



Cómo utilizan el conocimiento los viveros participantes en el Plantarium de Boskoop

Puesta al día preotoñal y para la primavera

A. Namesny
agrocon@ediho.es

La horticultura holandesa prepara sus otoños y primavera con novedades que venderán durante cada estación. La feria Plantarium es el escaparate donde las muestran cada año a finales de agosto; en la edición última también podían visitarse las instalaciones de la

subasta de Boskoop, adyacentes al sitio donde se realiza Plantarium. La subasta forma parte actualmente de FloraHolland, después del proceso de fusión entre las principales subastas de ese país, que dieron lugar a la macroestructura comercial actual.

La exposición muestra materiales para urbanistas, paisajistas, jardineros, cultivado-

res y punto de venta, ya sea supermercado como floristería. En los pasillos se veía quizás más diseño que en años anteriores, en un aumento de la profesionalización de la exposición. Y, entre los expositores, el hilo conductor indudable es la oferta de “concepto”, es decir, del producto vendible, asociado a la idea de marketing, esto hecho en di-

versos productos o “agotando” (nunca se agotan...) las posibilidades de una misma especie.

En un caso, la empresa Bomkwekerij Van der Starre, productora ella misma, ha desarrollado toda una división dedicada a ofrecer conceptos de marketing a otros cultivadores; el stand que tenían en Plantarium estaba dedicado a mostrar especialmente esta faceta, dejando la de producción de planta en un segundo lugar. De hecho el stand de la empresa recibió el primer premio en la categoría detallistas.

La oferta de plantas para climas cálidos aumenta; quizás porque se espera que todos los potenciales clientes guarden un buen recuerdo de sus vacaciones en el Mediterráneo u otras zonas de tiempo más benévolo que el de Holanda, o



porque el clima en Holanda ya no es tan riguroso, ¿fruto del cambio climático?

En número de expositores, el aumento fue del 10%; si se piensa que, más en el momento de realizarse la exposición, se estaba aún en “plena crisis”, esta cifra se agranda conceptualmente.

Conocimiento

El lema de este año fue el Conocimiento (Knowledge), a lo que hace referencia el logotipo, y contó con la participación apoyándolo de la Universidad de Wageningen, la Asociación de viveristas, entre otras instituciones. El hilo conductor es el proyecto “Región verde activa Midden Holland”, en colaboración con Greenport; es una iniciativa provincial que tiene por obje-

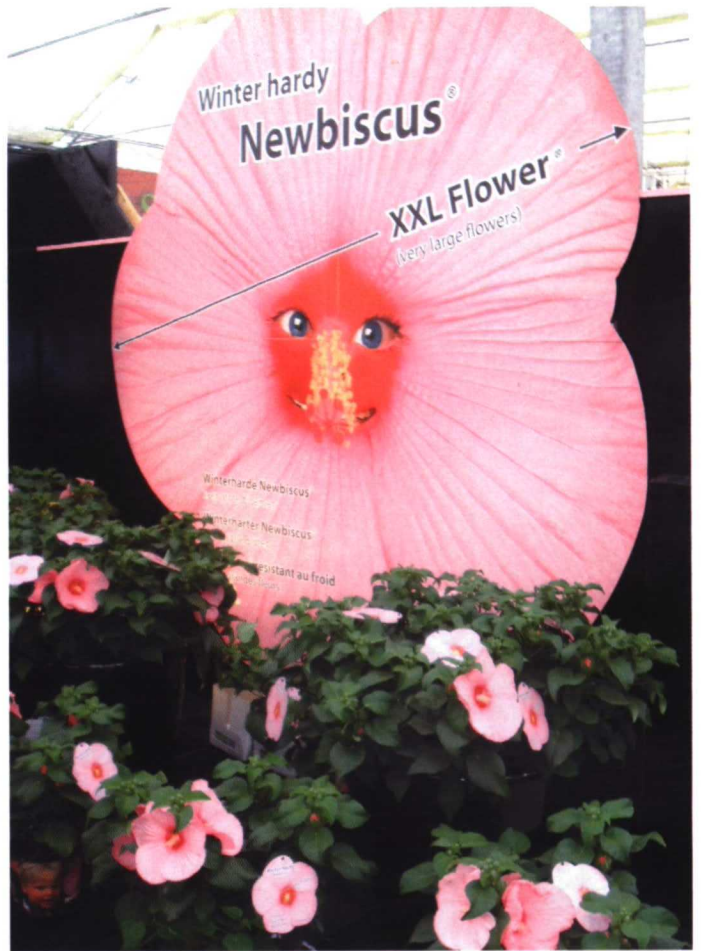
tivo atajar la deficiencia de personas capacitadas en jardinería que prevén para dentro de unos pocos años. También cumple con los objetivos de concientizar a los ciudadanos sobre la importancia del verde y de la sostenibilidad.

