

industria, distribuzione,
tendenze, gds, garden, fiere



AZIENDE/1

SYNGENTA "SERVE AL MEGLIO"

Syngenta ha annunciato il progetto di creare due organizzazioni separate per la gestione delle attività di wholesale e distribuzione per il settore Fiori in Europa, Africa e Medio Oriente (area Eame) allo scopo di servire al meglio i due distinti gruppi di clienti. Con il nome di Syngenta Flowers, l'organizzazione wholesale fornirà i produttori e distributori di giovani piantine da fiore. Syngenta Flowers offrirà una ricca collezione di materiale genetico, incluso l'assortimento Goldsmith Seeds di recente acquisizione, e assistenza tecnica professionale. Eric Lekkerkerk, alla guida di Syngenta Flowers in Eame ha affermato: «Syngenta Flowers si distinguerà per innovazione, qualità e affidabilità nella fornitura di sementi e talee. In futuro e in maniera graduale, renderemo il nostro assortimento disponibile a più partner distributori». Con il nome di FloriPro Services, l'organizzazione di distribuzione si focalizzerà sulle giovani piantine di alta qualità, offrendo anche sementi e talee in erba. FloriPro Services avrà una rete dedicata e indipendente di vendite e marketing, customer service e assistenza tecnica per tutta Europa. Taner Aykac, a capo di FloriPro Services ha affermato: «FloriPro Services metterà a disposizione dei produttori un'ampia linea di prodotti in grado di aumentare la loro efficienza e redditività. Attraverso l'eccellenza nei servizi offerti e l'efficienza delle nostre forniture, aspiriamo a diventare il fornitore preferito di ogni produttore». Syngenta è uno dei principali attori dell'agro-industria mondiale e impiega più di 24 mila persone in oltre 90 Paesi.

APPLICAZIONI

HOASI, "UNA SCELTA VINCENTE"

Hoasi di **Barbiflex**, il telo pacciamante dalle elevate prestazioni tecniche, è stato impiegato in un significativo progetto di arredo urbano a Erba, importante comune in provincia di Como.

La variante Terra di **Hoasi** è stata posata su una rotonda di 700 metri quadrati, denominata "rotonda del volante", e sui 300 metri quadrati di spartitraffico laterali. Per l'anno prossimo è già prevista la realizzazione, sempre con Hoasi, di altre

aree di circa 600 metri quadrati adiacenti alla rotonda. «Abbiamo preso in considerazione altre soluzioni, come ad esempio i teli biodegradabili in cocco o i teli neri antialga, ma, i primi hanno una durata indefinita, pesantemente condizionata dalle condizioni meteorologiche; mentre i teli antialga sono visivamente poco gradevoli e, trovandosi la rotonda in una zona di centrale di Erba adiacente al polo fieristico, non sarebbero stati adatti.

Hoasi vanta, invece, un ottimo impatto estetico e anche a livello di praticità si è dimostrato il prodotto migliore – ha dichiarato **Alessandro Ratti**, titolare dell'omonima Azienda Agricola di Mariano Comense che ha seguito i lavori –. È stato, quindi, preferito per un discorso sia estetico che pratico: è più veloce da posare, non subisce alcun degrado nel tempo e ha performances eccezionali, oltre a essere piacevole visivamente».



PROMOZIONE

ORIGINALE CAMPAGNA PER RINALDO FRANCO

Per il lancio della linea di alimenti umidi **Best Bone MonPatè**, **Rinaldo Franco** sta attuando un'insolita pubblicità stampa rivolta ai consumatori finali, una multi-soggetto a fumetti sulle "Avventure di James Bone", le cui vignette sono curate da **Sandro Dossi**, storico disegnatore italiano di fumetti. Il soggetto è un personaggio simpatico, un cane forte e coraggioso che, come il



personaggio della serie cinematografica, ideato dallo scrittore inglese Ian Fleming, assume le vesti di un eroe che difende i più deboli e che propone appunto l'alimento **Best Bone MonPatè** per ottenere maggiore energia, e lottare contro chi maltratta gli animali. «L'obiettivo della campagna – ha sottolineato **Dan Franco**, titolare di **Rinaldo Franco** (nella foto) – è di creare un messaggio "emozionale" che faccia breccia nel consumatore, all'interno del "fuoco di sbarramento" della pubblicità dei marchi delle multinazionali». L'azienda ha

pianificato le uscite delle "Avventure di James Bone" (sono tre le storie realizzate da **Sandro Dossi**), nell'ultimo trimestre del 2009 sulle più importanti riviste pet-care distribuite in edicola e il soggetto verrà utilizzato anche sui materiali pop per la comunicazione nei pet-shop.



