AgriCommercio & Garden Retail

1 marzo 2022

Myplant & Garden 2022, tutti soddisfatti

La 6a edizione ha segnato il ritorno in presenza del più importante evento commerciale e relazionale legato alla filiera del verde vegetale e costruito. Soddisfatti gli organizzatori: «Un evento straordinario»

"**Per fare business**": questo è stato il concetto emerso dall'ultima edizione del Myplant & Garden, tenutosi la scorsa settimana a Rho-FieraMilano. I visitatori erano tutti motivati: tutti in cerca di nuovi contatti e nuovi prodotti, o intenzionati a riallacciare quelli già in essere per prolungare il rapporto commerciale. Lo si capiva da come osservavano gli stand, da come valutavano i prodotti, da come salutavano le aziende, dal sorriso e dall'ammirazione che gli si stampava sul volto.

Gli espositori erano anch'essi determinati a presentare il meglio della propria produzione: nessuno è rimasto insoddisfatto, alcuni sono stati presi letteralmente "d'assalto" (in barba al distanziamento…), altri hanno avuto un afflusso più contenuto, ma tutti hanno concluso affari e stretto rapporti.

Quindi, in sintesi, il bilancio di Myplant 2022 è: tutti soddisfatti!

Myplant 2022, i numeri ufficiali

Quella targata 2022 è stata la 6ª edizione, importantissima perché ha segnato il ritorno in presenza del più importante e decisivo momento commerciale, culturale e relazionale dei principali attori delle filiere del verde vegetale e costruito. E che sia la più importante lo dicono i numeri conclusivi: oltre **600 imprese del comparto** (20% dall'estero, soprattutto da Olanda, Danimarca, Germania e Francia; le italiane in prevalenza da Lombardia, Veneto, Toscana ed Emilia-Romagna); **18.650 visitatori professionali** (apprezzatissimi dagli espositori per l'alto livello di preparazione, serietà e concretezza); **116 delegazioni ufficiali di buyer** internazionali da trenta Paesi; più di **200** (10% dall'estero, soprattutto da Olanda, Germania e Spagna) **giornalisti, operatori televisivi, blogger**; **45.000 mq** dei padiglioni 12, 16 e 20.

Un business in salute

E poi, non è un numero ma un fatto, un *business* in ottima salute, che a Myplant ha fruttato molti ordinativi, intercettato clienti e canali potenziali, rinvigorito relazioni sbiadite o distanti, ha gettato le basi per costruire alleanze, valutare nuove strade e sperimentare nuove soluzioni imprenditoriali.

In sostanza, Myplant & Garden ha riproposto con grande forza e autorevolezza l'Italia quale riferimento imprescindibile (commerciale, produttivo, logistico e culturale) nel contesto fieristico dell'industria e dei mercati internazionali del verde.

Molti buyer dall'estero

Nonostante le incertezze di questi due anni, cui si sono aggiunte quelle degli ultimissimi giorni, Myplant è stata in grado di organizzare l'*incoming* dei buyer internazionali da tanti Paesi, soprattutto dall'Europa (principale mercato di sbocco dei prodotti italiani con 84% dell'export), il 44% dei quali dall'Est Europa, dal bacino meridionale del Mediterraneo (10% dei buyer) e dal Medio Oriente, importante mercato (floricolo, vivaistico e progettuale) emergente (10% dei buyer). Le delegazioni sono uscite dal Salone ampiamente soddisfatte e colpite per la qualità della manifestazione e l'offerta straordinaria per profondità, quantità e varietà delle proposte degli espositori.

A costoro si sono aggiunti in autonomia altri 150 buyer, anch'essi provenienti da insegne internazionali di vendita, marchi della distribuzione continentale (catene Garden Center, GD, DIY, Home & Garden, e-commerce), responsabili di progetti di rigenerazione urbana, dirigenti pubblici, sviluppatori immobiliari, rappresentanti di circuiti alberghieri, turistici e sportivi internazionali.

Padiglioni ben definiti

La panoramica dei padiglioni ha ribadito la grande vivacità del Pad. 12, dedicato da un lato al mondo del reciso e della decorazione home & garden, dall'altro al verde, al garden care e alle soluzioni per i punti vendita. Il Pad. 16 ha dato prova di forza e completezza, concentrando l'offerta soprattutto sul settore dei fiori e delle piante in vaso. Il Pad. 20, ritmato dagli eventi dedicati al paesaggio e al verde sportivo da un lato, alla arboricoltura, alla manutenzione del verde e ai

macchinari dall'altro, ha messo in mostra una selezione di prodotti da vivaio, proponendo con forza le potenzialità di una sinergia sempre più necessaria tra il mondo dell'architettura green, della pianificazione urbana, della fornitura e della manutenzione del verde, sia esso sportivo, pubblico, privato e dell'accoglienza.

La parola agli organizzatori

«Ciò che è accaduto – affermano gli organizzatori – è qualcosa di straordinario. Le aziende hanno risposto al richiamo di Myplant riconoscendone il valore, e i visitatori si sono mobilitati. Le energie messe in campo da tutti si sono sommate e moltiplicate. Abbiamo attivato nuove straordinarie collaborazioni, avviato progetti nuovi da sviluppare e irrobustito la solidità di molte situazioni: lavoriamo già su alcuni aspetti da rafforzare e ingrandire, anche in termini di spazi espositivi, nei padiglioni di FieraMilano Rho nei prossimi anni, a partire dall'appuntamento del 2023: la settima edizione di Myplant & Garden si terrà dal 22 al 24 febbraio».