

Myplant & Garden 2017: si annuncia un'edizione ancor più ricca

La maglia espositiva ricca e densa, l'attività di buyer hunting, le iniziative speciali, gli incontri e i momenti di scambio renderanno Myplant una piattaforma di affari e relazioni unica in Italia



Il sipario su Myplant si aprirà mercoledì 22 febbraio per dare il via a una tre giorni di livello internazionale dedicata ai protagonisti della filiera del verde – ma non solo –, inaugurando una terza edizione ancor più densa, elegante, accurata e vivace delle precedenti.

Con l'avvicinarsi della primavera rifioriscono infatti i 30.000 metri dei padiglioni 16 e 20 di Fiera Milano, che alla prima edizione avevano ospitato oltre 300 marchi in esposizione, per passare ai 441 del 2016. Anno in cui i padiglioni hanno raccontato a un mercato importante e d'eccellenza ma in stallo da anni che dare una scossa al settore è possibile, e che dare fiducia a uno strumento fieristico affidabile è necessario. E che quando si lavora insieme condividendo metodo, trasparenza e obiettivi, il mercato reagisce, mandando segnali chiari.

I visitatori e la filiera, dalla decorazione al motorgarden

Oltre 10.000 i visitatori certificati dell'ed. 2016, composti per il 60% ca dai canali di vendita immediata – negozianti, dettaglianti, centri giardinaggio, consorzi agrari, orto-floro-vivaisti, grossisti, operatori import/export, buyer delle grandi catene) e dal 40% ca da acquirenti di seconda linea (professionisti, giardinieri, manutentori, agronomi, architetti, imprese, società di servizi, tecnici dei pubblici giardini, dei parchi e delle amministrazioni locali).

Visitatori che avranno a disposizione un'offerta variegata, pronta e preparata, in linea con la tradizione e proiettata all'innovazione.

Ai frutti antichi, ai minori e alle varietà recuperate si affiancheranno incubatori wireless (domestici, professionali e industriali) anche per le giovani piante, i vasi tradizionali saranno accostati a contenitori esito di ricerca, nuove tecnologie e riciclo. Nuove linee di substrati, torbe, sementi e terricci universali, ma anche biologici e per ortaggi, arricchiti di amminoacidi ed elementi proteici, così come terreni vergini e piante a radice nuda, in zolla, in vaso si abbineranno a piante medicinali e prodotti fitosanitari, alle nuove essenze aromatiche e agli agrumi, ai frutti da orto, ai vivai frutticoli, ornamentali e da siepi, alla proposta di verde decorativo, in vaso o in terra, alle tipicità mediterranee fatte di cactacee, grasse, arbusti e fusti, accanto a erbacee perenni, graminacee, tappeti prevegetati, con infinite proposte per l'orto, il giardino, la serra, il balcone, il terrazzo, il dehors – compresi arredi, corredi, vasi e accessori di ogni tipo, colore, materiale e dimensione. Ampio lo spazio dei manti erbosi, sportivi, urbani e – con soluzioni diverse anche per la dimensione domestica – perfino verticali, largo a ogni tipo di complemento e attrezzo per manutentori e giardinieri, tra statue, sculture, fontane, illuminazioni e pavimentazioni.

Non mancherà l'ampio ventaglio di offerta di tecnologie che garantiscono quantità e qualità dei prodotti, strutture a campata, portainnesti, portainnesti nanizzanti, laboratori di micro-propagazione le strutture e gli impianti per le colture protette, miniserre per precocità, protezione, praticità, i prodotti fitosanitari, piante per riforestazione, ripristini ambientali e l'ampio comparto dei servizi (dall'informatica all'etichettatura, passando per la logistica, le stampe, i software, l'editoria).

Anche la decorazione floreale e il motorgarden offriranno nuovi spunti e prodotti a un mercato attento e curioso.

Target sempre nuovi

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, dell'illuminazione e dei sottosistemi.

Saranno ad esempio presenti alcuni studi di architettura in cerca di nuovi fornitori, con cui collaborare in alcuni cantieri aperti, e non mancheranno marchi dell'outdoor design e brand dell'edilizia. È in fase di studio il Green Factory Project, un'area dedicata all'outdoor living, un'ambientazione che racconterà di natura, wellness e design sotto le stelle, immersi nel paesaggio: acqua, verde, arredi, corredi e accessori per un outdoor lifestyle sempre più ricercato da aziende, strutture ricettive e clienti.

