Myplant & Garden: molto più di una semplice fiera

Terza edizione coi fiocchi per il Salone internazionale del verde che si conferma un polo d'attrazione capace non solo di generare opportunità, ma diffondere anche nuove conoscenze

di Mariangela Molinari e Michele Mauri

Nata tre anni fa, Myplant & Garden dimostra edizione dopo edizione di avere individuato la strada giusta. Lo dicono innanzitutto i numeri: **567 espositori** (+30% rispetto al 2016, +70% dal debutto) di cui 20 per cento dall'estero, oltre **13 mila visitatori**, **110 buyer internazionali**, **40 eventi collaterali** tra convegni, seminari, talk ed eventi formativi.

Proprio il ricchissimo carnet di incontri promossi in collaborazione con ordini professionali, associazioni, università, riviste di settore, imprese, enti e centri di ricerca costituisce un indiscutibile valore aggiunto. Nei tre giorni della rassegna (**22-23-24 febbraio**) la città di Milano si è trasformata nel cuore internazionale del florovivaismo e del paesaggio.

A Myplant si è parlato di mercati, fitofarmaci, gestione d'impresa, sostenibilità e molto altro ancora. In uno scambio proficuo e continuo fra opportunità d'affari e relazioni, gli espositori e i visitatori hanno potuto arricchire le proprie conoscenze e ampliare i propri orizzonti confrontandosi con i protagonisti del mercato. Anche la nostra rivista ha concorso ad arricchire l'offerta, non solo con un proprio stand ma anche grazie alla conferenza promossa in collaborazione con lo Studio Spinelli & Associati, società di consulenza manageriale attiva in tutta Italia, che si è avvalsa delle testimonianze dirette di alcune aziende: Flora Toscana di Pescia (PT), Gruppo Pd Plants di Padova e l'Ortofruttifero di Pisa. Tutti chiamati a chiarire strumenti e strategie per gestire con profitto la propria impresa.

PROMOTORI | Valeria Randazzo e Gianpietro D'Adda, exhibition manager e presidente del Consorzio Myplant.

Si legge entusiasmo nei commenti degli organizzatori. **Valeria Randazzo**, exhibition manager, ha dichiarato che sono stati «molti gli apprezzamenti ricevuti dall'Italia – espositori, operatori, buyer e stampa – e dall'estero».

«Myplant è una scommessa vinta insieme», ha aggiunto il presidente del Consorzio **Gianpietro D'Adda**, «una manifestazione realizzata da un'organizzazione d'eccellenza, voluta e promossa dal Consorzio Myplant & Garden, composto da aziende della filiera florovivaistica che, invece di disperdere le proprie forze, hanno deciso di unire le energie per il bene del settore».

Nei padiglioni 16 e 20 di Fiera Milano Rho-Pero, otto comparti espositivi (vivai, fiori, decorazione, edilizia, macchinari, servizi, tecnica, vasi) hanno dato vita a un'offerta ampia e profonda. C'erano spunti per ogni gusto e interesse: non solo nuove piante, ma anche accessori di tendenza e innovativi metodi di valorizzare i prodotti.

VISTI A MYPLANT | In alto: un momento della conferenza "Florovivaismo, i segreti per avere successo" tenuta dal dott. Franco Spinelli in collaborazione con la nostra rivista. In alto, a destra: la consegna del premio alla carriera a Anna Zottola, responsabile del Centro Formazione della Fondazione Minoprio, avvenuta durante la GreenNight alla presenza dei soci del Consorzio Myplant. Al centro, da sinistra: Gregorio Gullello di MH Cactiland, Vito Giambò dell'omonimo vivaio e Luca Altieri di Altiflor. Sopra: dimostrazioni di arte floreale nello spazio "Flowers & Decorations".

