

Come costruire un garden center di **SUCCESSO**

Severino Sandrini di Mc Sinergie è uno dei consulenti più “gettonati” dai garden center italiani. Lo abbiamo incontrato per capire come si vede il mercato del gardening italiano da un osservatorio privilegiato.



di Paolo Milani

La bresciana MC Sinergie (*MC sta per mente collettiva*) è una nota società di consulenza e formazione specializzata nel mercato dei garden center, che dal 2001 rappresenta un punto di riferimento per molti operatori.

La possibilità di collaborare con tanti garden center sul territorio nazionale e la profondità del rapporto che **MC Sinergie** instaura con i suoi clienti, permette al suo fondatore, **Severino Sandrini**, di avere un punto di osservazione privilegiato sull'andamento dei garden center italiani. Lo abbiamo incontrato per capire come giudica la condizione del mercato dopo la crisi iniziata nel 2012.

“La crisi non è finita e non finirà”

Greenline: Il mese di marzo ci sta regalando molte giornate di sole che hanno riportato i clienti nei garden center. Qual è la tua sensazione?

Severino Sandrini: Noto che in alcuni casi i garden center fanno scelte troppo istintive. Appena le cose vanno male tagliano i costi e il personale, ma quando poi vanno bene si trovano spiazzati. Se tu fai delle azioni pensando che le cose andranno male, se poi il mercato dà una risposta migliore (per esempio per merito del clima) ti trovi debole. Al contrario chi sta

seguendo una logica e ha fatto degli investimenti (moderati perché il momento non lo consente) ovviamente oggi ha il personale di copertura nei week end, i prodotti sugli scaffali e i risultati ci sono.

Greenline: Nel Congresso di Aicg di gennaio nel tuo intervento hai detto che i garden center sono cresciuti nel 2013, sollevando qualche perplessità. Ce lo spieghi meglio?

Severino Sandrini: Ho solo mostrato l'andamento dei garden center con cui lavora **Mc Sinergie** e ribadisco che ci sono molti che nel 2013 sono cresciuti, anche più del 10%. Ci sono situazioni differenti nel positivo, a seconda del lavoro svolto, dell'impegno e del percorso che stanno facendo. **Chi non ha fatto niente, se non tagliare tutti i costi, si è ritrovato con la merce esposta in modo non adeguato, senza novità, senza personale per fare le coperture giuste, con la coda alle casse, ecc.** Nel 2013 il maltempo ha danneggiato un periodo preciso lo scorso anno, compreso tra marzo e aprile, con cali di vendite del -40% o -50%: **perché alcuni garden hanno recuperato questa flessione nei mesi successivi e altri no?**

Adesso l'illusione è che il marzo soleggiato faccia pensare che la crisi sia finita. Invece la crisi non è finita e neanche finirà.

Greenline: Dal 2012 in poi il mercato ha subito uno scossone però, non credi?

Severino Sandrini: Sono cosciente che i miei clienti da soli non rappresentano il mercato: il maltempo unito alla crisi sta selezionando tantissimi punti vendita. Io in tanti anni di attività non ho mai visto così tanti punti vendita che vanno a chiudere.

È in atto una selezione del mercato. Non basta più copiare cosa fanno all'estero: bisogna rinnovarsi e metterci impegno. E questo vale per tutta l'Italia: se c'è un progetto globale (che non è solo costruire una serra) le cose funzionano.

La boutique con i cartoni

Greenline: È pronto il mercato per questo salto di qualità?

Severino Sandrini: Mi sto convincendo sempre di più che dovremo formare gli imprenditori e non solo i dipendenti. Lavoro da tanti anni in questo mercato e negli ultimi mesi sto girando tantissimo e vedo ancora situazioni davvero molto arretrate.

L'imprenditore deve essere dentro il progetto veramente. Il garden center riempito solo di immagine e che piace al collega, non è bello; copiare cosa fanno in Germania o in Inghilterra, non serve: un punto vendita è bello se funziona.

Greenline: Un garden center gradevole però piace al cliente...

Severino Sandrini: Naturalmente. Ma mi capita di visitare dei punti vendita con bancali sporcati dalle promozioni, vasi che regolarmente non corrispondono, prodotti ammassati. Esposizioni che può fare un centro bricolage, ma non uno specialista come un garden center, dove vai perché sai che troverai tutto quello che ti serve, non la promozione.

Posso dire una cosa che non piacerà a tutti?

Greenline: Siamo qui apposta...

Severino Sandrini: Personalmente sono contrario all'uso dei *pull box* promozionali. Sono brutti e coprono tutto il resto. È come se in una boutique io mettessi davanti agli armadi con i vestiti delle scatole di cartone...

