

## Supermarkt en tulpen in opmars in de sierteeltmarkt (een overzicht van de cijfers van juli 2023 tot juni 2024)

**De sierteeltbestedingen zijn conjunctuurgevoelig en daalden voor het tweede seizoen op rij. Het aantal kopende huishoudens in België daalde ook verder.**

**De meeste kopers vinden we bij de kamerplanten, gevolgd door de snijbloemen. De snijbloemen zorgen wel voor het grootste omzetaandeel in de sierteeltmarkt. De tulpen zijn de laatste jaren in opmars.**

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

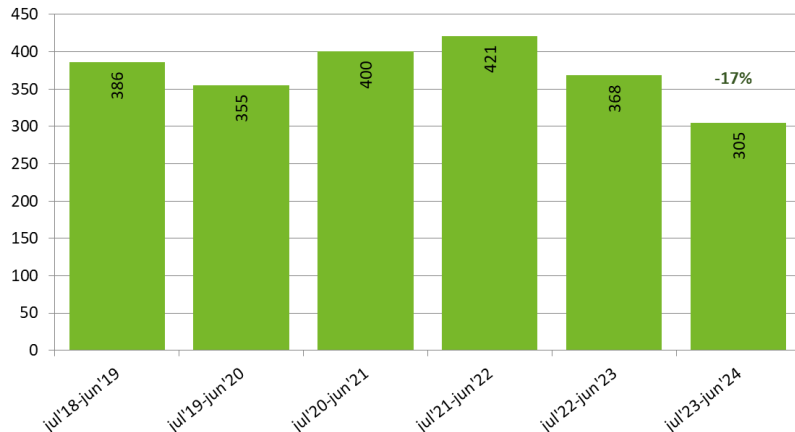
**De supermarkt werd, in het voorbije seizoen, marktleider en stak de bloemenwinkel voorbij.**

**Dit blijkt uit gegevens die YouGov België verzamelde via de consumerscanmethode bij 6 000 huishoudens in opdracht van VLAM.**

### **Sierteeltbestedingen vallen, in tegenstelling tot stijgende voedingsbestedingen, sterk terug**

De totale voedings- en huishoudbestedingen stegen als gevolg van de voedingsinflatie in de periode juli 2023 tot juni 2024 met 5,6%. In tegenstelling tot deze stijgende voedingsbestedingen daalden de totale particuliere sierteeltbestedingen. In België bedroeg de sierteeltbesteding in de periode juli 2023 tot juni 2024 305 miljoen euro of 26,55 euro per capita. Bijna twee derde hiervan wordt gerealiseerd in Vlaanderen. De sierteeltbestedingen zijn conjunctuurgevoelig en daalden voor de tweede periode op rij. Mede door het slechte weer in de lente van 2024 en de tegenvallende verkoop van buitenplanten viel de sierteeltomzet het voorbije seizoen terug met 17%.

