

Afgeslankte azaleacoöperatie wil werk maken van marketing

De azaleatelersvereniging Azanova maakt werk van marketing om haar specialisaties beter in de markt te zetten. Ze gaat daarbij binnenkort een samenwerking aan met partners in de handelsketen. De namen worden de komende weken bekend gemaakt. Dit vertelde Johan Van Huylenbroeck van de Vlaamse onderzoeksinstituut ILVO dat de veredeling van de telersgroep voor haar rekening neemt. Hij vertelde ook dat het aantal Azanova-leden komend jaar terugloopt van 11 naar mogelijks 6.

4 NOVEMBER 2020 – LAATSTE UPDATE 4 NOVEMBER 2020 15:15

Lees meer over:

sierteelt

azalea



Van Huylenbroeck onthulde de strategiewijziging van Azanova tijdens een toespraak op de online studiedag van ILVO 'Verdienmodellen in de landbouw'. In zijn lezing kwam ook Best Select, een coöperatie van 17 sierboomkwekerijen, ter sprake waar ILVO ook de verdeling doet. Deze telersvereniging was de afgelopen jaren succesvol met de introductie van een aantal cultivars die wereldwijd faam verwierf. Zo worden de Pinky-Winky en Bobo- hortensia's van Best Select in Amerika verkocht onder het bekende label van Proven Winners.

“Door samen te werken hebben de coöperanten van Best Select toegang gekregen tot een reeks unieke sierboomkwekerij cultivars. De leden-telers binnen de innovatie-coöperatie kunnen voor deze beschermde cultivars een meerprijs vragen en lokken tegelijk klanten voor hun ander assortiment”, zegt de ILVO-wetenschapper. Hij voegt er aan toe dat de telers afzonderlijk nooit het budget en de expertise zouden hebben gehad voor een omvangrijk veredelingsprogramma en voor de marketing die nodig is om nieuwigheden bekend te maken bij de tuinarchitecten en handelaars.

“**De leden-telers binnen de innovatie-coöperatie kunnen voor deze beschermde cultivars een meerprijs vragen en lokken tegelijk klanten voor hun ander assortiment**

Johan Van Huylenbroeck - ILVO

Azanova coöperatie van azaleatelers

Tegenover het succesverhaal van Best Select, steekt de ontwikkeling van Azanova wat bleek af. Het aantal leden liep sinds de oprichting 14 jaar geleden terug van 21 tot 11 nu. Eind 2021 zijn er mogelijks nog 6 over, vertelt Van Huylenbroeck. “Een aantal leden vond het financieel niet de moeite waard, terwijl we ook te maken hadden met een groot aantal stoppers.”

De expert wijdt de stoeve werking van Azanova aan de slechte marktsituatie van de azalea's. De bloeiende kamerplant zit al decennia lang in een neerwaartse spiraal en de productie is sterk terug gelopen. Werden er rond de eeuwwisseling nog 75 miljoen exemplaren geteeld, dan is inmiddels dat aantal teruggelopen tot 25 miljoen. "Anderzijds is er ook het één en ander misgelopen op gebied van marketing. Telers denken te weinig marktgericht en er is geen eenduidige strategie om de producten in de markt te zetten", stelt Van Huylenbroeck.



Hier wil de telersorganisatie dus verandering in brengen. "Er zijn nu gesprekken gaande met handelaars die gaan assisteren met de marketing. Door hun netwerk is het bijvoorbeeld makkelijker om op een bepaalde schap in de winkel te belanden. Omdat zij rechtstreeks verkopen aan de retail en tuincentra voelen zij goed wat er speelt in de markt." Van Huylenbroeck wil de namen van de kandidaat Azanova-partners nog niet onthullen.

Het teruglopende ledenaantal bij Azanova staat volgens de wetenschappelijk directeur van ILVO een succesvolle omslag naar een marktgerichte strategie niet in de weg. Integendeel. "Met een kleiner, vastberaden team kun je makkelijker tot een compromis komen, een gezamenlijk doel stellen en je kunt ook makkelijker afspraken maken over wie wat (welke potmaten) gaat telen", zegt hij.

"Azaleamarkt is dieptepunt voorbij"

Volgens hem is er anno 2020 een groot potentieel voor azalea's met een toegevoegde waarde. "De markt is het dieptepunt voorbij, de productie lijkt rond de 25 miljoen te stabiliseren. Hierdoor is er minder concurrentie van niet-beschermde azalea soorten. Daarbij zijn we inmiddels in de situatie van een vraagmarkt beland. Er is meer interesse voor producten met een onderscheidende waarde." Bij azalea's gaat het daarbij bijvoorbeeld om een langere bloeitijd, verminderde vatbaarheid voor ziektes, unieke bloemvormen en gebruiksvriendelijkheid.

Sinds de oprichting van Azanova heeft het ILVO-verdelingsteam zo'n 8 cultivars voortgebracht, waarvan een aantal is onderbracht onder het Azanova-merk Aiko en een aantal onder het Azanova-merk Toshi. Het duurt ongeveer 10 tot 12 jaar in de azaleateelt voordat een nieuwe cultivar klaar is die vervolgens alleen door de leden geteeld mag worden.

Bron: Eigen verslaggeving

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra