

La via italiana del garden center

Greenup e MC Sinergie insieme per una guida ragionata alle sfide del futuro

di **NICOLÒ DE ROSSI**

l suo nome ci smentisce: il garden center non è un'invenzione italiana. Oggi l'inglese lo mastichiamo, ma all'epoca non l'avremmo chiamato così. Pazienza! Ci siamo inventati tante altre cose. L'etichetta garden center è arrivata da lontano, e noi l'abbiamo usata un poco a mo' di ombrello, per riunire elementi di natura variegata. Ma la nostra storia è unica e va compresa al di là delle etichette, per non fare, come dice il proverbio, di tutta l'erba un fascio. È anche per questo che assieme a MC Sinergie, società di consulenza da sempre al lavoro coi centri di giardinaggio, abbiamo scritto il manuale Garden Center, stile italiano. Non si poteva scegliere anno migliore per questa collaborazione, dato il 25° compleanno della rivista greenup. Ma torniamo al libro. Da dove nasce l'esigenza di scriverlo? Innanzitutto, pubblicazioni di questo genere sono rare, per non dire rarissime. Abbiamo quindi sentito l'esigenza, che si è trasformata in opportunità, di parlare ai garden center dei garden center, faccia a faccia. E di





L'IDEA DI SEVERINO SANDRINI

L'edizione di questo libro è progetto condiviso tra MC Sinergie e la nostra rivista greenup, libro nato da un'idea di Severino Sandrini, amministratore di MC Sinergie. Il suo primo impegno è stato quello dell'insegnamento in un Istituto tecnico di Brescia, che ha svolto per circa 20 anni, attività che si è rivelata preziosa per il suo lavoro da consulente. Nel 2001 fonda MC Sinergie, società di consulenza e formazione specializzata nel settore garden center e agro-alimentare a cui offre un'ampia scelta di servizi.









SVILUPPO AZIENDA

- Esperienza iniziata nel settore orto-florovivaistico e sviluppata poi nel garden center e altre attività imprenditoriali.
- Negli anni Ottanta: attività tecnica, di direzione e progettazione aziende orto-florovivaistiche.
- Negli anni Novanta: partono i corsi di formazione a enti territoriali ed è in questi anni che si sviluppa il concetto di garden center.
- Dal 2001 in poi c'è l'aumento forte di richieste nel mondo dei garden.
- Più di 400 progetti ideati da MC Sinergie sono stati realizzati per l'80% nel mondo dei garden e il resto in realtà molto diversificate tra di loro.

www.mcsinergie.com

cosa? Garden Center, stile italiano ha l'ambizione di essere una guida, un faro che possa illuminare il cammino futuro, soprattutto delle piccole e medie realtà imprenditoriali. Oggi, la situazione italiana dei centri di giardinaggio è piuttosto disomogenea e tanti sono gli attori in questo vasto panorama – oltre al fatto che, oggi, si vendono piante e fiori un po' dappertutto -. Accanto a realtà molto ben strutturate e di successo, ci sono tante tante imprese che, volenti o nolenti, sono chiamate dal mercato a fare dei cambiamenti, a compiere delle scelte importanti. Ma in quale direzione muoversi? La formula di Garden Center, stile italiano, sviluppata con successo negli anni, è quella di tracciare e percorrere una nostra via italiana, che tenga con grande conto quanto viene fatto nel resto del mondo, in particolare in Nord Europa, ma con un'identità chiara. Tanti sono gli argomenti sviluppati dal libro e tante sono le direttrici di sviluppo e le idee per fare del proprio centro di giardinaggio un luogo che sia molto più di un semplice punto vendita: un centro ben integrato nel contesto urbano, che abbia un importante ruolo sociale e didattico, e che promuova l'innovazione e la sostenibilità ambientale.

PERCHÉ VI PUÒ ESSERE UTILE?

Il manuale si struttura in questo modo. In **una prima parte** ci siamo occupati di ricostruire e presentare la situazione italiana odierna. Prima di tutto, quali sono le realtà commerciali e agricole che si spartiscono il mercato. Sono tante e occorre conoscerne l'attività. È proprio da questa pluralità, infatti, che

si sono sviluppati e si sviluppano, oggi come ieri, i garden center. Importante spazio è stato dato anche ai pionieri del nostro settore, alle storie di chi ha visto lontano e ha saputo rischiare, aprendo la strada agli altri. La seconda parte, la più corposa, è interamente dedicata al modello di centro di giardinaggio stile italiano, la formula che riteniamo più adatta al nostro contesto. In particolare, abbiamo deciso di fornire una disamina, piuttosto ragionata, degli spazi funzionali del garden center. Cosa dovrebbe avere, quindi, un centro di giardinaggio ben sviluppato? Su cosa sarebbe opportuno investire, nel quadro di un ampliamento del proprio centro? Tante sono le possibilità esplorate: si va dal Mondo degli animali (merceologia e reparto 'vivi') al Museo tematico, dal Mondo degli eventi - da cui il crescente ruolo di coesione sociale del centro - all'Area ristoro (da un piccolo angolo caffè, all'agrituri-

smo e alla ristorazione)... Oltre al

Mondo delle piante, naturalmente,

che resta sempre il cuore pulsante

Il minimale della prima di copertina con l'illustrazione di Alessandro Vairo.

OUANDO?

Il libro verrà presentato in anteprima alla prossima edizione di Myplant & Garden, in programma a Milano dal 21 al 23 febbraio. Per avere tutti i dettagli,

seguici sul nostro profilo

Instagram: @ed.lab.verde



dell'azienda, al quale vanno dedicati gli spazi principali, sia coperti che scoperti, per permettere la cura e la coltivazione di un ampio assortimento di varietà. Il Mondo delle piante è trattato, per ovvie ragioni, in maniera approfondita e le proposte sono per comodità suddivise in quattro categorie: Interno, Stagionali, Orto, Esterno. La terza parte del volume riguarda, con taglio pratico, la

del garden center: la scelta e le dimensioni dell'area, le strutture su cui investire, le attrezzature e l'impiantistica. E poi, forse ancora più importanti: la gestione del centro, le prospettive di sviluppo e le opportunità.

progettazione e la conduzione

Il tutto tenuto insieme dalla prerogativa della sostenibilità sociale, ambientale ed economica. Costruirsi, quindi, un'identità chiara – ognuno la propria –, radicata al territorio e alla propria storia, senza appiattirsi in un mercato ripetitivo e anonimo: ecco la formula di Garden Center, stile italiano.

