



AANTAL SIERTEELTKOPERS STABILISEERT

De laatste jaren kochten steeds minder Belgen bloemen of planten. In 2013 daalde het aantal kopers tot 47 op 100. In de periode juli 2013 tot juni 2014 is het aantal kopers voor het eerst gestabiliseerd. De meeste kopers vonden we vroeger terug bij de pure snijbloemen maar nu kiest de Belg vaker voor langer houdbare producten zoals kamerplanten.

VLAM

De totale sierteelbesteding in België bedroeg in de periode juli 2013 tot juni 2014 in totaal 367 miljoen euro of zo'n 40 euro per capita. De gemiddelde Belg gaf in de periode juli 2013 tot juni 2014 dus opnieuw 5% minder uit aan sierteelproducten t.o.v. de vergelijkbare periode het jaar voordien. De daling was groter in Wallonië (-10%) dan in Vlaanderen (-3,5%). In Brussel stegen de sierteelbestedingen zelfs (+3%).

64% van de bestedingen van bloemen en groen is voor eigen gebruik of om te schenken binnen het gezin. Slechts één op vier aankopen is bedoeld om te schenken buiten het gezin. Acht jaar geleden was dit nog één op drie. De resterende 12% van de sierteelbestedingen is bestemd voor de nabestaanden (graf/uitvaart). De aankoop van sierteelproducten is sterk leeftijdsgebonden. De sierteelbestedingen stijgen sterk met de leeftijd.

Binnen de totale categorie steeg het aandeel van snijbloemen in de eerste jaarhelft opnieuw lichtjes, na een daling van drie jaar. Met een aandeel van 23% blijven de snijbloemen nipt de belangrijkste categorie. Op de tweede plaats komen 'bomen en tuinplanten' met 22,6% marktaandeel. Dit segment is samen met bloemstukken en kamerplanten een groeier op lange termijn. De kamerplanten vielen de voorbije periode wel wat terug en halen 18%. De balkon- en perkplanten kenden een slecht seizoen en zag zijn marktaandeel krimpen tot 13,9%.

Bloemenwinkel blijft aan kop

De bloemenwinkel die in het verleden veel terrein verloren heeft, stabiliseert nu op 35% marktaandeel en blijft hiermee ook marktleider. Het tuincentrum is een groeier en is met een marktaandeel van ruim 23% het tweede belangrijkste aankoopkanaal. De supermarkt schommelt rond een aandeel van iets meer dan 13%. De rechtstreekse verkoop via de producent/kweker groeide door de crisis tot bijna 7% marktaandeel in 2012 maar deze groei is nu voorbij.

Ouderen haken af, interesse jongeren stijgt

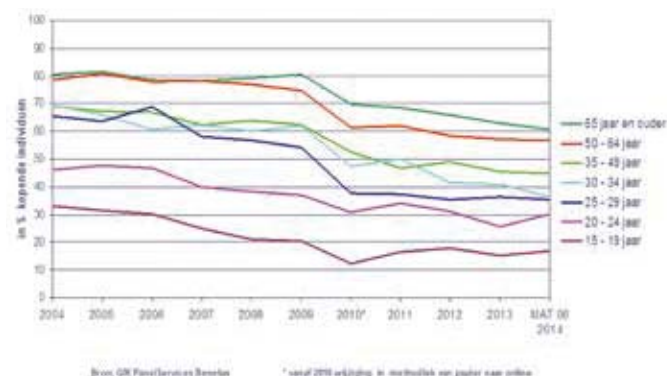
Ouderen besteden traditioneel het meest aan bloemen en planten. Net deze belangrijke klantengroep haakt de laatste jaren af. Hoopgevend is dat de interesse van jongeren wel stijgt, en dat zijn de toekomstige klanten. Vooral bij de actieve jongeren zien we het aantal kopers stijgen. ■



▲ Bestedingsaandeel sierteel per categorie in België



▲ Aandeel distributiekanaal sierteelproducten in België



▲ Penetratie sierteelproducten in België - per leeftijdscategorie