Il nostro tour parte dalla siciliana **Giambò Piante**, che dopo aver archiviato un ottimo 2016 affronta il 2017 con ottimismo. «Sono ormai oltre una trentina le varietà di agrumi proposte, nelle più diverse misure, dal vaso del 10 a quello del 60», afferma il titolare **Vito Giambò**. «Per promuoverle, lavoriamo fianco a fianco con gli chef, che suggeriscono i possibili utilizzi dei prodotti, come il caviale di limone, di cui presentiamo in fiera la varietà rosa».
Le ricette per il proprio business? Formazione del personale e investimento in tecnologie produttive. Oggi l'85% del fatturato è realizzato all'estero, Germania *in primis*, dove, sottolinea Giambò, «il mercato è attento e preparato. Tra le strategie per i prossimi mesi figura l'ulteriore riduzione dei vasi, in modo da avere una minore incidenza dei costi di trasporto».

L'azienda pontina **Altiflor**, invece, per quest'anno consolida le linee già presenti in portafoglio e guarda con favore ad appuntamenti come Myplant & Garden. Dell'ampio assortimento si è fatta notare in fiera la Boungainvillea 'Vera', rustica e rifiorente, in due diverse colorazioni: bianca e di un inteso rosa fucsia. L'andamento dello scorso anno è stato soddisfacente ma, come sottolinea il titolare **Luca Altieri**, «la concorrenza sempre più spinta tiene i prezzi bassi. Per questa primavera molto dipenderà dal meteo, ma ci attendiamo una buona stagione: il freddo dello scorso inverno renderà necessarie molte sostituzioni».

MH Cactiland ha conosciuto un particolare sviluppo all'estero, anche grazie alla partecipazione a fiere come IPM Essen, tanto da ritrovarsi con richieste superiori alla disponibilità di prodotto e dover così ricercare nuovi fornitori. Come ci spiega il direttore commerciale **Gregorio Gullello**: «L'azienda pone particolare attenzione anche agli imballi, proponendo un vasto assortimento di vasetteria, tanto che per soddisfare una precisa richiesta di mercato è stato adottato un nuovo packaging per piccole piante, il "Cactus box": non una novità per il mercato ma per l'azienda».

UNA SOLUZIONE PER I VIVAI | German Pomella con i figli Hugo e Richard, titolari della Vissmark di Termeno (Bolzano), mostrano la nuova lancia per irrigazione a passaggio totale, leggera e adatta per grandi portate d'acqua grazie all'assenza di strozzature.

Programma con FLORENSIS PrimeTime
Salome® - Cairo - Luxor® - Esna

- Elevata uniformità
- Piante compatte
- Ridotto utilizzo di regolatori di crescita
- Alti investimenti a mq
- Fiori grandi e colori brillanti
- Ridotta necessità di pulizia
- Facile da programmare
- Quattro serie con un'ampia gamma di colori

Salome® Fire Rose *Cairo Lilac* *Luxor® Red* *Esna Blue*

Florensis Italia
T: +39 2 963 20 342 F: +39 2 967 21 807 E: italia@florensis.com

PrimeTime

Salome® Deep Rose Eye

VOLTI DA MYPLANT | Sopra: Luca e Luisa Mondelli dell'omonima floricoltura di Montorfano (Como). A destra, in alto: Deborah Ghione della Nirp International con i nuovi ibridi di rose. A destra: Alessandro Pagano di FlorPagano. A destra, in basso: Mariangela Di Donato di Caporalplant.

Vai alla **photogallery**
www.ilfloricultore.it/foto-video

Creatività, attenzione al mercato, innovazione e legame con il territorio sono le chiavi della strategia di **Nirp International**, specializzata in ibridazione, selezione e commercializzazione di nuove varietà di rose da fiore reciso e da giardino. «Per valorizzare il prodotto della nostra regione abbiamo creato la collezione "Le profumatissime della Riviera dei fiori", di cui presentiamo in fiera una nuova gamma di rosai, disponibili in vaso blu da 5,5 l», spiega **Deborah Ghione**, responsabile della comunicazione e titolare insieme ai tre fratelli. «Anche delle varietà da fiore reciso, per le quali la società è particolarmente nota, è proposta una trentina di nuovi ibridi».

