

Sierteeltaankopen lijden onder de inflatie (een overzicht van de cijfers van juli 2022 tot juni 2023)

De sierteeltbestedingen zijn conjunctuurgevoelig en daalden sterk in de periode juli 2022 tot juni 2023. De daling was het grootst in Wallonië.

Het aantal kopers van sierteelproducten is ook gedaald enkel de categorie 'bomen en tuinplanten' kon de voorbije periode meer kopers aantrekken.

De aankopen van sierteelproducten zijn sterk leeftijds- en levenscyclus gebonden. 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 bloemenwinkel is marktleider maar de supermarkt wint op lange termijn marktaandeel. De e-commerce groeit maar blijft met 2% marktaandeel beperkt.

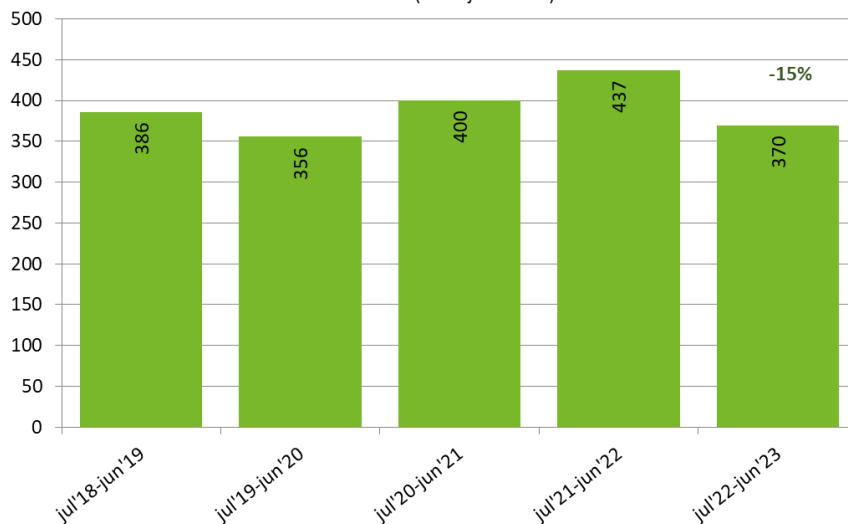
Dit blijkt uit gegevens die GfK Belgium verzamelde via de consumerscanmethode bij 6 000 huishoudens in opdracht van VLAM over de periode juli 2021 – juni 2022.

Sierteeltbestedingen vallen sterk terug

De totale voedings- en huishoudbestedingen stegen als gevolg van de hoge voedingsinflatie (13,9%) in de periode juli 2022 tot juni 2023 met 8,3%. De sierteeltbestedingen zijn conjunctuurgevoelig en reageren sterk op de stijgende levensduurte en de verminderde koopkracht. De totale particuliere sierteeltbestedingen in België bedroegen in deze periode 370 miljoen euro of 32,34 euro per capita. Dit is een daling met 15% ten opzichte van de periode juli 2021 tot juni 2022. De daling was groter in Wallonië (-26%) en in Brussel (-18%). In Vlaanderen daalden de sierteeltbestedingen slechts met 10%. Twee derde van de sierteeltomzet wordt gerealiseerd in Vlaanderen.

Totale particuliere sierteeltbestedingen in België

(in miljoen euro)



Bron: CPS GfK Belgium

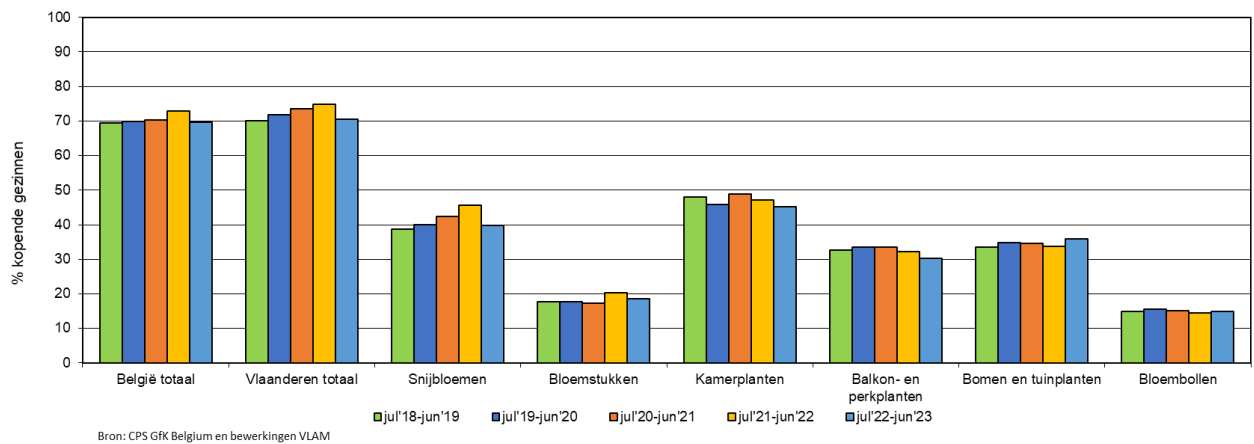
De coronacrisis en vooral de lockdowns in 2020 hadden een negatieve invloed op de omzet van sierteelproducten. In de periode juli 2020 tot juni 2021 kon de sierteeltmarkt zich herpakken en de stijging zette zich in de periode juli 2021 tot juni 2022 verder. De recentste periode zien we echter een sterke terugval van de sierteeltaankopen.

