

# אירוע חדשנות (2) תאגיד אביב

|     |                            |
|-----|----------------------------|
| 118 | פתיח                       |
| 121 | שולחנות עגולים             |
| 121 | גיבסנית                    |
| 125 | פלוקס                      |
| 129 | פרח שעווה                  |
| 132 | הלבורס                     |
| 135 | סיכומי הרצאות              |
| 135 | מחקר מונחה שיווק           |
| 136 | טיפול כלנית מתורבתת ונורית |
| 141 | סיור בחלקות פיתוח באיטליה  |
| 144 | טיפול מכון שוק             |
| 145 | חדשנות מבית דנציגר         |
| 148 | ביופיומיגנציה באמצעות חרדל |
| 151 | חידושים בפרחי קטיפ         |
| 154 | ניו זילנד כמרכז טיפוח קאלה |
| 156 | הסתכלות יבואן הולנדי       |
| 158 | מגמות ושינויים             |
|     | מוצרי נישה בשוק            |
| 159 | הפרחים הסיטונאי            |
| 162 | פרחי קיץ ופרחי נישה        |
|     | פרופיל חברה וכיוונים       |
| 165 | עתידים בשוק הסיטונאי       |

## על אביב, על הרמוני ועל כנס החדשנות

### הקונספט של "אביב"

התקופה הנוכחית בענף הפרחים העולמי מאופיינת בשני תהליכים:

- מעבר גידול חלק מהפרחים מאירופה לאפריקה הביא להפסקה או להקטנה משמעותית בגידול פרחים אלו בהולנד ובישראל. בהמשך לכך, נעשה גם שיווק של זרים מוכנים (בוקטים) מאפריקה ישירות לרשתות השיווק. תהליך זה כולל בעיקר פרחים שמגדלים אותם בכמויות גדולות (commodity), כמו ורדים וחרציות.
- פרחי נישה ופרחים נוספים שקשה לגדל באפריקה, בשל תנאי מזג אוויר או מיומנות, נשארו בגידול ישראלי או הולנדי. בקבוצה זו ניתן למנות גידולים שונים כמו פרח שעווה, כלנית, נורית, פיטוספורום ורוסקוס.
- המעבר למסחר בשעונים דיגיטליים לקנייה מקוונת, מחייב את המגדל הרוצה לשרוד בענף למתג את הפרחים שלו ברמת אמינות גבוהה מאוד, כדי שהקונה ה'דיגיטלי' ירגיש בטוח לקנות את הפרחים. בנוסף, חייבה המגדל להקפיד על הגשה ברמה גבוהה וקונסיסטנטית, איכות גבוהה, מיון ברמה גבוהה, אמינות, טפולים להארכת חיי מדף, ויכולת

אירוע החדשנות בענף הפרחים התקיים זו השנה השנייה בתאגיד אביב בחודש יוני. האירוע הוא פרי יוזמתו של משה פרץ, מנכ"ל התאגיד, וזו לו השנה השנייה. באירוע השתתפו מגדלים רבים מישראל, שתלנים, מטפחים מחו"ל, אנשי שיווק מחו"ל ועוד. האירוע היה מאורגן להפליא והוא מהווה את האירוע המרכזי של מגדלי הפרחים בישראל.

אנו מביאים כאן את עיקרי הדברים, הרצאות ודיונים, וממליצים לכולם לקרוא בעיון.

### איילת לביא ויחיאל שטיינמץ



- קנייה לפי סטנדרטים המאפשרים לקונה קבלת סחורה באיכות אחידה ודומה ממגדלים שונים לאורך זמן. "הרמוני" עוסקת בקידום מכירות של המוצרים. קידום המכירות נעשה ראשית בפני הסוחרים, ובהמשך גם בפני הלקוח הסופי.

מבחינת מגדלי "הרמוני" קיימת ביקורת אקראית מצד גורם בלתי תלוי על המוצרים (מעבדת האיכות של פלורהולנד) הנותנת משוב למגדל על רמת ההגשה שלו ועל רמת ההגשה של הפורק שלו. כל זה מאפשר למגדל לשפר את האיכות שלו ואת קו המוצרים שלו. יתרון נלווה הוא במניעת 'נפילות' של עסקות ושל קונים אשר בעבר ובהווה היו פשוט עוברים לקנות ממקור אחר וכעת יש להם אפשרות לשפר את האספקה שלהם על פי דרישתם.

### אירוע החדשנות

לסיטונאים ההולנדיים ולמגדלים הישראליים נוצרה 'שותפות גורל'. המגדל הישראלי מחפש איך לשרוד בשוק הפרחים העולמי מול התחרות הגוברת מכיוון אפריקה. הסיטונאים ההולנדים מתחרים באספקה הגוברת של מכירות ברשתות השיווק ומחפשים ייחודיות ואיכות גבוהה אשר תיתן להם ערך מוסף מול רשתות השיווק. שני הצדדים מעוניינים במגוון גדול יותר ובאיכות גבוהה יותר אשר תיתן להם יתרון על השוק

להפיק תמונות עדכניות. (בקנייה בו'בשופס המגדל שולח ארגז סגור הנפתח אצל הסוחר או אצל קניין של הסוחר. במצב זה כל האמור לעיל מקבל משנה תוקף). ומה שתמיד נכון - קשר ישיר בין מגדל לסוחר - קשר ישיר בין מגדל לסוחר שקונה את הפרחים שלו, בשעון או בעסקה, יתרום הרבה לכל מגדל.

### "הרמוני"

"אביב" השיקה את מותג "הרמוני" בכדי לענות על דרישות השוק המשתנות. שיווק תחת מותג "הרמוני" מבטיח לקוני הפרחים:

- הגשה אחידה - רמת מיון ואמינות גבוהה לאורך זמן
- ערבות לחיי מדף
- בקרת איכות על ידי גורם בלתי תלוי
- מוצרי נישא ייחודיים
- עזרה בקידום מכירות לקונה הסופי לצרכן הסופי מאפשר המותג:
- עבודה מול כתובת אחת "הרמוני", המפשטת עבור הפלוריסטים את תהליך הקנייה של פרחים איכותיים;



האפריקאי ורשתות השיווק.

אירוע החדשנות עונה על מטרה זו ומפגיש תחת קורת גג אחת מטפחים, מו"פים, הדרכה, משתלות, אנשי שיווק, סוחרים ואפילו שוזרים.

מגדל הפרחים הנכנס בשערי בית האריזה יכול למצוא תשובה לשאלות רבות ולצאת עם סל הכולל פרח לגידול, ספק שתילים, הנחיות גידול, הנחיות משלוח, שוק לפרחים והחשוב מכל - קשר רציף עם כל אחד מהאנשים העוסקים בעניין.



### גיפסנית

#### שולחן עגול - גיפסנית התקיים במהלך אירוע חדשנות II ונערך בחסות בית אריזה אביב ביוני 2013.

משתתפים: יו"ר - ששון משה, ירון כוכבי, עוזי אוחן, נעם בלטיאנסקי, נאמן חודור, יאיר תמרי, קלרה דהן, גבי דנציגר, אריה עופר, גרשון יצחק

קניינים: Kees Zwaan - J.P. Hogewoning, Rob Bokhorst - Salaba, Rick Veilbrief - W.K. Heyl Wim Verlaan - Holland Indor Plant

המפגש החל בסקירתו המעניינת מאוד ומלאת הנתונים שהעביר ירון כוכבי, ולהלן עיקרי הדברים:

מנתוני האספקה של קניה, אקוודור וישראל לבורסות עולה כי משנת 2008 ועד 2012 הייתה קניה די יציבה באספקה: בסביבות 25 מליון ענף לשנה

- אקוודור בתהליך ירידה מ - 52 מליון ל - 40 מליון
- ישראל בתהליך ירידה מואץ מ- 60 מליון ל- 37 מליון.
- גם שטחי הגידול ומספר המגדלים בארץ ירדו במקביל, והיום יש כ- 27 מגדלי גיפסנית וכ - 1700 דונם בארץ.
- אחוז המכירות הישירות (לפני השעונים) בעלייה מתמדת

- הכמות של הזן מיליון סטארס נמצאת בירידה מתמדת השנה, היו 47.8% מהמכירות; הזן 'Vivo' נמצא בעלייה משמעותית, והיו 13.8% מהמכירות
- המכירה הישירה מביאה למגדל הכנסה נטו הגדולה בכ- 10% מהמכירות בשעונים

### פיטוסניטציה

כל הגיפסנית מדרום אמריקה מגיעה לאירופה מרוטת עלים. למריטת העלים יש כמה יתרונות:

- ביטחון של המגדל במעבר הסחורה דרך ביקורת הגנת הצומח
- מופע גיפסנית ללא עלים מתקבל טוב יותר אצל הצרכן הסופי ונחשב יפה ונקי יותר

### זנים

לדעתו של Rob Bokhorst - Salaba בישראל חשוב לגדל זני נישה, כמו מי פינק, שלא מגדלים באפריקה או באקוודור. יש בארץ מזג אוויר בעייתי המקשה להגיע עם איכות אחידה במהלך כל השנה לשוק.

Salaba המשווק 90% מהמכירות לשוק הרוסי, אומר שהזן טנגו הוא זן מצויין ויש להגדיל את הכמויות שלו. הטנגו

ולא פשוט לטפח זנים בעלי תכונות של יציבות באיכות לעונות המשתנות.

### איכות

Kees Zwaan- J.P.Hogewoning אומר שאיכות הפרחים ולובן הפרחים הוא הפרמטר היותר חשוב ולא דווקא שם הזן. הפרח האקוודורי מגיע לשוק לבן יותר (פתוח יותר) מהפרח הישראלי.

באקוודור האיכות והאחידות של הפרחים מרבית ימות השנה (48 שבועות) טובה מאוד, ויש לכך חשיבות רבה בהספקת איכות קבועה, שהיא הפרמטר הראשון במעלה.

איכות הפרח נקבעת מאחידות המוצר במהלך השנה, ממשקל, ממופע ומחיי מדף (10-14 יום אצל הלקוח הסופי).

כל הפרחים מדרום אמריקה נקטפים סגורים ועוברים תהליך של פתיחה איטית מבוקרת. כתוצאה מכך, הם מגיעים לשווקים עם רמת פתיחה גבוהה יותר, פרחים לבנים יותר וחיי מדף ארוכים יותר, וללא פרחים חומים.

מגדלים ישראליים שמיישמים פתיחה איטית מגיעים לתוצאות דומות, אבל רוב התוצרת נמכרת ישירות לשוק המזרח אירופאי.

מבחינת האיכות והלובן הבוהק שלו עומד בשורה אחת עם הזנים המובילים בשוק ויכול להוות תשובה ישראלית לתחרות מדרום אמריקה.

לדעתו של Rob Bokhorst, ארבעים גרם הוא המשקל הרצוי לפרח הגדול הנמכר בשוק הרוסי.

פרחים גדולים נעשים יותר פופולריים והביקוש להם עולה. המיליון סטארס ירד בכ- 20% לטובת הפרח הגדול.

היום אין אפשרות לספק את הביקוש לפרח הגדול. הדורשות העיקריות לפרח הגדול הן רוסיה, אוקראינה, פולניה, המדינות הבלטיות ואחרות. במדינות אלו כוח הקנייה עולה משנה לשנה.

'מירבלה' - חזקה מאוד בקיץ בישראל. ייתכן שפתיחה איטית בחורף תקנה לה איכות, וכך נוכל לשמור על יציבותה.

גבי דנציגר טען שלדעתו הביקוש לפרח הגדול אינו רב כל כך, והוא נראה גדול רק בשל החוסר הקיים בשוקי מזרח אירופה

משה ששון אתגר את המטפחים בהבאת סדרת זנים חדשה לשוק שיהיו עם תכונות של יציבות באיכות ככל שניתן, למרות חילופי העונות והשינויים הדרסטיים במזג האוויר.

