

## ***Appuntamento a Milano per Myplant & Garden, il mondo del verde***

Myplant & Garden, International Green Expo – Salone internazionale del verde (<http://myplantgarden.com>) sta per aprire i battenti, dal 21 al 23 febbraio presso Rho-FieraMilano, accogliendo così i visitatori, esclusivamente professionali, che hanno ormai capito di trovare tutto ciò che cercano in questa unica occasione. Entrando al Salone internazionale del verde, i visitatori comprenderanno subito che si tratta di una kermesse sempre più unica, interessantissima, ricca di spunti e novità



*Myplant & Garden è pronto per esporre il meglio del florovivaismo nazionale ed estero, tutto da scoprire per i visitatori del salone*

## TRE AFFOLLATI PADIGLIONI

Nel più grande polo fieristico d'Europa, la più importante, completa e trasversale manifestazione professionale dell'orto-florovivaismo, del paesaggio e del garden ha definito i tre padiglioni assegnati per la prima volta quest'anno (erano due fino al 2017). In essi sono compresi 8 macro-settori, snodati su 45mila mq di superficie espositiva. Nel *padiglione 20*, oltre alla nutritissima presenza di imprese della filiera vivaistica, hanno trovato spazio con adesioni importanti i marchi del motorgarden, che avrà anche un'area esterna di circa 300 mq per le prove pratiche (l'area demo sarà tra i padiglioni 16 e 12). Sempre più ampia e profonda l'area riservata alle realtà del green building e dell'outdoor (piscine comprese), che culminerà in una "landscape area" che prevede la fortunata formula d'incontri e di esposizione anche di studi di architettura internazionali lanciata nell'edizione 2017. La sala convegni e il gruppo di realtà aderenti al progetto Urban Green Management completano l'offerta espositiva di questo padiglione.

Nel *padiglione 16*, largo soprattutto alla vastissima offerta orto-floro-vivaistica, ai servizi per mercati e imprese, ai vasi, al comparto della tecnica in generale. Probabile anche l'allestimento di una mostra di carattere paesaggistico, che alla fine di dicembre era ancora allo studio. Il padiglione 12, la new entry di questa edizione, collegato con il padiglione 16, avrà un ingresso dedicato e sarà l'area più ricca di novità, per contenuti, iniziative e offerta espositiva. Oltre all'ampia presenza di marchi noti dell'orto-floro-vivaismo, della tecnica, dei servizi, delle strutture e degli accessori outdoor (es.: i bbq, che avranno anche un'area esterna per le prove pratiche), farà capolino il sempre più apprezzato evento-ambientazione Garden Center New Trend, scandito su 420 mq in 6 differenti aree commerciali (#casaverdecasa, #fiorito&profumato, #unapiantatiralaltra; #sporcatilemani; #drinkgreen; #zappachetipassa) all'insegna dello "small concept, smart business".

Sempre all'insegna del business, si terrà la nuova edizione di Game (Garden Meeting), evento dedicato ai rivenditori del mercato del garden a 360° (dallo e-commerce alla rivendita agraria), con una grande agorà aperta agli incontri e un corollario di aree espositive esclusive. Ancora a proposito di vendita, verrà ripetuto il ciclo di incontri Gds Break, in cui i protagonisti della Gds si confronteranno con le imprese del settore sul tema del 2018: "Vendere il garden in Gds. Servizio, esperienza di vendita e fidelizzazione".

ma -fashion, allestimenti e ambientazioni  
d'eccezione, contest floreali coi grandi maestri internazionali della decorazione, laboratori  
art&craft, stilosi set fotografici, raffinati temi musicali e una loun

&out.

## GLI APPUNTAMENTI

Non mancheranno gli appuntamenti sui temi più attuali del mondo del verde, che come nella passata edizione, attrarranno in fiera varie centinaia di operatori della filiera, dal mondo della progettazione a quello della vendita, dalla produzione alla ricerca. Ci si confronterà con esperti, centri di ricerca, università, ordini, collegi e associazioni professionali e imprenditoriali, operatori, opinion leader, *stakeholder* internazionali, editori, consorzi, rappresentanti delle istituzioni su temi quali: bonusverde, *circular economy* e bio-economia, alberature monumentali, novità legislative del comparto, formazione professionale e tecnica, diserbo (tecniche, regolamenti, divieti), alberi in città, paesaggi sotterranei (apparati radicali), tecniche di rilievo, manutenzione e progettazione, parchi storici, giardinaggio professionale, verde curativo, concorsi creativi di progettazione del verde, rassegna delle eccellenze in fiera, andamento dei mercati internazionali.

## I MERCATI INTERNAZIONALI

A proposito di mercati internazionali, grazie alla preziosa partnership con Euromonitor International – Istituto di ricerca sui mercati globali – Myplant è in grado di offrire in anteprima qualche anticipazione sull'andamento dei principali mercati internazionali. Questi temi (sbocchi, opportunità, prospettive), saranno presentati dall'Istituto di ricerca durante i giorni di manifestazione. Il valore del mercato mondiale del gardening (fonte: Euromonitor International) ha raggiunto nel 2016 83 miliardi di \$. Il maggior player sono gli Usa, seguiti da alcuni Paesi europei e dal Giappone. L'Italia è 7<sup>a</sup> in classifica, con buoni segnali di ripresa.

Il valore del mercato del gardening negli Usa è cresciuto del 3% a prezzi correnti nel 2016 (34 miliardi di \$); il valore delle vendite dovrebbe raggiungere nel 2021 i 34,9 miliardi di \$. Più 1% è la crescita del valore del mercato del gardening a prezzi correnti registrato in Germania (8 miliardi di \$), con un record di vendite nel 2016 per piante, alberi e arbusti. In Francia il mercato ha raggiunto i 5,6 miliardi di \$ nel 2016, una situazione stabile con buone prospettive per i prossimi anni. In Gran Bretagna nel 2016 è stata registrata la crescita del 2% sull'anno precedente (5,5 miliardi di \$), ma c'è attesa per gli effetti della Brexit.

In Giappone nel 2016 si è avuta una crescita del 2% sull'anno precedente (4 miliardi di \$), con segno positivo sia per il verde da interni, sia per quello per esterni. L'Italia, al 7° posto in classifica del mercato mondiale preceduta dal Canada, nel 2016 ha raggiunto i 3 miliardi di \$ (3,3 del 2011) per valore di mercato, con una previsione di lenta crescita.

Proprio per ridare fiducia a produzione ed export, Myplant ha ampliato la rete di contatti internazionali per dare ulteriore vigore alle operazioni di *incoming* di buyer esteri dai 5 continenti. L'organizzazione intende infatti incrementare quantità e qualità di compratori internazionali (110 le delegazioni ufficiali presenti nell'edizione 2017), con l'obiettivo di raggiungere quota 150 delegazioni ufficiali.