

ICT per le Organizzazioni

a.a. 2023/2024

L'Anthurium Fioreria



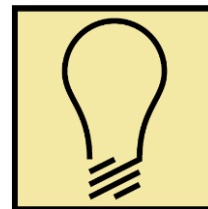
Membri del team ¹		
Nome	Matricola	Indirizzo E-mail

¹ RIMUOVERE LA NOTA: Il team leader è il primo nella lista

² RIMUOVERE LA NOTA: Numero Massimo di pagine del documento 20

³ RIMUOVERE LA NOTA: Struttura del documento fissata. Non è possibile modificarla in alcun modo

Strategia



Overview del prodotto

Titolo: L'Anthurium Fioreria – Piante e Fiorista

Owner: L'Anthurium Fioreria Srl

Breve descrizione del sito: Il sito fornisce descrizioni complete dei servizi offerti e prodotti venduti; come allestimenti floreali, bouquet o piante. Inoltre, qualora si volesse personalizzare il prodotto scelto, prenotare un appuntamento o ricevere informazioni più dettagliate, il cliente può direttamente mettersi in contatto tramite il sito oppure inviando una mail o telefonando. Il cliente ha la possibilità di acquistare direttamente online e comodamente da casa piante, bouquet o vasi grazie al servizio e-commerce, in modo da ricevere il prodotto direttamente a casa o di farli recapitare facilmente.

Business Goal: Il sito dell'Anthurium Fioreria, fruibile da un vasto pubblico diversificato, vuole mettere in contatto diretto il cliente con il negozio e diventare un punto di riferimento online per tutti gli amanti dei fiori. Il sito ha come obiettivo principale quello di aumentare le vendite e massimizzare il numero di ordini attraverso l'e-commerce, aumentare il numero di addobbi per eventi e matrimoni offerti dal negozio e rafforzare la riconoscibilità del brand offrendo contenuti di valore e una user experience unica.

Lista tasks:

- *Chi siamo, cosa facciamo* (link social, descrizione dell'attività)
- *Shop prodotti* (es. fiori, piante);
- *Servizi offerti* (allestimenti matrimoni, vendita fiori e piante, composizioni floreali, consegna a domicilio);
- *Galleria foto allestimenti realizzati*;
- *Contattare il fioraio per uno specifico ordine o incontro* (telefono, mail/form);

Competitors

Dall'analisi dei siti competitor per l'Anthurium Fioreria troviamo:

- **Interflora:** azienda leader nella consegna di piante, fiori e regali a domicilio in tutta Italia. Il sito si presenta ben strutturato, chiaro ed intuitivo e tra i principali punti di forza troviamo la presenza di un'ampia gamma di prodotti che offre ai clienti una scelta più ampia in grado di rispondere alle reali esigenze del cliente e la possibilità di consegna express (<https://www.interflora.it/>).
- La **Primula Fioreria** è uno dei negozi più conosciuti nella provincia di Chieti ed è specializzato in allestimenti floreali per matrimoni. Il sito offre un'ampia gamma di servizi, tra cui una sezione e-commerce e la personalizzazione del servizio, inoltre, la piattaforma appare ben strutturata, elegante e facile da navigare (<https://www.primulafiori.it/>)
- **Faieta fiori lab** è un rinomato negozio di fiori abruzzese nella provincia di Pescara specializzato nella vendita di fiori e piante anche online. Ha un sito facile da utilizzare e ha prestato attenzione all'ottimizzazione dei contenuti. Il sito da sia la possibilità di vedere la pagina degli allestimenti per matrimoni che di acquistare online. Inoltre, offrono anche il servizio di personalizzazione e la possibilità di essere contattati per eventuali cambiamenti. (<https://www.faietafiori.it/>)

Ricerca sull'utente

I clienti che ricercano l'Anthurium Fioreria sono utenti che amano sostenere le piccole attività locali e che ricercano la creatività nelle composizioni, la particolarità del prodotto e la personalizzazione dei servizi senza rinunciare alla qualità. Al contempo questi utenti vogliono avere la possibilità di acquistare online approfittando di sconti e promozioni, senza però rinunciare all'assistenza diretta e al contatto con il fiorista per suggerimenti e consigli.

Pertanto il sito dell'Anthurium Fioreria per rispondere a questi bisogni e raggiungere gli obiettivi fornisce:

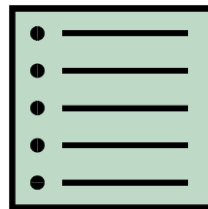
- **Informazioni relative alla storia del negozio e dei diversi prodotti e servizi che il negozio offre.** Nel sito vengono riportate la storia del negozio e la descrizione dei prodotti e dei servizi, offrendo informazioni dettagliate, rendendo nota ad esempio la consegna a domicilio;
- **Da all'utente la possibilità di personalizzare i loro ordini.** Tramite i recapiti telefonici e il form di contatto disponibile sul sito, si darà la possibilità all'utente di contattare il negozio qualora si volesse personalizzare la composizione o l'idea regalo con specifiche richieste;
- **Facilita il processo di acquisto.** Dare a tutti gli utenti amanti dei fiori l'opportunità di acquistare direttamente online, grazie ad un servizio e-commerce semplice e intuitivo;
- **Riporta promozioni e offerte speciali.** Aggiornare il sito con promozioni e sconti speciali.

Per raggiungere questi obiettivi il negozio punta a creare un sito con un sistema di navigazione facile, intuitivo e che riflette al contempo la brand Identity del negozio. Attraverso l'ottimizzazione del sito per i motori di ricerca con strategie mirate in ottica SEO si vuole fare in modo che i contenuti siano cliccati e di valore, aumentando il numero di visitatori che atterrano sul sito tramite ricerca organica.