קלרה דהן הציגה את דעתה בעניין בטענה שזה אתגר לא קל

## תקשורת

חשובה תקשורת דו-סטרת בין המגדל לקניין לאורך זמן.

הקניינים מעוניינים לקבל מידע מקדים ישירות מן המגדל לגבי כמות הפרחים הנשלחים לשעון מדי יום.

הקניינים היו מעוניינים ליידע את המגדלים לגבי הזנים הרצויים מבחינתם ולגבי מה שהם קונים באופן קבוע.

## תהליך המכירה

הקנייה בבורסה אינה אקראית. הגורם המוביל הוא שם המגדל, והמחיר הוא משני במערכת השיקולים.

פרחים מדורם אמריקה הנרכשים ישירות נפרקים למים לפחות ל-24 שעות.

אצל הקונה אין שימוש בחומרים במים - אין קריזל גיפסנית ולא משתמשים בכלור.

לעתים נמכרים הפרחים ביום שבו נקנו בשעונים, אך קורה שהם נשארים אצל הקונה עד 3 ימים.

לדעתם של הסוחרים ההולנדים, שיטת המכירה הקיימת היום בשעונים לא תחזיק מעמד בעתיד בשל העלויות הגבוהות והתמורה הלא מספקת למגדל.

הפרמטרים לאיכות החשובים ביותר לדעת ההולנדים

ניקיון מפרחים חומים - אין סבילות לפרחים חומים!

איכות יציבה לאורך תקופת ההספקה, גם אם היא אורכת כמה חודשים בלבד - השוק מבין את העונתיות הישראלית, אך גם בעונה הישראלית האיכות של המגדל הישראלי אינה אחידה

## הופעה כללית

כאשר הפרח פתוח היטב, האיכות הוויזואלית טובה יותר

## גבעולים יציבים

המגדלים הישראליים דוחסים פרחים רבים מדי לארגז אחד ופוגעים באיכותם. יש להפחית את הדחיסה הגורמת שבר ונזק לפרחים

השוואת הפרח הישראלי מול המתחרים:

פרחים ישראליים נמכרים יותר בשעון לעומת המתחרים שנמכרים יותר בעסקות ישירות. הקונים נוטים שלא לבצע עסקות ארוכות טווח עם ישראל בגלל חוסר היציבות באיכות לאורך השנה.

הפרחים מאפריקה אינם משתווים לאיכות הפרח מאקוודור.

גיפסנית עם פרחים חומים אינה יכולה להישלח תחת המותג, ועדיף לשלוח פרח פחות פתוח מאשר להסתכן בפרחים חומים.

### הצעות לעתיד

להמליץ למגדלים לדחוס פחות  
לבחון הסכמי הספקה ארוכי טווח במחיר קבוע.  
ליידע את המגדלים בכל נושא הפתיחה הארוכה מדי הגורמת להחמת פרחים  
לבדוק פתיחה איטית ב'מירבלה' בחורף.  
לסגור עסקות ארוכות טווח מול ההולנדים עם תכנית שמירה על האיכות בעזרת גידול זנים המותאמים לעונה.  
לכוון את המגדלים לניתוח דרישות הקונים העיקריים ולעודד אותם ליצור קשר ישיר ולהעביר אליהם מידע מוקדם.  
להעביר מסר לגבי איכות הפרח: בגיפסנית פרח חום אינו סחיר, לכן עדיף פרח קצת פחות פתוח והכי לבן שאפשר, וללא פרחים חומים.  
תודתנו נתונה לבית אריזה אביב על היוזמה וההשקעה במיזם חשוב זה - שיישום לקחיו יכול לתרום רבות למגדלי ישראל.

במדינות מסוימות (בגלל איכות הסביבה) לא ניתן להוסיף חומרי פתיחה למים.

חלק מהסוחרים ההולנדים עובדים עם חברות מאקודור על הסכם להספקה קבועה במחירים קבועים כל השנה.

יש סוחרים בהולנד הקונים עד 95% מהסחורה באופן ישיר, ויש הקונים עד 95% מהבורסות, לפי בחירת דרך העבודה.

### פלורהולנד

בעולם המסחרי של היום עלויות פלורהולנד מכבידות על המגדלים והמערכת תצטרך להשתנות בהתאם.

קיימות דעות שונות באשר לטיב השינוי ולעתיד השעונים.

### הרמוני

הקריטריונים של פרח הרמוני צריכים להיות אבסולוטיים ולא יחסיים.

אם אין מוצר איכותי בשוק מזן מסוים בעונה, אסור להרמוני לרדת בסטנדרטים ואפילו אסור לספק את האיכות הגבוהה לעונה זו שהיא איכות גבוהה יחסית אבל אינה האיכות האבסולוטית שנקבעה.

מבחינת הגשה: הפרמטר החשוב ביותר הוא אחידות בפתיחה.





## מגדלי פלוקס

**שולחן עגול - פלוקס התקיים במהלך אירוע חדשנות II ונערך בחסות בית אריזה אביב ביוני 2013.**

**משתתפים:** מאוריס סנלס Maurice Snels - קניין בחברת אגורה Agora, הארולד פאולי Harold Pauly - קניין בחברת פלורמץ Fleurametz, חוס בארטלס Goos, Bartels - מטפח פלוקס בחברת Bartels Stek,

ירון כוכבי - איש קשר פלורהולנד, גרשון יצחק - מדריך פלוקס ישראל, מורן לב - מגדל פלוקס במושב כפר ידידה, זוהר אלפרוביץ - מגדל פלוקס במושב כפר חיים, עמי אברמוב - מגדל פלוקס במושב משמרת, רותם דביר - יו"ר ומגדל פלוקס במושב כפר הס

## נתוני שיווק - פלורהולנד

בחמש השנים האחרונות עלו כמויות הפלוקס המשווקות דרך הבורסה ב-13% (מ-30 מיליון פרח ב-2008 ל-34 מיליון ב-2013), ואילו הכמויות המשווקות מישראל עלו עד 2010 וירדו חזרה עד ל-2012.

הפלוקס המשווק מאפריקה עלה ממיליון ענף לשנה ל-5 מיליון ב-2012 (עדיין באיכות נמוכה). באותה תקופה עלו מחירי הפלוקס ב-20% (מ-15 סנט ב-2008 ל-18 סנט ב-2012)

### זנים חדשים

לדעת הקניינים, זנים חדשים אשר אינם חדשניים במראה ובצבע אינם מגדילים את סל ההיצע של הפלוקס.

יש מקום בשוק לזנים חדשים דוגמת האדום והכתום.

התכונה השיווקית החשובה ביותר בהכנסת זן חדש לשוק הינה רציפות האספקה.

לטענתם, ללא רצף אספקה, לא ניתן לשלב את המוצר בערוצי השיווק של החברות, והוא נדון לכישלון בשל כך בלבד.

המסקנה היא שבזנים החדשים המקבילים לורוד ולסגול, יש חשיבות רבה לתכונות האגרו-טכניות של הזן, המשפיעות על הכמות הנקטפת מדונם בשל היעדר חשיבות הגוון הספציפי.

לטענת המטפח, קיים אתגר גדול בטיפול זן מחליף לברייט איי, אשר הביקוש אליו גדול, ואילו קצב הצימוח ואיכות השטח בשנה השנייה נמוכים.

ברור כי שיווק דרך השעון בלבד פוגע ביכולת ההחדרה של זן חדש לשוק בשל היעדר הדגשה לייחודיותו.

מצד המגדלים, עולה כי השנה הראשונה של שיווק זן חדש אינה מעידה על העתיד מפאת רגישות המחיר לתקופת השיווק הספציפית ובשל היעדר הרציפות באספקה.

לכלל הפלוקס). מחירי פלוקס ישראל עלו ב-30% (מ-15 סנט ב-2008 ל-20 סנט ב-2012).

ניתוח הכמויות המשווקות מראה כי כמות הפלוקס ההולנדי זהה לאורך התקופה, ואילו כמויות ישראל היו במגמת עלייה ולאחר מכן בירידה. "השחקן החדש" בשוק הוא ענף הפרחים באפריקה אשר גדל במאות אחוזים.

אחוז הפרחים הנמכרים בעסקות ישירות עומד על 10% בלבד, לעומת 25% בשאר פרחי הבורסה.

קהל היעד של הפלוקס הינו בעיקר שוק הפלוריסטים: 85% לעומת 75% בשאר פרחי הבורסה.

פילוח הזנים בפלוקס עמד על כ-50% לבן ו-20% ברייט איי בשנת 2008.

כיום תופס הלבן 37% מהשוק, והברייט איי עלה ל-33% מכלל הפלוקס בבורסה.

נראה כי בשנת 2008 תפסו חמשת הזנים הוותיקים נתח שוק של 93%, ואילו כיום נוספו אליהם 5 זנים חדשים פרי טיפוח מגדלי ישראל, אשר יחד תופסים 94% מהשוק.

הפתרון לכך הינו יצירת קשר רציף עם הקניינים והודעה על תחילת קטיף של זן חדש כשבועיים מראש.

### טיפול בפרח הקטוף

לטענת הקניינים, השיווק לחנויות ה"קש & קרי" ול"פליינג דאץ מן" נעשה באותם הדליים אליהם נפרקים הפרחים בבורסה, ולכן שימוש בתמיסה יבצע להטענה של יומיים-שלושה לפחות.

הוסכם כי יש לשאוף לאחידות בטיפול בפרח הקטוף בין המשקים השונים (חורף וקיץ).

נטען ע"י בארטלס כי חיתוי הדליים שאליהם נקטפים הפרחים הינו קריטי וכי אילוח בקטריאלי מיד עם הקטיף יוביל לסתימת המריסטמות ולעצירת תהליך ההטענה עוד בטרם התחיל.

יש להפיץ לחברי הוועדה ניסויים שנערכו ע"י בארטלס בנושא יעילות STS וניסויים שנערכו ע"י מכון וולקני בנושא הטענת פלוקס.

### דימוי הפלוקס בשוק הפרחים

לטענת הקניינים, חל שיפור ניכר בדימוי הפלוקס בשנים האחרונות בעיקר בשל שיפור באורך חיי המדף שלו, בנשירת הפרחים ובבעיית העלים הצהובים בשיא החורף.

שלב הפתיחה האידיאלי הינו פרח אחד פתוח בלבד.

הבעייתיות היא שבכדי להגיע לשלב זה בבורסה יש לקטוף את הפרח בשלב מוקדם מדי, אשר יביא להתפתחות תפרחת מועטה. לחליפין, אפשר לקטוף בשטח בשלב זה ולנקות פרחים פתוחים נוספים בעת הפריקה בבורסה.

טענה עיקרית אשר הוצגה ע"י הקניינים הינה היעדר אחידות בהספקה לאורך ימי השבוע (ימי שני ושישי מוצפים בפרחים, ואילו שאר הימים דלילים מדי).

יש להנחות את הפורקים בבורסה לווסת את הכמויות על פני השבוע, כאשר יש לתת עדיין עדיפות לימי שני ושישי.

לסוגיית הפרשי המחירים בין הבורסות השונות ניתן הסבר שהסחורה אשר נמכרת מוקדם יותר באותו היום, היא זו שתקבל את המחיר הגבוה ביותר.

הבורסות המאחרות יגיבו בהתאם למכירות אשר בוצעו בינתיים דרך ערוצי השיווק האלקטרוניים של החברות.

עובדה חשובה שעלתה בדיון הינה השימוש בתמונות שמציג המגדל בשעון, בערוצי המכירה של החברות השונות. בבירור שערכנו נמצא כי חלק מהחברות מצלמות את הפרחים מדי יום לטובת הצגה בחנויות האלקטרוניות, ואילו חלקן משתמשות בתמונות השעון.

