

Te weinig gecertificeerde tulpen

Nog niet iedere tulpenaanvoerder op veiling Royal FloraHolland ziet de noodzaak van certificering in. Daar probeert de veiling wat aan te doen, want zij ziet de vraag naar gecertificeerde tulpen groeien.

Tekst: Lilian Braakman | Fotografie: René Faas

De marktontwikkelingen communiceert veiling Royal FloraHolland naar haar leden, zegt Henny Bruggeman, productmanager tulp. Wat hij met het tulpenteam ziet en hoort, is dat de handel signalen afgeeft dat er te weinig gecertificeerde tulpen te koop zijn. “Wij maken ons zorgen. Als er te kort aanbod van gecertificeerde tulpen is, ontstaat het risico dat klanten misschien minder tulpen, of een ander product kopen. Wat ook kan gebeuren is dat er niet meer bijgekocht wordt op de klok. De vraag is: wat gaat dit betekenen voor de prijsvorming?”

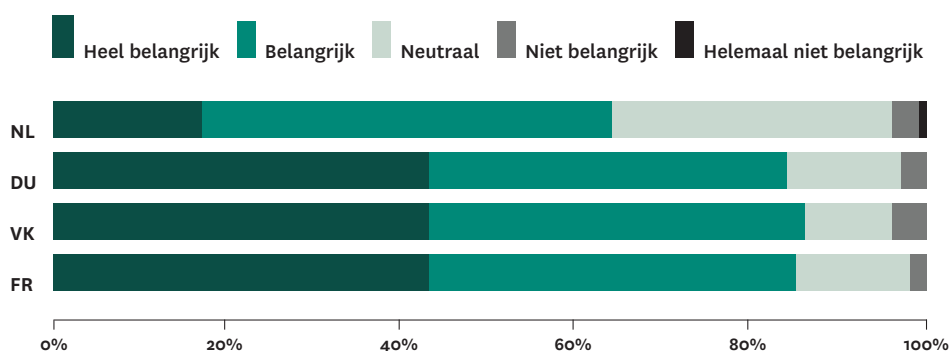
Het tulpenteam vindt het zorgelijk dat er onvoldoende gecertificeerde tulpen voor de klok komen. Het aanbod vergroten kan alleen als kwekers zich certificeren. Alle kwekers motiveren om dit te doen is een flinke uitdaging, volgens Bruggeman. “Bloemisten en kwekers geven aan dat de consument en een deel van de handel niet om certificering vragen. Plus telers krijgen er geen cent meer voor. Extra inspanning leveren en niet meer geld krijgen stimuleert niet. Dat snap ik. Maar hoewel de vraag niet altijd uitgesproken wordt, verwacht de consument een duurzaam geteelde tulp.”

De sector heeft binnen Floriculture Sustainability Initiative (FSI) afspraken gemaakt om duurzamer te gaan werken. Daarin staat onder meer dat 90% van de (tulpen)

productie in 2020 gecertificeerd is. Royal FloraHolland ondersteunt deze doelstelling. “De vertaalslag van de visie naar de praktijk is onze gezamenlijke uitdaging. Zo staat op productbijeenkomsten van Royal FloraHolland certificering op de agenda en spreken we erover. Hiermee zijn we bijna twee jaar geleden begonnen en sindsdien zien we een lichte groei. Kwekers krijgen een certificaat als ze een jaar registreren en voldoen aan de eisen. We hebben geen direct zicht op welke kwekers nu bezig zijn met certificeren, maar ontvangen wel signalen dat er aandacht voor is. Daarom verwachten we dat het percentage gecertificeerde tulpenkwekers gaat stijgen.”

Uit de gegevens van Royal FloraHolland blijkt dat eind december 2018 36% van de tulpenkwekers een certificaat heeft (MPS-ABC, MPS-GAP, GlobalGAP of iets anders). Van de tulpenaanvoer over 2018 (stuks) heeft 66% een van de bovengenoemde certificaten. Bruggeman legt de cijfers uit: “Zo lijkt het misschien dat er geen probleem is omdat meer dan de helft van de tulpen verhandeld wordt met een certificaat. Het zijn grote aantallen die een kweker volgens contract verkoopt (directe handel). Deze tulpen gaan met name naar de retail. Supermarkten willen namelijk al langer gecertificeerde tulpen kopen. We wensen juist dat ook de kwekers die pro-

In hoeverre is duurzaamheid belangrijk voor u?



