



FIERE
Myplant & Garden visitata per voi: numeri da record e tante novità



INTERVISTA
Il vivaio Oro Verde di Messina e le sue straordinarie Pomelie



PAESAGGIO
Quattro domande a **Franco Zagari**: il paesaggio e il futuro 'selvaggio e incerto'

Lineaverde

ATTUALITÀ E INFORMAZIONE TECNICA PER VIVAISTI, PROGETTISTI E COSTRUTTORI DEL VERDE



Vestire il Paesaggio

produttori del verde e 'artisti del paesaggio' a confronto

Marzo/Aprile 2017

Anno 43 - N°2

> FIERE <

Myplant&Garden: numeri da record la 3^a edizione del salone internazionale del verde

La manifestazione, nata solo 3 anni fa riportando a Milano dopo 15 anni una mostra sul florovivaismo, in sole tre edizioni ha cambiato il panorama fieristico italiano del settore divenendone protagonista assoluto.

di **Renato Ferretti**
renato.ferretti@epesrl.it

*Dottore agronomo e dirigente
della Provincia di Pistoia*

Numeri da record a Fiera Milano Rho-Pero per la terza edizione di Myplant & Garden, International Green Expo, la più importante fiera internazionale b2b del verde in Italia. E' questa la sintesi che possiamo sulla terza edizione di Myplant & Garden – International Green Expo, la rassegna internazionale B2B del florovivaismo, del paesaggio, del garden e del green building. La manifestazione – nata solo 3 anni fa, riportando a Milano dopo 15 anni una mostra sul florovivaismo – in sole tre edizioni ha cambiato il panorama fieristico italiano del settore divenendone protagonista assoluto. Polo d'attrazione per tutti gli attori del comparto in Italia, Myplant & Garden sta guadagnando sempre maggiori consensi anche a livello internaziona-

le, attraendo espositori, operatori e compratori dal mondo. Lo testimoniano i numeri-record di questa edizione: 3 giorni di rassegna (22-23-24 febbraio), 567 espositori (+30%>2016; +70%>2015) di cui 20% dall'estero, 110 le delegazioni ufficiali di buyer internazionali nei padiglioni, 40 tra incontri, convegni, talk ed eventi formativi letteralmente sold-out. Nei 3 giorni di rassegna il salone internazionale del verde è divenuto il centro del business internazionale del settore, portando alla ribalta l'eccellenza italiana della filiera verde e mostrando negli 8 comparti espositivi (vivai, fiori, decorazione, edilizia, macchinari, servizi, tecnica, vasi) una ampiezza e profondità di offerta esclusiva e incomparabile altrove. Ricchissimo il carnet di



incontri, convegni, seminari e mostre in collaborazione con Ordini professionali (architetti, periti agrari, dottori agronomi e forestali), associazioni (paesaggismo, illuminotecnica, floricoltura), università (Bicocca, Bocconi, Statale), fondazioni, imprese, enti e centri di ricerca per una tre giorni che ha riunito nel capoluogo lombardo i più importanti attori del florovivaismo, del paesaggio e del garden. Perché Myplant non è solo un polo eccezionale di opportunità di affari, contatti e relazioni. È anche il grande contenitore di saperi che si mettono in gioco, che attivano nuove opportunità, che creano nuova conoscenza e nuovi legami. Dalla 'Vetrina delle eccellenze' all'assegnazione del concorso di progettazione de 'I Giardini Dinamici', passando per i casting TV, gli incontri sul paesaggio, il progetto, i costruttori e i materiali, l'arboricoltura, i temi agronomici, la comunicazione del verde, il mercato e la sostenibilità, le performance floreali di altissimo livello proposte dal gotha della decorazione internazionale, i défilé flower fashion, i talk coi protagonisti del mercato italiano e internazionale, la gestione d'impresa, il verde esotico, il paesaggio urbano, l'illuminazione e i giardini storici, i fitofarmaci, lo Urban Green Management, che ha chiamato a raccolta gli attori della costruzione, realizzazione, manutenzione e gestione delle aree verdi urbane, fino agli incontri promossi da 8 studi di architettura di grande fama con gli operatori del green building – introdotti da' 100 metri delle 'Vie d'acqua' -, alle mostre fotografiche, agli innovativi 600 mq In & Out del Garden Center New Trend.

"Non sono solo i numeri a conferma-
>>>

I relatori dei due convegni organizzati da Lineaverde all'interno di Myplant&Garden. Sopra 'comunicare il verde', sotto 'florovivaismo, verde ornamentale e specie esotiche invasive: codice di comportamento'.



> FIERE



re che la strada intrapresa solo 3 anni fa con il Consorzio è quella giusta – afferma Valeria Randazzo, Exhibition Manager di Myplant. La fiera è cresciuta e si è arricchita, la maglia espositiva dei 30.000 mq di mostra è stata organizzata bene, studiata per dare visibilità – con tocco estetico nostro e di un numero sempre crescente di espositori – all’ampiezza e profondità dell’offerta. Molti gli apprezzamenti ricevuti dall’Italia – espositori, operatori, buyer e stampa – e dall’estero. Abbiamo ricevuto incoraggiamenti, ringraziamenti e consigli. Terremo conto di tutto, come sempre, per migliorare e crescere ancora”. Sensazioni positive sono emerse tra le corsie, gli stand e gli uffici – dove sono già arrivate riconferme e richieste di nuovi espositori. Sul fronte visitatori, i numeri sono ancora da certificare, ma l’incremento rispetto all’edizione precedente – già sostanzioso rispetto al buon debutto del 2015 – risulterà abbondante (sopra quota 13.000). Un avanzamento che va di pari passo con la profilatura del pubblico, sempre più in target con le richieste delle imprese. “Il florovivaismo italiano sta rialzando la testa - afferma il presidente del Consorzio Gianpietro D’Adda. Da anni non si percepiva un tale entusiasmo. Myplant è una scommessa vinta insieme, 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 proprie energie per il bene del settore. Creando il solo, grande polo d’attrazione e propulsione del settore verde in Italia”.

Insomma una bella edizione della fiera, un momento positivo del florovivaismo italiano che faticosamente cerca di risalire una difficile situazione di mercato. Un settore che quando ne ha l’opportunità riesce ad esprimere una grande vitalità ed emergono imprese innovative e capaci di aggredire anche i nuovi orizzonti trovando nuovi vantaggi competitivi. ■

