



# LANDEN ANALYSE ITALIË

# Algemeen



## LANDEN ANALYSE ALGEMEEN

- De Landen Analyse geeft de sector (cijfermatig) inzicht in de huidige (2013) en toekomstige (2018) waarde van de consumptie van snijbloemen en potplanten in 10 Europese landen en de positie van Nederland op deze markten.
- De landen zijn: België, Denemarken, Duitsland, Frankrijk, Italië, Nederland, Polen, Spanje, Verenigd Koninkrijk en Zweden.
- Dit rapport bevat de resultaten van Italië.
- Met de Landen Analyse kan de sierteeltsector de vinger aan de pols houden ten aanzien van de strategische marktpositie van Nederland als leverancier van snijbloemen en potplanten en het belang van landen als afzetmarkt voor (Nederlandse) snijbloemen en potplanten.
- Voor handelaren in bloemen en planten biedt de Landen Analyse input voor het ontwikkelen van marketing strategieën voor specifieke afzetmarkten en afzetkanalen.
- Het onderzoek is uitgevoerd door BureauSierteelt.nl in opdracht van de Vereniging van Groothandelaren in Bloemkwekerijproducten. De resultaten zijn tot stand gekomen door financiering met middelen uit heffing die door ondernemingen uit de tuinbouwsector via het Productschap tuinbouw bijeen zijn gebracht.

## ONDERZOEKSMETHODE

- De consumptiewaarde is berekend op basis van de waarde van de binnenlandse productie, import, export en een inschatting van de handelsmarges.
- Voor de bepaling van de consumptiewaarde en de prognose zijn statistieken, rapporten, artikelen en marktdeskundigen geraadpleegd. Een complicerende factor is dat voor snijbloemen en potplanten weinig specifieke en betrouwbare statistieken beschikbaar zijn. Data, berekeningen en inschattingen omtrent productiewaarden en consumptiewaarden zijn afgestemd met marktspecialisten van FloraHolland om een zo betrouwbaar mogelijk beeld te krijgen.

# Algemeen



## UITGANGSPUNTEN

- ‘Potplanten’ omvat zowel kamerplanten als perkplanten. Hiervoor is gekozen omdat in veel statistieken geen onderscheid hiertussen wordt gemaakt.
- Data afkomstig van het consumentenonderzoek van FloraHolland (marktaandeelen afzetkanalen en aankoopdoel) hebben betrekking op snijbloemen en **kamerplanten**.

## RESULTATEN ALGEMEEN

- Het resultaat betreft een inschatting en prognose van de markt**waarde** op **consumentenniveau**. De ontwikkelingen op **groothandelniveau** en afzet**volume** kunnen hier sterk van afwijken.
- Van invloed op de uiteindelijke consumptiewaarde zijn factoren zoals het besteedbare inkomen, positie op de cadeaumarkt, trends, de emotioneel waarde van bloemen en planten, socio-demografische ontwikkelingen etc. Meer directe factoren zijn de gekochte hoeveelheid, assortiment, inflatie, marges, toegevoegde waarde en de verhouding tussen de aankoopkanalen.
- Doordat supermarkten een veel lagere marge hanteren dan bloemisten, heeft dit een drukkend effect op de consumptiewaarde in landen waar het supermarktkanaal aan belang wint ten koste van de bloemist.
- In veel landen staat de positie van bloemen en planten op de cadeaumarkt onder druk. Wanneer het aandeel voor eigen gebruik toeneemt ten koste van het cadeausegment, heeft dit een negatief effect op de consumptiewaarde. Over het algemeen zit op bloemen/planten die voor cadeau gekocht worden meer marge en hangt er een hoger prijskaartje aan dan op bloemen/planten voor eigen gebruik.