Persone

 <p>Laura Bianchi Età: 42 anni Occupazione: Marketing Manager Stato civile: Sposata, con due figli adolescenti Reddito familiare: 35.000€ Località: San Vito (CH), Italia</p> <p>Background: Laurea in economia aziendale e master in Digital Marketing</p> <p>Hobby: Ama prendersi cura della sua casa</p> <p>Profilo tecnico: Utilizza frequentemente la tecnologia; Iphone 14; connessione Internet DSL; 10-12 ore a settimana online</p> <p>Utilizzo di Internet: Usa spesso internet sia per lavoro che a casa per intrattenimento, shopping</p>	<p>Obbiettivi</p> <p>Voglio trovare un negozio di fiori di fiducia che offra una varietà di fiori freschi e di alta qualità.</p> <p>Voglio un negozio di fiori che mi dia la possibilità di ordinare online per maggiore comodità.</p> <p>Esigenza personale:</p> <p><i>"Desidero decorare casa con fiori freschi per creare un ambiente accogliente e piacevole"</i></p> <p><i>"Ama regalare fiori ad amici e familiari in occasioni speciali."</i></p>	<p>Siti Preferiti</p> <p>Pinterest: Per scoprire idee e ispirazioni su decorazioni floreali e design d'interni.</p>  <p>Arredamento.it: Per trovare idee su come arredare la casa.</p>  <p>Amazon: Per l'acquisto di accessori e decorazioni per la casa, compresi vasi e altri complementi d'arredo.</p> 
 <p>Carolina Pirro Età: 28 anni Occupazione: Impiegata amministrativa Stato civile: Nubile Reddito familiare: 23.000€ Località: Pescara (CH), Italia</p> <p>Background: Laurea in economia aziendale</p> <p>Hobby: Adora fare shopping online e ballare</p> <p>Profilo tecnico: Spesso è sui social; Xiaomi Redmi Note 13 Pro; connessione Internet DSL; 4 ore al giorno</p> <p>Utilizzo di Internet: Usa spesso internet sia per lavoro che a casa per intrattenimento, shopping</p>	<p>Obbiettivi</p> <p>Voglio trovare un negozio di fiducia che mi segua passo passo nell'allestimento del mio matrimonio</p> <p>Voglio fare una ricerca online e se riesco prenoto una consulenza con un fioraio</p> <p>Esigenza personale:</p> <p><i>"Voglio trovare un fioraio che mi ascolti e capisca qual è l'allestimento che vorrei per il mio grande giorno "</i></p> <p><i>"Voglio che il mio fioraio realizzi composizioni eleganti e raffinate."</i></p>	<p>Siti Preferiti</p> <p>Pinterest: Per raccogliere tante idee per il matrimonio e allestimenti</p>  <p>zara.it: Per acquistare online vestiti e accessori.</p>  <p>Amazon: Per l'acquisto prodotti per la quotidianità</p> 
 <p>Alessandro Cerrone Età: 29 anni Occupazione: Professore di Filosofia Stato civile: Single Reddito familiare: 27.000€ Località: Paglieta (CH), Italia</p> <p>Background: Laurea magistrale in Filosofia</p> <p>Hobby: Leggere, fare sport e guardare partite con gli amici</p> <p>Profilo tecnico: Utilizza frequentemente la tecnologia; SAMSUNG Galaxy S24; connessione Internet DSL; 3-4 ore al giorno</p> <p>Utilizzo di Internet: Usa spesso internet per guardare serie TV</p>	<p>Obbiettivi</p> <p>Voglio trovare un negozio di fiori che mi dia la possibilità di prenotare e personalizzare l'ordine.</p> <p>Ho bisogno di un negozio che mi consigli e che faccia recapitare i fiori in giornata.</p> <p>Esigenza personale:</p> <p><i>"Vuole sorprendere la sua migliore amica con un regalo speciale."</i></p> <p><i>"Non è un esperto di fiori, ma pensa che siano sempre un'ottima idea regalo"</i></p>	<p>Siti Preferiti</p> <p>Netflix.it: Per guardare film e serie TV su un dispositivo connesso a</p>  <p>dazn.it: per vedere in streaming online tutte le partite della stagione.</p> 

Scopo



Funzionalità

- Il contenuto del sito che si andrà a sviluppare sarà in italiano e l'aspetto del sito sarà conforme alle linee guida della brand Identity aziendale;
- Verrà inserita la galleria foto con esempi di allestimenti floreali, accessori e idee sposa;
- Verrà realizzata la pagina dei contatti, in modo da dare all'utente la possibilità di chiamare o scrivere al negozio per prenotare una consulenza, chiedere consigli e molto altro;
- All'utente si darà la possibilità di effettuare il Login;
- L'utente avrà la possibilità di mettere nel carrello i prodotti e di completare un ordine nella pagina del checkout;
- Link che riportano alle pagine social per vedere altri lavori e idee del negozio;

Scenari

Scenario 1: Laura

Laura vorrebbe decorare la sua casa con fiori freschi per creare un ambiente accogliente e piacevole, ma a causa del lavoro e gli impegni quotidiani ha poco tempo per andare fisicamente in un negozio di fiori. Accendendo al sito dell'Anthurium Fioreria è da subito colpita dalla facilità di navigazione e nella sezione "Shop" trova tanti prodotti che gli piacciono e una serie di bouquet che si abbinano perfettamente al suo arredamento di casa e non perde tempo, l'aggiunge nel carrello e procede all'acquisto. Completa l'ordine facilmente grazie alla funzione di pagamento veloce e sicuro e poco dopo riceve una conferma via mail con il dettaglio dell'ordine e la data di consegna. Grazie a questa esperienza semplice e positiva, Laura trova nel sito il suo negozio di fiducia.

