

Ball Horticultural Company heeft wereldwijde ambities

Tijdens het ALPH-congres begin maart 2020 kregen de deelnemers de kans om in gesprek te gaan met Anna Ball, voorzitter en CEO van Ball Horticultural Company.

Pieter Van Oost, secretaris AVBS

Ball Horticultural Company is via bedrijven of partnerschappen actief op zes continenten in 20 landen. In de sierteeltsector zijn weinig bedrijven meer toonaangevend, mede door hun sterke focus op veredeling, onderzoek, ontwikkeling én distributie. CEO Anna Ball daagde ons uit aan de hand van een tiental trends, uitdagingen en opportuniteiten.

Transparantie, IT en data

CEO Ball hield een pleidooi om in te zetten op een zeer transparante sierteeltketen. Door de jaren ervaart zij dat bedrijven die erin slagen transparant te zijn in de keten, ook slagen in intensievere samenwerkingen en zo samen sterker worden. Aanvullend was er een duidelijke oproep om te investeren in IT en data. Dat er in de sierteelt te weinig geïnvesteerd wordt in IT, moet in kansen omgebogen worden. In meer extreme bewoordingen komt het erop neer dat ondernemen op basis van buikgevoel tot het verleden behoort. Het is de combinatie van dat buikgevoel en instinct samen met data gedreven kennis dat je een succesvol ondernemer maakt.

Inspelen op demografische evolutie

Duurzaamheid is heel belangrijk maar de sector mist deze sneltrein. Toch is de sierteeltsector ervan overtuigd dat het moet met minder afval, turf, wegwerpplastics, chemicaliën en broeikasgassen. Nu is het moment om wel op die sneltrein te springen. Bloemen en planten zijn nu eenmaal één van de weinige consumptiegoederen die je kunt kopen en die een positieve impact hebben op het milieu. Alleen is er een perceptieprobleem bij het grote publiek, waardoor we er niet in slagen dit massaal om te zetten in groeicijfers. CEO Ball ziet nog heel wat opportuniteiten voor de sector, zoals bijvoorbeeld het nog meer inzetten van bloemen als cadeau bij Valentijn. De oorzaak hiervoor is dat veredeling en productie van planten slechts op heel beperkte breedtegraden in de wereld heeft plaatsgevonden.

Verstedelijking en planten kennis

Door de verstedelijking zijn er meer kamerplanten nodig en minder perkplanten. In de VS spenderen appartementenbewoners jaarlijks 220 dollar aan planten; Amerikanen met een tuin besteden jaarlijks 650 dollar aan planten. Dit is beduidend meer dan de Belgische bloemen- en plantenconsump-



Anna Ball van Horticultural Company riep op het ALPH-congres in Miami op tot samenwerking.

tie. Ondanks deze hoge bedragen zijn planten toch het product met het hoogste misluktingspercentage op vlak van overlevingskansen. De sector moet er alles aan doen, ook op vlak van innovatie en marketing, om de planten kennis bij de consument op te krikken. Door veredeling moeten planten meer ziekte- en droogteresistenter en onverwoestbaarder zijn. Ball Horticultural Company pleit voor nieuwe technologie, inclusief gentechnologie.

Surf mee op de hype

We nemen onszelf te serieus. Er moet meer humor en fun in de sierteeltsector komen. De sierteelt moet een aangenaam en aantrekkelijk gevoel losweken. Om de consument hierin mee te nemen, moeten wij zoeken naar planten met een persoonlijkheid en een verhaal. Jongeren moeten weer leren hoe het eraan toe gaat in de sierteelt. We mogen niet intimiderend overkomen, maar zeer toegankelijk zijn en op een eenvoudige manier kunnen uitleggen en tonen waarmee we bezig zijn.

In het concept 'Plant Parenting' neem je een soort ouderschap van planten op en deel je dit met je omgeving. Het wordt een hype om de emotionele verbondenheid met je planten aan de buitenwereld tonen.

CEO Anna Ball eindigde met een oproep tot samenwerking. Samenwerken is noodzakelijk, maar je moet een paar hindernissen nemen. Samenwerken is je eigen ego onderdrukken, het vermogen hebben om te luisteren, openstaan voor nieuwe ideeën, de capaciteit hebben om de controle los te laten en hard werken en nederig zijn. ■