# Algemeen



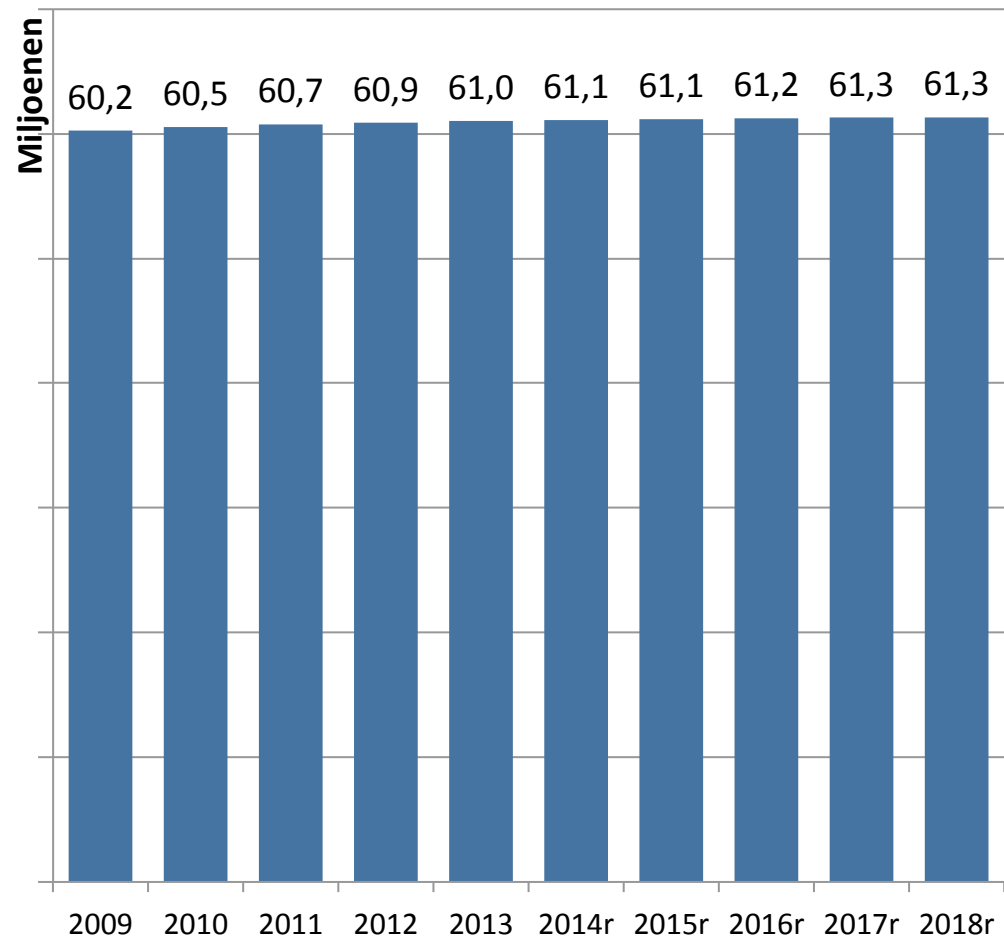
- De ontwikkelingen bij potplanten zijn over het algemeen positiever dan bij snijbloemen:
  - De bestedingen aan perkplanten reageren minder op economische problemen maar worden sterk beïnvloed door het weer.
  - Wanneer er minder te besteden is, switcht een deel van de consumenten van snijbloemen naar kamerplanten.
  - Kamerplanten en perkplanten zijn minder gevoelig voor ontwikkelingen op de cadeaumarkt dan snijbloemen.

# ALGEMENE KENMERKEN



## Bevolkingsomvang

- Met 61 miljoen inwoners is Italië min of meer vergelijkbaar met Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk.
- Hiervan woont circa 45% in de noordelijke regio's.
- In 2018 zal het aantal inwoners slechts 0,5% hoger liggen.

