



# EUROVEILING NAAR STERKERE PROFILERING

Euroveiling, de oudste coöperatieve veiling voor bloemen en planten op de Belgische markt, wil haar profiel als regionale veiling voor de kleine groothandel, tuincentra en bloemenwinkels verstevigen. De veiling zocht hiervoor onder meer versterking in de persoon van Roger Fierens als general manager. Roger heeft met zijn achtergrond als rozenkweker en handelaar een goede voeling met zowel producenten als afnemers. Zowel de raad van bestuur als de nieuwe manager willen er voor gaan.

.....  
*Willy De Geest – foto's W. De Geest*

## Geloof in de toekomst

Euroveiling, gelegen in de Brusselse deelgemeente Neder-Over-Heembeek, is al een eeuw op de Belgische markt actief als coöperatieve veiling voor bloemen en planten. De plannen van de veiling zijn om opnieuw een sterkere en betrouwbare partner te worden voor de aanvoerders en afnemers. Maar is het omvormen van een eeuweling met een dergelijke lange geschiedenis wel een gemakkelijke opgave?

“Als wij hier in de Brusselse agglomeratie geen handelscentrum voor bloemen en planten kunnen uitbouwen, waar lukt het dan wel?”, zegt Roger Fierens naar aanleiding van de speciale bloemenexpo die Euroveiling eind januari voor klanten en aanvoerders organiseerde. “Maar wil het echt lukken dan moet nog één en ander - met de nodige dosis aan realiteitszin - veranderen”, gaf hij meteen ook te kennen. “Voorzitter Dirk Lissens en de raad van

beheer van Euroveiling steken niet onder stoelen of banken dat het hun menens is en zijn er van overtuigd dat een nieuwe wind in de veiling noodzakelijk is. Het was ook mijn voorwaarde om ja te antwoorden wanneer de veiling peilde naar mijn interesse om de coöperatie te leiden”, zegt Roger die sinds september 2012 het management waarneemt. “Ik heb in mijn lange carrière als kweker en handelaar heel wat ervaring opgedaan en die wil ik overbrengen op de veiling; de raad van bestuur van Euroveiling is mij hierin gevolgd! Let wel: Euroveiling is een kleine regionale veiling en zal dit wellicht ook zo blijven maar het moet ons lukken om de kleine groothandel en de tuincentra nog meer te betrekken bij ons aanbod. Daarom moeten we dit aanbod ook verstevigen. Momenteel zijn de winkels de grootste groep van afnemers van de veiling. Door een steviger aanbod kunnen wij ook grotere



▲ Roger Fierens: Euroveiling moet er zeker in kunnen slagen haar rol van regionale veiling in de Brusselse agglomeratie te verstevigen.



▲ Vraag en aanbod verstevigen en inspelen op up-to-date communicatiemogelijkheden zijn cruciale opdrachten die leiding en bestuur van Euroveiling zich tot doel stellen.

kopers aantrekken zodat daardoor ook een bodem in de markt kan gelegd worden.”

### Vlaamse productie versus import

Bij Euroveiling zijn circa 480 kwekers en gastveilers aangesloten. De meeste Belgische kwekers zijn lid van de veiling maar voeren vaak maar een gedeelte in Brussel aan. Gemiddeld zitten op de veilingdagen zo'n 200 à 300 kopers op de banken. De voornaamste afnemers van de bloemen en planten zijn de bloemenwinkels, aangevuld met marktkramers, supermarkten, tuincentra en bloemengroothandels in België en Frankrijk.

In eerste instantie wordt gemikt op aanvoer van Belgische bloemen en planten. Dit binnenlands aanbod wordt aangevuld met producten uit Nederland, Zuid-Europa, Israël, Ethiopië, Kenia, Columbia en Ecuador. Het gemiddelde jaaraanbod van de veiling is de helft Belgisch, de helft invoer. In de wintermaand is deze verhouding 40-60 maar het aandeel geïmporteerde bloemen stijgt wel jaarlijks. De buitenlandse aanvoerders zijn gastlid van de veiling en betalen een 1% hogere commissie dan de Belgische.

De bloemenomzet bij Euroveiling steeg in 2012 lichtjes met 0,14% t.o.v. 2011. De plantenomzet steeg weliswaar sterker en dit met 2,89%.

“Wij willen de service naar ons klantenbestand verstevigen”, zegt Roger Fierens. “Gezien de dalende aanvoer van Belgische bloemen in de wintermaanden – en de oorzaken hiervan zijn

bij iedereen bekend – moeten wij importeren willen wij ons koperspubliek jaarrond optimaal kunnen beleveren. Vanaf maart komt het Belgische aanbod dan weer goed op gang.”

Men is er bij Euroveiling wel van overtuigd dat de vicieuze cirkel doorbreken een werk van jaren is. Daarom wordt ook niets overhaast gedaan. Het is moeilijk om het Belgische aanbod te verhogen maar om dit aanbod ook op commercieel verantwoorde wijze te kunnen verhandelen via de veiling, moet het globale aanbod in evenwicht blijven en dan is import noodzakelijk en moet het aanbod stelselmatig opgevoerd worden. Volgens Roger is het besef en dus ook de mentaliteit bij de Belgische kwekers aan het wijzigen. Het kan niet anders of kwekers moeten leren omgaan met de nieuwe globale/



▲ Wim Torfs, relatiebeheerder pot- en perkplanten: wij werken aan de verdere uitbouw van stabiele relaties met producenten.

mondiale snijbloemensituatie. Toch blijft het nog steeds een broos evenwicht. Of de Belgische kwaliteit nog zo veel beter is en beter betaald wordt, laat Roger in het midden: “ onze kwaliteit is nog steeds goed en wordt op Euroveiling ook betaald, laat daar geen twijfel over bestaan. Dat zie je trouwens ook aan het feit dat sommige Belgische kwekers weer meer zijn gaan aanvoeren in Brussel. Maar je moet ook weten dat bij ingevoerde bloemen de verwerkings- en transportfase zodanig kort is dat deze bloemen ook in een zeer vers stadium voor onze klok komen. Daarenboven werkt Euroveiling rechtstreeks samen met gekende bedrijven en niet via de tussenhandel. Deze bedrijven voeren trouwens aan op kwekersnummer.”

