

MYPLANT & GARDEN UN SUCCESSO CRESCENTE

Il salone milanese ancora una volta ha esposto il meglio dell'intera filiera florovivaistica nazionale ed estera per soddisfare le richieste dell'ampio pubblico professionale

Margheriti, Planta, Lazzeri, Capitano, Vivai Nord, Florpagano, tutti grandi produttori di piante o plantule. Compo, Cifo, Zapi, Kollant, Ital-Agro, Newpharm, Copyr, Flortis, Blumen, Floragard, Tercomposti, Terflor, tutte forti aziende chimiche produttrici di agrofarmaci e/o terricci. Husqvarna, Pellenc, Stihl-Viking, Axo, Fitt, Verdemax, Giardini d'Acqua, Bonfante, Nuova Pasquali & Bini, tutte importanti aziende di macchine, attrezzi e accessori. Mancavano da anni nelle (poche) fiere florovivaistiche professionali nazionali, ma li abbiamo, finalmente e con grande piacere, ritrovati tutti al Myplant & Garden, International Green Expo - Salone internazionale del verde (<http://myplantgarden.com>), la tre-giorni che si è tenuta nel febbraio scorso a Rho-FieraMilano.

GRANDE AFFLUENZA

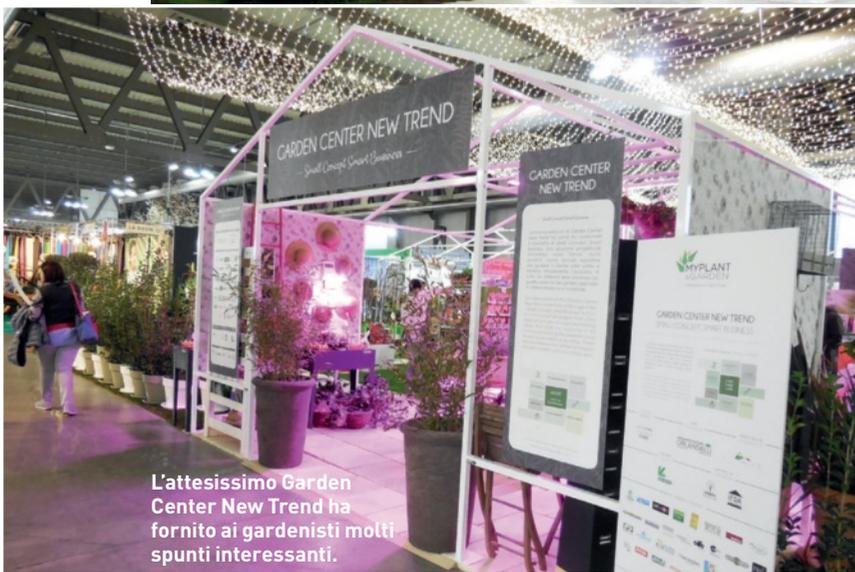
È un fortissimo segnale dell'importanza di questa manifestazione, giunta nel 2018 alla sua quarta edizione,

e nel contempo dell'esigenza di comunicare nuovamente, al termine della crisi, l'impegno con cui tutte le aziende nostrane, dai vivaisti ai ricoltivatori, dai chimici ai gardenisti, dai meccanici alla formazione, dai progettisti ai fioristi, hanno sempre lavorato per offrire il meglio al consumatore.

Il IV Myplant & Garden (MP&G) ha avuto ancora una volta grande successo: 655 espositori (erano 567 nel 2017) di cui il 20% dall'estero, 45mila mq di padiglioni (dai due nel 2017 ai tre dell'edizione 2018, +33% mq), 150 delegazioni ufficiali di buyer (110 nel 2017) da 50 Paesi, oltre 230 giornalisti italiani ed esteri e 17.300 visitatori (13mila nel 2017) sono i numeri che danno ragione al Consorzio Myplant & Garden, formato da un ampio gruppo di aziende rappresentative del settore che hanno creduto fin dall'inizio, nel 2015, di poter creare una nuova manifestazione (organizzata da V Group) che sostenesse concretamente, attraverso iniziative e incontri, il mercato florovivaistico italiano. Una manifestazione che ogni anno stupisce innanzi-



Il suggestivo ingresso del padiglione 12, una scenografia in bianco e verde curata da Tea Rose.



L'attesissimo Garden Center New Trend ha fornito ai gardenisti molti spunti interessanti.



