

La startup fondata dall'imprenditore anglo-siciliano Paolo Coniglio-Pringle si propone di rivoluzionare il settore dell'e-commerce floreale: abbonamenti settimanali, packaging ecologico e costi abbattuti

di Antonio Giordano

l'era in cui viviasi rinnovano di settimana in settimana per consentirci di usufruire di

anzoni, film, ora cadenza regolare, o quello di whisky anche fiori: se che ogni tre mesi recapita a casa tre assaggi

mo è quella degli Le modalità in cui Flovly.it, startup nata abbonamenti, a Palermo nel giugno dell'anno scorso, dei servizi che ha deciso di posizionarsi nel campo della vendita di fiori, sono inedite: Flovly.it non ha negozi e vende solo attraverso il suo e-commerce, e la formula di abun catalogo, c'è chi cerca di portare bonamenti settimanali la mette nell'approccio al pay-per-stream nel più le condizioni di inviare fiori freschi e fisico dei mondi. Come il negozio di vecomposizioni sempre nuove ai propri stiti, che per una cifra periodica manda clienti. La startup nasce dall'intuizione a casa magliette, pantaloni e intimo a dell'ingegnere Paolo Coniglio-Pringle,

presidente di Flovly.it e professionista di strategia e business development palermitano, con origini britanniche. È in Flovly.it c'è molta Inghilterra: "Mia madre, inglese, è sempre stata amante dei fiori freschi - racconta - e del decorare, e questa passione è arrivata anche a me. Per questo, tra l'altro, i fiori che recapitiamo ai nostri clienti e le composizioni che offriamo loro sono parecchio inusuali, almeno per il mercato italiano: il fatto è che metà di noi soci vive o ha vissuto nel Regno Unito, dove c'è un modo diverso di vivere i fiori. Solo per fare un esempio usiamo molto la brassica, che in Italia è poco diffusa, e in generale ci ispiriamo molto alla tradizione inglese. che è molto diversa da quella italiana". La startup palermitana ha scelto di vendere solo tramite e-commerce: "La nostra azienda nasce per rispondere alle persone che hanno l'esigenza o la voglia di avere a casa o in ufficio o in albergo fiori sempre freschi, per cui invece di andare dal fiorajo, sceglierli e trasportarli, si abbonano al nostro servizio, Flovly.it garantisce - continua Coniglio - la comodità del recapito direttamente a casa e due cose fondamentali: qualità dei fiori molto più alta e una grande varietà, dato che il cliente ha sempre nuove composizioni ogni settimana".

In questo modo Flovly.it riesce ad abbattere diversi costi e ad essere competitiva sul mercato. La produzione su abbonamento permette di sapere in anticipo di quanti fiori ci sarà bisogno per la composizione della settimana successiva e dunque consente all'azienda di operare senza magazzino. "Non sono escluse le composizioni singole e gli ordini una tantum - dice Coniglio - solo che vengono trattate in modo diverso. Con la stessa cura del dettaglio e la stessa qualità, ovviamente, ma con dei prezzi leggermente

Un modo diverso di stare su un mercato che comunque è molto dinamico. Proprio dalla constatazione dell'alto

numero di fiorai in ogni città italiana è in un cartone che poi riprendiamo la nata l'idea di una startup che offrisse fiori in abbonamento.

Su questo mercato sempre vitale Flovly.it tiene a crearsi una propria identità: "Siamo del tutto diversi da altri servizi di fiori a domicilio - dice Coniglio - che in realtà sono più delle reti di fiorai che recapitano delle composizioni da scegliere su un sito. Noi pensiamo e mettiamo insieme i fiori per le nostre composizioni ed è tutto gestito da noi.

L'obiettivo è crearsi un'identità forte nel mercato dei fiori: Vogliamo costruire un brand ma anche uno stile di vita rendendo un lusso accessibile - continua - le persone sceglieranno i nostri fiori perché sono parte di uno stile. Il nostro packaging è al cento per cento ecologico, confezioniamo i fiori

settimana successiva, come succedeva in Inghilterra con il latte, e poi nella confezione c'è la guida per costruire la composizione della settimana, con un nome diverso per ogni confezione. A Capodanno ad esempio volevamo dare risalto all'Italia per il riconoscimento avuto dall'Economist nel 2021 e avevamo una composizione tricolore chiamata Viva l'Italia, mentre a Natale c'era il mazzo Merry Christmas.

Da Palermo, Floyly, it progetta di allargarsi alle principali città italiane: "In questo momento riforniamo clienti solo dove abbiamo una base logistica, ma puntiamo alle grandi città: Roma, Milano, Venezia, Firenze, Torino. E Flovly.it è una piattaforma aperta alla possibilità di altri investitori interes-







72 ILOVE Suilia ILOVE Suilia 73