



ne si sta rafforzando, con la diffusione di punti vendita in tutto il territorio nazionale; dall'altra, tale sviluppo è orientato spesso al contenimento delle metrature dei negozi. È quindi possibile che la domanda di beni cresca, al crescere dei punti vendita, ma appare altresì chiaro che le attività di rifornimento saranno per lotti più contenuti e maggiore frequenza nelle consegne. Ma poi, sempre per quanto riguarda le opportunità di business, non è tanto il livello dei fatturati, che rimane più o meno costante, è proprio la necessità di ingegnarsi per ampliare la base clienti o per seguire la domanda. Per il green è stato un anno difficile ed esigente, con ovvie ripercussioni sul segmento produttivo e logistico dell'intera filiera. Ma c'è voglia, voglia di metter-

sibilità. I tassi di interesse sono ormai anche superiori al 10%, con ovvie ripercussioni sui conti economici delle aziende. E allora c'è nuovamente bisogno di reinventarsi. È indispensabile ottimizzare le risorse e servire al meglio il consumatore, che è sempre più esigente. E il marketing potrebbe essere la chiave di lettura vincente (pagina 60), perché è sempre più al centro del processo decisionale del cliente. In definitiva potremmo dire che le opportunità per lo sviluppo ci sono, il problema è che per seguirle, sembra, bisogna deviare dalle rotte tradizionali e rischiare percorsi alternativi, sia in termini di clienti, sia per la strutturazione dei servizi. Perché ovunque ci potrebbe essere un'opportunità di business.

NASCE L'ASSOCIAZIONE ITALIANA DEI CENTRI DI GIARDINAGGIO

Finalmente! C'è la voglia di fare e la serietà di importanti imprenditori del settore del gardening. Per dare una (nuova) identità al "nostro" canale distributivo e confrontarci con i mercati europei e mondiali

Dopo l'incontro di coordinamento tenutosi a settembre in occasione del Flormart di Padova e quello

del Festivity di Milano, diversi centri di giardinaggio – a partire da Flover, Floricoltura Schullian, Centro del Verde

Giovannelli e dichio vivai garden – hanno condiviso la volontà di costituire un'associazione italiana dei centri di giardinaggio, al fine di promuovere lo sviluppo economico e culturale del settore. Ecco che sono stati fatti i primi passi. L'associazione è nata, Associazione Nazionale Centri di Giardinaggio, e gli obiettivi risultano pienamente in linea con quelli dell'associazione internazionale Igca. "La ferma convinzione del gruppo di lavoro – dichiarano i promotori – è che l'associazione diventi un potente veicolo di scambio e condivisione per tutti i soggetti che a vario titolo ne faranno parte. Siamo fiduciosi di aver intrapreso un percorso virtuoso, anche perché confortati dall'elevato numero di aziende che hanno già manifestato il loro interesse". E noi di GreenUp seguiremo con interesse l'evolversi dei lavori, certi che i tempi sono maturi per la nascita di un'associazione di categoria per il "nostro" canale.