

Verso la decima edizione di Myplant & Garden



Dal 18 al 20 febbraio 2026 a Milano si terrà la decima edizione di Myplant & Garden. Per conoscere in anticipo le novità abbiamo incontrato Valeria Randazzo, exhibition manager della mostra milanese.



Valeria Randazzo,

exhibition manager di Myplant & Garden.

Dieci anni fa, nel febbraio 2015, un *pool* di imprese del settore diede vita al [Consorzio Myplant & Garden](#) con l'obiettivo di creare una nuova e più dinamica manifestazione fieristica dedicata al mercato del florovivaismo. Le crisi economiche e finanziarie di quegli anni avevano praticamente azzerato l'offerta fieristica specializzata nel verde e nel *gardening* in Italia e l'obiettivo del Consorzio era essenzialmente di colmare questa lacuna, in una piazza più moderna e comoda per i buyer internazionali come la città di Milano.

Da allora [Myplant & Garden International Green Expo](#) ha consolidato di anno in anno la sua importanza, ampliando gli spazi espositivi, il numero degli espositori e la partecipazione dei visitatori specializzati. Le imprese che hanno scelto Milano per esporre le proprie novità sono passate dalle 300 della prima edizione alle 810 dell'ultima. Allo stesso tempo i visitatori sono cresciuti da 7.500 a 27.000.

È bene ricordare che quest'anno gli organizzatori hanno doppiato l'esperienza milanese con l'organizzazione a Dubai della 1a edizione di [Myplant & Garden Middle East](#). Una manifestazione ambiziosa voluta per aiutare lo sviluppo del florovivaismo e del paesaggismo *made in Italy* nel florido mercato del Medio Oriente.

Nel 2026 si terrà la 10a edizione di Myplant & Garden: sarebbe stata la 12a ma il Covid ha obbligato all'annullamento delle edizioni del 2020, praticamente concomitante con lo scoppio della pandemia nel

febbraio di quell'anno, e del 2021. Per conoscere in anteprima le novità dell'edizione 2026 abbiamo incontrato **Valeria Randazzo**, exhibition manager di **Myplant & Garden**.

L'esperienza a Dubai

Come è andata la 1a edizione di Myplant a Dubai?

Valeria Randazzo: **Myplant Middle East**, con tutte le difficoltà legate a un debutto fieristico a 6.000 km di distanza, ha **lasciato un bel segno e lanciato un forte segnale**. Hanno partecipato più di 100 marchi, suddivisi in una settantina di stand e spazi immersivi. Un dato importante, perché se da un lato gli stand erano molto curati, dall'altro abbiamo notato grandi sforzi, e risultati, nella volontà di tutte le aziende di *mettersi in mostra* con un abito elegante. Il grosso delle aziende era egualmente suddiviso tra Europa ed Emirati, il 20% rimanente proveniva da Sri Lanka, Turchia, Svizzera, Thailandia, India e Cina. A Dubai abbiamo potuto contare sull'expertise degli uffici di **leg Middle East**, l'appoggio dell'**Agenzia Ita** e di altri attori sul territorio. Alcuni grandi nomi della costruzione del paesaggio, attivi nell'intera regione mediorientale, hanno scelto di essere nostri partner e *advisor*; il conferimento di patrocini istituzionali di primo livello e l'altissima qualità dei *panel* degli incontri ci hanno garantito ulteriore credibilità. *Buona la prima* e andiamo avanti: a ottobre 2026 ci sarà la seconda edizione, il *rebooking* è già iniziato bene.



Quali opportunità internazionali vedete per il "verde" italiano?

Valeria Randazzo: Un'edizione *pilota* è utilissima per imparare, confermare, reindirizzare, riorganizzare, rinsaldare. E misurare quanto poter *lanciare il cuore* oltre i tanti ostacoli: logistici, organizzativi, comunicativi, economici, amministrativi, normativi, per cominciare. Abbiamo appreso tantissimo in questo anno e mezzo di preparazione: abbiamo studiato il mercato locale, ossia di tutta la regione mediorientale e **abbiamo trovato una fortissima compatibilità con le produzioni florovivaistiche mediterranee**. Abbiamo colto le potenzialità di un mercato in continuo sviluppo che *ha fame* di prodotti, servizi, soluzioni e professionalità di qualità. **In questo quadro, il *made in Italy* può e deve giocare un ruolo da protagonista: quello che sta passando è un treno di occasioni sterminate, come incredibili sono i progetti in atto.** E il *made in Italy* è realmente ricercato e apprezzato. Sembra paradossale, guardando le piante geografiche, ma tutta la regione sta investendo concretamente nel verde, nella forestazione, nella bellezza dei territori. Con ritmi di realizzazione per noi inimmaginabili. A Milano, il *made in Italy* è il protagonista assoluto dell'esposizione e ogni anno cerchiamo di metterlo in mostra al meglio delle sue capacità: basti pensare per esempio agli sforzi che mettiamo in campo per valorizzare il fiore italiano. E in questo siamo supportati da **Assofloro** e da altre realtà importanti del comparto. In Medio Oriente abbiamo portato su un palmo di mano il prodotto e il *saper fare* italiano, ma con un obiettivo di fondo diverso, ossia la valorizzazione del prodotto florovivaistico mediterraneo ed europeo e delle filiere che lo sostengono: tecnologiche, dell'innovazione, meccaniche, dei servizi. **Questo insieme di soluzioni**, ecco il ponte gettato su quelle

