# Myplant Myfair

*La filiera del florovivaismo s'identifica sempre più con il Salone di Milano Rho-Pero che con la quarta edizione ha segnato nuovi record: tre padiglioni, 655 marchi in esposizione, 17.300 presenze, 115 delegazioni ufficiali di buyer dal mondo*

di Michele Mauri

Milano capitale della moda e del design. Ora possiamo dire anche Milano capitale del verde. A incoronarla è stata la quarta edizione di **Myplant & Garden**. La fiera internazionale B2B del florovivaismo, del paesaggio e del garden svoltasi **a Fiera Milano Rho-Pero dal 21 al 23 febbraio** ha aperto con più padiglioni, più espositori, più delegazioni ufficiali di buyer dal mondo e ha chiuso – come era facile prevedere – con più visitatori: 17.300 le presenze registrate, contro i 13.000 dell'anno precedente. **Rispetto alla prima edizione del 2015 i numeri degli espositori e delle presenze sono raddoppiati, quelli dei buyer internazionali e della superficie espositiva triplicati**, per non parlare degli incontri, passati da 10 a 70. Al di là delle cifre, sempre importanti, è l'atmosfera a sancire in via definitiva una stretta alleanza fra il capoluogo lombardo e il florovivaismo.

Niente nasce dal caso. Sovvertendo la tradizionale immagine di città grigia, Milano negli ultimi anni ha mostrato vivacità nel comparto green: ha fatto parlare di sé in tutto il mondo grazie all'esperienza innovativa del Bosco Verticale e ha avviato rilevanti progetti di forestazione urbana. Sempre da Milano e dalla Lombardia è partita l'onda lunga che ha permesso alla filiera di affermare il ruolo strategico che gli compete e di ottenere risultati attesi da tempo, quali il riconoscimento giuridico della figura professionale del giardiniere e il bonus verde.

## Tanta bellezza in esposizione

Appena entrati si avverte **un clima che in Italia non si vedeva da anni**. Gli espositori hanno fatto a gara per impreziosire l'allestimento del proprio stand. Qualcuno così così c'era, ma è rimasto pressoché sommerso dalla bellezza palpitante che sprigionavano i più. Fantasie, colori, composizioni, luci, tutto ha concorso a generare incanto. Se gli organizzatori hanno mostrato i muscoli lanciando la sfida del nuovo padiglione 12, gli espositori hanno risposto ostentando grazia e maestria. Dal padiglione 16, stand L30, base de «Il Floricultore», ci siamo mossi in lungo e in largo per osservare e, soprattutto, raccogliere le impressioni dei protagonisti.

***Da Milano è partita l'onda lunga che ha permesso alla filiera di affermare il ruolo strategico che gli compete***

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

**NON SOLO STAND** | Oltre alla panoramica di novità e opportunità di affari, contatti e approfondimenti, i professionisti del verde che hanno visitato Myplant & Garden 2018 hanno goduto di 70 tra incontri ed eventi, un nuovo Décor District, sfilate flower-fashion e aree demo macchinari esterne.

La soddisfazione serpeggia un po' ovunque. «**Non avevamo più una fiera e ora l'abbiamo**», esordisce **Leonardo Capitanio**, giovane amministratore unico dei Vivai Capitanio, 40 ettari a Monopoli, in provincia di Bari, che raccontano la storia di una famiglia e di una profonda passione per la propria terra. «Negli ultimi anni il mercato è diventato più esigente e chi non ha saputo fare bene è stato costretto a chiudere. Noi siamo sempre cresciuti, ma c'è ancora tanto da fare. Basta guardarsi attorno per cogliere i segnali positivi: gli opera-

**PADIGLIONE 12** | Annunciato come la grande novità dell'edizione 2018, non ha deluso le attese. Nell'anno del debutto, ha raccolto consensi grazie a un'offerta merceologica di assoluta importanza e alla forte vivacità mostrata con laboratori e sfilate fashion-floreali.