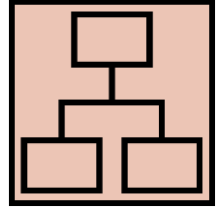
Scenario 2: Carolina

Carolina ha 28 anni e sta per sposarsi. Ha già scelto la chiesa, la location e il vestito, ma adesso le manca il fiorista. Visitando il sito web del negozio trova subito una sezione dedicata agli allestimenti floreali, con una galleria di foto con diversi esempi di allestimenti per matrimoni e vede subito che lo stile dei fiorai rispecchia perfettamente i suoi gusti e prenota una consulenza grazie al Form di contatto.

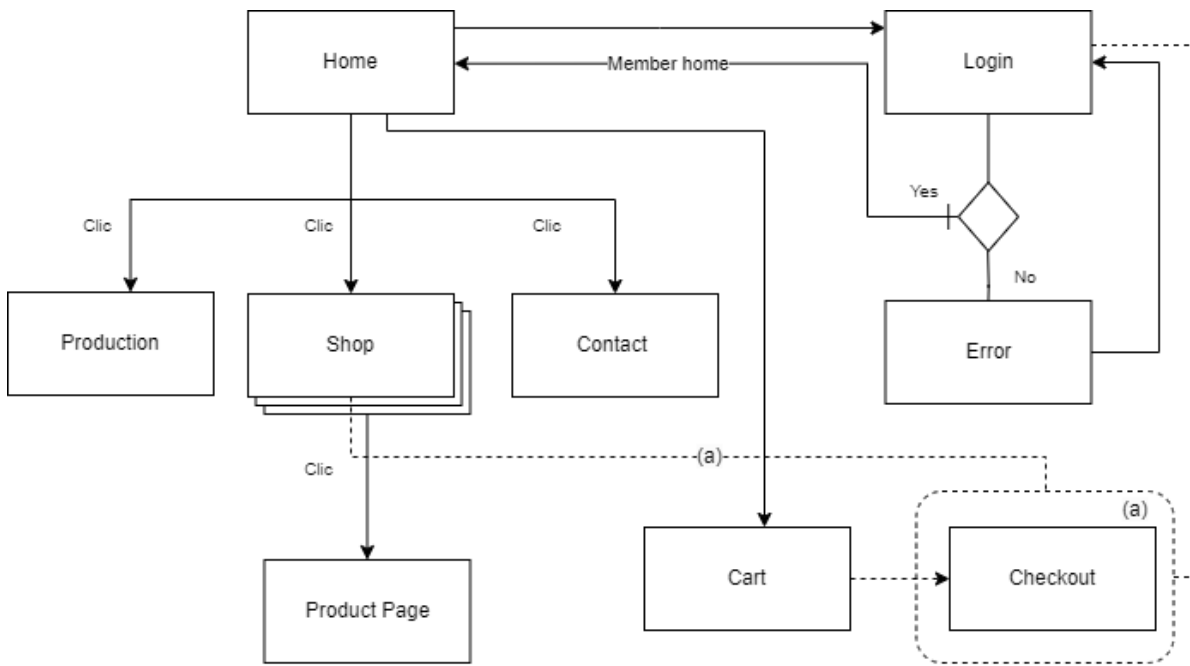
Scenario 3: Alessandro

Alessandro deve fare un regalo alla sua migliore amica che fa trent'anni e le vuole fare una sorpresa per il suo compleanno. Pensa che un mazzo di fiori sia un'ottima idea, ma non è un grande esperto di fiori. Facendo una ricerca sul online atterra sulla pagina dell'Anthurium Fioreria. La pagina è user friendly e ricca di dettagli e ad Alessandro che non è un grande esperto piace fin da subito. Tuttavia, per avere qualche consiglio e paura che il regalo non arrivi in tempo, preferisce scrivere direttamente al negozio e prenotare tramite il form di contatto. Una volta essersi confrontato con il fioraio e aver dato tutte le informazioni e i dati di consegna, si assicura che il bouquet arrivi in tempo.

Struttura



Modello Navigazionale.