Dalend aantal kopers behalve bij bomen en tuinplanten

Het aantal kopende huishoudens in België daalde van 73 naar 70 op 100. In Vlaanderen ligt dit aantal iets hoger (71 op 100). De meeste kopers vinden we bij de kamerplanten (45 op 100), gevolgd door de snijbloemen (40). Verder in het rijtje volgen bomen en tuinplanten met 36 kopers op 100, balkon-

en perkplanten (30 kopers), bloemstukken (19) en bloembollen (15). 'Bomen en tuinplanten' is de enige sierteeltcategorie die in de periode juli 2022 tot juni 2023 meer kopers wist aan te trekken.

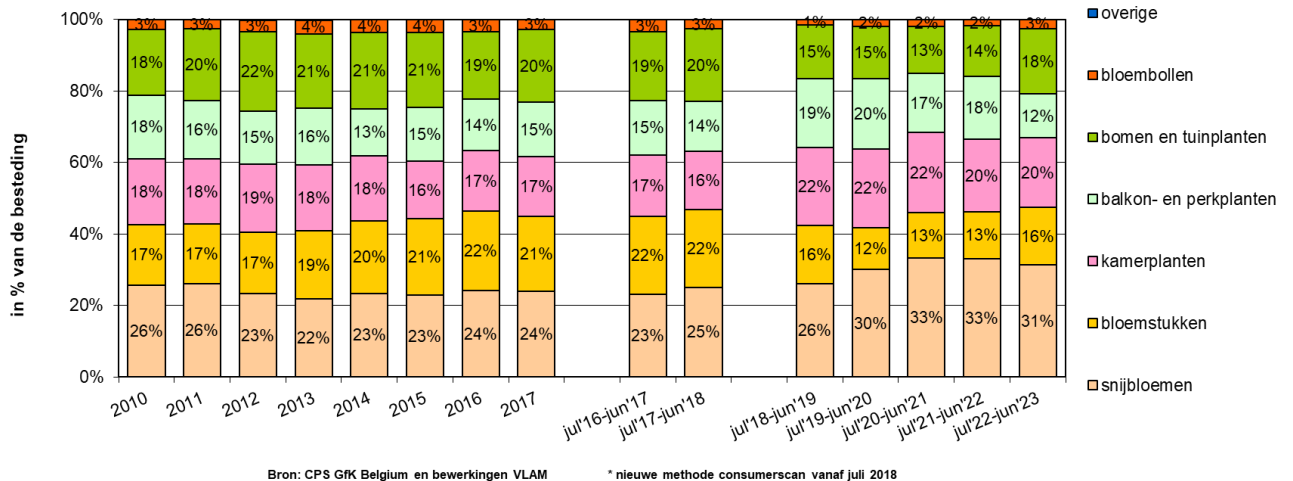
Penetratie sierteeltproducten in België per productcategorie



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 20%, de categorie 'bomen en tuinplanten' met 18%, 'bloemstukken' met 16% en 'balkon- en perkplanten' met 12%. Bloembollen sluiten de rij met 3%. De bloemstukken kenden een dalende trend en hadden het moeilijk door de lockdowns in 2020 maar herstellen zich nu binnen de sierteeltmarkt. De categorie 'bomen en tuinplanten' groeiden niet enkel in aantal kopers maar ook in marktaandeel.

Bestedingsaandeel sierteelt per categorie in België



Het gemiddelde aantal keren dat een kopend huishouden bloemen en planten koopt, bedraagt iets meer dan 8 keer per jaar.

Binnen de categorie van de snijbloemen is het gemengde boeket goed voor 47% van de bestedingen. De tweede plaats wordt ingenomen door het mono-boeket van rozen (17%) maar dit aandeel zit in dalende lijn. Het mono-boeket van tulpen is het derde belangrijkste met 15% en is groeiend op lange termijn. Het aandeel van andere mono-boeketten neemt een vijfde van de markt in.

