

Det italienske landbrugs- og fødevarerministerium var med i messebilledet 2011.

TEKST: LONE TAKLO,
FLORADANIA MARKETING,
T@FLORADANIA.DK
FOTO: FLORMART

En lukket hal 6, flere tomme standpladser og bredere gangarealer talte deres eget tavse sprog om, at det er svære tider for den grønne sektor i Italien. De manglende udstillere var til dels blevet opvejet af stande fra det italienske ministerium for landbrug og fødevarer, handelskammeret og regionen, hvilket vidner om, at staten støtter op om branchen.

Sydeuropas udstillingsvindue

Men trods de sværere odds er Flormart, der i år lå en uge senere i forhold til tidligere år, stadig ubestridt Sydeuropas vigtigste plantefagmesse og et vigtigt mødested ikke bare for de nationale aktører i branchen, men også for de omgivende middelhavslande og ikke mindst Østeuropa.

Ifølge den administrerende direktør for Padova messen, Paolo Coin, trodsede cirka 1.000 udstillere fra blandt andet Europa og Mellemøsten de dystre udsigter og stillede stolt deres erfaring, faglighed og produkter til skue.

- Det er et vigtigt signal for os, at de udenlandske udstillere har tiltro til messen og bruger den som det udstillingsvindue, den er, udtalte Paolo Coin efter messen.

Nødvendigheden af at finde nye løsninger og veje til at imødegå krisen blev underbygget af en stærk stigning i besøgstallet for 2011, heraf især fra udlandet.

Italien investerer i branchen

Guido Clamer, italiensk fagpresses grand old man og redaktør på fagtidsskriftet, "Clamer Informa" gav ligeledes udtryk for, at italienerne nu vejrer morgenluft i et personligt interview med Floradania.

- Der bliver investeret, også selvom det måske ikke er så synligt lige nu.

Han ser en fremtid for branchen, men gav samtidig udtryk for, at det kræver omstillingsparathed og et andet syn på markedsmekanismerne.



Sydeuropas vigtigste messe

Den 62. udgave af Flormart løb af stablen i skyggen af international krise og hårde tider for den grønne branche, men samtidig bar den tydelige tegn på spirende håb og lyst til at komme videre blandt italienerne

- Førhen var det udbyderne, der satte dagsordenen, mens det i dag suverænt er markedet, der bestemmer. Lande som Danmark har været dygtige til at investere i markedsføring, branding og bedre præsentation af varen, og det lønner sig. Vejen frem er klar og enkel information til slutbruger såvel som udsalgssted sagde Guido Clamer.

Det vil kræve en indsats at vende udviklingen, men den erfarne fagjournalist og redaktør tror på fremtiden,

- Der vil altid være et marked for blomster og planter. Folk vil have farver og liv i hjemmet, og håbet og viljen til at komme videre er til stede, pointerede han. ■

Øget interesse blandt unge

Ifølge en undersøgelse foretaget af SWG har mere end én italiener ud af to (54%) købt planter og blomster i 2010. Endvidere er der registreret øget interesse blandt de 18-24-årige, som også tegner sig for en stigning i planteindkøbene. I 2010 brugte italienerne i alt 2,2 milliarder Euro på blomster, planter og planteskolevarer.

Flormart 2011

Udstillere: 1000
Udstillingsareal: 38.000 m²
Besøgstal: ca. 25.000,
heraf 2.500 fra udlandet



Bedste messe i fem år

Hvis krise og intern politisk uro skyggede for udelte italiensk begejstring, så strålede den danske fællesstand om kap med den bagende italienske sensommersol udenfor messehallerne i Padova, hvor Flormart 2011 blev afholdt

TEKST: LONE TAKLO,
FLORADANIA MARKETING,
LT@FLORADANIA.DK
FOTO: FLORADANIA MARKETING

Efter en usædvanlig varm august måned er lysten til igen at beskæftige sig med planter vendt tilbage hos de italienske indkøbere. I hvert fald var der dynamik og heftig aktivitet i hal 8, hvor den danske fællesstand vanen tro var placeret, og efter de positive tilbagemeldingerne fra de

Den danske stand var i år blevet udvidet med et særligt presserum, hvor en Floradania medarbejder sørgede for information om danske planter.



Den danske fællesstand var velbesøgt og laksen populær.

deltagende salgsselskaber at dømme var de rød-hvide farver særdeles populære.

Franco Finco, Danita: Det er den bedste messe de sidste fem-seks år. Jeg har haft over 70 besøg og solgt mere end i 2010. Alle vores kunder har besøgt os, og stemningen er positiv, nu vil de i gang. Hvis danske gartnere vil med på vognen, skal de være synlige.

Klaus Kortegård, Bøg Madsen: Det er "mine" planter, der giver kundens sortiment merværdi. Jeg sælger 10-20% mere, fordi jeg møder kunden personligt på messen, og han ser planterne ved selvsyn. Når beslutningen er truffet, er prisen sekundær.

Renzo Casna, Bøg Madsen: 80% af de inviterede kunder kom på messen, så jeg er meget tilfreds. Første dag kom de lokale kunder. På anden dagen var der travlhed med kunder fra fjernere områder, mens tredje dagen bød på alle segmenter. Personligt er jeg skuffet over, at så få danske gartnere stiller op på messen, for dialogen mellem producent og kunde er af stor betydning.

Betina Povlsen, Danita: Alle kunder kom, og der kom også nogle nye kontakter til. Italien er et vigtigt marked for Danmark, og det er positivt, at det stadig byder på nye muligheder.

Christian Jacobsen, Eurotrend: Flormart er et vigtigt udstillingsvindue for potentielle kunder også uden for Italien. Jeg har fået kunder i både Nordeuropa og i Tyrkiet via Flormart. ■

Familien Lundager med vinderplanten,
Gasteria 'Dragon Skin'.



For gartneriet Lundager var det ekstra stort at deltage på Flormart i år: Det lille, familiedrevne gartneri løb med den fornemme Oroflorpris for bedste plantenyhed

TEKST: LONE TAKLO,
FLORADANIA MARKETING,
LT@FLORADANIA.DK
FOTO: FLORMART

Det var *Gasteria 'Dragon Skin'*, som dommerjuryen bestående af journalister fra Europas mest velanskrevne plantefagblade, ikke kunne modstå.

- Bladenes specielle farve og miniature størrelsen gør planten til et originalt og moderigtigt indretningselement, lød den enige jurys motivation.

Overrækkelsen af prisen fandt sted på ægte italiensk manér.



Italiensk pris til dansk gartner

Massiv pressedækning

I forlængelse af prisoverrækkelsen om aftenen på førstedagen strømmede hele den internationale presse de følgende dage til den danske fællesstand for at få et bilde af vinderen og høre hele historien.

- At vi vinder en pris for vores *Gasteria* her i Italien, som er sukkulenternes eget land, fortæller os, at vores produkt er i

orden. Vi har oplevet en enorm interesse fra pressen, og vores kunder købte straks nogle ekstra kasser, da de så skiltet med "vinder", fortæller Olga Lundager

Sejr til Danmark

Den glædelige begivenhed var med til at cementere Danmarks position som Europamester i plantenyheder, og Lundagers succes dryppede på hele den danske fællesstand, som for alvor sejrede, da pressen kom og så. ■



Vinder nomineret til endnu en pris

Gasteria 'Dragon Skin' er ligeledes nomineret til Floradania Innovation Award 2012 og vil blive præsenteret for et dommerpanel på Handelspladsen i oktober.