

Myplant & Garden raddoppia e arriva a Dubai nel 2025 con la prima fiera italiana b2b del verde in Medio Oriente. Unica manifestazione dedicata alle filiere del verde ornamentale in questo Paese, porterà l'esperienza dell'evento italiano in un territorio nuovo, ma fortemente interessato agli sviluppi del settore

colloquio con **Valeria Randazzo** di **Benedetta Minoliti**



Stile italiano, orizzonte internazionale

Valeria Randazzo,
Exhibition manager di
Myplant & Garden

Il 2025 sarà un anno importante per Myplant & Garden. Non solo per la sua nona edizione, che si terrà dal 19 al 21 febbraio a Fiera Milano Rho, ma anche per l'annuncio di Myplant & Garden Middle East, la prima fiera italiana b2b del verde in Medio Oriente, più precisamente a Dubai, che si terrà dal 15 al 17 novembre 2025. A raccontarci della futura esperienza estera è Valeria Randazzo, Exhibition Manager di Myplant & Garden.

Myplant & Garden nel 2025 arriva a Dubai. È un grande traguardo. Mi racconti quali sono stati i momenti cardine che hanno portato dall'idea di andare in Medio Oriente alla concretizzazione del progetto?

«Una combinazione di fattori: il matrimonio con IEG - che ha uffici in tutto il mondo, compreso Dubai - ci ha offerto una visione internazionale più ampia e un team cui poter fare riferimento in situ. Alcune aziende del Consorzio, attente al posizionamento della fiera e del comparto italiano a livello globale, che hanno promosso l'iniziativa. Gli



“Le aspettative e le proiezioni di crescita sono notevoli, e noi intendiamo entrare in questo grande flusso. Da protagonisti”



In attesa di Myplant & Garden Dubai, la fiera organizzata da V Group (Gruppo IEG) torna nella sua versione tradizionale dal 19 al 21 febbraio 2025 a Fiera Milano Rho.

importanti piani di sviluppo e investimento nel verde di Dubai e dei Paesi confinanti, che hanno attirato la nostra attenzione, tanto che sono andata personalmente in quei territori a constatarne portata e potenzialità. La presenza crescente di buyer dal Medio Oriente a Myplant che ci ha confortato. Abbiamo capito che è un treno da prendere al volo per accompagnare le aziende italiane e internazionali pronte a espandersi in quell'area. Così da incontrare le istituzioni, i compratori e gli operatori che non sono riusciti a venire a Milano, nel loro territorio».

Se potessi descrivere Myplant & Garden Middle East in tre parole, quali sarebbero?

«Quattro parole: stile italiano, orizzonte internazionale».

Su quali tematiche ci si concentrerà maggiormente in questa edizione della fiera?

«Saremo in un territorio che, come molte grandi aree attigue, ha fame di innovazione, volontà di sviluppo, capacità di investimento, visione a lungo termine. Ci concentreremo su temi che ben conosciamo e che sappiamo possano avere buona accoglienza: la rassegna si ispirerà al tema del legame tra benessere e verde, con uno sguardo puntuale rivolto alla sostenibilità ambientale, alle eco-tecnologie per la coltivazione e ma-

nutenzione, alle pratiche agricole innovative, alle novità di prodotto vegetale e non, ai nuovi servizi per il comparto. Il tutto in una cornice di bellezza».

Qual è stata la reazione delle aziende italiane all'annuncio di una nuova fiera a Dubai?

«In molti casi è stata una spinta da parte delle aziende. Cresciamo anno dopo anno anche perché le aziende stesse sono tra i nostri migliori consiglieri. Ci confrontiamo, discutiamo, cerchiamo soluzioni. Il Medio Oriente è sempre stato nei radar nostri e del Consorzio. Abbiamo fatto dei sondaggi tra molti espositori. Ciò che è emerso è che ora i tempi sono maturi. In occasione della presentazione, abbiamo ricevuto una serie di richieste di dettagli da parte di tante imprese del verde che, non coinvolte nella fase progettuale, ora vorrebbero farne parte. Buon segno, e li ringraziamo per questa fiducia».

La presenza crescente di buyer dal Medio Oriente a Myplant che ci ha confortato. Abbiamo capito che è un treno da prendere al volo per accompagnare le aziende italiane e internazionali pronte a espandersi in quell'area

Quale risposta vi aspettate (o vi augurate) dal mercato mediorientale?

«Le potenzialità ci sono tutte, in termini di superfici, numeri, capacità economiche e volontà di investimento pubblico e privato. Abbiamo riportato dati e cifre del mercato dell'area: sono interessanti e dal grande potenziale, soprattutto per molti prodotti italiani vegetali e non. Gli stessi uffici ICE locali lo hanno confermato alla presentazione del progetto: le aspettative e le proiezioni di crescita sono notevoli, e noi intendiamo entrare in questo grande flusso. Da protagonisti».