a) Area accessible only to logged-in users

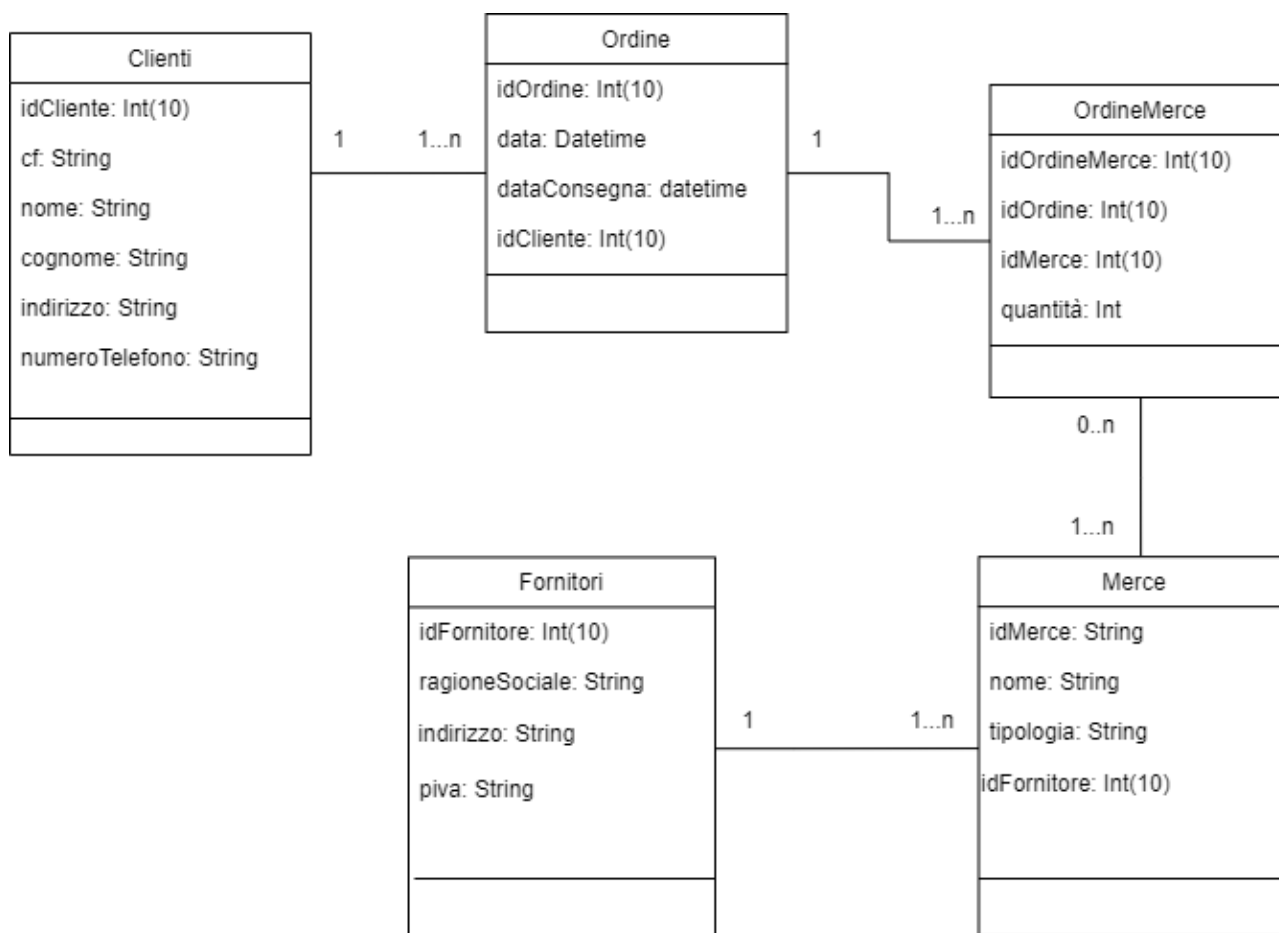
Descrivendo il potenziale comportamento dell'utente e il modo in cui può navigare attraverso lo spazio informativo dell'Anthurium Fioreria, si noti come il punto di partenza sia la **"Home Page"**. I connettori che partono da quest'ultima, indicano la direzionalità e mostrano che da questa pagina l'utente può prendere quattro direzioni diverse, ovvero andare nelle pagine relative al Login, Production, Shop e Contact.

Nella sezione del diagramma dedicata al **"Login"** è possibile notare la presenza di un punto decisionale che descrive il seguente comportamento: se il login viene eseguito correttamente, l'utente torna alla Home Page del sito e viene riconosciuto come membro (la barra trasversale sulla freccia indica che il movimento a ritroso non è consentito). Qualora invece il login fallisce a causa di un errore (es. errore nell'inserimento delle credenziali) si verifica un **"Error"** che reindirizza nuovamente l'utente alla pagina di **"Login"**. Inoltre, qualora la registrazione avvenga con successo, un connettore decisionale collega la pagina del Login anche all'area condizionale che comprende il **"Checkout"**

Dalla Home, inoltre con un clic è possibile passare alla pagina **"Production"** destinata agli allestimenti ed eventi realizzati dal negozio, mentre sempre con un clic si può atterrare nella pagina dei **"Contact"** che permette di reperire tutti i dati necessari per mettersi in contatto con l'Anthurium Fioreria.

Lo **"Shop"** indica un gruppo di pagine aventi la stessa funzionalità, contenenti i prodotti venduti dal negozio. È possibile visualizzare i dettagli di ogni prodotto tramite il connettore che collega lo "Shop" alla "Product Page", che contiene le informazioni specifiche di ciascun prodotto. Il diagramma mostra inoltre come sia possibile accedere al "Cart" del sito, il quale è collegato da un connettore condizionale al "Checkout" che è all'interno dell'area condizionale.

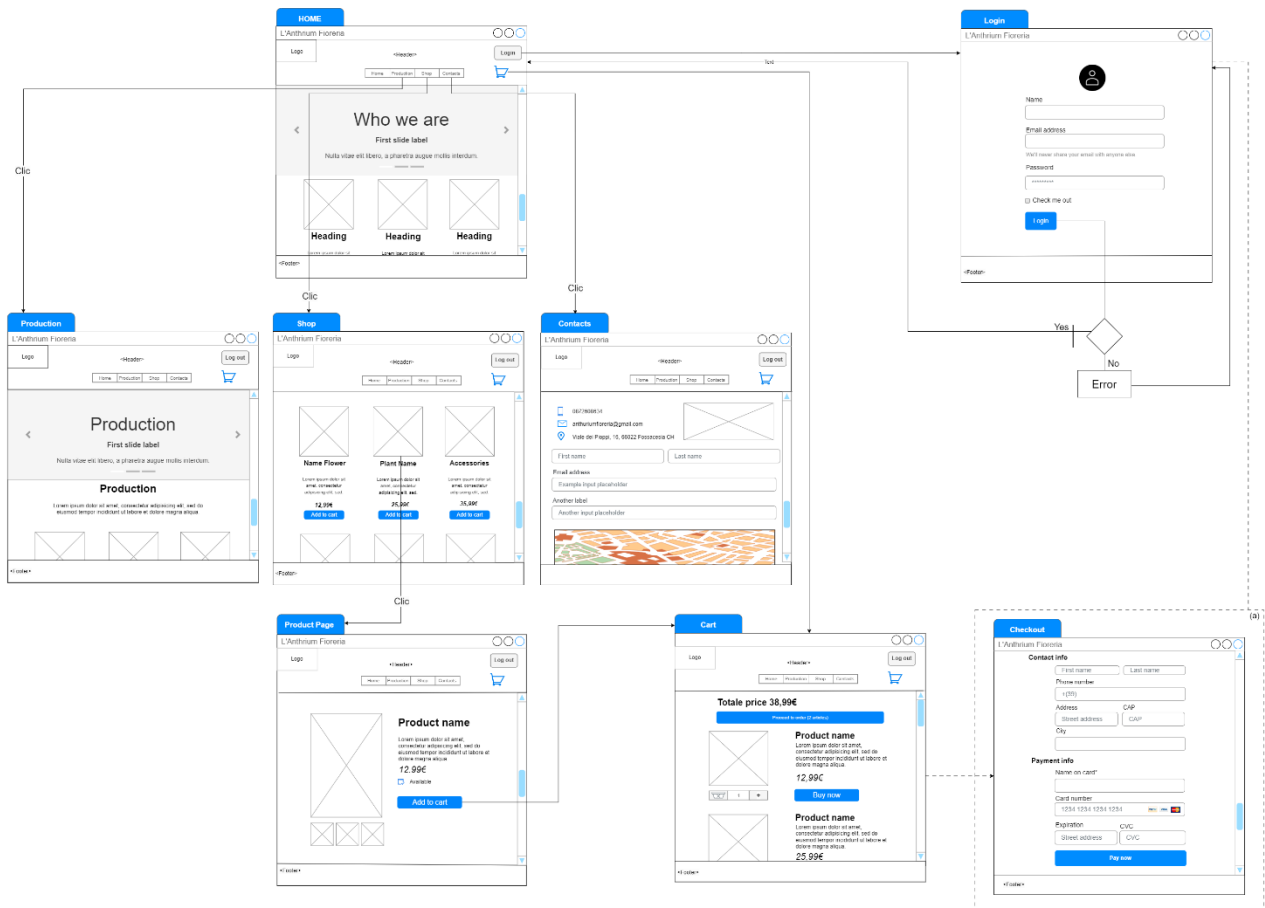
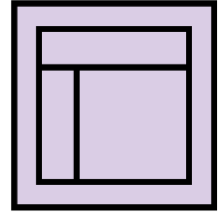
Data / Domain model



