



6 JAAR NA INNOVATIECAMPAGNE STAAT BICAJOUX NOG ALTIJD IN DE SPOTLIGHT

De trofee van de innovatiecampagne 2010 staat nog te blinken op de kast in het kantoor van René Denis, tussen de vele andere trofeeën. De Oost-Vlaamse Sierteler is al jarenlang innovatief bezig en ziet zijn werk terecht geregeld bekroond. Zes jaar geleden was hij één van de tien laureaten van de campagne van het Innovatiesteunpunt, met zijn bloeiende Calathea Bicajoux.

Innovatiesteunpunt

“Denis-Plants is Europees marktleider in de Calathea’s”, legt René Denis uit. “Ons werkgebied situeert zich voor ongeveer de helft in de warmekasplanten en voor de helft in de vaste planten. We rekenen hiervoor op 22 vaste medewerkers. Nieuwe soorten en protocols worden ontwikkeld in ons labo in Beervelde. In een productielabo in Vietnam werken nog eens 150 mensen. Onze partner daar levert de mensen en de hardware, wij volgen alles nauwgezet op en zorgen voor de software, kennis en opleiding van de medewerkers.”

Nieuw product om te kunnen onderscheiden

“We werken sowieso milieubewust en met aandacht voor goede werkomstandigheden van het personeel. En ook de kwaliteit van ons product is vanzelfsprekend goed. Maar daarmee onderscheid je je niet meer, dat zijn voorwaarden waaraan onze concurrenten ook voldoen. We moesten met een nieuw product komen om onze positie vast te houden. Er bestond eerder al één soort Calathea met bloem maar die

kan niet gekruist worden en literatuur over het veredelen van Calathea richting bloemvorming bestond niet. Dus hebben wij, met steun van IWT, zelf onderzocht hoe we de verschillende planten kunnen kruisen om zo tot een resultaat te komen met mooi blad én mooie bloemen. Dat is dan de Bicajoux geworden.”

Bicajoux staat voor bijoux (juweel) en Calathea. Ook de letters ‘bi’ hebben belang in het verhaal. ‘Bi’ staat voor twee, omdat de Bicajoux de enige plant is met dubbele sierwaarde: de plant is mooi met bloem, maar ook zonder bloem.

Markt vinden

De weg die de Bicajoux heeft afgelegd, was niet eenvoudig. René: “We hadden dan wel ons product, maar het in de markt zetten, is niet zonder groeipijnen verlopen. Ik kan natuurlijk in alle vrouwenbladen adverteren, maar dan gaan mensen naar de winkel, en waar kunnen ze de plant kopen? Ik moest de telers zien te overtuigen. Wat niemand had kunnen voorspellen, was dat de bankencrisis in 2008 hard toesloeg. Dat was een onverwachte tegenslag, plots was er geen oog of interesse voor nieuwigheden, niemand wilde proberen. Maar met vallen en opstaan hebben we de telers overtuigd. Het is voor ons trouwens niet voldoende om hen te overtuigen. We moeten de telers daarna ook blijven ondersteunen. Dat is essentieel, want in eerste instantie kent de teler het product niet en het resultaat moet natuurlijk wel kwaliteitsvol zijn.” En dat is het zeker. Begin dit jaar nog won de plant de “Most Unusual Plant award” op een plantenbeurs in de Verenigde Staten. Ook aan de andere kant van de oceaan wint Bicajoux dus aan populariteit.

René: “Intussen staat de productie op punt. Nu blijven we doorkruisen om zo een zeer evenwichtige plant te verkrijgen. Het palet heeft nog veel mogelijkheden van mooie bladeren



in combinatie met verschillende kleuren bloemen. Dit stellen we nu nog op punt om op korte termijn nieuwe lijnen in het verhaal te krijgen.” Korte termijn is relatief, want binnen de sector wordt al snel over een termijn van 5 jaar gesproken. “De eerste fase waarin we de plant op punt zetten, duurt al een jaar. Dan nog twee jaar om te vermenigvuldigen en daarna nog twee jaar bij de teler. Dus ten vroegste na 5 jaar is onze Calathea bij de consument.”

Toekomst

“Wij werken met een beperkt aantal Nederlandse telers om twee redenen. Onze telers willen exclusief werken en het helpt ons ook om de kwaliteit van het product op te krikken en hoog te houden. Zeg nooit nooit, maar ik denk niet dat de Bicajoux zo’n product zal worden dat in elke woning staat. Nochtans past het goed binnen de ‘green hype’ van veel groen in huis. Het is een schaduwplant met een bloem die meerdere maanden bloeit, dus dat past wel in dit verhaal. De prijzen van groene planten zijn in Nederland op dit moment goed. We kunnen dus vol vertrouwen naar de toekomst kijken”, aldus René Denis.

Innovatiecampagne

Denis-Plants werd laureaat van de innovatiecampagne in 2010. Of zo’n prijs ook deuren opent bij de telers? “Dat niet”, weet René Denis. “Het is niet omdat een product een prijs



wint, dat alle telers er plots mee willen gaan werken. Wat wel een feit is, is dat het een mooie erkenning is voor het team dat aan de ontwikkeling van de Bicajoux heeft meegewerkt. Zes maanden per jaar spenderen we fulltime aan onderzoek op allerlei planten: productie, technische verbeteringen en andere veredelingsstechnieken worden onder de loep genomen. We waren daarom ook blij toen we in 2015 in de top 3 belandden van de IWT Innovatie Awards als project met een belangrijke economische meerwaarde. De eerste keer trouwens dat een bedrijf uit de brede land- en tuinbouwsector hier kon scoren.” ■