**GLI ESPOSITORI** | Le imprese lombarde sono state le più rappresentate in fiera, seguite da quelle venete, olandesi, toscane, siciliane, pugliesi, emiliano-romagnole, piemontesi e danesi. Negli stand tanta curiosità, visite e strette di mano.
Sopra: Floricoltura Maffucci di Viareggio.
Sopra, a destra: la bergamasca Arca.
A destra: il coloratissimo spazio di Mondelli.

tori ci sono e si mostrano interessati». Capitanio non ha conosciuto direttamente i tempi delle cosiddette vacche grasse, è lui stesso a riconoscerlo, ma non per questo ama accontentarsi. I suoi riferimenti sono alti: «**Guardiamo al Nord Europa, così capiamo meglio quanto possiamo ancora migliorare e crescere**».
A Myplant basta percorrere pochi metri per volare da Monopoli a Montichiari (BS), dove ha sede Flora Artistica, pioniere in Italia nella coltivazione delle Bromeliaceae. Nello stand incontriamo **Silvia Pecorari**, figlia di Celso e Agnese, i fondatori. «C'è un movimento effervescente, le persone che ci fanno visita sono appassionate e questo ci fa ben sperare per i prossimi mesi, soprattutto dopo che abbiamo messo alle spalle un Natale non proprio brillante». L'azienda è a impronta familiare, Silvia affianca i genitori con il fratello Marco. Una caratteristica piuttosto diffusa nel panorama nazionale. «**È importante che qui a Milano**», aggiunge lei, «**sia rappresentato tutto il nostro Paese**, compreso il Sud».

Noi per ora restiamo al Nord e ci infiliamo nello stand di Planta, storica azienda di Bressanone (BZ). «Potremmo dire che **il germoglio cresce**», commenta il direttore tecnico **Aldo Staboli**, «se pensiamo alla prima edizione di questa fiera occorre riconoscere che molte cose sono cambiate e fortunatamente in meglio». Le parole di Staboli si mischiano a quelle di una visitatrice che osservando le vigorose viole esposte esclama: «Queste scoppiano di salute!».

## Il ruolo delle fiere oggi

In salute appare tornato l'intero settore, i malumori e le negatività sembrano (quasi) relegate al passato. Tutto questo, però, non si traduce immediatamente in ordini. «La fiera è diventata soprattutto una formidabile occasione per promuoversi e favorire i contatti», dice **Valentina Bresciani**, assistente clienti Italia della Floricoltura Maffucci, sede a Viareggio (LU), tra i maggiori produttori di piante da fiore in vaso sul territorio nazionale. «**Non si raccolgono più gli ordini come accadeva un tempo, si viene per condividere le esperienze, confrontarsi e comprendere dove sta andando il mercato**. E questo appuntamento milanese si sta rivelando perfetto a tale riguardo. Certo, può svilupparsi ancora: sarebbe bello che un giorno il cliente straniero interessato ai prodotti italiani qui possa trovare davvero tutto».
Sulla stessa linea è **Paolo Voltarel**, amministratore delegato di Proflora Service, società di servizi per il settore florovivaistico che tramite Soluzioni Assicurative lavora in Italia con la Compagnia tedesca Gartenbau Versicherung: «Siamo nel settore da 40 anni, ci conoscono tutti. Eppure è importante anche per noi essere presenti a questa fiera che sta crescendo». **Marco Mondelli** dell'omonima floricoltura specializzata nella produzione e vendita di piante verdi e fiorite in vaso, con sedi a Montorfano e Albese, in provincia di Como, conferma la tendenza: «L'affluenza è buona e i

**VOLTI** | Sopra: Andrea Lazzeri con le portulache in fiore degne di una candid camera. Sotto: Michele Ripamonti, Fibra di Legno. In basso: Abdelaziz Sassi, Floragard.

contatti sono numerosi. Si stringono rapporti, si crea complicità, ma ormai è piuttosto raro riuscire a ottenere contratti in fiera».

Lo stand di Arca è animato, sui tavoli in realtà s'intravede qualche modulo d'ordine. Ci mettiamo in coda e attendiamo di parlare con **Mario Cornero**, direttore commerciale dell'impresa fondata nel 1970 a Osio Sotto (BG) per produrre e distribuire vasi, contenitori e accessori in plastica per professionisti e hobbisti ed erba sintetica. «La location è ottima, i visitatori crescono. Ci sono i buyer della grande distribuzione e dei garden e per noi è un bene. Abbiamo storto il naso quando abbiamo appreso del nuovo padiglione 12, ma alla luce dei fatti si è rivelata un'ottima intuizione». Quindi tutto bene, ma si può sempre fare un passo avanti. «**Andrebbe pensato un format di business matching per offrire agli espositori la possibilità di "agganciare" i buyer**». Arca, impegnata in un piano di rilancio triennale, ha portato a Myplant alcuni pezzi forti, come il progetto "Tau", innovativo container con tecnica ad iniezione, e l'erbafacile Arca Green.

