

Sempre più alto il peso specifico della rassegna di Milano-Rho, anche stavolta sposata in toto da gran parte degli attori del mercato del verde. Popolata da tanti professionisti, target perfetto di produttori e distributori

# INVESTITURA MYPLANT «È LA FIERA GIUSTA»

**D**al 19 al 21 febbraio del 2025. Tanti operatori, nel lasciare Myplant & Garden, stavano già pensando all'anno dopo. Memorizzando quelle date. D'obbligo tornare, ormai d'obbligo esserci. Tutti contenti a Milano-Rho, per davvero. La fiera dei professionisti. Dove non manca nulla. I numeri sono lo specchio dei consensi che Myplant ha visto rimbalzare giorno dopo giorno fra i suoi stand parecchio affollati e l'elegante lunghissimo corridoio esterno che i comodissimi tappeti mobili hanno permesso di percorrere in pochi istanti. Ormai convinte le aziende ad inserire Myplant nel proprio calendario annuale. Tappa fissa, in quel periodo che guarda ormai alla bella stagione e soprattutto quel richiamo fortissimo a cui i giardinieri sono stati assai sensibili.

**NUMERI CHIARISSIMI.** «L'obiettivo è crescere», l'indirizzo della prossima edizione, così com'è stato tuttavia anche per quella da poco in archivio. Pimpante, viva, piena di adrenalina, ad alta intensità. Tutto racchiuso nei numeri finali. Cinquemila metri quadrati in più, cinquantamila contro 45mila. Più 10%. In tutto 762 espositori contro i 655 del 2023. Più 15%. E poi le delegazioni di buyer internazionali, 204 contro 150 dello scorso anno. Più 27%. Le presenze hanno toccato quota 25mila, l'8% in più rispetto alle 23mila della precedente puntata. Più 114 insegne estere d'acquisto accreditate da 45 Paesi e quattro continenti. «Siamo molto soddisfatti», il quadro di Valeria Randazzo, exhibition manager del salone internazionale del verde, «abbiamo raccolto tantissimi riscontri positivi sia da



## FIERE



parte degli espositori sia da parte dei visitatori. Qualità dell'offerta in mostra, alto livello dei buyer, valore dei contenuti dibattuti, bellezza dell'insieme, abbondanza di opportunità di relazioni e contatti e concretezza delle prospettive di business sono stati i concetti cardine di questa edizione». Myplant ha ribadito la sua centralità, adesso più che mai una primissima firma del panorama italiano. Non c'era bisogno di conferme, il format era già sinonimo di successo.

**GIORNI A COLORI.** Non è tanto il periodo, quanto il target. Quello di fascia alta, il visitatore interessato, il professionista che si muove. C'è stato di tutto a Myplant, nello spazio di un paio di padiglioni parecchio densi. Dalla scia disegnata dagli immancabili robot a tanta batteria, di ogni genere. Da potenti decespugliatori di nuova generazione a rasaerba assai evoluti, macchine tutte incastrate in completi pacchetti dove non manca nulla. Interessante anche il segmento delle forbici, con tanta produzione italiana estesa così come per tanti altri attori del

garden ma anche per i campi da golf dove i robot per grandi dimensioni si sentono sempre più a proprio agio. Col verde sportivo sempre argomento attualissimo. Fermento a Myplant, trattative serrate un po' ovunque. Fra un caffè ed un aperitivo, fra un sorriso ed una vigorosa stretta di mano.

**TUTTI PRESENTI.** Tutta l'Italia a Milano. Lombardia, Veneto, Toscana e Olanda a guidare la classifica delle aree di provenienza degli espositori, aumentati di oltre cento unità dalla passata edizione e tutti ben rappresentati nei nove macrosettori espositivi fra vasi, vivai, tecnica, servizi, macchinari, fiori, decorazione, sport & landscape e arredo giardino per proporre le novità e le innovazioni del comparto. Da Europa (Germania, Francia, Romania, Polonia, Lituania, Spagna e Svizzera le più rappresentate) e Asia (con l'exploit del Giappone, con ben dodici comitive, poi Armenia, Cina) le delegazioni di compratori più cospicue - mentre continua a crescere il numero di delegati dal Medio Orien-



