

MYPLANT & GARDEN, FIERA DI RIFERIMENTO PER IL MONDO GARDEN

In programma dal 20 al 22 febbraio a Fiera Milano, Myplant & Garden si afferma come fiera di riferimento per il mondo del giardinaggio e del florivivaismo. Come ogni edizione tante le novità e gli obiettivi.

Per aprire il nostro speciale MyPlant & Garden all'interno del quale presenteremo le novità e i prodotti top di gamma delle aziende espositrici, abbiamo voluto intervistare Valeria Randazzo, Exhibition Manager di Myplant & Garden.



Siamo giunti ormai alla 5° edizione di Myplant & Garden, ed è una fiera in crescita continua, cosa si aspetta da questa edizione?

Myplant è la manifestazione professionale del verde col più alto tasso di crescita in Europa, e forse non solo. E siamo all'inizio: il 2019 è "solo" il quinto anno di vita. In questi 5 anni è cresciuta da ogni punto di vista. Voler dare vita a Myplant è stata una grande scommessa. Che ha subito scosso tutto il settore italiano e richiamato l'attenzione dei mercati internazionali. Abbiamo le idee precise su come continuarne lo sviluppo. È un luogo di relazioni unico, un megafono di grande potenza per le filiere del comparto. Ne consegue

che gli obiettivi strategici puntano a garantire ulteriore credibilità e crescita per il settore, in Italia e all'estero. Un incremento degli affari per chi espone. Un business crescente e un ulteriore arricchimento professionale per i visitatori. E un peso specifico maggiore del "tema verde" sui tavoli istituzionali.

Nel format di fiera che Lei ha pensato e che ha portato avanti ha sempre proposto qualcosa di nuovo ogni anno. Quest'anno quali saranno le novità?

Un'area nuova dedicata al "sistema-albero", in cui aziende, associazioni, PPAA e professionisti del sistema arboricolo avranno modo di incontrarsi e confrontarsi su un ampio spettro di temi legati all'arboricoltura. Dalle foreste urbane alla cura degli alberi in generale, passando per le azioni di recupero del legno urbano, le prove pratiche di gestione, manutenzione e cura degli alberi, i criteri dell'aggiudicazione degli appalti, avranno a disposizione un'ampia porzione di tempo, spazio e professionalità per migliorare i rapporti e approfondire la propria professionalità. Poi ci sarà l'inaugurazione di una nuova area tematica dedicata al "verde sportivo". Un allestimento inedito, con la riproduzione di alcuni campi sportivi (calcio, golf, aree giochi per bambini ecc.) e una serie di incontri con progettisti di impianti sporti-

vi, fornitori (pensiamo ad esempio alle sementi, e anche ai materiali sintetici), aziende di manutenzione dei manti, macchinari dedicati. È un debutto che ha già mostrato un enorme interesse da parte dell'intera filiera. Anche lo "Urban Green Management", sezione della fiera dedicata alla gestione e realizzazione del verde urbano e naturalistico (agrotecnica, agronomia, fitopatologia, valorizzazione, programmazione, diagnostica, rilevazione, condivisione di commesse...), composta dalle migliori realtà imprenditoriali e associative del settore, sarà potenziata. Un'occasione straordinaria di incontro, confronto e affari coi protagonisti del comparto. Ci sarà un ulteriore consolidamento del comparto dedicato al motorgarden -- presente anche nell'area del "Verde Sportivo" e agli accessori per la cura del verde, con le 'punte' in esterna per le prove pratiche. Questi alcuni spunti per la nuova edizione di febbraio, in cui si moltiplicheranno le proposte formative e informative per i nostri visitatori.

My Plant & Garden sta diventando la fiera di riferimento per il mondo del giardinaggio e del florivivaismo, come pensa di mantenerla tale?

Lo è già. Lavoriamo con le aziende del Consorzio e i nostri espositori per migliorare Myplant. Se migliorare la manifestazione significherà



20 - 21 - 22
FEBBRAIO
2019

FIERA MILANO RHO

www.myplantgarden.com



anche ampliarne gli spazi, sarà fatto. Ma l'obiettivo è diventare "grandi", non "grossi": offrire opportunità di business a tutti i professionisti del settore, fare opera di diffusione della cultura del verde, offrire occasioni di arricchimento e aggiornamento professionale per i visitatori, lanciare nuovi trend e mostrare mezzi, modalità e strumenti per metterli in atto. E dare un peso specifico maggiore del "tema verde" sui tavoli istituzionali. I mercati globali hanno colto la portata di questo evento, riservandogli un'attenzione sempre crescente. Hanno inteso che Myplant ha raccolto e rilanciato la migliore tradizione orto-florovivaistica del Belpaese, restituendo un "luogo" di assoluto prestigio al jet-set internazionale del settore. Questo risultato è importantissimo per tutta la filiera. Il verde, i suoi benefici sociali, economici, sanitari e paesistici, sta tornando materia di dibattito. Anche i numeri del mercato danno segnali incoraggianti. Le aziende del comparto sono sempre più determinate ad affacciarsi in maniera più vigorosa sulle grandi rotte commerciali.

E' una fiera ricca di convegni, quali sono quelli proposti quest'anno?

Le occasioni di incontro saranno una

sessantina, tra convegni, seminari, workshop, meeting e presentazioni specifiche di nuovi prodotti e servizi per il comparto. Facciamo una panoramica a volo d'uccello. I temi saranno molteplici (e, al momento, non ancora definitivi): dalla cooperazione sociale profit-no profit nelle opere al verde alla resilienza ai cambiamenti climatici, dalla sicurezza nelle opere a verde al concorso a favore della Fondazione Arché Onlus, dalle certificazioni degli arboricoltori alle nuove tecnologie e servizi per il verde, dal recupero del legno urbano al rinnovamento arboricolo, dai temi fitosanitari alle tecniche di diserbo, dai progetti di riqualificazione urbana al Bonus Verde, dagli agrofarmaci alla gestione professionale dei prati, senza contare il ricco

calendario dedicato alla nuova area dedicata al "Verde Sportivo", in cui i protagonisti della filiera si confronteranno su tutti gli aspetti dei manti sportivi e delle aree gioco. Ci saranno poi, come anticipato, iniziative promosse dalle aziende, sia sui prodotti che sui servizi di ultima generazione per i professionisti della manutenzione del verde.

Una fiera perché diventi di successo va anche promossa, quali sono i mezzi che lei ha usato?

La collaborazione con le imprese del Consorzio Myplant è essenziale per la diffusione 'orizzontale', tra le aziende del comparto, della novità rappresentata da Myplant. Poi c'è un discorso molto articolato di azioni che combinano comunicazione, marketing e co-marketing, attività commerciale. È un "castello" promozionale che prevede metodi, tempi e linguaggi diversi, sia per l'Italia sia per il resto del mondo. La promozione comunicativa di Myplant ha dei canali Social attivi, di informazione, annuncio e coinvolgimento di espositori e visitatori. Ha un sito che parla agli uni e agli altri; una newsletter con le medesime caratteristiche; un programma di investimenti pubblicitari, per visitatori ed espositori; un lavoro costante di ufficio stampa che per una parte dell'anno offre informazioni e anticipazioni agli espositori potenziali, e da fine anno sino a febbraio, senza perdere di vista gli espositori, si concentra sul contatto coi visitatori.

