

Sierteeltbestedingen stijgen na corona

(een overzicht van de cijfers van juli 2021 tot juni 2022)

De sierteeltbestedingen stegen in de periode juli 2021 tot juni 2022 met 5% en hiermee wordt de opmars na een dip tijdens de lockdown voortgezet.

De aankopen van sierteeltproducten zijn sterk leeftijds- en levenscyclusgebonden. Zo spenderen de oudere alleenstaanden en de gepensioneerden een veelvoud aan bloemen en planten dan de jonge alleenstaanden en de gezinnen met kinderen.

Binnen de totale sierteeltcategorie hebben de snijbloemen het grootste omzetaandeel. De bloemstukken zijn op lange termijn dalend maar deden het de voorbije periode iets beter.

De bloemenwinkel blijft marktleider maar verloor terrein aan de supermarkt, die op een tweede plaats komt gevolgd door het tuincentrum. Tijdens de eerste lockdown moest de openbare markt zwaar inleveren maar dit kanaal herstelt zich. De e-commerce blijft zeer beperkt met 1% marktaandeel.

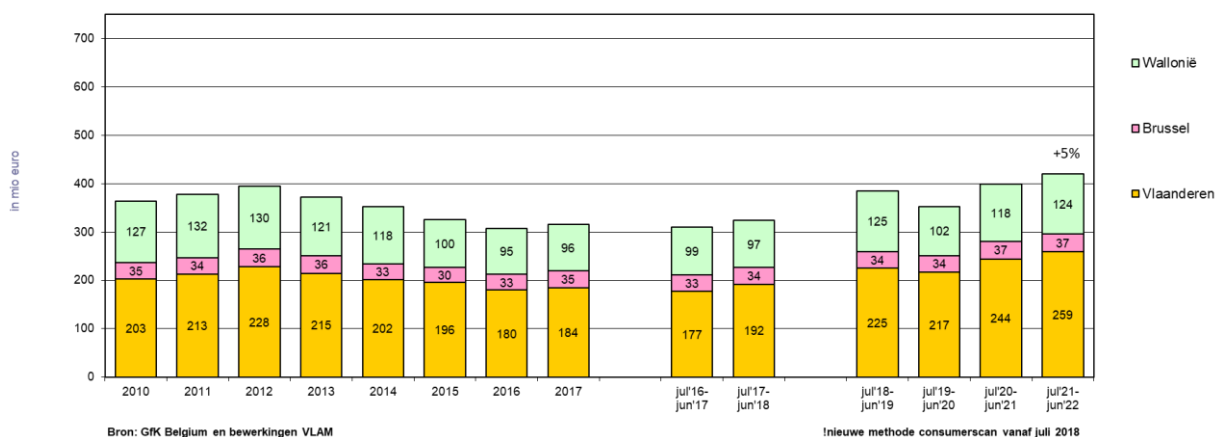
Het aantal kopende huishoudens in België stijgt opnieuw en in Vlaanderen ligt dit aantal iets hoger dan in de rest van het land.

Dit blijkt uit gegevens die GfK Belgium verzamelde via de consumerscanmethode bij 6 000 huishoudens in opdracht van VLAM over de periode juli 2021 – juni 2022.

Sierteeltbestedingen stijgen

De totale particuliere sierteeltbestedingen in België bedroegen in de periode juli 202 tot juni 2022 421 miljoen euro of 37,10 euro per capita. 62% hiervan wordt gerealiseerd in Vlaanderen.

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



De coronacrisis en vooral de lockdowns in 2020 hadden een negatieve invloed op de omzet van sierteeltproducten. 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 (+12%) en de stijging zet zich in de periode juli 2021-juni 2022 verder (+5%). De stijging was even groot in Wallonië dan in Vlaanderen (+6%). In Brussel noteren we een status quo.