Entre los premios otorgados, Scotts International obtuvo el correspondiente a mejor stand de proveedores. En la resolución se menciona que es un stand atractivo visualmente y que proporcionaba información interesante a los visitantes. El premio a la mejor novedad vegetal se lo llevó la gra-

La exposición Plantarium muestra materiales para urbanistas, paisajistas, jardineros, cultivadores y otros puntos de venta, ya sean gardens, supermercados o floristerías

mínea Chasmanthium latifolium ‘River Mist’.

La oficina holandesa de promoción de las plantas, PPH, que realiza la campaña Colour your life, colorea tu vida, en varios países europeos, cuenta con materiales promocionales que pueden personalizarse en cada idioma y están a disposición de los operadores que los quieran (viveristas, distribuidores, puntos de venta), con el fin de mejor explicar todas las opciones de las plantas. Tienen una opción en su página web para personalizar cada material y



Los mensajes cuando son grandes “gritan más alto”. En un stand o un punto de venta el tamaño del letrero es el elemento de atracción en este hibisco que se anuncia como flores del tamaño XXL. Imágenes de Plantarium.

realizar la solicitud de compra.

En el marketing de los viveros “Saber qué decir” aumenta las ventas

Una serie de intereses guían los productos, transformados de forma más o menos elaborada, en “conceptos”. En unos casos son la facilidad para llevarlos a casa, en otros para utilizarlos.



El marketing que muestran las imágenes de esta crónica recogidas en Plantarium se muestran numeradas en la página.

1 En unos casos lo que se muestra es la facilidad de llevarlos a casa, como en este pack con macetas de crisantemo multiplica el número de macetas de cada compra. **2** En otros, el listo para usar, los

de la imagen son solo parte de las presentaciones de bulbos que ofrece R. Nederstigt; y también los tiene con macetas de diseño.

3 Una presentación distinta según la variedad. En este caso, la especialidad son las bromelias; distintas variedades en diferentes presenta-

ciones dan como resultado un surtido consistente. **4** Ahora, el “tema” central son los pensamientos y en torno a ellas existen múltiples propuestas de presentaciones.

5 A juego. El color rosado de la maceta combina con el de los bordes de las hojas de la Echeveria, una suculenta perteneciente a la familia Crassulaceae.

Entre los expositores de Plantarium, el hilo conductor indudable es la oferta del “concepto”, es decir, del producto vendible, asociado a la idea de marketing



Ahora en **6**, se trata de escenificar el hogar y moda, las decoraciones para asociar color y mensaje; el lila para el “deluxe”, el dorado, blancos y negros para el “hielo”, etc.

En el comercio, el caso de la foto **7**, el mensaje es claro, directo y el cartel en forma de banda del carry explica que son hierbas aromáticas para la cocina y los dibujos alusivos

animan a utilizarlas. **8** El elemento común de promoción es en este caso la propiedad de estas plantas de limpiar el aire; esto lo explican los carteles azules insertos en las macetas y el folleto que hay entre ellas. Es una propuesta de V.D.E. Plant.

En **9**, otra propuesta de esta empresa son las distintas presentaciones de una planta

que todos utilizamos, la del café. También cuentan con plantas de té, si es eso lo que se prefiere.

10 Que las plantas son para todas las ocasiones lo deja claro el stand de donde se tomó esta imagen, cuya propuesta eran todo tipo de opciones para incluir plantas en el cuarto de baño y el expositor de la imagen **11**, permite pen-

sar que nos llevamos a casa “todo un desierto”.

12 Fruithof, “el patio de los frutales”, es una empresa que desde hace años “viste” sus plantas y se supera de edición en edición. El atractivo de la cartelería, acompañada por material explicativo asociado a cada planta, hace del cultivo de cualquiera de las especies que proponen un acto enriquecedor.



11



12



13



14



15



16

13 No mires la planta, en este caso el protagonista es el sustrato. El material que hay en la maceta es un sustrato producido con restos de papa-ta, especialmente la piel. El producto se llama Bio-Top y lo produce Crustell, www.crustell.com, quien lo propone para recubrir el sustrato utilizado en el cultivo.

