

A lato. In tutto 400 metri quadrati la superficie dell'area dedicata all'evento. La struttura è stata fornita da Artigianfer. Sotto. Il bancone dedicato alle composizioni diventa un angolo di incontro con il consumatore.

**G**arden Center New Trend è stato uno degli eventi di Mayplant & Garden, organizzato dalla nostra testata **GreenUp** e da **VGcrea** per la manifestazione milanese. **Un gran successo di adesioni da parte delle aziende del settore e di visitatori**, che hanno potuto scoprire i nuovi possibili trend per il moderno centro di giardinaggio, con **un sacco di stimoli per l'organizzazione del punto vendita**. Un vero e proprio momento che ha strizzato l'occhio al futuro. **Così lo spazio espositivo di un ipotetico garden center è stato reinterpretato secondo una logica esperienziale**. Il layout suggerito ha offerto diversi stimoli sensoriali al potenziale consumatore, per emozionarlo e rendere il momento dell'acquisto una vera esperienza, completa, gradevole e, soprattutto, ripetibile. Così, risulta **determinante ottimizzare l'esposizione per aumentare attrattività e vendite**, comprendere le direzioni che sta prendendo il mercato per sfruttarle a proprio vantaggio. È con questa logica che è stato realizzato l'evento, per mettere al centro un concetto di negozio accogliente, dove il consumatore si sente in "confidenza" con il punto vendita, tanto da passarci del tempo, proprio perché si sente a proprio agio. Un progetto realizzato a più mani, dall'idea di GreenUp e VGcrea, alla consulenza di **GreenHouse Italia** e all'allestimento (determinante!) di **Tenda Verde**. Cinque le aree tematiche individuate all'interno dei 400 metri quadrati di spazio: dall'area tecnica al vivaio, dall'arredo alla cucina, per arrivare a identificare un vero e proprio laboratorio commerciale di idee green.



**LE AREE  
TEMATICHE**

- Verde al centro
- Bio, orto e natura
- Convivium
- Garden Lab
- Ricerca e arredo

# Myplant, succe dedicato ai garde

*Tanti gli apprezzamenti per lo spazio Garden Center New Trend. Quattrocento metri quadrati di idee per un percorso sensoriale, dove l'esposizione esperienziale è la via per aumentare attrattività e vendite*

di **FRANCESCO TOZZI** foto di **MAURO CONSILVIO**



#### AZIENDE PARTNERS

- Arena Vivai [www.arenavivai.com](http://www.arenavivai.com)
- ArsNova [www.arsnovasnc.com](http://www.arsnovasnc.com)
- Blumen [www.blumen.it](http://www.blumen.it)
- Bulzaga [www.bulzaga.it](http://www.bulzaga.it)
- Cactusmania [www.cactusmania.it](http://www.cactusmania.it)
- Chrysal [www.chrysal.com](http://www.chrysal.com)
- Digiplastics [www.digiplastics.co.uk](http://www.digiplastics.co.uk)
- Erba [www.erbasrl.it](http://www.erbasrl.it)
- Floricoltura Pisapia [www.pisapiaflor.it](http://www.pisapiaflor.it)
- Florpagano [www.florpagano.com](http://www.florpagano.com)
- Florsistemi [www.florsistemi.it](http://www.florsistemi.it)
- Food [www.learomatichefood.it](http://www.learomatichefood.it)
- Gardenline [www.webshop.garden-line.nl](http://www.webshop.garden-line.nl)
- Giocoplast [www.giocoplastnatale.it](http://www.giocoplastnatale.it)
- Ipag [www.ipag.it](http://www.ipag.it)
- Leonessa Vivai [www.leonessavivai.it](http://www.leonessavivai.it)
- Opiflor [www.opiflor.com](http://www.opiflor.com)
- Orlandelli [www.orlandelli.it](http://www.orlandelli.it)
- Ortomio [www.ortomio.it](http://www.ortomio.it)
- Tercomposti [www.tercomposti.com](http://www.tercomposti.com)
- Tesi Group [www.tesigroup.it](http://www.tesigroup.it)
- Ubraflor [www.ubraflor.it](http://www.ubraflor.it)
- Verdemax [www.verdemax.it](http://www.verdemax.it)

In alto. Ampio lo spazio centrale, proprio per dare il senso dell'accoglienza del garden center.

