

# ASSOFIORISTI

N° 3 - Novembre 2006

PERIODICO TRIMESTRALE DI INFORMAZIONE, ATTUALITÀ E CULTURA PER FIORISTI

Tariffa R.O.C. - Poste Italiane S.p.A. Spedizione in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004) art.1 comma 1 DCB Forlì





# faxiflora

FIORI IN TUTTO IL MONDO

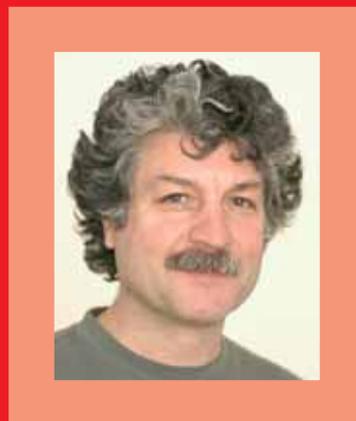


Numero Verde  
**800-618667**



# Editoriale

a cura di  
**Mario Selicato**



## **Where are the flowers gone? (Dove sono finiti i fiori?) - J.Baez**

Circa 40 anni fa la nota canzone di Joan Baez ripeteva al mondo questa domanda. Oggi, io ne pongo un'altra: dove sono finiti i fiori nei negozi dei fioristi?

Mi sembra che se ne tengano sempre di meno, a vantaggio dell'oggettistica e dei fiori finti.

Al contrario, in un momento come questo, in cui i fiori sono presenti in tanti settori (pubblicità, moda, riviste, musica, ecc.) vederne sempre di meno nelle vetrine dei fioristi non è, di certo, una gran consolazione. Noi facciamo un bellissimo mestiere, siamo in contatto con la bellezza tutti i giorni, viviamo immersi nel colore e nel profumo della stagionalità delle varie specie di fiori che commercializziamo. E' comprensibile che molti di noi abbiano fatto questa scelta di inserire generi meno reperibili (vasi e accessori) per contrastare la diminuzione della vendita del fiore fresco trovando, giustamente, un altro mercato.

E' anche vero che la nostra categoria ha subito una grossa diminuzione della vendita quotidiana, ovvero di fiori per la casa, che oramai viene regolarmente supplita dalla grande distribuzione e dalla vendita abusiva su strada.

Forse, potremmo cercare anche noi di fare la promozione che va di moda adesso, cercando qualche articolo da mostrare che possa diventare "l'articolo civetta" che richiami l'attenzione.

Insomma, ciò che mi auguro è che i clienti riescano a vedere qualcosa di speciale da noi, nei nostri negozi e che riescano a riconoscere pienamente la nostra professionalità.

Oggi più che mai nel nostro campo ci sono tanti spunti e stimoli che possiamo trovare: ad esempio dai maestri di floral design che lavorano in ogni angolo del nostro pianeta e con le loro forme espressive e diversità di stile trasmettono una creatività davvero straordinaria, per far sì che la nostra professionalità riesca e attinga a nuove espressioni.

Nella nostra bella spontaneità possiamo, e dobbiamo, creare istintivamente armonie di colori che trasmettono un messaggio di poesia e gioia a chi dà e riceve un dono.

Ci stiamo avvicinando al periodo più prospero dell'anno, il Natale.

Teniamoci pronti, quindi, a regalare emozioni particolari con le nostre creazioni. A chi entra in negozio dobbiamo trasmettere l'idea di sentirsi in un luogo caldo, vivo e accogliente; un ambiente pieno di colori che possa risvegliare ricordi e comunicare sensazioni diverse fra loro per valorizzare il più bel dono che la natura ci ha dato.

E' con questa speranza che voglio augurare a tutti voi felice e prospero Natale e più felice 2007. Buon lavoro a tutti.