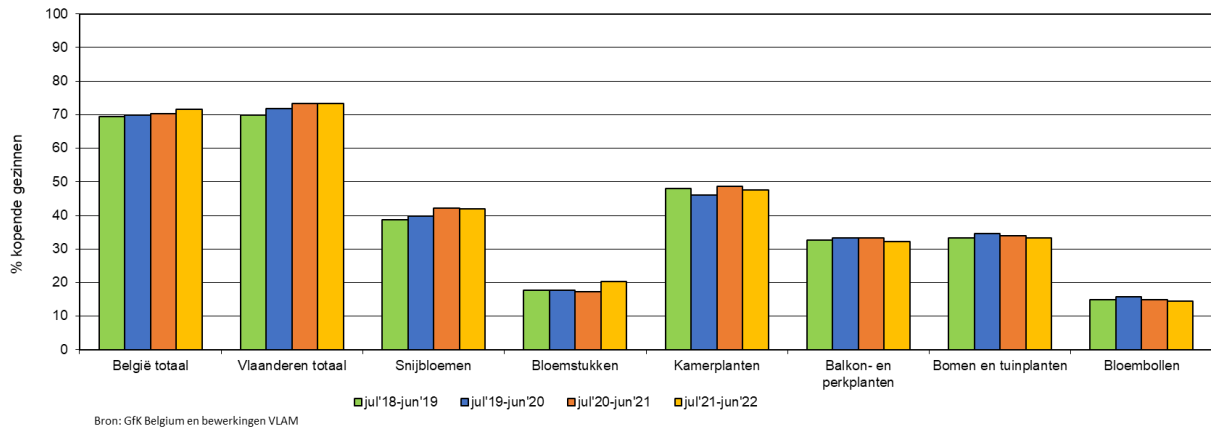
Vooraf in het najaar van 2021 werd er een meerverkoop gerealiseerd (+10%). In het voorjaar 2022 bleef de groei van de sierteeltbestedingen beperkt tot 2%.

Stijgend aantal kopers in Vlaanderen

Het aantal kopende huishoudens in België stijgt boven de 70 op 100. In Vlaanderen ligt dit aantal iets hoger (73 op 100). De meeste kopers vinden we bij de kamerplanten (48 op 100), gevolgd door de snijbloemen (42). Bomen en tuinplanten volgen verder in het rijtje met 33 kopers op 100 op de voet

gevolgd door balkon- en perkplanten met 32 kopers. Verder volgen bloemstukken (20) en bloembollen (15). De bloemstukken hadden een moeilijke periode door de lockdowns in 2020 maar deze categorie herstelt zich zowel in aantal kopers als in omzet.

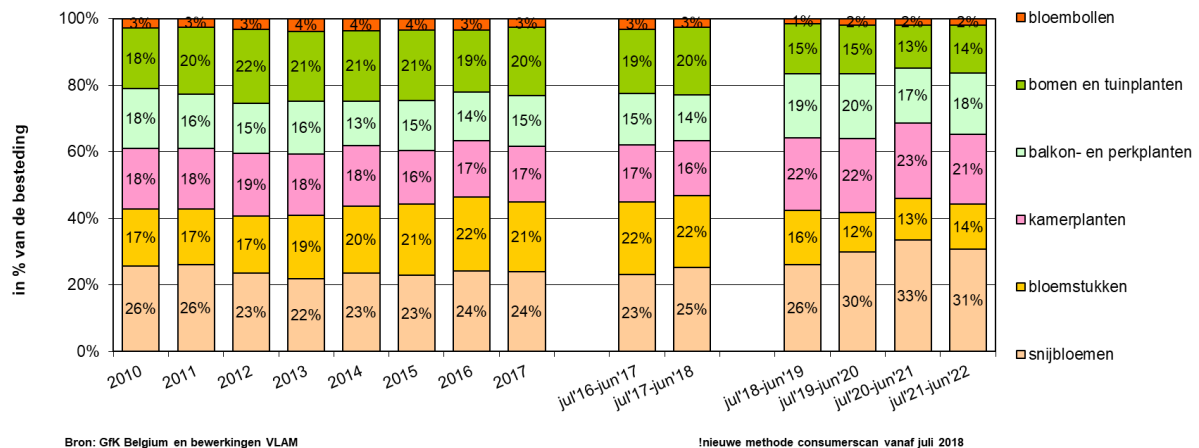
Penetratie sierteelproducten in België per productcategorie



Snijbloemen de grootste omzetmaker

Binnen de totale sierteeltcategorie hebben de snijbloemen een omzetaandeel van 31% en zijn hiermee de belangrijkste categorie, gevolgd door kamerplanten met 21% en de categorie 'balkon- en perkplanten' met 18%. De bloemstukken kenden een dalende trend en hadden het moeilijk door de lockdowns in 2020 maar herstellen zich en nemen 14% van de sierteeltmarkt in.

