

## Importeursonderzoek Frankrijk

Kwalitatief onderzoek onder Franse importeurs van  
snijbloemen en kamerplanten



## **Franse importeurs lovend over Nederlandse bloemen en potplanten**

*Wel bezorgdheid over grootschaligheid in Nederland*

De Franse importeurs van snijbloemen en potplanten zijn zeer te spreken over de bloemkwekerijproducten uit Nederland. De importeurs verwachten dat het dominante aandeel van Nederland in hun aankopen de komende jaren stabiel zal blijven en mogelijk zelfs iets zal toenemen. Niet alleen doen Nederlandse bloemen en potplanten het goed bij de Franse importeurs, ook bloemen uit Kenia, Colombia, Ecuador en Ethiopië hebben volgens de importeurs marktaandeel gewonnen. De Franse bloementelers zijn de grote verliezers door opvolgingsproblemen en verouderde teelttechnieken. Daarentegen timmeren Franse potplantentelers wel aan de weg met het leveren van kwaliteit. Ook Spanje komt met steeds betere potplanten op de Franse markt. De Franse importeurs van bloemen en planten zijn nog wel bezorgd dat door de Nederlandse grootschaligheid er minder ruimte is voor flexibiliteit op het gebied van prijzen, hoeveelheden en service. Ook kunnen ze moeilijk aan 'fair trade' bloemen en planten komen, zo blijkt uit het onderzoek.

### **Assortiment en ontwikkeling**

De belangrijkste snijbloemen (op basis van waarde) die de importeurs verkopen zijn rozen en lelies. Chrysanten en tulpen volgen. Importeurs hebben nu meer verschillende variëteiten snijbloemen in hun assortiment dan 5 jaar geleden, om het eigen bedrijf onderscheidend te houden van de concurrentie. Of soms vanwege de gewijzigde voorkeuren van de klant en de (eind)consument. Maar ook het slechte(re) economische klimaat wordt als oorzaak voor een verschuiving van de marktvaart naar goedkopere basisproducten genoemd.

Phalaenopsis is de belangrijkste kamerplant voor de Franse importeur (op basis van waarde). Het aantal soorten kamerplanten is volgens de Franse importeurs niet echt veranderd in de afgelopen 5 jaar. Sommige importeurs hebben hun assortiment kamerplanten aangepast om in lijn te blijven met de actuele voorkeuren en trends, anderen lijkt het hiervoor te ontbreken aan dynamiek en innovatie. De importeurs willen meer dynamiek in de markt, zodat ze de verkoop van en naar hun klanten kunnen (blijven) stimuleren. Het lijkt dat er minder innovaties of (grote) veranderingen zijn op het niveau van kamerplanten dan bij snijbloemen (Phalaenopsis uitgezonderd).

### **Economische crisis levert kansen**

Het onderzoek is in mei 2009 uitgevoerd, tijdens een internationale economische crisis. De impact hiervan lijkt verschillend te worden beleefd. Sommige importeurs melden eerder een positieve verandering, of in ieder geval een situatie van weinig concrete invloed op hun business. Anderen vinden de duurdere producten in het assortiment momenteel moeilijker te verkopen en geven aan dat bloemisten hun inkoop beperken tot een minimum. Het vertrouwen is vrij groot dat de Franse markt van bloemen en planten in de nabije toekomst stabiel zal blijven. De kleinere bedrijven zullen het wellicht moeilijker krijgen, maar dat levert extra kansen op voor de meer professionele, dynamische (grotere) importeurs. Het lijkt dat de crisis geen impact heeft op hun inkopen uit Nederland. De meeste importeurs verwachten dat het aandeel van Nederland in hun inkopen de komende drie jaar vrij stabiel zal blijven, een aantal denkt zelfs meer te gaan inkopen uit Nederland.

