

EUROFLORA 2025



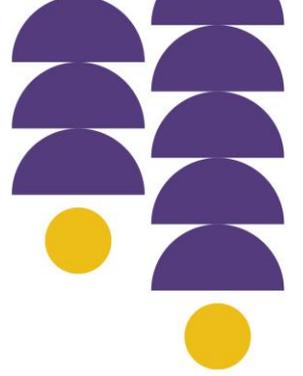
Cos'è Euroflora

Euroflora è una **grande mostra** dedicata a **piante e fiori** dove i migliori professionisti del settore ricreano **ambienti e microambienti** con **eccellenze** provenienti da ogni parte del mondo ed esemplari da collezione.

Sono le uniche *floralies* italiane, ispirate alle *Floralies Gantoises*, le più antiche d'Europa, **realizzate per la prima volta a Genova nel 1966**, grazie anche alla spinta di un settore produttivo che proprio in Liguria aveva raggiunto un prestigio internazionale.



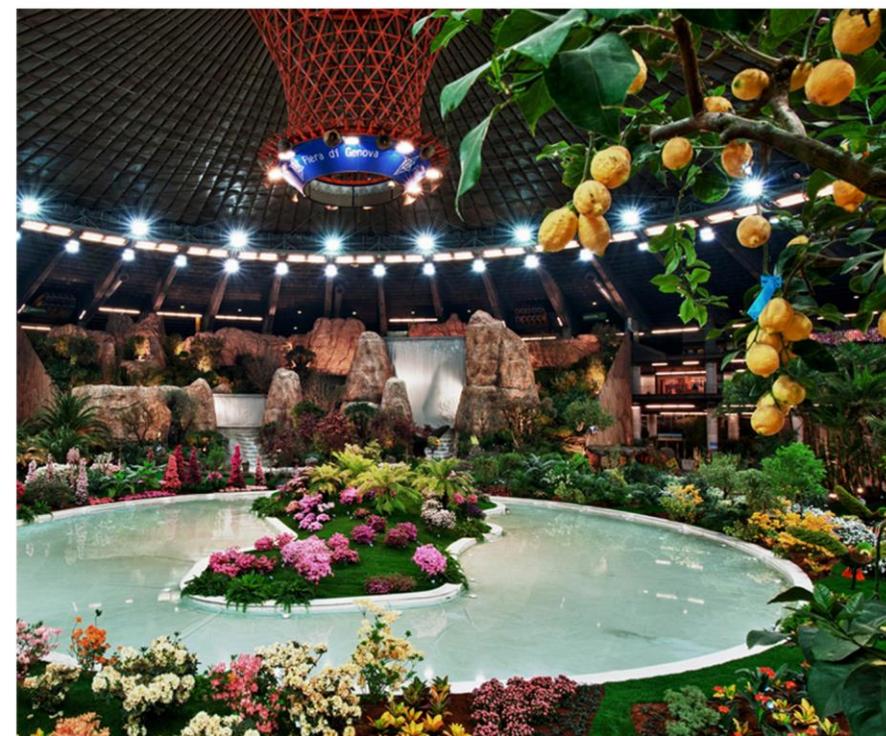
I padiglioni e le aree all'aperto del **quartiere fieristico** si prestavano a essere trasformate in un **parco pluritematico**, ricco di colori e profumi. Cuore delle prime dieci edizioni di Euroflora, a cadenza quinquennale, svoltesi fino al 2011, è stato il Palasport, le cui dimensioni - diametro di 160 metri, altezza di quasi 30 - hanno consentito di realizzare **scenografie naturali di rara bellezza e grande impatto visivo**.



Nel **2018 e nel 2022 Euroflora** si è svolta nei **Parchi e nei Musei di Nervi**, una scelta **all'insegna della sostenibilità e della valorizzazione di un luogo** di straordinaria bellezza.

Allestimenti così importanti richiedono una **progettazione attenta, pluralità di competenze e un impegno straordinario**, nel rispetto del regolamento delle *floralies*, condiviso nelle **linee generali a livello internazionale da AIPH – Association International des Producteurs Horticoles**, di cui Euroflora è membro.