Bestedingsaandeel sierteelt per categorie in België



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

Binnen de categorie van de snijbloemen is het gemengde boeket goed voor 45% van de bestedingen. De tweede plaats wordt ingenomen door het mono-boeket van rozen (19%) maar dit aandeel zit in dalende lijn. Het mono-boeket van tulpen is het derde belangrijkste met 13% en is groeiend op lange termijn. Het aandeel van andere mono-boeketten neemt een vierde van de markt in.

Bij de kamerplanten staat de orchidee op nummer één (23%). De nationale trots 'de azalea' heeft een aandeel van 3 à 4% binnen de categorie van de kamerplanten. Drie kwart van de verkoop van kamerplanten zijn bloeiende planten.

Wie koopt wat?

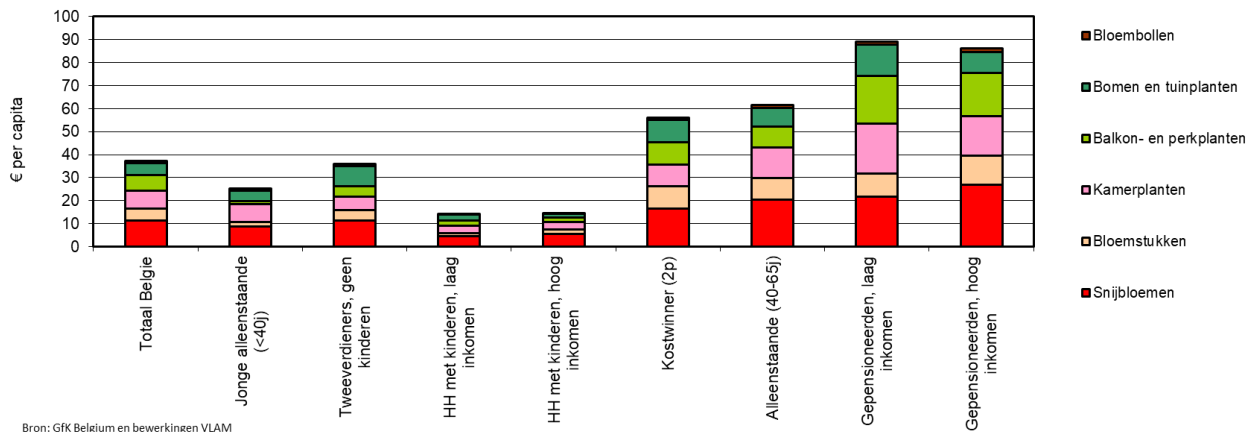
De aankopen van sierteelproducten zijn sterk leeftijds- en levensfasegebonden. De sierteelbestedingen stijgen met de leeftijd. De 50-plussers vormen de belangrijkste groep binnen de sierteeltmarkt. Deze groep is immers goed voor 81% van de omzet. Vooral de 65-plussers zijn trouwe kopers van bloemen en 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 15 en de 25 euro per capita spenderen aan bloemen en planten.