הוצע למגדלים לבצע "שבוע פלוקס" בחברות המשווקות, ובו יוצגו המגדלים והזנים החדשים.

פלורהמץ תעביר ללקוחותיה מצגות איכותיות אשר יבליטו את המגדל שמאחורי הפרחים.

### החלטות ליישום:

**בניית מערך תקשורת עם הלקוחות** - פייסבוק, מצגות, תחזיות שיווק, זנים חדשים

**תמונות מקוריות** - בניית לוגו המעיד על מקוריות התמונה ועל אחידות התמונות

**טיפול בפרח קטוף** - בדיקת מעבדת פלורהולנד, שילוב קריזל, סקירת המצב הקיים כיום בשוק

**זנים חדשים** - מיפוי התכונות האגרו-טכניות של הזנים המקבילים לקיימים, יצירת רצף בהספקת זנים חדשניים

**עסקות** - יש לשאוף לעלייה בנתח העסקות בפלוקס ע"י הצעות מחיר ארוכות טווח והצעות לעסקות "הרמוני" ממגוון הזנים הקיימים במותג

**תזמון השיווק** - באחריות המגדלים להביא לפיזור היצע הפרחים לאורך השבוע

תודתנו נתונה לבית אריזה אביב על היוזמה וההשקעה במיזם חשוב זה - שיישום לקחיו יכול לתרום רבות למגדלי הפלוקס בישראל.

הקניינים אשר נכחו בדיון מבצעים בדיקה בעין של הפרחים מדי בוקר במקררי הבורסה, ולדבריהם הם ירכשו תמיד את האיכותיים ביותר באותו היום.

### מיתוג הפלוקס

הובהר כי הקניינים בבורסה רוכשים פלוקס לפי שם המגדל, ואילו הקונים בחנויות ה"קש & קרי" יעדיפו לקנות לפי שם המותג "הרמוני".

קיימת חשיבות לאחידות התמונה המוצגת בשעון בין המגדלים בשל השימוש הישיר הנעשה בה.

יושג יתרון להצגת תמונה מקורית של הפרחים הנמכרים באותו היום, אך ללא ציון התאריך.

דבר זה ניתן להשגה ע"י בניית סמל המעיד על מקוריות התמונה "Real Time Photo" והכנסתו לתמונה המוצגת בשעון.

על המגדלים המשתייכים למותג לשמור בקפידה על איכות הפרחים המשווקים דרכן כדי לשמר את הדימוי החיובי המושג דרך אמצעי השיווק השונים.

נעשה שימוש רב ברשתות החברתיות להפצת מידע שיווקי בין החברות ללקוחותיהן.

הוחלט להשתלב בערוצים אלו כדי להעביר מידע שיווקי בנושא תזמוני קטיפ, איכויות ועוד.

## פרח שעווה

בפגישה השתתפו מגדלים, שתלנים, מטפחים, ומדריכים מישראל, קניינים מהולנד ונציג מפלורהולנד.

**הנחה את הפגישה דרור נקש, יו"ר שולחן מגדלי שעווה בישראל.**

**משתתפים: דרור נקש, עופר כהן, מואב גפני, גרשון יצחק, דורון שפי, ניצן ניר, יחיאל שטיינמץ, ירון כוכבי,**

**קניינים: Maurice Snels - Floris, Cees Van Den Bosch - Van Dijk Flowers**

**Harold Pauly - Fleurametz, Wim Verlaan - Holland Indor Plant**

## הנושאים שהועלו לדיון:

### משלוח ימי או אווירי

הסוחרים מעדיפים משלוח אווירי וטוענים שבמקרים רבים השנה היו תקלות בתובלה שגרמו לפגיעה ברציפות האספקה, ולעתים גם באיכות הפרחים.

עסקות - חלק מהקניינים קונים כמחצית מכמות הפרחים שלהם בעסקות, מכיוון שכך הם יודעים בדיוק מה הם מקבלים. חלקם קונים בעיקר בשעון, משום שזה זול יותר ונוח

## פרח שעווה

וכן בגלל שלא חסרים פרחים בשעון. העסקות שהם עושים הן לטווח קצר בד"כ, לאיכות מסוימת או לזן/צבע מבוקש הקשה להשגה בשעון.

תחרות מול פילרים אחרים - במרבית המקרים לא קיימת. בד"כ הסוחר קונה מה שהלקוח שלו מבקש. הלקוח כבר יודע להתאים את עצמו מראש לתקופה, להיצע ולמחיר. חלק מהלקוחות כבר התחייבו לזרים עם פרח שעווה או גיפסנית ולא יכולים לשנות. יש שינויים רק במקרים חריגים של שינוי קיצוני במחיר או במקרה שחסר אחד המוצרים.

### צבע

הצבע השולט היה ויישאר הלבן. יש שוק לפרחים גדולים וקטנים, אולם ההעדפה היא לגודל בינוני/גדול.

### פרח שעווה סגור

שוק מוגבל, רק כ-5%-10% מהשעווה נמכר כסגור. יש העדפה לפקעים לבנים ואדומים.

### הערות איכות

גם הקניינים אינם מאמינים למידע שמעבירה הבורסה, אף שבמרבית המקרים הם המרוויחים מכך. לטענתם, יש סוחרים הקונים איכות שנייה במחיר נמוך מתוך ידיעה שאלו פרחים באיכות טובה. הם חושבים שמחלקת האיכות צריכה להיות

מהקונים יש העדפות לפורקים מסוימים (עדיפות לאלו שלא מתחרים בהם).

הקונים מבקשים לקבל תמונה עדכנית של הפרחים לאחר הפריקה.

### איכות המגדלים

הקונים יודעים בדיוק מי הם המגדלים האיכותיים.

### משקלים

המשקלים הרצויים לאורך 80 ס"מ נעים בין 60 ל-100 גרם לענף. לא מומלץ לשלוח מעל 100 גרם. יש גם שוק לפרחים ששוקלים פחות מ-25 גר'.

### כמויות בדלי

מצד אחד, הקניינים מבקשים למקסם את כמות החבילות בדלי כדי שיהיה להם זול יותר להוביל, מצד שני מודים שמשלמים פחות על כמות גדולה יותר בדלי.

### מכירות דרך האינטרנט

הקניות דרך האינטרנט הופכות נפוצות יותר ויותר, ואולי בעתיד כל הבורסה תהיה וירטואלית, ולכן חשובה האמינות.

### שעווה בקיץ

המחירים טובים בקיץ אבל יש להם את כל הכמות שהם צריכים.

עצמאית ובלתי תלויה בבורסה או במגדלים, ולא פוסלים אפשרות של סגירת המחלקה כאשר מלאכת בדיקת האיכות תוטל על הפורקים. מעוניינים לקבל הערות איכות ספציפיות לכל בעיה ולא הערה כללית.

### פרמטרים חשובים לקניינים:

- אמינות בהצהרת משקל ואורך
- אחידות בנפח החבילה ובשלב הפריחה
- דרגת פתיחה - פחות שלבים בדרגות הפתיחה, תיאום בין הבורסות בקביעת דרגת הפתיחה
- עלים בריאים ופריחה בחלק העליון של הענף - מראה כללי של החבילה מהווה חלק חשוב מאוד בקביעת ערכה
- פרחים טריים ולא ממוחזרים
- פרחים לא נושרים - כאשר רואים הרבה פרחים על הרצפה הדבר מהווה סימן לכך שלא כדאי לקנות יותר שעווה
- ניקיון הענפים בשליש התחתון

### פריקה

יש הבדל גדול בין הפורקים השונים - לדברי הקניינים, יש כמה פורקים שאינם מתייחסים כראוי לפרחים וגורמים נזק. לחלק

## מגוון זנים

הקניינים מבקשים לקבל מגוון גדול יותר של זנים, ובעיקר לגוון את הזנים האביביים. הם מבקשים גם לקבל מוצר איכותי עד מאי-יוני, ולא רק עד מרס.

## פרח שעווה כפרח מרכזי ולא כפילר

אין סיכוי, אפילו לא בזרי מונו.

## הרמוני

מיזם חשוב מאוד וטוב, בתנאי שלא מתפשרים על האיכות והאחידות, מגדל אחד ש"מזייף" פוגע בכל המותג.

## נושאים לטיפול כפי שהוצגו בפגישה

### תובלה ימית

לנסות לשפר את האמינות והאיכות של המסלולים הימיים, בעת תקלת תובלה (גם אווירית) צריך להשמיד את הפרחים גם אם הם לכאורה נראים במצב סביר מכיוון שהבעיות מתחילות אצל הלקוח.

### הערות איכות

יקבע צוות מצומצם לטיפול מול הגורמים בבורסה.

## איכות הפרחים

להוציא הנחיות לקראת העונה הבאה, בדיקה עם הבורסה להוספת קריזל לאחר הפריקה.

## כמויות בדלי

לבדוק אפשרות של שתי קבוצות זנים לקביעת כמות פרחים בדלי.

## מגוון זנים

להפנות מאמצים לחיפוש זנים מאוחרים ו/או דחיית פריחה. תודתנו נתונה לבית אריזה אביב על היוזמה וההשקעה במיזם חשוב זה - שנועד לסייע בקידום גידול פרח השעווה

### הלבורוס

המפגש התקיים במהלך אירוע חדשנות, ונערך בחסות בית אריזה "אביב" ביוני 2013.

**משתתפים:** מנחה איילת לביא, Kees Zwaan -

J.P.Hogewoning - קניין, John Vogels - Hamifleur -

קניין, Maurice Snels - Floris - קניין, Dann Knapper -

מטפח, Armada Van der zalm - מטפח, פניני שניר -

שה"מ, רינה קמיצקי - וולקני, מנשה כהן - מו"פ צפון,

נטע וויס - מו"פ צפון, מוטי בנדל - כפר עציון, משה

מושקוביץ - שילה, משה אנטמן - נווה דניאל, גיל הכט - יתיר

### הצגת נתונים בסיסיים

בשלוש השנים האחרונות נמכרו בפלורהולנד בין מיליון למיליון וחצי ענפי הלבורוס לעונה במחיר של כארבעים סנט.

המינים הנמכרים כיום הם: Helleberus niger - מין לבן וקצר מאוד הנמכר לקראת הכריסטמס בכמויות מוגבלות של כ-160,000 פרחים במחיר של כ-40 סנט לפרח; Hellebuerus; sternii - מין ירוק שנמכר בכמויות של כ-70,000 לעונה במחיר ממוצע של מעט יותר מיורו; זני הקווין בפיתוח של Green Works החלו להופיע בשוק בשנתיים האחרונות בלבד בכמויות מוגבלות בצבעי לבן, רוד, צהוב ובורדו; זני

אורינטליס מופיעים בכמויות מוגבלות וטווח מחיריהם 20-30 סנט. הלבורוס מופיע בשוק משבוע 42 ועד שבוע 20 - פרח חורפי מובהק, בכמויות של 30-60 אלף פרח לשבוע במחיר ממוצע של בין 30 ל-40 סנט.

### דיון

הקניינים הביעו הסכמה על כך שכרגע יש די הלבורוס בשוק ואין צורך בהרחבת המוצר. לדעתם, המוצר סובל מתדמית קשה ביותר של חיי מדף, וכיום הפרח נובל תוך שעות ספורות. ללא שיפור משמעותי בנושא זה אין לגעת בגידול, וגם אז חובת ההוכחה תהיה על היצרנים.

פלוריס והמיפלור אמרו בצורה ברורה שכיום אין מקום לעוד הלבורוס בשוק. כולם מכירים את המוצר וקונים אותו בכמויות קטנות של מספר דליים בשבוע.

### המטפחים

מאמינים מאוד בעתיד הגידול, ומבחינתם זהו גידול שעשוי לפרוץ ולהצליח.

הטיפול מתרכז בהכלאות חדשות המתמקדות במין אורינטליס, ובפרחים שפונים הצדה או למעלה, בניגוד לזנים רבים שבהם הפרחים פונים מטה.