### Pot- en perkplanten

“In dit segment zit heel wat groeipotentieel en het is momenteel te klein”, stelt Roger. De bloemenomzet op Euroveiling is goed voor 23 miljoen euro, deze van pot- en perkplanten bedraagt 6 miljoen euro. Er wordt dan ook doelgericht gewerkt naar de aanvoerders van pot- en perkplanten. Wim Torfs is als relatiebeheerder verantwoordelijk voor dit segment. Wim stelt dat er nu al een goede samenwerking is met regelmatige aanvoerders die daarvoor ook worden beloond omdat de veiling weet wat hun aanbod zal zijn, wat voor de koper op zijn beurt een belangrijke meerwaarde betekent. “Wij willen met vaste aanvoerders een goede betrouwbare relatie opbouwen”, aldus Wim. Het is daarom ook belangrijk dat nieuwe geïnteresseerde bedrijven eerst kennismaken met de werkwijze van Euroveiling. Een eventueel nieuwe commerciële samenwerking wordt goed voorbereid. Ook wordt gewezen op het kwaliteitsaspect. Natuurlijk heb je steeds een klein aantal bedrijven dat opportuniteiten najaagt, maar die heb je ook wel eens nodig, aldus Wim. Qua boomkwekerij wordt gewerkt met visueel aantrekkelijke producten.

### Klantenbinding

Naast de klokkenverkoop worden door de veiling ook verdere stappen gezet in de bemiddeling, het Kopen Op Afstand en het gebruik van life-beelden tijdens het veilen, samengaan met de verregaande ontwikkeling van de website. Roger: “Het KOA-systeem wordt uitgebreid met lifebeelden tijdens het veilen die toelaten dat een koper kan inzoomen op een partij. De veiling zal hiervoor PC's of tablets ter beschikking stellen van de kopers. De kweker van



▲ De verdere uitbouw van een commercieel centrum ziet de veiling als een tweede opportuniteit die zich aanbiedt.



▲ Veel animo op de bloemenshow van Euroveiling die bedoeld is om een goed overzicht te geven van het aanbod en het sociale weefsel te verstevigen.

zijn kant zal zijn aanbod op een databank kunnen plaatsen zodat de koper dit aanbod al de dag voor de veiling kan inkijken. Het aanbieden van deze service is belangrijk meent Roger want een regionale veiling moet zich ook kunnen onderscheiden in de service die ze aanbiedt. Wij willen met het veilen en deze extra service komen tot een en-en-verhaal. “

Een tweede initiatief van Euroveiling is de versteviging van het commercieel centrum rond de veiling. Het toeleveringsaanbod is de laatste tientallen jaren niet meer geëvolueerd. “Het zou

toch logisch zijn dat er zich rond de veiling een shoppingcenter voor de florist/bloemenwinkel en de groothandel ontwikkelt zodat alles op één plaats te vinden is”, meent Roger.

#### Bloemenshow voltrefter

Er was vrij veel animo op de bloemenshow van Euroveiling, net na de klokkenverkoop. Kopers en kwekers konden er terecht voor een overzicht van een vrij uitgebreid aanbod aan Belgische en ingevoerde snijbloemen. “Deze expo is een initiatief om het sociaal weefsel tussen iedereen die met de veiling te

maken heeft te verstevigen”, zegt Roger. “Het zorgt ook voor klantenbinding!”

Bloemenschikkers demonstreerden hoe het beschikbare aanbod te verwerken in eigentijdse creaties. Valentijn was één van de thema's. In het eerste gedeelte van de expo werd het Belgische aanbod speciaal in de kijker gezet. Ook de buitenlandse aanvoerders waren persoonlijk uitgenodigd om aanwezig te zijn op de expo. Een groep Israëliische kwekers maakte van de gelegenheid gebruik om bedrijven van Belgische collega's te bezoeken. ■

## 'GROEN ERVAREN' OP TUINXPO



TuinXpo zal begin maart de hallen 1, 2 en 3 van Kortrijk Xpo omvormen tot 'The Green Experience'. TuinXpo profileert zich als de beurs die de nieuwste tuintrends belicht. Grillige en natuurlijke vormen of strak en nagelnieuw design, van vierkante metertuin naar lekker terras tot grote moestuin, dit is slechts een greep uit de tuintrends.

Naast een compleet aanbod van alle mogelijke materialen, producten, advies en ideeën voor de tuin, ontdek je er ook inspirerende groenzones en demotuinen. Zo is er o.a. aandacht voor de eetbare tuin in het kader van de groeiende trend van stadstuinieren. Een tuin- en geurlabo laat u ontdekken welke type van tuinbeleving uw voorkeur wegdraagt.



#### Sint Fiacre op TuinXpo

Gewoontegetrouw staat de K.H. St. Fiacre met een demo-en infotuin op de

beurs. Het ontwerp is van ontwerpbureau Lieven Vereecke. De stand is te vinden in de Rambla Zuid.

Met uitzondering van vrijdag 1 maart (opening om 13.00 u.) is de beurs dagelijks open van 10.00 u. tot 18.00 u.

Kortrijk Xpo, Doorniksesteenweg 216, 8500 Kortrijk (België) - [www.kortrijkxpo.com](http://www.kortrijkxpo.com)