Per una gestione più etica

Greenline: Che consiglio puoi dare, generalizzando, ai garden center italiani?

Severino Sandrini: Un tema che mi sta molto a cuore è la **gestione etica dei punti vendita**. Cioè creare un'azienda dove il rapporto del gruppo di lavoro e la *mission* aziendale sono chiare, dove ci sono dei valori all'interno della gestione dell'azienda. Per esempio nella gestione differenziata dei rifiuti, negli impianti a norma, nel riscaldamento, ecc. Anche una qualità della vita migliore degli addetti è un concetto di *economia etica*.

Il consiglio è sempre quello: un punto vendita pulito e profumato, il prodotto ben esposto, l'ambiente raffrescato e ovviamente il personale, che deve lavorare in squadra. Quando entri si sente subito se un negozio è accogliente o meno: puoi fare tutta la pubblicità che vuoi e puoi puntare sul prezzo - che è la cosa più stupida che si possa fare - ma non avrai successo. **Avrai successo se hai un ambiente accogliente capace di sviluppare relazioni con i clienti**. Ma che relazioni puoi fare se non hai delle persone illuminate al vertice, che coinvolgono gli altri? Avrai un reparto che va bene perché c'è un bravo responsabile di reparto, ma il resto?

Greenline: A proposito di "gestione etica", negli ultimi anni la mancanza di una normativa chiara sui garden center ha generato un controllo più stringente delle amministrazioni pubbliche. Mi sbaglio?

Severino Sandrini: Sì, ci sono maggiori controlli ed è giusto che ci siano. Ma come spesso succede in Italia, c'è una grande impreparazione da parte degli organi competenti: in alcuni posti pretendono cose assurde, che in altri non guardano neppure.

Da parte nostra, nei garden center con cui lavoriamo cerchiamo di anticipare le problematiche. A livello di progettazione, per esempio, consigliamo qualche via d'uscita in più, dei viali molto liberi e spaziosi. Più difficili da mantenere però anche più efficaci e funzionali per la sicurezza.

Greenline: La Tarsu ha fatto più danni della grandine...

Severino Sandrini: Il problema della Tarsu, da solo, giustificerebbe l'idea di progettare i reparti in maniera corretta. **Hanno ragione i Comuni a pretendere il pagamento**

SOLUZIONI ORIGINALI PER IL TUO PUNTO VENDITA

VISITA IL SITO

ORLANDELLI.it



Linea Diretta
0376.96.03.11

info@orlandelli.it

di Tarsu su tutta la superficie, se non è quantificata nel modo giusto. Perché la categoria "piante e fiori" della Tarsu è nata per i fioristi, che hanno piccole dimensioni, e non si può applicare a un garden center. **Ma se tu distingui nell'esposizione la parte dedicata alle piante da quella dedicata ai prodotti, puoi fare richieste diversificate e puoi sostenerle.**

La relazione con gli amministratori non è facile, perché viviamo in un mondo con troppe leggi spesso poco chiare: però anche noi dobbiamo fare la nostra parte.

Greenline: Il riconoscimento legislativo dei garden center risolverebbe la situazione?

Severino Sandrini: Certo. Secondo me nella zona agricola pura dovrebbero avere solo piante di proprio coltivazione, mentre nella parte commerciale si espongono i prodotti. Sarebbe sufficiente una licenza commerciale su terreno agricolo, con decadimento se si interrompe l'attività agricola. Naturalmente chi una licenza commerciale paga come qualsiasi altri

commerciantе. Comunque è evidente che se vuoi aprire un garden di una certa dimensione lo devi fare in zona agricola. Sarebbe economicamente impensabile su un'area commerciale.

Meno prodotti nel negozio = meno vendite

Greenline: Sbaglio o i negozi sono un po "scarichi" di merce?

Severino Sandrini: Le giornate di sole di marzo hanno portato la gente nei garden center, ma molti erano in ritardo con le piante. L'anno scorso a marzo hanno buttato via molto e quest'anno hanno prodotto di meno: il risultato è che quest'anno non ci sono prodotti. **Come puoi crescere con gli scaffali vuoti?** Fra l'altro Una delle cose che colpisce negativamente di più il cliente è vedere gli spazi espositivi vuoti: non puoi avere i bancali deserti con il cartello "arriveranno".

Greenline: Oltre alle piante si nota lo stesso "difetto" anche nei prodotti industriali.

Ormai il retail non fa più il prestagionale e anche le industrie hanno ridotto gli stock...