Anche il comparto dell'illuminazione mette piede nel salone internazionale del verde. Elemento essenziale per la disciplina, la bellezza e la sicurezza del paesaggio e degli spazi verdi aperti urbani, extraurbani, stradali, domestici e pubblici, la luce sarà tra i protagonisti di febbraio.

La presenza del settore illuminazione da esterni – fatta di grandi marchi e nuove collezioni – sarà rafforzata da iniziative specifiche, fatte di installazioni, incontri e tavoli di lavoro e da una partnership stretta tra il salone e AIDI, Associazione Italiana di Illuminazione.

Eventi

Prende forma intanto il ricco calendario di iniziative speciali, premi, convegni, incontri, seminari e tavole rotonde organizzate in seno al salone internazionale del verde. In un planning in progresso, già si possono individuare alcune linee guida.

Dai green jobs allo Architects meet Green, allo Urban Green Management, il settore dedicato agli attori della costruzione, realizzazione, manutenzione e gestione delle aree verdi urbane, che coinvolgerà in fiera aziende con spazi espositivi dedicati, esperti e promozione culturale (con SIA Società italiana di Arboricoltura, Associazione Direttori e Tecnici Pubblici Giardini, AIGP, Ass. It. Giardinieri Professionisti, Ordine Nazionale Agronomi Forestali, Assoverde, Ass. It. Costruttori del Verde, Assoiride, promozione della Cultura del Verde...) dagli aperitivi coi protagonisti della Gds al verde terapeutico, alla manutenzione del verde pubblico, alla cura dei prati, dalle presentazioni dell'andamento di mercati internazionali alla gestione delle aziende green, passando per l'arboricoltura ai progetti delle piste ciclabili, agli eventi formativi professionali, al tema dei fitofarmaci, all'affermazione dei parchi storici, alle novità del settore, al concorso 'I Giardini di Myplant', alle ambientazioni ad hoc, agli show floreali. Poi, si parlerà di topografia del territorio, analisi delle aree da riqualificare e programmazione, censimento e valutazione della stabilità degli alberi, consolidamento degli alberi monumentali e apparati radicali, stato dell'arte sulla green list del nuovo Piano di Azione Nazionale, interazione tra Co2 e alberi, la nuova certificazione dell'albo giardinieri, e si terranno tavoli tecnici con esperti del verde che forniranno soluzioni, indicazioni e consigli al servizio di espositori e visitatori in fiera: esempi, contatti, affari, incontri, idee, proposte, collezioni, formazione, ricerca, suggerimenti, mercati per espositori e visitatori faranno della terza edizione di Myplant una grande agorà di comunicazione, scambio e dialogo.

Creatività, innovazione, estro, professionalità e passione: i grandi maestri dell'arte floreale internazionale (Italia, Spagna, Norvegia, Slovenia, Germania) s'incontreranno e confronteranno a suon di bellezza, colori, profumi e inventiva nella piazza della decorazione di Myplant. Sei gli ambienti prescelti per altrettanti temi da interpretare col coordinamento del floral designer Rudy Casati e la regia di Fondazione Minoprio. Gusto e nuove idee che faranno capolino anche nella settima ambientazione che, attraverso l'estro dell'artista Silvano Erba e l'esperienza di Federfiori – offriranno scampoli dal sapore classico e innovazione, romanticismo e vena creativa.

Tra laboratori e scenografie, competizioni, ambientazioni e nuove collezioni, la piazza della decorazione non mancherà di stupire ancora una volta, offrendo a corredo un'importante esposizione di accessori, decorazioni, idee regalo e corredi per i professionisti, i creativi, i fioristi, i rivenditori, i negozianti in genere e il mondo dell'ospitalità.

Momenti e parterre espositivi ritagliati su misura per agronomi, giardinieri, pianificatori, architetti, ingegneri, dirigenti PPAA, esportatori, importatori, centri giardinaggio, giornalisti, esportatori, grossisti, distributori, tecnici del verde, rivenditori, produttori, ibridatori, vivaisti, fiorai, strutture ricettive, centri agrari, progettisti, ideatori di eventi cui prenderanno parte nomi di riferimento della progettazione, della distribuzione, della vendita, dell'analisi di mercato, della decorazione floreale, delle PPAA, delle associazioni di categoria, delle università, degli ordini professionali, dell'editoria.

La maglia espositiva ricca e densa, l'attività di **buyer hunting**, le iniziative speciali, gli incontri e i momenti di scambio renderanno Myplant una piattaforma di affari e relazioni unica in Italia, un propulsore di rinnovate energie, una chiave per nuovi mercati, la grande piazza del green business a livello internazionale.