

Sierteelbestedingen herpakken zich na de lockdowns

(een overzicht van de cijfers van juli 2020 tot juni 2021)

De coronacrisis en vooral de lockdowns hadden een negatieve invloed op de verkoop van sierteelproducten. In de periode juli 2020-juni 2021 kon de sierteeltmarkt zich herpakken. Zowel het aantal verkochte stuks als de omzet stegen. Balkon- en perkplanten kenden een goed voorjaar in 2020, maar vielen in 2021 terug. Snijbloemen en kamerplanten deden het de voorbije periode dan weer veel beter.

DIS1 en hard discount hebben het grootste bereik, maar de bloemenwinkels, tuincentra en korte keten trokken meer kopers aan.

De aankopen van sierteelproducten zijn sterk leeftijds- en levensfase gebonden. Ze stijgen met de leeftijd.

Binnen de totale sierteeltcategorie zijn de snijbloemen de belangrijkste categorie.

De bloemenwinkel blijft marktleider en komt terug op het niveau van vóór de coronacrisis. De onlineverkoop boemde tijdens de lockdowns maar viel daarna wat terug en blijft beperkt.

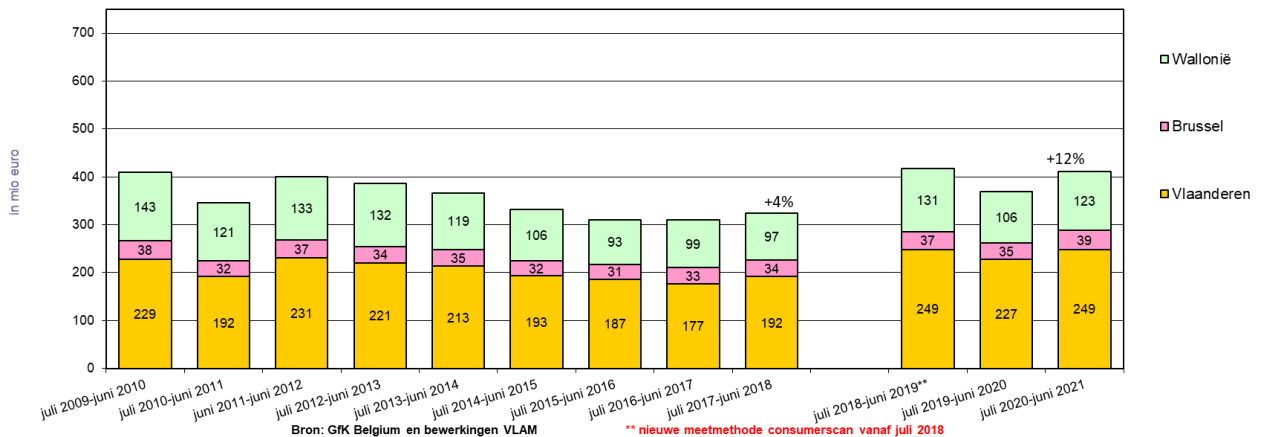
Het aantal kopende huishoudens van bloemen en planten stijgt en in Vlaanderen ligt dit aantal kopers hoger dan in de rest van het land.

Dit blijkt uit gegevens die GfK Belgium verzamelde via de consumerscanmethode bij 6 000 huishoudens in opdracht van VLAM over de periode juli 2020 – juni 2021.

Sierteelbestedingen leden onder de lockdowns maar stijgen nu

De totale particuliere sierteelbestedingen in België bedroegen in de voorbije juli 2020-juni 2021 411 miljoen euro of 36,25 euro per capita. 60% hiervan wordt gerealiseerd in Vlaanderen.

