

Sanremo fa alzare le quotazioni dei fiori Made in Italy

I bouquet di fiori italiani, allestiti dai maestri fiorai, hanno “sfilato” per 5 serate, con il record dell'ultima serata davanti a 12 milioni di spettatori con il 58% di share, per il Festival più visto degli ultimi 12 anni. Ma non solo televisione, anche radio, internet con i siti e lo streaming, social, giornali, riviste, hanno fatto da cassa di risonanza all'evento, con i fiori italiani sempre protagonisti.

La collaborazione fra il Comune di Sanremo e l'Associazione Nazionale Piante e Fiori d'Italia, con 23 maestri fiorai selezionati da tutta Italia che hanno realizzato gli oltre 230 bouquet da offrire ai cantanti e agli ospiti d'onore della manifestazione sanremese. La sala stampa è stata allestita ogni sera con composizioni floreali di un colore diverso: bianco, giallo, arancio, rosso e, per l'ultima sera, rosa, per un totale di 50 grandi composizioni di fiori misti e verde ornamentale.

Inoltre 350 gadget floreali per tutti i giornalisti presenti in sala stampa per il sabato mattina e l'allestimento del teatro del Casinò di Sanremo per la manifestazione canora di Rai Sociale. Così all'Ariston si è tornati a celebrare il Festival della Canzone e dei Fiori italiani.

Tutto questo mentre l'“Effetto Sanremo”, secondo un importante quotidiano economico nazionale, si riverberava anche sulle quotazioni dei fiori, rilanciate dalla ribalta del Festival della Canzone, i cui effetti sono attesi produrre importanti risultati anche dal punto di vista dell'export.