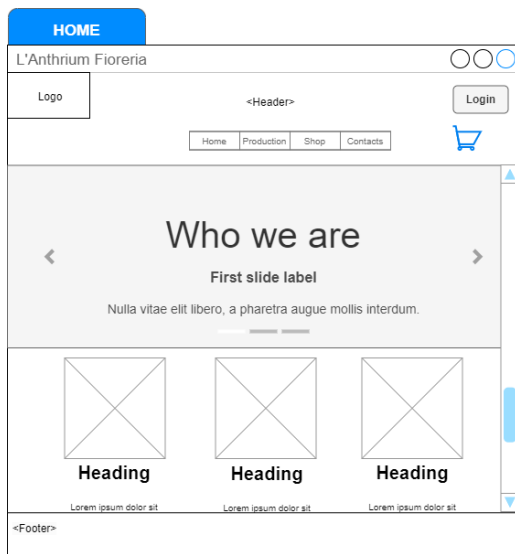
La realtà modellata dell'Anthurium Fioreria rappresenta una porzione del negozio dove ci sono dei clienti che possono effettuare un ordine e all'interno di questi ordini sono offerte delle merci. Nello specifico abbiamo la classe **Cliente** che presenta i seguenti attributi: un ID Cliente, un CF (Codice Fiscale), un nome, un cognome, un indirizzo ed un numero telefonico. Ogni istanza di **Cliente** poi è in relazione con uno o più oggetti della classe **Ordine**. La classe Ordine include gli attributi ID ordine, data, data di consegna ed ID cliente, quest'ultimo per indicare il cliente associato all'ordine. L'entità Ordine è inoltre collegata alla classe **Ordine merci** che contiene gli attributi ID Ordine merci, ID ordine, ID merci e quantità. L'entità Ordine merci è in relazione con l'entità **Merce**, che include gli attributi ID merci, nome, tipologia e l'ID del fornitore. Infine, ogni classe Merce è associata alla classe **Fornitori** che ha come attributi ID fornitore, ragione sociale, un indirizzo e una partita iva.

Per quanto riguarda le relazioni, nel diagramma dell'URL Class diagram dell'Anthurium Fioreria la prima relazione che abbiamo è quella tra **Cliente** e **Ordini** in una relazione uno a molti. Questo significa che un singolo Cliente può avere uno o più ordini, mentre un Ordine ha un solo cliente. C'è poi una relazione uno a molti tra **Ordine** e **Ordini merci** dove ogni ordine può essere associato a uno o più Ordini merci, mentre un singolo Ordine merci è legato a un solo Ordine. **Ordini merci** e **merci**, invece, presenta una relazione di tipo molti a molti, questo significa che Ordine merci può avere da zero a più merci e le merci possono appartenere a più Ordini merci. Infine, tra **Merce** e **Fornitori** c'è una relazione uno a molti, questo perché un fornitore ha tante merci, ma la merce è associata a uno e un solo fornitore.

Scheletro



a) Area accessible only to logged-in users



Home

L'utente che accede al sito viene accolto direttamente nella Home Page, progettata per essere intuitiva e user-friendly. L'header, visibile in tutte le pagine, presenta il logo dell'Anturium Fioreria in alto a sinistra, che funge da link alla Home, facilitando il ritorno alla pagina principale da qualsiasi sezione. Al centro, un menù di navigazione che include le sezioni Home, Production, Shop e Contact. A destra, invece, si trovano il pulsante di login per accedere all'area riservata e il carrello degli acquisti. Sotto l'header, uno slider di benvenuto con immagini e un breve testo introduttivo accoglie gli utenti. Il corpo del sito, composto da immagini, testo e call to action, è pensato per fornire informazioni generali, coinvolgere l'utente e guidarlo attraverso il contenuto. Infine, il Footer che offre link per un rapido accesso a risorse e servizi, comprese le

pagine social dell'azienda.

Login

L'Anthurium Fioreria

Name

Email address

We'll never share your email with anyone else.

Password

Check me out

Login

<Footer>

Login

La pagina del "Login" permette agli utenti di iscriversi al sito e di accedere facilmente alle aree riservate come il "Checkout".

