



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

Flormart 2010

Kindkys, knus og give-me-five ... kærligt kultursammenstød mellem de danske gartnere og salgsselskaber på den ene side og deres italienske forretningsforbindelser på den anden. Gensynsglæden var ægte og gensidig og gjorde sit til at bevare den positive stemning på den velbesøgte, danske stand lige fra starten af messen.

Floradania Infostand

Ud over fællesstanden deltog Floradania som noget nyt i år med en infostand primært rettet mod den italienske presse. Her kunne journalisterne så få udleveret pressemateriale, blive informeret om floradania.dk samt få en indføring i Floradania's nye billedbank.

Overrækkelsen af Oroflor-prisen – en stor dag for Kronprinsessens Klokkeblomst i særdeleshed og danske planter i almindelighed.

Flormart er et vigtigt mødested for den nord- og sydeuropæiske plantebranche. God energi på den danske fællesstand fulgt op af positiv interesse fra de italienske medier og indkøbere gjorde Flormart 2010 til en succesoplevelse



Trends og spændende plantestyling fra Danmark var vigtige budskaber til det italienske publikum.

I samarbejde med Flormarts pressekontor var der forud for messen blevet udsendt invitationer til alle relevante medier med information om den danske deltagelse og tilbud om daglige pressture. På den baggrund blev nye pressekontakter skabt og samarbejder på tværs af medie og målgruppe indgået. Der blev udtrykt stor tilfredshed med initiativet som noget, der absolut er værd at satse på i forhold til fremtidige messer.

Derudover havde flere udstillere benyttet sig af messens tilbud om at få lagt sine nyheder ud på hjemmesiden og dermed opnå endnu bedre eksponering, hvilket igen havde skærpet mediebevågenheden op til messen.

På samme hold

Flormart karakteriseres af messens ledelse som et vigtigt mødested for den nord- og sydeuropæiske plantebranche, og den danske stand summede af aktivitet, engagement og optimisme lige fra starten. Salgsselskaberne stillede med et stærkt hold af både danske og italienske sælgere, der med et "mål" i hver sin ende af fællesstanden sammen gik efter at vinde større markedsandel og mindshare hos de italienske kunder.

De gartnere, som deltog fysisk, bakkede op om sælgernes arbejde, og dialogen mellem gartner, kunde og sælger var konstruktiv og meget værdifuld for alle parter. På et marked som Italien, som er fjernt fra Danmark såvel geografisk som kulturelt, er den personlige relation mellem partnerne af stor betydning. At gartneren møder op og selv fortæller om sit produkt er med til at cementere forretningsgrundlaget for gartneren selv og på branchens vegne synliggøre det danske sortiment. Som en gartner udtrykte det: "Vi har ikke råd til at blive væk"!

Samtale fremmer forståelsen

Og det er ikke kun i forhold til kunden, at det fælles fodslag giver pote, det er også

Stor interesse for danske planter – den danske fællesstand summede af aktivitet.



Sydeuropas vigtigste

Flormart betegnes som den vigtigste messe for markedet i Sydeuropa.

Messen omfatter ca. 1.000 udstillere på et samlet areal af godt 40.000 m², herunder 29.000 under tag.

Besøgstallet ligger på 23-25.000.

med til at styrke kommunikationen mellem gartner og salgsselskab og dermed få filet nogle af de kanter af, der uvilkaarligt optræder i et tæt forretningsforhold – som fx hvornår gartneren er "på" i forhold til dialogen mellem salgsselskab og slutkunde.

Og det var Danmark ...

Ved at lægge sin plantenyhed ud på hjemmesiden forud for messen var det samtidig muligt at indstille den til en af



messens to priser, Oroflor og Flormagazine priserne. Flere danske nyheder deltog, og det blev også til en pris til Danmark, idet Kronprinsessens Klokkeblomst® Hvid modtog Oroflor-prisen for "sin intense, hvide farve, sin milde blomsterduft og kompakte, ensartede udtryk".

Prisoverrækkelsen fandt sted ved et storstilet aftenarrangement på åbningsdagen, og helt efter italiensk skik blev der ikke sparet på superlativerne. Talerækken var lang, men ét vigtigt budskab stod tilbage som det vigtigste efter de mange og store ord: "Alle produkter er lige meget værd – også de, der ikke blev valgt!" fastslog messens formand, Ferruccio Macola.

Set i det lys synes det endnu mere oplagt, at flere danske gartnere – store såvel som små – vælger Italien og Sydeuropa til og får danske planter frem på podiet. ■

Tre skarpe til danske gartnere på messen

Gartneriet Lundager

Hvorfor deltager I fysisk?

Vi deltager for at vise flaget og gå foran med vores produkter samt for at støtte op om det arbejde, salgsselskaberne yder.

Hvad er jeres forventninger?

På den korte bane flere ordrer, på den lange at vise, at det danske sortiment lever op til sit ry som bredt og varieret.

Hvad var det vigtigste, I lærte af messen her?

Du skal ikke forvente, at dine planter sælger sig selv, men du kan selv være med til at gøre en forskel.

SOGO

Hvorfor deltager I fysisk?

For at møde kunderne personligt og styrke samarbejdet med dem såvel som med salgsselskaberne.

Hvad er jeres forventninger?

En styrkelse af netværket og flere ordrer på sigt.

Hvad var det vigtigste, I lærte af messen her?

Samarbejde fremmer forståelsen – og ikke kun imellem gartner, kunde og salgsselskab, men også salgsselskaberne indbyrdes. Det var godt at se, at der skete en udvikling i "midtbanespillet" salgsselskaberne imellem, som messen skred frem.