**Totale particuliere sierteeltbestedingen in België**  
(in miljoen euro)



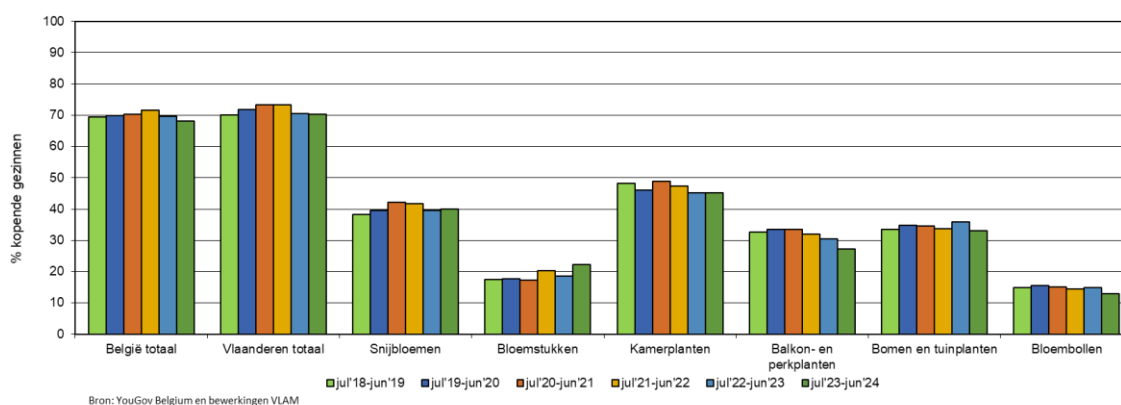
Bron: YouGov Belgium

**Info bij de grafiek:** De coronacrisis en vooral de lockdowns in 2020 hadden een negatieve invloed op de omzet van sierteeltproducten. 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 twee seizoenen zien we echter een sterke terugval van de sierteeltaankopen.

### **Dalend aantal kopers behalve bij bloemstukken**

Het aantal kopende huishoudens in België daalde verder tot 68 op 100. In Vlaanderen ligt dit aantal iets hoger (70 op 100) en is stabiel. De meeste kopers vinden we bij de kamerplanten (45 op 100), gevolgd door de snijbloemen (40). Bomen en tuinplanten volgen verder in het rijtje met 33 kopers op 100. Het aantal kopers van balkon- en perkplanten daalde sterk van 30 naar 27 op 100. Bloemstukken is de enige categorie die meer kopers wist aan te trekken (van 18 naar 22 op 100).

### Penetratie sierteelproducten in België per productcategorie

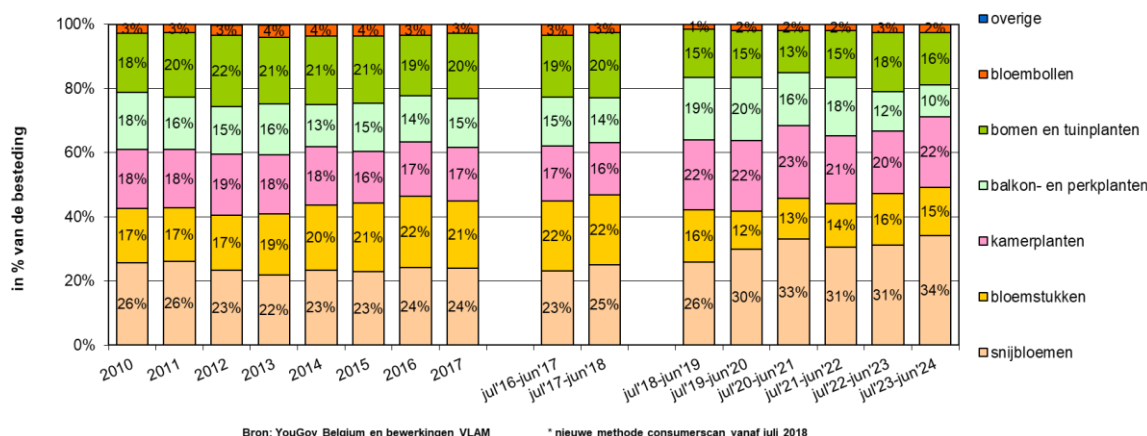


Het gemiddelde aantal keren dat een kopend huishouden bloemen en planten koopt, bedraagt 8 keer per jaar.

### Snijbloemen de grootste omzetmakers

Binnen de totale sierteeltcategorie hebben de snijbloemen een omzetaandeel van 34% en zijn hiermee de belangrijkste categorie, gevolgd door kamerplanten met 22% en de categorie 'bomen- en tuinplanten' met 16%. De bloemstukken schommelen rond 15% marktaandeel. De balkon- en perkplanten kenden opnieuw een slecht seizoen en zagen hun marktaandeel dalen van 18 over 12 naar nu 10%.

### Bestedingsaandeel sierteelt per categorie in België



### Tulpen in opmars

Binnen de categorie van de snijbloemen is het gemengde boeket goed voor de helft van de bloemenbestedingen. De tweede plaats wordt ingenomen door het mono-boeket van tulpen (15%) dat de rozen voorbij stak. Het mono-boeket van rozen is het derde belangrijkste met 13% en is sterk dalend op lange termijn. De andere mono-boeketten nemen ruim een vijfde van de markt in.