## FIERE



te - in un paniere di presenze che ha contemplato buyer selezionati in collaborazione con ICE e agenzie specializzate da Algeria, Armenia, Austria, Bahrein, Belgio, Bulgaria, Canada, Cina, Croazia, Danimarca, Emirati Arabi, Francia, Georgia, Giappone, Giordania, Grecia, Iran, Kazakistan, Kirghizistan, Kuwait, Lituania, Malta, Moldavia, Monaco, Montenegro, Norvegia, Paesi Bassi, Panama, Polonia, Qatar, Regno Unito, Romania, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Taiwan, Tunisia, Turchia, Turkmenistan, Ucraina e Ungheria. In rigoroso ordine alfabetico. Tra le categorie dei buyer selezionati ci sono aziende operanti al mondo del paesaggio, dei parchi, del vivaismo, dei vasi, macchinari, manutenzione, sementi e nutrimenti, reciso, oltre a decisori delle maggiori catene di acquisto (Garden Center, GD, DIY, Home & Garden, e-commerce) soprattutto da Francia, Paesi Bassi, Germania e Spagna, Pubbliche Amministrazioni, rappresentanti di città e capitali europee (anche da Parigi, Madrid, Vienna, Spalato, Sofia, Principato di Monaco), strutture per ospitalità, sviluppatori immobiliari e pianificatori.

**TANTI INPUT.** In crescita costante la presenza di rappresentanti e titolari di ville per accoglienza, eventi e cerimonie, dimore storiche, parchi archeologici, nazionali, regionali e locali, aziende agricole e vitivinicole, istituti di ricerca, università, orti botanici, complessi termali, outlet, grandi giardini, musei, castelli, regge, parchi divertimento. La Landscape Area si è rivelata uno scrigno prezioso di appuntamenti per i professionisti del paesaggio e della riqualificazione verde pubblica e privata. Confartigianato ha fatto il punto sulle iniziative di forestazione urbana attuate in Italia tramite il PNRR. Di contorno, e costante richiamo, le dimostrazioni pratiche sia nel padiglione sia nell'area esterna con Formazione 3T. Il tema della sostenibilità a tuttotondo fra economica, ambientale, sociale ed ecosistemica, è stato un altro bel valore aggiunto.

**NEL FUTURO.** Grandi riscontri sono stati dichiarati dalle aziende selezionate per il percorso Myplantech, un itinerario tra i padiglioni che ha individuato i prodotti e le soluzioni innovative che stanno dando forma al futuro del compar-



## FIERE



to, tra gemelli digitali degli alberi, serre hi-tech, risparmio energetico, circolarità, riciclo, coltivazioni fuori suolo, idroponica, acquaponica, mini-biofabbriche, nuove varietà di piante, fiori e sempreverdi, controllo fitopatologico, monitoraggio terreni e coltivazioni, illuminazione, sensoristica, controllo ambienti, pacciamature, misurazione parametri fogliari, aspiratori di fogliame, innovazioni meccaniche. Innovazione che sta trasformando il mondo del motogarden, i cui investimenti nella ricerca di soluzioni d'avanguardia hanno tagliato in fiera nuovi traguardi, sia nella proposta di nuovi modelli per gli hobbisti, sia nelle nuove linee professionali. Presentate in fiera nuove tecnologie per la mappatura dei terreni, robotizzazione, batterie a ricarica rapida, radiocomandi, avanguardia prestazionale nel taglio, innovazioni ergonomiche e flessibilità di utilizzo degli elettrotensili, sistemi di implementazione della sicurezza, connessioni da remoto, interazione tra performance e potenza delle batterie, nuovi servizi per mercati, rivenditori e clienti, prodotti a zero emissioni e a risparmio energetico, nonché consulen-

za e formazione sull'utilizzo e la manutenzione degli strumenti. Tra le curiosità, anche il nuovo armadio antincendio per lo stoccaggio di batterie agli ioni di litio «Ogni anno», le conclusioni di Randazzo, «presentiamo un Myplant diverso dal precedente. Perché più ricco, interessante e variegato. È parte di un percorso di crescita che tutti insieme, come grande community del verde, stiamo percorrendo. Abbracciando nuove realtà, canali, settori e orizzonti. Abbiamo intenzione di ampliare ancora i nostri spazi e raggiungere nuovi traguardi, offrire opportunità sempre migliori e sempre più proficue alle aziende e agli operatori, garantire una formazione efficace, amplificare la voce degli addetti ai lavori e diffondere una sana cultura del verde».



Myplant & Garden