

# Organizzazione Orlandelli: 40 anni da Mantova a Dubai



*È un periodo speciale per Marco Orlandelli: è stato eletto alla presidenza dei consorzi Myplant & Garden e Made4diy, mentre la sua Organizzazione Orlandelli esporta il 65% del giro d'affari con sedi negli Usa e a Dubai. Lo abbiamo incontrato per scoprire la sua visione del mercato.*

Quest'anno [Organizzazione Orlandelli](#) festeggia il suo 40° anniversario ma la famiglia **Orlandelli** opera nel mondo della floricoltura da sette generazioni. **Ugo Orlandelli** è uno dei pionieri del "garden center" in Italia e già negli anni Ottanta diede vita a **Valle di Fiori**, ancora oggi uno dei centri giardinaggio italiani più grandi con 22.000 mq di esposizione e 180.000 mq di produzione. Cogliendo le potenzialità di questo nuovo canale distributivo, fondò nel 1983 la società di servizi **Organizzazione Orlandelli** specializzata nella realizzazione di strutture

espositive *ad hoc* per i garden center e la vendita di piante e fiori, che ha subito conquistato l'interesse dei *retailer* europei.



Marco Orlandelli, Ceo di Organizzazione Orlandelli.

**Marco Orlandelli** ha raccolto il testimone del padre **Ugo** alla guida di **Organizzazione Orlandelli** riuscendo a confermare la stessa determinazione ed ereditandone lo stesso intuito e capacità di aggregazione. Negli ultimi mesi ha fatto parlare di sé per aver assunto due importanti "presidenze". A giugno 2022 ha infatti sostituito **Gianpietro D'Adda** alla presidenza del [Consorzio Myplant & Garden](#) che controlla l'omonima fiera milanese dalla sua nascita nel 2015. Mentre il 20 gennaio è stato nominato presidente del [Consorzio Made4diy](#), fondato nel 2013 e composto da imprese specializzate nel bricolage e nel giardinaggio.

Per parlare dei suoi prossimi obiettivi e analizzare lo stato di salute dei garden center italiani abbiamo incontrato **Marco Orlandelli**, Ceo di **Organizzazione Orlandelli**.

## Il Consorzio è partecipazione

**GreenRetail:** *Due presidenze importanti nell'arco di sei mesi: da "giovane promessa" sei diventato una "promessa mantenuta"?*

**Marco Orlandelli:** In entrambi i casi sono socio fondatore e sono due progetti nati nello stesso periodo pur essendo molto diversi. **Myplant** è arrivato in un momento in cui c'era un po' di difficoltà nel mercato florovivaistico e c'era una situazione fieristica in Italia che non ci dava la possibilità di mostrare il poco e il tanto di buono che c'era nella produzione italiana. Quindi da un momento di difficoltà di mercato, come è già successo nella storia, ne è uscito qualcosa di buono.

Diversa la storia di **Made4diy**. Il momento era abbastanza favorevole per creare

un consorzio che rappresentasse i produttori italiani di beni per la grande distribuzione. Negli altri paesi europei c'erano già associazioni di produttori che si incontravano nei **Global Summit** organizzati da **Edra** e **Hima**. Quando è nata **Made4diy** il momento era propizio e il mercato della grande distribuzione era effervescente: c'era l'esigenza di promuovere il *made in Italy*. In entrambi i casi mi sembra sia venuto fuori qualcosa di buono!

**GreenRetail:** *In Made4diy sei affiancato alla vice presidenza da Andrea Marchini di Ipierre, un'altra azienda specializzata nel gardening...*

**Marco Orlandelli:** Non ti nascondo che il primo compito della mia presidenza sarà mantenere le giuste attenzione tra *brico* e *garden*. **Made4diy** ha 45 iscritti e 25 si occupano di *gardening*: quindi oltre la metà delle aziende consorziate. Però è anche una conseguenza del mercato: **il mondo del gardening è sempre più importante all'interno della grande distribuzione specializzata. A livello europeo non usano più il termine "diy" (far da sé) ma "home improvement"**. Il tema della casa sta diventando sempre più importante per il consumatore e riguarda anche l'outdoor, dai mobili ai barbecue e ovviamente alle piante. Senza piante non è un giardino.