### הגידול

המטפחים הדגישו את העובדה שהצמח רגיש ביותר להעתקה ויש לבנות אותו כמטע רב-שנתי ללא עקירות ביניים. הלבורוס הינו צמח של טמפרטורות נמוכות, והוא הפרח שפורח ראשון מבין פרחי האביב באירופה (הלבורוס ניגר - שושנת חג המולד). הסיכוי שלנו בשימוש בזנים המקובלים לקבל הקדמת פריחה הוא לא גדול בשל טמפרטורות הסתיו הגבוהות.

### המלצות המטפחים:

לא לגדל במכלים, משום שהמכל מתחמם בקלות רבה יותר מאשר הקרקע, וגידול במכלים עשוי לגרום לתמותות של צמחים במשך הקיץ; לגדל מטעים רב-שנתיים, משום שהצמח רגיש מאוד להעתקה; לגדל בסוכות צל שבהם אחוזי הצל הם 40%-60%. לגבי pH לגידול - לא נמסר כל מידע.

### המגדלים

למגדלים באזורים הגבוהים יש עניין במציאת עוד גידול מטע רב-שנתי הדומה לגידול האדמונית. חלק מהמגדלים הביעו נכונות לנסות את הגידול מתוך אמונה שניתן יהיה לפתח אותו כגידול נישה חדש אם ניתן יהיה להתגבר על הקשיים.

הלבורוס אוריינטליס מאפשר פרישת פריחה מנובמבר ועד אפריל, מגוון הצבעים של המין רחב מאוד ומאפשר יצירת זנים במבחר צבעים גדול (לבן, ורוד, צהוב, אדום כהה).

הקניינים סבורים שהצבעים היותר מבוקשים יהיו: ורוד, לבן, פסטל וצבעים בהירים נוספים. הצבעים הכהים אינם מבוקשים כרגע, פרט למעט אדום לפני הכריסטמס.

### המחקר

המחקר הישראלי חושב שעלינו לפנות לתכנית טיפוח של הלבורוס מזרעים שייבו טיפוסים שיוכלו לעמוד בתנאי הקיץ הישראלי ויוכלו לקיים מטע רב-שנתי, בנוסף למבחן הזנים הקיימים.

תכנית המחקר צריכה להיות תכנית כוללת, שתכלול בנוסף לטיפוח, למידה מעמיקה של נושא חיי המדף ושל הפיזיולוגיה של הצמח.

לדעת המטפחים, אם ייערך משא ומתן רציני יש מקום לבחינה בתנאי ישראל של טיפוס טיפוח "שאריות" שלא מצליחים בהולנד, מתוך הנחה שתנאי הגידול פה שונים בהרבה, ואולי יתאימו לאקלים חם יותר. הייתה נכונות מצד אנטון מארמדה לבחון את הנושא בארמדה, בתיאום עם המחקר בארץ.

תודתנו נתונה לבית אריזה "אביב" על היוזמה וההשקעה במיזם חשוב זה. המפגש שנערך מהווה דוגמה לגישה חדשנית בפיתוח גידולים חדשים, המעודדת דיאלוג בין המגדל, המטפח, החוקר והלקוח הסופי, כדי מנת להבין את צורכי הצדדים ולתאם ציפיות בין הגורמים השונים.





## מחקר מונחה שיווק ככלי אסטרטגי בענף הפרחים

פרופ' רינה קמנצקי, המחלקה לפרחים, מינהל המחקר החקלאי, בית דגן.

תעשיית הפרחים מחפשת את המוצרים החדשים, הטכנולוגיות והנישות בשוק. תהליך זה מבוסס במידה רבה על מחקר ופיתוח, ומחייב שיתוף פעולה הדוק בין גורמים רבים של שרשרת הייצור. רוב המחקר המדעי בתחום של גידולי נוי חדשים מוקדש להסתגלות של מינים חדשים לתנאי הסביבה, לרגולציה של מחזור החיים ולשיטות ריבוי. יחד עם זאת, הידע הביולוגי על גידולי נוי חדשים הוא לא תנאי מספיק לפיתוח שיטות יצור מסחריים לענף הנוי ונישות חדשות בשוק. יש להתחשב בשינויים הגדולים בכלכלה העולמית, החברה והטכנולוגיה. כל אלו מובילים לשינויים דרמטיים בתעשיית הפרחים, תוך דגש על פיתוח מוצרים לשווקים מוגדרים. לכן, ניתן לפתח מוצרי נוי רק בשיתוף פעולה של החוקרים והמגדלים עם יצרנים, חברות היצוא וצרכנים המקושרים יחד

בדרכים מועילות לכל הצדדים.

עקרונות שרשרת היצור והאספקה צריכים להכתיב מסגרת אסטרטגית למחקרים החדשים שיתמקדו בביולוגיה של הצמח ובטכנולוגיות הייצור.

דוגמאות לפיתוח מוצרים חדשים בישראל:

- גידול אדמונית לפרחי קטיף אשר פותחה בישראל במהלך 20 השנים האחרונות. תעשייה זו מתבססת על מחקרי שוק שהראו כי המחיר של פרחים אדמונית בשווקים הבינלאומיים גבוה יחסית בתחילת האביב, ובמקביל, על מחקרים מפורטים אשר בחנו את הביולוגיה של פריחה. אלו היוו את הבסיס לפיתוח מספר שיטות מעשיות לייצור פרח קטוף בישראל.
  - מחקר מונחה שיווק לפיתוח בצלי נוי חדשים לנישות שוק מיוחדות בצפון אמריקה ובאירופה. פרויקט זה מבוסס על היתרונות היחסיים של האקלים בישראל - גידול צמחים בחורף ים תיכוני מתון ותובלה ימית של פרח קטוף וחומר ריבוי.
- בנוסף, מחקרים חדשים מתאפשרים בזכות חידושים טכנולוגיים שפותחו באופן דרמטי בעשרים השנים האחרונות. התקדמות זו הביאה לקבלת נתונים חדשים על הרגולציה המולקולארית של התפתחות צמח, תהליכי פריחה ותרדמת, ועמידות למחלות.
- שימוש בטכניקות חדשניות ומתחכמות לטיפול זנים חדשים עם תכונות שימושיות מוביל להתקדמות אדירה בתחום צמחי נוי.

## טיפול וגידול כלנית תרבותית ונורית במשתלת יודפת

גל לוי, יודפת

### רקע והיסטוריה:

בתחילת שנות ה-80 של המאה הקודמת הוחל בגידול ובטיפול זני כלנית תרבותיים לקטיפ בישראל, בתחילה ע"י חברת הזרע, ולאחר מכן ע"י משתלת יודפת. העבודה נעשתה בהנחיית הגנטיקאית אורה הורוביץ מהאוניברסיטה העברית.

העקרונות המנחים היו שימוש בזני כלנית מתורבתים עם תכונות המתאימות לקטיפ והכלאתם עם קווי בר ישראליים בעלי פוריות ובריאות, לקבלת מכלואים המשלבים את התכונות הנ"ל ובעלי יתרון מסחרי ואיכותי על הזנים המצויים במסחר בחו"ל. מין הכלנית שבשימוש הוא *coronaria Anemone*.

בתחילת שנות ה-90 חלה עלייה בשיווק פרחי כלנית ליצוא, מספר המגדלים הישראליים עלה, וכך גם ייצור הפקעות ומגוון הזנים ואיכותם במשתלת יודפת. בהמשך הטיפול היה שיתוף פעולה עם צוות מכון וולקני בראשות המטפח ד"ר נקדימון אומיאל, ובשלב זה נוספו זנים וצבעים חדשים, ביניהם גם טריפלואידים.

## הדרישות מזן מסחרי:

איכות הפרח - גובה ועובי גבעול, צוואר הפרח, צבע הפרח, גודל הפרח וצורתו, אחידות התכונות בזן, יבול הפרחים לפקעת, בריאות הצמחים (עמידות לוורוסים ולמחלות) הקדמת פריחה וחיי מדף (אגרסל).

דרישות המשתלה: יכולת ליצור זרעים ופקעות ברמה מסחרית מספקת ואפשרות להגן על הזן מהעתקה ע"י מתחרים, ברמות ביטחון שונות.

ההגנה הקיימת במשתלות יודפת כוללת שימוש במכלואים טריפלואידים שלרוב הם עקרים או במכלואים דיפלואידים אשר אינם עקרים אולם כדי לייצר מהם את הזן תידרש עבודת טיפוח גנטי של שנים רבות. במשך השנים ערכנו במשתלה ניסיונות שונים לפעול בתחום הטיפול מתוך שאיפה לקבל זני מכלוא חדשים בעלי איכות גבוהה, אחידים ובעלי צבעים חדשים, לדוגמה פיתוח קווים אחידים והומוזיגוטיים מתרבויות אבקנים; חשיפת צמחים, פקעות וזרעים לחומרים כימיים שיכולים להשרות מוטציות גנטיות בגנום הכלנית, וכתוצאה מכך לקבל פרחים עם צבעים או פיזור צבעים בצורה שלא התגלתה בעבר; הכפלת הגנום (טטרא פלואידיות) על ידי שימוש בצמחים כנ"ל לפיתוח זנים חדשים; הכלאות בין מיניות של כלניות ממשפחות שונות; סלקציות של צבעים מיוחדים

הפרחים. כל זאת כדי להשוות בין הקווים שבפיתוח לזנים המסחריים וכן כדי לבדוק אם יש בעיה ספציפית או שיפור בזנים המסחריים.

במקרה שנמצא קו ניסיוני שנראה לנו מעניין, אנו נוהגים לתת אותו לבדיקה ולתצפית בקנה מידה חצי מסחרי אצל מגדלים בארץ, בהולנד, בצרפת ובארה"ב.

לאחרונה הוצאנו זן חדש - "קרמל בורדו" - שנבדק בעבר בחו"ל, ועכשיו גם בישראל.



ונדירים; הכלאות בין זנים עם תכונות שונות לקבלת מכלואים מצטיינים; שימוש בטכניקות הקלאסיות של טיפוח הכוללות סלקציות של צמחים מובחרים, הכלאות ביניהם בהאבקה ידנית ובחינת התוצאות בשדה (ניסוי וטעייה).



המטפח הצרפתי (מימין) עם המגדל הישראלי בחלקת מבחן הזנים

### שיטות עבודה

כל שנה שותלים בחלקת ביקורת איכות את כל הזנים המסחריים שגודלו אצלנו במשתלה לצד קווים ניסיוניים, עורכים תצפית על מדדי איכות שונים וסופרים את מספר





## סיכום

בתהליך הטיפול מתבצעת עבודה רציפה של שיפור הזנים הקיימים.

למשתלת יודפת יש כמה תכניות טיפוח בלתי שגרתיות הכוללות מציאת צבעים וזנים חדשים שאינם קיימים בטבע או במסחר.

## שמירת קשר עם חקלאים

משתלת יודפת שמה לעצמה כמטרה חשובה ביותר את שיתוף הפעולה עם המגדלים ושמירה על כמויות מאוזנות של פקעות הגידול מה שמשפיע על כמויות מאוזנות במסחר.

## נוריות צרפתיות

בתחילת שנות ה-90 נוצר שיתוף פעולה מסחרי בין יודפת למטפח הצרפתי. משתלת יודפת משווקת בבלעדיות את הנוריות הצרפתיות בישראל. המטפח הצרפתי הוא המשווק הבלעדי של הכלניות מתוצרת משתלת יודפת בצרפת ובאיטליה. במהלך השנים הצבנו לנו כמטרה לשמור על לקוחותינו ולייצר להם זנים מתאימים לתנאי האקלים והשוק.

הזנים המיוצרים בצרפת מוכרים בעולם כולו, ובכל זאת יש מחלקה העושה טיפוח במיוחד עבור השוק הישראלי. למטפח יש זנים הנמכרים רק בישראל.