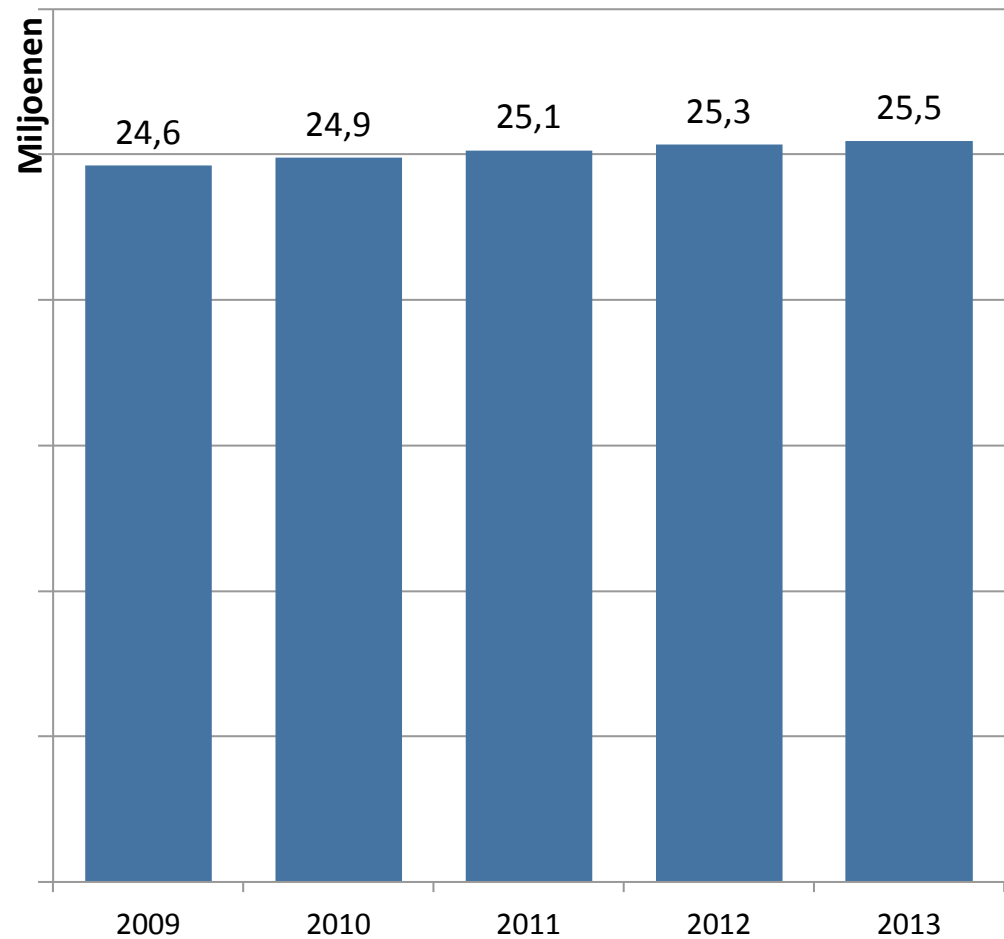


# ALGEMENE KENMERKEN



## Aantal huishoudens

- In Italië woont de bevolking in ruim 25 miljoen huishoudens.
- Gemiddelde huishoudgrootte daalt gestaag.
- Meer dan een kwart betreft een 1-persoonshuishouden.



