

TEMPO DI OPPORTUNITÀ

Durante il Porte Aperte di Leonessa Vivai due workshop e la guida agli allestimenti insegnano a migliorare e sviluppare il lavoro di squadra e la presentazione dei prodotti nel punto vendita

colloquio di **Marta Meggiolaro** con **Francesca Cangianiello**

Si chiama Piantonario l'evento con cui Leonessa Vivai apre la stagione autunnale: un giorno di festa, organizzato con aziende partner, amici e clienti da **Francesca Cangianiello, socia di Leonessa, ed Erica Cherubini, visual designer**. Anno dopo anno la lista di partner e sponsor aumenta, segno positivo dell'interesse che l'evento suscita nel mercato. Due gli elementi di cui sicuramente beneficia: una collocazione temporale anticipata rispetto agli altri eventi della stagione, che lo rende idealmente il momento di ripresa dei contatti dopo le vacanze estive, e un'atmosfera rilassata, quasi da "festa di paese", in cui è difficile non sentirsi a proprio agio. Il tutto unito a un'organizzazione efficiente e alla proposta di nuove strategie di marketing che aiutano i gardenisti a migliorare le performance del proprio vivaio.

Quest'anno ho notato che avete dato grande risalto alla presentazione del vostro assortimento...

«È vero, mai come quest'anno le persone che hanno visitato il nostro Piantonario hanno anche girato il vivaio in completa autonomia: avevano a disposizione circa dieci ettari in cui curiosare! Le novità a cui abbiamo dato risalto, e che hanno riscosso parecchio successo (esposte e vendute tutte nello stesso giorno dell'evento) sono le Lagerstroemie a foglia nera, le Black Solitaire®, **una novità strepitosa con un contrasto fiore/foglia eccezionale**. Nelle novità di quest'anno abbiamo anche inserito l'*Hydrangea arborescens* Lime Rickey dal fiore verde lime, l'*Eucalyptus* France Bleu, dal fogliame piccolo e azzurrissimo, e la *Gardenia* First Edition® Double Mint dal fiore doppio, profumatissimo. In evidenza abbiamo anche presentato la gamma completa di *Phormium*: quindici varietà tra nani e classici. Anche le *Cordyline* con le loro venature fucsia sono state apprezzate».

Uno spazio interessante è quello che avete dedicato alle sempreverdi. Ci parli di questa collezione?





«Ti riferisci a Evergreen Garden - Il giardino delle conifere, una delle novità che abbiamo presentato al Myplant 2019. Si tratta di una collezione composta da ventuno varietà selezionate accuratamente che si distinguono per portamento e colore. Il nome è stato scelto giocando sul

doppio senso dell'aggettivo, "evergreen" come sempreverdi ed "evergreen" perché le conifere sono, a mio avviso, delle piante che non passeranno mai di moda. Altre collezioni che hanno riscosso come un buon successo sono state le nostre Bande (dei frutti e dei fruttini) e le nostre **Lovely Hydrangea**, sempre in prima linea».

Insomma, siete soddisfatti!

«Assolutamente sì, siamo pienamente soddisfatti! L'evento è stato un grande successo. Credo che la parola che possa identificarlo nella maniera più appropriata sia opportunità. Opportunità per farci conoscere, per integrare, per creare sinergie, per insegnare, per cambiare e crescere. La natura ci insegna che, nonostante le avversità, i frutti si possono raccogliere sempre. Ci insegna a riconoscere le **opportunità**, ci insegna ad aspettare, a fare bene e fare meglio. Opportunità siamo noi».

Opportunità di imparare, dicevi. E in effetti i due appuntamenti di Piantonario sono stati davvero pregnanti.



CROSS SELLING

Fra gli artigiani coinvolti nell'evento di Leonessa Vivai, anche *viviana_vi_made*, che realizza gioielli botanici ricoprendo in rame fiori e foglie, ma anche insetti, e componendoli insieme a pietre semipreziose. Fra i pezzi preferiti, gli anelli con fiore di ortensia. Per informazioni, visitate il suo account instagram o lo shop in Etsy.



«Il tema che abbiamo scelto per quest'anno aveva come slogan "Dall'arte alla magia delle piante". Questo è anche l'anticipo della campagna marketing per il 2020: coltiva la tua arte. Credo fermamente nell'acquisto d'impulso, quello dettato dall'emozione, ed è su questo genere di acquisto che abbiamo concentrato il nostro studio e il nostro impegno. Questo è anche il criterio con cui abbiamo progettato i pannelli della campagna 2020: **un insieme di colori ed emozioni che stimolano il cliente finale a dire "Sì, lo voglio!"**. Quello che suggeriamo al nostro cliente gardenista è di dare

vita a un corner camaleontico con pochissimi accorgimenti. Per rafforzare questo messaggio, quest'anno a Piantonario abbiamo regalato un laboratorio esperienziale curato dalla visual Erica Cherubini e dalle psicologhe del centro Paradoxa di Treviso: la dottoressa Francesca Forner e la dottoressa Marta Sartor.

Quattro intensissime ore dove quattro squadre, lavorando in team, hanno ricreato un angolo di garden, impegnandosi a comprendere regole e strategie di comunicazione. Un altro aspetto su cui abbiamo lavorato insieme è stato la valorizzazione del lavoro di squadra, fondamentale in qualsiasi azienda e che ha come esito

IN BREVE

Piantonario

Da Leonessa Vivai a Travagliato (Brescia)

28 agosto 2019

Due incontri:

La squadra = valore aggiunto per l'azienda

Visual 4.0 = valore aggiunto per il business

Laboratorio Esperienziale a squadre con Marta Sartor, Francesca Forner ed Erica Cherubini

Allestimenti Emozionali a cura di Erica Cherubini

Show Cooking, Street Food e Musica

Con la partecipazione del dottor Andrea Sales

Esposizione delle collezioni di Leonessa

Apertura dei dieci ettari di vivaio visitabili in autonomia



della trasmissione della propria passione e formazione, la creazione di energie mai viste prima. In fondo potresti riassumere Piantonario dicendo che è stato l'emblema di ciò che siamo: voglia di imparare, crescere e condividere».

