche per una questione affettiva, si orienta su prodotti ricercati e costosi. La sua casa raccoglie alcuni pezzi di design e si ispira allo stile industriale. È un appassionato di piante che chiedono tempo e cura, come il buon vino e la buona musica; colleziona bonsai.

He is retired and he has time for his hobbies. He loves vintage style also for a matter of affections, and he prefers unique and expensive objects. In his home he has designer pieces and he likes the industrial style. He is passionate about those plants that require the same time and attention that is needed for a good glass of wine and good music. He collects bonsais.

APPUNTAMENTI

appointments

GCNT TALK / DIALOGHI APERTI: incontro e confronto!

LE SFIDE CREATIVE PER I CENTRI DEL GIARDINAGGIO ITALIANO

Professionisti e aziende incontrano i gardenisti in un dialogo informativo aperto a domande.

MERCOLEDÌ 20

Dalle 11:00 alle 12:30

BISTROT E RISTORAZIONE NEI GARDEN CENTER

PIERO CAMUSSONE: food&beverage nuove opportunità di business

LUCA GUERCIO: normative e prescrizioni per un Garden Bistrot

CONFAGRICOLTURA: fiscalità e normativa

SOULGREEN by PDPLANT HOLLAND

MERILDE VISAGGI: Rose, le varietà edibili

Dalle 14.30 alle 16:30

INSTAGRAM: CHIACCHIERE GIARDINICOLE CON SIMONETTA CHIARUGI

SOULGREEN by PDPLANT HOLLAND

MERILDE VISAGGI: strumenti di comunicazione integrata al prodotto

CIFO - MARIA CHIARA SICILIANI: Cifo nata per il verde

LUCIO BRIOSCHI: vendita aumentata e vendita complementare

GIOVEDÌ 21

Dalle 11:00 alle 12:30

BISTROT E RISTORAZIONE NEI GARDEN CENTER

PIERO CAMUSSONE: food&beverage nuove opportunità di business

LUCA GUERCIO: normative e prescrizioni per un Garden Bistrot

CONFAGRICOLTURA: fiscalità e normativa

FLORICOLTURA GAGLIOLO: PROGETTO AROMARE

SHOW COOKING con l'Istituto Alberghiero di Alassio

Dalle 14.30 alle 16:30

CIFO - MARIA CHIARA SICILIANI: Cifo nata per il verde

INSTAGRAM: CHIACCHIERE GIARDINICOLE CON SIMONETTA CHIARUGI

SOULGREEN by PDPLANT HOLLAND

MERILDE VISAGGI: strumenti di comunicazione integrata al prodotto

MATTEO RAGNI: LA PAZIENZA DELLE PIANTE

GCNT TALK / OPEN DIALOGUES: meeting and comparing!

CREATIVE CHALLENGES FOR ITALIAN GARDEN CENTRES

Professionals and companies meet garden centers in an informative dialogue open to questions.