De jonge alleenstaanden besteden weinig aan sierteelproducten en kopen hoofdzakelijk snijbloemen en balkon- en perkplanten. 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 sierteelproducten in België

(per levensfase – periode juli 2021-juni 2022)

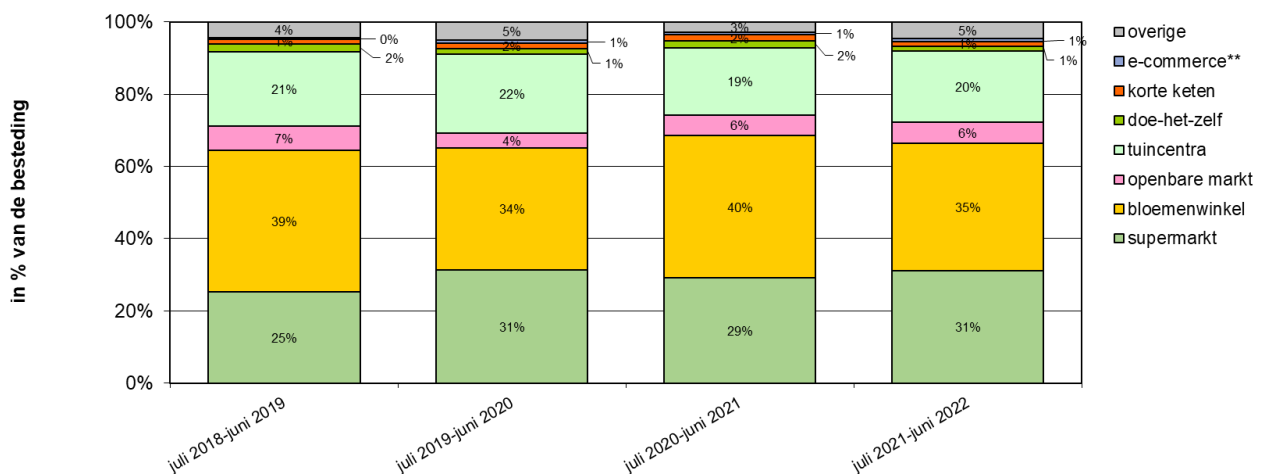


Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM

Bloemenwinkel opnieuw op niveau van vóór de coronacrisis

De bloemenwinkel is met een marktaandeel van 35% marktleider maar verloor de laatste periode terrein aan de supermarkt die op een tweede plaats komt met 31% marktaandeel gevolgd door het tuincentrum met 20% marktaandeel. Tijdens de eerste lockdown moest de openbare markt zwaar inleveren maar dit kanaal steeg opnieuw naar 6% marktaandeel. De e-commerce blijft beperkt tot 1% marktaandeel.

Aandeel distributiekanaal sierteelproducten in België



Bron: GfK Belgium

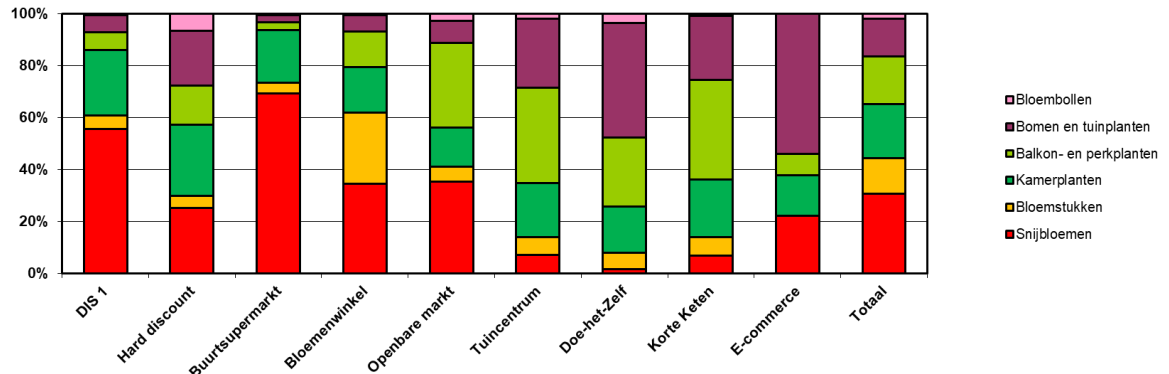
Elk kanaal zijn eigen assortiment

Het assortiment verschilt zeer sterk per winkelformule. Voor de klassieke supermarkt (DIS 1) en de buurtsupermarkt zijn de snijbloemen de belangrijkste categorie. Bloemstukken/plantcomposities 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 2021-juni 2022)



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