Spazi gratuiti per gli espositori e concorsi tecnici ed estetici a premiare la qualità, la rarità, la quantità e l'armonia di quanto esposto. Una sorta di "Olimpiadi del verde" con un alto tasso di competitività tra i partecipanti a garanzia della qualità di Euroflora.



DODICI EDIZIONI IN NUMERI

Alle **dodici edizioni** tenutesi dal **1966** fino all'ultima, nel **2022**, hanno partecipato oltre **7.000 espositori** da tutto il mondo.

I visitatori sono stati più di **6 milioni**.

Dal 1966 a oggi si sono tenuti oltre **6.500 concorsi** tecnici ed estetici ai quali hanno partecipato migliaia di floricoltori e florovivaisti, determinando nuove mode e nuovi stili di consumo.





GLI ESPOSITORI

Protagonisti indiscussi della manifestazione, gli espositori partecipano in forma **collettiva**, coordinata da Regioni o Camere di Commercio, come **single aziende**, o sono **parchi, consorzi, istituzioni, associazioni, giardinerie comunali, progettisti** insieme a loro **presenze estere** istituzionali e private.

A caratterizzare le esposizioni è soprattutto la ricerca di **soluzioni** paesaggistiche **innovative** e ricche di attrattività con l'impiego di esemplari di grande pregio e la presentazione di nuove varietà.

IL RUOLO DI EUROFLORA PER IL COMPARTO FLOROVIVAISTICO

Da quasi sessanta anni Euroflora rappresenta uno straordinario strumento di **promozione** per il settore.

L'attenzione dei professionisti e degli esperti, italiani e internazionali, le novità in esposizione, le nuove tendenze nella progettazione e nella composizione floreale, insieme alla copertura mediatica capillare e a un numero di visitatori molto alto, fanno delle *floralies* genovesi un **media efficace** capace di parlare a **molteplici target di pubblico** e un **luogo di confronto e di business per gli operatori**.

Un format che da sempre ha ottenuto importanti riconoscimenti.

Nel 2022 è stata indicata come **modello** per rappresentare le eccellenze produttive italiane nel **mondo** e **AIPH** ha inserito le sue **buone pratiche** nelle raccomandazioni per gli organizzatori di *floralies* internazionali.





LE AZIONI – 1/2

Euroflora è inserita nel calendario internazionale dell'Associazione Esposizioni e Fiere Italiane e di AIPH – International Association of Horticultural Producers.

Per il 2025 l'obiettivo è di intensificare la presenza di buyers e di operatori del settore.

Il fondamentale rapporto di collaborazione con ICE Agenzia per l'organizzazione di missioni dai mercati esteri ha visto nel 2022 sei giornate di lavoro dedicate a presentazioni e incontri one to one.

Le azioni di ICE Agenzia per la prossima edizione sono destinate a svilupparsi e a includere tra le provenienze quei Paesi esclusi a causa dell'emergenza Covid così come le presentazioni all'estero.



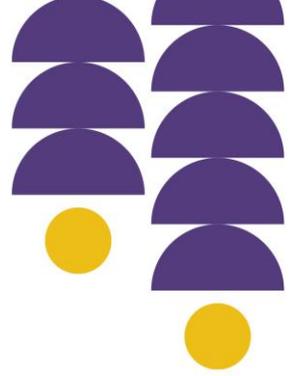
LE AZIONI – 2/2

Nel 2022 è stata avviata una proficua collaborazione con **AICG**, l'associazione che rappresenta oltre 180 Garden Center, per **promuovere la visita degli associati alla manifestazione**.

A intensificare la presenza di buyers e decisori del settore Euroflora ospita incontri ufficiali di ANCI, degli Ordini degli Architetti e degli Agronomi, dell'Associazione Italiana Direttori e Tecnici Pubblici Giardini, dell'Associazione Italiana Giardinieri Professionisti.

Per quanto riguarda il confronto sui temi di attualità e sulle politiche di supporto, determinanti sono gli incontri organizzati direttamente dalle **Associazioni di categoria**, tra cui Coldiretti, Confagricoltura, CIA e Associazione Florovivaisti Italiani, Associazione Floricoltori e Fioristi Italiani, Federfiori e Asproflor.