WEDNESDAY 20

From 11:00 am to 12:30 pm

BISTROT AND FOOD IN GARDEN CENTRES

PIERO CAMUSSONE: food&beverage new opportunities for business

LUCA GUERCIO: norms and prescriptions for a Garden Bistrot

CONFAGRICOLTURA: laws and norms

SOULGREEN by PDPLANT HOLLAND

MERILDE VISAGGI: roses, edible varieties

From 02:30 pm to 04:30 pm

INSTAGRAM: GARDENING CHATS WITH SIMONETTA CHIARUGI

SOULGREEN by PDPLANT HOLLAND

MERILDE VISAGGI: communication tools for a specific product

CIFO - MARIA CHIARA SICILIANI: Cifo born for nature

LUCIO BRIOSCHI: augmented sale and complementary sale

THURSDAY 21

From 11:00 am to 12:30 pm

BISTROT AND FOOD IN GARDEN CENTRES

PIERO CAMUSSONE: food&beverage new opportunities for business

LUCA GUERCIO: norms and prescriptions for a Garden Bistrot

CONFAGRICOLTURA: laws and norms

FLORICOLTURA GAGLIOLO: 'AROMARE' PROJECT

SHOW COOKING with the Istituto Alberghiero di Alassio

From 02:30 pm to 04:30 pm

CIFO - MARIA CHIARA SICILIANI: Cifo born for nature

INSTAGRAM: GARDENING CHATS WITH SIMONETTA CHIARUGI

SOULGREEN by PDPLANT HOLLAND

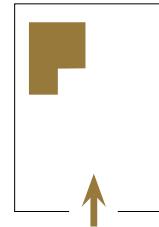
MERILDE VISAGGI: communication tools for a specific product

MATTEO RAGNI: THE PATIENCE OF PLANTS

LE AZIENDE PARTECIPANTI

participating companies

Activa	PAD.12 - G45 H46
Ambra Elettronica Srl	PAD.16 - C44
Amigoplant	PAD.12 - B19
Arena Vivai Soc. Agricola Srl	PAD.16 - C20
Bonfante Srl	PAD.20 - B19 C20
Cactusmania di Manera Bruno	PAD.16 - F29 G30
Cifo Srl	PAD.12 - A25 B28
Copyr	PAD.12 - L20
Ecosauna	www.ecosauna.it
EMU arredi	www.emu.it
Epoca	www.epocaspa.com
Erba	PAD.16 - B25 C26
Euro 3 Plast Spa	PAD.12 - C05 D06
F.Ili Carrillo	PAD.12 - L07
Floricoltura Gagliolo - Aromare	www.gagliolo.it
Florpagano	PAD.16 - D25 E26
FM progetto cucina	PAD.12 - C37
Handy	PAD.20 - G24
Ital Agro Srl	PAD.12 - E30
Jute & Co.	PAD.12 - C34
Kobitex	www.kobitex.nl
Leonessa Vivai	PAD.20 - K18
Luis	PAD.12 - C09
NewPharm	PAD.12 - C39
Orlandelli	PAD.16 - H25 K26
SAF - Saponificio Artigianale Fiorentino	www.saponificioartigianalefiorentino.it
Selfit	PAD.12 - B34
Soulgreen by PD Plant Holland	PAD.16 - K18
Sthil	PAD.20 - L09 M10
Terrecotte Benocci	PAD.20 - F35
Varese Gardening	PAD.12 - H25 K28
Vebi	PAD.12 - F35
Verdemax Div. di Rama Motori Spa	PAD.12 - E38
Verhagen Group - Scentchips	PAD.12 - K18



focus

Concept Bistrot for GARDEN CENTER

Una delle **novità di quest'anno** è l'**area bar&food**, un **FORMAT** studiato appositamente per il negozio garden center. Un nuovo concept che ogni punto vendita potrà ricreare e personalizzare, per offrire ai propri clienti un momento unico. Cibi e bevande a tema green, che diventano un'ulteriore opportunità di business del moderno centro di giardinaggio.

One of the innovation of this edition is the bar&food area, a FORMAT created for the garden centre. A new concept that every point of sale could create and customise in order to offer its customers a unique moment. Food and drinks that follow the "green" theme and that become a further business opportunity in modern garden centres.

a cura di / by



Fashion Lab by IFDA

Un plus per questa 4a edizione di GCNT: divise per lo staff e "**grembiuli fashion**" ispirati ad ognuna delle personalità/identità protagoniste, progettate e realizzate da IFDA, Italian Fashion & Design Academy.

A plus in this edition of the GCNT: clothes for the working staff and fashionable aprons inspired by the personalities of the protagonists of the event, designed and created by IFDA, Italian Fashion & Design Academy.



A CURA DI / CURATED BY



CON IL SUPPORTO DI / WITH THE SUPPORT OF



ARREDO / FURNITURE

CONCEPT BISTROT BY



PATROCINIO DI
PATRONAGE BY



AZIENDE / COMPANIES