Per procedere alla registrazione è necessario che l'utente compili il form di contatto presente sulla pagina, strutturato in modo semplice e intuitivo. Una volta inserite le credenziali il sistema passa alla fase di autenticazione e se inseriti correttamente, il sito reindirizza l'utente nella Home. Qualora invece si verifichi un errore, il sito rimanda l'utente nuovamente nella pagina di "Login", permettendogli di reinserire le credenziali o recuperare i dati.

Production

L'Anthurium Fioreria

Logo

<Header>

Log out

Home Production Shop Contacts

Production

First slide label

Nulla vitae elit libero, a pharetra augue mollis interdum.

Production

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

<Footer>

Production

La pagina "Production" presenta da subito un grande immagine accattivanti e un messaggio breve che cattura l'attenzione degli utenti. Sotto l'immagine viene riportato un testo descrittivo relativo alle modalità di esecuzione dei lavori, alle tecniche usate, ai materiali scelti. Ovviamente, i testi ottimizzati in ottica SEO per facilitare l'indicizzazione.

Questa pagina è pensata per degli ipotetici sposi alla ricerca di idee. Pertanto presta immagini ispiratrici e contenuti utili. L'obiettivo è quello di instaurare un legame emotivo con gli utenti tale che li portino a cliccare sulla call to action "Contacts" e prenotare un appuntamento conoscitivo con il negozio.

Contacts

L'Anthurium Fioreria

Logo

<Header>

Log out

Home Production Shop Contacts

0872608634

anthuriumfioreria@gmail.com

Viale dei Pioppi, 16, 66022 Fossacesia CH

First name

Last name

Email address

Example input placeholder

Another label

Another input placeholder

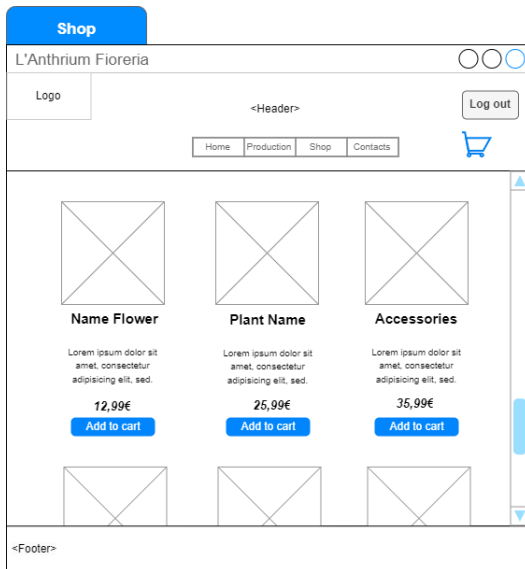
<Footer>

Contacts

La pagina relativa ai contatti è progettata per garantire una comunicazione efficace e un reperimento immediato delle informazioni del negozio da parte dell'utente.

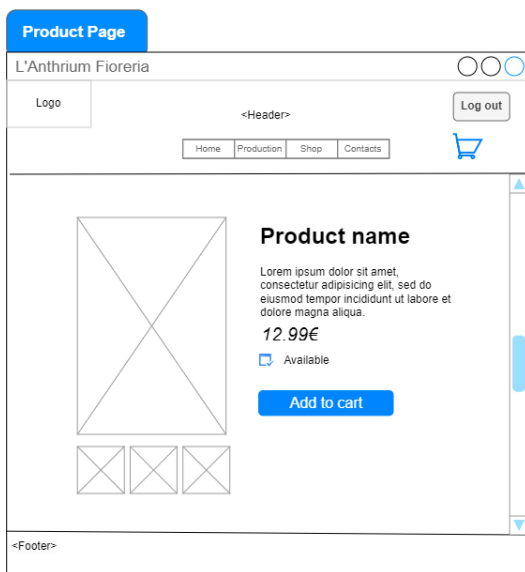
Questa pagina è composta dal numero, l'indirizzo e-mail e la via del negozio con annessa una mappa per mostrare la posizione.

Infine, un form per mettersi in contatto con il negozio e prenotare appuntamenti o cose simili.



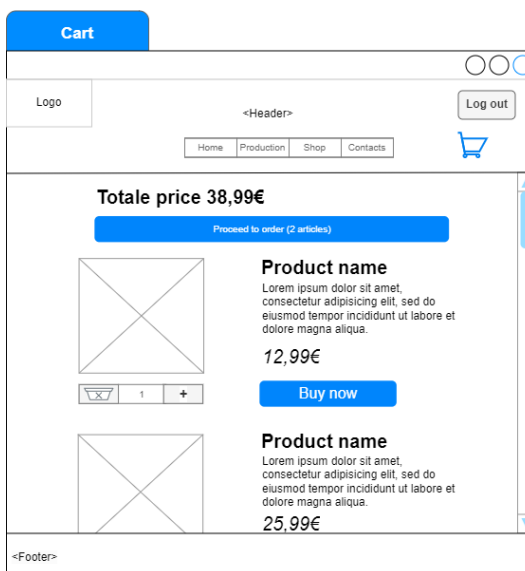
Shop

Lo “Shop” rappresenta una delle principali sezioni del sito e da all’utente una panoramica completa dei diversi prodotti del negozio. Questo spazio è pensato per quegli utenti amanti dei fiori, che sono alla ricerca di un negozio che dia loro l’opportunità di acquistare online in modo facile e veloce. Pertanto, la pagina è strutturata in modo tale che l’utente abbia la possibilità di scegliere dall’ampia lista di prodotti e individuare quello di cui hanno bisogno, raccogliendo informazioni di base per mezzo delle immagini, nome del prodotto e il prezzo. Da qui il consumatore ha sia la possibilità di aggiungere nel carrello l’articolo per acquistarlo, ma può anche approfondire e avere maggiori informazioni cliccando sull’immagine, che rimanda nella pagina “Product Page”.



