



© I. DE CLERCQ

## “Azalea blijft een sterk product”

“Gemakkelijk is het niet en zal het ook nooit meer worden. Maar wij zien het nog steeds zitten en blijven er vol voor gaan.” Azaleatealers Geert en Marijke De Waele-Reynvoet uit Zaffelare combineren nuchterheid met fierheid op een goed product. “De azalea wordt nog teveel als bulkproduct behandeld. In het goed in de markt zetten van de plant liggen nog altijd kansen.”

*Ivan De Clercq*

### **Printen bij het stekken**

Geert De Waele is nog maar pas goed en wel aan zijn verhaal begonnen als er een telefoontje uit de serre komt. “Of hij eens naar de serre kan komen om de potprinter juist in te stellen.” Planten die klaargemaakt worden, krijgen een plantenpaspoort op de pot geprint. Niet ideaal want winterkou en condens zijn niet de beste vrienden van een printer. De potten worden daarom eerst droog geblazen eer ze

de printkop passeren. “De duidelijkheid over het plantenpaspoort is eigenlijk te laat gekomen om ons goed te kunnen voorbereiden, zeker voor een lange teelt als azalea. De bedoeling is om te printen bij het stekken, als de potten nog nieuw en droog zijn. Ik verwacht dat er na een overgangsfase met zelf printen op de pot, veel telers zullen kiezen voor op voorhand bedrukte potten in de fabriek.”

### **Moet meekunnen met de rest**

De pot als kleinste handelseenheid dus. Ook al omdat bestellingen steeds kleiner worden. “Eindklanten nemen liever iets te weinig dan te veel planten in stock. Ze willen ook geen volle kar azalea’s meer, maar een zo breed en vers mogelijk gamma op diezelfde kar.” Het verklaart volgens Geert ook de shift in populaire potmaten. “Op een jaar of vijf is de vroeger populaire potmaat 13 bij ons bijna volledig

verdwenen. Potmaat 12 is een standaard waarin ook veel andere planten zoals orchideeën en groene planten worden aangeboden. Met de steeds groter wordende schaalvergroting in de keten moet alles vlot meekunnen met de standaard.”

## Perfekte presentatie

Als voorzitter van Project Azalea Kwaliteit (PAK) heeft Geert een goed zicht op de kwaliteit van de azalea's. “Het aantal bedrijven is gedaald, maar de hele evolutie van container-velden, forcerie, koeling op 7°C, bedrijfsvoorlichting... heeft het niveau duidelijk naar boven getrokken. De grote sprong valt nu eerder op het vlak van vermarkting te maken”, schat Geert in.

Het product moet perfect zijn, maar nog meer dan vroeger moet ook de presentatie perfect zijn. “Kopers hebben nog maar weinig tijd om op bedrijven te komen. Foto's die je als kweker maakt van planten gaan mee met de exporteur tot de klant en komen naast foto's van andere planten te liggen. Vroeger maakte ik bijna lukraak een foto van de planten die we verkochten; nu besteed ik veel meer aandacht aan belichting en het kader.”

## Extra werk voor een extra prijs

Het is die visie die Geert en Marijke ook doortrokken in hun eigen bedrijfsstrategie. “Je kan niet meer verwachten dat mensen blij zijn met een azalea die in een krant gedraaid is. Mensen willen iets moois afgeven, en dan is een mooie presentatie een vereiste.” Geert en Marijke bieden azalea's aan in tal van verpakkingen. Ze lieten vier eigen hoezen rond de Gentse azalea ontwerpen. Afhankelijk van het seizoen zoals Valentijn of Pasen, bieden ze ook aan een deel van het cliënteel planten in een themaverpakking aan. “Er is zeker extra werk aan, en die uren moeten net zoals de verpakkingen zelf doorgerekend worden. Toch is de indruk dat die prijs minder een probleem is dan voor de standaard plant-in-een-plasticpot, zeker als de prijzen onder druk staan.” Voor alle hoezen en randdecoratie geldt dat ze onder de 20/80



## Planten krijgen in de overgangsfase paspoorten mee bij het klaarmaken.

regeling vallen. Duurdere potten in bijvoorbeeld keramiek worden meestal door de klant zelf aangeleverd.

## Hele mooie bloei

In het gamma aan soorten en kleuren op het bedrijf, is wit duidelijk aan een opmars bezig, ten nadele van rood. In de soorten klinken variëteiten zoals Helmut Vogel, Michelle Marie, Otto en Tamira vertrouwd in de oren. “Innoveren in genetica is uiteraard belangrijk, op voorwaarde dat nieuwe soorten ook effectief beter zijn. De bestaande soorten hebben bovendien het voordeel dat ze gekend zijn in de handelskanalen. Onder de bestaande soorten hebben we een goede kleurenmix waarmee we verder kunnen.” Het geloof in de plant blijft groot. “Het is op zich een sterk product, dat vijf à zes weken in de huiskamer een hele mooie bloei geeft. Nadeel is dat hij wat verzorging nodig heeft. Daarom krijgt de Gentse azalea ook verzorgingstips mee, en dat is heel belangrijk.”

## Naar de markt kijken

De azaleateelt staat al jaren onder druk. Het aantal telers neemt af en de ook prijzen zijn veelal ondermaats. “Het is een dun evenwicht tussen te veel en te weinig azalea's”, analyseert

Geert. “Mijn gevoel is dat het aantal telers nog verder gaat minderen, maar dat het niet lang meer zal duren eer tekorten weer tot de mogelijkheden behoren. Voorwaarde is dat telers naar de markt kijken en geen planten aanbieden wanneer de markt er nog geen vraag. Zo start het seizoen tegenwoordig wat later en loopt het wat langer door. Maar dat kan over vijf jaar weer anders zijn.”

## Klant wil perfect product

Andere thema's die in de toekomst nog zullen spelen zijn duurzaamheid en gewasbescherming. Twintig jaar geleden kozen Geert en Marijke al voor een ruime wateropvang onder de nieuwe serre. Dat zou een antwoord moeten kunnen bieden op de first flushvereisten. Al het regenwater wordt opgevangen. Waterstofperoxide zorgt voor de ontsmetting.

Gewasbeschermingsmiddelen ziet Geert verder onder druk te komen staan. Er zijn nieuwe middelen, maar meestal duurder dan de oude. Een wereld zonder is niet meteen voor morgen, beseft Geert. “We hebben een lange teelt; bepaalde handelingen moeten correct zijn. De klant wil een perfect product. Het is aan ons om – uiteraard met zorg voor het milieu – hier de grootste zorg aan te blijven besteden.” ■