A sinistra. Al centro i vasi firmati Erba, con l'acqua come elemento decorativo.

# ssso per l'evento

# n

L'evento ha visto il patrocinio anche di AICG.





### L'ALLESTIMENTO

Particolare attenzione per l'allestimento curato dai professionisti di **Tenda Verde**, una **cooperativa sociale nata con il preciso obiettivo di offrire una risposta al bisogno di (re)inserimento professionale e sociale di persone svantaggiate**. L'attività di Tenda Verde si concentra soprattutto intorno alla **realizzazione e manutenzione di aree verdi pubbliche e private**. Negli anni, però, i servizi offerti dalla Cooperativa si sono implementati e specializzati: si spazia dalla creazione dei giardini alla potatura, dalla realizzazione di opere edili al posizionamento di arredi da esterno, dagli interventi di **riqualificazione ambientale**, alla realizzazione di allestimenti fieristici, scenografie per cerimonie e gadget floreali. Nel 2009, Tenda Verde ha, inoltre, rilevato un vivaio e garden center, Viva il Verde, potendo, così, **estendere l'impegno sociale a soggetti con disagi diversificati**. Sono stati, infatti, avviati un percorso legato al mondo degli eventi e uno all'ambito della formazione, generatori di nuove opportunità creative di lavoro.

In alto. Tre delle responsabili di Tenda Verde durante la fase di allestimento.



In alto. Lo spazio food particolarmente attrattivo.

### VERDE AL CENTRO

È il cuore dello spazio di un centro di giardinaggio, l'anima. Qui piante e fiori diventano elemento sostanziale (e vivo) dell'area espositiva del garden. Il punto di partenza e di arrivo, tra specie e varietà da interno e particolarità e collezioni per lo spazio esterno. Ed è proprio al centro del garden che piante da interno ed esterno devono trovare la loro dimensione; **una dimensione tra verde e colori**. Le piante sono il core business del centro di giardinaggio e quindi devono essere percepite dal consumatore con un giusto valore, anche estetico. **Piante da esterno e da vivaio, con adeguati accostamenti e forme, diventano elementi unici, ispirativi**, così la casa del consumatore si trasformerà in una foresta e i giardini nuovi spazi di benessere.

### CONVIVIAM

Dal giardino, alla casa per arrivare alla tavola. Così piante, fiori e prodotti dell'orto trovano una nuova espressione tra lo spazio interno ed esterno, in una **dimensione più fluida del concetto di décor e arredo**.

**Qui prende forma il legame tra garden e territorio, dove il moderno centro di giardinaggio trova concreti punti di incontro con il settore alimentare e la cucina**. Un connubio di particolare successo, che consente di attirare nuove tipologie di clienti e concretizzare nuovi business.

### GARDENLAB

Qui il gardening diventa 'fai da te'. **L'idea di fare del proprio garden un laboratorio di idee e nuove opportunità di business**. Alternative per sperimentare e lasciare spazio alla fantasia dei propri clienti.



Scaffalature, vasi, piante succulente, bancali diventano tutti elementi d'arredo da accostare e abbinare.



Il bancale deve essere sempre completo e con prodotti completari.

Va in scena la decorazione, o meglio: la creatività. Il **classico banco fiori del centro di giardinaggio, si trasforma in un elemento dove gardenisti, addetti ai lavori ed esperti incontrano il consumatore.** Uno spazio di confronto per nuove idee e sperimentazioni, anche per ripensare feste e ricorrenze. Insomma, creare.

