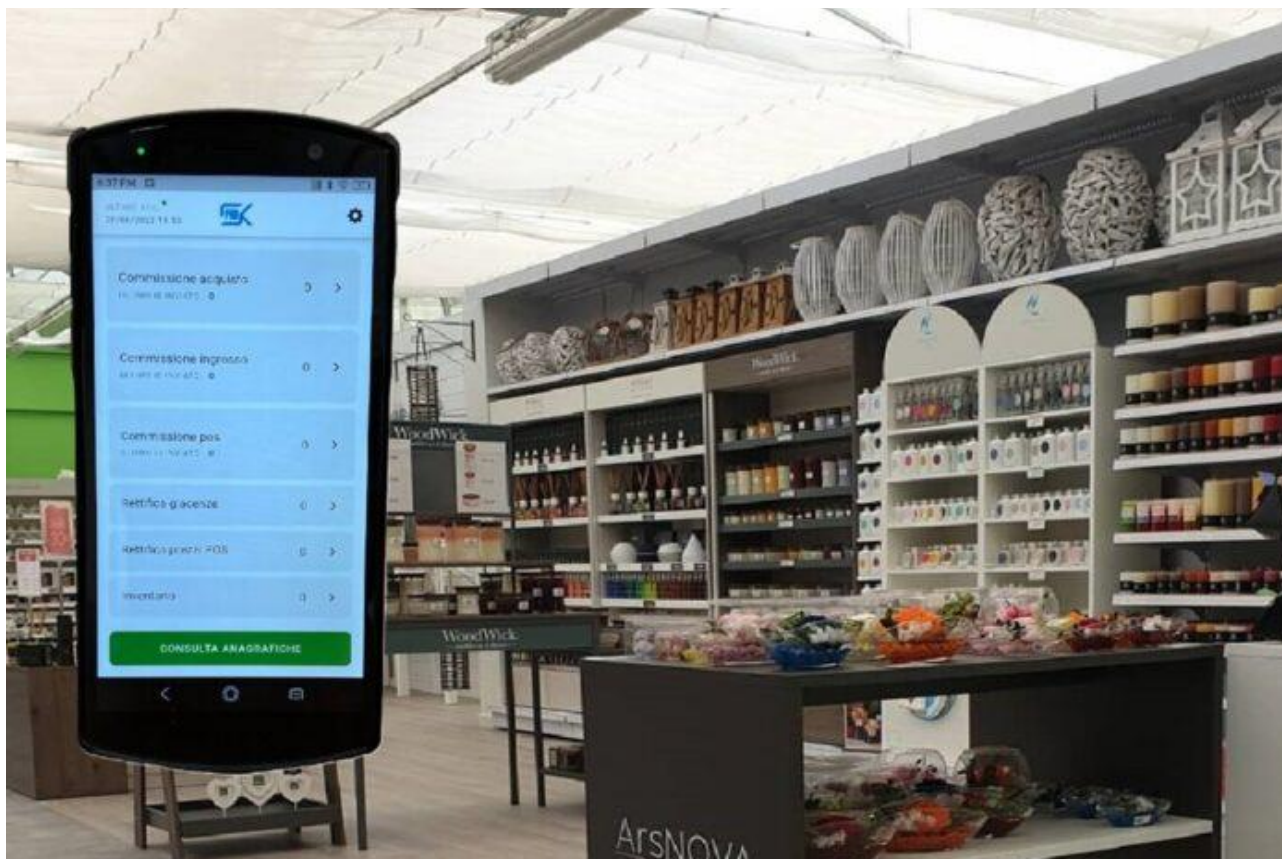


# La gestione digitale del garden center: intervista a RP Soft e Flordenny

19/05/2026



*I software per la gestione digitale del garden center sono uno strumento fondamentale per un'organizzazione efficace e moderna del punto vendita. Ne parliamo con Cristian Pisoni di RP Soft e Floriano Gelsi di Flordenny.*