Ter ondersteuning van de tulpenverkoop organiseert VLAM jaarlijks bij de start van het seizoen de 'Groen-van-bij-ons' Pluktuin in een grootstad in Vlaanderen.

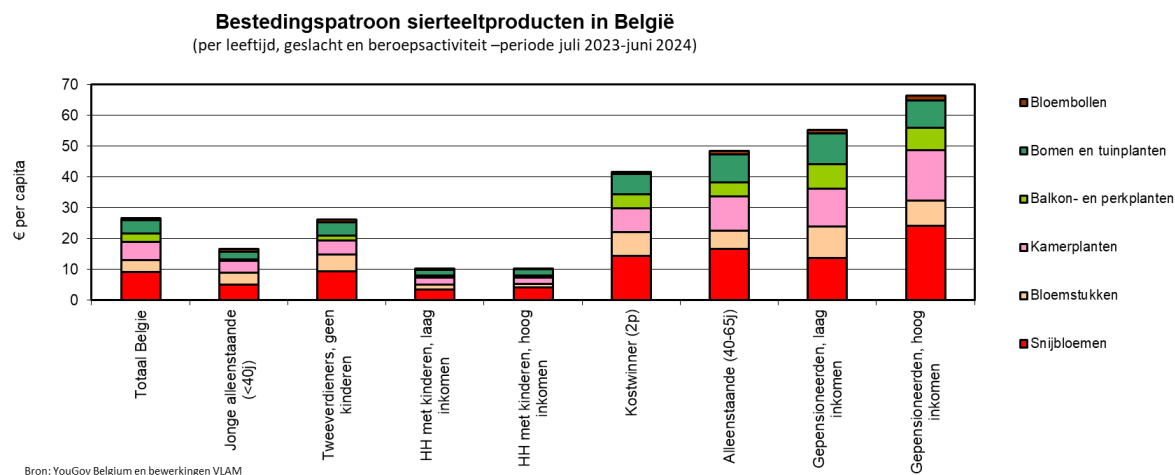
Bij de kamerplanten staat de orchidee op nummer één (23% van de omzet van kamerplanten). De nationale trots 'de azalea' heeft een aandeel van zo'n 2% binnen de categorie van de kamerplanten. 70% van de verkoop van kamerplanten zijn bloeiende planten en dus 30% is niet-bloeiend.

### Sierteeltbestedingen zijn leeftijds- en levensfasegebonden

De aankopen van sierteelproducten zijn sterk leeftijds- en levensfasegebonden. De sierteeltbestedingen stijgen met de leeftijd. De 50-plussers vormen de belangrijkste groep binnen de

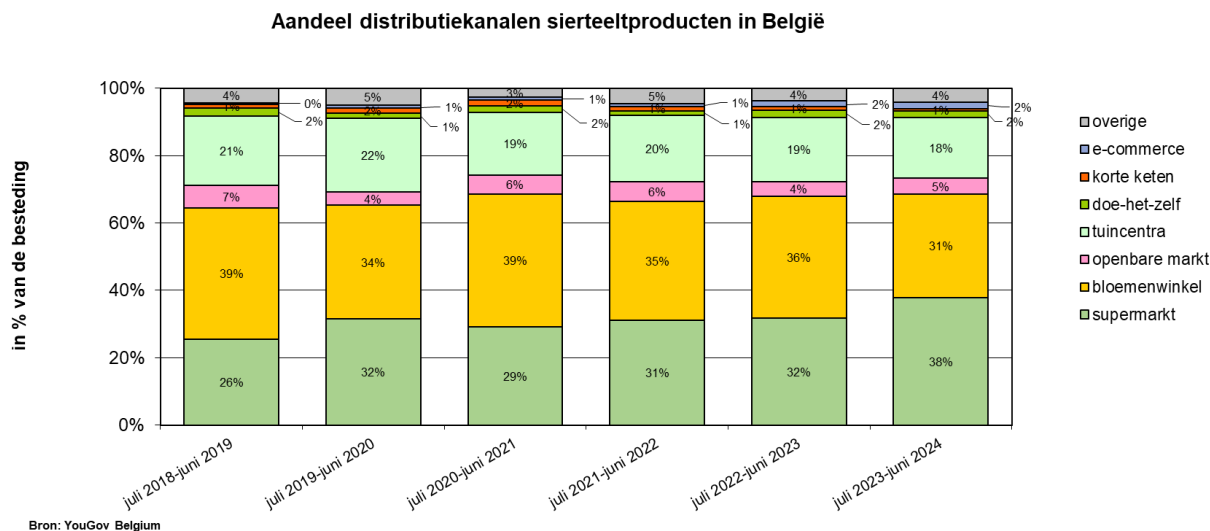
sierteeltmarkt. Deze groep is immers goed voor 82% van de omzet. Vooral de 65-plussers zijn trouwe kopers van bloemen en planten.

