

Brand your plant

ILVO, AVBS en BOIP organiseerden op 12 maart een thema-avond rond het werken met merken: branding. Bruno Vanderschoot schetste een aantal opportuniteiten voor planten. Deze uiteenzetting werd verder aangevuld met twee getuigenissen uit de tuinbouwsector, met name van Belgicactus en Tomabel.

*Emmy Dhooghe (ILVO),
Bruno Vanderschoot (BOIP)*

Kwekers doen er alles aan zich te onderscheiden van hun concurrenten. Wat nieuwe rassen betreft, biedt kwekersrecht hier voldoende mogelijkheden. Maar hoe kan je de consument ervan overtuigen om jouw product te kopen?

Merken in combinatie met planten

Bruno Vanderschoot werkt al meer dan 30 jaar bij BOIP, het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom. "Primaire producten, zoals groene planten, zijn homogeen en merkloos, wat het juist moeilijk maakt om ze goed in de markt te positioneren", weet Bruno. "Vandaar is het creëren van merkbeleving zo belangrijk, om op te vallen."

Kies een goede merknaam

Een goede merknaam is niet te lang, makkelijk uit te spreken in diverse talen en mag niet verwijzen naar het product. Zo is Apple een goede merknaam voor computers, maar niet voor fruit. Wees creatief bij het bedenken van een goede naam. De beste merknamen zijn fantasienamen, denk maar aan Kanzi, Zespri en Addenda. Een originele slogan kan perfect als merk, zoals 'Plant is koning', 'Wij maken uw tuin het hof' of 'Fabulous Fat Friends.'

Valkuilen bij merkcreatie

Let op, namen kunnen als merk geweigerd worden wanneer ze bijvoorbeeld beschrijvend zijn, zoals 'Bloemenweelde' of 'Plants for people.' Bij weigering ben je de kosten voor deponering kwijt. Deze bedragen voor de Benelux 244 euro voor 10 jaar (basisprijs) en voor de EU 800 euro, ook voor 10 jaar (basisprijs).

Als je merk geregistreerd is, kan je het ®-teken erbij plaatsen.

Belgicactus

Jan Gielis, bedrijfsleider Belgicactus, vertelde gepassioneerd over 'Fabulous Fat Friends.' Belgicactus startte het



Jan Gielis, hier op Florall, vertelde zijn verhaal over zijn merk 'Fabulous Fat Friends.'

merk om meer aantrekkingskracht te hebben in de winkels. 'Fabulous Fat Friends' is meer dan een merk, maar vertelt een verhaal. 'Fabulous' verwijst naar het plezier en de kwaliteit. 'Friends' benadrukt de relatie tussen mens en product. 'Fat' verwijst naar de vetplanten. Volgens Gielis is het belangrijk dat een teler zich focust op zijn core business en dat de branding door professionals gebeurt..

Tomabel

Henk Vandevelde, bedrijfsleider van Vandtra, is eveneens voorzitter van Tomabel en bracht een gelijkaardig verhaal. Tomabel startte voor tomaten, maar is ondertussen een keurmerk voor kwaliteitsgroenten en fruit, zoals tomaten, aardbeien, paddenstoelen, babyleaf, sla en witloof.

Na afloop kwam er heel wat respons uit de zaal. Er is dus zeker interesse vanuit onze sector voor een goed merkenbeleid. Meer info bij Bruno Vanderschoot via bvanderschoot@boip.int. ■