14 Esta imagen es importante para mecanizar. Es un ejemplo de innovación de un

gran proveedor de la horticultura moderna. Los tacos Jiffy para transplante mecánico fueron una de las novedades de la feria; los enseña Piet de Bruijn.

15 En el cuadro está, *Hibiscus syriacus* 'VanGogh' es un hibisco variegado, mutante de la variedad *Ardens*; fue introducido por la empresa *Boomkwekerij Toon van Aert*, situada en Zundert, donde nació el pintor Vincent van Gogh, de ahí su nombre, y el similar con

un cuadro que utiliza el expositor. En **16**, la *Alstroemeria Sunday* de *HilverdaKooij* tiene un crecimiento vigoroso y floribundo como para llenar maceteros de tamaño importante.

17 Un *Cordyline* de atractivos colores es una de las especies premiadas y en **18**, el Premio de la Prensa que lo recibió *Chelone 'Red Turtle'*, presentado por la empresa Ar-

La oferta de plantas para climas cálidos aumenta; quizás porque se espera que todos los potenciales clientes guarden un buen recuerdo de sus vacaciones en el Mediterráneo



mada, de Lier. Los méritos para elegirla fueron la descripción que dio de ellas el jurado, como espectacular por la abundantísima floración; tiene además una estructura de planta definida y con tallos vigorosos. Un producto que es apto tanto para el canal detallista como para los paisajistas profesionales.

Esta imagen, la **19**, es del stand dedicado “al arte del concepto”, de Bloomkwekerij

VD Starre y la **20**, un aspecto de la presentación de novedades que es cada año uno de las actividades importantes de Plantarium; en la isla expositiva de la que se ve un parte, a la izquierda de la imagen, se reúnen las que se presentaron en la edición 2009. Por otro lado, las empresas de semillas con vocación ornamental también muestran sus propuestas; es el caso del stand de la imagen, **21**, de SG Flowers.



WWW.ALBER.ES
info@plasticosalber.com

■ Alber, un buen inicio



CONTENEDORES CA



CONTENEDORES CP

DISPONIBLES DESDE 3 A 40 LITROS

**CONTENEDORES MUY ROBUSTOS,
RESISTENTES A LA DEGRADACIÓN SOLAR Y
A LAS HELADAS**



invierno

P.I. AZUCARERA DEL GENIL, N° (JUNTO AL PUENTE DE LOS VADOS)
18015 GRANADA-ESPAÑA
TLF +34 958 80 02 11 - FAX +34 958 28 71 71



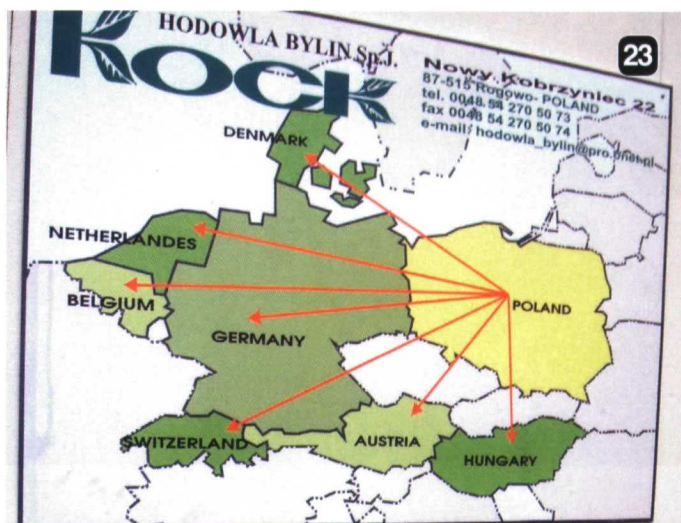
19



20



21



23



22

El stand de la imagen, **22**, ha elegido escenificar una leyenda popular como decoración; y en la **23**, un ejemplo de viveristas de otros países europeos que también enseñan su oferta en Plantarium. En este caso, se trata de una empresa polaca que, a través del diagrama con el mapa, señala que puede llegar fácilmente a muchos países europeos.

Los topiarios, **24**, para maceta es la propuesta de Buxsi-Grow; así es posible disfrutar de una figura verde en el balcón o patio. Otra tendencia, con mayor o menor expansión es la de las paredes vegetales que en el Plantarium de este año tenía al menos a tres empresas que las ofrecían.

En la imagen, **25**, Kevin van der Wal, muestra que dis-



ponen de sistemas rígidos y flexibles; este último es el caso del que está señalando.