ביקורת איכות בצרפת

תמונה 5: ביקורת איכות והתאמה לישראל



הטיפוח בנוריות הוא תוצר של הכלאות ידניות (F1) מהן מייצרים זרעים, ומהזרעים מייצרים את הפקעות.

מטרות הטיפוח לישראל: טיפוח זנים המתאימים לאקלים הישראלי וטיפוח זנים שינצלו כמה שניתן את היתרון היחסי



שיש לנו על המתחרים (שיווק של כמה שיותר פרחים בין ינואר למרס).

### דרישות איכות:

- צבעים עזים ומיוחדים
- גבעולים חזקים וגבוהים
- פרחים גדולים וכבדים
- יבול גבוה לפקעת
- חוסן נגד מחלות ווירוסים
- חיי מדף ארוכים

### נקודות נוספות:

אחד הקווים המנחים החשובים בטיפול הוא כמות הפרחים לפקעת (יבול לדונם).

נוריות קוטפים במהלך החורף, ואין לדעת מתי המחירים יהיו גבוהים או נמוכים, ולכן חשוב שקטיף הפרחים ייפרש על כל עונת הקטיף ולא רק בסוף העונה. בשנים האחרונות איכות הפרחים עולה, ולכן בכל הזנים אנו בוחרים זנים חדשים המצליחים לשלב את איכות הפרח ואת השמירה על היבול.





## נוריות - דו"ח סיור בחלקות הפיתוח באיטליה

משה הרמן, חב' הרמן קריסטל, כפר הרוא"ה

כללי:

חברת Biancheri ממוקמת בריביירה האיטלקית בכפר קמפורוסו השוכן ליד העיר המפורסמת 'סאן-רמו'. החברה עוסקת בעיקר בטיפוח זני כלניות ונוריות לפרחי קטיפה ולעציצים פורחים.

לפרחי קטיפה מגדלים בעיקר זני מכלוא. בכלניות - הקבוצה העיקרית היא 'מוסטרל' ו - 'מוסטרל+'.

נוריות

ישנן 3 קבוצות. הקבוצה העיקרית היא קבוצת ה'אלגנס', המצטיינת בפרח גדול ואיכותי. בארץ מגדלים אותן מזה כ-8 שנים. הקבוצה השנייה היא 'סקסס'. הריבוי של קבוצה זו הוא באמצעות תרביות רקמה. מגדלים אותה בארץ בהיקף ניסיוני בלבד. קבוצה נוספת היא קבוצת ה'פונפון' וייחודה במבנה הפרח - פונפון. מחיר הפקעות של זני הסקסס והפונפון הוא בערך 0.8 עד 1.1 יורו לפקעת, ולכן יש לבחון היטב את כלכליות הגידול. ניתן לראות את מגוון הזנים באתר החברה [www.bianchericreations.it](http://www.bianchericreations.it)

## תנאי הגידול:

אקלים - זנים אלו, בייחוד זני הסקסס, מעדיפים טמפרטורות נמוכות ומתונות כדי לממש את פוטנציאל האיכות שלהם. אזור הריביירה האיטלקית מאופיין בתנאי אקלים אלו בשל קרבתו להרים מחד, ולים התיכון מאידך. תנאי אקלים אלו מאפשרים לצרפתים לשתול החל מחודש אוגוסט ולקבל פרחים באיכות טובה החל מנובמבר ועד מאי. הגידול נעשה בשטח פתוח, בבתי רשת ובחממות; זני אלגנס בשטח פתוח ובבית רשת, ואילו הסקסס והפונפון בבתי רשת ובחממות.



## חיטוי המצע

גם האיטלקים מתמודדים עם בעיית חיטוי הקרקע. באין מתיל ברומיד הם מחטאים בכלורופיקרין וטוענים שמתקבלות תוצאות טובות. בנוסף, הם מגדלים במצע מנותק.



## גידול במצע מנותק

האיטלקים מגדלים בקוקוס או בקוקוס עם פרלייט במארזי פוליאטילן (ראה תמונה). בחממות מגדלים במארזים פתוחים או בדליים בתערובת כבול ופרלייט. גובה המצע 10-15 ס"מ.



הם משתמשים באותו מצע כ-7 שנים ומחטאים אותו ע"י הזרמה של מי חמצן ( $H_2O_2$ ).

### נינוס

בזנים המגיעים לאורך ארוך מדי מרססים באלאר 2-3 ריסוסים במינון של 150 גרם ל-100 ליטר מים.



## טיפול מוכוון שוק

ניצן ניר, משתלת ניר, כפר הס

משתלת ניר עוסקת בטיפול, בפיתוח ובטכנולוגיות גידול. כדי לשמור גידול ב'חיים' - יש צורך לפתח ולהתפתח.

## טיפול

### הארכת תקופת הפריחה

של כלל הזנים מדצמבר-פברואר בעבר לאוקטובר-מאי כיום, וכן הארכת תקופת הפריחה של כל זן בנפרד ע"י טיפוח מחודש ועד ארבעה חודשים.

### צבע וצורת פרח

טיפול לפרח גדול ופריחה טרמינלית, ניסיון להוסיף צבעים וצורות פרחים חדשים למגוון הקיים. בפקעים - טיפוח לקבלת פקעים גדולים, קודקודיים וצבעים חדשים כמו לבן, צהוב ועוד.

### צבע וצורת נוף

טיפול לקבלת נוף 'צבעוני' בצבעים חזקים וחדשים כדי לשפר את איכות הפרח/פקע ולאפשר מכירת הענף כ'רוק' בעתיד.

### איכות

הכוונה לשיפור האיכות בכל אחד מהמדדים שהוזכרו בסעיפים שלעיל, כולל חיי מדף.

## טיפול מכוון שוק

יש לציין כי תהליך הטיפול ארוך, קשה ויקר. כדי לקצר ולמקד את התהליך, אנו משתדלים לקבל 'היזון חוזר' (פידבק) מלקוחות סופיים ואנשי מכירות או סיוטנאים.

היזון חוזר זה מאפשר לנו לנסות ולחזות כיווני התפתחות וביקוש בשוק, ולמקד את הטיפול בכיוונים אלה.

### פרח אורז

הטיפול מושקע בעיקר בפיתוח זנים ארוכי פריחה ובעלי צבע ברור כמו לבן נקי או סגול יציב. נראות כבר כמה הצלחות בתחום, כמו הזן 'Nophar', המאפשר פריחה רצופה בתנאים מתאימים.

### ירוקים

Coral - ירוק חדש, תוצר טיפוח של הסוג Isopogon, בעל נוף מיוחד. נמצא בהליכי פיתוח טכנולוגיות גידול מתאימות.

### גידולים חדשים

אנו מנסים כל הזמן לאתר גידולים חדשים לחלוטין, תוצר מכלוא בין משפחות זנים שונות, כדי ליצור מוצר ייחודי ומיוחד לשנים הבאות.



### חדשנות מבית דנציגר

אורנה שוהם, משתלת דנציגר

### גידולים זנים חדשים כמוטו

הנחת היסוד היא כי שוק צרכני הפרחים דורש גידולים שונים ומגוונים וחדשים. אנו במשתלת דנציגר פועלים לשם כך בכמה מישורים: שיפור הקיים, גיוון המצאי והכנסת גידולים חדשים, תוך שימוש בשיטות קונבנציונליות וחדשניות ביותר הכוללות גם הנדסה גנטית.

במסגרת זו נוסדו העונה זנים רבים וחדשים בארץ ובעולם בכל אחד מתחומי גידולינו: גיפסנית, סולידגו, לימוניות, היפריקום, חרציות, סקביזזה וקרספידה.

### חידושים

#### קרספידה *Craspedia aurantia*

הקרספידה שייכת למשפחת המורכבים, מוצאה מאוסטרליה ומניו-זילנד והיא גדלה במגוון תנאים: מפני הים ועד האזורים ההררים. צמחי הקרספידה גדלים בד"כ בשטחים פתוחים ובמגוון קרקעות (למעט חומציות) והריבוי מזרעים או מייחורים, מקור זני הטיפוח של דנציגר הם מריבוי ווגטיבי של זני טיפוח.

כיווני הטיפוח - צורת התפרחות, הקדמת פריחה, פריסת

הפריחה, אחידות, שפע יבול, יציבות הענפים, עמידות לחום



**גידול נישה** - כמיליון ענפים בשנה בבורסות ההולנדיות לעומת כ-90 מיליון ענפים בשנה בגיפסנית, וכ-50 מיליון ענפים בסולידגו

**מקורות אספקה עיקרים לבורסה:** אפריקה (באביב ובתחילת הקיץ, ולפרק זמן קצר ומרוכז) וישראל

**תנאי גידול נדרשים** - שטח פתוח, ללא הארה ומזג אוויר מתון

**יבול צפוי:** כ-150,000 ענפים לדונם לשנה



**סקביזה - *Scabiosa prolifera* תגית מצויה,**

משפחת השלמוניים (Dipsacaceae).

מוצא הסקביזה מאזורים שונים באירופה.

פריחה טבעית מתרחשת בסוף החורף, באביב ובתחילת הקיץ.

בטיפוח דנציגר קיימות שתי קבוצות זנים:

• *S. caucasica* - רב-שנתית, בעלת דרישות פוטופריודיות

• *S. atropurpurea* - חד-שנתית, אדישה לתנאי אורך היום

### נקודות חשובות:

- גידול נישה כמיליון ענפים בשנה בבורסות ההולנדיות
- תנאי גידול נדרשים: טמפרטורות ממוזגות קרות, אורור רב לקבלת יבול איכותי, בתנאי ישראל יש לגדל בבית רשת ובחממה
- **יבול צפוי:** יבול צפוי: מ-80,000 ועד כ-200,000 פרחים לדונם,
- **פיתוח:** מגוון צבעים, חוזק ענפים, אורך חיי מדף, פיתוח מוצר לסינגלים וענפי ספריי וקידום המוצר, שיווק ופרסום.

### גיפסנית

#### • הרחבת מגוון הזנים:

- זנים בעלי פרחים גדולים וזנים בעלי פרחים בינוניים וקטנים
- מציאת זנים עמידים לחום
- התאמה לדרישות השווקים השונים מבחינת משקל, גובה וצורת הפרחים
- חיזוק ועמידות הצבע הוורוד
- מבנה התפרחות על ענף הפריחה במטרה לענות על דרישות השוק ולייעל את העבודה בשדה
- עמידות למחלות ולנזקי מזג האוויר

## סולידגו

הגדלת מגוון הזנים, צבע הפרחים, צורת התפרחות, הגברת עמידות למזיקים.

ובנוסף, מציאת הפתרונות לצורכי השוק ולאלו של המגדלים, תוך פתיחות תמידית לנאמר ולנדרש

ובאמצעות כלי הטיפוח הקונבנציונליים והחדשניים ביותר.





## ביופיומיגציה ("חיטוי ביולוגי") באמצעות חרדל

דניאל קאופמן, משתלת דנציגר

### רקע ואתגרים

בשנים האחרונות קיים קושי הולך וגדל בכל הקשור לטיפול בפתוגנים של הקרקע.

הקושי נגרם בשל שלושה גורמים עיקריים:

1. מחסור בחומרים יעילים לחיטוי קרקע מאז הסרת המתיל ברומיד;

2. היווצרות עמידויות של הפתוגנים בקרקע;

3. עלויות גבוהות של חיטוי הקרקע. גורם נוסף המשפיע בתחום זה הוא נזקי הגידול ה"מונוקולטורי".

כל הגורמים הללו גורמים נזק לגידולים משלושה היבטים עיקריים:

1. התפתחות פגעי קרקע ספציפיים לגידול;

2. הפרת האיזון במאגר יסודות ההזנה בקרקע (כתוצאה מצריכת יסודות ספציפית לגידול);

3. "עייפות" כללית של הקרקע ביחס לגידול הספציפי.