Product Page

Nello spazio relativo al Product Page l’utente vede chiaramente i dettagli dell’articolo che gli interessa e lo spazio è organizzato in modo tale da facilitare il reperimento di queste informazioni. La Product Page offre una panoramica completa e dettagliata, include foto che permette di vedere più nel particolare il prodotto, vengono riportate tutte le informazioni relative al nome, una descrizione approfondita in ottica SEO e il prezzo, includendo eventuali sconti. Anche in questo spazio viene dato all’utente l’opportunità di aggiungere nel carrello il prodotto seguendo la call to action “Add to cart”.



Cart

La UI del carrello è progettata per essere chiara e intuitiva. La pagina include liste di prodotti con elementi come immagini, nomi, quantità, prezzi e pulsanti per modificare o rimuovere gli articoli e il pulsante per procedere al checkout. L’obiettivo è quello di offrire un’esperienza semplice e veloce, consentendo agli utenti di aggiungere, rimuovere e modificare articoli con pochi clic e avere una visione organica di quello che stanno acquistando.

Dopo aver aggiunto un prodotto nel carrello dalla pagina dello “Shop” o da quella del “Product Page”, gli utenti possono accedere facilmente a questa area tramite l'icona del carrello posizionata nell'header. La scelta di posizionare il carrello nella parte più alta del sito non è casuale, infatti, l’obbiettivo è quello di garantire che il pulsante sia sempre

visibile, permettendo un accesso rapido e immediato in qualsiasi momento.

The screenshot shows a web browser window titled "Checkout" for the store "L'Anthrיום Fioreria". The form is divided into two main sections: "Contact info" and "Payment info".

Contact info:

- First name:
- Last name:
- Phone number:
- Address: CAP:
- City:

Payment info:

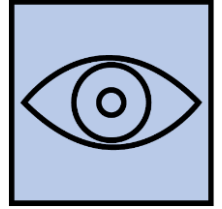
- Name on card*:
- Card number: (with logos for American Express, Visa, and Mastercard)
- Expiration: CVC:

A blue "Pay now" button is located at the bottom of the form. A footer area contains the text "<Footer>".

Checkout

La pagina del Checkout è lo step finale dove i clienti hanno accesso solo se loggati. Qui l'utente procede con l'effettuare il pagamento e finalizzare l'acquisto degli articoli. Pertanto gli è richiesto di fornire i propri dati personali come la via, la città, il numero, ma soprattutto le credenziali di pagamento. Una volta inseriti i dati e le informazioni, la transazione viene portata a termine qualora l'utente clicca sul bottone "Pay now"

Superficie



Anthurium Fioreria
PIANRE E FIORI



#D8C6C8



#E5DFDA



#CBD9E4



#B2B8A2



#876E5C

Aa

Playfair Display

Aa

Open Sans

tradizione



eleganza



natura

L'obiettivo nella realizzazione dell'identità visiva dell'Anthurium Fioreria è stata quella di esprimere l'eleganza e contemporaneità dell'attività. Questa scelta si riflette nei font, nei colori e nel logo dell'attività che descrive perfettamente questa fusione tra tradizione e modernità.

La scelta dei font e la combinazione di Playfair Display e Open Sans sono il primo elemento da cui si può percepire questa intenzione. **Playfair Display** utilizzato per i titoli, richiama all'autorevolezza del negozio, alla sua professionalità e rimanda all'idea della storicità del negozio. Mentre il font **Open Sans** senza grazie e con linee leggere utilizzato per il corpo del sito, vuole conferire modernità e leggibilità al sito così da garantire un'esperienza unica all'utente.

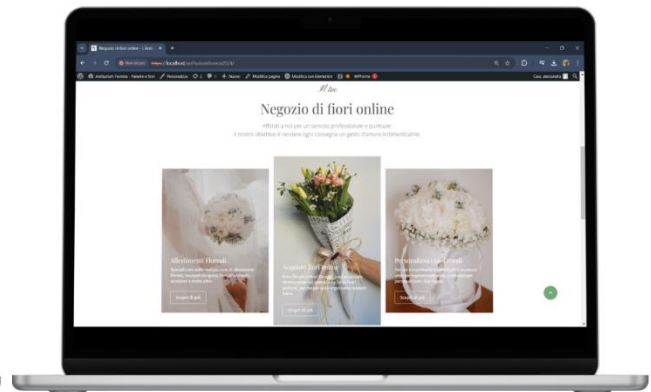
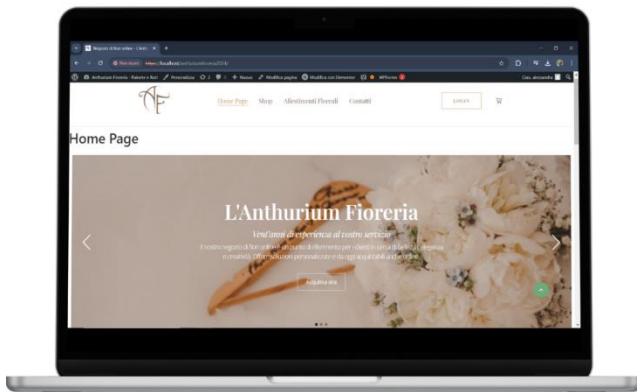
La palette di colori, invece, si rifà alle sfumature naturali dei fiori, dai colori delicati e rosei delle peone (#E5DFDA) al verde che ricorda le foglie (#B2B8A2), l'azzurro polvere (#CBD9E4) e i toni neutri del beige e marrone (#D8C6C8, #876E5C) che riprendono i dettagli utilizzati dal negozio per realizzare gli allestimenti e composizioni. Ogni colore è stato scelto per evocare eleganza e raffinatezza e per creare un'armonia cromatica.

Anche nel logo dell'Anthurium Fioreria si può percepire questo senso di eleganza, modernità ma allo stesso tempo storia e affidabilità. La scelta del logo circolare infatti non è casuale, in quanto l'obiettivo era proprio quello di trasmettere sicurezza e continuità, un concetto che continua e che viene riportato anche nelle grazie della curvatura delle iniziali del logo.