## La tradizione come avvenire

Nel nostro girovagare per l'Italia torniamo idealmente in Alto Adige entrando nello stand di Lazzeri. «È il secondo anno che veniamo qui», spiega **Andrea Lazzeri**, direttore commerciale del mercato estero e responsabile del settore ricerca e sviluppo specializzata in giovani piante. «Siamo molto soddisfatti sia per il numero che per la qualità delle presenze. **Abbiamo portato in anteprima alcune novità della nostra genetica**, quali il geranio interspecifico 'Gran Lazzeri Pink', l'originale Calibrachoa compatta 'Mille baci', che può essere coltivata senza nanizzanti, e l'Argyranthemum 'Bellavita'». A catturare l'attenzione di molti passanti però è l'abbondante "fioritura" delle portulache esposte. Il periodo è quanto meno sospetto. I fiori in realtà sono di carta, ritagliati uno ad uno dallo stesso direttore commerciale e dall'amministratore delegato **Adriano Gobetti** e posti con cura sopra le piante per ottenere il sorprendente effetto. La passione per il verde può spingere a tanto. Un simpaticissimo "pesce di Aprile" in anticipo.

Risaliamo ancora più a settentrione visitando lo stand di Floragard, realtà tedesca con sede a Oldensburg che vanta quasi un secolo di storia nella produzione e distribuzione di terricci e substrati di qualità. «La fiera sta crescendo, se continua così va bene», dichiara **Abdelaziz Sassi**, direttore delle vendite Italia/Mondo arabo. «**A Milano presentiamo la nostra nuova linea Bio, è una sfida. Il mercato italiano si mostra ancora poco interessato ai terricci biologici perché sono più cari, noi vogliamo dimostrare gli effetti benefici, rapidi e sicuri**». Tra i prodotti esposti occhieggia anche il substrato per tartarughe naturale al 100%, parte della linea dedicata al benessere animale.

I prodotti innovativi non mancano. Fibra di Legno, prima azienda in Italia con un proprio sito produttivo, a Fino Mornasco (CO), interamente dedicato alla produzione di questo materiale, espone Fibrilla. «È un substrato di coltivazione che offre benefici agronomici, economici e ambientali», spiega l'agronomo **Michele Ripamonti**. «Alla linea prodotta con cippato di legno vergine abbiamo affiancato anche quelle ottenute con materie prime secondarie e sopravaglio di compostaggio. In Italia prevale un atteggiamento conservativo, ma stiamo raccogliendo pareri positivi da parte di chi ha cominciato a usare i nostri prodotti».

Nello spazio di 01 Informatica, software house di Pescia (PT) che offre soluzioni Internet e applicativi per il florovivaismo, si fanno **dimostrazioni pratiche sull'impiego della tecnologia RFID**. «Quest'anno abbiamo integrato i prodotti esistenti», spiega **Vittoriano Raffaelli**, Ceo e socio fondatore dell'impresa, mostrandoci i **nuovi rilevatori a braccialetto** che consentono di individuare anche l'operatore che ha eseguito una determinata azione lungo tutta la catena produttiva fino al momento della spedizione. «Il mercato è attivo e stiamo crescendo, ora siamo impegnati nell'avvio di Petala Flores, una nostra consociata in Brasile». Prima di salutarci scattiamo una foto in compagnia di "Mister I", protagonista del cartone animato realizzato per spiegare in modo semplice e imme-

**CARTOLINE DA MYPLANT** | Sopra, a sinistra: Maria Rita Lana nello stand di Altiflor (Latina) con Paolo Zacchera della Compagnia del Lago. Sopra: Jeroen den Hengst con la moglie Miranda di Felix & Dykhuis, storico vivaio di Boskoop (Olanda). Sotto: Vittoriano Raffaelli (Ceo) e Luca Cecchi (sales manager) di 01Informatica.

HISPALIS ROSAS.L.

*Specializzati da* ***oltre 40 anni*** *nella produzione di* ***rose*** *a radice nuda, a cespuglio ed alberello su portainnesti* **'Manetti'** *e* **'Dr. Huey'**

Poulsen Roser A/S · Rosen Tantau

Distributore per l'Italia
**BCD Rappresentanze**
Tel. 0773 50167 - Cell. 335 6526612 (Luca) - www.bcdrappresentanze.com

diato tutti i vantaggi che si hanno combinando i software di 01 Informatica con la piattaforma "IBM i".

