



15 giugno 2018

Re: MYPLANT & GARDEN 2019 - 20-22 febbraio Fiera Milano Rho

Registrato il grande successo (60.000 visitatori) dell'evento dOT-Design, Outdoor, Taste durante il Fuori Salone di aprile 2018 - che ha trasformato la centralissima piazza San Marco a Milano in uno spumeggiante e raffinato giardino mediterraneo fatto di verde e arredi outdoor - l'organizzazione ha iniziato i tour promozionali all'estero e in Italia, incontrando distretti, associazioni, consorzi e imprese. Contemporaneamente, Myplant sta svolgendo azioni di promozione e divulgazione del 'Bonus Verde', attraverso operazioni di comunicazione, sponsorship e partecipazione a tavoli tecnici e istituzionali a ogni livello. A giugno, intanto, è iniziata la nuova serie televisiva riservata ai pollici verdi 'Guerrilla Gardeners' su La5 (Mediaset), il cui casting era avvenuto proprio nei padiglioni di Myplant 2018. Tra i premi riservati ai vincitori delle puntate - durante le quali i concorrenti sono seguiti e consigliati da due dei 'nostri' (l'esperto giardiniere Filippo Faccioli e la decoratrice floreale Alba Franzoni-L'école des fleurs) -, una partecipazione speciale alla prossima edizione del Salone internazionale del Verde.

Ricordiamo anche che a ottobre 2018 inizierà la realizzazione del progetto vincitore del concorso 'I Giardini della Sport Therapy', organizzato e indetto da Myplant e Fondazione Minoprio, col coordinamento dell'arch. Umberto Andolfato (AIAPP). Sarà un team tutto femminile a realizzare il progetto verde che trasformerà in una palestra medica a cielo aperto il giardino pensile del polo di eccellenza medica Centro Maria Letizia Verga per lo Studio e la Cura della Leucemia del Bambino a Monza (MB), una struttura ospedaliera dedicata alle cure delle leucemie infantili.

Sin da aprile, l'organizzazione si è subito messa al lavoro per riorganizzare una parte degli spazi in fiera, rendendo più omogenee alcune aree, e chiarendo gli obiettivi per la prossima edizione, in un'ottica di instancabile crescita: approfondimento e arricchimento ulteriore di un'offerta merceologica già unica nel panorama fieristico italiano e incremento della presenza di operatori internazionali tra i padiglioni, attraverso un'analisi puntuale delle esigenze di mercato degli espositori.

Nell'ultima edizione, le 150 delegazioni ufficiali di compratori esteri - da cui sono pervenute ottime conferme d'interesse -, oltre che dai Paesi importatori più tradizionali, sono arrivate da Algeria, Arabia Saudita, Armenia, Azerbaijan, Belgio, Bielorussia, Bulgaria, Cina, Croazia, Danimarca, Emirati Arabi Uniti, Estonia, Finlandia, Georgia, Grecia, Israele, Kazakistan, Kuwait, Lettonia, Lituania, Macedonia, Marocco, Montenegro, Polonia, Portogallo, Qatar, Repubblica Ceca, Romania, Russia, Serbia, Slovacchia, Slovenia, Svezia, Svizzera, Tajikistan, Tunisia, Turchia, Ucraina, UK, Ungheria, USA, Uzbekistan. "Obiettivo per il 2019 è incrementarne la presenza in fiera, per portare nel cuore dei mercati internazionali il meglio della filiera orto-floro-vivaistica in mostra".

Il grande mosaico espositivo di Myplant si svilupperà nei padiglioni 12, che ha debuttato nel 2018, e gli 'storici' 16 e 20 (45.000 mq totali), e sarà composto dagli 8 macro-settori (vasi e contenitori, tecnica, macchinari, decorazione, fiori, vivaismo, servizi, progettazione e materiali). Un primo

sguardo alla già nutrita pianta dei padiglioni rivela che nel 20 ci saranno 2 sale convegni (per accogliere una parte degli operatori che, sempre più numerosi, partecipano agli incontri formativi e informativi organizzati in fiera). Troverà nuovamente spazio l'area riservata al mondo dell'edilizia, dei materiali e della progettazione, caratterizzata da una speciale 'strada dell'edilizia' e dalla presenza di studi di progettazione in cerca di fornitori e occasioni di sviluppo.

Debutterà una speciale area dedicata al verde sportivo, per intercettare e coinvolgere tutti gli attori di una filiera specializzata (dalle sementi ai macchinari, dal progetto ai materiali) dal grande indotto. Nelle vicinanze, una nuova sezione dedicata al 'sistema-albero', specifica per il settore dell'arboricoltura professionale, urbana e forestale. Durante i tre giorni di fiera, si svolgeranno convegni e workshop con interventi istituzionali, relatori di fama internazionale, associazioni e realtà imprenditoriali di riferimento in Italia. Le aree merceologiche riguarderanno i servizi e le tecnologie per l'arboricoltura, la pianificazione e gestione sostenibile degli alberi, la filiera del legno urbano, i prodotti per la forestazione urbana, la vivaistica specializzata, i macchinari. Macchinari sui quali l'organizzazione intende continuare a investire sia nei padiglioni, sia all'esterno, confermando l'allestimento dell'area 'demo' dedicata alle prove pratiche.

La maglia espositiva del padiglione centrale, il 16, è da tempo completa e contempla una vastissima offerta orto-floro-vivaistica, di servizi per mercati e imprese, di vasi, e comparto della tecnica in generale.

Il padiglione 16 sarà collegato al 12, che avrà ancora un ingresso dedicato e, come al debutto, sarà un'area molto vivace e ricca di novità. Sono previsti l'allargamento dell'imperdibile evento ambientazione Garden Center New Trend e lo sviluppo di spazi dedicati alle dimostrazioni floreali con scuole italiane e internazionali, che proporranno nuovi concept e chiavi di lettura delle tendenze colore a venire, anche in stretto connubio col mondo della moda.

Sempre nel 12 troveranno posto la buyer lounge e una sala stampa implementata, per venire incontro al crescente interesse mediatico di Myplant, che l'anno scorso ha registrato 230 giornalisti accreditati, compresa la stampa estera (principalmente da Cipro, Danimarca, Emirati Arabi, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Olanda, Polonia, Repubblica Ceca, Russia, Slovenia, Spagna, Svizzera, Ucraina, UK, USA), che hanno speso a più riprese commenti positivi per quanto visto e vissuto nei padiglioni di Fiera Milano.