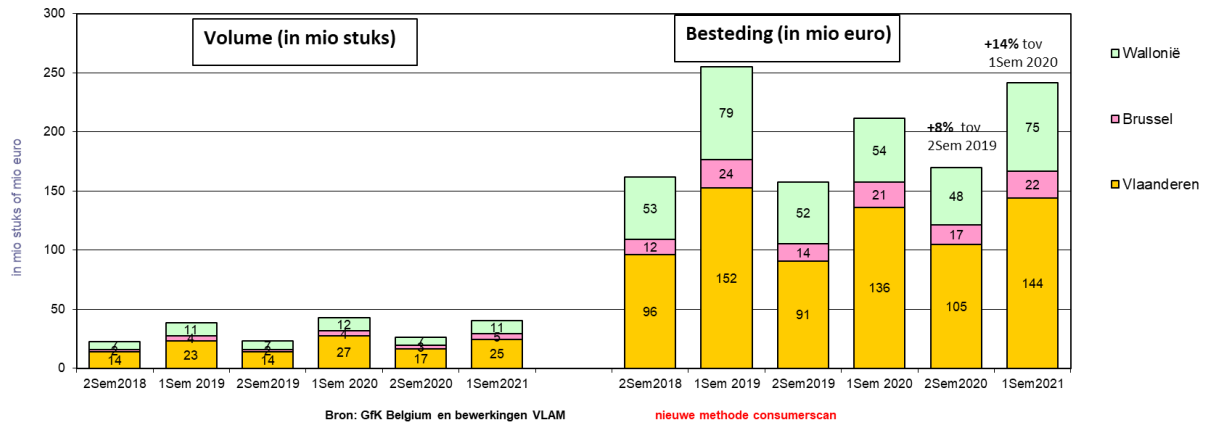
**Totale sierteelbestedingen particulieren op lange termijn
in miljoen euro per gewest - België**



De coronacrisis en vooral de lockdowns in 2020 hadden een negatieve invloed op de verkoop van sierteelproducten. Winkels waren tijdelijk gesloten en de export liep moeilijk terwijl de productie op volle toeren draaide. Hierdoor was er een overaanbod en een druk op de prijzen. In de periode juli 2020-juni 2021 kon de sierteeltmarkt zich herpakken. De sierteelbestedingen stegen in die periode met 12% ten opzichte van een jaar eerder. De stijging was het grootst in Wallonië (+16%). In Vlaanderen stegen de sierteelbestedingen met 9%.

Zowel het najaar van 2020 (+8% in besteding) als het voorjaar van 2021 (+14%) waren beter dan het jaar ervoor. Het aantal verkochte stuks lag vooral hoger in het najaar van 2020. In het voorjaar van 2021 lag het aantal verkochte stuks door een tegenvallende verkoop van buitenplanten lager dan het jaar voordien maar er werden dan meer snijbloemen, bloemstukken en kamerplanten verkocht aan een hogere prijs waardoor de sierteeltomzet toch sterk gestegen is.

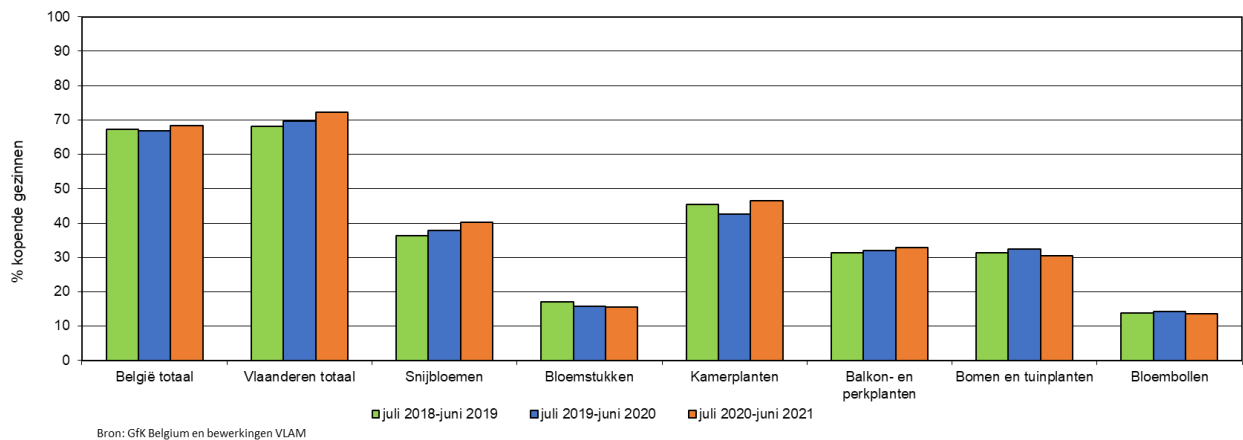
Totale sierteeltbestedingen particulieren per semester per gewest - België