**GreenRetail:** *Made4diy compie 10 anni, possiamo tracciare un bilancio?*

**Marco Orlandelli:** La premessa è che **se fai parte del Consorzio devi partecipare**: è una realtà **nata per creare network**, se non sei presente alla fine diventa solo un costo anziché una opportunità. Già organizziamo *webinar* e incontri con esperti e potenziali clienti e nella mia presidenza mi piacerebbe migliorare i rapporti con gli uffici istituzionali. Quindi con **Ice**, **Sace** e **Camere di Commercio**. Abbiamo uffici **Ice** sparsi per il mondo con una professionalità enorme e una disponibilità soprattutto nei confronti dei consorzi, perché con il minimo sforzo riescono a dare beneficio a più aziende. Collaboro da più di vent'anni con gli uffici **Ice**, da quando ero nel consiglio di **Confindustria** e ho sempre trovato persone molto attive e utili. Per promuovere le esportazioni **Made4diy** organizza collettive sia in Italia sia all'estero: quest'anno abbiamo partecipato all'**Hardware Show** di Las Vegas e torneremo nel 2024. A luglio andremo in America a visitare la fiera **Cultivate** a Columbus in Ohio con *transfer* a Cleveland per visitare la catena di garden center **Petitti**.

# Myplant: una mostra per il grow e made in Italy

**GreenRetail:** *La tua presidenza al Consorzio Myplant & Garden viene dopo quella di Gianpietro D'Adda che ha curato la fondazione. Proseguirai nella continuità?*

**Marco Orlandelli:** **Gianpietro D'Adda** è stato grande a curare la presidenza per i primi due mandati. Ha fatto un lavoro eccellente e fare meglio sarà un bell'impegno. Però c'è tanto da fare: con **Valeria Randazzo** (exhibition manager di **Myplant** – ndr) vogliamo tornare a lavorare a stretto contatto. Il coinvolgimento da parte delle aziende consorziate deve tradursi in uno stimolo per portare in fiera altre aziende. Quindi ripartiremo con gli incontri nei vari distretti: in Sicilia, in Lazio, in Puglia, probabilmente anche in Lombardia. Per cercare di divulgare cosa è **Myplant & Garden** sia agli espositori sia ai visitatori. Oggi **Myplant & Garden** è la fiera nazionale più riconosciuta e anche a livello internazionale sta conquistando sempre più importanza. Però mancano ancora tanti floricoltori italiani e tanti comparti del florovivaismo.

**GreenRetail:** *Mi sembra che i dubbi maggiori siano legati al periodo. Sbaglio?*

**Marco Orlandelli:** Le critiche sono solo verso il periodo e posso condividere che sia difficile affrontare una fiera nel momento in cui la stagione sta per iniziare o è già iniziata. Quando è nata **Myplant & Garden** ci siamo domandati: *qual è il prodotto italiano maggiormente riconosciuto all'estero?* E nel Consorzio abbiamo deciso fosse la pianta mediterranea. Qual è il momento migliore dell'anno per mostrare le piante mediterranee? Non certo a settembre, ma alle porte della primavera.

Noi pensiamo che le piante mediterranee, che significa agrumi, fiore, aromatiche, ecc., possano essere un traino per tutto il comparto in fiera. Le piante mediterranee hanno il loro massimo splendore in febbraio e saranno attrattive anche per chi vende espositori come **Organizzazione Orlandelli** o per chi vende vasi.

**GreenRetail:** *Anticiparla a gennaio era impensabile?*

**Marco Orlandelli:** Non dimentichiamoci di **Ipm Essen** a cui va portato rispetto perché è una fiera a livello internazionale veramente molto importante. **Ipm** deve essere un esempio per noi: i tedeschi hanno promosso la *tecnica*, che era il *plus* per cui potevano essere maggiormente attrattivi.