Bron: Royal FloraHolland
Storecheck tulp 2019



Vooral in Duitsland is er vraag naar bloemen zonder verpakking, maar ook in het Verenigd Koninkrijk worden bloemen verpakkingsloos verkocht.

duceren voor de groothandel en bloemisten gecertificeerd zijn. Nu is het voor de groothandel nog geen harde eis, maar de vraag wordt wel steeds groter. Juist voor tulpen die op de klok worden aangeboden. En daar zitten onze zorgen.”

DIGITAAL ZICHTBAAR

Kwekers kunnen bij verkoop op de klok vermelden dat ze gecertificeerd zijn. Volgens Bruggeman is het nog belangrijker dat het op de digitale informatiestroom staat. “Traceerbaarheid is van belang. Zorg dat het in alle volgende schakels in de keten zichtbaar is. Vermeld het op de factuur, de aanvoerbrief en het dag- of weekafschrift.” Sommige kwekers plakken stickers op hun bossen tulpen. Als bijvoorbeeld de retail ze opnieuw verpakt, zijn die niet meer zichtbaar. “Daarom is de digitale informatiestroom belangrijker. Zo weet de bloemist of groothandel dat de tulpen gecertificeerd zijn. Het is vervol-

gens hun taak om die boodschap over te brengen op de consument.”

De kweker is medeverantwoordelijk voor de zichtbaarheid en traceerbaarheid. Om de kweker hierin te faciliteren is de veiling samen met andere partijen bezig om dit te ondersteunen en stimuleren. Daarnaast geeft de veiling workshops over certificering. Het advies van Bruggeman is om stapsgewijs te certificeren. “Eerst maar MPS-ABC-certificering en dan toewerken naar MPS-GAP of GlobalGAP.” Maar met een certificaat is het tegenwoordig nog niet klaar. “Er zijn meer maatschappelijke ontwikkelingen. Denk aan verpakkingsmateriaal. De meeste tulpen worden al in papier verwerkt in plaats van plastic. Tulpenkwekers doen dat goed.” Toch is verdere verbetering mogelijk. Bruggeman noemt het waterverbruik, het aantal vervoersbewegingen en milieugebruik als punten waar de kweker vandaag de dag bij stil moet staan. “Er zijn

veel ontwikkelingen gaande op het gebied van duurzaamheid, klimaat en middelengebruik. De maatschappij verwacht dat er stappen gezet worden. Deze koers is ingezet, maar hoe ver gaat deze? Dat is afwachten. Certificeren is een stap in de juiste richting.”

MENING CONSUMENT

Ruim 2.000 consumenten uit Nederland, Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk hebben tussen week 1 en week 16 van dit jaar vragen beantwoord tijdens een Storecheck van veiling Royal FloraHolland. Het ging om bezoekers van supermarkten en bloemisten.

“De focus lag op het product tulp, maar er is ook een vraag over duurzaamheid en over verpakkingen meegenomen in het kader van de huidige discussie over duurzaamheid”, legt Josephine Klapwijk van Royal FloraHolland uit. Zij heeft de Storecheck uitgevoerd. In dit onderzoek zijn de volgende vragen gesteld: ‘In hoeverre is duurzaamheid belangrijk voor u?’ En ‘Welke verpakking bij tulpen heeft uw voorkeur?’

“De resultaten zijn opvallend. Duitsers, Fransen en Britten vinden duurzaamheid (heel) belangrijk, maar Nederlanders blijven hierin wat achter. Een groot gedeelte heeft hier een neutrale of geen mening over. Wat betreft verpakkingsvoorkeur springt Duitsland erbovenuit, want een kwart van de Duitse respondenten geeft bij tulpen de voorkeur zonder verpakking te kopen. Een derde van de Nederlanders, Duitsers en Fransen opperen een papieren verpakking, terwijl dit bij bijna twee derde van de Engelsen de populairste verpakking blijkt. Zo’n 60% van de Nederlanders lijkt plastic te verkiezen boven andere opties”, licht Klapwijk toe.

Naar aanleiding van de toenemende vraag naar informatie over het belang van duurzaamheid bij bloemen en planten heeft Royal FloraHolland besloten een kwartaal lang dit onderwerp te monitoren onder bloemen en planten kopende consumenten in Nederland, Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. “Via ons consumentenpanel vragen wij wekelijks naar het koopgedrag van bloemen en planten. Komende tijd zal in het teken staan van duurzaamheid, milieuvriendelijke teelt, Fair Trade en meer. We willen onderzoeken in hoeverre consumenten in deze landen daarmee bezig zijn in relatie tot onze sierteeltsector”, zegt Klapwijk. De resultaten zullen voor leden Royal FloraHolland tegen betaling beschikbaar zijn in het najaar van 2019. De uitkomsten van de Storecheck tulp zijn ook te koop. 🍀

Welke verpakking bij tulpen heeft uw voorkeur?

