



4 maggio 2016

Myplant & Garden 2017 - 22 al 24 febbraio Rho (MI)

**Myplant & Garden 2017,
il salone internazionale del verde.**

Si terrà dal 22 al 24 febbraio 2017 nei padiglioni di FieraMilano Rho-Però la terza edizione del più importante evento fieristico italiano dedicato ai professionisti della filiera del verde. A fine aprile 2016 già prenotato oltre il 50% della superficie espositiva. Focus sui visitatori.

Milano, 4 maggio 2016 - Si rinnova l'appuntamento con Myplant & Garden – International Green Expo, divenuto sin dalla prima edizione punto di riferimento italiano del vivaismo, della floricoltura e del garden e che, con sempre maggiore successo, si rivolge anche al mondo del paesaggio e del progetto.

Un'edizione che si annuncia nuovamente ricca di novità: dai nuovi prodotti agli approfondimenti tematici e merceologici, alla presenza, crescente, di compratori e operatori dall'Italia e dal mondo. Una manifestazione sempre più completa nell'offerta e preparata nella domanda. Con caratteristiche peculiari quali internazionalità a tuttotondo (espositori e visitatori), qualità dell'organizzazione e del modello gestionale, sede fieristica centrale rispetto ai mercati, partnership aperte a tutte le realtà della filiera del verde, riscontri economici e relazionali concreti.

Gli 8 comparti rappresentati (vivai, fiori, decorazione, edilizia, macchinari, servizi, tecnica, vasi) hanno testimoniato una volta di più nel corso dell'edizione 2016 la vivacità di un settore che in Italia vale 3mld di euro, occupa 150mila addetti e conta 50mila imprese. E che fa della congiunzione tra tradizione e rinnovamento un proprio punto di forza, radicando la sua energia in un lavoro spesso generazionale, coniugando saperi antichi con tecnologie innovative, aprendosi a nuovi prodotti, canali e mercati.

Durante l'edizione 2016 - tra quinte teatrali, stand curati e ben distribuiti, spazi accurati e proposte ben dosate - ai frutti antichi si sono affiancati incubatori wireless, i vasi tradizionali sono stati affiancati da contenitori frutto di ricerca, nuove tecnologie e riciclo. Nuove linee di substrati, sementi e terricci si sono accostati a piante medicinali e prodotti fitosanitari, alle nuove essenze aromatiche, ai frutti da orto, alla proposta di verde decorativo, in vaso o in terra, alle tipicità mediterranee fatte di cactacee, grasse, arbusti e fusti. Gli operatori dei vivai, nelle serre, degli orti, dei giardini, dei balconi, dei terrazzi, dei parchi, del mondo dell'accoglienza turistica, dei campi sportivi hanno trovato in Myplant & Garden una piazza degli affari variegata e sempre più completa nell'offerta, dalle strutture ai servizi, dai software agli attrezzi, dalla logistica all'etichettatura, all'editoria, agli impianti. Un racconto ampio quanto i 15mila mq in cui hanno trovato spazio, raccolto idee, allacciato relazioni e stretto affari le 441 aziende espositrici.

Anche la terza edizione punterà con decisione al mondo del paesaggio, per offrire un luogo privilegiato d'incontro tra la filiera del progetto degli spazi aperti - pubblici, privati e dell'accoglienza - e quella della fornitura e manutenzione del verde, dei terreni, delle infrastrutture e dei sottosistemi. Un risultato espositivo in crescendo che, nel 2016, ha registrato la presenza anche di tecnici dei pubblici giardini, dei parchi e delle amministrazioni locali, nonché la loro partecipazione (come anche quella degli ordini professionali, degli imprenditori, dei politici, delle università, dei centri ricerca e delle associazioni) al ricco calendario di incontri, convegni, presentazioni e tavole rotonde dedicati ai temi portanti della nostro futuro (biodiversità, sostenibilità, risorse naturali,

produzione orto-floro-vivaistica, riqualificazione del verde).

Anche i canali di vendita, ben rappresentati tra i visitatori, hanno trovato innumerevoli spunti, entrando in spazi espositivi reinterpretati secondo nuove logiche esperienziali e incontrando una massiccia offerta di prodotti, soluzioni, articoli e proposte. Tra queste, il mondo dell'oggettistica e della decorazione hanno mostrato un particolare dinamismo, coinvolgendo gli operatori in dimostrazioni, scenografie e installazioni di sapore internazionale.

“Non è un caso – affermano gli organizzatori – che il 40% dei visitatori fosse costituito dai canali di vendita (negozianti, dettaglianti, centri giardinaggio, consorzi agrari...) e della compravendita tra produttori orto-floro-vivaisti. Se a costoro aggiungiamo una buona quota di grossisti e affianchiamo gli operatori import/export e i buyer delle grandi catene distributive, parliamo di una fiera che attrae un pubblico di acquirenti potenzialmente immediati che si avvicina al 60% del totale e quasi un 40% di visitatori che sono acquirenti in un momento successivo (manutentori, giardinieri, agronomi, architetti, imprese, rappresentanti del settore dell'ospitalità alberghiera e del turismo, professionisti e società di servizi), è una fiera che sta individuando i canali giusti per sviluppare sempre più il business cercato dalle aziende e dagli operatori stessi.

Il fatto che a fine aprile (a soli 2 mesi dalla chiusura dell'edizione 2016) più di un Padiglione sia già stato prenotato, ci conferma questa visione e ci spinge a fare sempre di più e meglio”.