# Sommario

**ASSOFIORISTI**

PERIODICO TRIMESTRALE  
DI INFORMAZIONE, ATTUALITÀ E  
CULTURA PER FIORISTI

**Editore**

Assofioristi  
Via Roverella, 1 - 47023 Cesena (FC)  
Tel. 0547,361739 - Fax 0547,610606  
e-mail: luisapieri@confesercenticesenate.com

**Direttore**

Patricia Mariangela Vasconi Pelloni

**Redazione**

Maria Luisa Pieri, Mario Gobbi,  
Mirna Peticari, Roberto Bianchi,  
Roberto Pietrangeli, Mario Selicato.

**Hanno collaborato**

Mario Selicato, Maria Luisa Pieri,  
Paola Broccoli, Mario Gobbi,  
Roberto Bianchi, Laura Longo,  
Gianni Mantovani, Alessandra Cellini.

**Impaginazione**

Il Digitale - Cesena

**Stampa**

Ramberti Arti Grafiche - Rimini

5

## Un Natale diverso

a cura di Paola Broccoli, Mario Gobbi, Roberto Bianchi

11

## Assorubrica

A cura di Alessandra Cellini

12

## Cesenatico: un mare di fiori e di poesie per i nonni

13

## Redazionale Faxiflora

14

## La nostra scuola protagonista in occasione della Festa Nazionale della Polizia di Stato

15

## 3 giorni di studio alla scoperta delle nuove tendenze

di Laura Longo

18

## Dai Corsi...

19

## Calendario dei Corsi



# Un Natale diverso...



Paola, Roberto e Mario vi presentano idee e proposte insolite, divertenti, assolutamente di tendenza. Vintage Glamour è il tema al quale si sono ispirati per incuriosire e attrarre il cliente.

Costruiamo velocemente addobbi naturali da proporre per l'albero di natale o per qualsiasi altro luogo da decorare. In questo caso Paola ha utilizzato un crisantemo verde, un fiore di tillandsia, perle, fili di lana e un cristallo di neve.

*Un  
Natale  
diverso...*



Foto - Marco Onofri - Cesena

*Un  
Natale  
diverso...*



Foto - Marco Onofri - Cesena

Un intreccio realizzato con materiale vegetale e filo di alluminio colorato, appoggiato su una splendida foglia i cui contorni sono stati in parte evidenziati con smalto rosa da unghie. Su tutto primeggia una wanda.

*Un  
Natale  
diverso...*

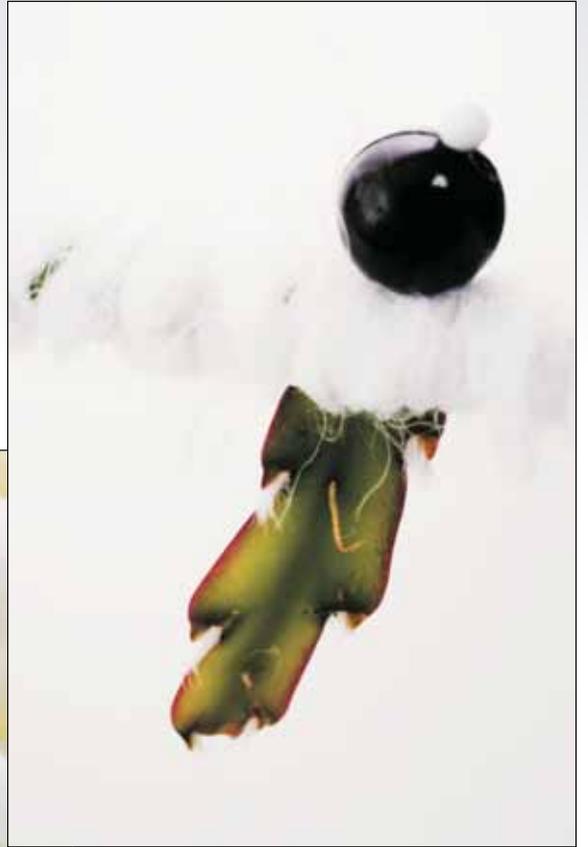


Foto - Marco Onofri - Cesena

*Un  
Natale  
diverso...*



*Un  
Natale  
diverso...*



Piccola composizione che ci riporta immediatamente all'idea del Natale tradizionale - intreccio di elementi naturali e bacche a ricreare un sottobosco arricchito con fili di lana bianca e neve artificiale - ma con un dettaglio glamour: la rosa posta al centro i cui petali sono stati dipinti con smalto per unghie.