דוגמה לגידול הניזוק מכל אלו היא הגיפסנית, המראה רגישות רבה לגידול ב"מונוקולטורה" בכלל, ולגידול באדמות בלתי נקיות בפרט.

### הפתרון המוצע

באופן כללי, מומלץ לחזור לשיטה העתיקה של "מחזור זרעים" בשילוב ביופיומיגציה. ידוע כי גידולים ממשפחת המצליבים, ובעיקר מה"כרוביים", יעילים בשיטה זו.

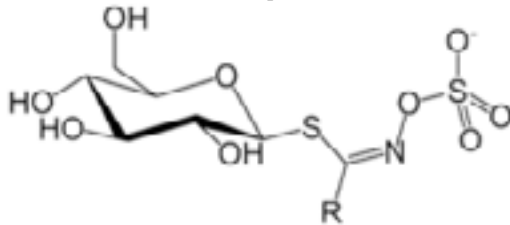
לגבי מחזור זרעים ידוע כי מחזור גידול אחד אינו מספיק לחלוטין וכן כי לרוב נבחר גידול ביניים מבין הגידולים שיש להם גם ערך שיווקי.

לעומת זאת, שילוב גידולים ממשפחת המצליבים במחזור, תוך הצנעת המסה הצמחית בקרקע, תורם לחיטוי ביולוגי של הקרקע (Biofumigation) ולאיכותה.

### יתרונות השיטה:

- חיטוי ידידותי לסביבה בהשוואה לחיטוי כימי
- חיטוי זול בהשוואה לחיטוי כימי
- משפר את המבנה הפיזיקאלי ואת הפעילות הביולוגית

### הגלוקוזינולט



The biofumigation process.



מחקרים נערכים להתאמת מין המצליב לגידול המסחרי, ועל כך תודתנו נתונה לד"ר לאה צרור מ'מרכז המחקר דרום' (תחנת ניסיונות גילת)

החרדל נמצא כיעיל במיוחד לחיטוי קרקע לאחר גידול גיפסנית

חברות מסחריות מטפחות זני חרדל חדשים במיוחד לצורך זה

### רקע ביולוגי

צמחים ממשפחת המצליבים, ובייחוד הכרוביים, מכילים חומרים מקבוצת הגלוקוזינולטים (Glucosinolate). תרכובות אלו מכילות גופרית וחנקן והינן מסיסות במים.

בנוכחות מים ובשיתוף אנזים הקיים בצמח, התרכובת מתפרקת, ואחד התוצרים הוא איזוטיאוציאנט (Isothiocyanate). זהו החומר הפעיל בפעולת החיטוי, ודומה בהרכבו למתאם סודיום.

התהליך

| חרדל                                          | כרוב                                          |                                |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------|
| מספר ימים                                     | מספר ימים                                     | חיטוי חומר כימי                |
| תלוי שטח - כמספר ימים                         | תלוי שטח - כמספר ימים                         | הכנת הקרקע לזריעה והגעה לפריחה |
| 8 שבועות                                      | 13 שבועות                                     | גידול והגעה לפריחה             |
| לבצע באופן רציף ככל שניתן (משך הזמן תלוי שטח) | לבצע באופן רציף ככל שניתן (משך הזמן תלוי שטח) | כיסוח, איטום, חיפוי            |
| 2 שבועות (מינימום)                            | 2 שבועות (מינימום)                            | השהיה                          |
| 2 שבועות (מינימום)                            | 2 שבועות (מינימום)                            | אוורור                         |
| 14 שבועות בממוצע                              | 19 שבועות בממוצע                              | סך הכול                        |



## חידושים בפרחי קטיף

יאיר נשרי, ממ"ר פרחי קטיף, שה"מ

### נסקרו הגידולים שלהלן:

1. גידול תגית מסדרת סקופ  
משק מודל במשק עמיר כהן, כפר חיים
2. גידול ציפורן סולמיאו  
משק מודל במשק משה סעדה, מאור
3. גידול ציפורן גרין טריק  
משק מודל במשק משה סעדה, מאור
4. גידול ציניה  
מבחני זנים ומועדי שתילה, מו"פ ערבה תיכונה
5. גידול אפוטריום  
אקלום הזן בראונלאוב, מו"פ דרום ומו"פ ערבה תיכונה

### תגית (סקביזה - scabiosa)

מוצא הצמח בארצות הברית. שייך למשפחת השלמוניים.  
מטופח ע"י חברת דנציגר.

קיימים שני זנים מסחריים (סקופ לבנדר וסקופ בלקברי  
(הפורחים בצבעים סגול בהיר ובורדו).

זהו צמח יום ארוך הגדל בחממה או בבית רשת. מתאים  
לשתילה בתחילת אוקטובר, והפריחה החל מפברואר ועד מאי.  
הגידול מאופיין ביבול גבוה לדונם.



### ציפורן גרין טריק

זן מסחרי של ציפורן המשתייך לברבטוס. התפרחת כדורית ושעירה בצבע ירוק. מטופח על ידי חברת הילברדה, ומיובא על ידי משתלת מצפור. השתילות העדיפות הן בחודש ספטמבר, והקטיף החל מדצמבר. אם מעוניינים בגל מתמשך, ניתן להמשיך בקטיף עד הקיץ. אפשרות נוספת היא להמשיך את הקטיף עד חודש מרס ואז לגזום ולהעלות גל נוסף ביוני. הגידול מאופיין ביבול רב. ניתן לגדלו בבית צמיחה או בבית רשת, אך עדיף בחממה.



### ציפורן סולמיו

קבוצה חדשה של זני ציפורן ננסית במגוון צבעים. בעלי מופע ייחודי. מטופחים על ידי חברת הילברדה ומיובאים ע"י משתלת מצפור. הגידול מתאים לחממה. השתילות בחודשים יוני ויולי, והקטיף החל מספטמבר. משך הקטיף ממושך מאוד - עד חודש יוני, ונראה שבתנאים טובים ניתן לגדלו גם לעונה נוספת.



## אפטריום בראונלאוב

זן חדש של אפטריום הזקוק ליום קצר לפריחה. הזן מיוצר על ידי חברת ארמדה ההולנדית ומיובא על ידי משק איזקסון משדה ניצן. ניתן לגדלו בכמה גלים. הגידול נבחן השנה לראשונה במו"פ דרום ובמו"פ ערבה תיכונה.

מאופיין בצימוח נמרץ מאוד ומסוגל לפרוח גם בקיץ וגם בחורף בתוספת תאורה או החשכה.



## ציניה

שני זנים של ציניות נבחנו בעונות הגידול האחרונות במו"פ ערבה תיכונה. הגידול זקוק לטמפרטורות גבוהות לפריחה, ולכן מסוגל לפרוח במרכז הארץ בקיץ גם בחממה. הגידול מאופיין בפרחים רבים ואינו זקוק ליום ארוך. מפאת רגישות גבוהה לשבירה של גבעולי הפריחה בצוואר הגבעול, זנים אלו מתאימים לשוק מקומי. בעתיד יבחנו זנים נוספים שאולי יתאימו יותר ליצוא. הגידול בעל רגישות גבוהה לקימחון.





## ניו זילנד כמרכז טיפוח קאלה ופיזיולוגיה של הגידול

מר אנדי וורן, חברת בלומז, ניו זילנד  
העלה על הכתב: מואב גפני, כפר הס



חברת בלומז ניו-זילנד מתמחה בטיפוח ובשיווק מוצרי נוי בכל העולם. פרט לקאלות הצבעוניות, מתמחה החברה בטיפוח זני סחלב צימבידיום, לפטוספרמום לייצור דבש רפואי, סנדרסוניה וצמחי נוי נוספים בתחום הגינון. בנוסף, קיבלה בלומז רישיון לשיווק כמה זני קיווי חדשים ומובילים.

בכדי להתגבר על המרחק מהעולם המערבי, משווקת בלומז את מרבית תוצרתה כתבריות רקמה, דבר אשר מבטיח אחידות וניקיון, מוזיל מאוד את התובלה ומקל על התהליכים מול הגנת הצומח המקומית במדינות השונות.

העיסוק העיקרי של בלומז ניו-זילנד הינו טיפוח ושיווק זני קאלה צבעונית. כיום פועלת בלומז בארה"ב, קולומביה, הולנד, קניה, יפן, סין וישראל באמצעות נציגים מקומיים. בכל אחת ממדינות אלו מייצרים חומר ריבוי מקומי להפצה למגדלים, תוך ליווי החברה להבטחת הצלחתם.

למדינת ישראל חלון הזדמנויות לייצור פרחי קאלה צבעונית לתקופת החורף האירופאי, כיוון שאז המחירים בשיא והדרישה עולה בהרבה על ההיצע. בנוסף, השוק המקומי מוכן לצרוך כמויות לא מבוטלות של קאלה צבעונית כל השנה.

הגורם המכריע בהצלחת הגידול הוא ניהולו הנכון: אין צורך בהרבה ידיים עובדות או בכמויות מים גדולות, אך נדרשת בקרה מתמדת ויכולת תגובה מיידית להתפתחות הגידול. לפיכך, יש יתרון למשקים המקצועיים בישראל על חוות הענק באפריקה, ועובדה היא שכמות הפרחים מאפריקה אינה גדלה כבר שנים אחדות.

תהליך הגידול כולל שני מחזורי גידול במשתלה, מתרבות רקמה ועד לפקעת מסחרית, כאשר המגדלים קונים פקעות אשר יניבו להם תוך 70 יום 6-10 פרחים.

בשל רגישות הגידול למחלות, יש כמה תנאי סף שצריך לקחת בחשבון לפני הכניסה לגידול:

- מבנה סגור ומאוורר (חממה או מנהרה)
- מצע מנותק
- אפשרות להנחה או להסרה של פלסטיק ורשת צל לפי הצורך (מספר פעמים במהלך הגידול)



• עדיפות גדולה למסך תרמי  
שיסייע לשמירת הטמפרטורה  
בלילות הקרים

בלומז ניו-זילנד מיוצגת  
בישראל ע"י משק גפני מכפר  
הס, המגדל ומשווק פקעות  
מהזנים הניו-זילנדיים ומספק  
ליווי מקצועי מלא למגדלים  
החל משלב השתילה, הגידול,  
הוצאת הפקעות, אחסון  
והכנתן לקראת מחזור הגידול  
הבא.

השנה תהא זו השנה השלישית  
לגידול זנים אלו בישראל ב-4-6  
משקים ברמה חצי מסחרית.

מדובר בגידול יקר הדורש  
תשומת לב גדולה מהמגדל, אך  
התמורה ממנו גבוהה מאוד.

לפרטים נוספים הכנסו לאתר  
החברה [www.bloomz.co.nz](http://www.bloomz.co.nz)

## הסתכלות יצואן הולנדי על עתיד הבורסה ושירותיה

מר יאן דה בור - מנכ"ל חברת בארנסן  
כתב - בר כוכבא מדרשי, כפר ויתקין (מתוך קו למושב)



"פרחים ואנשים - זוהי תמצית חיי!!", במשפט הזה פותח וסוגר יאן דה בור את סקירתו. וכשתקראו את דבריו, תדעו למה.

"הצרכן העתידי רוצה להיות מופתע, רוצה לראות את הפרחים. כולנו, מטפחים, אנשי בורסה ומגדלים, צריכים להתמודד עם העתיד. מצאנו כאן בישראל שוק קטן, שבו אנשים ומוצרים נפגשים. אני אישית, מעדיף להיפגש ולהביא כל מסר שלי אישית בעצמי. אתמול, עמיתי ומתחרי שתינו בירה יחד והחלפנו רשמים וזו הסיבה האמיתית שהיה חשוב לבוא לישראל בגללה. תאגיד 'אביב' עשה עבודה מצויינת בקיום הכנס.