LA FUNZIONE DI EUROFLORA PER LA PROMOZIONE DEI TERRITORI



La creazione degli **ambienti tipici** con chiari richiami identitari - come nel 2022 sono stati, per esempio, Liguria, Puglia, Sardegna, Olanda, Murcia - svolgono una **funzione promozionale per i territori**.

Euroflora offre la possibilità di sottolineare questi aspetti attraverso incontri e occasioni di visibilità in grado di richiamare l'attenzione del pubblico e dei media.

LA SVOLTA DEL 2018

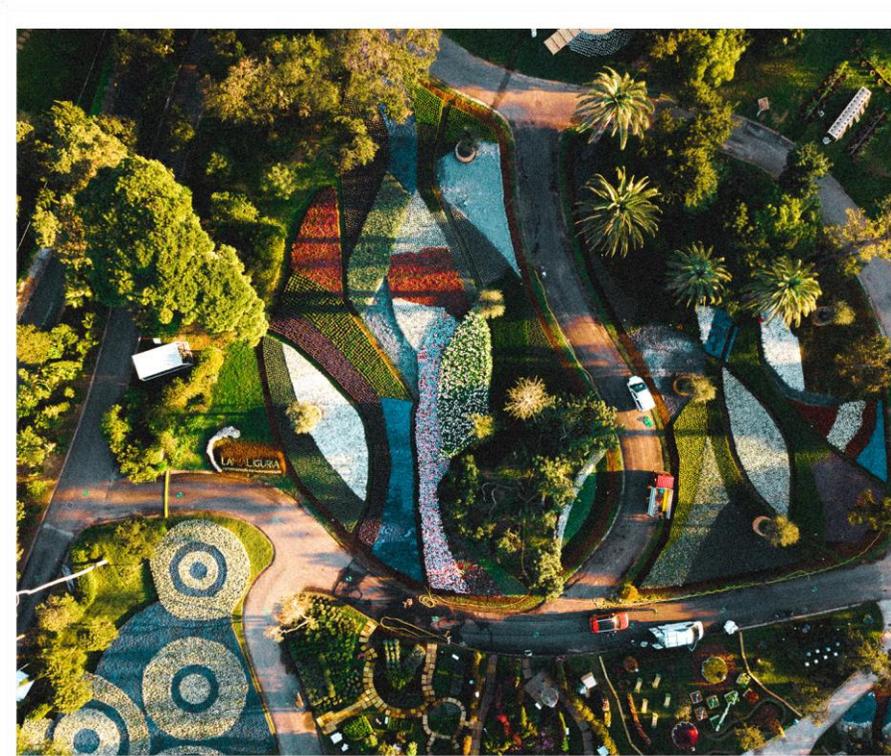
I **Parchi e i Musei di Nervi** sono stati lo scenario grandioso e naturale dell'undicesima e dodicesima edizione, svoltesi nel 2018 e, con un anno di ritardo, nel 2022.

Dopo dieci edizioni all'interno del quartiere fieristico - dove il Palasport è sempre stato il luogo più ammirato e fotografato per il suo altissimo impatto scenografico - Euroflora ha compiuto una **svolta epocale** trasferendosi nei parchi storici più estesi della città – **Villa Gropallo, Villa Serra e Villa Grimaldi**, quasi 9 ettari di superficie affacciati sulla scogliera, costellati da tre edifici museali – **Wolsoniana, Galleria d'Arte Moderna e Raccolte Frugone** – che custodiscono collezioni di altissimo pregio.

Opere d'arte e creazioni in fiori e piante realizzate dagli abili *flower-designer* hanno valorizzato le **sedi museali, rafforzando il connubio: arte e floricoltura.**

La delicatezza di un luogo bellissimo, raggiungibile unicamente con i mezzi pubblici, ha imposto il numero chiuso con non più di 20 mila biglietti al giorno, acquistabili esclusivamente in prevendita online e in alcuni punti vendita autorizzati in tutta Italia.







EUROFLORA 2022 – DATI SALIENTI

Alla dodicesima edizione di Euroflora hanno partecipato circa **300 espositori, collettive e partecipazioni singole** provenienti da *Liguria, Piemonte, Veneto, Toscana, Marche, Lazio, Campania, Puglia, Calabria, Sicilia e Sardegna* oltre a *Olanda, Francia, Principato di Monaco, Spagna, Ohio e Cina*.

