4 marzo 2022

Myplant & Garden 2022, l'edizione del ritorno

Una sesta edizione importantissima quella di Myplant & Garden che si è tenuta nel quartiere fieristico milanese dal 23 al 25 febbraio scorsi.

È stata l'edizione del ritorno, dopo due anni di assenza a causa della pandemia da Covid-19 ed è stata accolta con entusiasmo **dai 650 espositori e dai 18.650 visitatori professionali** che nei tre giorni hanno animato i 45 mila mq dei padiglioni 12, 16 e 20.

Durante la nostra visita abbiamo **respirato un'aria decisamente frizzante** dove la voglia di riprendere la dimensione fisica del business era evidente.

Nonostante le incertezze di questi anni, cui si sono aggiunte quelle degli ultimissimi giorni, Myplant è stata in grado di organizzare **la presenza di 116 delegazioni ufficiali di buyer internazionali da trenta Paesi, soprattutto dall'Europa**, principale mercato di sbocco dei prodotti italiani (84% dell'export), il 44% dei quali dall'Est Europa, dal bacino meridionale del Mediterraneo (10% dei buyer) e dal Medio Oriente, importante mercato florovivaistico emergente (10% dei buyer).

A costoro si sono aggiunti altri **150 buyer provenienti da insegne internazionali di vendita e marchi della distribuzione continentale** (catene Garden Center, GD, DIY, Home & Garden, e-commerce), oltre a responsabili di progetti di rigenerazione urbana, dirigenti pubblici,

sviluppatori immobiliari, rappresentanti di circuiti alberghieri, turistici e sportivi internazionali.

Provenienza dei visitatori

Picchi di ingresso da Romania, Svizzera, Ungheria, Francia, Spagna, Paesi Bassi, Germania, Slovenia, Croazia, Grecia, Austria, Belgio, Regno Unito per quanto riguarda l'Europa; importanti le presenze di compratori da Israele, Cipro, Arabia Saudita, Turchia, Iran, Kuwait, Qatar; comprensibilmente residuali quelle dalle Americhe (USA e Brasile) e dall'Estremo Oriente (Cina, Giappone, Corea del Sud, Indonesia).

In termini generali, **la provenienza degli espositori è stata per l'80% dall'Italia**. A guidare le classifiche regionali, spicca la Lombardia, seguita da Veneto, Toscana ed Emilia-Romagna.

Una rapida panoramica dei padiglioni ha ribadito **la grande vivacità del padiglione 12**, dedicato da un lato al mondo del reciso e della decorazione home & garden, dall'altro al verde, al garden care e alle soluzioni per i punti vendita.

Il **Pad. 16** era dedicato all'offerta del settore dei fiori e delle piante in vaso.

Il **Pad. 20**, oltre ad una significativa esposizione di macchine per il verde, ha proposto con forza le potenzialità di una sinergia sempre più necessaria tra il mondo dell'architettura green, della pianificazione urbana, della fornitura e della manutenzione del verde, sia esso sportivo, pubblico, privato e dell'accoglienza.

In particolare tra gli espositori si è colta una **soddisfazione generalizzata anche per presenze estere inaspettate**. Una sicura iniezione di ottimismo che si aggiunge al buon andamento del 2021 e a quello di inizio 2022 anche per **acquisti speculativi anti aumenti e per garantire stock** in caso di problemi di approvvigionamento.

"Ciò che è accaduto – **affermano gli organizzatori** – è qualcosa di straordinario. Le aziende hanno risposto al richiamo di Myplant riconoscendone il valore, e i visitatori si sono mobilitati. Le energie messe in campo da tutti si sono sommate e moltiplicate. Abbiamo attivato nuove collaborazioni, progetti da sviluppare e irrobustito la solidità di molte situazioni: lavoriamo già su alcuni aspetti da rafforzare e ingrandire – anche in termini di spazi espositivi – nei padiglioni di FieraMilano Rho nei prossimi anni, a partire dall'appuntamento del 2023: **la settima edizione di Myplant & Garden si terrà dal 22 al 24 febbraio**".