Non mi sembra infine che tutte le fiere nate in autunno in questi anni siano andate

benissimo. Teniamoci stretta **Myplant & Garden** e cerchiamo di coinvolgere tutto il comparto del florovivaismo per una grande vetrine dedicata al **grow in Italy** e al **made in Italy**.



## 40 anni di Organizzazione Orlandelli

**GreenRetail:** *Nel 2023 Organizzazione Orlandelli festeggia 40 anni. Come siete cambiati in questi anni?*

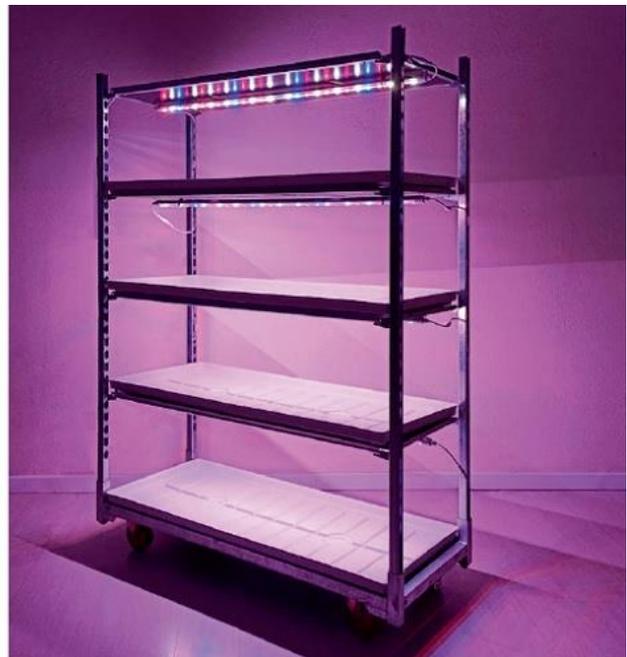
**Marco Orlandelli:** 40 anni sono un traguardo importante e ci siamo regalati una sede nuova: non siamo più a Canicossa ma alle porte di Mantova, a meno di un km dal garden center **Valle dei Fiori**.

Stiamo crescendo perché fortunatamente **abbiamo intuito che anche il mercato internazionale aveva necessità di qualcuno che proponesse soluzioni espositive innovative, diverse dal solito carrello o bancale per esporre piante e fiori. Oggi fatturiamo più del 65% all'estero**, abbiamo un ufficio a Jacksonville in Florida e un ufficio di rappresentanza a Dubai.

**GreenRetail:** *Come mai a Dubai?*

**Marco Orlandelli:** Abbiamo deciso di investire anche in quel mercato perché pensiamo che ci sarà un grossissimo sviluppo. Più della parte *grower* che della parte *retail*, ma comunque anche la parte *retail* può avere uno sviluppo in tutta l'area. L'ufficio di Dubai copre anche l'Arabia Saudita e il Qatar. Tutti paesi che oggi hanno una produzione orticola che soddisfa solo il 5% del loro fabbisogno. Il governo del Qatar ha deciso che entro il 2030 avrà più del 50% di fabbisogno orticolo coltivato in patria. Stanno facendo ingenti investimenti e noi siamo presenti con due divisioni, **Orlandelli for Growers** e **Orlandelli for Retailers**, per offrire una lettura chiara del nostro programma di prodotti. Le nuove soluzioni con luci led, su cui lavoriamo da due anni, ci stanno dando grossissime soddisfazioni.

Portiamo innovazione con soluzioni chiare e convincenti: è per questo che stiamo crescendo. Dal 2010 abbiamo creato un reparto dedicato alla ricerca e all'innovazione ed è un impegno che alla fine il mercato ci riconosce.