*Masetti Loanna*

ARTICOLI PER FIORISTI

Via Del Pradello, 1/A  
47010 PIEVEQUINTA (FC) - ITALY  
Tel. +39 0543 729857  
Fax +39 0543 729857



## Psicologia di vendita

L'essere un buon venditore alle volte ha a che fare con la psicologia.

Certo, noi siamo semplicemente dei fioristi, ma spesso trattare con il cliente vuol dire capirlo più profondamente di quanto pensiamo. Ci sono dei piccoli accorgimenti, o dei piccoli trucchi, se così li vogliamo chiamare, che ci aiutano ad interpretare la persona che entra nel nostro negozio e che noi speriamo diventi un cliente.

La prima cosa è osservare attentamente l'aspetto, l'atteggiamento e il tono con cui risponde al nostro saluto.

Già da questi particolari possiamo capire in che modo comportarci nel momento in cui ci rivolgeremo a lui.

Facciamo però prima una distinzione. Le persone, in generale, possono essere raggruppate in tre grandi categorie, quella dei visivi, quella degli uditivi e quella dei cenestesici.

Ad ognuna di queste categorie dobbiamo rivolgere attenzioni differenti.

Un visivo avrà bisogno, per comperare, di vedere bene il prodotto, il colore, le sue peculiarità proprio davanti ai suoi occhi, un uditivo, invece, vorrà sentirsi raccontare le caratteristiche tecniche, oppure le possibilità di abbinamenti o qualsiasi altra cosa inerente l'oggetto del suo interesse. Un cenestesico dal canto suo avrà bisogno di poter toccare con mano, per lui, ad esempio, una foto su catalogo dirà ben poco. Ora vediamo come poter riconoscere a quale categoria appartiene una persona.

Osserviamo l'aspetto esteriore:

Gli appartenenti al primo gruppo (i visivi) avranno gran cura nel modo di vestire e saranno attenti alla ricercatezza dei particolari, i secondi (gli uditivi) avranno un abbigliamento dimesso o quasi trascurato, gli ultimi (i cenestesici) opteranno per abiti comodi, persino sportivi. Dopo aver prestato attenzione a questo possiamo iniziare a porre delle domande osservando la postura, il movimento degli occhi e il tono della voce.

In realtà la domanda da fare non deve essere per forza inerente al mazzo di fiori che noi vorremo vendergli, potremmo anche chiedere di che colore è il divano che ha in salotto...

La nostra bravura starà nel cogliere il repentino movimento degli occhi.

Chi li porta verso l'alto è un visivo, chi li muove lateralmente è un uditivo chi invece li dirige verso il basso è un cenestesico. Attenzione però a non porre domande chiuse, dove la risposta sarebbe solo sì o no, questo non ci darebbe molto spazio all'osservazione.

La postura è un altro importante indicatore. Chi sta bene eretto solitamente è un uditivo, il cenestesico tende a sporgersi in avanti, il visivo invece in dietro.

Generalmente quando serviamo un cliente non facciamo tutti questi ragionamenti ma andiamo per istinto, se però prestiamo attenzione a queste piccole sfumature impareremo ad ottimizzare il nostro tempo e a servire meglio il nostro cliente, sintonizzandoci subito sulla sua lunghezza d'onda.

Facciamo altri esempi.

Un visivo è attirato da ciò che vede, quindi si soffermerà a lungo davanti alle nostre vetrine, e noterà tutto quello che è ricercato e messo in bella mostra, amerà soffermarsi sulle cose in movimento come per esempio la fiamma di una candela. L'uditivo verrà colpito dalla musica di sottofondo, dai cartellini che raccontano tutte le informazioni sul prodotto o che indicano le tecniche di manutenzione.

Il cenestesico amerà toccare gli oggetti esposti, lasciandosi influenzare dalle sensazioni che derivano dal tatto.