L'area demo esterna ha visto un'ottima affluenza di pubblico.

tutto per la scenografia: emozionante il nuovo ingresso al padiglione 12, curato da Tea Rose e giocato tutto sul bianco puro e il verde foglia, e suggestiva la Piazza di Myplant, un grande quadrato di eleganza e bellezza, firmata Marie Claire Maison. E un salone che crea aspettativa per i numeri sempre crescenti degli espositori e la loro sempre maggiore qualità. Dato per scontato che nel 2019 (dal 20 al 22 febbraio) non ci dovrebbe essere un ulteriore incremento di superficie disponibile, l'attesa sarà tutta per i nomi degli espositori: attirati dall'evidenza del business connesso al MP&G, vedremo magari anche Torsanlorenzo, Andreas Psenner, Porcellato, Compagnia dei Fiori del Lago Maggiore, Vigorplant, Bayer Garden, Gardena, Fiskars, Stocker, Volpi, Agéf, Bosch, Claber, Aix e quant'altri fra i colossi nazionali ed esteri del gardening? Noi lanciamo l'invito...

UN SALONE DA VEDERE...

Al di là delle speranze, resta l'estrema concretezza di questo salone milanese, che rappresenta il sistema più rapido e semplice per vedere in mostra il meglio dell'industria floricola e del gardening italiano e straniero (fra tutti Holland e la danese Gasa Group): un'occasione da non perdere per tutti i titolari di garden center e rivendite agrarie per aggiornarsi e per avviare contatti

utili a rinnovare l'assortimento e a proporre alla clientela sempre il meglio del mercato, nella direzione in cui la richiesta dei consumatori sta andando (leggasi biologico, ormai consolidato nelle proposte che risultano sempre più efficaci, dalle piante ai semi, dai prodotti per cura e difesa ai vasi).

Girare per le corsie affollatissime, ammirare gli stand spesso molto curati e scenografici, incuriosirsi dei nuovi prodotti (alcuni dei quali in concorso nella Vetrina delle Eccellenze, dei cui vincitori vi daremo conto nei prossimi numeri di *Agricomercio e Garden Center*), aspettare con pazienza che il titolare dell'azienda che interessa si liberi per chiedere informazioni o concludere un contratto: un rituale che è ormai divenuto piacevole consuetudine a Milano. Ma MP&G è stato utile anche per i fioristi, e per chi ha un ampio reparto di reciso o di secco nel punto vendita, perché nel Décor District hanno potuto trovare un'ampia gamma di aziende di prodotti e servizi sul reciso, e soprattutto le aree dimostrative dove assistere in diretta più volte al giorno alla realizzazione dei bouquet e delle decorazioni più nuove e di tendenza nel mondo, per ogni genere di evento, fino alle sfilate flower-fashion che hanno presentato splendide modelle i cui abiti erano impreziositi da fiori veri. Fondamentale il MP&G, oltre che per i gardenisti e rivenditori, anche per



I padiglioni si sono riempiti di visitatori fin dal primo giorno.



vivaisti e giardinieri, grazie alle numerose prove in campo nelle aree demo macchinari esterne (purtroppo un po' penalizzate dal maltempo), dove gli esperti delle aziende hanno mostrato operativamente il funzionamento e le prestazioni delle nuove macchine presentate in fiera. Senza dimenticare l'“appendice” MP&G legata al Salone del Mobile del prossimo aprile sempre a Milano (vedi box), con la funzione di integrare con l'outdoor ambientato l'edizione 2018 e continuare a mantenere alta l'attenzione sulla manifestazione del verde, in una sorta di *crosselling*. Un prolungamento nel tempo che raddoppia l'efficacia della Strada dell'edilizia, la porzione del pad. 20 in cui sono state raggruppate le sempre più numerose aziende che si occupano di outdoor, spesso ecosostenibile.

...DA ASCOLTARE...

Oltre alla vista, anche un altro senso è stato fortemente sollecitato nella tre-giorni di salone. L'udito ha potuto scegliere fra circa 70 eventi (erano 40 nel 2017), tra convegni, incontri, workshop e tavole rotonde, spaziati fra gli argomenti più vari: dagli alberi monumentali al bonus verde, dalle biotecnologie alla conservazione del paesaggio, dal futuro dei garden center o dei fioristi al verde per edifici ecosostenibili, dall'illuminazione outdoor all'information technology, dal mercato del giardinaggio in Italia o all'estero ai benefici salutistici del verde, c'era solo l'imbarazzo della scelta, sia per gli argomenti, sia per la concentrazione degli eventi che inevitabilmente ha dovuto sovrapporre tematiche differenti ma ugualmente interessanti. Numerosi di questi sono stati curati dal Politecnico di Milano, dalle Università di

**GLI ORGANIZZATORI
UNA VETRINA DI VALORI**

Prima dell'apertura sentivamo la responsabilità di essere diventati in questi anni il punto di riferimento italiano del settore. Dopo questa edizione abbiamo la consapevolezza che MP&G è la grande forza centripeta per la filiera. È il culmine di un grande movimento alimentato da imprese, associazioni, consorzi, operatori, studiosi, editori, analisti che ci consulta, consiglia, segue, incoraggia e sospinge. Come è stato scritto

su un giornale nei giorni di fiera, “da soli siamo persi e MP&G è un luogo di amici”: perché nel salone non vedono esclusivamente il più importante momento di mercato, ma una vetrina di valori.



