Inspiración 2008: Las flores cuentan su historia

El marketing promocional que se aplicará este año identifica cada estación con una flor, además de plasmar el tema de la inspiración con fuerza

Oficina Holandesa de Flores
www.flowercouncil.org

La Oficina Holandesa de Flores promueve la venta de productos de la floricultura de los Países Bajos, en nombre de los productores y comerciantes, que cooperan estrechamente en el proceso. Las actividades incluyen estudios de mercado, el mantenimiento de contactos comerciales y la elaboración y ejecución de planes de comercialización

También en el 2008, las tendencias sociales se traducen en temas florales, pero esta vez con un toque distinto. En la comunicación sobre los temas de las tendencias se hace un uso expreso de imágenes y vivencias. El producto está más en el centro de atención y resalta más que nunca la historia de la tendencia.

Por estación del año se ha elegido una flor determinada. El producto plasma el tema de inspiración con fuerza y distinción. La flor aparece en cada ramo y arreglo floral. De esta manera nos centramos más en el producto que en su entorno. Además de esta flor, también se han seleccionado otras cinco flores que, por su color y forma, encajan bien en el tema. De modo que se trata claramente de la fuerza de las flores y no de un cultivar específico.

Concienciación

La sociedad se está suavizando, la concienciación por el medio ambiente está creciendo y el contexto social se vuelve más importante. Son desarrollos sociales actuales que se dejan traducir bien en las flores y plantas. A petición de la Oficina Holandesa de Flores, la Oficina Aafje Nijman (oficina para pronósticos de nuevas tendencias y desarrollo de conceptos) se ha encargado de plasmar todo esto en los

"Colorful grey" es el tema para la primavera de 2008. La historia detrás del tema es que después de todas las amenzas, se vuelve a respirar libremente

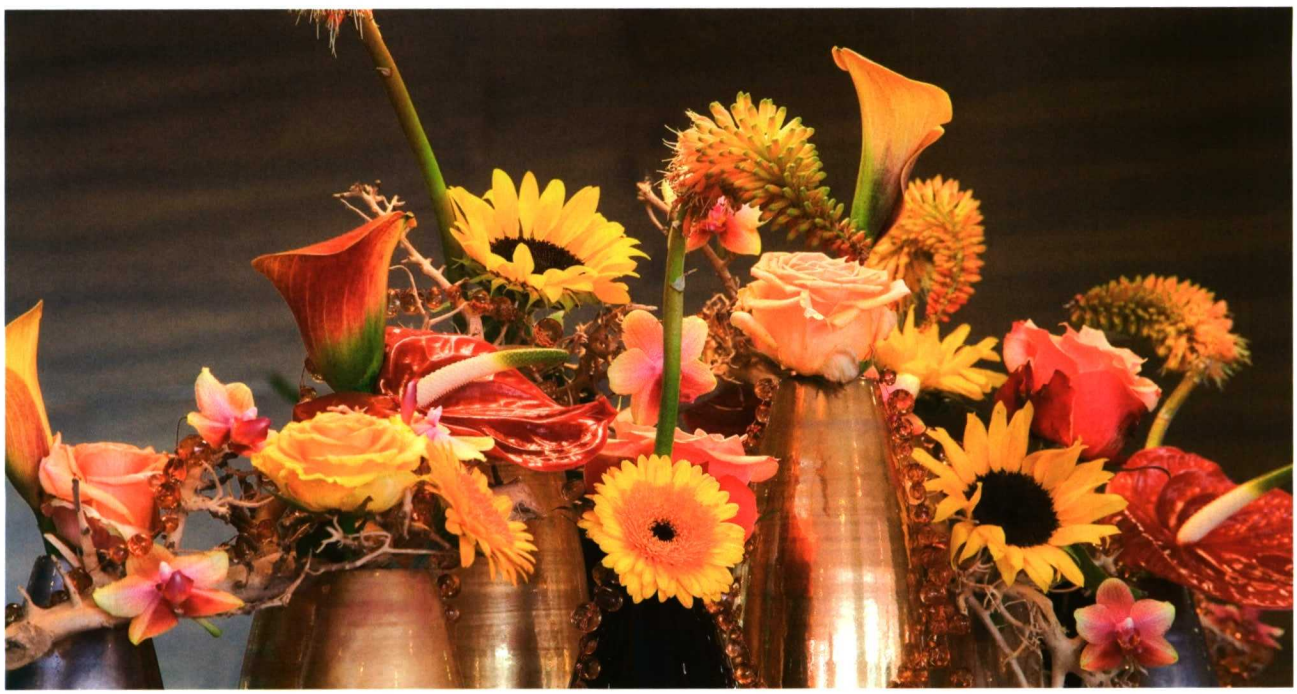
temas de inspiración para 2008. Cuatro temas, con la estación del año y la oferta de la temporada cada vez en cabeza.