Met een bedrag tussen 50 en 70 euro per capita besteden de oudere alleenstaanden en welgestelde gepensioneerden een veelvoud van het bedrag van de gezinnen met kinderen en de jonge alleenstaanden, die tussen 10 en 16 euro per capita spenderen aan bloemen en planten.



### Supermarkt wordt marktleider en steekt de bloemenwinkel voorbij

De supermarkt werd, het voorbije seizoen, marktleider (38% marktaandeel) en stak de bloemenwinkel (31%) voorbij. Op de derde plaats komt het tuincentrum met 18% marktaandeel. De e-commerce stabiliseert op 2% aandeel en blijft beperkt. Tijdens de eerste lockdown moest de openbare markt zwaar inleveren en kon daarna opnieuw marktaandeel winnen tot nu 5%. De doe-het-zelfzaken en de korte keten blijven ook kleine sierteeltkanalen met 1 à 2% aandeel.

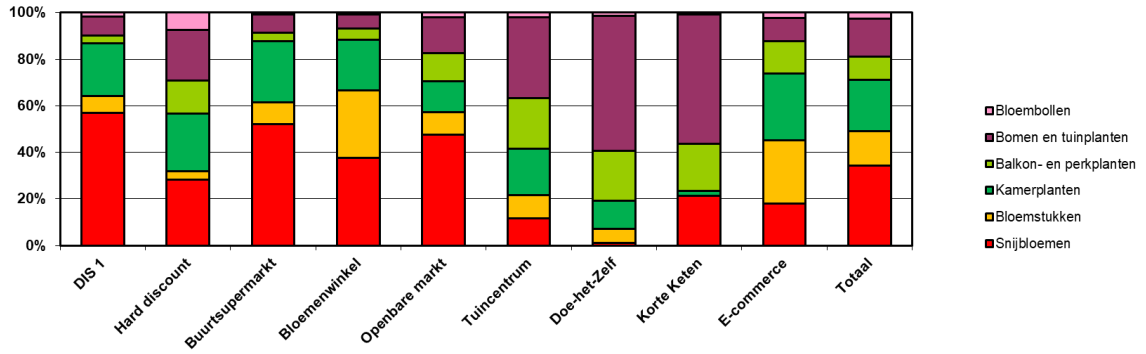


### Elk kanaal zijn eigen assortiment

Het assortiment verschilt zeer sterk per winkelformule. Voor de klassieke supermarkt (DIS 1), de buurtsupermarkt en de openbare markt 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. De onlineverkoop en de hard discount bieden een meer gevarieerd sierteeltaanbod aan.

### Sierteeltassortiment per distributiekanaal in België

(op basis van bestedingen in periode juli 2023-juni 2024)



DIS 1: DIS 1: AH, CARREFOUR HYPER//MARKET//ALMA, COLRUYT laagste prijs, CORA, DELHAIZE AD/DE LEEUW, INTERMARCHE, 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: YouGov Belgium, nieuwe methode consumerscan