L'esperienza estera, secondo te, servirà anche per "ripensare" le prossime edizioni di Myplant & Garden in Italia?

«Sicuramente. Porteremo a Dubai il nostro know-how e l'entusiasmo che ci contraddistingue, e collaboreremo con gli uffici IEG Middle East, l'ICE e la rete di contatti internazionali che si sta formando attorno a noi. Al contempo, tutti noi impareremo molto da questa esperienza, che ci sarà utile per approcciare e magari nel tempo organizzare in maniera diversa Myplant a Milano. Una fiera che, pur rimanendo se stessa, negli anni ha sempre dato prova di sapersi rinnovare. Dal punto di vista imprenditoriale, stiamo mettendo un piede in uno degli hub commerciali e logistici più vivaci, proficui e importanti al mondo. Myplant del 2015 a Milano, per certi versi, è stata una situazione simile ma per altri versi molto più complessa. Con le poche risorse a disposizione, uno staff ridotto all'osso, un settore che era meno brillante di oggi, abbiamo guadagnato la fiducia di imprese, professionisti, mercati. Parlare di Myplant Middle East oggi è un po' come rivivere quell'esperienza, ma con la medesima energia e la grande credibilità guadagnata: **sapremo trarre e far ottenere ai partecipanti il meglio possibile da questa nuova avventura**».



Gianfranco De Leo, Area Manager South Europe di Schoneveld Breeding

“Parlarsi lungo la filiera per creare valore aggiunto al lavoro di tutti”

■ Se guardo al 2024, il clima ancora più caldo rispetto all'anno precedente, ha influenzato notevolmente le coltivazioni, soprattutto del ciclamino, e la nostra sorpresa, più che gradevole, è stata la conferma che il nostro lavoro di ibridazione degli ultimi dieci anni, improntato sulla resilienza dei nostri prodotti alle alte temperature, ha trovato conferma nella produzione di piante di eccellente qualità pressoché dappertutto in Italia. Il nostro obiettivo dovrà essere quello di proporre varietà di prodotti che possano essere influenzate sempre meno dal clima sia in coltivazione sia in shelf-life dal consumatore finale.

■ Senza alcun dubbio la novità più importante e più interessante è stato il lancio sul mercato di Illusia. È una pianta mai vista prima, romantica e dolce ma allo stesso tempo bellissima e prestigiosa. Produce una infinità di fiori bellissimi e particolari su una struttura di pianta rotonda e armonica. Un'altra introduzione del 2024 che ci rende orgogliosi è la gerbera Joybera che ha “rinfrescato” il mercato delle gerbere da vaso per la sua uniformità e per il fatto che produce sin dall'inizio più steli fiorali contemporaneamente con colori brillanti ed intensi che creano il cosiddetto effetto WOW.

■ Il cambiamento e l'obiettivo che vorremmo iniziare a raggiungere nel 2025 è che ci si parli molto di più lungo la filiera del mercato per creare un valore aggiunto al lavoro di tutti. Non è più pensabile che ogni segmento della filiera di mercato non guardi e non parli con gli altri attori della stessa filiera e non conosca davvero quali siano le esigenze e le prerogative di ciascun segmento. È molto difficile ma vorremmo provarci.

Valeria Randazzo, Exhibition Manager Myplant & Garden

“Ci sentiamo tra i catalizzatori del settore: grati e allo stesso tempo responsabilizzati”

■ Molto positivo. Abbiamo organizzato l'edizione di Myplant più grande e partecipata di sempre, con lo ‘sfondamento’ del quarto padiglione. Siamo stati partner di molte iniziative in Italia e all'estero, abbiamo preso parte al Fuorisalone con un evento dedicato al green e all'outdoor, abbiamo annunciato Myplant Middle East (Dubai, 15-17 novembre 2025). Nel frattempo, abbiamo lavorato alla nona edizione di Myplant (19-21 febbraio 2025), per la quale si annunciano grandi novità. Stiamo moltiplicando gli sforzi per aumentare la quantità e mantenere la qualità dei visitatori, soprattutto esteri. Ci sentiamo tra i catalizzatori del settore: grati e allo stesso tempo responsabilizzati.

■ Abbiamo presentato a febbraio una fiera che è contenitore di moltissime suggestioni: commerciali, culturali, relazionali. E lavoriamo perché a fine anno le adesioni alla prossima edizione diano numeri importanti. Nel frattempo, stiamo facendo rotta a più riprese verso Dubai per una iniziativa unica, importante e sfidante. E nuova.

■ Puntiamo a consolidare la nostra presenza nel mercato fieristico internazionale: siamo la seconda manifestazione più importante in Europa e tra le più considerate a livello globale. Myplant è l'unica fiera che è cresciuta così velocemente. Puntiamo agli 800 espositori e a un incremento di visitatori che per scaramanzia non indichiamo.

