

Geen betere marketing dan een goed product

Wellicht is het u ontgaan, maar Canada viert dit jaar haar 150-jarige bestaan en dat wordt in het land van de Maple Leaf groots aangepakt met de organisatie van spetterende festiviteiten. Als er iets groots te vieren valt, mogen bloembollen niet ontbreken en dus werd op 9 mei 2016 met het nodige tromgeroffel tulp 'Canada 150' geïntroduceerd.

De Canadese verjaardagstulp is getooid in de kleuren van de Canadese vlag met een lichtoranje accent erin verwerkt, waarmee de vriendschapsrelatie tussen onze beide landen op een beeldende manier wordt gevisualiseerd. Het plaatje is treffend en dat werd nog eens bekrachtigd door de Nederlandse ambassadeur in Canada die verklaarde dat "Canada 150 tulips will bring both pride and joy to gardens and communities from coast to coast".

Ik ben bang dat de realiteit ons heeft achterhaald, getuige de vele negatieve reacties die ik onlangs op social media ontwaarde. "I think, Holland took us for a ride!", was veelzeggend. Ook was het schrijnend om een teleurgestelde mevrouw te moeten aanschouwen die zich staande naast een bed oranje-geel gekleurde tulpen afvroeg waar die rood-witte Canada 150 tulp nou was gebleven. "It's not the end of the world", zo zei ze, maar duidelijk was wel dat de beloofde 'pride and joy' ver te zoeken waren.

Het is beschamend dat zoiets heeft kunnen gebeuren en het werpt een nieuwe smet op het blazoen van de droogverkoopsector, die het - ook vanwege de neonicotinoïdendiscussie - toch al zwaar te verduren heeft. Het is de vraag of de sector zich hier afdoende tegen kan wapenen en tegen al die andere vormen van remplacers door producenten en handelaren, voor wie het korte termijn gewin belangrijker is dan de ravage die zij bij andere marktpartijen en in de sector veroorzaken.

Voor vijftien handelsbedrijven is de maat nu vol. In het besef dat er geen betere marketing is dan een goed product, willen zij nieuwe spelregels ontwikkelen op het gebied van kwaliteit en duurzaamheid om ervoor te zorgen dat bloembollen wel instaan voor "pride and joy to gardens".

• BLOEMBOLLENVISIE • 6 juli 2017