Capire il tipo di persona che abbiamo davanti è davvero molto importante perché alle volte chi entra nel nostro negozio non lo fa sempre con l'intento di comprare, ma se noi siamo pronti a fargli vedere o sentire quello che lui inconsciamente desidera... come potrà resisterci?

# Cesenatico: un mare di fiori e di poesie per i nonni

**Grande successo per la manifestazione nazionale della 7ª edizione di "Un Fiore per voi" promossa per la Festa dei Nonni. Premiati mini poeti e scuole provenienti da varie parti d'Italia in una cornice d'eccezione per l'occasione addobbata da maestri e allievi Assofioristi**

Un mare di fiori, emozioni e poesie. Anche quest'anno, nonni al centro dell'attenzione nella manifestazione finale di "Un Fiore per voi", iniziativa che ha coinvolto le scuole elementari e medie in tutta Italia in occasione della Festa nazionale dei Nonni, confermata con legge nazionale il 26 luglio 2005 dal Parlamento italiano. In un'atmosfera di simpatia, Cesenatico ha accolto ed applaudito, presso l'antico Teatro Comunale gli allievi e le scolaresche premiati nella 7ª edizione del concorso organizzato da Comitato Festa dei Nonni, Okay! e Ufficio Olandese dei Fiori, con la collaborazione di Assofioristi ed il patrocinio del Comune di Cesenatico e dell'Ufficio Turismo.

I mini poeti e le rappresentanze scolastiche premiate per i disegni e per le esperienze

didattiche hanno partecipato ad un singolare evento che ha animato due giornate della celebre località balneare dell'Emilia Romagna. Le poesie premiate erano state scelte da una giuria tra le circa 5.000 composizioni pervenute. Nel Teatro Comunale, sono sfilati, emozionantissimi, allievi ed allieve, le cui composizioni sono state declamate da Giulia Struzziero.

Nel corso della cerimonia, condotta da Roberto Alberghetti, direttore di "Okay!", ospiti e personalità hanno portato il saluto ai premiati sottolineando il significato della Festa. Erano presenti, tra gli altri, Wim Van Meeuwen e Charlie Landsdorp dell'Ufficio Olandese dei Fiori.

Splendido il Teatro Comunale, addobbato dai maestri e allievi Assofioristi con fiori e

piante della Cooperativa "Rose e Fiori" di Bagnacavallo. Una intera giornata di lavoro per il gruppo Assofioristi composto dalle allieve Lara e Maria e gli insegnanti Mirna Perticari, Paola Broccoli, Mario Gobbi, Roberto Bianchi e Marco Tosi. Ai nonni presenti sono stati consegnati omaggi floreali realizzati nel corso di un laboratorio dagli alunni della Scuola primaria "Ada Negri" tenuto dall'insegnante Assofioristi Mario Gobbi coadiuvato dal direttore organizzativo della Scuola Maria Luisa Pieri. Momenti di suspense, a chiusura della serata, per l'assegnazione tra i mini poeti del super premio, un viaggio soggiorno in Olanda, offerto dall'ufficio Olandese dei Fiori.

## Festa dei Nonni

2 Ottobre



Da sinistra Lara Giovannini, Maria Zambelli con gli insegnanti Paola Broccoli, Mario Gobbi e Roberto Bianchi intenti alla costruzioni dei mazzi realizzati per la serata delle premiazioni presso il teatro comunale di Cesenatico.



Alcuni bambini al lavoro con l'insegnante Mario Gobbi in occasione del laboratorio floreale.



# Redazionale



faxiflora

FIORI IN TUTTO IL MONDO



L'appartenenza ad un network internazionale è di fondamentale importanza per un'organizzazione come Faxiflora in quanto significa offrire ai propri clienti un servizio completo: vuol dire non solo avere la possibilità di trasmettere ordini in tutto il mondo, bensì far parte di una rete dinamica di ricezione ordini che assicura lavoro in esecuzione ai fioristi che ne fanno parte.