Gli elementi allestitivi che hanno caratterizzato i Parchi sono state le **15 fontane** con i loro **spettacolari giochi d'acqua**, la presenza di **sculture** in *Ars topiaria* e di **realizzazioni artistiche** come quelle del maestro Carta, del museo Luzzati e del museo delle ceramiche di Savona.

Gli elementi naturali del luogo altamente scenografici, al contempo vincolo imprescindibile insieme al rigido regolamento dei Parchi Storici, hanno delineato il perimetro e guidato la progettazione generale e le layout dei singoli spazi.

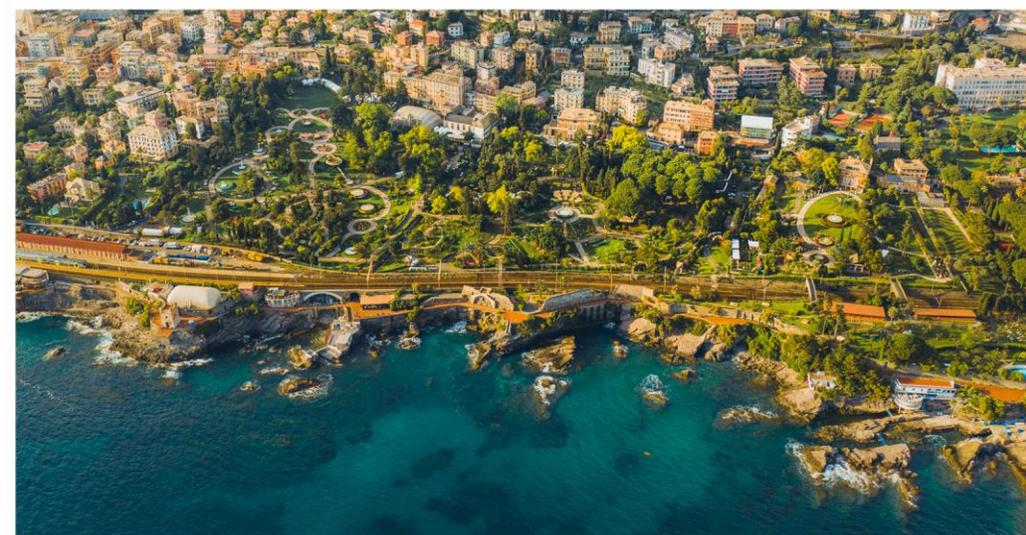
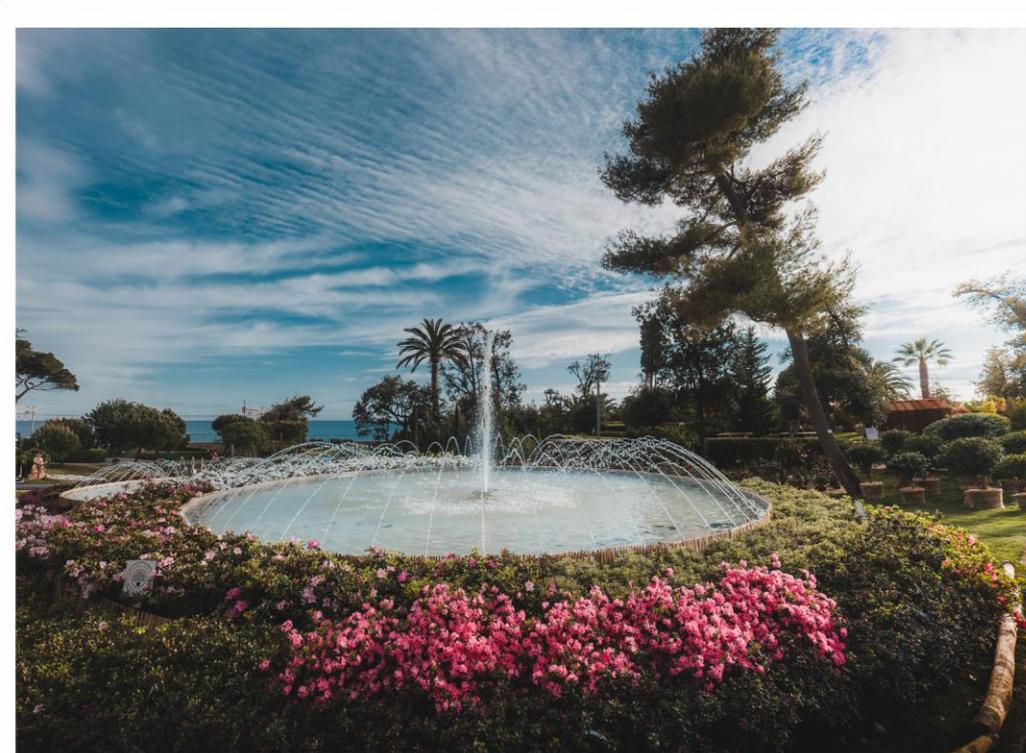
EUROFLORA 2022 – DATI SALIENTI