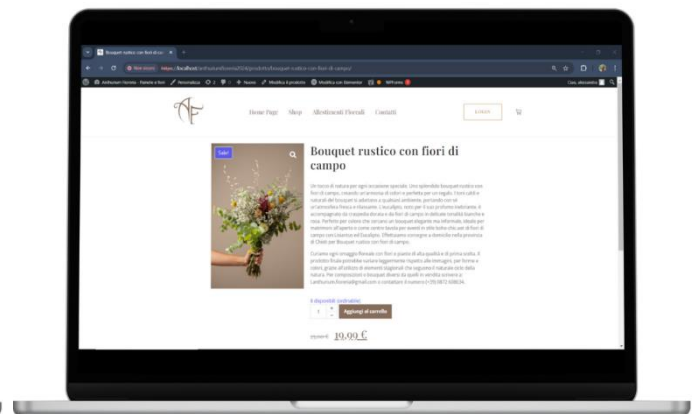
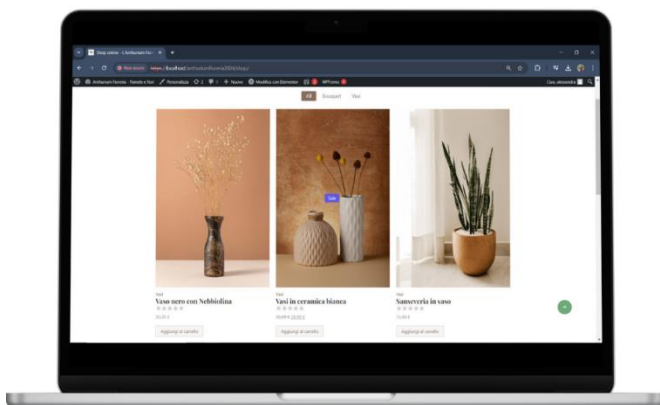
Hi-Fi wireframe del sito:

Nota: Gli studenti dell' a.a. 2024/25 devono far riferimento all'Homework 2 per questo punto

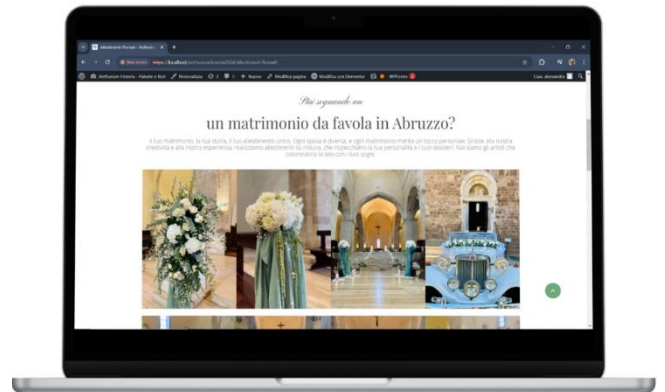
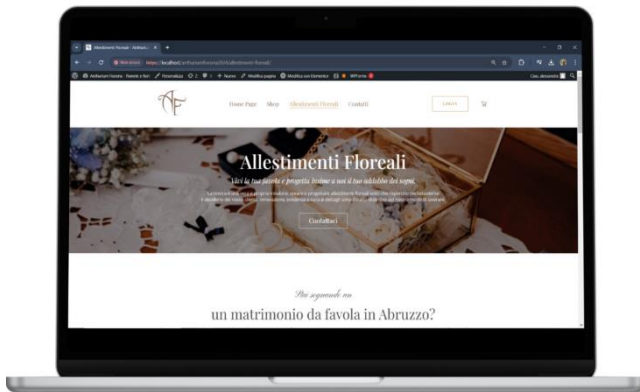
1. Home page



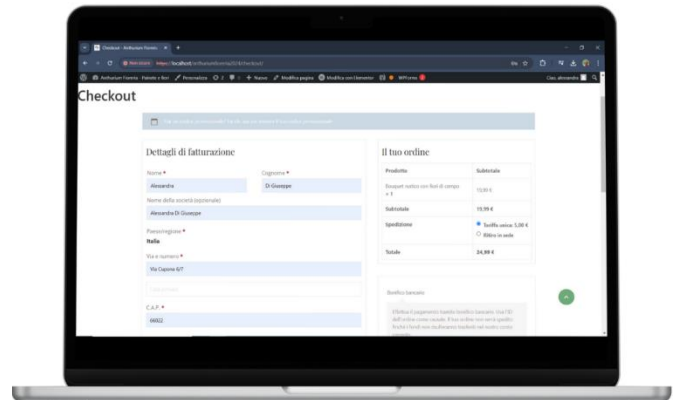
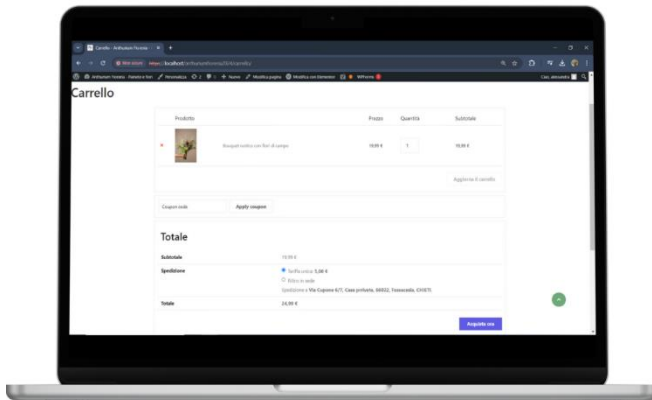
2. Shop e pagina prodotti.



3. Pagina degli allestimenti Floreali con relativa galleria foto.



4. Pagina del carrello e del Checkout



5. Pagina dei contatti