Faxiflora da alcuni anni Agente Teleflor International (TI Intl.), gruppo mondiale per le trasmissioni floreali, in occasione del 35°mo Congresso annuale tenutosi a Berlino lo scorso settembre 2006, ha ottenuto la nomina di MEMBER socio



Maria Basso e Ivano Alessandria di Faxiflora ricevono il prestigioso riconoscimento da Tom Butler Presidente della Teleflor U.S.A.

Votante che rappresenta l'Italia nel mondo, una carica riservata ad una minoranza che si è conquistata grazie alla serietà dei propri associati ed alla trasparenza sul trattamento degli ordini. Il nuovo ruolo richiederà un continuo impegno ed una partecipazione attiva per il raggiungimento di nuovi traguardi mondiali necessari a garantire l'indiscussa fama di "serietà professionale" che la Teleflor International Intl. si è saputa guadagnare con milioni e milioni di clienti che inviano e ricevono omaggi floreali in ogni parte del Mondo.

Teleflor International Intl. durante il congresso ha inoltre assegnato a Faxiflora, il prestigioso riconoscimento SHEILA ALLENBY - AGENT OF THE YEAR AWARD 2005, agente dell'anno, che si aggiudica l'organizzazione che ha raggiunto il maggior incremento di ordini internazionali. Il trofeo è stato consegnato dall'attuale Presidente Tom Butler, presidente della Teleflor USA, il gigante dei fiori che conta oltre 28.000 fioristi associati.

Tra gli impegni futuri Faxiflora è stata chiamata a partecipare al congresso mondiale della TI Intl. che si terrà nel 2007 a Tokio - Giappone, in concomitanza con la manifestazione floreale TOY - Teleflorist of the Year, che premierà con questo titolo il vincitore di una competizione su temi floreali e vedrà la partecipazione di concorrenti in arrivo da tutti i Continenti compresa l'Europa e l'Italia.

Ancora una volta Faxiflora si è distinta come leader nella trasmissione floreale non solo in Italia ma nel mondo, grazie alla puntualità e al contributo dei fioristi associati ed alla competenza del proprio organico, che insieme hanno contribuito al raggiungimento di prestigiosi traguardi dimostrando di essere in grado di soddisfare qualsiasi richiesta collegata alla consegna di un omaggio floreale a distanza.



# *La nostra Scuola protagonista in occasione della Festa Nazionale della Polizia di Stato*

Particolari dello splendido addobbo realizzato in occasione della Festa Nazionale della Polizia di Stato, a Pesaro il 29 settembre scorso. L'allestimento scelto e realizzato dalla maestra Assofioristi Luana Regini e i suoi collaboratori Lorena Regini, Alexandra Iscaro ed Eleonora Ciacci per il Teatro Rossini, prevedeva quattro grandi decorazioni all'ingresso del teatro realizzate con fiori intrecciati con verdi e fronde. I fiori disposti in altezze diverse davano una grande sensazione di leggerezza. All'interno del teatro invece è stato realizzato un ricchissimo bordo di fiori lungo 12 mt. di grande impatto scenografico, al centro del quale sono stati inseriti per un metro e mezzo verso la platea, dei tappeti realizzati con fiori e bacche dai colori autunnali resi leggeri dai movimenti delle calle.

Per il Duomo di Pesaro è stata realizzata una bellissima decorativa morbida con effetto di trasparenze.

Merito del successo dell'addobbo, la professionalità della maestra di Assofioristi e dei suoi collaboratori e degli splendidi materiali gentilmente concessi dal mercato dei fiori di Sanremo. Bacche di rose, fronde e foglie bellissime e fiori di grandissima qualità hanno certamente semplificato il lavoro.



# 3 giorni di studio alla scoperta delle nuove tendenze

Dal 18 al 20 settembre scorso, si è tenuto, nella sede didattica della Scuola a Cesena, un meeting di aggiornamento riservato agli insegnanti Assofioristi, sulle tendenze della moda 2007 nel campo dell'arte floreale.