### BIO, ORTO ENATURA

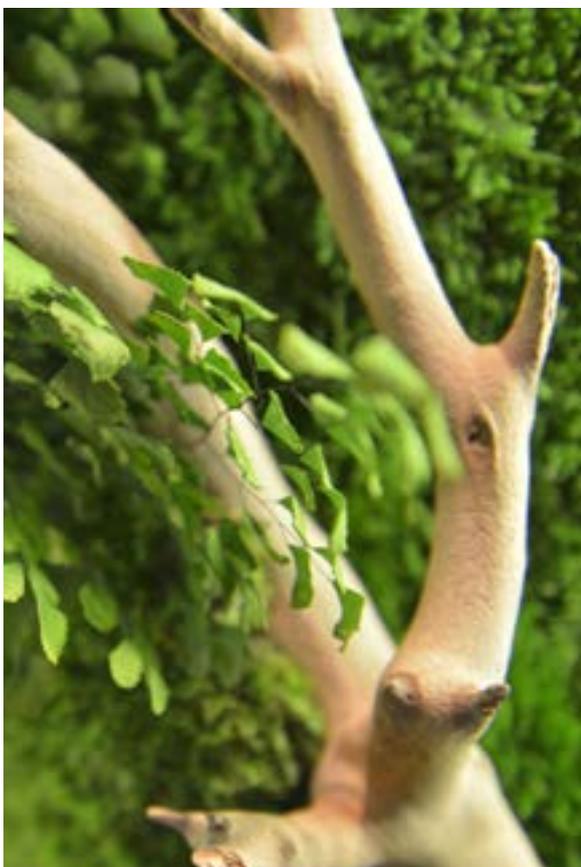
È la **nuova tendenza, il nuovo must per il moderno centro di giardinaggio.** Il garden non può più fare a meno di uno spazio dedicato alle merceologie inerenti il **biologico**, perché le scelte del consumatore vanno in quella direzione.

Uno spazio tecnico orientato alla cura e conservazione di piante e fiori. Nuove referenze scelte con **particolare attenzione ai temi del biologico** e della cura dell'ambiente, che trovano una delle loro principali dimensioni nel trend degli ultimi anni: l'orto.

### RICERCA E ARREDO

Benessere e relax si fanno sempre più armonia in un **intreccio di fantasie e nuovi elementi.** In garden deve ispirare, emozionare con nuove formule di arredo e lasciare spazio alla ricerca.

**Il giardino è la 'sesta stanza' della casa (e del garden).** Gli elementi di arredo diventano idee concrete per il consumatore, in un tutt'uno tra interno ed esterno. Senza trascurare il nuovo trend del verde verticale. Si esprime il concetto di stile, che potrebbe aprire a nuove possibili collaborazioni nell'ambito dell'architettura e del design. ■



L'esposizione più tecnica, dove le diverse referenze trovano uno spazio condiviso.

### SPONSOR TECNICI

- |                  |  |
|------------------|--|
| • Afa            | <a href="http://www.afa-arredamenti.com">www.afa-arredamenti.com</a> |
| • Artigianfer    | <a href="http://www.artigianfer.net">www.artigianfer.net</a>         |
| • Bianco cave    | <a href="http://www.biancocave.it">www.biancocave.it</a>             |
| • Ethimo         | <a href="http://www.ethimo.it">www.ethimo.it</a>                     |
| • Vertical Field | <a href="http://www.verticalfield.com">www.verticalfield.com</a>     |



Utili i gessetti per definire lo spazio 'Lab' di un garden.

### LE MERCEOLOGIE ESPOSTE

- |                                  |                                       |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| • Serra e strutture di copertura | • Piante da interno                   |
| • Arredamenti espositivi         | • Sistemi digitali per il banco cassa |
| • Pavimentazioni                 | • Prodotti per il Natale              |
| • Verde verticale                | • Concimi biologici specializzati     |
| • Piante da esterno              | • Piante da frutto                    |
| • Prodotti décor                 | • Piante da orto                      |
| • Sementi e concimi              | • Piante aromatiche                   |
| • Vasi in ceramica               | • Terricci                            |
| • Vasi in plastica               | • Piante di rose                      |
| • Vasi in tessuto                | • Piante tartufigene                  |
| • Piante grasse e succulente     | • Attrezzature                        |