

EVENTI

AICG

AUTUNNO, QUANDO OGNI FOGLIA È UN FIORE

DAL 20 SETTEMBRE AL 19 OTTOBRE NEI CENTRI GIARDINAGGIO ITALIANI SI SVOLGERÀ IL GARDEN FESTIVAL D'AUTUNNO, GIUNTO QUEST'ANNO ALLA SUA DECIMA EDIZIONE. CE NE PARLANO NADIA CAVINATO ED ENRICA RAGANATO, MEMBRI DEL CONSIGLIO DIRETTIVO DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA CENTRI GIARDINAGGIO.

DI PAOLO MILANI

Lo scrittore e filosofo francese Albert Camus sosteneva che *"L'autunno è una seconda primavera, ogni foglia è un fiore"*; ovviamente si riferiva alla fase finale della nostra vita, guardata però con spirito resiliente perché ogni stagione dell'esistenza merita di essere vissuta con pienezza, consapevolezza e, perché no, bellezza. Ma è una riflessione che calza a pennello anche per il mercato del giardinaggio.

Chi lavora in un centro giardinaggio sa bene che l'autunno per le piante è tutt'altro che un periodo "morto": è anzi un momento di rinascita, trapianti, trasformazione e maturità silenziosa. Così come è noto che i colori dell'autunno non hanno nulla da invidiare a quelli primaverili. Appunto: *"ogni foglia è un fiore"*. Le stagioni calde portano un carico di bellezza spontanea e sovrabbondante; il fascino dell'autunno è meno ingenuo, forse malinconico ma non triste, perché sta preparando le prossime fioriture.

Nonostante l'autunno offra molte occasioni e stimoli d'acquisto per un centro giardinaggio, è un dato di fatto che i tre mesi autunnali registrano spesso fatturati inferiori a quelli primaverili e natalizi. Eppure, anche prendendo spunti dai garden center europei, è possibile rivitalizzare il negozio anche in mesi tradizionalmente "calmi".

È con questo spirito che dieci anni fa l'Associazione Italiana Centri Giardinaggio (Aicg) ha creato l'evento Garden Festival d'Autunno: aiutare i garden center a trasformare l'autunno in una "seconda primavera", attraverso un'attività identificabile a livello nazionale e adottata contemporaneamente dai migliori centri giardinaggio italiani. Un'attività promossa e comunicata contestualmente da tutti i garden center per stimolarne la viralità e la massima conoscenza. Nell'ultima edizione erano più di 80 i garden center che hanno sostenuto l'iniziativa.

Quest'anno il Garden Festival d'Autunno, alla sua decima edizione, si terrà dal 20 settembre al 19 ottobre e avrà come claim *"Fermati, respira, pianta: è autunno"*. I garden center proporranno allestimenti tematici, laboratori per adulti e bambini, selezioni vegetali pensate per ogni clima ed esigenza. L'evento si estende su più settimane, offrendo spunti concreti per prendersi cura del verde e valorizzare il ruolo sociale e culturale dei garden center.

Ogni punto vendita interpreterà i contenuti secondo il proprio stile, la sensibilità del pubblico e le caratteristiche del territorio, costruendo la propria narrazione attraverso allestimenti emozionali, moodboard vegetali, laboratori creativi per adulti e bambini e angoli selfie con frasi ispirazionali.





Per saperne di più abbiamo incontrato **Enrica Raganato** e **Nadia Cavinato**: rispettivamente operano nel garden center **Il Germoglio** di Robegano di Salzano (VE) e a **Garden Cavinato** di Arsego (PD), ma fanno parte del Consiglio Direttivo di **Aicg** e conoscono il **Garden Festival d'Autunno** fin dalle prime edizioni.

10 ANNI DI GARDEN FESTIVAL D'AUTUNNO

Siamo alla 10a edizione: è un momento di bilanci. Come è nato il Garden Festival d'Autunno dieci anni fa?

Enrica Raganato: Tradizionalmente il consumatore è abituato a pensare alla primavera come alla stagione del verde, delle fioriture e delle messe a dimora, mentre l'autunno viene un po' dimenticato. **Invece dobbiamo affermare la professionalità dei garden center** e mostrare ai consumatori che l'autunno è un momento tecnico importante per la messa a dimora di molte piante. Un modo per rivendicare la specificità dei centri di giardinaggio, con addetti alle vendite professionali e negozi che si distinguono dagli altri settori, e al tempo stesso concentrare l'energia e le attività del garden center sul business delle piante autunnali.