Oggi è impensabile immaginare la gestione di un punto vendita senza l'ausilio di strumenti digitali e software gestionali: il rischio è di perdere terreno rispetto a un mercato sempre più competitivo e *data driven*. Anche per i garden center, tradizionalmente legati a competenze tecniche e relazioni dirette con il cliente, l'innovazione tecnologica è diventata una leva imprescindibile per ottimizzare processi, migliorare la redditività e assumere decisioni strategiche basate su dati concreti. Dalla gestione del magazzino alla pianificazione degli assortimenti, fino all'analisi delle performance di vendita, i software gestionali evoluti rappresentano oggi un alleato fondamentale per ogni imprenditore del verde.

Abbiamo incontrato **Cristian Pisoni**, co-fondatore e Ceo di **RP Soft**, software house specializzata nello sviluppo di soluzioni dedicate alla filiera del verde, per capire come la digitalizzazione possa trasformarsi in un vantaggio competitivo reale e misurabile.

“Prima di essere fornitori, siamo partner del garden center”

## ***Come sta cambiando l'approccio ai software gestionali da parte dei vostri clienti garden center?***

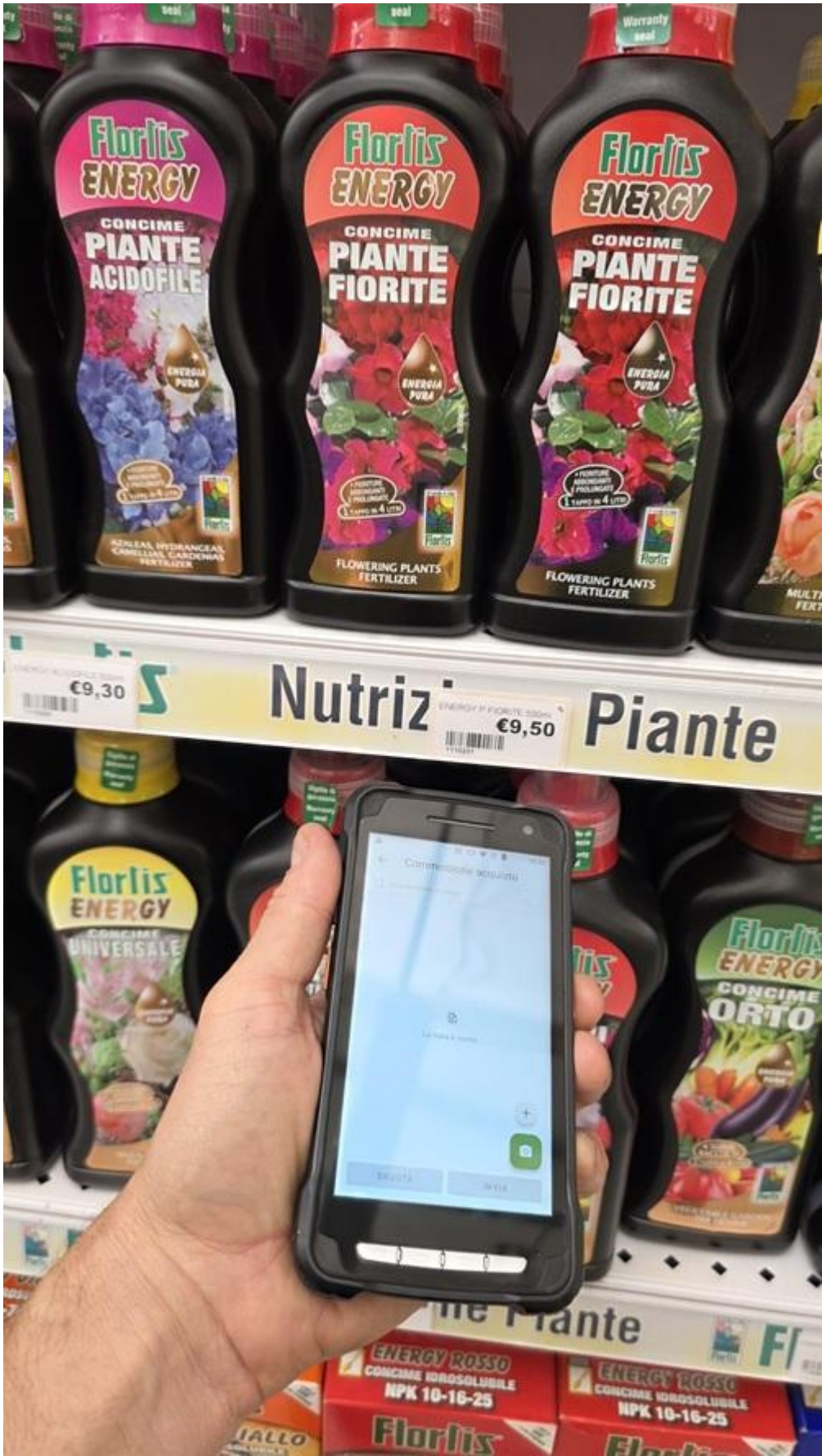
**Cristian Pisoni:** L'applicazione del software gestionale nel punto vendita è sicuramente più avanzata rispetto a qualche anno fa. Mentre in passato ci si "accontentava" di produrre gli scontrini, caricare il magazzino e stampare le etichette, oggi risulta sempre più fondamentale e importante avere un software gestionale col quale velocizzare queste operazioni ma rendendole al contempo sempre più ottimali all'interno del processo decisionale aziendale. Oggi esistono