All'incontro ha partecipato Marc Mignon, belga di origine ma "europeo" per formazione e cultura. Fiorista egli stesso in passato, oggi Marc Mignon è dimostratore per L'Ufficio Olandese dei Fiori, responsabile acquisti per grandi gruppi, insegnante apprezzato e richiesto in tanti paesi europei: un professionista dalla mentalità aperta, fresca, dinamica e dai modi molto coinvolgenti.

I lavori del meeting si sono aperti con una nota allarmante: il fatto, cioè, peraltro già noto a tutti, che grandi gruppi commerciali stanno invadendo anche il mercato dei fiori con articoli a prezzi molto concorrenziali. Di fronte a questo problema, un obiettivo del meeting è diventato anche quello di ragionare intorno a soluzioni innovative per rilanciare il negozio del fiorista.

Aprire la mente, trasformarci, ecco ciò che in tre giorni abbiamo cercato di fare. Ed è stato molto entusiasmante. "Osare" è stato il sentimento che ci ha coinvolti tutti. Così abbiamo discusso di nuove strategie di vendita, come il negozio "monotematico", che propone, cioè, un solo articolo (per esempio, solo rose o solo orchidee). Abbiamo analizzato soluzioni più adattabili, a parer mio, alle realtà più piccole, come l'affiancamento del fiorista ad altri esercizi tipo bar, edicole, librerie, pasticcerie, ecc. Abbiamo ragionato, insomma, su come rinnovare l'immagine del fiorista anche "uscendo fuori", come dice Marc, dal negozio tradizionale trasformandolo in qualcosa di originale e di diverso.

E abbiamo ragionato di tattiche per attirare la nostra clientela nel negozio, a partire da quella di stupire, di incuriosire, di intrigare... Ecco la proposta di mettere in vetrina, per esempio, piante e fiori non comuni con la loro descrizione, o piante e fiori comuni ma presentati in maniera accattivante, ricercando comunque soluzioni che attirino, incuriosiscano e trattengano il nostro cliente, e che, fatto il primo passo per fermarlo, lo incoraggino poi ad entrare. Ecco allora la necessità, per esempio, di un articolo "civetta", bello, originale ma di poco costo, con il prezzo chiaro e ben



visibile, anche perché il momento economico non è dei migliori e un negozio troppo raffinato potrebbe scoraggiare il cliente invece di intrigarlo. Nel corso del meeting, sono stati anche realizzati vari lavori, tra cui un divertentissimo "sushi" floreale che invitava ad essere mangiato. Un'idea simpatica, da proporre nelle più svariate occasioni, anche come omaggio per i nostri clienti a scopo pubblicitario.

Ma veniamo all'argomento centrale del meeting: le tendenze della moda 2007 in campo floreale, che possono essere così riassunte: forme molto decadenti, intriganti, ricche di simbolismi e provocazioni, colori molto intensi ed abbinati per contrasto (bianco e nero).

Per la primavera i colori saranno chiari, freschissimi, da proporre su un fondo bianco o nero. Ci saranno croci, simboli religiosi, corone e tutto ciò che rispecchia la natura e richiama la spiritualità. Per l'estate i colori saranno blu, rosa, turchese con contrasti e abbinamenti da paradiso fantastico; trofei, piume e corna, tutto fa provocazione e genera energia e curiosità.

Per l'autunno i colori saranno rosa, viola, marrone cioccolato, nero. I lavori dovranno dare una sensazione di decadenza, di seduzione, di potenza, di trasgressione. Via libera quindi a tatuaggi, piercing, cioccolati colanti e smalti dai colori brillanti.