sponde, si è confrontato con un mercato del paesaggio e con le politiche di cambiamento e sostenibilità che richiedono all'Italia e all'Europa un aiuto, offrendo accesso a un mercato incredibilmente ricco.

Quando sarà la prossima edizione a Dubai?

Valeria Randazzo: A ottobre 2026, senza dubbio. Stiamo cercando l'incastro giusto per la prossima *treggiorni*, abbiamo individuato delle date e stiamo facendo, insieme ai nostri referenti locali, tutti i ragionamenti del caso.

Decima edizione di Myplant & Garden

Nel 2026 ci sarà la 10a edizione di Myplant & Garden a Milano: avete raggiunto gli obiettivi che vi eravate prefissati 10 anni fa?

Valeria Randazzo: L'obiettivo, già nel 2015, era di dare forma a una grande fiera, nella quale qualunque operatore del comparto in cerca di qualsiasi soluzione trovasse ciò di cui avesse bisogno, scoprendo di poter contare su quanto di meglio, più proficuo, innovativo e affidabile si potesse trovare sul mercato. È un cammino a ostacoli che da 10 edizioni percorriamo convinti, con l'aiuto dei nostri partner e dei nostri espositori.

Riavvolgendo il nastro del tempo, il nostro viaggio è stato entusiasmante – pensiamo al debutto, agli scatti in avanti quando abbiamo scommesso su una crescita continua, all'accreditamento delle realtà del settore, all'ingresso in un gruppo come **leg**, alla stessa *filiazione* a Dubai: **un risultato importantissimo, frutto della somma di tanti traguardi ottenuti nel tempo.**

Ci sono stati momenti difficili?

Valeria Randazzo: I momenti più difficili sono stati senz'altro i due anni pandemici, come per gli altri attori delle filiere del verde. Seguiti, poi, da un ritorno in grande stile, altro momento di conforto ed esaltazione.

In questi anni avete ampliato man mano l'area espositiva: quali spazi occuperà l'edizione 2026?

Valeria Randazzo: Passeremo da **55.000 a 60.000 mq** di superficie e copriremo completamente tutti i quattro padiglioni con l'esposizione. E utilizzeremo anche delle aree esterne. Avremo meno spazi da dedicare a iniziative *collaterali*: meno sale convegni, meno installazioni, ambientazioni più piccole. Ciò è dovuto a un riscontro eccezionale da parte dei nostri espositori.

Quali novità troveremo nella 10a edizione?

Valeria Randazzo: Con la decima edizione ci sarà un ulteriore riassetto delle aree espositive: il padiglione 20 sarà interamente occupato dai motori – in continua espansione – e da **My Green Sports**, l'evoluzione del nostro *Verde Sportivo*.

L'area dedicata al paesaggio (progetti, prodotti, materiali, realizzazione), rinominata **My Landscape**, traslocherà nel padiglione 8. Un *boulevard* la metterà in connessione con l'area dedicata al fiore e alla decorazione, rinominata a sua volta **My Decor**.

Il vivaismo rimarrà rappresentato nel padiglione 16 e in un'ampia porzione del 12, rimanendo attiguo, come nella passata edizione, all'esposizione del comparto tecnico. Qui si troverà l'allestimento **Garden Center**

New Trend, che celebrerà l'anniversario tondo di **Myplant** con l'iniziativa *10 anni di trend – the best of*, ossia un percorso attraverso un decennio di idee, scenografie, visioni e prodotti che hanno segnato l'evoluzione dell'evento e influenzato il mercato: uno spazio per raccontare il passato, interpretare il presente e, con le nuove proposte, immaginare il futuro del retail specializzato.



Qual è il profilo ideale degli espositori e dei visitatori? Avete notato segmenti emergenti?