molteplici forme di inserimento dei dati che passano dall'importazione dei listini e del carico del fornitore fino all'utilizzo di un terminale palmare per poter leggere i codici direttamente a scaffale. Per esempio strumenti che permettono di controllare facilmente le differenze tra ciò che è stato ordinato e ciò che è effettivamente arrivato in azienda: una delle grandi problematiche dei punti vendita. Questo è solo un esempio riguardante l'approvvigionamento; sul lato vendite ovviamente il gestionale è sempre più importante soprattutto per la particolarità dei garden center. **La maggior parte dei punti vendita ha la gestione sia agricola sia commerciale:** quindi sono due aziende che devono gestire in modo indipendente le referenze acquistate dal cliente e portate sul banco cassa. Senza che il cliente se ne renda conto e senza che la cassiera debba sapere cosa è agricolo e cosa commerciale. C'è poi l'aspetto legislativo: dal 1° gennaio di quest'anno l'Agenzia delle Entrate ha posto in essere l'obbligo di tracciare non soltanto gli scontrini elettronici ma anche tutti i pagamenti elettronici. Quindi l'abbinamento logico tra il pos con il registratore telematico collegato al cassetto fiscale dell'Agenzia delle Entrate: noi abbiamo trasformato questa imposizione normativa in un elemento di facilitazione, in modo che questo scambio avvenga in modo naturale senza complicazioni alla cassa. Con un intervento minimo delle cassiere, che devono solo "strisciare" la carta o leggere il chip, senza intervenire manualmente sul pos.

## ***Questi continui adeguamenti richiedono un rapporto di collaborazione molto stretto tra la software house e il punto vendita?***

