
Management Summary

Titel	Rapportnummer
De Iris in het Verenigd Koninkrijk	2007-93
Auteur	Projectnummer
Iris van Santen	12763
Onderzoeksmethode	Telefoonnummer
Kwalitatief, diepte-interviews met Nederlandse en Engelse sector	079-3470642
Trefwoorden	E-mail
Verenigd Koninkrijk, Iris, bloemen, bollen, supermarkt, consument	i.vansanten@tuinbouw.nl

Doel: De verkoop van de iris bij Engelse supermarkten loopt al jaren terug. De houdbaarheid van de iris is inmiddels verbeterd door voorbehandeling. Waarom dan geen verbetering in de verkopen? Is het een imagokwestie? Weten retailers niet van de verbeterde levensduur? Laat de kwaliteit nog steeds te wensen over? Productschap Tuinbouw voerde in 2007 onderzoek uit onder Nederlandse irisbroeiers, telers, exporteurs, boeketteriën en veilingen, en Engelse importeurs en supermarkten (M&S, Waitrose, Sainsbury's, Tesco, Asda en Morrisons). Uit het onderzoek komen drie aandachtspunten: kwaliteit, assortiment en imago. Hieronder een selectie uit de conclusies en aanbevelingen.

➤ ***Invoeren minimale aanvoerrijpheid, landelijke rijpheidscodering en voorbehandeling verplichten***

Veilingen zien de noodzaak om een landelijke rijpheidscodering en een verplichte minimale aanvoerrijpheid (niet te groen) in te voeren. Zo zou uiteindelijk de kwaliteit van de iris verbeteren en daarmee ook het imago. Ook sommige broeiers kunnen zich in deze ideeën vinden en zien een belangrijke rol weggelegd voor de veilingen door strenger te keuren op rijpheid. Door het invoeren van een landelijke rijpheidscodering kan een minimale aanvoerrijpheid worden geadviseerd. Ook is het verplichten van het voorbehandelen van irissen belangrijk voor het verbeteren van de kwaliteit. Hiervoor moet er een betrouwbare controlemethode komen zodat de dosering goed kan worden gecontroleerd.

➤ ***Meer vernieuwing in irisassortiment***

Handelaren en supermarkten geven aan dat zij graag vernieuwing in het huidige irisassortiment zouden willen zien. Nieuwe soorten en nieuwe kleuren zijn welkom. Echter, voor supermarkten speelt prijs vaak een grote rol. Eventuele nieuwe soorten zullen dus goed ondersteund moeten worden door informatievoorziening van leverancier en broeier richting klant. Overigens kunnen nieuwe soorten irissen best voor een wat hogere prijs worden aangeboden, zoals te zien was bij een supermarkt die witte irissen voor een hogere prijs in het assortiment opnam. Daar moet dan wel een goede houdbaarheid tegenover staan, anders kan de supermarkt het niet verkopen. Bij het leveren van een nieuwe soort aan supermarkten moeten wel grote volumes kunnen worden geleverd.

➤ ***Ketensamenwerking***

Handelaren, veilingen en broeiers vinden promotie en voorlichting belangrijk om af te rekenen met het huidige imago als een wat oubollige bloem met een korte houdbaarheid en slechte uitbloei. De iris moet worden gepositioneerd als een moderne en trendy snijbloem, bringer van de lente, die goed toepasbaar is in verschillende stijlen. Ook de verbeterde houdbaarheid en uitbloei moeten duidelijk worden gecommuniceerd. De promotie kan zich richten op verschillende doelgroepen zodat de iris bij verschillende schakels in de keten onder de aandacht wordt gebracht: exporteurs en Cash&Carries, boeketteriën, importeurs, supermarkten en consumenten. Samenwerking is hierbij essentieel.

Het volledige rapport is te downloaden via www.tuinbouw.nl onder inloggen (2007-93), of aan te vragen via info@tuinbouw.nl, of 079 347 0633.