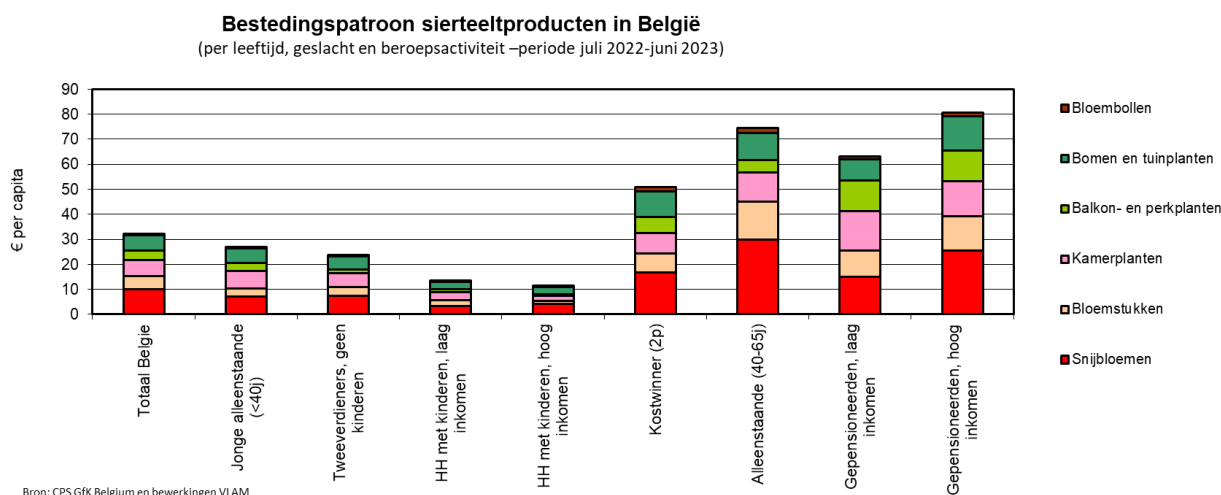
Bij de kamerplanten staat de orchidee op nummer één (22% van de omzet van kamerplanten). De nationale trots 'de azalea' heeft een aandeel van zo'n 2% binnen de categorie van de kamerplanten. Drie kwart van de verkoop van kamerplanten zijn bloeiende planten.

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 sierteelmarkt. Deze groep is immers goed voor 77% van de omzet. Vooral de 65-plussers zijn trouwe kopers van bloemen en planten.

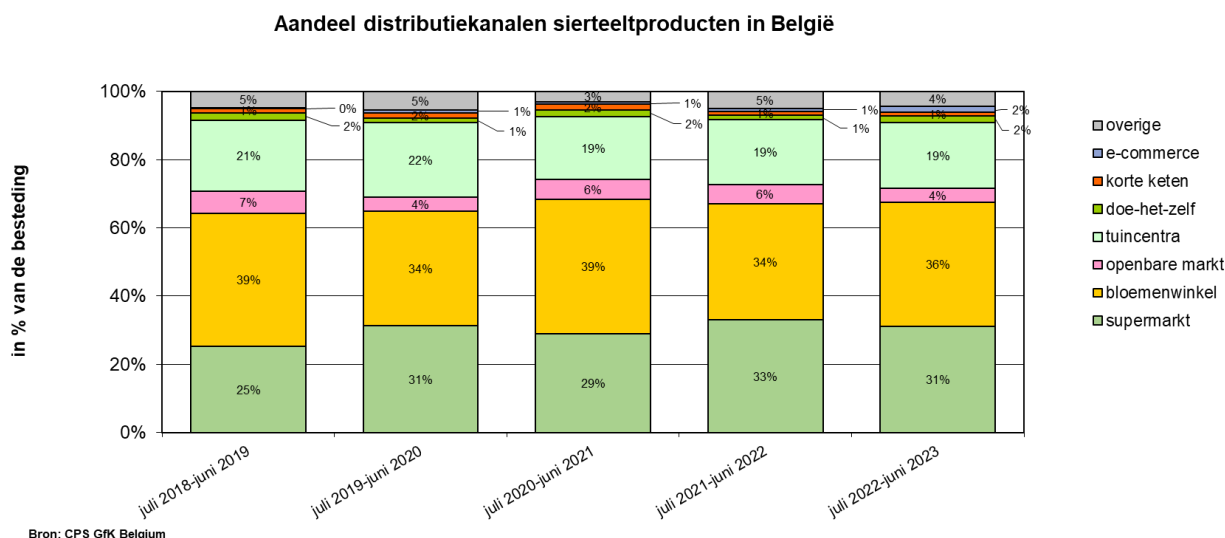
Met een bedrag tussen de 75 en de 80 euro per capita besteden de welgestelde gepensioneerden en de oudere alleenstaanden een veelvoud van het bestedingsbedrag van de gezinnen met kinderen en de jonge alleenstaanden, die tussen de 11 en de 27 euro per capita spenderen aan bloemen en planten.

