

THE BEST OF FRENCH CULTURE

AUGUST 2019

FRANCE-AMÉRIQUE

BILINGUAL

PANNONICA,
THE BARONESS OF JAZZ

ROMAIN GARY,
AN AMERICAN LIFE

THE U.S. SKYLINE,
A FRENCH VISION



Guide TV5Monde

Volume 12, No. 8 USD 8.00 / C\$ 10.60



0 8

Ode à la rose

LIVREUR DE FLEURS À LA FRANÇAISE

Flower Delivery à la Française

By Clément Thiery / Translated from French by Alexander Uff

© Ode à la Rose

Le business model d'Ode à la Rose, une entreprise de livraison de fleurs fondée en 2012 par deux Français à New York, repose sur deux concepts : élégance française et rapidité. Disponible dans le nord-est des États-Unis et à Chicago, le service sera bientôt étendu au Texas et à la Floride.

Le lundi est le jour le plus important de la semaine chez Ode à la Rose. C'est le jour où sont livrés les clients professionnels. Chaque semaine, des bouquets ronds à la française – mêlant des fleurs de différentes tailles comme les pivoines, les tulipes et les renoncules et des feuillages comme l'eucalyptus et les gypsophiles – apportent de la couleur aux halls d'immeubles et aux réceptions d'hôtels, aux restaurants, aux boutiques de luxe et aux bijouteries de la Cinquième Avenue.

Pour honorer ces commandes, trois fleuristes sont à l'œuvre au premier étage d'un bâtiment industriel sur la 28^e Rue Ouest, le marché aux fleurs de Manhattan. Un premier employé réceptionne les fleurs fraîches, des roses rouges, jaunes, violettes, mauves, et coupe les tiges à l'aide d'un massicot. La plupart des fleurs sont achetées via un intermédiaire en Équateur, en Colombie et aux Pays-Bas ; quelques fleurs des champs proviennent de l'État de New York, du New Jersey, de la Pennsylvanie et de la Caroline du Nord. Deux autres employés sont affectés à la confection des bouquets, qui seront livrés dans une boîte de carton rose spécialement conçue : même si le colis est renversé, le vase antifuite ne perdra pas son contenu !

Au pied d'un convoyeur, six bouquets attendent d'être expédiés. L'un est destiné au Metropolitan Opera ; les autres sont peut-être adressés à Madonna, à Lady Gaga, à Charlotte Gainsbourg ou à Diane von Furstenberg, une cliente régulière. Quelques 150 bouquets sont réalisés chaque jour dans l'atelier new-yorkais d'Ode à la Rose (qui possède aussi un atelier à Chicago) : ils seront livrés le même jour à Manhattan et à Brooklyn et le jour suivant pour les autres adresses sur la Côte Est.



Les co-fondateurs d'Ode à la Rose : Louis Brunet (à gauche) et Olivier Plusquellec devant leur atelier dans le quartier du marché aux fleurs à New York. © Floorn

Éviter les déceptions à la livraison

« C'est l'une des spécificités de notre entreprise : nous livrons des bouquets de qualité, dans de l'eau et en moins de 24 heures », explique Louis Brunet, ancien analyste financier chez Natixis et co-fondateur d'Ode à la Rose avec Olivier Plusquellec. Autre spécificité : chaque client reçoit une photo de son bouquet au moment où il est expédié. On évite ainsi les mauvaises surprises.

« La livraison de fleurs est un secteur dans lequel il y a beaucoup de déception », observe Louis Brunet. « C'est encore plus vrai aux États-Unis qu'en France, où il existe un savoir-faire historique et une tradition du fleuriste de quartier. Les bouquets français sont aussi plus sobres avec des couleurs pastel, du blanc et du vert, du rouge et du rose. Aux États-Unis, les mariages sont souvent... moins attendus ! »

The co-founders of Ode à la Rose: Louis Brunet (left) and Olivier Plusquellec in front of their workshop at the flower market in New York. © Floorn

The business model of Ode à la Rose, a flower delivery company founded by two French entrepreneurs in New York City in 2012, is based on the dual concept of French elegance and speed. Available across the northeast of the United States and in the Chicago area, the service will soon be expanded to Texas and Florida.

Monday is the most important day at Ode à la Rose. This is when corporate clients have their flowers delivered. Every week, round French-style bouquets blending different sizes of flowers, including peonies, tulips, and buttercups, and greenery such as eucalyptus and gypsophila, add color to entrance halls, hotel lobbies, restaurants, luxury boutiques, and jewelry stores on Fifth Avenue.

To meet all their orders, three florists work tirelessly on the second floor of an industrial building on West 28th Street, Manhattan's flower district. The first employee receives the fresh flowers, featuring red, yellow, purple, and mauve roses, among others, and trims the stems with a cutter. Most of the flowers are purchased from intermediary companies in Ecuador, Colombia, and the Netherlands. Certain varieties are sourced from New York State, New Jersey, Pennsylvania, and North Carolina. The two other employees are tasked with creating the bouquets, which are then delivered in specially-made pink cardboard boxes. Even if the package is overturned, the anti-leak vase will not spill its contents!

At the foot of a conveyor belt, six bouquets are waiting to be sent. One is for the Metropolitan Opera, and the others may be for anyone from Madonna and Lady Gaga to Charlotte Gainsbourg and Diane von Furstenberg, who is a regular client. Some 150 bouquets are made every day in the New York workshop run by Ode à la Rose (which also has a site in Chicago). The bouquets are delivered the very same day across Manhattan and Brooklyn, and the following day for addresses on the East Coast.

