

DIYANDGARDEN PORTA LA GDS AL MYPLANT DI MILANO



L'appuntamento è per il 23 e il 24 febbraio in uno spazio dedicato all'interno di MyPlant&Garden, nel quartiere di Rho-Però di Fiera Milano. Si tratta di GDS Break, una formula che si distanzia dal tradizionale convegno o seminario e che prevede la presenza di uno speaker di alto profilo che, **stimolato dalle domande di Giulia Arrigoni, direttore di DIYandGarden**, approfondisce gli aspetti più significativi legati alla proposta garden all'interno dei punti vendita delle maggiori insegne di bricolage.

Al momento sono previste tre sessioni (è molto probabile che se ne aggiungerà una quarta), con manager di primissimo piano: Massimo Polato, Direttore Gruppo Giardino Centrale Acquisti Leroy Merlin Italia (23 febbraio, mattina); Luca Fanucchi, Area Manager Garden OBI Italia (23 febbraio, pomeriggio); Paolo Micolucci, Direttore Acquisti Brico Io (24 febbraio, mattina). In ciascun intervento lo speaker sarà affiancato da Giulia Arrigoni.

GDS Break, come il contributo di DIYandGarden (sempre per voce del proprio direttore) al recente convegno organizzato da Made4DIY (12 dicembre scorso), rientra in un piano di uscite pubbliche atte a promuovere e approfondire le molteplici tematiche riguardanti il commercio di prodotti per il fai da te e per il giardinaggio.

MYPLANT&GARDEN 2017

Myplant&Garden, Salone internazionale del verde, aprirà la propria terza edizione mercoledì 22 febbraio per dare il via a una tre giorni dedicata ai protagonisti della filiera del verde, ma non solo.

E' una manifestazione che noi di Bricoliamo abbiamo seguito sin dai suoi primi vagiti e che da subito ci ha colpito per la cura dell'esposizione e la ricerca del migliore confort per il visitatore.

In questa terza edizione, oltre a GDS Break, molte saranno le iniziative che animeranno i 30.000 mq di MyPlant, nei padiglioni 16 e 20 di Fiera Milano. Per esempio verrà riproposto anche in questa edizione, dopo il successo dello scorso anno, il Garden Center New Trend, l'evento dedicato all'innovazione dei centri giardinaggio realizzato in collaborazione con la rivista GreenUp.

Per concludere diamo qualche numero. Dopo i 300 marchi in esposizione nel 2015 e i 441 del 2016, ci aspettiamo per questa terza edizione un nuovo e significativo incremento.

Oltre 10.000 sono stati invece i visitatori certificati dell'edizione 2016, composti per il 60% dai canali di vendita immediata (negozianti, dettaglianti, centri giardinaggio, consorzi agrari, orto-floro-vivaisti, grossisti, operatori import/export, buyer delle grandi catene) e dal 40% da acquirenti di seconda linea (professionisti, giardinieri, manutentori, agronomi, architetti, imprese, società di servizi, tecnici dei pubblici giardini, dei parchi e delle amministrazioni locali).