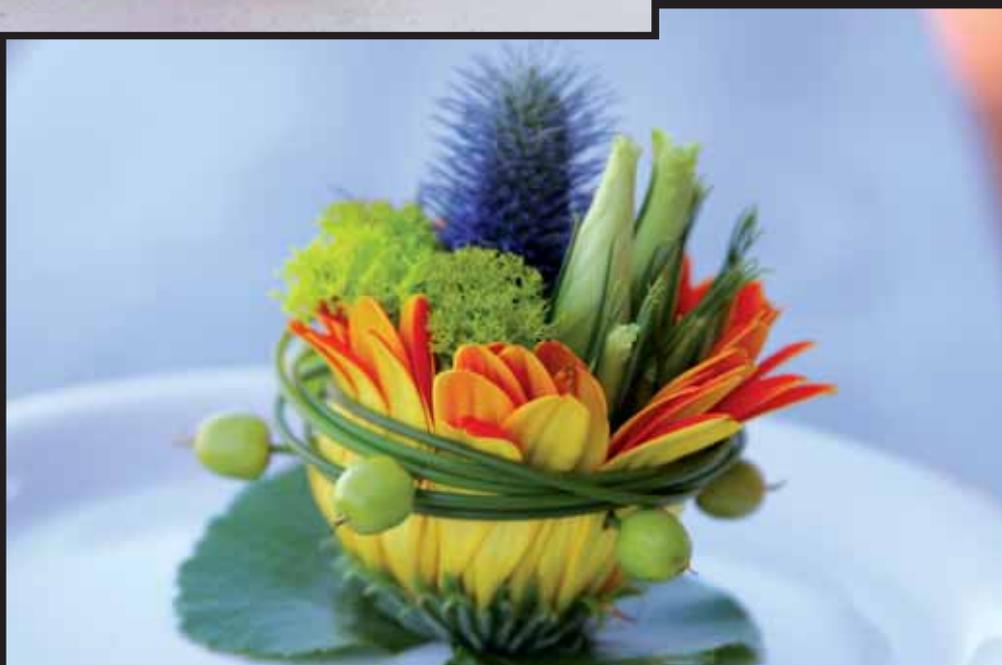
Per l'inverno è stata proposta una perfezione geometrica con un contrasto moderno fra bianco e nero e l'accostamento di un unico colore, rosa e viola chiari, con uno spruzzo di argento e un accenno di grigio-verde. Uno stile neoclassico che ci riporti ad elementi eleganti, raffinati stile Napoleone o Maria Antonietta. Tutto deve dare la sensazione di essere stato costruito da uno scultore.

Tutta questa innovazione, tutta questa apertura a nuove soluzioni, ci ha scatenato nella mente una vera e propria "brain storming" (tempesta nel cervello), come la definisce Marc Mignon. Le idee, insomma, ci sono state date. Ora tocca a noi!

Laura Longo



3 giorni di studio  
alla scoperta  
delle nuove tendenze



3 giorni di studio  
alla scoperta  
delle nuove tendenze



L'arte di comporre un bouquet.



26 • 27 • 28  
gennaio  
2007

**SANREMO  
PALAFIORI**



Il 26 - 27 - 28 gennaio 2007, al Festival dei Fiori di Sanremo, si esibiranno i fioristi di tutta Europa. Come grandi artisti, doseranno i colori e sceglieranno le forme, mettendo in scena lo spettacolo della composizione floreale.

FILIZIO CRESPI & ASSOCIATI



[www.festivaldeifiori.it](http://www.festivaldeifiori.it)

# DAI CORSI

## Riceviamo da un corsista di Reggio Emilia

Non vorrei essere ripetitivo, ma devo proprio farlo .... dopo l'esperienza entusiasmante del primo modulo anche nel secondo sono rimasto molto colpito dalle cose che ci sono state impartite dai nostri insegnanti (Stefanella e Gianni) che con la loro professionalità di sempre si sono riconfermati ottimi trasmettitori sia di tecnica che di proprie esperienze professionali, stimolando e spronando anche le mie idee a riguardo. Potrei inoltre aggiungere che questi corsi non sono unicamente validi per l'apprendimento basilare di noi fioristi, poiché durante l'iter c'è un continuo dialogo e scambio di impressioni tra corsisti e insegnanti e viceversa.

L'unica nota di disappunto è che il numero dei partecipanti al secondo modulo si è ridotto un po' un vero peccato ..... ovviamente per chi non ha voluto procedere in questo cammino non facile e anche dispendioso, ma fondamentale per chi vuole intraprendere il mestiere di fiorista, mettendo anche a rischio il proseguimento dei corsi da parte di chi vuole arrivare fino in fondo.