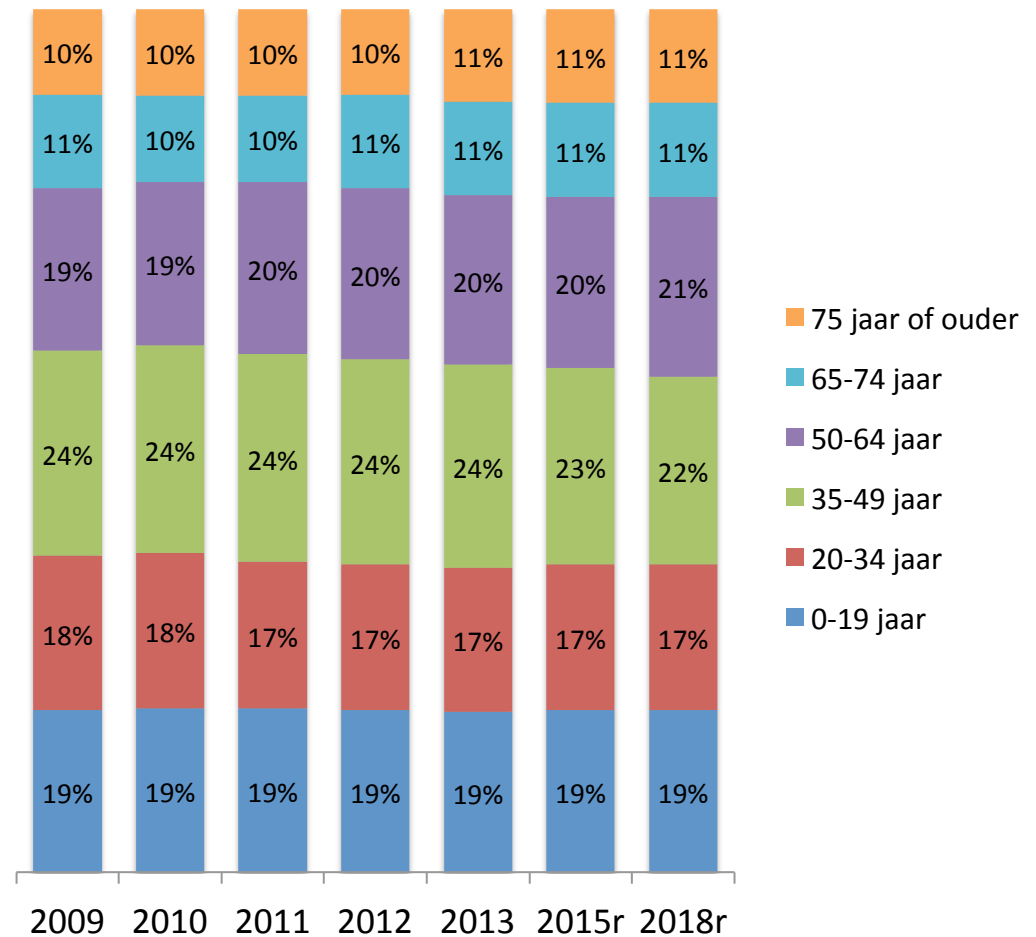
Bron: Eurostat

# ALGEMENE KENMERKEN



## Leeftijdsverdeling

- Italië telt relatief veel 65-plussers.
- Het huidige aandeel is ruim 21%.