Per dare un ulteriore plus alle proprie produzioni, la pugliese **Caporalplant** ha previsto quest'anno contenitori dai colori accesi, in ogni misura. L'azienda realizza il 50% del proprio fatturato all'estero e, come ci dice **Mariangela Di Donato**, gestione risorse umane, grazie all'export non ha conosciuto flessioni. La Germania, in particolare, si è dimostrata ricettiva. «Ad andare per la maggiore sono l'opuntia e l'eucalipto, di cui abbiamo raddoppiato la produzione. Ma, ciononostante, le richieste continuano a essere superiori alla disponibilità». Ravvivano l'offerta anche le diverse forme: la lantana, per esempio, è proposta a cespuglio, piramide, alberello, e un portafoglio completo di aromatiche e piante verdi della macchia mediterranea, in vasi dal 14 al 70.

Un efficiente servizio logistico e una peculiare attenzione a soddisfare le richieste del cliente: sono questi i punti di forza di **FlorPagano** secondo **Alessandro Pagano**, contitolare dell'azienda floricola di Ruvo di Puglia (BA) che in fiera ha presentato un nuovo sistema di verde verticale da interno ed esterno. Pagano si dichiara soddisfatto degli ultimi mesi e nota un sensibile ritorno alle piante verdi da interni, Dracene *in primis*.

Una crescita sensibile dell'orticoltura amatoriale è la tendenza di mercato osservata da **Norcom**, importatore di marchi internazionali per la germinazione di semi e la riproduzione di talee. Non è un caso che l'azienda abbia presentato la nuova linea Jiffy Easy di vasetti, miniserre, pastiglie di torba e cocco per giardinaggio amatoriale, rivista nel design e implementata nelle misure disponibili, oltre a un substrato di coltivazione, come ci mostra il titolare **Einar Nilssen**, racchiuso in un involucro, da ritagliare nei punti in cui inserire le piantine.

«Il mercato italiano del verde ha tutte le potenzialità per "esplodere". Al momento, però, è fatto più da produttori che da consumatori». Parola

HOBBY GARDEN | Einar Nilssen di Norcom con il substrato di coltivazione pronto all'uso della Jiffy.

DENTRO GLI STAND | In alto, a sinistra: Pietro Paparella di Apulia Plants, in primo piano a destra, con collaboratori e clienti; a destra: i fratelli Silvia e Marco Pecorari di Flora Artistica con un ospite. Sopra: Leonardo Innocenti degli omonimi vivai pistoiesi. Sotto: gabbia separata per cassette, la novità salvaspazio presentata in anteprima dall'azienda Erba di Bussero (MI).

di **Isabelle Criqui**, responsabile commerciale di **Minier Pepinieres**, che da Milano osserva una "schizofrenia": «Da un lato esperti appassionati, dall'altro consumatori attratti solo dalle proposte più commerciali». Informazione ed educazione si rivelano, dunque, fondamentali per lo sviluppo del settore. Sono due le proposte di punta presentate: *Ilex crenata* Chat'O 'Farrowsk6' cov, in Francia già inserito in molti giardini storici, in sostituzione al bosso devastato dalla piralide e Hydrangea 'L.A. Dreamin', che produce sullo stesso esemplare fiori blu e rosa, mantenendo questa colorazione indipendentemente dal pH del terreno.

Investire con gradualità, senza strafare e cercando di soddisfare al 100% i clienti. È questa la linea seguita da **Apulia Plants**, come ci spiega **Pietro Paparella**. «Lo scorso anno abbiamo chiuso a +15%, mentre l'estero, che conta per il 40% del nostro fatturato, si è mantenuto stabile. Nonostante le capacità di incremento, quindi è meglio procedere con i piedi di piombo, soprattutto nell'export. La strategia più appagante? Lavorare bene ogni giorno, senza mai deludere il cliente».