Nadia Cavinato: Possiamo riassumere due motivazioni principali. Anzitutto **non perdere il focus sulle piante**, in un periodo in cui è realmente molto più importante concentrarsi sul verde, anziché puntare tutte le attenzioni solo sugli allestimenti del Natale. Il secondo motivo è **la promozione delle attività e delle piante autunnali**, per trasformare questo periodo in una *seconda primavera* di vendite. Portare i clienti nel garden center in un periodo che magari è un po' più "lento".

Aicg fornisce strumenti e suggerimenti per creare ambientazioni e corsi e partecipare al network nazionale?

Enrica Raganato: Sì, è un Festival coordinato e prevede un *kit di comunicazione* gratuito nel quale forniamo suggerimenti sulle piante da valorizzare in autunno e stimoli concreti per organizzare laboratori e corsi per invitare il consumatore a visitare i nostri negozi.

Il vantaggio di fare parte di Aicg si concretizza nell'utilizzo di strumenti già sperimentati positivamente da altri colleghi...

Enrica Raganato: È un'iniziativa rodada, ormai siamo alla decima edizione. **Un socio Aicg può conta-**

EVENTI



I TEMI DELL'EDIZIONE 2025

- Benessere indoor**
"In autunno si rientra: crea benessere in casa con le piante". Un invito a trasformare gli spazi interni in rifugi verdi: con piante purificanti, angoli sensoriali e idee per abitare l'autunno con consapevolezza.
- Balcone d'autunno**
"Colora l'autunno, un vaso alla volta". Anche un piccolo spazio può diventare un'esplosione di vita. Fioriere stagionali, cassette da balcone, bulbi da fiore e combinazioni cromatiche pensate per durare.
- Giardino da piantare ora**
"Pianta oggi, sorprende domani". Una guida al giardino che verrà: le piante ideali da mettere a dimora in autunno. Ogni gesto è un investimento nel tempo e nella bellezza.

re su un *pool* di colleghi che conoscono molto bene le esigenze dei garden center e creano strumenti per ottimizzare le performance utili per tutti. È un'occasione importante per rilanciare il ruolo culturale e sociale dei centri di giardinaggio e per sperimentare la capacità di comunicazione della rete collettiva **Aicg**.

Dobbiamo valorizzare il ruolo del garden center come luogo di relazioni, ispirazione e conoscenza. Io sono felice quando vedo altri garden center concorrenti che organizzano eventi bellissimi all'interno del **Garden Festival d'Autunno**. Dobbiamo superare il concetto di *competitor* e abbracciare quello di *collega*: è un'occasione per affermare uno spazio e un *format* da visitare, cioè i **garden center**. Abbiamo un cliente che si muove sempre di più sul territorio, di garden in garden, alla ricerca di quello che di buono o di identitario c'è in ogni punto vendita.

L'autunno diventerà il nuovo Natale?

Nadia Cavinato: Lo sta già diventando. Gli autunni sono sempre più caldi e sembrano delle lunghissime estati. I corsi, gli eventi, le esposizioni, le iniziative organizzate per i bambini: tutte attività che creano visite e avvicinano i consumatori ai nostri punti vendita. Uno spazio da vivere a tutti gli effetti e non solo ammirare.

Enrica Raganato: Le curve dei fatturati mensili dei garden center hanno una "pancia" pesante nei mesi centrali, con la primavera e il Natale che sviluppano i picchi. Grazie al **Garden Festi-**

val d'Autunno siamo riusciti a realizzare dei fatturati importanti anche in mesi come ottobre e novembre.

Se lo ripetete da dieci anni e avete coinvolto fino a 80 garden center tra i più importanti d'Italia significa che dei risultati positivi li porta, no?

Nadia Cavinato: Sì, 80 garden center che aderiscono contemporaneamente a questa iniziativa non sono pochi. Il limite è che molti sono concentrati nel nord del paese e quindi **l'obiettivo dell'associazione è di aumentare la rappresentanza e riuscire a ingaggiare i soci anche nel centro e sud Italia**. Sul sito **autunnoingarden.it** c'è una mappa interattiva che presenta tutti i garden center coinvolti e l'utente potrà scoprire tutte le iniziative organizzate nella sua zona.