Valeria Randazzo: Ripeto, il nostro obiettivo è dare forma a un *place to be* per tutti gli attori delle filiere del comparto: questo è il nostro espositore e visitatore ideale. Ciò detto, sembrerà banale, ma negli anni tutto il *parterre* di aziende e operatori si è ampliato, approfondito e internazionalizzato. Abbiamo registrato dati di crescita in ogni ambito, ma abbiamo ancora molta strada da fare e ne siamo consapevoli. **La distribuzione specializzata è costantemente presente, ma anche il settore del paesaggio è in crescita.** Il mondo della realizzazione e manutenzione del verde pubblico e privato – così trasversale, dalla chimica ai software, dalle attrezzature ai contenitori e così via – è in aumento, le istituzioni e i grandi fornitori dell’impiantistica sportiva sono sempre più presenti. Il mondo dei vivai registra significativi nuovi ingressi a ogni edizione. Il comparto del fiore e della decorazione riesce a convogliare in fiera migliaia di addetti ai

lavori, ogni anno più numerosi.

Torno a essere banale: **la decima edizione è tanto un traguardo quanto un punto di partenza.**

Myplant negli ultimi anni ha sempre più dedicato attenzioni verso il florovivaismo “green”, la progettazione urbana sostenibile, la mitigazione climatica e la salute tramite l’uso verde: quanto sono importanti questi temi per gli espositori e per i visitatori?

Valeria Randazzo: È un percorso culturale, industriale e commerciale in accelerazione. Il verde è al centro di una grande galassia di ricerche, agende politiche, esperienze di consumo. È un insieme di visioni che, torno all’inizio, **nel Middle East stanno concretamente e quotidianamente cambiando le regole del gioco e l’impianto valoriale delle comunità, sempre più consapevoli** – perché in generale più soggette di noi a una serie di problemi derivanti da siccità, inquinamento, temperature in aumento, desertificazione e perdita di biodiversità – **di quanto il verde possa fare del bene.** A **Myplant Milano** abbiamo visto negli anni molti cambiamenti in questa direzione: riciclo, riuso e circolarità di prodotti e materiali, grandi sforzi per ridurre l’utilizzo di materie prime, di acqua, di energia; l’irruzione capillare di nuovi tool basati sull’Ai sta svolgendo un ruolo propulsivo in questo percorso, rendendolo più immediato, comprensibile e semplice da attuare. **Un percorso lungo, che comporta investimenti importanti per le aziende, ma che è utile e necessario, non solo per intercettare una domanda crescente del mercato, ma per il futuro in generale.** Una sintesi di questi concetti sarà rappresentata a **Myplant** da **My Innovation**, il nuovo nome dell’iniziativa **Myplantech**: un circuito che segnerà le soluzioni sostenibili più interessanti e innovative degli espositori.

Cosa possiamo rispondere a chi sostiene che le manifestazioni del settore “si assomigliano tutte” e che la formula fieristica tradizionale è ormai superata?

Valeria Randazzo: Penso che una fiera sia come un organismo vivente: con i suoi consimili ha delle caratteristiche comuni e, tuttavia, delle peculiarità distintive. Noi esseri umani, visti dallo spazio, siamo sostanzialmente uguali. Ma a ben vedere, abbiamo tutti noi una voce, uno sguardo, una forma, un *modus*, degli arti, un apparato muscolare, una chimica, una capigliatura che ci rendono unici. **Non esistono fiere gemelle omozigote. Ognuna porta con sé una storia, un futuro, dei contenuti, delle qualità – e dei difetti – propri.**

E poi, come ogni organismo, deve avere la capacità e la prontezza di stare nel mondo: apprendere, comprendere, modificare il proprio comportamento, prepararsi, buttarsi avanti... cambiare, insomma, senza stravolgere la propria personalità: in questo caso possiamo affermare che **Myplant di due anni fa era diversa da quella di uno o tre anni fa e così via.**

La fiera, come formula, è l’espressione di una industria, di un mercato, di una esigenza che c’è e che – per esempio nel nostro caso – va toccata con mano. È poi un momento fondamentale di relazioni dirette, di attivazione di nuove conoscenze e collaborazioni, di individuazione di novità, di confronto coi *competitor*. È, in molti casi, un’aula magna in cui imparare e aggiornarsi per poi essere preparati e competitivi.



Myplant è sempre ricca di convegni, eventi e dimostrazioni...

Valeria Randazzo: Mediamente ospitiamo una settantina di convegni. Un grande sforzo organizzativo che riusciamo a realizzare anche grazie alla collaborazione con tutte le realtà del comparto. Anche nel 2026 il palinsesto sarà ricchissimo: si parlerà di mercati, problematiche del settore, paesaggio, sport, certificazioni, floricoltura, distribuzione, normativa, progettazione, innovazione.

Sfilate e *workshop* floreali saranno studiati per richiamare ancor più *wedding planner*, creativi decoratori, fioristi, produttori di fiori e accessori dall'Italia e dall'estero.

Ci saranno sessioni pratiche all'esterno per *treeclimber*, *motorgarden* e arboricoltori, e non mancherà qualche spazio immersivo e avvolgente nei padiglioni.

myplantgarden.com

