

## Gardening, l'andamento dei mercati internazionali



Mentre si avvicina l'appuntamento con **Myplant & Garden**, il salone internazionale del verde di Milano, oltre alle novità previste per l'edizione 2018 gli organizzatori presentano anche alcuni **dati sull'andamento del mercato globale del gardening**. I dati, che saranno approfonditi in maniera completa durante i giorni della manifestazione, sono stati raccolti grazie a una collaborazione con Euromonitor International.

Ecco allora i rilievi raccolti: il valore del mercato mondiale del gardening (fonte: Euromonitor International) ha raggiunto nel 2016 83 miliardi di USD. Il maggior player sono gli USA, seguiti da alcuni Paesi europei e dal Giappone. L'Italia è 7<sup>a</sup> in classifica, con buoni segnali di ripresa.

*“Proprio per ridare fiducia a produzione ed export, Myplant ha ampliato la rete di contatti internazionali per dare ulteriore vigore alle operazioni di incoming di buyer esteri dai 5 continenti.*

*L'organizzazione intende infatti incrementare quantità e qualità di compratori internazionali (110 le delegazioni ufficiali presenti nell'edizione 2017), con l'obiettivo di raggiungere quota 150 delegazioni ufficiali", commentano da Myplant.*

Nel 2014, l'Italia è al 7° posto in classifica del mercato mondiale, preceduta dal Canada. Il mercato nel Belpaese nel 2016 ha raggiunto i 3 miliardi di USD (3.3 del 2011). Le previsioni sono di lenta crescita. Guardando all'estero, il valore del mercato del gardening negli USA è cresciuto del 3% a prezzi correnti nel 2016 (34 miliardi di USD). Il valore delle vendite dovrebbe raggiungere nel 2021 i 34.9 miliardi di USD.

Più 1% è valore del mercato del gardening a prezzi correnti registrato in Germania (8 miliardi di USD). Record di vendite nel 2016 per piante, alberi e arbusti. In Francia invece il mercato ha raggiunto i 5.6 miliardi di USD nel 2016. Situazione stabile, con buone prospettive per i prossimi anni. In UK, nel 2016, è stata registrata la crescita del 2% sull'anno precedente (5.5 miliardi di USD). C'è attesa qui per gli effetti della Brexit. In Giappone, nel 2016, registrata la crescita del 2% sull'anno precedente (4 miliardi di USD). Campo positivo sia per il verde da interni, sia per quello per esterni.

Intanto, per quanto riguarda l'evento, stanno ormai assumendo una forma quasi definitiva i tre padiglioni della prossima edizione di Myplant & Garden. Gli 8 macro-settori si stanno saldamente assestando nei 45.000 mq di superficie espositiva.

Nel padiglione 20, oltre alla nutritissima presenza di imprese della filiera vivaistica, stanno trovando spazio con adesioni importanti i marchi del motorgarden. Motorgarden che avrà anche un'area esterna di ca 300 mq per le prove pratiche (l'area demo sarà tra i padiglioni 16 e 12). Sempre più ampia e profonda l'area riservata alle realtà del green building e dell'outdoor (piscine comprese), che culminerà in una 'landscape area' che prevede la fortunata formula d'incontri e di esposizione anche di studi di architettura internazionali lanciata nell'edizione 2017. La sala convegni e il gruppo di realtà aderenti al progetto Urban Green Management completano l'offerta espositiva di questo padiglione.

Nel padiglione 16, largo soprattutto alla vastissima offerta orto-floro-vivaistica, ai servizi per mercati e imprese, ai vasi, al comparto della

tecnica in generale. Probabile anche l'allestimento di una mostra di carattere paesaggistico, che è al momento allo studio.

Il padiglione 12, la 'new entry' di questa edizione, collegato con il padiglione 16, avrà un ingresso dedicato e sarà l'area più ricca di novità di questa edizione, per contenuti, iniziative e offerta espositiva. Oltre all'ampia presenza di marchi noti dell'orto-floro-vivaismo, della tecnica, dei servizi, delle strutture e degli accessori outdoor (es.: i BBQ, che avranno anche un'area esterna per le prove pratiche), farà capolino il sempre più apprezzato evento-ambientazione Garden Center New Trend, scandito in 6 differenti aree commerciali all'insegna dello 'small concept, smart business'.

Sempre all'insegna del business, si terrà la nuova edizione di GAME (Garden Meeting), evento dedicato ai rivenditori del mercato del garden a 360° (dallo e-commerce alla rivendita agraria), con una grande agorà aperta agli incontri e un corollario di aree espositive esclusive.

Sempre a proposito di vendita, verrà ripetuto il ciclo di incontri GDS Break, in cui i protagonisti della Gds si confronteranno con le imprese del settore sul tema del 2018: 'Vendere il garden in Gds. Servizio, esperienza di vendita e fidelizzazione'.

Metà del padiglione 12 si trasformerà nel più grande, vivace, colorato e raffinato Décor District mai visto prima. Tra griffati defilé flower-fashion, allestimenti e ambientazioni d'eccezione, contest floreali coi grandi maestri internazionali della decorazione, laboratori art&craft, stilosi set fotografici, raffinati temi musicali e una lounge 'firmata' di altissimo livello, troveranno spazio e forma i nuovi trend della decorazione floreale e del décor in&out.

Non mancheranno gli appuntamenti sui temi più attuali del mondo del verde, che come nella passata edizione, attrarranno in fiera varie centinaia di operatori della filiera, dal mondo della progettazione a quello della vendita, dalla produzione alla ricerca.

Ci si confronterà con esperti, centri di ricerca, università, ordini, collegi e associazioni professionali e imprenditoriali, operatori, opinion leader, stakeholder internazionali, editori, consorzi, rappresentanti delle istituzioni su temi quali: #bonusverde, circular economy e bio-economia, alberature monumentali, novità legislative del comparto, formazione professionale e tecnica, diserbo (tecniche, regolamenti, divieti), alberi in città, paesaggi sotterranei (apparati radicali), tecniche di rilievo, manutenzione e progettazione, parchi storici, giardinaggio professionale, verde curativo, concorsi creativi di progettazione del verde, rassegna delle eccellenze in fiera, andamento dei mercati internazionali.