### **Nederlandse leveranciers domineren**

Nederland domineert de markt wat betreft de aanvoer van snijbloemen en is volgens veel importeurs in de afgelopen jaren alleen maar in belang toegenomen. Er is een grote waardering voor de Nederlandse kwekers en leveranciers. Ze worden unaniem gerespecteerd en bewonderd voor de productkwaliteit, uniformiteit en het zeer brede en diepe assortiment dat vrijwel direct beschikbaar is. Ook andere aspecten zoals verpakking, logistiek en innovatie worden sterk gewaardeerd. Er heerst bij de importeurs wel enige bezorgdheid dat er door de grootschaligheid en het belang van de Nederlandse sierteeltindustrie geen of in ieder geval steeds minder plaats is voor flexibiliteit op het gebied van prijzen, hoeveelheden en service.

Een aantal importeurs noemt Frankrijk als belangrijk (herkomst)land. Als derde land wordt Italië genoemd. Er zijn een aantal 'kleinere' landen die in belang zijn toegenomen: Kenia, Colombia, Ecuador en Ethiopië. Dit heeft vooral te maken met de lage lonen, klimaat of rechtstreekse levering.

Frankrijk is de belangrijkste verliezer van de afgelopen jaren: er zijn steeds minder Franse kwekers (oude kwekers stoppen, geen opvolging door een jongere generatie); de lokale Franse productie van snijbloemen is minder geïndustrialiseerd dan de Nederlandse; loonkosten en sociale lasten zijn hoog en de stijgende energiekosten hebben een belangrijke invloed op de concurrentiekracht. Verder noemt men kwaliteitsissues, ouderwetse teelttechnieken en kassen.

Ook voor kamerplanten is Nederland (zeer) dominant. Andere herkomstlanden zijn: Frankrijk, Spanje, Italië en in mindere mate Denemarken, Duitsland en België. Er zijn weinig verschuivingen zichtbaar wat betreft het belang van

productielanden. De lokale productie van kamerplanten kan concurreren wat betreft kwaliteit, doordat Franse planten vaak beter afgestemd zijn op het lokale klimaat dan via kunstlicht geproduceerde planten uit het buitenland. Het Franse product is wel duurder, maar heeft het voordeel dat er minder transportkosten zijn. Spanje zou het recent beter doen op het gebied van kamerplanten: de transportafstand is beperkt en de kwaliteit is voor bepaalde producten gestegen, doordat de kwekers zich meer specialiseren. Minder goed gaat het met Denemarken door relatief hoge prijzen.

De belangrijkste bedreiging voor de Franse importeurs is dat Nederlandse leveranciers de 'tussenhandel' overslaan en rechtstreeks verkopen aan tuincentra, supermarktketens, maar ook aan bloemisten. Internet en online bestellen hebben deze ontwikkeling versneld. Voor bloemen is dit meer zichtbaar dan voor planten.

#### **Internet is mooi, persoonlijk contact ook**

Voor de importeurs speelt internet een steeds prominentere rol bij de inkoop van bloemen en planten. Zij zien duidelijk een voordeel en een belangrijke toegevoegde waarde van dit medium, o.a. door de beschikbaarheid van productfoto's en andere informatie, zoals up-to-date prijzen, verpakkingsgroottes, naam van de kweker, facturen, etc. De telefoon/fax en het directe persoonlijke contact blijven echter heel belangrijk voor het opbouwen van een relatie en flexibiliteit ten aanzien van de prijs. Communicatie is blijkt niet altijd eenvoudig te zijn, vanwege de taalbarrière of door het gebrek aan persoonlijk contact. Bovendien mag het internet mag geen gevaar betekenen voor hun positie als tussenpersoon.