אנו נמצאים כעת בתקופה של משבר בענף הפרחים. אני מבקש מכל הצוות שלי לא לראות טלוויזיה. מה שניתן בחיים זה לשלוח אי-מייל, עלון חדשות וכו'. אני אישית, כאמור, מעדיף להיפגש עם האנשים שאני עובד איתם.

אני צעיר ונמצא בין הפרחים מילדותי. משפחתי עוסקת בפרחים כבר 100 שנים. התחלנו כמגדלים, ואחר כך הגיע הזמן שבו המגדלים לא רצו לעבוד מול סוחרים ששלמו רק אחת לשנה. המגדלים התאגדו לקואופרטיבים, וזה מעולה. כי כשעובדים יחד, יש יותר כח!

החברה שלנו מייצאת ל-30 מדינות. ואני מייצג תעשייה שפורחת גם בתקופת משבר. כאשר עובדים עם 500 לקוחות, זה קשור במרחק. היום אני חש הרבה יותר נוח לבוא ולדבר על פרחים.

"מהו מוצר נישה? יש וודאי 1000 דעות על מה הוא מוצר נישה. אני הולנדי וכבר מצאתי בישראל מוצרי נישה שאוכל למכור בהולנד. ההיפריקום כבר אינו מוצר נישה. הפכנו אותו כך שניתן לגדל אותו לכל אורך השנה. לכם בישראל יש את ההורטנזיה. זה מוצר נישה. צעד אחר צעד ההורטנזיה הפכה לחשובה יותר. וכיום, זה אחד הפרחים החשובים ביותר שהתחיל כמוצר נישה.

ככל שאנשים יאהבו את מוצרי הנישה, הם יהפכו למבוקשים יותר! והכל על-ידי תשומת לב ושיווק!

סקביז - כשרואים אותו, חושבים על גשם ורוח. זה פרח עדין מאוד. לפרי בין הפרחים יש ערך מוסף. באם רוצים למשוך תשומת לב, צריך להשאיר את הפרי על הגבעול.

צבעונים - יש צורך ב-20 שנה של טיפוח, בוורדים - צריך 8

שם המשחק בשיווק הוא הרווח. כל אחד צריך שיהיה לו את הרווח שלו! המגדלים לא ישרדו ללא רווח, הסוחרים והבורסות גם כן לא תשרודנה ללא רווח. במצב שוק אופטימלי צריך שכולם ירוויחו."

לסיכום - אנו נפגשים עם 200 מגדלים בשבוע. אני בעד קשר ישיר. היום הצעירים רוצים לקנות ולמכור 'על המסך'. הם הצעירים אוהבים פייס-בוק, אנו יכולים לפנות גם בצורה זו.

אבל אם ברחובות לא תהיינה חנויות פרחים, ולא פרחים בחלונות ראווה, זה יחסר מאד בנוף שלנו. אנשים צריכים לקנות כדי שהחנויות תוכלנה לשרוד.

אנו מחלקים את האהבה שלנו לפרחים ואנשים, אנו עובדים בשוק מקסים ומקווה להיפגש אתכם הישראלים גם בעתיד"

אתר החברה: [www.barendsen.nl/en/home.html](http://www.barendsen.nl/en/home.html)

שנות טיפוח. ותהיו ברי מזל באם יאהבו את הפרח, או חסרי מזל באם לא יאהבו אותו.

במוצרי נישה, אם המכירה מתחילה בשעה שש בבוקר, אזי השעה שבע בבוקר היא השעה המתאימה למכירת מוצרי נישה.

"השיווק - בשיווק אין מחר, רק היום", קובע נחרצות דה בור, "ורק תוך חמש דקות! אנשים מופתעים כאשר בחג הוולנטיין גבר בא לחנות בשעה 16:00 ורוצה וורדים אדומים לחברתו, ואין. החנות הזמינה 10.000 וורדים אדומים ל'וולנטיין' וכשנמכרו, אין יותר.

מי שמשווק למשל לרוסיה ומשיג כמה סנטים יותר לפרח. זה חד-פעמי. אחר כך הוא יפסיד את הלקוחות הקבועים שלו. מי שמשווק במשאית שלו, 50% פרחים רגילים, ו-50% מוצרי נישה' יוכל לשרוד.



## מגמות ושינויים בתחום המסחר בפרחים בשנים הקרובות

מר הרמן דה בון - יו"ר VGB

כתב - בר כוכבא מדרשי, כפר ויתקין (מתוך קו למושב)

"היום 70% מהמכירות בבורסה מתנהלות באופן וירטואלי על-ידי מסכים, לא רואים את הפרחים. זה דבר שלא היה לפני 10 שנים".

המצב באירופה - מאז שנת 2008, אנו במיתון. הצמיחה באירופה היא היום שלילית. אולי רק ב-2014 או 2017 נתחיל לצמוח. שוק הפרחים עמיד בפני מיתון ואנו נשרוד את התקופה הקשה. בארץ, החורף הארוך והקשה האחרון, גרם לנו כמעט להפסיד עונה שלמה.

מערכת הפרחים היא מערכת ממונעת ייצור: מגדלי הפרחים משנעים לבורסה, משנעים ללקוחות, משנעים לחנויות ועוד.

פרחים יצטרכו תמיד. יש שתי סיבות לקניית פרחים: הראשונה לשימוש אישי קישוטי ויופי. השנייה - לאירועים מיוחדים הפוקדים את האדם מיום לידתו ועד מותו!"

### פרופיל חברה ומקומם של מוצרי נישה בשוק הפרחים הסיטונאי

מר ירום וולפסון - חברת פלורה מץ, מחלקת רכש

כללי:

חברת פלורהמץ  
נוסדה בשנת 1970  
ועסקה ב"קאש אנד קרי", ומכאן שמה:  
"קאש אנד קרי מץ".



בשנת 1978 עברה למכירה ישירה לפלוריסטים ברחבי אירופה. ב-2009 חל איחוד שיצר את "פלורה מץ". שוקי היעד הם מערב אירופה, אמריקה וסקנדינביה. "פלורה מץ" משווקת בעיקר פרחים אך גם צמחים ואקססורס. הקונספט בפלורה מץ הוא לעבוד לפי דרישות השוק, ולכן בגרמניה ובאנגליה פלורה מץ מוכרים בוקטים באינטרנט. בנוסף, הם מחזיקים 60 חנויות של "קאש אנד קרי", ולאחרונה פתחו חנויות בבורדו ובמערב ארצות הברית. בנוסף, הם מוכרים במשאיות ישירות לחנויות. לחברה יש גם Webshop.

### אסטרטגיה של החברה

- שליטה בכמה שיותר דרכים למכירת פרחים: נקודות רכישה

באלסמיר, ררינסבורך, נלדוויק והרונגן.

- מחלקת יבוא פרטית - שליטה באיכות וטריות.
- נקודת רכישה בדרום אמריקה עבור החנויות בחוף המערבי של ארה"ב.
- 3 יחידות מכירה מטפלות במערב אירופה, ארצות הברית, סקנדינביה, אנגליה, דרום צרפת, איטליה וספרד. יש להם כארבעים אלף לקוחות פעילים. לאחרונה רכשו חנות "קאש אנד קרי" בדנמרק לבדיקה של השוק הסקנדינבי.

### התפתחות השוק:

- קאש אנד קרי** - עדיין פותחים חנויות חדשות אבל עולה השאלה איזה תפקיד ימלאו בעתיד. פלח מסחר זה עובר תהליך של שינוי - לא עוד מקום של פלוריסטים אלא מקום מרכזי לחנויות קטנות יותר.
- הרבה מההזמנות ייעשו ברשת, כולל הזמנות מתוך החנות עצמה. החנויות יהיו מרכז הפצה גדול באמצעות משאיות ישירות לפלוריסטים.
- מכירה והפצה מאורגנות במשאיות מהחנויות לפי הזמנות באינטרנט, זה פלח שוק מתפתח.
- מכירה ישירה לפלוריסטים** - גם היא בעלייה, והחברה בונה ו'בשופ שיכיל את כל הקונספטים שלהם.



### אחריות חברתית

הלקוחות דורשים תווי איכות כמו MPS, CSR או פייר טרד לבל. המגדל צריך לבחור את הדרך הנכונה לקידום המוצרים שלו ושל הארץ שלנו, ולספר את הסיפור שלנו. צריך לחשוב על החוזקות שלנו ולהשתמש בהם לשיווק המוצרים שלנו, למשל יחסים עם הקונים - שמוכנים לעזור ולתת משוב.

קידום מכירות - יש דרכים להשתמש בקידום מכירות אצל הלקוח: למשל לערוך מצגות. לפלורה מץ יש יחידת שיווק שיכולה לערוך מצגות בנושא מוצר החודש או השבוע בו מקדמים דברים חדשים.

אצלם בחנות יש פרח העונה או החודש המוצג באתר החברה ומפורטים הצפי לאספקה, צבעים ושימושים. דרך נוספת לקידום מכירות היא קידום מכירות לחגים ולחתונות וחלוקת בנוסים ללקוחות.

בשנת 2012 קנו פלורה מץ 49% מהפרחים בבורסה, והשאר בקנייה ישירה. נראה להם שזה שניו עצום עבורם, המעיד על מגמת השוק שפניו לקנייה ישירה. נראה להם שהרכש מתפתח לכיוונים חדשים והיחס בין קניה בשעון לקניה ישירה משתנה. בפלורה מץ נמצא בתהליך הקמה חדר עסקאות שבו ישבו הרוכשים והמוכרים ביחד.

יש להם לקוחות גדולים שמוכרים בוקטים און-ליין, גם זהו סקטור בצמיחה. בפלורה מץ עוקבים אחריהם צמוד.

### מה המגדל יכול לעשות?

#### תיאור המצב

לפלורה מץ יש 12,000 מוצרים. 150 מהם מוצרים מובילים והם מהווים 50% מההכנסה. מוצרים אלו נקנים כקומודיטי ישירות מהמגדל, והפלוריסטים מזמינים אותם על בסיס קבוע. אלה מוצרים בטוחים ללא אלמנט של סיכון.

ניתן לזהות שמוצרים שמכירתם אינה "בטוחה", נקנים יותר ויותר ברגע האחרון ויותר פעמים בשבוע כלומר: הפלוריסטים וחנויות הקש אנד קרי לא מחזיקות יותר סטוקים הסטוק עובר למגדל - זהו מצב חדש. פלח זה מהווה את 50% האחרים של נפח הפרחים.

על המגדל להפחית את מספר הפרחים באגד ואת מספר האריזות. המגדל צריך להביא בחשבון את המגמה של הזמנות קטנות יותר ולעיתים תכופות יותר.

המגדל צריך להביא את הסיפור שלו לידיעת הלקוחות - בפלורה מץ ישנו תפקיד חדש של מנהל תוכן - שתפקידו לספר את הסיפורים של המגדל, אזורי הגידול, תנאי העבודה וכדו'. המגדל צריך להביא לידיעת הקונים את הצפי לכמות הסחורה, אורכים ואיכות.



## מבצעים מיוחדים

FM אקסלוסיב - מטרתו - למכור בצורה טובה יותר דברים שיש להם בעלות עליהם, לשם כך הם מקימים מחלקת רכש ומכירה נפרדות. בתכנית זו משתתפים מוצרים שונים של מגדלים שנותנים להם עליהם בעלות, מוצרים חדשים ומוצרים מיוחדים. בתכנית זו לא הרווח מהווה מטרה אלא קירוב לקוחות. זו הזדמנות למגדל להציג משהו חדש. יצרן מועדף - מקבל מקום קבוע ברשימת המוצרים וחייב להיות שם כל הזמן והם יתנו לו עדיפות. גם בחנות המקוונת שלהם יופיעו רק הלקוחות המועדפים. כרגע נמצאים ברשימה כ-30 מגדלים שעמם מחלקים את הידע השיווקי שלהם.

