



SIERTEELTBAROMETER 2013

HEEL WAT PARALLELEN TUSSEN BELGISCHE EN FRANSE SIERTEELTSECTOR

Met de sierteeltbarometer wil AVBS de polsslag van de sector opvolgen. Onze eerste enquête gaf een bevestiging van het slechte eerste kwartaal van 2013. Maar ook in andere Europese landen was het een zeer moeilijk voorjaar. Uit een interview met vijf Franse vertegenwoordigers(*) uit de distributiesector klinkt hetzelfde geluid: 'Het voorjaar van 2013: 'du jamais vu'!

.....
Bron: *Le Lien Horticole*
Samenvatting Hilde Van Elsuwé

Ook Franse sierteeltsector kampt met uitzonderlijk moeilijk voorjaar

De klimaatomstandigheden hebben ook in Frankrijk geleid tot een slecht voorjaar. Vijf vertegenwoordigers van grote Franse tuincentra en -ketens getuigden hierover in het Franse vakblad 'Le Lien Horticole'. Er zijn naargelang de keten lichte verschillen, maar de algemene tendens voor het eerste kwartaal is gelijklopend en vertelt het verhaal zoals we het ook hier in Vlaanderen kennen. Vooral de handel in boomkwekerijproducten kreeg de grootste klappen. De verkoop ging in dalende lijn en zakte tussen de 20 en 25%. Overige sierteeltproducten hielden iets beter stand, maar ook daar werd een terugval tussen de 10 en 15% genoteerd.

Ook in Frankrijk bleek het niet evident om in het tweede kwartaal de negatieve tendens te doorbreken. Wel bevestigen de vijf geïnterviewden dat er grote inspanningen geleverd zijn om in de maanden april en mei het dagelijkse aanbod van kwalitatieve, verse planten in de tuincentra te garanderen. Het is altijd het beleid geweest van de verschillende ketens om steeds voldoende vers aanbod te hebben, zodat de klanten altijd goed konden worden bediend. De kwekers zorgen ervoor dat er steeds een kwalitatief product in de rekken ligt. Wij hebben niettegenstaande het moeilijke voorjaar tot het maximum bij onze vaste leveranciers afgenomen, weten de ketens. De producenten vertrouwen op ons zoals wij op hen rekenen. Dit heeft ervoor gezorgd dat er

binnen de tuincentra op termijn hier en daar wel stocks moesten worden vernietigd, maar door een doordacht beheer, m.n. aankopen in functie van de te verwachten verkopen, het vervroegd stopzetten van enkele seizoensgebonden contracten,...., konden de verliezen toch enigszins worden begrensd. Omdat er minder tijd moest gestopt worden in de bediening en informatie van klanten in de tuincentra wegens een dalend klantenaantal, werd de overige tijd meer benut voor het onderhouden van de stock. In de loop van de maand april kwamen door het moeilijke voorjaar een aantal campagnes in het gedrang. De impact voor telers die specifiek voor bepaalde acties produceerden, was dan ook navenant. Toch hebben de ketens ook

hier opnieuw naar constructieve oplossingen gezocht. De eerder aangegane vaste verbintenissen werden gehandhaafd; tijdelijke contracten werden weliswaar opgezegd. In de grote tuincentraketens werden campagnes gelanceerd, maar niet noodzakelijk in alle filialen. De oorspronkelijk afgesproken afname aantallen konden op die manier aangehouden blijven, maar het probleem zat hem vooral in de nabestellingen. De oorspronkelijk voorziene stock kon worden verkocht, maar er werd, in tegenstelling tot de vorige jaren, niet meer bijbesteld.

.....
“Het is vooral van belang om een goede start te nemen voor het najaar en te trachten een goede basis te leggen voor de toekomst.”

De telers waar jarenlange relaties mee zijn opgebouwd, bleven zo veel mogelijk buiten schot. Op het vlak van boomkwekerijproducten werden eerst en vooral de buitenlandse leveranciers geïsoleerd. De verkoop van nieuwigheden bleef dan

weer stabiel t.o.v. 2012. Blijkbaar gaat de consument toch nog steeds op zoek naar vernieuwing.

De ketens spreken tegen dat er problemen waren met de bevoorrading voor acties als moederdag. Vooral de verkoop van bloeiende planten deed het goed. Buitenplanten werden minder aangekocht, maar dat had helemaal niet te maken met een tekort aan aanbod. Enkel het klimaat heeft hier zijn rol gespeeld. Moederdag wordt door alle ketens algemeen als goed beschouwd. De klanten waren globaal genomen tevreden. Bloemenfeestdagen blijven dus nog scoren.

