



settembre 2018

MYPLANT 2019 - 20-21-22 febbraio 2019 MILANO

Myplant & Garden:

tappa in Germania per l'anteprima della quinta edizione e la promozione del sistema orto-florovivaistico italiano

Il 3 settembre 2018, a Colonia, è stata presentata ufficialmente agli operatori internazionali (stampa, buyer, imprese) la quinta edizione di Myplant & Garden. La vetrina di Colonia è stata l'occasione per promuovere il sistema orto-florovivaistico italiano all'estero e offrire un'anteprima sui dati e le prospettive del mercato del gardening italiano.

Myplant, ed. 2018

L'appuntamento, che ha registrato la partecipazione del Console Generale d'Italia, è parte di un progetto di promozione internazionale di Myplant e del sistema orto-florovivaistico italiano, sviluppato da Myplant in collaborazione con agenzie ed enti specializzati: "stiamo coinvolgendo sempre più player importanti del settore per dare maggiore fiducia a produzione, import di qualità e opportunità di export alle nostre aziende. La produzione italiana vale 3 miliardi di euro, è la settima al mondo, è fornitore indispensabile e insostituibile per i mercati europei (in primis tedesco, francese, belga, olandese, britannico e austriaco)". All'incontro di Colonia è stato offerto un aggiornamento sull'andamento del mercato italiano del gardening col contributo di Euromonitor International, istituto internazionale di ricerca sui mercati, partner di Myplant.

Nel 2017, la metà delle vendite del settore gardening italiano (complessivamente quantificato in 2.7 miliardi di euro alla vendita, con proiezioni di costante crescita nel quinquennio 2017-2022) si è concentrato sulla orticoltura, quasi un terzo della quota è stato rappresentato dalle attrezzature da giardinaggio, il 12% da vasi e fioriere, l'8% dal garden-care.

L'estate calda non ha favorito la propensione alla spesa degli italiani, che, tuttavia, è leggermente cresciuta, registrando un'impennata del comparto dei macchinari.

Dal punto di vista della rete di vendita, gli ultimi comportamenti d'acquisto hanno premiato i punti vendita non specializzati e le vendite on-line (che sono salite a 13 milioni di euro nel 2017, contro i 3 milioni del 2012), prediletto i prodotti biologici nella cura del verde, tenuto un andamento di stabile crescita negli attrezzi da giardino ed rilevato un eguale coinvolgimento nel giardinaggio tra uomini e donne.

Le prospettive demografiche del Belpaese al 2022 fotografano una situazione di progressivo invecchiamento della popolazione, evidenziandone nuove necessità: la passione per il giardinaggio – in crescita – sarà soddisfatta da attrezzi ergonomici di facile utilizzo e da un uso più diffuso del web (per acquisti e raccolta informazioni).

"Daremo ulteriori dettagli sul mercato del garden a ridosso dell'inaugurazione di Myplant & Garden – affermano gli organizzatori. E racconteremo anche dei contenuti della più completa, trasversale e

importante manifestazione internazionale del settore verde in Italia: dal 'sistema albero' in tutte le sue sfaccettature e scale al focus sui materiali dell'edilizia per il verde (Landscape Area e Strada dell'edilizia), dai cambiamenti climatici al #bonusverde, dalle novità del comparto fiori (Décor district) a quelle dei servizi, aprendo una pagina importante dedicata al verde sportivo e un'area per le prove del motor garden. Riproponendo, per il settore delle vendite, nuovi format e concept col progetto Garden Center New Trend. Ma non solo".