

LA FILIERA

Grazie ai fiori di

Sanremo

La Liguria è protagonista in tutto il mondo
La storia di una famiglia capace di innovare
e di un territorio capace di vendere l'effimero

MARCO BORGIANO

Eleganza, leggerezza, bellezza. È anche un business sostanzioso: dirlo con i fiori, e soprattutto fiori con i fiori di Sanremo, oggi - spesso conscienzioso - del Nord-Ovest che ha diventato impresa e trasferire in occasione qualche possibilità offerta dal territorio.

Un berlinese che può raccontare bene Silvio Brugliano, titolare di B&B - azienda che lavora nella commercializzazione dei fiori secchi - e discendente di una famiglia che fa questo mestiere dagli anni che seguirono la Prima Guerra Mondiale. Un uomo che come le matine si occupa di fornire ai supermercati italiani bouquet di fiori già pronti, composti per portare luce e allegria nelle case. «Ha cominciato il mio business», racconta - «per ogni generazione della mia famiglia, dai nonni a mia madre a noi, tre fratelli che lavorano insieme, si è impegnata in questo lavoro».

Difficile e meraviglioso allo stesso tempo».

«L'azienda - soprattutto con l'export - spiega Brugliano - e con i supermercati. Prezzo che in Italia la cultura dell'acquisto dei fiori non sia stata come lo è nei paesi del Nord Europa. In Norvegia, per dire, i mazzi li mettono a casa con un bouquet di

fiori secchi, è una cultura tradizionale. Anche se i fiori, in quei paesi, sono inevitabilmente più cari che da noi. Ci sono 10 milioni di cittadini: eh bene, spendono in media 300 euro l'anno per i fiori. In Italia il mercato non è così estensivo. È sotto un altro punto di vista va bene così: se gli italiani si comportassero come gli olandesi, finirebbero ricchissimi».

I numeri fanno impressione. A Sanremo ci sono 100 milioni di piante di garofano, classificate produttive in media 20 mila l'anno. Questo significa che ci sono 2 milioni di garofani secchi da commercializzare. «Cioè - continua Brugliano - da recapita-

re al momento giusto nei punti vendita giunti. Non è un lavoro da poco: a giugno progettiamo tutte le consegne di Natale, a novembre inviamo per San Valentino. Siamo sempre in anticipo. Speciando che non ci sono contratti a cui non avevamo pensato, naturalmente».

Brugliano ha, nell'azienda di famiglia, 40 dipendenti. Le condizioni si sono fatte via via più difficili. «Negli anni Settanta qui avevamo quasi mille aziende che si occupavano di floricultura. Oggi sono duemila. I numeri stanno a riflettere».

Ci troviamo, insomma, di fronte all'immagine Bitter che potrebbe essere sfumata meglio, ma che oggi è costretta a fare i conti con le difficoltà con le quali è difficile conciliare. «Noi - continua Brugliano - vinciamo con il prezzo della qualità. Un

Encomi

Superati i 400 milioni di euro per una produzione che cresce

La Liguria è ancora protagonista del fiore d'Italia. La regione è sempre più importante per la produzione nazionale di fiori secchi, secondo di solo alle produzioni italiane di rose. Il mercato italiano è cresciuto del 10% l'anno, mentre quello europeo è cresciuto del 5%. Il mercato mondiale delle esportazioni di fiori secchi è cresciuto del 10%, dove quel mercato italiano, con circa l'11%, è uno dei pochi segnati di crescita positiva. Un valore che ha superato i 2,2 miliardi di euro nel 2003, con un mercato italiano cresciuto del 10%.

"Si lavora su export e supermercati il Nord fa meglio"

Intervista
Silvio Brugliano: alle cinque distanziate è già al mercato per cogliere le occasioni migliori e distribuire i prezzi più interessanti in Italia e nel mondo

2



esempio sono i ramuncoli, che vendiamo in tutto il mondo. Per dirne una: siamo noi a mandare i fiori alla cerimonia del Premio Nobel a Stoccolma, ed è un orgoglio che ci ripaga di tutti i sacrifici che facciamo quotidianamente. Per le difficoltà oggettive e per quelle che nascono dalla congiuntura.

Come tutti i mercati, anche i fiori, ovviamente, patiscono le evoluzioni della geopolitica. «A dire la verità con la guerra in Russia abbiamo sofferto per poco più di un mese», perché i mercati marciavano a dispetto di qualche reciso.

Il fatto è che il lavoro è difficile e richiede un impegno continuo, dall'alba al tramonto, in tutti i mesi dell'anno. «Alle quattro del mattino mi sveglio, al mercato dei fiori bisogna andare molto presto, è lì che raccogliamo le esigenze, scopriamo le novità, miglioriamo la competenza nel nostro lavoro e lo rendiamo sempre migliore e, naturalmente, più competitivo», continua Bregliano.

Il mercato globale, potenzialmente, è enorme: vale quasi 80 miliardi di euro se ti mettono insieme floricoltura e piante da giardino. Cifre gigantesche che spiegano bene quanto può essere importante entrare a piedi pari in un mercato all'apparenza fragile, fatto di suggestioni e sentimenti.

In Italia si stima che ci siano circa 20 mila aziende che si occupano di fiori. In media, ciascuna ha poco meno di due ettari. Gli addetti diretti sono 15 mila, un numero impressionante, e altrettanti lavorano nell'indotto. Il settore rappresenta il 30% delle aziende agricole italiane e si batte fieramente con la concorrenza estera: soprattutto il Kenya, ma anche l'Ecuador e la Colombia. Paesi che possono avvantaggiarsi di un clima decisamente più favorevole per chiunque decida di coltivare. Il punto è semplice: in Kenya il costo medio della manodopera (mensile) si aggira intorno ai 50 euro, in Europa scende addirittura a 25, in Italia vale circa 800 euro. «Condizioni nelle quali com-

penere diventa molto difficile. A quel punto l'unico fattore che si può mettere in campo è la qualità. Che significa lavoro, dall'alba al tramonto, senza mai esitazioni», conclude Biglieri. Perché ai costi della manodopera si aggiungono le difficoltà della burocracia, i rapporti difficili con le istituzioni, la sensazione di essere sempre considerati troppo poco.

La Liguria resta la regione italiana più attiva nel campo della florovivaistica, con il 21,4% delle aziende attive. Seconda la Toscana (17,5%) e terza la Lombardia (12%). Campania (9,7) e Veneto (7,8) seguono. Nonostante il clima che certo, almeno nel caso della Campania, è decisamente più favorevole.

In questa cornice, la Liguria consolida la propria posizione tra le regioni italiane più floride del settore: la produzione floricola ligure - pari al 30% della produzione nazionale - vale il 14% di tutta la produzione florovivaistica italiana (fiori, piante, alberi, bulbi). Significa che è ligure un fiore italiano su tre. Nel corso del 2022, il valore alla produzione ligure di fiori e piante in vaso ha segnato un solido +11,7%, superando i 435 milioni di euro contro i 386 del 2021 e i 365 milioni di euro del 2020. «Non c'è solo Sanremo - avverte Bregliano - non dimentichiamo il valore della zona di Albenga. E non dimentichiamo la modernità: abbiamo tutti i certificati possibili, tra riconosciibilità dei nostri prodotti e sostenibilità».

miliardi: i garofani commercializzati ogni anno dalla filiera sanremese

11,4%

la crescita del settore nel 2023, rispetto a un anno prima: un dato invidiabile