



Il verde torna a Milano

La prima edizione di **Myplant**, la nuova mostra milanese, è partita con il piede giusto e ha gettato le basi per un ritorno a Milano del florovivaismo, come succedeva negli anni Novanta con Miflor. 300 espositori e 8.500 professionisti hanno dato vita a Milano alla prima edizione di **Myplant & Garden**, la nuova mostra primaverile dedicata al florovivaismo promossa da un Consorzio di imprese del settore insieme a **FieraMilano**. Nonostante gli spazi limitati (dei due padiglioni occupati solo uno era veramente attivo) **Myplant** ha raggiunto l'obiettivo di incuriosire i manager del mercato italiano del verde e portare a Milano un buon numero di visitatori: i padiglioni erano decisamente "vivi" dalla 10 alle 15 per poi scemare nel pomeriggio, probabilmente a causa del basso numero di espositori e padiglioni da visitare. Un difetto destinato a scomparire con l'au-



mento di importante della manifestazione, sulla quale gli organizzatori sono molto fiduciosi. "Abbiamo fortemente voluto questa fiera per rilanciare il comparto del florovivaismo e i segnali che abbiamo raccolto sono decisamente positivi – ha spiegato **Gianpietro D'Adda**, presidente del **Consorzio Myplant** -. Da qui inizia un nuovo percorso di crescita: in futuro aumenteranno gli espositori, i visitatori, le superficie e l'assortimento. Vogliamo diventare il riferimento unico per il settore".

➔ www.myplantgarden.com

IL FUTURO DEI GARDEN SECONDO MCSINERGIE

A causa di un infortunio, Severino Sandrini, fondatore di McSinergie, non ha potuto partecipare alla Tavola Rotonda promossa da Aicg a Myplant, nella quale un pool di esperti, operatori e giornalisti si è interrogato sul futuro dei centri giardinaggio in Italia. Ecco cosa avrebbe detto.
di Severino Sandrini

Se fossi stato presente, sarei partito dall'analisi della situazione economica italiana. Quali riforme hanno fatto ridurre il debito dell'Italia? Quali prospettive a breve di reale cambiamento nella gestione del paese? Difficile vedere dei miglioramenti a breve, indipendentemente da come la si pensi politicamente! In questo contesto difficile come hanno affrontato i centri giardinaggio la crisi? Una parte si sono persi e hanno chiuso, tanti hanno mantenuto la quota di mercato/fatturato e una parte ha continuato a crescere anche se non tutti allo stesso modo. Quanto il risultato dipende dalla situazione economica e quanto dalle scelte aziendali? Secondo me il 10% è imputabile alla situazione e il 90% all'azienda: non è semplice da calcolare ma

se confrontiamo i dati di crescita negli anni precedenti con quelli di questo periodo, a parità di iniziative, questo è il valore che esce. Fatta questa premessa posso rispondere alla domanda della tavola rotonda: i centri giardinaggio hanno davanti un futuro di successi! A patto che abbiamo un'identità. È inutile far finta di niente: la maggioranza dei garden italiani mancano d'identità, per dimensione, per offerta merceologica o per layout. La maggior parte è un insieme più o meno ordinato e bello contenente di tutto: più simili a bazar o brico che a centri di giardinaggio specializzati. Il futuro si gioca proprio nel riuscire a essere di dimensioni adeguate, avere una proposta seria e qualificata in piante da interno, stagionali ed esterno, avere quei prodotti di complemento specializzati nella cura e protezione delle piante, avere uno spazio, proporzionato al negozio, di decor, arredo, barbecue, ecc., avere una fioreria qualificata e avere, dove possibile ed opportuno, un settore per animali vivi e pet. Per avere un'identità è necessario



Nella foto un momento della Tavola Rotonda organizzata da Aicg, con Paolo Montagnini, Paolo Milani e Giacomo Brusca.

fare delle scelte, precise, concrete e chiare! Non possiamo considerare i centri di giardinaggio genericamente "piante e fiori" assimilati alle fiorerie come pretendono tanti comuni. Ma come dargli contro se entrando in un garden trovano di tutto e di più mescolato insieme? Solo con una identità chiara, definita e correttamente risposta, si possono affrontare le già complicate normative relative alla tassazione degli spazi, RSU e norme di sicurezza. Ottenere un CPI (certificato di prevenzione incendi) con spazi correttamente predisposti è più facile, economico e facile da rinnovare. La difficoltà maggiore viene dalla diffidenza da parte dei comandi VVFF relativamente a un settore di "anarchici", dove appena ottenuto il certificato rimescolano tutti i prodotti.