**Bloovery, la startup che digitalizza il mercato floricolo lancia una campagna di equity crowdfunding**

***Bloovery****, la soluzione digitale che sta cambiando il modo in cui fiori e piante vengono esportati, venduti e distribuiti in Europa apre la sua campagna di equity crowdfunding: nei primi giorni di raccolta oltre 100.000 euro di adesioni.*

*L’obiettivo è quello di connettere in modo digitale i produttori ed i rivenditori del settore floreale attraverso le nuove tecnologie diventando leader nel settore per far ripartire piccoli e grandi produttori dopo il tracollo conseguente all’emergenza sanitaria.*

Quello florovivaistico è un settore che **solo in Italia vale 2,5 miliardi di euro l’anno**: ma ora, proprio nel suo momento di massima produzione, è messo in ginocchio dalle misure nazionali e internazionali per contrastare l’emergenza sanitaria, con milioni di fiori che finiscono al macero e l’esportazione di fiori completamente bloccata a seguito del fermo delle aste olandesi che ad oggi rappresentano uno snodo cruciale della filiera floro-vivaistica.

Un momento di grande discontinuità che avrà delle conseguenze anche una volta passata l’emergenza e richiede un necessario cambio di parametri in un mercato che sembrava immutabile e che sconta una strutturale arretratezza tecnologica lungo tutta la filiera: sarà necessario concentrare alcuni player, accelerare verso la dematerializzazione delle aste dei fiori e del commercio B2B e di conseguenza ottimizzare le spedizioni, riducendo costi di trasporto ed emissioni di CO2.

Proprio con l’obiettivo di innovare il settore e dare l’opportunità ai produttori nazionali di ripartire con più forza nel post-emergenza, **Bloovery**, la startup che vuole cambiare il modo in cui fiori e piante vengono esportati, venduti e distribuiti in Europa, lancia ora su [**Mamacrowd**](https://mamacrowd.com/project/bloovery) una campagna di **equity crowdfunding** che punta a raccogliere 300.000 euro. Nella prima settimana, la raccolta di Bloovery ha già superato i 100.000 euro di adesioni da parte degli investitori.

La raccolta è attiva fino 27 maggio dando così la possibilità di investire nel progetto di Bloovery e diventarne soci a tutti gli effetti, grazie a un processo facile, completamente online e vigilato da Consob.

Bloovery è riuscita ad inserirsi nel contesto dell’industria floreale all’ingrosso con lo scopo di innovare un settore tradizionale come quello dei fiori attraverso le nuove tecnologie, semplificando la user experience dei clienti e connettendo in modo digitale i produttori ed i rivenditori del settore floreale. Il tutto grazie all’introduzione di una piattaforma che rende semplice ed immediata l’esperienza di acquisto e il controllo delle spedizioni, abbattendo sprechi di merce, tempo e denaro.

La startup è in grado di servire tutti i fioristi, anche i più piccoli e periferici, cui permette di effettuare ordini tramite un catalogo digitale di oltre 15.000 articoli. Inoltre è la **prima piattaforma direttamente collegata alle aste olandesi dei fiori, dalle quali ogni giorno transita il 60%** della produzione mondiale. I cataloghi sono sincronizzati in tempo reale, con valutazioni precise del miglior prezzo disponibile, permettendo così ai clienti di risparmiare fino al 30%.

Inoltre, i prodotti sono tracciati e consegnati tramite una logistica end-to-end che combina vettori di import/export con trasportatori specializzati nella distribuzione. Il tutto senza richiesta di un minimo d’ordine e attraverso un’esperienza d’acquisto totalmente in self-provisioning, dalla registrazione fino al pagamento dell’ordine.

“*Bloovery è la novità più interessante in un settore ad alto potenziale di innovazione che* ***vale 14B€ in Europa e 9B€ soli 5 mercati principali****. In un momento di grande sofferenza, siamo certi che sarà ancora più importante puntare ad un’evoluzione tecnologica del settore*”, **afferma Simone Guzzetti,** CEO e co-founder di Bloovery. “*Una piattaforma come Bloovery può rappresentare un asset strategico per i produttori nazionali ma anche per i player più piccoli, per ripartire con più forza e avere maggiori margini sulle fioriture di giugno ed estive*”.

I fondi raccolti tramite la **campagna di equity crowdfunding su Mamacrowd** saranno utilizzati per completare lo sviluppo della piattaforma e della tecnologia per l’automazione della logistica e permettere a Bloovery di approdare nei primi due mercati europei, Francia e Spagna. Inoltre, obiettivo futuro è quello di creare la prima asta dei fiori digitale, accedendo così ai due mercati più grandi, UK e Germania. Il proposito più ambizioso è quello di continuare a crescere fino a diventare il riferimento in Europa per la vendita e la distribuzione di fiori all’ingrosso.

[Press kit](https://www.dropbox.com/sh/0j82lpif9bv2d86/AABEeQJ3HivhZHPo_B7EMn4Qa?dl=0)