**Cristian Pisoni:** Certo, bisogna crescere insieme. Io penso che oggi, più che mai, **il garden center abbia bisogno di partner, più che di un venditore di soluzioni software. Vendere il software** e abbandonare il cliente a sé stesso non ha molto senso. Alcune operazioni possono essere effettuate da remoto e con la manualistica, ma è sempre più fondamentale aiutare il garden center a ottimizzare al meglio la procedura. Anche per soddisfare le esigenze particolari che possono nascere nel corso del tempo. Per fare un esempio, dietro richiesta di un cliente abbiamo ottimizzato le procedure per la gestione delle promozioni miste. La promozione 3x2 con la stessa referenza non è un problema, ma quando coinvolge prodotti differenti possono nascere dei problemi. Specialmente se intervengono anche altre scontistiche, per esempio per le carte fedeltà o le carte regalo. Abbiamo realizzato un software che comprende tutte queste tipologie di promozioni, specificando sia la categoria di clienti sia il gruppo dei prodotti coinvolti. Quindi il garden center può effettuare una promozione del 10% su una determinata tipologia di referenze, ma è al contempo pronto ad applicare uno sconto del 15% al cliente con la carta fedeltà. Deve essere in grado di gestire queste due attività, senza creare confusione agli occhi

del cliente e tantomeno alla cassa. I prodotti oggetto della promozione possono essere selezionati sia a terminale sia con l'aiuto di un *device* palmare, passando in rassegna uno scaffale o un bancale per raccogliere tutte le referenze che voglio coinvolgere nella promozione. Un altro aspetto riguarda lo sviluppo della gestione delle "campagne promozionali" che offrono uno strumento di attivazione promozionale su più canali di vendita, come ad esempio i social network.

Lo scambio di informazioni è quotidiano con i nostri garden center e offriamo un servizio di consulenza personalizzato a 360°: siamo sempre pronti a intervenire in tempo reale e personalmente.



