MONDOPRATICO.it
BRICO HOME GARDEN

1 marzo 2022

Il ritorno in presenza di Myplant

Dal 23 al 25 febbraio si è svolta a Milano la sesta edizione di **MyPlant&Garden**, che ha accolto, in presenza e in sicurezza, 650 aziende espositrici e quasi 19mila visitatori. Un business che a Myplant ha fruttato molti ordinativi, intercettato clienti e canali potenziali, rinvigorito relazioni sbiadite o distanti, ha gettato le basi per costruire alleanze, valutare nuove strade e sperimentare nuove soluzioni imprenditoriali.
Ma non solo: mondo della politica, dell'imprenditoria, della rappresentanza, delle professioni hanno riconosciuto e alimentato questo successo, partecipando a incontri, convegni e dibattiti di altissimo livello tecnico e dalla grande visione strategica.
Importanza del verde per la qualità della vita, la salute e il benessere dentro e fuori gli ambienti domestici e urbani, rigenerazione delle città, opportunità e criticità interne ed esterne al settore - PNRR, bonus verde, transizione energetica, transizione ecologica, fabbisogno e costi imprenditoriali - e poi cambiamenti climatici, qualità della vita, bellezza, salute, abitudini green, verde sportivo, Innovation Technology, Green Business, ambiente, sostenibilità, innovazione e trend di consumo sono alcuni dei temi emersi con prepotenza negli ultimi mesi attorno al tema del
verde e che sono stati approfonditi in fiera: confermando le date di febbraio, l'organizzazione di Myplant & Garden ha riproposto con grande forza e autorevolezza l'Italia quale riferimento imprescindibile - commerciale, produttivo, logistico e culturale - nel contesto fieristico dell'industria e dei
mercati internazionali del verde.
Nonostante le incertezze di questi anni, cui si sono aggiunte quelle degli ultimissimi giorni, Myplant è stata in grado di organizzare l'incoming di 116 delegazioni ufficiali di buyer internazionali da trenta Paesi, soprattutto dall'Europa - principale mercato di sbocco dei prodotti italiani (84% ell'export) -, il 44% dei quali dall'Est Europa, dal bacino meridionale del Mediterraneo (10% dei buyer) e dal Medio Oriente, importante mercato - floricolo, vivaistico e progettuale - emergente (10% dei buyer).
Le delegazioni si sono dichiarate ampiamente soddisfatte e colpite per la qualità della manifestazione e l'offerta straordinaria per profondità, quantità e varietà delle proposte degli espositori.