## Seasons Calender

במיזם זה מודיעים מראש מתי תהיה זמינות של מוצרים שפלוריסטס יוכלו לתכנן עבודות מראש.

## תכנית נקודות

הראתה עלייה של 9% במכירות. בתכנית חולקו מתנות ו"קש-בק" לחברים. מאפשרים למגדלים לשים מודעות פרסום בלוח השנה שהם מחלקים ללקוחות.

לצפייה באתר החברה: [www.fleurametz.com](http://www.fleurametz.com)



של החברה שלך, וכך הגיעו  
בברטלס לכמה תובנות ולנקיטת  
צעדים כמו הצטרפות לקבוצת די.  
אן. אי. גרין גרופ, יצירת מרכזי ייצור  
בסמוך לשווקים, ובהמשך המאמר יוצגו דוגמאות נוספות.

### די. אן. אי. גרין גרופ

ברטלס הצטרפה לקבוצת די. אן. אי. גרין גרופ - DNA Green Group, המאגדת מספר רב של חברות, רובן משתלות וחברות  
טיפול צמחים העוסקות ביחד במגוון רחב של צמחים בכל העולם.  
הקבוצה מעסיקה 6,000



עובדים ברחבי העולם ומייצרת  
1.4 ביליון שתילים בשנה,  
שכ-80% מהם כריזנטמות.  
הגידולים הראשיים הם  
כריזנטמות, ורדים, ציפורן,  
גרברה, לימוניום פלוקס,  
סולידו ועוד.

בנוסף, עוסקת הקבוצה גם  
בצמחי עציץ של ציפורן,  
אסטר, בגוניה ועוד ובצמחי  
גינה עונתיים לאביב -

## פרופיל חברה וכיווני טיפוח בכלל, ובתחום פרחי קיץ ופרחי נישה בפרט

מר חוס בארטלס - מנכ"ל חברת ברטלס סטיק



בפתח דבריו הודה חוס לתאגיד אביב  
על הזמנתו להשתתף זו השנה השנייה  
בכנס וציין לשבח את הרמה הגבוהה  
של הכנס: "אני מסתובב במקומות רבים  
בעולם, אך מה שאני רואה כאן ראוי  
לציון, מפגש כזה מסודר בין מטפחים,  
משתלות, מו"פ, מגדלים, הדרכה  
וקניינים לא מתקיים בשום מקום אחר בעולם".

**חברת ברטלס** [www.bartelsstek.nl](http://www.bartelsstek.nl)

ברטלס היא חברה משפחתית הנמצאת באלסמיר.  
נוסדה בשנת 1934 ועוסקת בשתילים רב-שנתיים לגינון:  
perennials, סולידו, פלוקס, הלברוס, אסטר ודלפיוניום,  
ובצמחים לתעשיית הפרחים, פילרים כמו היפריקום, סולידו,  
ופלוקס. בברטלס מחפשים גידולים חדשים אשר יוכלו  
להשתלב בזרים. בכל מקרה מדובר בצמחים המיוצרים  
מייחורים ולא מזרעים.

מילת המפתח היא העלאת הערך המוסף או יצירת ערך מוסף

גרניום, פטוניה, פואינסטיה, דליה ורבנה ועוד.

הייצור מתפרש על פני מספר רב של מדינות: קניה, אוגנדה, טנזניה, אתיופיה, גוואטמלה, אל-סלוודור, מקסיקו, קליפורניה, ספרד, איטליה, גרמניה והולנד.

הפרישה על פני הארצות השונות מבוססת על כוח אדם ותנאי אקלים, אך גם על לוגיסטיקה ועל היכולת להעביר צמחים ממקום למקום. צמח 'קשה העברה' כמו פלכונים מיוצר עבור כל שוק במדינה קרובה יחסית. ברטלס היא חברה קטנה יחסית בתוך הקבוצה, אך בשל מדיניות הקבוצה המעוניינת לתת מטרייה רחבה של מספר רב של גידולים - ברטלס גם בפנים.

לקבוצה יש חוקים וכללים ואסור לחברות הבת לפלוש לתחום של "אחיותיהן" בקבוצה, אבל עדיין יש להן מרווח נרחב להתפתחות.

ראה בהרחבה באתר הקבוצה: [www.dnagreengroup.com](http://www.dnagreengroup.com)

ברטלס עובדת כעת על פרויקט חדש בארה"ב עבור השוק של ארה"ב הכולל מערכת ייצור של 14 צמחים שונים לגינון. שם ייצרו אותם ושם גם ימכרו אותם. בהמשך יקימו פרויקטים כאלה גם באירופה וגם באסיה (יפן וקוריאה). בשלב זה מתחילים בארה"ב עם 4 זנים חדשים. שוק הגינון נמצא בעלייה. בשוק זה יש מעבר משמעותי לצמחים רב-שנתיים.

שוק הפילרים הוא די יציב, הסולידגו נמכר באותו סדר גודל כבר זמן רב. ישנה עלייה קלה בפלוקס, וישנם כמה מגדלים באפריקה שרוצים להגדיל את הייצור וחושבים שיש לזה מקום וזה יאפשר להם אספקה קבועה לשוק.

- תהליך טיפוח כולל
- יצירת פרטים רבים ע"י הכלאות
- בחירת המוצלחים
- בחינת הזנים הנבחרים במשך כמה שנים מכמה היבטים: צבע, מראה, חיי מדף, הובלה, ריבוי, כלכליות והתאמה של הזן לאקלים של ארץ היעד לגידול.
- (בטיפול של זנים לישראל יש בעיית אקלים שצריך להתגבר עליה: הפרש הטמפרטורות בין מרכז החורף לשולי העונה).
- בברטלס כל צמח שיעסקו בו צריך להשתלב עם פרופיל החברה הכולל בין השאר: ריבוי וגנטטיבי והשתלבות בבוקט מעורב.
- בברטלס מקפידים על איכות גנטית גבוהה, ייצור מבוקר, יצירת ביקוש, הקפדה על חיי מוצר ארוכים וייצור בתנאים אופטימליים, ועל הרעיון כי אין להציף את השוק ואין להרעב אותו. תמיד מתחילים עם הרבה תוצרי סלקציה

### Calandiva

נמצאה בשוודיה בשנת 1988. יצאה לשוק ב-2002, וקיבלה את השם הגנרי ב-2008. בשנת 2012 היא חגגה יומולדת 10 בשוק. באותה שנה היו 50 תת-מינים (calandiva Ewbank), וב-2013 מוציאים סדרה חדשה ומשופרת של קלנדיבה, הנקראת Grandiva, וכך גם מתחדשים כל הזמן. ראה אתר: [www.calandiva.com](http://www.calandiva.com) ואתר: [www.newplantsandflowers.com/calandiva-breeders-made-something-bigger](http://www.newplantsandflowers.com/calandiva-breeders-made-something-bigger)

הקלנדיבה הפכה תוך 10 שנים למוצר מבוקש והמוני ועושים לה קידום מכירות בכל העולם.

חשוב מאוד לתת ליצרן השתילים להפיץ את הפרח בכל העולם, כי כך השוק שלו גדל והוא נשמר לאורך זמן.

### Mirna

ורד אדום. טופח ע"י מגדל הולנדי אחד בשטח לא גדול וכמובן עם כמויות נמוכות יחסית ואספקה לא סדירה לשוק, אך כדי לקדם את הזן צריך לדאוג לאספקה קבועה לשוק ולכן יש להגדיל את שטח הגידול. בנוסף, כדי לקדם את המכירות עשו מסע פרסומי שאומר שלא רק בוולנטיין קונים ורד אדום אלא ש'כל יום יכול להיות ולנטיין'. כמו כן, השקיעו בפרסום לשוק הרוסי ה"אוהב" מאוד ורדים אדומים.

ומסיימים עם זן אחד.

השאלה העומדת על הפרק בכנס זה היא כיצד חברה כמו ברטלס יכולה לעזור בקידום מוצרים חדשים?

ובכן, בקבוצה ישנן חברות שעוסקות לאו דווקא בריבוי אלא גם בקידום ובשמירה על מוצרים. כיום מבינים בחברות הטיפוח ובמשתלות שעליהן להשקיע בהישרדות הזנים שלהן בשוק. לדוגמה, זן הוורדים הלבן הנפוץ ביותר כיום הוא אוולנצ'. החברה מקדמת את הזן הזה כדי לשמור על מעמדו בשוק. זה כולל קודם מכירות, תערוכות וכו'.

יציבות הזנים לאורך שנים היא אחד מעיסוקי החברה. לעתים חושבים כי חברות הטיפוח עוסקות כל הזמן ביצירת זנים חדשים, אך אין זה כך: כיום מנסות החברות גם, ובעיקר, לשמור על יציבות הזנים הקיימים בשוק ולענות על הציפיות של השוק.

### דוגמאות:

#### פטוניה:

- כדי לקדם את הפטוניה כצמח עציץ
- קראו לה 'פטוניה'
- טיפחו אותה כצמח קומפקטי.
- העבירו אותה למארחים של שישיות בצבעים שונים
- מאפשרים לקונה להרכיב את הקומבינציה של הצבעים לגינה שלו

### פרופיל חברה וכיוונים עתידיים בשוק הסיטונאי

מר אלקס בנדל - חברת המיפלור



"המיפלור" היא חברת יצוא המסונפת ל - Duch. Flowers Group היא מגלגלת מחזור של

75 מיליון יורו שנתי ונותנת שירותי לוגיסטיקה, אריזה וידע בלוגיסטיקה. החברה מתפרשת על כ-30 מדינות, מוכרים לסיטונאים בלבד ואין להם "קש וקרי". הם גאים בלוגיסטיקה שלהם. אצלם ניתן להזמין עד השעה 12 בצהריים ולקבל את ההזמנה באותו היום. כל הלוגיסטיקה אוטומטית.

### קניות מישראל:

בשנת 2011 - 90% מהשעון, 10% מאביב.

בשנת 2012 60% מהשעון 40% מאביב.

בהמיפלור מאמינים בקנייה ישירה מהמגדל. הם פתחו חנות מקוונת לפני 3 שנים. 80% מהקונים קונים דרך החנות המקוונת. בהולנד הם מציעים מכירה ישירה מהמגדלים - 60 מגדלים מציעים פרחים לאספקה ליום המחרת. החל משנה הבאה מציעים מכירה ישירה ממגדלי יבוא - דרך מערכת

המקוונת של אביב הם יציעו ללקוחותיהם קנייה ישירה ממגדלי ישראל.

לדוגמה: המגדל הישראלי יציע את הסחורה למכירה ביום רביעי, הלקוח יזמין עד יום חמישי, המגדל ישלח בשבת להעברה ללקוח ביום שני.

המערכת עובדת על מחיר שבועי בדרך כלל, אך למגדל יש שליטה מלאה על המחירים והוא יוכל לשנות אותם מדי יום. מניסיונם, במחירים סבירים, אפשר למכור הרבה מאוד סחורה. דבר דומה הם עושים עם פרחים מאפריקה ומאקוודור. הם מחפשים שותפים שאפשר לסמוך עליהם ושמשפקים איכות. מניסיונו עם מגדלים הולנדים, ייתכן שיהיו קשיים בהתחלה, אך הוא צופה שזה יעבוד טוב, והעובדה שעם המגדלים ההולנדים יש להם גידול במכירות של 4%-5%. בקרוב מתכננים להשיק אפליקציה לאייפון שתאפשר קנייה מהמגדל בטלפון.

לדעתו, יש חשיבות גדולה לאיחוד כוחות בין המיפלור לאביב ומהלך זה יחזק את שתי החברות.

לצפייה באתר החברה: [www.hamifleurs.com](http://www.hamifleurs.com)