Stijgend aantal kopers in Vlaanderen

Het aantal Belgische kopende huishoudens steeg in de periode juli 2020-juni 2021 van 67 naar 68 op 100 tegenover het jaar voordien. In Vlaanderen ligt dit aantal kopers iets hoger (72 op 100 tegenover 70 op 100 het jaar voordien). De meeste Belgische kopers vinden we bij de kamerplanten (47 op 100), gevolgd door de snijbloemen (40), de categorie balkon- en perkplanten (33), bomen en tuinplanten (30), bloemstukken (16) en bloembollen (14). De bloemstukken hadden een moeilijke periode door de lockdowns in 2020 maar deze categorie herstelde zich geleidelijk, nog niet in aantal kopers maar wel in omzet.

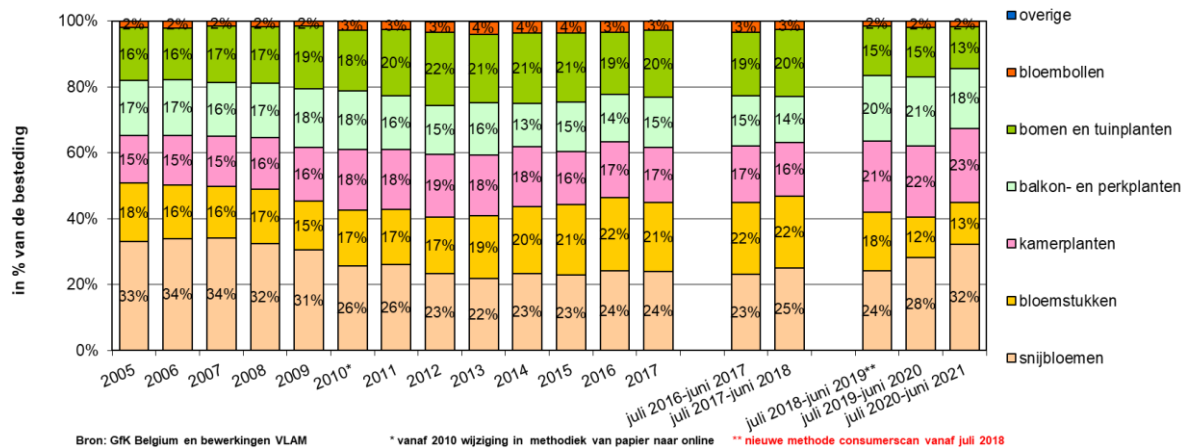
Penetratie sierteeltproducten in België per productcategorie



Snijbloemen veruit de grootste categorie

Binnen de totale sierteeltcategorie stegen de snijbloemen van een omzetaandeel van 28 naar 32% en ze zijn hiermee de belangrijkste categorie, gevolgd door kamerplanten met 23% en de categorie 'balkon- en perkplanten' met 18%, die terrein moesten prijs geven. De bloemstukken stegen terug lichtjes van 12 naar 13% en halen hiermee eenzelfde aandeel als bomen en tuinplanten.

Bestedingsaandeel sierteelt per categorie in België



Het gemiddelde aantal keren dat een kopend huishouden bloemen en planten koopt, bedraagt iets meer dan 9 keer per jaar.

Binnen de categorie van de snijbloemen is het gemengde boeket goed voor 46% van de bestedingen. De tweede plaats wordt ingenomen door het mono-boeket van rozen (18%) maar dit aandeel zit in dalende lijn. Het mono-boeket van tulpen is het derde belangrijkste met 14%. Het aandeel van andere mono-boeketten neemt een vijfde van de markt in.

Bij de kamerplanten staat de orchidee op nummer één (22%). De nationale trots ‘de azalea’ heeft een stabiel aandeel van 4% binnen de categorie van de kamerplanten. Drie kwart van de verkoop van kamerplanten zijn bloeiende planten.

Wie koopt wat?