Vivencia

Los cuatro temas de inspiración se presentan con sus historias y flores fuertes. 'Colourful Grey' es el tema para la primavera de 2008. La historia detrás del tema es que después de todas las amenazas (terrorismo, medio ambiente, crisis) poco a poco se vuelve a respirar más libremente. Los tiempos se están suavizando y los contrastes fuertes se desvanecen. El color gris encaja perfectamente en esta tendencia. No es un gris aburrido, sino un gris que adquiere brillo y color mediante las flores. La gerbera, por la fuerza de su

El tema del verano es "Talking flowers" y adquirirá más fuerza gracias a la rosa, por su simbolismo y comunicación convincente

Para cada estación del año se ha escogido una flor determinada.



forma de flor sencilla y de su color, encaja perfectamente.

El resto de los temas

El tema del verano es: 'Talking Flowers'. Adquirirá más fuerza gracias a la rosa, por su simbolismo y su comunicación convincente. En 'Folk Design' (el tema para el otoño), la azucena, con su aspecto elegante y campestre, desempeña un papel importante. El tema para el invierno 'Look & Wonder' llama todavía más a la fantasía con el Cymbidium, sobre todo, por su aspecto fabuloso y su forma imaginativa.

En 2008, las tendencias sociales se traducen en temas florales pero con un toque distinto.

Comunicación

Ya es el undécimo año seguido que la Oficina Holandesa de Flores presenta

"Party flowers", un libro dedicado a los floristas

"Party Flowers" es un libro desarrollado para floristas y planificadores de eventos estadounidenses. Varios de los mejores diseñadores europeos, entre ellos algunos de Holanda, han colaborado a esta edición en inglés. Utilizaron las flores más bonitas y más especiales del suelo europeo. Se puede apreciar, por ejemplo, tartas adornadas festivamente, pero también los impresionantes arreglos florales durante las bodas reales y en el funeral del príncipe Bernardo.

El libro se ofrece para promocionar las flores de Europa y se ha editado a inicios de 2007. Fueron 835 imprentas de 35 países europeos quienes enviaron material para el libro, que ganó la medalla de plata en la categoría de "libros". El jurado estuvo impresionado, sobre todo, por la manera de imprimir las páginas dobles en este libro de gran tamaño en el que se han utilizado diferentes tipos de papel – algunos brillantes, otros mates – pero sin estridencias. Se elogió la conservación de la densidad y unidad de color.

las tendencias florales. Sobre todo son las redacciones de las revistas femeninas, de estilo de vida y de decoración en 17 países las que reciben la información y las fotos. Pero también se informa ampliamente al sector de la horticultura ornamental de distintas maneras. Hay un práctico folleto desplegable en cuatro idiomas (11,5 cm x 17 cm) para inspirar a, sobre todo, los floristas. Los temas y los colores y arreglos correspondientes están claramente representados en doce páginas.

En el sitio web holandés y en los seis internacionales de la Oficina Holandesa de Flores se presta mucha atención a los temas de inspiración. Además, estos temas forman el hilo conductor de, entre otras, las exposiciones y demostraciones y de un sinnúmero de actividades de promoción que organizará la Oficina de Flores en 2008 en Holanda y en el extranjero.

"Holanda, el país de las flores" en imágenes reconocibles

Siguiendo con el marketing, la Ofici-

Hace diecisiete años que la Oficina Holandesa presenta las tendencias florales.

El planeta verde de los negocios

25ª Feria Internacional
de instalaciones, tecnologías
y servicios para la producción,
el acondicionamiento, la comercialización
y el transporte de frutas y hortalizas

MACFRUT

AGRO•BIO•FRUT

MACFRUT 2008

Cesena-Italia • 17/19 de abril

TRANS • WORLD

International Conventions
& Exhibitions

CESENA FIERA

CESENA FIERA S.p.A.
Via Dismano, 3845 - 47023 Pievesestina di Cesena (FC)
Tel. +39 0547 317435 • Fax +39 0547 318431
e-mail: info@macfrut.com
www.macfrut.com

"Holanda, país de las flores" es el eslogan de la campaña de marketing de la Oficina Holandesa de Flores.

En 2008, se realizarán exposiciones, demostraciones y actividades de promoción en Holanda y el exterior.

na Holandesa de Flores ha adoptado y ampliado el surtido de sus tiendas web. Folletos, pósteres, ropa y otros productos tienen el nuevo estilo reconocible de "Holanda, el país de las flores". Este estilo se caracteriza por el uso de un alfabeto de letras "florales", diseñado especialmente para este fin, y por su color naranja.