Verwachtingen op korte termijn

Volgens de geïnterviewden zal het tegenvallende eerste kwartaal geen impact hebben op het beleid van volgend jaar. Ze omschrijven het voorjaar 2013 unaniem als een ‘uitzonderlijke klimaatcrash’. Het is niet meteen essentieel het aanbod voor volgend jaar aan te passen tenzij de klimaatomstandigheden zich in de toekomst blijven herhalen. Er moet wel over gewaakt worden dat door de omstandigheden van dit jaar inkopers niet geneigd zijn meer te gaan inspelen op opportuniteiten, eerder dan hun

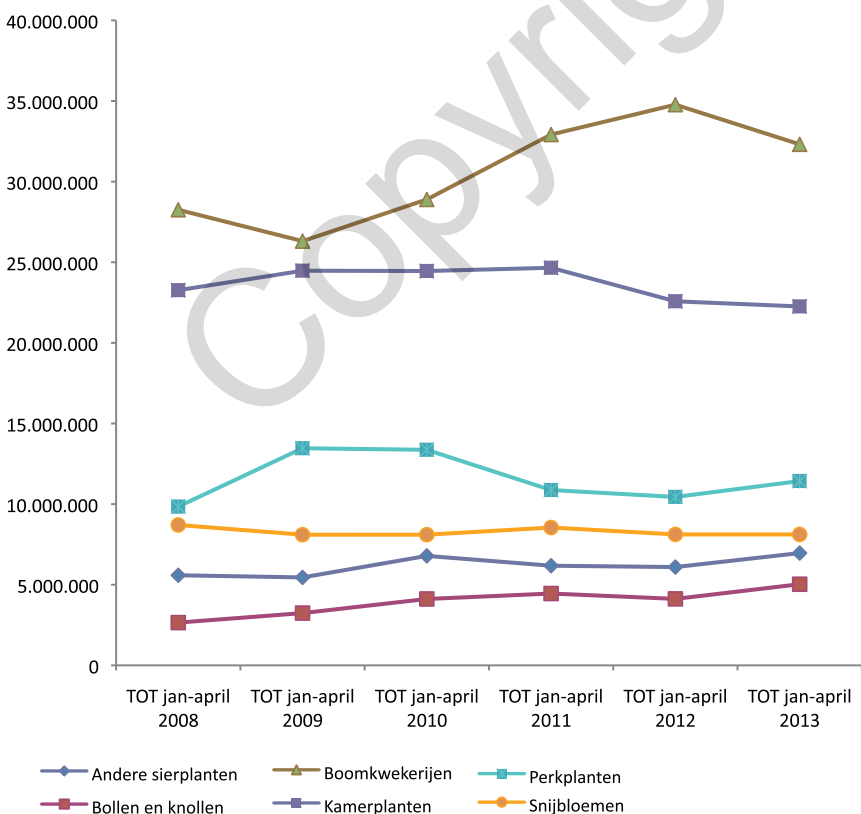
vaste overeenkomsten aan te houden, waardoor de productie van bepaalde teelten plots zou gaan kelderden. Op het moment van het interview met de Franse distributiesector stelde zich de vraag of juni nog een inhaalbeweging kon brengen. Sommige tuincentra kenden een heel goede verkoop in juni, andere een eerder normale. Er waren globaal gezien dan ook twijfels of juni de achterstand nog kon inhalen. Redenen hiervoor zijn o.a. dat de consument in juni en juli eerder aan vakantie denkt dan aan planten en tuinieren. Tevens stelde zich de vraag of er bij de telers in juni nog voldoende materiaal voorhanden zou zijn. Allen waren ze het er wel over eens dat het vooral van belang is om nu een goede start te nemen voor het najaar en te trachten een goede basis te leggen voor de toekomst.

Wat vertellen de eerste exportstatistieken

Frankrijk is reeds jaar en dag een erg belangrijke handelspartner voor Belgische sierteeltproducten. Tot en met 2009 was Frankrijk met 37% aandeel onze grootste exportbestemming. Vandaag bekleedt Frankrijk met 33% aandeel nog steeds de tweede plaats, maar heeft Nederland met 46% de fakkel overgenomen. Hoe dan ook is het interessant om vanuit bovenstaand verhaal de exportgegevens van de eerste vier maanden in 2013 te bekijken. Zoals weergegeven in grafiek 1 hieronder blijkt dat de export vanuit België naar Frankrijk zich heeft weten handhaven. Er was weliswaar een lichte daling voor boomkwekerijproducten, maar dit werd gecompenseerd door een licht verhoogde export van onder meer perkplanten alsook bollen en knollen. ■

(*) Antoine Adam, directeur bij Floralie's Garden-Reims, het grootste onafhankelijke tuincentrum in Frankrijk met 70 werknemers en een oppervlakte van 10.000 m².
 Eric Bouchet, algemeen directeur bij Botanic, winkelketen met 60 Franse filialen en 5 Italiaanse. Verkoopt vooral natuurlijke, ecologische, biologische producten.
 Michel Conte, voorzitter van de directieraad van Jardiland, netwerk van tuincentra: 120 Franse Jardiland afdelingen, 5 Spaanse en 1 Portugees; 58 'Vive le Jardin' winkels in Frankrijk.
 Bruno Lanthier, ceo van Truffaut, keten van 58 magazijnen in Frankrijk en 7 in Groot-Brittannië.
 Patrick Lorie, voorzitter van FNMM, de Franse beroepsorganisaties voor distributeurs van tuinbouwartikelen, vrijetijdsartikelen en kleine huisdieren.

Belgische export van sierteeltproducten naar Frankrijk (in euro)



Bron: Eurostat met bewerkingen VLAM