Florlis  
ENERGY

CONCIME  
PIANTE  
ACIDOFILE



ENERGIA PURA  
AZOLEE, IDRACCI, CAMELLIE, GARDENIE  
FERTILIZER

Florlis  
ENERGY

CONCIME  
PIANTE  
FIORITE



ENERGIA PURA  
FERTILIZER

Florlis  
ENERGY

CONCIME  
PIANTE  
FIORITE



ENERGIA PURA  
FERTILIZER

€9,30

Nutriz

€9,50

Piante

Concimazione assoluta  
€9,50  
La spesa è di €9,50  
BRUTTA NETTA

Florlis  
ENERGY  
CONCIME  
UNIVERSALE

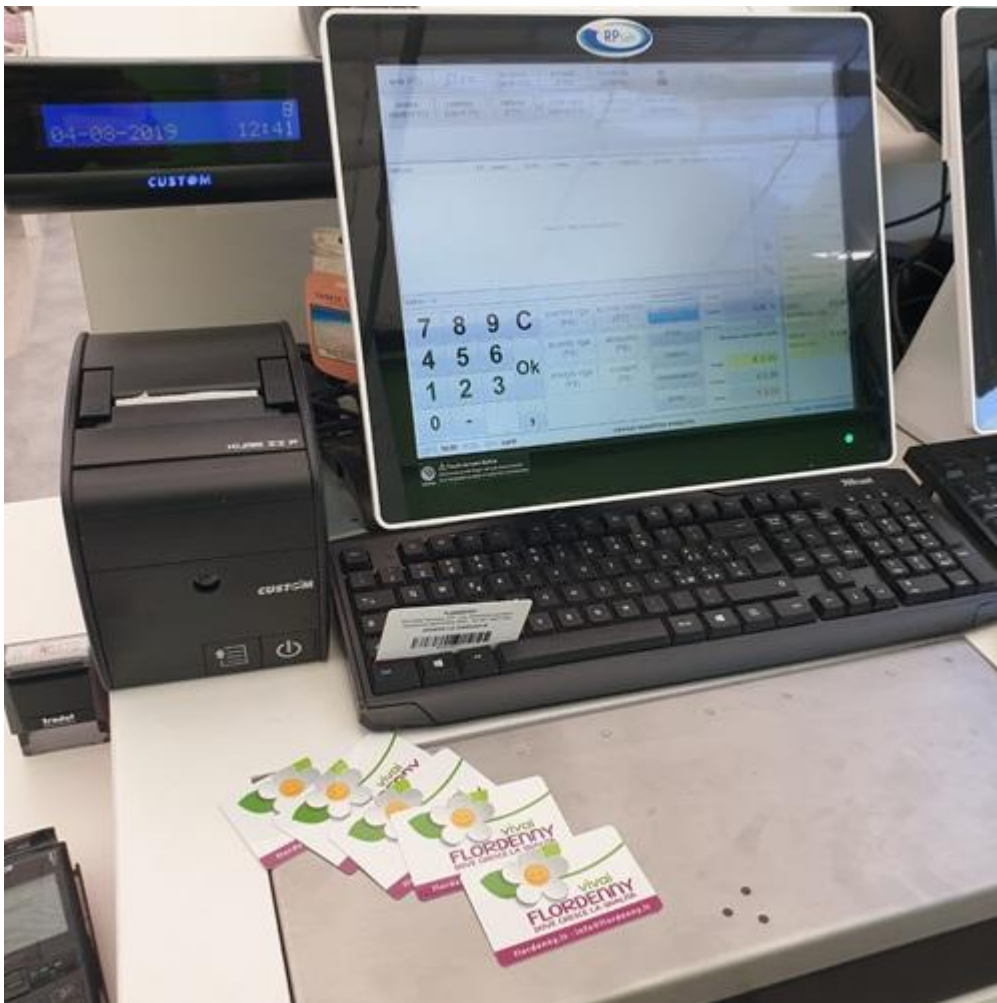
Florlis  
ENERGY  
CONCIME  
ORTO

ENERGIA ROSSO  
CONCIME IDROSOLUBILE  
NPK 10-16-25

ENERGIA ROSSO  
CONCIME IDROSOLUBILE  
NPK 10-16-25

Florlis

Florlis



***Spesso quando si parla di informatica, gli utenti sfruttano solo una piccola parte delle potenzialità di un software...***

**Cristian Pisoni:** È vero, anche perché noi continuiamo a implementare il software con nuove funzioni. Miglioramenti che devono essere spiegati e imparati. Anche per questa ragione investiamo nella formazione dei nostri clienti: non è una *skill* che imparo una volta e sono a posto tutta la vita. Un'altra grossa area è quella di comunicazione al cliente, sia per l'esposizione dei prodotti sia per l'etichettatura. Nei garden center subentrano aspetti che in altri settori non ci sono: come per esempio la gestione del passaporto delle piante e la gestione dei prodotti fitosanitari. C'è tutta una procedura che permette di gestire questi aspetti. E non può essere un numero univoco, spacciato come numero del mio passaporto, come si vede in tante realtà. **La vera tracciabilità si ottiene quando riesci a identificare quella specifica referenza**, acquistata in quello specifico frangente da quello specifico fornitore, **con un numero univoco**. Perché la stessa Azalea la posso comprare da tre fornitori diversi, ma quando viene il controllo fitosanitario e chiede perché quella determinata pianta si è ammalata, il rivenditore non può essere vago o sbagliare. E in questi aspetti chiaramente il gestionale è un alleato fondamentale. Perché senza queste informazioni trattate in modo informatico non si potrebbe affrontare la vera tracciabilità del prodotto.

***A proposito di novità, molti rivenditori hanno aperto anche degli e-commerce. Come li integrate nel gestionale?***

**Cristian Pisoni:** Ovviamente va integrato nel gestionale. In particolare per la gestione delle giacenze, in modo che sia il negozio fisico sia l'e-commerce siano allineate e aggiornate. Nei fatti sono due negozi separati ma fisicamente i prodotti arrivano dallo stesso magazzino: quindi la gestione delle scorte deve essere comune. Un altro tema attuale sono le etichette elettroniche. Noi non le forniamo, ma le abbiamo integrate nel nostro gestionale per permettere al garden center di utilizzare anche questo strumento moderno. Se il rivenditore vuole usare le etichette elettroniche, il fornitore del gestionale deve essere pronto a intervenire su questi fronti e a integrare nel migliore queste nuove funzionalità. Per ottenere il risultato finale dell'efficienza nell'operatività quotidiana.