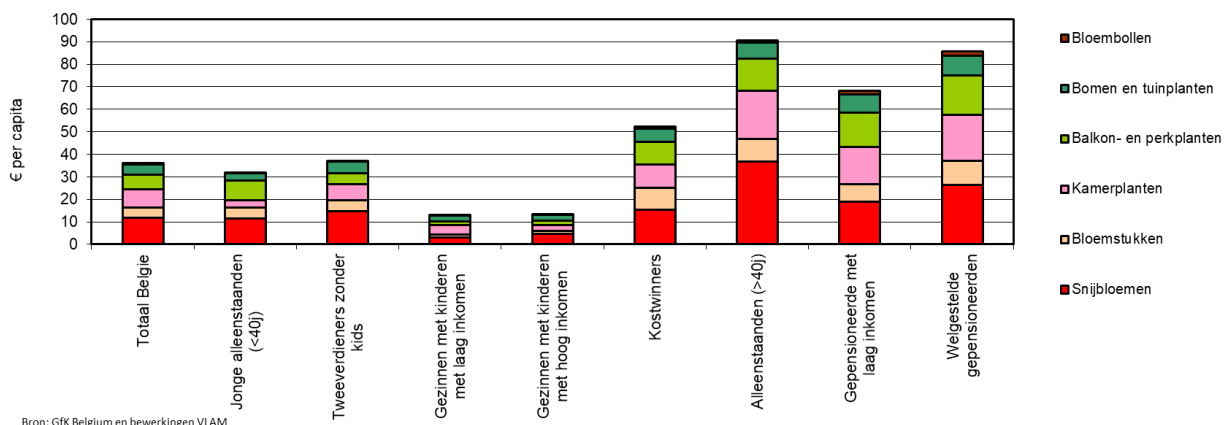
De aankopen van sierteeltproducten zijn sterk leeftijds- en levensfasegebonden. De sierteeltbestedingen stijgen met de leeftijd. De 50-plussers vormen de belangrijkste groep binnen de sierteeltmarkt. Deze groep is immers goed voor 81% van de omzet. Vooral de 65-plussers zijn trouwe kopers van bloemen en planten.

Met een bedrag tussen de 85 en de 90 euro per capita besteden de welgestelde gepensioneerden en de oudere alleenstaanden een veelvoud van het bestedingsbedrag van de gezinnen met kinderen en de jonge alleenstaanden, die tussen de 12 en de 30 euro per capita spenderen aan bloemen en planten.

De jonge alleenstaanden besteden weinig aan sierteeltproducten en kopen hoofdzakelijk snijbloemen. De gezinnen met kinderen met een beperkt inkomen en de gepensioneerden kopen relatief meer kamerplanten. Bomen en tuinplanten zijn relatief oververtegenwoordigd bij de gezinnen met kinderen.

Bestedingspatroon sierteeltproducten in België

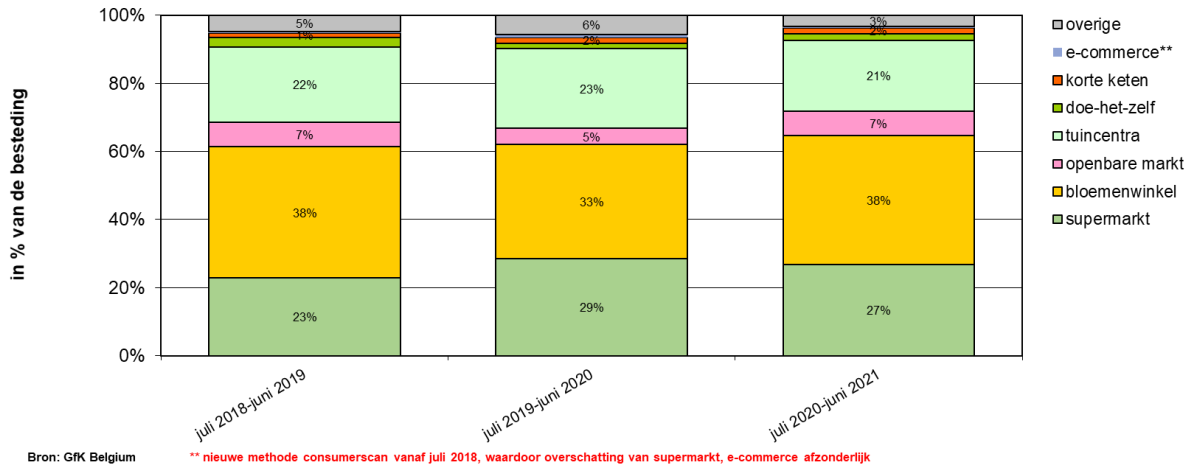
(per leeftijd, geslacht en beroepsactiviteit – periode juli 2020-juni 2021)



