

RIVISTA TECNICO-PROFESSIONALE E DI AGGIORNAMENTO SULLE COLTIVAZIONI PROTETTE

agriflortec

N. 13/2025

STORIE AGRICOLE DI IMPRESE FLORICOLE E VIVAISTICHE

Il manifesto

Il documento condiviso di AIPSA e le principali associazioni del settore florovivaistico per valorizzare i materiali alla base della coltivazione

Myplant & Garden

Dieci anni della fiera, un nuovo logo e la prima edizione all'estero raccontati dalla exhibition manager della manifestazione, Valeria Randazzo

DIETRO LE QUINTE SBOCCIA L'INNOVAZIONE

Oggi la natura si disegna in laboratorio: tra creatività e precisione scientifica, nascono piante selezionate, più belle, resistenti e pronte a conquistare il mercato. L'estetica fiorisce dove scienza e immaginazione si incontrano



Crescita e consolidamento

Conclusa l'edizione 2025 della manifestazione meneghina, gli occhi sono già puntati a novembre, quando Myplant & Garden raddoppierà e volerà in Medio Oriente, a dimostrazione del dna internazionale che la identifica fin dalle origini

colloquio con Valeria Randazzo di Alice Nicole Ginosa



Le parole che meglio descrivono l'ultima edizione di Myplant & Garden sono crescita e consolidamento. Negli ultimi 10 anni, la manifestazione ha continuato a espandersi, attirando aziende e realtà lungo tutta la filiera del verde e diventando sempre più internazionale. Guidata da Valeria Randazzo, exhibition manager, e dal suo team Vgroup, parte del gruppo IEG (Italian Exhibition Group), Myplant & Garden si prepara per la sua prima edizione fuori dai confini

nazionali ed europei con Myplant & Garden Middle East, prevista dal 17 al 19 novembre 2025 a Dubai. L'intervista che leggerete a breve è la prima di una lunga serie di conversazioni con i professionisti che rendono ogni anno questa manifestazione la più importante e completa sul territorio italiano e oltre. Iniziamo questo percorso di avvicinamento ai prossimi appuntamenti con Valeria Randazzo, exhibition manager, che ci ha raccontato, dati alla mano, l'edizione appena passata ma

anche quelle che verranno, in cui il fil rouge è finalmente un punto di riferimento internazionale.

Come è andata questa edizione?

«Il bello di Myplant & Garden è che continua a crescere nonostante i due anni di Covid. È una costante. Quest'anno abbiamo ospitato 810 marchi, contro i 762 del 2024, e 27mila visitatori, 2mila in più del 2024. Abbiamo inoltre riscontrato un leggero aumento dei visitatori esteri, che sono



sempre intorno al 10-11%, ma il percepito da parte delle aziende espositrici è elevato e questo vuol dire che le visite estere sono cresciute in qualità: possiedono più potere di acquisto e appartengono a grandi catene e grossi gruppi d'acquisto. In generale posso dire che la sensazione sulla manifestazione è di consolidamento da una parte e di crescita dall'altra: nessun espositore mette in dubbio la sua presenza a Myplant salvo per problemi interni all'azienda. Esiste naturalmente un turnover; ogni anno circa un 10% di aziende non tornano, sempre per esigenze aziendali, ma riusciamo a sostituire con nuove realtà quel 10% e ad avere anche un incremento in presenze. In passato Myplant era considerata una manifestazione fortemente italiana, anche se la qualifica internazionale ci appartiene fin dalla prima edizione proprio per la quantità di espositori esteri presenti. Oggi finalmente veniamo riconosciuti come manifestazione internazionale che si svolge in Italia: stiamo vivendo un cambiamento e le fiere estere ci percepiscono come un vero competitor».

Parliamo del padiglione 8. L'obiettivo è completarlo?

«L'obiettivo è riempirlo e dedicarlo totalmente al décor e alla filiera del fiore reciso. Questo obiettivo rientra in un progetto di riorganizzazione dei settori della fiera: siamo l'unica manifestazione che riunisce le filiere, dalla manutenzione e macchinari all'architettura del paesaggio fino alla floricoltura, ma anche vasi, elementi tecnici del punto vendita e décor. Questo forbice enorme, dal manutentore giardiniere al fiorista, è molto ampia e risponde a esigenze diverse e, in alcuni casi, a un pubblico diversificato. Se dovessimo spaccettare Myplant risulterebbero almeno tre manifestazioni diverse! È un lavoro complesso che consiste nel coinvolgimento dei visitatori giusti, l'archiviazione dei contatti, l'analisi dei punti vendita e dei buyer. Da anni stiamo lavorando sul manutentore e



