

Febbraio 2020

### GARDEN

#### Focus Batterie al litio

produttore e si conclude con il montaggio e i severi test tecnici per tutti i prodotti. Inoltre ricerchiamo soluzioni sempre più efficienti per aumentare le performance". Barbera sottolinea che "EGO è e focalizza sulla ricerca e sviluppo e sulla promozione della tecnologia cordless. Il desiderio di creare un futuro sempre più verde prende vita attraverso l'iniziativa Challenge 2025, che non si limita a prodotti sviluppati, ma pervade anche il modo di produrre ed i luoghi in cui EGO lavora. Attraverso le fiere di settore, il presidio di testate giornalistiche, la presenza su social e un grande supporto espositivo agli EGO Point puntiamo a far risaltare all'interno del punto vendita tutta la gamma di prodotti EGO". Del Baglio sottolinea che "più di 500 ingegneri, del reparto di ricerca e sviluppo, sono in grado per offrire aggiornamenti ai modelli esistenti e testare nuovi prodotti che usciranno nei prossimi anni. Gli investimenti commerciali sono invece orientati ad offrire corsi dedicati alla formazione, fiere settoriali, dimostrazioni pratiche e supporto alle attività organizzate dalla rete di vendita". L'ufficio marketing di Husqvarna Italia afferma che "il gruppo investe notevoli risorse in ricerca e sviluppo per accrescere il contenuto tecnologico dei prodotti. A livello locale gli investimenti principali avvengono con esposizioni dedicate, ad iniziative online, nonché fiere". Feni dice che "per la promozione dei prodotti stiamo concentrando i nostri sforzi su più fronti: abbiamo sviluppato campagne ad pianificare sulle principali testate di settore in ambito giardinaggio e stiamo investendo sulla nostra rete distributiva con capitoli di prodotto che assicurino la stabilità dei prodotti nel punto vendita. Inoltre siamo presenti con i nostri brand e con la collaborazione dei venditori nei più importanti eventi di settore". L'ufficio marketing di North Systems chiarisce che "il nostro investimento è concentrato sulla forza vendita, sulla partecipazione a fiere di settore e sulla pubblicità. Partecipiamo al MyGarden and Garden e all'ENNA". Dalla Vecchia sottolinea che "l'investimento principale è rivolto alla continua formazione della forza vendita interna ed esterna con meeting specifici sui prodotti a batteria, supportati da adeguata campagna di marketing".

#### SULLA CRESCITA NON SI DISCUTE

Le previsioni di crescita sono indiscutibili. È questo il sentiment espresso dagli operatori sul futuro degli apparecchi alimentati da batterie agli ioni di litio. Secondo Dalla Vecchia "ci sarà ancora un consolidamento con crescita esponenziale. Nel resto i prodotti a batteria agli ioni di litio sono sempre più presenti nella vita quotidiana di tutti i privati. Nessun punto vendita ne è ormai sprovvisto e



Polster - E6000-7

l'offerta è davvero ampia". Per l'abbia "nei prossimi due anni continuerò a proseguire nel processo di crescita dei volumi venduti, consolidando la nostra posizione nel mercato. Del Baglio ritiene che "nei prossimi due anni il mercato continuerà a registrare crescita a doppia cifra, in particolare nel settore hobbistico". Benvenuti afferma che "se da qui a cinque anni nelle case i cavi elettrici saranno per alimentare frigorifero, forno, lavatrice e calciaie batterie, è possibile immaginare quali siano le aspettative per Enecl". Mazini si attende "una crescita al di sopra della media rispetto a tutti gli altri prodotti". Volain è certo che "il giardino sarà una delle famiglie che più crescerà in termini di fatturato. L'aspetto climatico e meteorologico influisce in modo determinante sui risultati di vendita". Cattaneo si attende "una domanda crescente su questa tipologia di prodotti". Feni si aspetta "ottimi risultati. L'evoluzione tecnologica delle batterie e il probabile calo dei costi determineranno la sostituzione delle macchine con motore a scoppio in favore di quelle a batteria". Per l'ufficio marketing di Husqvarna Italia "il trend del comparto è in deciso incremento". Barbera prevede "una crescita importante del mercato della batteria in generale e per tutta la nostra gamma, vista la crescente domanda di utensili a batteria rispetto a quelli elettrici a benzina". Per l'ufficio marketing di Fellece Italia "È un'idea pessimista non è semplice. Possiamo dire comunque che ad oggi il mercato sta rispondendo bene e sta ricevendo sempre maggiormente la nostra filosofia e quindi sarà importante riuscire a mantenere lo status di punto di riferimento per quanto riguarda il settore della batteria".



30M polster GN 20



Barbera - Northside Ego 1 M2125-37