

Qui Viterbo**Il mestiere del fioraio cambia veste, adesso bisogna specializzarsi pure in design e marketing**

VITERBO -Creatività, competenze imprenditoriali e una preparazione che comprende anche il marketing. Figure emergenti, gli stilisti floreali sono i fioristi di ultima generazione che sanno allestire una scenografia floreale che cattura l'attenzione. Con grande manualità, creatività, gusto e le necessarie conoscenze botaniche. I corsi di formazione, le strade per intraprendere il nuovo mestiere e tutti i segreti in un libro di Malcovati e Parrini

Non solo matrimoni. Il campo dell'organizzazione di eventi offre possibilità di lavoro sempre più ampie e crea professionalità sempre più specializzate. Una di queste è il flower designer, una nuova figura un po' stilista e un po' scenografo dei fiori. Al flower designer dedicano un libro (edito da FrancoAngeli, pagg. 160, 19 euro) Simona Malcovati e Chara Parrini, due wedding planner (nel 2005 hanno creato una loro agenzia, la Chicchi d'arancio) che negli ultimi anni hanno assistito all'evoluzione del classico fiorista. "Quella del flower designer è una figura emergente – dice Simona Malcovati –, i fioristi tradizionali hanno capito quanto sia centrale negli eventi l'elemento floreale".

Il floral o flower designer deve essere in grado di occuparsi di tutto ciò che ha a che fare con fiori,

piante e decorazioni profumate. "Le caratteristiche di cui non può fare a meno – continua Simona Malcovati – sono una grande manualità e la creatività, il gusto, le capacità artistiche e le conoscenze botaniche necessarie per allestire una scenografia floreale che catturi l'attenzione". Cura per i dettagli ed esperienza nella botanica sono indispensabili per intraprendere questa carriera. Ma non bastano.

"Il floral designer è una professione che non si può improvvisare. Bisogna prepararsi attraverso corsi di formazione che durano vari anni ed essere pronti ad un investimento economico iniziale per lanciare la propria attività", aggiunge Simona Malcovati. Non si tratta dunque di un lavoro "solamente" creativo: servono competenze imprenditoriali e una preparazione a 360° che comprende anche il marketing. Per ridurre i costi, molti stilisti floreali lavorano come freelance senza avere una sede fissa, ma per un giovane che si avvia alla professione può essere utile partire con l'apertura di un negozio, che dà più visibilità e aiuta a trovare i primi contatti.

È necessaria poi una spiccata ricettività verso le esigenze dei clienti, che in genere si rivolgono al flower designer in momenti chiave della propria vita e desiderano essere soddisfatti sotto una molteplicità di punti di vista.