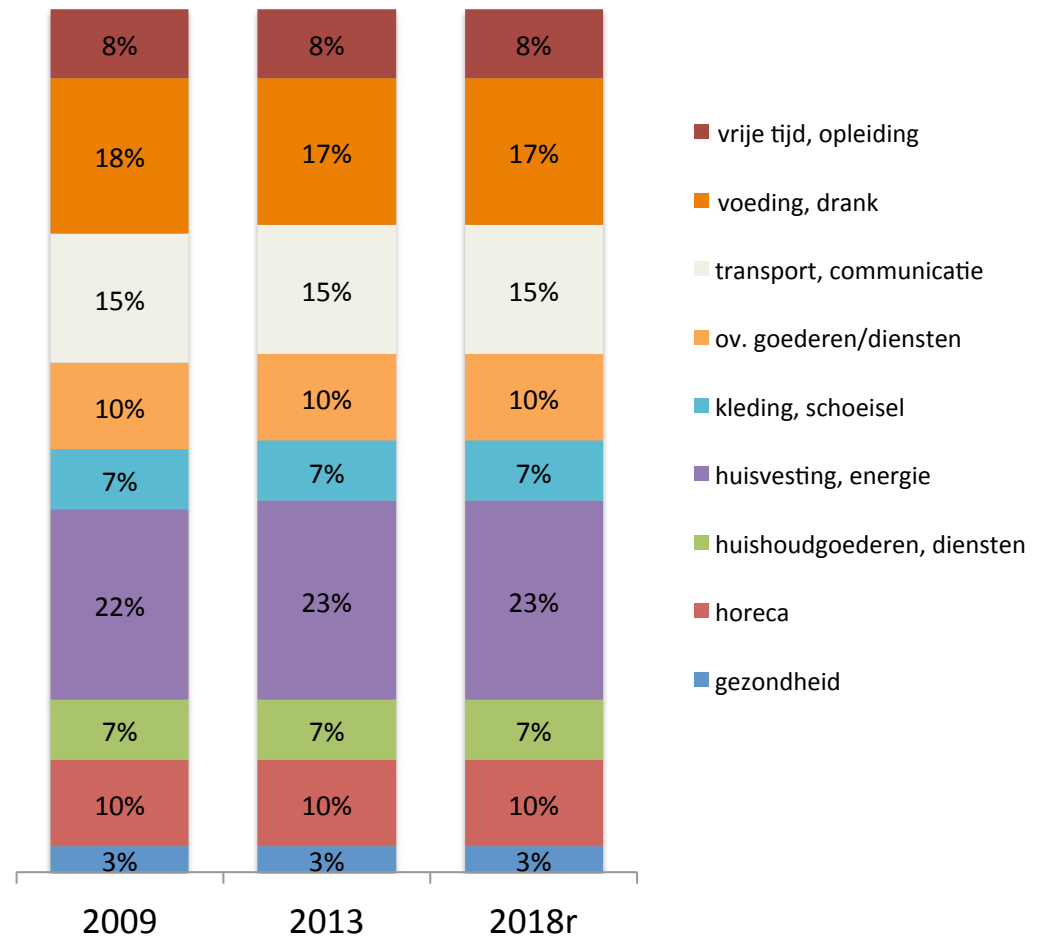


# ALGEMENE KENMERKEN



## Uitgavenpatroon

- 23% van de consumentenuitgaven in Italië gaat op aan huisvesting en energie.
- De Italiaan besteedt meer dan gemiddeld aan voeding en in de horeca.



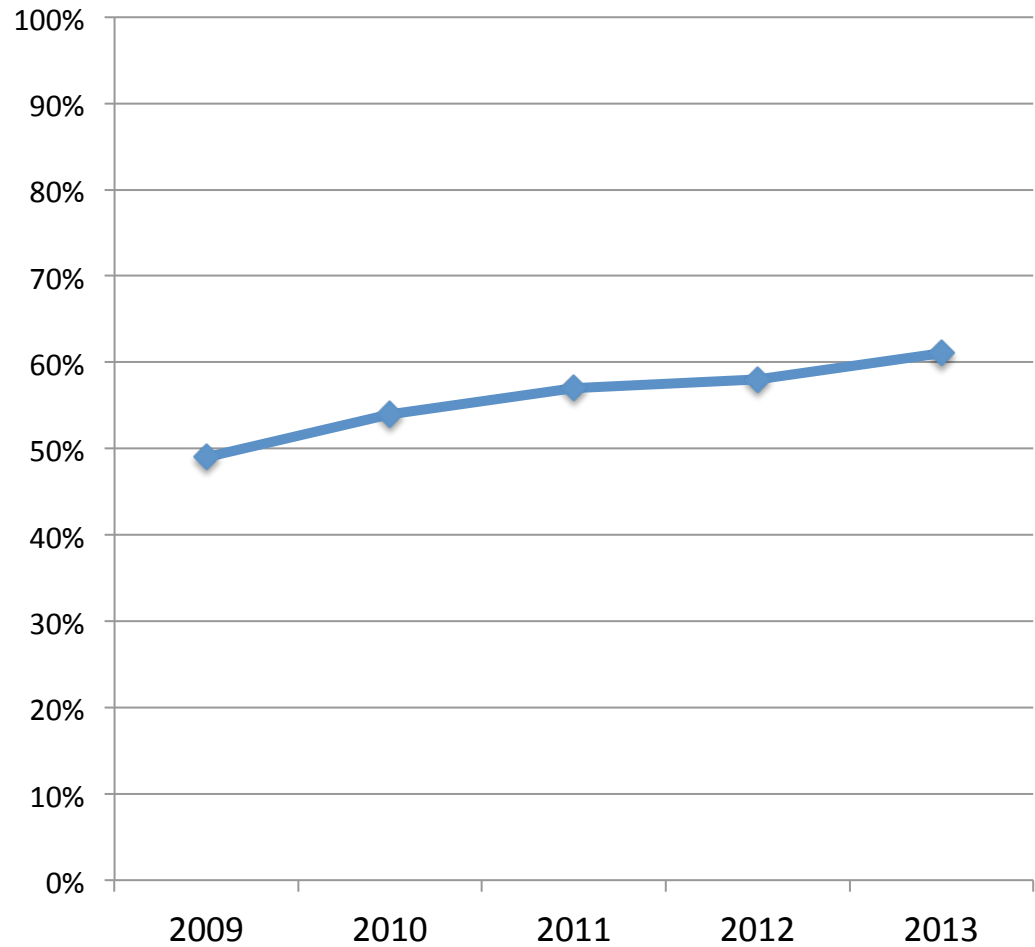


# ALGEMENE KENMERKEN



## Internet gebruik

- In 2013 maakte slechts 61% van de Italianen gebruik van internet.
- Dit is een van de laagste percentages in Europa.