Un ringraziamento dovuto all'Assofioristi e al Cescot di Reggio Emilia.

**Loldi Alessandro (corsista)**  
La Bottega del Fiore Cavriago (RE)



L'insegnante Marco Tosi e l'allievo insegnante Adamo Pruneti con il gruppo di allievi del 2° modulo base a Prato.



Il gruppo di allievi al termine dell'impegnativo monografico sul matrimonio a Verona con gli insegnanti Severino Bovolenta e Gianni Mantovani.



Tutti con il bouquet in mano gli allievi di Severino Bovolenta al termine del corso sul matrimonio ad Aulla presso la ditta Luniflor

# I CORSI ASSOFIORISTI

Le date, i contatti, i programmi dei prossimi mesi

## GENNAIO

7/10	2° base Latina	Severino Bovolenta 349 7468680
7/10	1° base Jesolo	Giuliana Scaranto 0421 93589
14/17	le feste di primavera Aulla	Cristina 0187 421695
14/17	1° base Cesena	Mirna Peticari 338 5880737
14/17	3° base Firenze	Adamo Pruneti 333 6604123
15/18	3° base Verona	Gianni Mantovani 045 7100355
15/18	3° base Sassari	Gavino Casu 335 1385258
21/24	1° base Firenze Signa	Adamo Pruneti 333 6604123

## FEBBRAIO

4/5	incarti e decori Sassari	Gavino Casu 335 1385258
18/21	3° base Latina	Severino Bovolenta 349 7468680
18/21	il matrimonio Cesena	Mirna Peticari 338 5880737
18/21	il mazzo legato nuove tendenze Firenze Signa	Adamo Pruneti 333 6604123
18/21	1° base Nuoro	Gavino Casu 335 1385258
19/22	1° specializzazione Verona	Gianni Mantovani 045 7100355
25/28	1° base Perugia	Dock articoli per fioristi 075 5990750
25/28	mazzo legato nuove tendenze Sassari	Gavino Casu 335 1385258

## MARZO

18/21	Mazzo legato nuove tendenze Frosinone	Elio Ardovini 347 5464412
18/21	1° base Bergamo	Cescot 035 312312
18/21	1° base Cagliari	Gavino Casu 335 1385258
11/14	composizione piante Cesena	Mirna Peticari 338 5880737
11/14	specializzazione Firenze Signa	Adamo Pruneti 333 6604123
11/14	composizione piante Sassari	Gavino Casu 335 1385258
12/15	mazzo legato Verona	Gianni Mantovani 045 7100355
25/28	tendenze 2007 Cesena	Mirna Peticari 338 5880737
25/28	mazzo legato nuove tendenze R. Emilia	Cescot 0522 920168

## APRILE

15/18	Il matrimonio Latina	Severino Bovolenta 349 7468680
16/19	2° specializzazione Verona	Gianni Mantovani 045 7100355
22/25	composizioni piante Frosinone	Elio Ardovini 347 5464412

## MAGGIO

6/9	1° base Latina	Severino Bovolenta 349 7468680
6/9	1° specializzazione Cesena	Mirna Peticari 338 5880737

FLO-W®

F L O W E R  
W A T E R  
S Y S T E M

VASCHE REFRIGERATE  
PER LA CONSERVAZIONE  
DEL FIORE RECISO



Art&Art studio - Stefano Pillaro

FLO-W SYSTEM PRESENTA LA

nuova **LINEA BASIC:**

LE MEDESIME PRESTAZIONI E CARATTERISTICHE  
DELLA LINEA DESIGN CON UN RISPARMIO DEL

**40%**



[avorio]

RAL 1015 AVORIO CHIARO



[giallo]

RAL 1012 GIALLO LIMONE



[verde]

RAL 6021 VERDE PALLIDO



[2 colori]

RAL 6021 + RAL 9006

Numero Verde 800 618 667

[www.flo-wsystem.it](http://www.flo-wsystem.it) | [info@flo-wsystem.it](mailto:info@flo-wsystem.it)

Distribuito in esclusiva da: Gruppo Internazionale TF srl