De oudere alleenstaanden kopen hoofdzakelijk snijbloemen en bloemstukken. De gezinnen met kinderen met een beperkt inkomen, de jonge alleenstaanden en de gepensioneerden met een laag inkomen kopen relatief meer kamerplanten. Bomen en tuinplanten zijn relatief oververtegenwoordigd bij de gezinnen met kinderen. De balkon- en perkplanten zijn relatief oververtegenwoordigd bij de gepensioneerden met een laag inkomen.



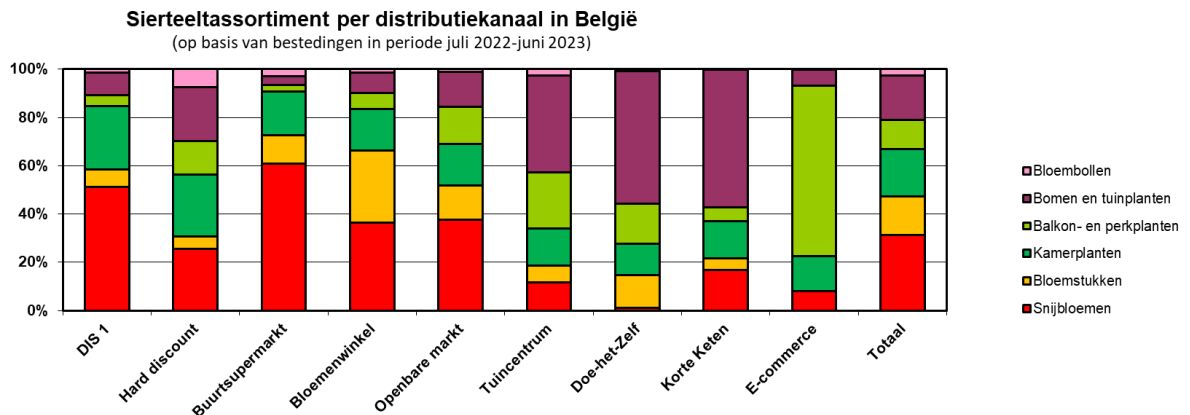
Bloemenwinkel marktleider, supermarkt wint terrein op lange termijn

De bloemenwinkel is met een marktaandeel van 36% marktleider maar dit aandeel staat op langere termijn onder druk. De supermarkt komt op een tweede plaats met 31% marktaandeel en groeide sinds 2018. Het tuincentrum met 19% marktaandeel is een stabiele derde. Tijdens de eerste lockdown moest de openbare markt zwaar inleveren en kon daarna opnieuw marktaandeel winnen maar daalt in de periode juli 2022 tot juni 2023 van 6 naar 4% marktaandeel. De e-commerce blijft beperkt maar verdubbelt zijn marktaandeel wel van 1 naar 2% marktaandeel. Doe-het-zelfzaken en korte keten blijven kleine sierteelkanalen met 1 à 2% marktaandeel.



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 en snijbloemen vormen voor de bloemenwinkel de belangrijkste categorieën. In het tuincentrum zijn snijbloemen dan weer beperkt aanwezig en zijn de buitenplanten (bomen, balkon-, perk- en tuinplanten) dominant. De doe-het-zelfzaak en de korte keten verkopen vooral bomen en tuinplanten. Bij de onlineverkoop zijn de balkon- en perkplanten verantwoordelijk voor 71% van de omzet. De hard discount en de openbare markt hebben een meer gevarieerd sierteeltaanbod.



DIS 1: DIS 1: AH, CARREFOUR HYPER//MARKET//ALMA, COLRUYT laagste prijs, CORA, DELHAIZE AD//DE LEEUW, INTERMARCHÉ, JUMBO EN MATCH
HARD DISCOUNT: ALDI EN LIDL
BUURTSUPERMARKT: ALVO, CARREFOUR EXPRESS/CONTACT, CASH FRESH, DELHAIZE CITY/PROXY, LOUIS DELHAIZE, OKAY, PROFI, ROB, SMATCH, SPAR, SUPRA ...
Bron: CPS GfK Belgium, nieuwe methode consumerscan