Originales los cubos de la imagen 26, que tienen en su interior tantos tubos de ensayo como flores hay.

El gusto por las plantas mediterráneas lo demuestran especies como estas higueras, 27, de tamaño pequeño, para plantar en exterior. La faci-

dad de transporte también vale para los conjuntos de macetas; en este caso, 28, una caja de cartón agrupa a seis

Existe un interés creciente por las plantas mediterráneas. Para el comercio nort europeo son plantas de jardín que se adaptan a numerosas aplicaciones en el concepto hogar - jardín

maceteros cuadrados y en 29, "plantas de jardín" con aspecto de "natural" en su empaque.

Los recipientes de alfarería, 30, son casi siempre ocasión para montar composiciones vegetales.

En esta imagen y la siguiente, 31 y 32, partes de plantas que los decoradores y floristas valoran para utilizar en sus composiciones. Todas ellas disponibles en distintas opciones de mezclas.



28

Flora Holland



29



30



33



34



31



32



35

Las etiquetas / asa, **33**, tienen a veces formas de colocación muy simples; en este caso están grapadas a la maceta.

En **34**, distintos tipos de contenedores son la propuesta de la empresa de la imagen para vender sus hiedras y plantas suculentas y en la foto **35**, se muestran bulbos, "de todas las formas posibles"; con macetas que hacen juego con las

etiquetas. Original, una cica, en **36**, también puede ser una planta de maceta muy pequeña.

Del aloe, **37**, como lo hacen las cremas de los supermercados, se resaltan sus propiedades medicinales.

El premio a los expositores se lo lleva Scotts International con "un stand atractivo con información interesante para los visitantes"



37



36



38



39



40

Suscripción PREMIUM Revista+Plataforma Horticom

Este formato de suscripción incluye:

- El envío de la revista impresa
- Suscripción a la edición on-line de la revista de su suscripción, con el Nombre de usuario y Código de Acceso. Y a la hemeroteca, donde podrá consultar números anteriores.
- Ficha de empresa, descripción corporativa, logotipo y 1 producto en Horticom Empresas
- Lugares preferentes en los listados de empresas y resultados de búsquedas en el Directorio Horticom Empresas
- Redacción y realización de **1/4 de página** de información en la sección "Guía de Productos y Servicios" de la revista



Además de:

- Ventajas en la publicación de noticias y publicidad
- Suscripción gratuita a los boletines electrónicos **Horticom Noticias**

Para más información:
www.ediho.es/suscripciones

Jan-Willem Griep, presidente de Plantarium, estrena con ésta la primera edición de la feria en este cargo.

Le acompaña (a la derecha), Frank van Suchtelen, de la agencia All Round Communications, especializada en comunicación en el sector ornamental y que trabaja para Plantarium.



Las instalaciones de la subasta de Boskoop muestran la oferta disponible en cada momento del año.

Las instalaciones cuentan con 35.000 m² de superficie de Cash & Carry, con una zona cubierta y otra al aire libre. En este mercado, las instalaciones exteriores de la subasta de Boskoop también forman parte del espacio de compra.



Listo para usar, es el argumento de ensaladas y otros productos alimentarios. En ³⁸,

plantas de fresa listas para llevar a casa simplemente cogiéndolas por el asa. Las ex-

plicaciones necesarias las tiene el comprador en el cubremacetas.



- VD Starre, www.starre.nl, muestra en su web las facetas de productor de plantas trepadoras que la caracterizan y su nueva vocación de asesora en marketing. "Productos y conceptos" es como se definen.

- Sobre paredes vegetales, Sempergreen, www.sempergree.com, ofrece sistemas adaptados a distintos tipos de superficie a cubrir.

Las agrupaciones Trixi de Selecta, foto, ³⁹, en un macedero de Calibrachoa en su apogeo y en ⁴⁰, conjuntos de plantas que tienen en común ser carnívoras. El envoltorio de plástico parece proteger el dedo del comprador.

La oficina holandesa de promoción de las plantas, PPH, realiza la campaña Colour your life en varios países europeos y cuenta con materiales promocionales que pueden personalizarse en cada idioma. Este merchandising está a disposición de los operadores que los quieran: viveristas, distribuidores y puntos de venta



Los mejores esquejes... Probablemente Sí

- Geranios
- Impatiens
- etc.

HORTICULTURA CASTELLÓN, S.L.

Apdo. de Correos, 324
12080 Castellón
Tel.: +34 964 20 02 63
Fax: +34 964 20 02 43
rpereira@horticas.com
<http://www.horticas.com>