"L'OSSIGENO È COMPRESO NEL PREZZO"

Più garden center partecipano e più è importante l'ondata "virale"...

Enrica Raganato: Certo. Noi invitiamo tutti i garden center a utilizzare nella comunicazione *social* del **Garden Festival d'Autunno** gli *hashtag* ufficiali: **#autunnoingarden**, **#gardenfestival** e **#aicg**. E in ogni edizione i contenuti *taggati* sono sempre di più, decine ogni giorno che generano migliaia di contatti. **Possiamo dire che la viralità all'interno dei garden center è stata raggiunta**: ora dobbiamo cavalcare ancora di più questa risorsa per trasferire il nostro messaggio al maggior numero di consumatori.

Nadia Cavinato: Per questa ragione nel "kit" abbiamo inserito anche delle frasi divertenti, che ogni garden center potrà stampare e posizionare vicino alle piante oppure utilizzare per creare uno spazio dove il cliente possa realizzare *selfie* spiritosi. Le abbiamo chiamate "frasi obbedienti" e "frasi disobbedienti" e possono essere usate sia nel punto vendita sia sui *social*.

Ci fai degli esempi?

Nadia Cavinato: I tre temi di quest'anno sono incentrati sulle piante *indoor*, sul balcone in autunno e sui trapianti in giardino, quindi anche le frasi accompagnano questi tre "mondi". Per fare alcuni esempi, frasi come: *"scappa, in questo garden si parla con le piante"*, *"l'ossigeno è incluso nel prezzo"* oppure *"la pacciamatura is the new glitter"* e *"meno scroll, più zappa"*. Sono pensati per i differenti ambienti del garden center. **Frasi che fanno sorridere, fanno pensare**

EVENTI

e stimolano la condivisione: perché se uno "stimolo" è particolare e alternativo viene voglia di raccontarlo, dividerlo e utilizzarlo sui social. Uno dei modi per creare un movimento comunicativo: **trasmettere dei concetti importanti ma in modo leggero.**

Ed è bello vedere come ogni punto vendita riesce a leggere in modo diverso lo stesso tema e a proporlo con un *qualcosa in più*, un valore aggiunto, una creatività frutto della propria identità. Parliamo tutti degli stessi articoli ma li esponiamo in modo diverso: mi piace perché evidenzia la creatività interna dei nostri soci, capaci di affrontare lo stesso argomento ma interpretandolo in modo diverso, particolare, proprio.

Un garden center può associarsi a settembre ad Aicg e aderire al Garden Festival d'Autunno?

Enrica Raganato: Formalmente le iscrizioni al **Garden Festival d'Autunno** si chiudono prima perché i centri giardinaggio devono progettare gli allestimenti e dal 1° settembre pubblichiamo il sito con il motore di ricerca di tutti i negozi. **Ma un garden center può tranquillamente aderire anche a settembre.** Negli ultimi anni mi è capitato di presentare la manifestazione agli

NASTRO ROSA AIRC: UNA PIANTA PER LA RICERCA

In Italia ogni anno si registrano circa 55.900 diagnosi di tumore al seno e, grazie alla ricerca, oltre l'85% delle donne riesce a guarire. C'è però un aumento, non solo in Italia, delle diagnosi nelle donne giovani, under 40: rispetto a trent'anni fa sono quasi raddoppiati i casi. Perciò è sempre importante investire nella ricerca contro i tumori. Anche quest'anno

Aicg sostiene la campagna **Nastro Rosa Airc** e rinnova la collaborazione con **l'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro (Airc)**. Nel mese di ottobre, per ogni ciclamino rosa venduto nei garden center aderenti, verrà devoluto 1 euro alla ricerca contro il tumore al seno.

Nella mappa interattiva del sito ufficiale gli utenti potranno scoprire facilmente i garden center che aderiscono all'iniziativa **Nastro Rosa Airc**.



eventi che si tengono a fine estate di **Arena Vivai** e **Leonessa Vivai** e ogni anno coinvolgiamo nuovi soci grazie al **Garden Festival d'Autunno**.

- <https://autunnoingarden.it>
- www.aicg.it