Fotografie, scorcii e immagini. Dodici anni di attività industriale. E non solo

A CURA DI FILIPPO TERRAQUO

Ieri & Oggi

Cento numeri e 12 anni (e più) li vogliamo ricordare: anche grazie all'aiuto delle aziende fornitrici, che in tutto questo periodo hanno sempre visto in GreenUp un interlocutore credibile e affidabile e hanno sempre stimolato il mercato con nuovi prodotti e nuove campagne promozionali.

Così, abbiamo raccolto foto, scorcii, dichiarazioni di quello che era "ieri" il comparto del giardinaggio e di come si è trasformato negli anni.

Tra multinazionali, realtà italiane e aziende familiari. E alcune vi hanno anche segnalato prodotti al di là del gardening.

MADE IN ITALY

Fondata nel 1962, l'azienda Agrati è tuttora operante nella sede in Vittuone in cui vengono interamente progettati e prodotti tutti gli articoli. Grazie alla continua attività di ricerca e innovazione, insieme all'impegno dell'azienda sul fronte della qualità, dal 1960 ad oggi Agrati ha saputo rispondere alle continue richieste del mercato.



«I cereali sono la produzione di punta dell'azienda»

▼ Una delle ultime novità.



TRA CASA E GIARDINO

Nel 2005 Bamà ha festeggiato i suoi primi 30 anni di attività: l'azienda è stata fondata nel 1973 da Renzo Baiocchi, l'attuale titolare, che all'epoca aveva solo 23 anni. La produzione era affidata a sole tre differenti presse per tre diversi articoli e gli unici operai erano Renzo, la moglie Marcella, il padre e un meccanico. Oggi l'azienda fiorentina conta 4 mila metri quadrati di superficie coperta, 50 dipendenti e 380 articoli a catalogo.



«Il focus è sullo spazio di qualità anno fa»

«Le moderne soluzioni»



▲ Concetta Calogero e Francesco Crudo.

► I due fratelli al Flormart di Padova.



DA PADRE A FIGLIO

Barbiflex nasce nel 1978 nel settore del bedding: i coniugi Concetta Calogero e Francesco Crudo avviano un'attività di imbottiti per l'industria del mobile, che diviene nel tempo, produzione di non-tessuti per svariati impieghi. Giuseppe e Barbara Crudo, oggi, proseguono l'attività e creano Hoasi, un innovativo sistema di pacciamatura. In parallelo sviluppano una serie di innovativi prodotti tecnici per i garden e l'edilizia.

IL PRIMO RASOIO

Era il 1928 quando la multinazionale Bosch lanciò sul mercato il suo primo rasoio elettrico. Si trattava del rasoio Forflex. Nel 2003, frutto di un grande investimento in tecnologia e sviluppo, nasce il primo elettorasatura al Litio, che, diventato oggi l'elettorasatura più venduta al mondo.



Una panoramica che risale al 1984.



La comunità nasce nel 2004.

CREATIVITÀ ARTIGIANA

Era il 1952 quando Guido "Pino" Bonfante mescolò tutte le proprie esperienze maturate con il cemento con quella creatività artigiana che ha fatto la fortuna dello stile italiano nel mondo. Proprio nel 1953, Bonfante decise di iniziare la carriera imprenditoriale fondando la sua società. Il primo prodotto fu il vaso che oggi è conosciuto con il nome di "Vasagone". Oggi Bonfante è una delle aziende di riferimento per i mercati dell'arredo giardinaggio, dell'arredo urbano e dei sistemi modulari di recitazione.