• VALERIA RANDAZZO

Exhibition manager di Myplant & Garden

Milano e di altre città italiane e straniere, da associazioni quali Aiapp, Federfiori, Aidi, Assofloro Lombardia ecc., con relatori spazianti dal mondo dell'università ai Musei Vaticani, dalla Coldiretti all'Anaci, dalle Sovrintendenze ai beni culturali ad avvocati, architetti, agronomi, naturalisti, informatici, ingegneri, esperti di marketing e medici. Alcuni eventi fornivano inoltre crediti di formazione professionale per agronomi, forestali, biologi e architetti, nonché periti agrari. Quelli più “gettonati” (per es. “Nuovi strumenti e opportunità per la filiera del verde”, in cui si parlava anche di bonus verde) hanno visto la partecipazione di oltre 400 iscritti, tanto che sono stati spostati in sale più capienti. Particolarmente seguita, nell'area dedicata al pad. 12, è stata Game-Garden Meeting, la tre-giorni per il commercio del gardening, un insieme di convegni, workshop tematici, tavole rotonde ed esperti per analizzare tutte le opportunità e le difficoltà di chi vende giardinaggio oggi in Italia. Anche degli eventi più interessanti vi daremo conto nei prossimi numeri della rivista.

...DA TOCCARE...

Presente anche quest'anno l'attesissimo Garden Center New Trend, la riproduzione di un garden in miniatura finalizzata a mostrare nuove forme di espressione e di comunicazione con la clientela, nell'edizione 2018 incentrato su "Small concept, smart business". La suddivisione in cinque coinvolgenti aree tematiche (più il bar), tutte di grande suggestione e quindi d'impatto emozionale oltre che pratico, ha permesso di toccare con mano le ipotesi di realizzazione nella realtà commerciale di qualunque garden. Anche questo progetto sarà illustrato in dettaglio nei prossimi numeri. Da sottolineare subito, invece, l'idea in più che è stata introdotta: la presenza di personale cordiale ma non invadente, competente ma non saccente, pronto ad aiutare i visitatori in questo caso nella comprensione del progetto, mentre nella pratica commerciale aiutano la clientela a scegliere il prodotto o l'articolo giusto.

... E DA VIVERE

Oltre al concorso La Vetrina delle eccellenze, MP&G 2018 ha presentato, nell'area Green Factory Project, dedicata a materiali, progetti e architettura, i primi tre progetti classificati al concorso I Giardini della sport therapy (del cui bando abbiamo trattato nel n. 1-2018 di *Agricommercio e Garden Center*), che presenteremo

nei prossimi numeri. Il vincitore è risultato quello degli architetti Sergio Costanzi e Lisa Perego, ma tutti e tre hanno fornito significativi spunti di progettazione, a cui ci si può ispirare anche per giardini privati di famiglie con o senza portatori di handicap.

Si è tenuta anche la fase finale del casting TV per la nuova edizione della trasmissione televisiva Guerrilla Gardeners, in onda in primavera sul canale LA5: abbiamo sbirciato i professionisti del verde che si raccontavano nella speranza di venire scelti e diventare famosi o semplicemente divertirsi.

Abbiamo poi ammirato tante bellissime ragazze vestite di fiori strepitosi, incorniciate da ghirlande floreali, o illuminate da mazzi creativi o singoli fiori di grande impatto, realizzati dai massimi interpreti statunitensi della decorazione floreale.

E, appena prima di lasciare il salone, stanchi ma soddisfatti, abbiamo assaggiato gli insoliti succhi di frutta o di verdura offerti da Tea Rose, gustando un'armonia particolare di sapori che promette di rigenerare, disintossicare, rilassare, procurare benessere. Di sicuro procura benessere visitare il Myplant & Garden: la sensazione è quella di aver fatto il pieno di novità, di informazioni, di colori, di profumi, di bellezza e di idee.

La certezza è quella di aver finalmente ritrovato un solido punto fermo nel panorama italiano delle esposizioni professionali di settore.