Avoiding Disappointment on Delivery

"One of the things that makes our company unique is that we deliver premium bouquets in water and in less than 24 hours," says Louis Brunet, a former financial analyst at Natixis and the co-founder of Ode à la Rose along with Olivier Plusquellec. Another feature that sets them apart is that every client receives a photo of their bouquet before it is dispatched, which helps to avoid nasty surprises upon delivery.

"Flower delivery is a sector in which there is a lot of disappointment," says Louis Brunet. "This is even more true in the United States than in France, where there is a long-standing know-how and a tradition of local florists. French bouquets are also more understated, with pastel colors, white, green, red, and pink. In the U.S.A., the flower combinations are often quite... unexpected!" ●●●



Création d'un bouquet à base de roses et de renoncules dans l'atelier new-yorkais d'Ode à la Rose. Creation of a bouquet with roses and butlercups in the New York workshop of Ode à la Rose. © Room

Ode à la Rose joue de sa *French Touch* pour se démarquer de ses concurrents : la mascotte de la marque est un bouledogue français, chaque bouquet porte un nom de femme typiquement français (« Brigitte », « Louise », « Catherine », « Audrey » ou encore « Joséphine ») et sur chaque boîte de livraison figurent les mentions en français « Flowers à la parisienne » et « Please handle with amour ».

Le rush de la Saint-Valentin

Signe de son succès, Ode à la Rose a livré cette année plus de 3 000 bouquets pour la Saint-Valentin, son pic d'activité annuel avec la fête des mères en mai, la journée de la femme en mars et la fête des secrétaires en avril. Pour préparer la journée des amoureux, très suivie aux États-Unis, les Français ont installé leur atelier de confection et leur chaîne de conditionnement dans un entrepôt de 400 mètres carrés à Brooklyn. Trois camions réfrigérés, vingt fleuristes et cinquante livreurs à pied et à vélo complétaient l'opération.

Tous les bouquets ne sont pas livrés le 14 février. « De manière à échelonner les livraisons, nous avons offert des réductions à nos clients qui acceptaient de se faire livrer la veille ou l'avant-veille », témoigne Louis Brunet. « Mais ça ne nous a pas empêché de livrer 2 000 bouquets à Manhattan le jour-même. Les retardataires passaient encore commande sur notre site web à 15h, ce qui est impossible chez un fleuriste traditionnel. »

Passer à la vitesse supérieure

En partie financée par le groupe français Aquarelle, le leader européen de la livraison de fleurs, Ode à la Rose bénéficie de sa plateforme de vente en ligne et de son savoir-faire logistique. Un support qui permettra aux deux Français d'étendre leurs services. Des ateliers et des bureaux ouvriront à Philadelphie en septembre, à Boston ou à Washington D.C. d'ici la fin de l'année et au Texas et en Floride en 2020.

Outre des bouquets pour les particuliers et les entreprises, Ode à la Rose aimerait aussi proposer des sculptures et des arches de fleurs pour les cérémonies, les galas et les mariages. Elle a acquis en juillet dernier une entreprise spécialiste de l'événementiel floral et déménagera bientôt dans un entrepôt à Long Island City, dans le Queens. « Nous réalisons déjà des bouquets pour la mariée, des ornements et des centres de table », précise Louis Brunet. « Nous allons maintenant être capables d'organiser des mariages avec 100 000 dollars de fleurs ! » ■

Ode à la Rose plays up to its French side to stand out from the competition. The brand's mascot is a French bulldog, and each bouquet bears a typically Gallic woman's name such as Brigitte, Louise, Catherine, Audrey, and Joséphine. What's more, all delivery boxes feature notes in français: "Flowers à la parisienne" and "Please handle with amour."

The Valentine's Day Rush

In a testament to its success, Ode à la Rose delivered more than 3,000 bouquets for Valentine's Day this year. The celebration is the company's best-selling day along with Mother's Day in May, International Women's Day in March, and Administrative Professionals Day in April. In preparation for February 14, a wildly popular romantic date in the United States, the French duo moved their workshop and packing line to a 4,000-sq.-ft. warehouse in Brooklyn. Three refrigerated trucks, twenty florists, and fifty delivery men and women on foot and bikes headed up the operation.

However, not all bouquets were actually delivered on Valentine's Day. "In an effort to stagger deliveries, we offered discounts to clients who received their flowers one or two days before," says Louis Brunet. "But that did not stop us from delivering 2,000 bouquets across Manhattan on the big day. Latecomers were still ordering flowers on our website at 3 p.m., which would be impossible with a traditional florist."

Taking Things to the Next Level

Partly financed by Aquarelle, the European leader in flower delivery, Ode à la Rose is backed by the French group's online sales platform and logistical expertise. This support has enabled the two French entrepreneurs to expand their services. New workshops and offices are set to open in Philadelphia in September, in Boston and Washington D.C. by the end of this year, and in Texas and Florida in 2020.

Aside from bouquets for individual and corporate clients, Ode à la Rose is also looking to offer flower sculptures and arches for ceremonies, galas, and weddings. In July, the brand acquired a company specialized in floral events and will soon be moving to a warehouse in Long Island City, Queens. "We already create bouquets for brides, as well as ornaments and table centerpieces," says Louis Brunet. "And we will soon be able to organize weddings with 100,000 dollars of flowers!" ■

Sep 12–Oct 12 2019

Crossing
The Line
Festival

fi:af

FRENCH INSTITUTE ALLIANCE FRANÇAISE