MI-LORENTEGGIO.com
quotidiano.Online

21 febbraio 2022

23-25.02, FieraMilano Rho: a 2 anni esatti dal rinvio, torna Myplant & Garden.

Lombardia sugli scudi. Focus mercati, presenze istituzionali, trend e curiosità.

(mi-lorenteggio.com) Milano, 21 febbraio 2022. La Lombardia, con 170 espositori su 700 in fiera, è la **seconda** potenza produttiva vivaistica italiana (10% del mercato) ed è ai vertici per la produzione di piante e fiori.

Sono 15.000 gli **addetti** del comparto (5.000 in più in 10 anni), per un valore alla **produzione** che supera i 230 milioni di euro.

2.400 **realtà** produttive del verde (20% guidato da giovani), 400 i centri giardinaggio, 4.500 le **imprese** di cura e manutenzione del verde (il 50% concentrate nelle province di Milano, Como, Varese e Brescia).

Il florovivaismo lombardo si presenta con questi numeri a **Myplant & Garden (VI edizione)**, la manifestazione professionale *leader* internazionale del verde: 3 padiglioni e un'area esterna per 3 giorni si trasformano in **45.000mq di foresta, terrazzi, prati e campi fioriti, nonché arena di prove pratiche di macchinari e palcoscenico di sfilate flower-fashion**.

E tornano, dopo 2 anni, a essere il cuore pulsante dei mercati internazionali florovivaistici che vedono **l'Italia** protagonista in termini di produttivi e qualitativi.

Il verde fa bene al sistema-Paese (PNRR), all'economia, alla fiscalità (Bonus Verde), all'occupazione e anche alla salute psicofisica, alla qualità dell'aria che respiriamo all'aperto e negli ambienti chiusi, oltre a esserne un formidabile regolatore di temperatura e umidità.

I 70 appuntamenti nei 3 giorni di fiera – aperti tra gli altri dal presidente della Regione Attilio **Fontana**, dall'assessora al Verde milanese Elena **Grandi** e Grazia **Francescato** – prevedono la partecipazione di esperti, tecnici, PPAA, scienziati, ricercatori, rappresentanze, consorzi, istituzioni, confederazioni, ordini, leghe sportive (calcio, golf) e associazioni. **Temi caldi**: rigenerazione urbana, verde e salute, campi sportivi, comportamenti dei consumatori, *Innovation Technology*, *Green Business*, ambiente e sostenibilità.

Politica, costruzioni, spazi aperti, rigenerazione urbana, e poi cambiamenti climatici, qualità della vita, bellezza, salute sono alcuni dei temi emersi con prepotenza negli ultimi mesi attorno al tema del verde: "*È interessante che* ***il primo grande appuntamento internazionale dell'industry del verde torni dunque in presenza, in Italia,*** *nei padiglioni di FieraMilano-Rho per alimentare un mercato d'eccellenza che sta dando importanti segnali di crescita in termini di consumo privato e utilizzo urbanistico*", afferma Valeria **Randazzo**, responsabile della manifestazione.

Tuttavia, **l'esplosione** dei costi energetici ha messo a rischio il futuro di piante e fiori italiani proprio mentre la pandemia ha fatto riscoprire l'importanza del verde per la qualità della vita, la salute e il benessere dentro e fuori gli ambienti urbani.

Tra le curiosità a Myplant, le prove di treeclimbing dei boscaioli, le dimostrazioni di giardinaggio, i contest coi maestri mondiali della decorazione floreale, i frutti più antichi e le innovazioni più recenti, ambientazioni per cerimonie nuziali, nuove ibridazioni botaniche, centri giardinaggio del futuro, ulivi secolari e bonsai mastodontici, fiumi di fioriture e cactus monumentali, produzioni biologiche ed ecosostenibili, smart garden per la casa, attrezzature per orti e giardini, macchinari eco e wi-fi per la cura del verde, nuove specie vegetali brevettate, nuvole di tillandsia, idroponica e aeroponica, verde verticale per interior design, tracciabilità e sicurezza dei prodotti, pavimentazioni outdoor a elevata durabilità anche in ambiente ostili e dalle alte performance, stabilizzanti dei terreni, bio-acceleratori e propagatori di crescita vegetale, vasi ecosostenibili e biodegradabili, aromatiche e cactacee, nuovi accessori e attrezzature per i punti vendita….

Sono 157 i giornalisti già accreditati e 115 le delegazioni ufficiali di buyer internazionali da 30 Paesi, soprattutto dall'Europa (il 44% dei quali dall'Est Europa), principale mercato di sbocco dei prodotti italiani (84% dell'export), bacino del Mediterraneo (10% dei buyer) e Medio Oriente (mercato emergente) – (10% dei buyer).