Nonostante un tempo inclemente, i **visitatori** dell'edizione 2022 sono stati oltre **240.000**.

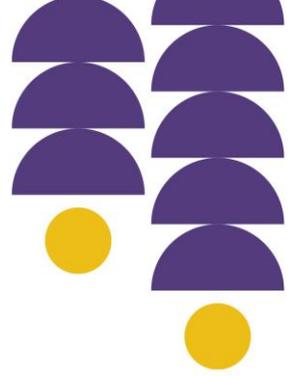
257 sono stati i **concorsi** suddivisi in tre categorie, d'onore, tecnici ed estetici che hanno visto in competizione le eccellenze portate in mostra e gli allestimenti più affascinanti.

I giudizi sono stati affidati a **112 esperti** del settore tra cui nomi di primo piano come ad esempio il capo giardiniere delle Isole Borromee, il responsabile delle giardinerie del Quirinale e il Segretario generale di AIPH.





L'ATTIVITA' DI PROMOZIONE



La promozione di Euroflora è rivolta a due pubblici ben distinti, gli esperti e operatori del settore e il pubblico generico.

Al primo è dedicata una campagna pubblicitaria in Italia e all'estero che utilizza le principali testate di settore e forme di *direct marketing* concordate con le Associazioni di categoria.

Al secondo target è rivolta una massiccia *campagna nazionale di comunicazione* che impiega una vasta gamma di testate, le principali emittenti radio tv, mezzi on-line e forme di comunicazione diretta realizzate anche in collaborazione con i singoli espositori.

A livello locale può contare su una campagna ad hoc e su ampie forme di collaborazione con i principali soggetti coinvolti.

IL SISTEMA EUROFLORA SUL TERRITORIO

A livello locale Euroflora conta da sempre su un fortissimo **coinvolgimento della città**, delle **Istituzioni** e delle **società in house** del Comune, a fianco degli **organizzatori**.

È vissuta come una festa della città e dalle Riviere presentando un Programma di iniziative collaterali molto vasto sia legate in senso stretto al prodotto florovivaistico, sia legate e tematiche culturali e di animazione.

Per le due edizioni nerviesi è stato messo in atto un ancor più articolato piano dei trasporti pubblici, anche grazie a un forte investimento degli organizzatori su Trenitalia al fine di far fronte alle esigenze di una località che necessita l'impiego di mobilità dolce.





LE RAGIONI DEL SUCCESSO

Euroflora è una **mostra contemporanea**, che edizione dopo edizione attiva meccanismi per diventare sempre più **sostenibile** dal punto di vista ambientale. Offre un grande spettacolo e che riveste un'**importanza primaria** per il **settore del florovivaismo** e ha avuto e deve sempre più avere la capacità di far riflettere sui temi legati all'ambiente e alla necessità di un ritorno alla natura.

EUROFLORA E LE NUOVE TENDENZE PROGETTUALI

"Micropaesaggi" è stato il concorso dell'ultima edizione di Euroflora, lanciato per esplorare nuove forme di progettazione.

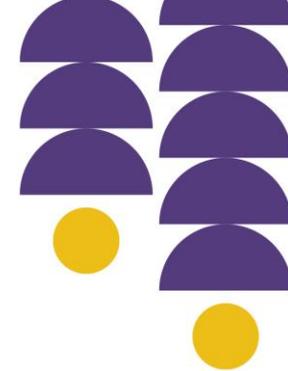
Una sezione speciale è stata riservata agli under 30.