Bloemenwinkel opnieuw op niveau van vóór de coronacrisis

De bloemenwinkel is met een marktaandeel van 38% marktleider en komt hiermee opnieuw op het niveau van vóór de coronacrisis. De supermarkt, die op een tweede plaats komt met 27% marktaandeel, moet wat terrein prijsgeven tussen juli 2020 en juni 2021 maar is een groeier op langere termijn. Het tuincentrum blijft met 21% marktaandeel stabiel op de derde plaats. Tijdens de eerste lockdown had de openbare markt het zwaar te verduren maar dit kanaal deed het in de onderzochte periode opnieuw beter en steeg van 5 naar 7% marktaandeel. De onlineverkoop, die onder het procent blijft, boemde tijdens de coronacrisis en moest tussen juli 2020 en juni 2021 opnieuw wat inleveren.

Aandeel distributiekanaal sierteeltproducten in België

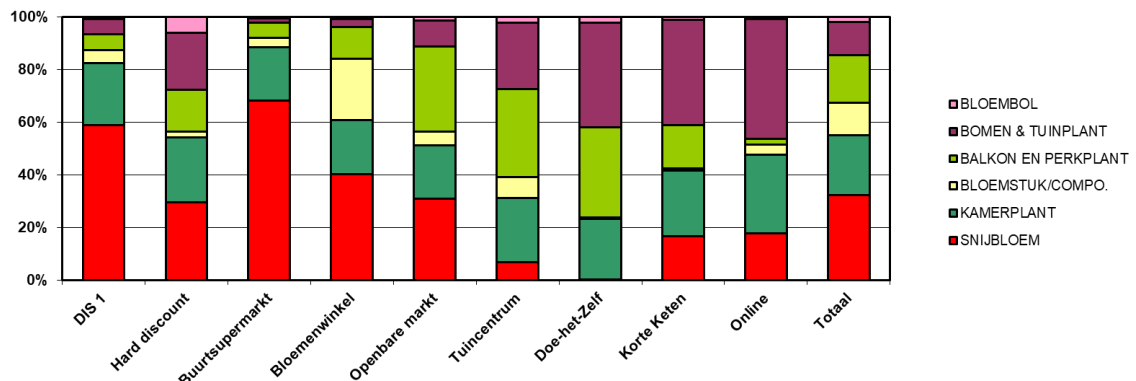


Elk kanaal zijn eigen assortiment

Het assortiment verschilt zeer sterk per winkelformule. Voor de klassieke supermarkt (DIS 1) en de buurtsupermarkt zijn de snijbloemen de belangrijkste categorie. Bloemstukken/plantencomposities en snijbloemen vormen voor de bloemenwinkel de belangrijkste categorieën. In het tuincentrum zijn snijbloemen dan weer beperkt aanwezig en zijn de buitenplanten dominant. De doe-het-zelfzaak en de korte keten verkopen vooral bomen, tuinplanten, balkon- en perkplanten. Bij de onlineverkoop zijn de bomen en tuinplanten zelfs verantwoordelijk voor de helft van de omzet. De hard discount en de openbare markt hebben een meer gevarieerd sierteeltaanbod.

Sierteeltassortiment per distributiekanaal in België

(op basis van bestedingen in periode juli 2020-juni 2021)



DIS 1: AH, ALMA, CARREFOUR HYPER/GB/MARKET, CHAMPION MESTDAGH, COLRUYT, CORA, DELHAIZE DE LEEUW, JUMBO, MAKRO/METRO, MATCH EN RED MARKET
Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM
nieuwe methode consumerscan