[rpssoft.it](http://rpssoft.it)

L'esperienza di Flordenny

Per affrontare questi temi abbiamo intervistato **Floriano Gelsi**, fondatore di [Flordenny](#) di Bologna, un garden center da sempre all'avanguardia nell'utilizzo del web e dell'informatica nella gestione del punto vendita.

***Qual è il vostro rapporto con il software gestionale?***

**Floriano Gelsi:** Lo usiamo tantissimo: le potenzialità del software sono sicuramente molto più alte, ma lo usiamo tutti i giorni e non ne potremmo più fare a meno. Quando vent'anni fa abbiamo installato per la prima volta un software gestionale ci sembrava una follia etichettare tutte le piante: oggi non ne possiamo più fare a meno.

***Quanto è importante il rapporto di partnership con la software house?***

**Floriano Gelsi:** È fondamentale ed è il primo motivo per cui abbiamo scelto **RP Soft**. Non si tratta solo di fornire l'assistenza in caso di guasti, anche se noi non abbiamo mai avuto alcun problema, ma di assisterci per risolvere tempestivamente le nuove esigenze. Noi sfruttiamo molto da tantissimi anni la carta fedeltà e sviluppiamo una serie di promozioni, che per il garden sono sempre più fondamentali: uno degli scogli più grandi sono sempre state le promozioni miste. Lo abbiamo risolto insieme e oggi possiamo creare le promozioni selezionando un certo numero di referenze differenti: prima non era possibile. Non solo i garden center, ma anche i gestionali dedicati a loro si sono evoluti notevolmente negli ultimi anni. Basti pensare al passaporto per le piante: da noi tutte le piante sono etichettate e hanno il proprio passaporto.



***Sono anche uno strumento per controllare le statistiche del negozio?***

**Floriano Gelsi:** Certo ed è la parte meno visibile ma più importante: avere la possibilità di controllare ogni giorno dove stiamo andando per apportare delle migliorie basate sui dati. Per esempio dall'anno scorso abbiamo separato il basilico in vaso da 14 cm da tutte le altre piante dell'orto perché ci siamo resi conto che è una vendita che va gestita separatamente. Ha uno smercio talmente alto in alcuni periodi dell'anno, che ci obbligano a fare un minimo di programmazione.

Per la programmazione, l'unico dato che abbiamo è quello delle vendite dell'anno passato: il risultato non sarà mai uguale, ma è l'unico dato che abbiamo. Se so che questo mese venderò

120 confezioni di diserbante devo poter programmare l'acquisto e la consegna in anticipo. Non si può andare a naso ed è fondamentale una base di programmazione calcolata sulle vendite dell'anno precedente: da questo punto di vista l'aiuto del gestionale è fondamentale. Io poi ho un po' la mania del controllo e il gestionale mi dà la possibilità di verificare costantemente cosa sta succedendo in azienda: sono numeri che parlano... E non è utile solo per gli acquisti: guardando il giro d'affari posso anche organizzarmi con del personale addizionale in certi periodi.

***Lo usate anche per migliorare le performance del negozio?***

**Floriano Gelsi:** Sì ed è uno degli aspetti più intriganti. Verifichiamo i fatturati per metro lineare di esposizione per capire dove apportare le correzioni. Con **Elho** facciamo questo controllo almeno due volte all'anno: verifichiamo i prodotti ad alta e bassa rotazione e andiamo a operare delle sostituzioni. Anche con **Orvital**, che ci fornisce 5 metri di scaffalatura, andiamo ad analizzare i 10 prodotti "cattivi", cioè quelli che hanno ruotato meno, per sostituirli in favore di altri 10 che vengono messi in prova. Sempre con l'obiettivo di migliorare la rotazione del fatturato per metro lineare. Un intervento impossibile senza un gestionale.

**flordenny.com**