

Floriade 2012

In 2012 vindt in Venlo de Floriade plaats. De Floriade is een wereldtentoonstelling waar de presentatie van de tuinbouw in haar volle breedte centraal staat. Centraal thema van de Floriade is 'de bijdrage van de tuinbouw aan de kwaliteit van leven'.

Sinds 2006 wordt op het Floriade-terrein hard gewerkt aan het basispark en aan de werving van deelnemers, zowel uit Nederland maar vooral ook uit het buitenland. Inmiddels hebben al 30 landen aangegeven mee te zullen doen aan de Floriade. De Floriade wordt elke 10 jaar georganiseerd; de vorige Floriade was in 2002 in de Haarlemmermeer bij Amsterdam.

Het Floriade-terrein is 66 hectare groot; waarvan 26 hectare bestand bos. Op het Floriade-terrein zijn 5 themavelden aangelegd waarop deelnemers hun inzending kunnen maken in de vorm van een tuin of paviljoen. Centraal staat het creëren van een groene beleving voor de bezoeker. De Floriade verwacht tijdens de openingsperiode, van 5 april tot en met 7 oktober 2012, meer dan 2.000.000 miljoen bezoekers uit binnen- en buitenland. Het basispark is inmiddels vrijwel gereed.



Figuur 1: Luchtfoto themaveld World Show Stage met Theater zomer 2010

Deelname LLTB aan Floriade 2012

De LLTB heeft in 2008 het initiatief genomen om de land- en tuinbouw op de Floriade te presenteren. Omdat de Floriade in Limburg plaats vindt, biedt dit een uitstekend podium voor de ondernemers om het contact met de consument te versterken en te laten zien wat de land- en tuinbouw breed bijdraagt aan de kwaliteit van leven. De deelname van de LLTB komt op het themaveld Environment (zie figuur: ENV-12) en heeft een oppervlakte van ongeveer 460 m².

Begin 2010 is in samenwerking met een creatief bureau een concept voor de inzending uitgewerkt. Uitgangspunt was dat de deelname vooral de volle breedte van de land- en tuinbouw moet weergeven en dat het moet bijdragen aan versterking van het imago van de land- en tuinbouw. Ook de koersnotitie van de LLTB stond daarbij centraal.

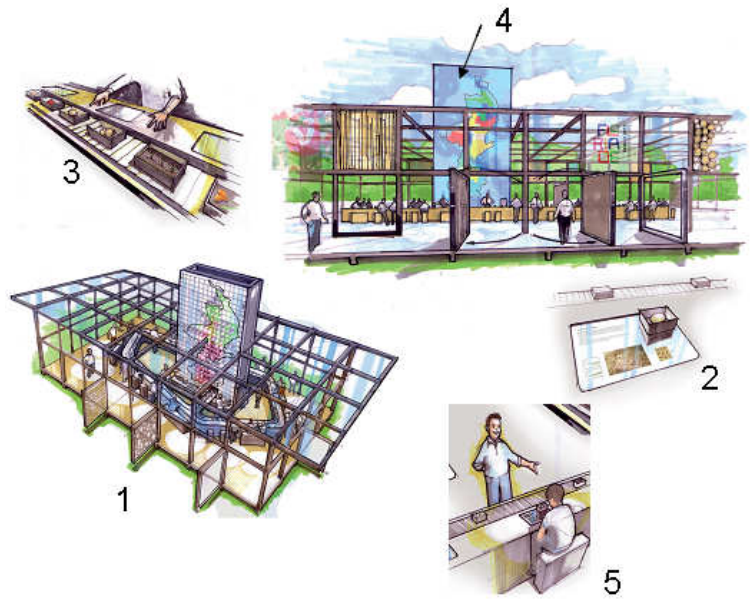
De LLTB heeft het voortouw genomen voor deelname aan de Floriade. Het concept wordt op dit moment verder uitgewerkt onder meer in samenwerking met Nederland Bloeit: de gezamenlijke consumentencampagne van LTO.



Het concept: Leven door Geven

Het creatieve concept heeft als thema '*Leven door Geven*'. Het concept gaat uit van de eigenheid en variëteit aan meerwaardes die de land- en tuinbouw breed biedt. Het concept heeft tot doel om de prestaties van ondernemers zichtbaar te maken, het verhaal erachter te ontsluiten en ook in gesprek te gaan met de consument. Dat heeft geleid tot het volgende concept:

1. Een open en transparant **Paviljoen**
2. De **Amuse**
3. Het **Verhalenbuffet**
4. Het **Zintuigenkabinet**
5. Het **Gesprek** tussen Ondernemer en Consument



Kern van het Paviljoen is dat de Floriade-bezoeker in alle opzichten kan 'proeven' van de kwaliteitsproducten en de verhalen die daarover te vertellen zijn. Het Paviljoen is van veraf zichtbaar door een centraal geplaatst Zintuigenkabinet: letterlijk een uitstalkast of vitrine opgebouwd uit de brede variëteit aan producten en diensten die de land- en tuinbouw voortbrengt.

Eenmaal binnen kan de Floriade-bezoeker genieten van amuses die op een lopende band de bezoekers voorgeschoteld worden. De amuses zijn niet alleen lekker om naar te kijken, te voelen maar ook gewoon op te eten. De amuses nodigen uit om het verhaal erachter te ontdekken. Eerst verleiden, dan geven en dan vertellen. Op kleine beeldschermen worden verrassende en inspirerende filmpjes vertoond die de verhalen van de land- en tuinbouw zichtbaar maken met een duidelijke boodschap.