I dieci progetti selezionati, realizzati all'interno dei Parchi di Nervi, sono stati giudicati da una commissione di esperti che ha premiato le installazioni che presentavano un equilibrio tra le diverse componenti dettate dal bando di gara.

E' stata richiesta un'interpretazione particolarmente originale di un **sistema modulare** di supporti e mascherature lignee, per sollecitare le capacità e l'ingegno dei progettisti, nella convinzione che i migliori progetti nascano da vincoli stringenti e mostrare le potenzialità nascoste di un sistema di allestimento uguale per tutti.



LE NOVITA' DEL 2025



La tredicesima Euroflora sarà speciale.

Sarà uno straordinario connubio tra gli elementi storici della manifestazione e il frutto della trasformazione in atto, una vera e propria rinascita di una porzione della città, il **Waterfront di Levante** disegnato da Renzo Piano.

Nuove forme e nuove funzioni che riportano a un rapporto più diretto con il mare che circonda l'area dopo quasi 60 anni dedicati esclusivamente all'attività fieristica.

Con questi presupposti sia la progettazione della mostra sia le proposte dei singoli espositori dovranno ispirarsi al concetto di **rinascita** di cui questi luoghi sono permeati.

LE NOVITA' DEL 2025

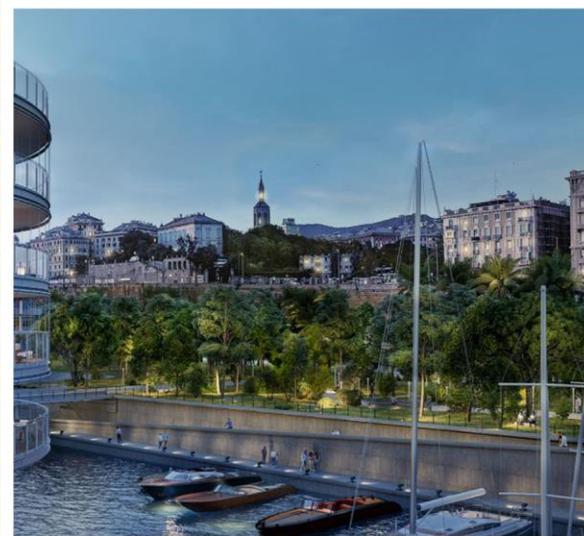
Gli spazi che faranno da fondale alla manifestazione sono il nascente **Parco** fronte mare, l'**area centrale del Palasport**, la **tensostruttura** in affaccio sulle marine e il **Padiglione Jean Nouvel**.

Una **molteplicità di spazi all'aperto e al chiuso** che consentiranno di **esprimere una maggiore completezza sul piano delle diverse tipologie di piante**, di creare nuovi paesaggi idonei a fiori recisi, piante da serra e cactacee e di fare fronte all'esigenza crescente di luoghi destinati a presentazioni, incontri e convegni.

Anche gli aspetti più squisitamente fieristici avranno possibilità di essere e valorizzati.

Oltre al Mercato Verde la nuova location offre la possibilità di valutare un'area dedicata alla vendita e all'esposizione di attrezzature e arredi per giardini.







OBIETTIVI STRATEGICI 2025

- 1) Valorizzare il ritorno alla location storica sul mare, completamente rinnovata e operativamente funzionale per gli espositori in termini di logistica ed allestimenti
- 2) Potenziare l'evento come fiera internazionale di settore con B2B ideati per favorire il business tra *Buyers* e *Sellers*, per sviluppare l'esportazione del *Made in Italy* del settore florovivaistico ligure e del nostro Paese
- 3) Sviluppare un piano di comunicazione «su misura», mirato al coinvolgimento della stampa di settore anche in grado di estendere inviti a nuovi buyers e accrescere le opportunità scaturite dal potenziamento del modello di fiera internazionale
- 4) Salvaguardare e valorizzare il nostro prodotto florovivaistico territoriale e *Made in Italy*, che possa essere riconosciuto a livello nazionale ed internazionale