Un ampliamento della produzione diretta di diverse specie e varietà, per garantire un assortimento proprio ancora più ricco. È la strategia degli ultimi mesi della **Floricoltura Maffucci**,

NEL SEGNO DEL GIALLO | Junior Adigo della Floricoltura Bonato con le Calle del Circeo. Denominazione e packaging evidenziano il legame col territorio.

che conta, per il resto, sui capisaldi di sempre: «Avere un prodotto di qualità e garantire il massimo servizio», riassume **Daniele Giannessi**, responsabile del cash & carry di Maffucci. «Che, nel nostro caso, significa consegna il giorno successivo all'ordine, oltre a un continuo aggiornamento di tecniche e impianti per ottenere un prodotto di alta qualità, assicurandone la disponibilità e l'uniformità nel corso dell'intera stagione commerciale».

È con "Lovely Hydrangea", una linea di 70 varietà, e una comunicazione fresca e disinvolta che **Leonessa Vivai** di Travagliato (BS) si è presentata alla kermesse milanese. **Francesca Cangianiello**, una delle titolari, spiega: «Oltre a diverse novità di prodotto, che comprendono melograni da frutto e la Forsythia 'Nimbus', molto compatta, quest'anno abbiamo avviato il progetto "12 mesi con noi" per fornire idee e stimoli ai garden center. Ogni mese proponiamo un tema e una serie di specie da mettere in evidenza sul punto vendita, per solleticare la voglia di verde del cliente».

Secondo **Junior Adigo** della laziale **Floricoltura Bonato**, i mesi appena trascorsi si meritano un bel 7, un risultato soddisfacente, soprattutto di questi tempi, raggiunto lavorando su due fronti: qualità e marketing. «Puntiamo sulla caratterizzazione del prodotto, come nel caso delle Calle e delle Rose del Circeo, che nella denominazione e sul packaging evidenziano il luogo di origine. Anche nel comparto florovivaistico, come in quello alimentare, il legame col territorio è un valore in più. Nel caso, poi, della nostra Phalaenopsis made in Italy, il vantaggio deriva anche dalla freschezza della pianta che, viaggiando meno, dura di più».

Una collezione botanica che il cliente può esplorare su *ilmondodellepetunie.com*, per andare poi ad acquistare le varietà prescelte nei garden center rivenditori della **Floricoltura Paolo Bonini** di Sabaudia (LT). È così che **Sabrina Bonini**, moglie del titolare, ci spiega la scelta di potenziare la vetrina sul Web per petunie, ciclamini e delosperma, in modo da diffondere la propria offerta e accrescere la conoscenza dell'ampia gamma di queste piante. La ricetta di Bonini? «Servizio, cortesia e assortimenti di qualità».

GLOBAL | Sopra, a sinistra: Sabrina Bonini dell'omonima floricoltura pontina. Sopra: Zhang Na della Camera di Commercio Italiana in Cina, al centro, nello stand de *Il Floricultore* con buyer di importanti aziende cinesi.

Ha partecipato quest'anno per la prima volta a Myplant anche la pistoiese **Innocenti & Mangoni Piante**, dopo la recente acquisizione degli storici Vivai Baldacci che amplia l'offerta dell'azienda col segmento delle giovani piante. Come ci spiega **Leonardo Innocenti**, terza generazione dell'azienda, in tal modo è ampliato il target di riferimento anche ad altri vivaisti e produttori, andando a raggiungere ogni tipologia di professionista del verde. Il connubio inoltre prospetta all'azienda, che attualmente realizza il 90% del proprio giro d'affari all'estero, un allargamento del business anche in Italia.

3 Marzo 2017

www.ilfloricultore.it | Dal 1964

il floricultore

RIVISTA INDIPENDENTE DEL MONDO FLOROVIVAISTICO PROFESSIONALE

IN QUESTO NUMERO

14 Fiere & Mostre
DENTRO L'EVENTO
Myplant & Garden: molto più di una semplice fiera

28 Floricoltura
NOTE TECNICHE
Peperoncino ornamentale un'opportunità da cogliere

44 Parola di consulente
FINANZA
Guadagno ma... Dove vanno i soldi?

Anno 54° | AGRITAL EDITRICE, Como | € 4,35 | ISSN 1128-0212 | Poste Italiane SpA - Sped. in A.P. - D.L. 353/03 convertito in L. 27/02/2004 n. 46, art. 1, comma 1 - DCB Milano