Prossimi appuntamenti

- 15-17 novembre 2025 a Dubai con Myplant Middle East
- 18-20 febbraio 2026 a Milano con la 10° edizione di Myplant

sul mondo del verde pubblico, coinvolgendo i comuni e i tecnici comunali, e dall'altra ci stiamo impegnando nel rappresentare anche la figura del grossista di fiori perché il settore del fiore reciso funziona se tutti gli attori vengono inclusi, dai grossisti di prodotti per la decorazione fino ai grossisti specializzati in fiori recisi. C'è ancora tantissimo da fare. Dal momento che la fiera include il florovivaismo, le piante e il benessere e venendo io stessa dal mondo dell'architettura, l'aggiungere alla proposta anche la bellezza del fiore e della decorazione era fondamentale: MyPlant doveva per forza completare la proposta con questo tassello. Con questo obiettivo abbiamo lavorato molto sugli eventi attrattivi: era l'unico modo per coinvolgere il fiorista come figura in visita e di conseguenza il produttore e il grossista. Abbiamo dunque cercato di fare tendenza e proposto dimostrazioni floreali. Nel corso degli anni abbiamo anche notato un cambiamento: inizialmente come produttori di fiori partecipava il cuore italiano e qualche azienda olandese, ma ora la grande presenza olandese è supe-

riore al nucleo italiano. Le motivazioni sono duplici, da una parte le aziende italiane sono maggiormente impegnate nell'esportazione più che nella presenza in Italia, dall'altra le aziende olandesi sono più abituate a fare squadra per proporsi ai mercati esteri».

Da quale esigenza è nata Myplant & Garden?

«Il Progetto della manifestazione nel 2014 dall'esigenza di un gruppo di aziende che volevano una fiera del settore diversa da quelle in essere, fondando al contempo un consorzio. Da 7 siamo arrivati a 14 aziende, che ci hanno sempre dato delle direttive e trasmesso delle intenzioni, evitandoci di compiere degli errori. Visto che possiamo confrontarci con 14 aziende in ambiti diversi, i consigli che riceviamo sono preziosi e soprattutto coerenti con quello che l'anno scorso è nato come tour promozionale in alcuni territori. Quando si cresce si tende a perdere il contatto con i clienti e per questo abbiamo voluto tornare ad ascoltare le esigenze del territorio: siamo stati a Roma e in Veneto, per esempio, e in ogni incontro le aziende del consorzio ci hanno aiutato a fare rete».

Una tappa importante è stata l'incontro con IEG (Italian Exhibition Group).

«Il Covid ha avuto come conseguen-

10 anni, nuovo logo

La nuova veste grafica della manifestazione arriverà per la prossima edizione nella quale i simboli e il cuore della fiera rimarranno ma saranno "rinfrescati". Come racconta Valeria Randazzo: «Dieci anni si sentono, per questo avevamo bisogno di un piccolo cambiamento!».



za diretta l'annullamento della fiera per due anni consecutivi e stare nel 2020 e nel 2021 in questa situazione è stato faticoso. L'incontro con IEG è avvenuto nel momento più critico, ma sapevano come corteggiarci con discrezione e quali punti non toccare: la squadra e la location milanese. IEG ci ha dato la sicurezza di entrare in una famiglia più grande che ci ha aiutato a proseguire il nostro percorso con slancio. Ci siamo ufficialmente uniti nel 2022 e al contempo è nato un consolidamento internazionale che sarebbe probabilmente arrivato in futuro ma che grazie a IEG è stato accelerato. Da qui ha preso forma l'idea di Myplant & Garden Middle East».

Perché la scelta è ricaduta su Dubai?

«Myplant & Garden Italia ha sempre avuto come obiettivo quello di coinvolgere tutto il mondo e far venire i visita-

tori internazionali qui nel nostro Paese. Nonostante abbiamo ricevuto diverse proposte, non abbiamo mai pensato di creare un Myplant Germania o Inghilterra: volevamo che l'Italia rimanesse al centro. Ho sempre pensato che se la fiera doveva avere un'edizione anche all'estero, doveva essere molto lontano o in un Paese che sta investendo sul settore. Dubai è stata la risposta. La città sta infatti mettendo in moto una serie di azioni per diventare totalmente green attraverso l'irrigazione artificiale, chilometri quadrati di aiuole fiorite come spartitraffico, per esempio. Ma non solo. Dubai punta a raggiungere l'autonomia alimentare entro il 2050 e per farlo deve munirsi di know-how tecnico: vertical farming, idroponica e un sistema di produzione tecnicamente avanzato. Myplant & Gar-

den Middle East verrà ospitata nel polo fieristico costruito per l'Expo 2020 e il padiglione avrà una grandezza di 5000 mq. La nostra intenzione è presentare una piccola chicca con 100 aziende. La nostra sarebbe la prima fiera in assoluto dedicata al florovivaismo ornamentale».

Ci puoi anticipare qualcosa sulla prossima edizione?

«La parola chiave sarà festeggiamenti. Abbiamo in mente una serie di premi per gli espositori che sono con noi dalla prima edizione o che sono cresciuti insieme a MyPlant in termini di proposta, visual, e non solo. L'intento è quello di dare soddisfazione anche agli espositori, che sono il cuore della manifestazione».

Facciamo qualche previsione sul futuro: quali obiettivi vi siete posti?

«Prima di tutto riempire completamente il padiglione 8. Come altro obiettivo dei prossimi anni, vorrei anche raggiungere i 6 padiglioni in totale».



«Oggi finalmente veniamo riconosciuti come manifestazione internazionale che si svolge in Italia: stiamo vivendo un cambiamento e le fiere estere ci percepiscono come un vero competitor»