## Spingere sulle presenze straniere

In diversi individuano nel calendario una delle ragioni che sta segnando il successo di Myplant: un appuntamento fieristico alla fine dell'inverno spalanca le porte alla stagione più importante e delicata per gran parte del settore. Qualcuno, però, fa notare che il Salone milanese è troppo vicino a IPM Essen e la fiera tedesca fa incetta di presenze straniere. Di questo parere è **Valentino Alquà** di Nippon Tree, l'unico centro in Europa specializzato esclusivamente nella fornitura all'ingrosso di macrobonsai: «**Le presenze sono cresciute rispetto allo scorso anno, ma i visitatori internazionali sono ancora pochi**, almeno per una realtà come la nostra che realizza una buona parte del fatturato con l'estero».

Lo stesso concetto è espresso da **Silvia Erba**, responsabile marketing dell'impresa di famiglia specializzata nella produzione di vasi e fioriere per l'ortoflorovivaismo, a cui affianca alcune linee di vasi d'arredo: «L'affluenza è più che buona, ma le presenze straniere restano poche al di fuori di quelle espressamente invitate dagli organizzatori». Lo stand di Erba è un connubio di eleganza e praticità, in perfetta sintonia con la filosofia aziendale che punta molto sul design accattivante, senza rinunciare alla qualità assoluta dei materiali. «**Abbiamo chiuso il 2017 in modo positivo e confidiamo di fare ancora meglio quest'anno. Dalle impressioni raccolte qui a Myplant è un obiettivo verosimile**».

Al di là dei risultati conseguiti da ciascun operatore, la fiducia è tornata a fare capolino fra gli stand. «**Bisogna dare di nuovo speranze a tutto il nostro ambiente**», afferma convinto **Friedrich Gantioler**, amministratore delegato di Opiflor, azienda con sede a Chiusa (BZ) specializzata nella vendita per corrispondenza a professionisti di accessori per la floristica. «**Dopo anni di difficoltà, restano ancora ampi margini di recupero**. Nel frattempo, però, dobbiamo attrezzarci per difendere il terreno da nuovi rischi, per esempio l'assalto di colossi come Amazon. Occorre coinvolgere sempre di più i consumatori. **I garden center devono diventare un centro di attrazione esperienziale a favore del cliente**».

Lasciamo l'ultima battuta agli organizzatori di Myplant & Garden, che gettano i loro sguardi al futuro: «**La prossima edizione sarà dal 20 al 22 febbraio 2019**. Sino ad aprile saremo occupati su due fronti: le conferme degli stand e l'ampliamento degli spazi richiesto da molti espositori. Saremo presenti anche al Fuorisalone del Mobile (17-22 aprile) con l'evento DOT - Design Outdoor Taste: trasformeremo il sagrato della centralissima piazza San Marco, nel cuore di Brera, in una spumeggiante e raffinata giungla urbana fatta di verde e arredi outdoor, con la partecipazione di marchi di grande fama, artisti e creativi».

Milano guida il riscatto di un settore che sta scoprendo un antico orgoglio e nuove opportunità. ■

**SOTTO I RIFLETTORI** | In alto, a sinistra: Friedrich Gantioler, amministratore di Opiflor Italia di Chiusa (BZ). In alto, a destra e nella pagina a fianco: la sfilata realizzata dall'Ecole des fleurs di Alba Franzoni con gli abiti della stilista Patrizia Concari. Sopra, a sinistra: lo stand di Erba. Sopra, a destra: Ferdinando Crespi dell'ufficio stampa di Myplant non rinuncia all'outfit floreale.

**ARTEFICI** | Sorrisi soddisfatti in chiusura di fiera. Valeria Randazzo (destra) e Giulia Gandini, titolari della società VG Crea che gestisce l'organizzazione di Myplant & Garden, e il vivaista bergamasco Gianpietro D'Adda, presidente del consorzio di aziende che ha ideato la fiera.

3 Marzo 2018

www.ilfloricultore.it | Dal 1964

# il floricultore

RIVISTA INDIPENDENTE DEL MONDO FLOROVIVAISTICO PROFESSIONALE

IN QUESTO NUMERO

10 Fiere & Mostre
SPECIALE
Myplant, Myfair

22 Fatti & Notizie
ECONOMIA
Bonus verde vademecum

26 Garden Center
NOVITÀ
Un campus estivo per diversificare

Anno 55° | 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