En la tienda web ya se ofrecen los nuevos pósters de productos con las diez flores y plantas mejor vendidas. Asimismo, en HortiFair, se introdujo un gran número de productos nuevos, como el folleto de flores cortadas, el póster de surtido, polos, cazadoras, paraguas, bolígrafos y gorras.

Aclarado el misterio

Desde hace muchos decenios, Holanda es el líder en el mercado de flores y plantas. Finalmente se ha aclarado este misterio en el libro "El misterio de Holanda, País de las Flores", donde se señala que la clave del éxito es la cooperación, pero también en el campo de la investigación, los conocimientos, la distribución y la explotación sostenible se está colaborando de manera fructífera. El secreto radica en los empresarios fiables e innovadores que se entregan en cuerpo y alma a sus productos.

La producción española de flores cortadas y plantas de maceta está cambiando los últimos años. El clavel siendo el producto español más importante, se encuentra en una situación dificultosa, estando los márgenes comerciales a un nivel bajo. Los últimos años se ha observado una baja en la exportación española de flores cortadas y una subida en la de plantas de maceta.

Los cultivadores españoles se inclinan menos por el cultivo de flores y más por el de plantas. Muchos cultivadores, de productos hortícolas y frutícolas, se pasan a cultivar plantas y más concretamente plantas anuales de jardín.

El cultivo de flores se encuentra en una situación difícil por los crecientes costes salariales, precios de suelo, problemas de agua y por flores importadas más económicas. Además la flor cortada más cultivada en España tiene un problema de imagen y se importan muchos claveles desde Colombia. Muchos cultivadores ven un futuro problemático para su empresa o el cultivo de flores en España.

La gran mayoría de las pequeñas empresas familiares cultivadoras, mayoritariamente dedicadas al cultivo de claveles, ya no pueden competir económicamente con otros países.

¿Qué pasa en España?

La superficie dedicada a flores cortadas en 2003 abarcaba 2.745 hectáreas y está disminuyendo, mientras que la superficie dedicada al cultivo de plantas

(2.979 hectáreas) está aumentando. Las superficies en España se encuentran principalmente en seis regiones: la Comunidad Valenciana, Andalucía, Galicia, Cataluña, Canarias y la Región de Murcia

Los productores españoles venden sus productos mayoritariamente en el mercado local por medio de mayoristas, pequeñas cooperaciones o mercados mayoristas. El punto de venta más importante son las mayoristas y se prevé que estos consolidarán su posición fuerte. El canal comercializador determina cada vez más lo que se produce y los compradores imponen lo que se cultiva.

Comercio

La exportación de flores cortadas españolas ha ido bajando en los últimos años, mientras que la exportación de plantas de maceta y plantas anuales de jardín ha aumentado. España exporta sus flores cortadas principalmente a Inglaterra, Holanda y Francia. Los mercados más importantes para la venta de plantas son Francia y Alemania. La mala imagen de los claveles españoles favorece la importación de claveles desde Colombia.

Por los elevados gastos de transporte en España no es interesante transportar el producto local a largas distancias. Incluso a veces, resulta más económico importar productos holandeses. Se exportan más plantas de maceta que flores cortadas de Holanda a España.

Los tiempos se están suavizando y los contrastes se desvanecen, por lo que el color gris encaja perfectamente en estas tendencias.

"El misterio de Holanda" es un libro disponible en 18 idiomas.

Conocimientos

El sector entero se encuentra ante una falta de personal entrenado. Existen ideas para organizar formación hortícola. La FEPEX, una federación sin fines de lucro que defiende los intereses de 1.500 socios, contribuye al desarrollo del sector por medio de investigaciones y procedimientos de calidad.

El futuro

El futuro del cultivo de flores en España es negativo, mientras que el de plantas es positivo. La disminución de la superficie dedicada al cultivo de flores y el aumento de la superficie dedicada al cultivo de plantas se consolidará. El segmento de plantas de exterior se volverá más importante y se pronostica un aumento de la superficie dedicada al cultivo de plantas en Granada-La venta de plantas de exterior aumentará también. La ampliación de escala de cultivadores y mayoristas irá en aumento y la importación de flores ganará en importancia en perjuicio del cultivo propio.

▲

La exportación española de flor cortada ha ido disminuyendo, mientras que los envíos de plantas en maceta y plantas anuales aumentan

Para saber más:

- Puede ver el sitio se la Oficina Holandesa de Flores en www.flowercouncil.org. En español, la página web está disponible en: www.flowercouncil.org/es. En ambos sitios se puede conocer más acerca de la producción de plantas y flores holandesas.