#### **Bloemist is belangrijkste verkoopkanaal**

Bloemisten zijn de belangrijkste klantgroep voor importeurs van snijbloemen (50 tot 100% van hun omzet). Straatmarkten zijn ook relatief belangrijk (10 tot 50% van hun omzet). Bij de importeurs van kamerplanten vormen bloemisten (30 tot 100% van omzet) en tuincentra (tot 65% van omzet) de belangrijkste klanten. Voor de meeste importeurs zijn er in de laatste 3 jaar geen grote veranderingen waarneembaar wat betreft het type klant dat ze bedienen. Een aantal importeurs hebben om commerciële redenen wijzigingen in hun klantenbestand doorgevoerd:

- Een verschuiving van tuincentra naar bloemisten (minder strenge leveringsvereisten en minder prijsgevoelig);
- Een verschuiving naar "high-end" designer/bloemist (meer gericht op kwaliteit en niet alleen op prijs/volume);
- Een verschuiving van het bloemisten- naar het supermarktkanaal om meer volume/omzet te kunnen realiseren.

De importeurs vinden dat ze momenteel aan de meeste klantenbehoeften kunnen voldoen: de gevraagde producten leveren met de juiste kwaliteit voor een correcte prijs en binnen de afgesproken termijn. Heel af en toe krijgen ze moeilijke verzoeken, bijvoorbeeld: producten buiten het seizoen, "fair trade" producten, scherpe of onmogelijke levertermijnen, bepaalde gevraagde kortingen of betalingsvoorwaarden of specifieke kleuren (pastels, crème, zwart).

#### **Verkoopmarge voor planten hoger dan voor bloemen**

De gehanteerde verkoopprijs is een simpele optelsom van inkoopprijs, transportkosten en een vaste marge. Er is een aantal importeurs die een zekere mate van flexibiliteit in de marge inbouwen door de verkoopprijs te verhogen indien er zich een kans voordoet, of deze te verlagen als het nodig is om de producten te kunnen verkopen. De gemiddelde verkoopmarges voor snijbloemen liggen tussen 20% en 30%, voor kamerplanten liggen deze tussen 50% en 100%. Alleen voor tuincentra of supermarkten liggen de marges op kamerplanten in de regel iets lager.

#### **Fair Trade**

Er is bij de importeurs een groeiende belangstelling voor 'fair trade' bloemen en planten, ook al is er momenteel weinig marktverraag naar. De importeurs vinden deze producten moeilijk te verkrijgen. Bovendien zijn de prijzen hoger en neemt het transport vanuit de 'fair trade' landen meer tijd in beslag vanwege de grotere afstanden.

#### **Informatie**

Franse importeurs gebruiken verschillende informatiebronnen om op de hoogte te blijven (vakpers, internet, mond-op-mond, leveranciers/exporteurs, newsletter van Bloemenbureau Holland, fax, email, telefoon en vakbeurzen zoals "Salon du Végétal" in Angers en de "Hortifair"). De belangrijkste redenen om naar beurzen te gaan, zijn nieuwe trends, nieuwe kleuren, nieuwe variëteiten, nieuwe presentatievormen (voor bloemisten) en persoonlijk contact met leveranciers. De importeurs zijn tevreden met de informatie die beschikbaar is voor hen. Enkele importeurs van Nederlandse kamerplanten vinden dat ze onvoldoende informatie krijgen.

#### *Wilt u meer weten?*

*Voor meer informatie over het project "Importeursonderzoek Frankrijk" (PT 2009-37) kunt u contact opnemen met René van Paassen (r.vanpaassen@tuinbouw.nl). Rapporten zijn voor sectorgenoten, via MijnPT, gratis te downloaden, of aan te vragen bij John Claassen via telefoonnummer 079-34 70 633 of per e-mail j.claassen@tuinbouw.nl.*

**Productschap Tuinbouw**

**Adres** Louis Pasteurlaan 6  
**Postbus** 280, 2700 AG Zoetermeer  
**Telefoon** 079 - 347 07 07  
**Fax** 079 - 347 04 04  
**Internet** [www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl)  
**e-mail** [info@tuinbouw.nl](mailto:info@tuinbouw.nl)

rapport