L'attenzione all'innovazione e all'evoluzione tecnologica caratterizza l'offerta di Organizzazione Orlandelli. Nelle foto i nuovi carrelli con led per la coltivazione.

**GreenRetail:** *In Italia non nascono molti garden center: immagino lavoriate maggiormente sui restyling e remodelling?*

**Marco Orlandelli:** **Non è detto che saranno i garden center a conquistare quote di mercato nella vendita di piante e fiori.** Ci sono altre aziende che, vedendo le potenzialità del nostro mercato, stanno pensando di allargare i loro spazi espositivi per aggiungere le piante e i fiori. Ovviamente non avranno l'offerta merceologica di un garden center, però parliamo di grandi gruppi con forza finanziaria e centinaia di punti vendita in Italia e se tutti dedicano 200 mq alla

vendita di piante e fiori, secondo me iniziano a far "pesare" la loro presenza. La grande distribuzione sta prestando attenzione alla prossimità. Forse la recente evoluzione delle agrarie ha dato uno spunto e una chiave di lettura al mercato delle piante e dei fiori che prima non c'era.

Non so cosa succederà, però non aspettiamoci per forza che sarà un floricoltore o un operatore del settore a dare la giusta chiave di lettura. Non è detto e potrebbe arrivare anche da altri settori. **Anzi io me lo aspetto a breve perché vedo aziende che si stanno già muovendo.**

**GreenRetail:** *Anche le recenti aperture di garden center da parte di catene specializzate nel bricolage sono sintomo di un cambiamento in atto?*

**Marco Orlandelli:** È uno stimolo per chi ha un garden center per concepire un **negozio sempre più family oriented: il giardino fa parte dell'home improvement e il cliente è la famiglia.** Nella maggior parte dei casi chi cura un giardino lo fa per la sua famiglia. Io faccio l'orto per mostrare ai miei figli come crescono i pomodori o le fragole e per dargli quel piacere di mangiare qualcosa di sano. E come me lo fanno milioni di europei e lo hanno fatto ancora di più durante il Covid.

**Abbiamo la fortuna di avere acquisito una "fetta" di clientela che prima non c'era nei garden center:** 30/40enni che non erano mai entrati in un negozio specializzato. Una parte di questa clientela tornerà a viaggiare e ai vecchi hobby, **ma non tutti abbandoneranno la passione maturata durante il lockdown.** Quindi una parte di questo mercato è rimasta e i garden center oggi devono riuscire a parlare sia al classico pubblico 60enne sia ai nuovi clienti 30/40enni. Offrendo un giardinaggio più facile, che non mi faccia rinunciare alle mie passioni e non mi faccia perdere troppi week-end. Il *boom* dei robot tosaerba rientra in questa tendenza.



Organizzazione Orlandelli fornisce anche assistenza nella progettazione del layout. Nella foto un rendering per un reparto dedicato all'orticoltura.

**GreenRetail:** Secondo te i garden center italiani non parlano abbastanza ai giovani?

**Marco Orlandelli:** La domanda da parte del consumatore c'è: e la risposta? Secondo me sì, ma potrebbe essere maggiore e migliore.

Però vedo dei cambiamenti nel mondo dei garden center. **In molti casi oggi parliamo con i figli dei nostri clienti di qualche anno fa e vediamo che c'è maggiore interesse e risposta. Prima incontravamo qualche difficoltà a proporre certe innovazioni, oggi è decisamente inferiore, sia in Italia sia all'estero.** Mi fa piacere perché vediamo che c'è un mercato in fermento nei garden center, con nuovi investimenti e voglia di proporre nuovi *layout*. Abbiamo appena concluso tre garden center molto belli con investimenti molto importanti in termini di arredamento e ne abbiamo altri in cantiere. Il mercato è in fermento e in piacevole cambiamento.

[www.orlandelli.it](http://www.orlandelli.it)

[www.made4diy.com](http://www.made4diy.com)

[www.myplantgarden.com](http://www.myplantgarden.com)