Severino Sandrini: Hai toccato un tasto dolente. Nessuno fa più il pre-stagionale e – da quello che riscontro – anche le industrie hanno rallentato e ridotto al minimo i magazzini. Così spesso quando fai un ordine devi aspettare la produzione. Il minimo di magazzino viene riservato ai **clienti migliori: che non sono più i clienti più "grandi" ma quelli che pagano.**

Comunque è certo che nei punti vendita noi assistiamo a molte promesse non mantenute.

Per evitare rotture di stock, il punto vendita deve tenere le scorte minime giuste: se i reparti sono impostati correttamente, non dovresti finire i prodotti nel week end. Il tutto per sopperire al fatto che le aziende non consegnano nei tempi previsti. Comunque anche da questi dettagli si vedono le differenze tra le industrie robuste e quelle no.

Greenline: Il timore di molti punti vendita

GARDENITALIA

by Europrogress s.r.l.

Progettare
Immaginare
Realizzare

Bancali ECO

È la soluzione più economica per l'esposizione delle vostre piante.

Semplici, robusti, estremamente leggeri e funzionali, totalmente in alluminio con fondo monoblocco in polistirene, 2 scarichi rapidi con tappo di drenaggio e piedini di appoggio in tubolare di alluminio 35x35 mm con sistema di regolazione altezza rapida. Disponibili anche in versione mobile con le ruote.



PER INFO E PREVENTIVI:

Via per Concordia, 20
41037 Mirandola (MO) - Italy
Tel.: +39.0535.26090
Fax: +39.0535.26379

www.gardenitalia.net
e-mail: info@gardenitalia.net

nel fare magazzino è forse determinato dal ricordo del marzo 2012 e da una certa sfiducia...

Severino Sandrini: Se compri meno, sei sicuro di fare meno. La paura ha fatto più danni del maltempo e della crisi. Chi invece non si è spaventato e ha fatto le cose giuste, sta crescendo: ovviamente stando più cauto negli investimenti. Più cauto non nelle cifre ma nella scelta della qualità degli investimenti. Magari hanno rinunciato a cose che per il fatturato non sono fondamentali o fuori dal nostro core business: chi si è concentrato ed è stato sul pezzo ha avuto risultati. **Questo però non lo può fare una persona da sola:** bisogna lavorare con un pool di collaboratori, spesso membri della famiglia.

Greenline: Torniamo al ruolo del personale...

Severino Sandrini: In uno spazio piacevole se non hai la gente piacevole non vai da nessuna parte. Soprattutto in questi momenti in cui la gente è un po' arrabbiata con il

mondo. Io noto che più l'ambiente è accogliente e gradevole, con delle persone giuste, e più ha successo. Coinvolgere dal basso è più impegnativo, ma è questo che dà risultati. Quando un titolare è presente nel negozio a tempo pieno, vuol dire che qualcosa non va. Anche se non c'è mai, naturalmente. Ma ci deve essere equilibrio: non può passare il messaggio che il negozio non funziona se non c'è il capo.

Greenline: Molti sostengono che per sopravvivere alla concorrenza dei centri bricolage e dell'e-commerce, i garden center devono tornare alle piante. Ma il consumo di piante pro capite è in costante calo. O no?

Severino Sandrini: Ci sono due strade. O tu copi quello che c'è in giro o tu sei un'identità. I garden center che hanno un'identità funzionano: non è un problema di "tutto piante". Il punto vendita deve essere in equilibrio e i punti vendita dovrebbero concentrarsi sulla **relazione con il cliente**. Il garden deve avere un'ani-

ma e tanti non ce l'hanno.

Come posso fare concorrenza a un cento brico? Qual è la forza del garden? Il cuore del garden sono le piante e non puoi non averle. Ma non è detto che tu debba fare solo piante: altrimenti faccio il *floricoltore*, non il *garden center*.

Più crisi, più consulenze...

Greenline: Come è andato il 2013 per Mc Sinergie?

Severino Sandrini: La crisi ha fatto aumentare l'esigenza delle consulenze. Ma quello che mi fa più piacere è che stiamo centrando veramente la nostra *mission*: **dare valore a cose e persone**. Le cose sono gli investimenti strutturali: investimenti che devono essere equilibrati rispetto all'obiettivo. Non occorre spendere tanto, ma il giusto, a norma e di qualità. Ma una struttura giusta non funziona senza le persone giuste. Ecco perché le due cose sono legate.

➤ www.mcsinergie.it

 GardenLine

LA FORZA DELL'INNOVAZIONE

dall'Olanda piante da interno ed esterno, fiori recisi e tanto altro ancora...