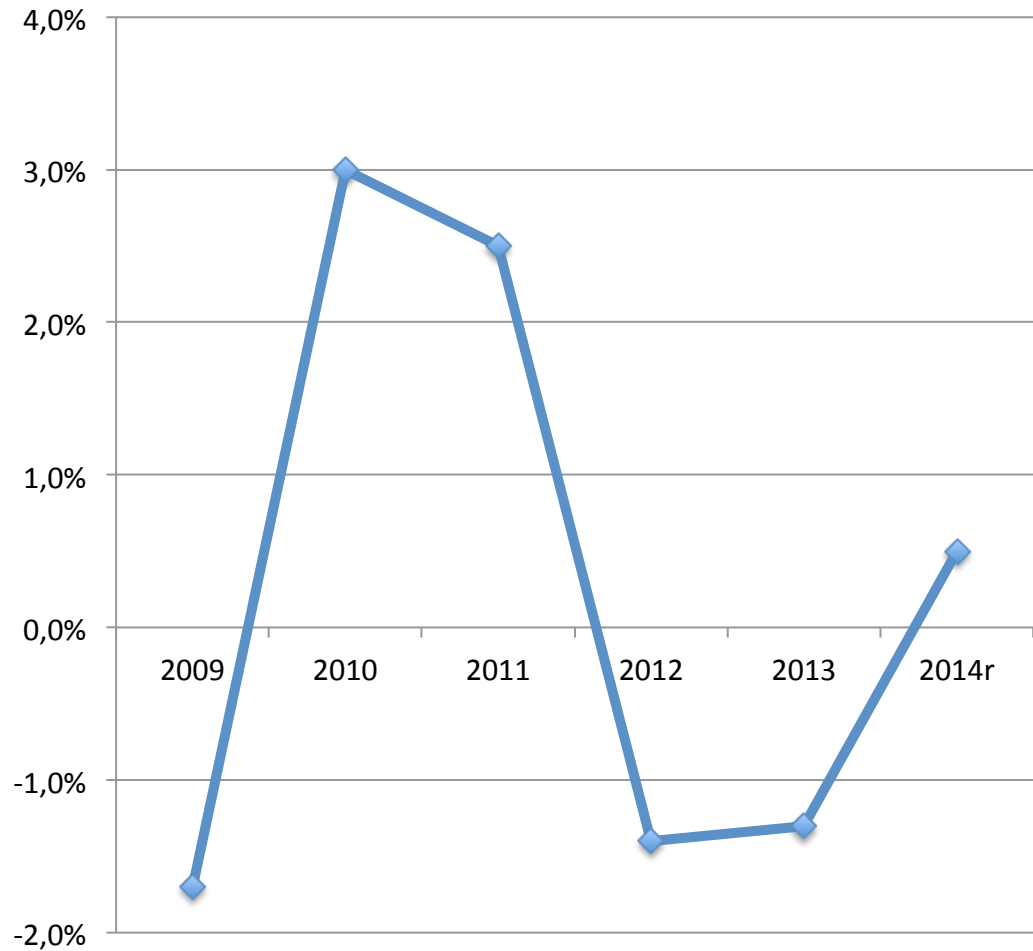
Bron: Eurostat

# ECONOMISCHE KENCIJFERS



## Groei reële particuliere consumptie

- Italië kende in 2012 en 2013 een krimp van de particuliere consumptie.
- Halverwege 2013 was er sprake van een kleine economische opleving. Dit was echter van korte duur en in 2014 belandde Italië weer in een recessie.
- De vooruitzichten voor de komende jaren zijn zeer gematigd.



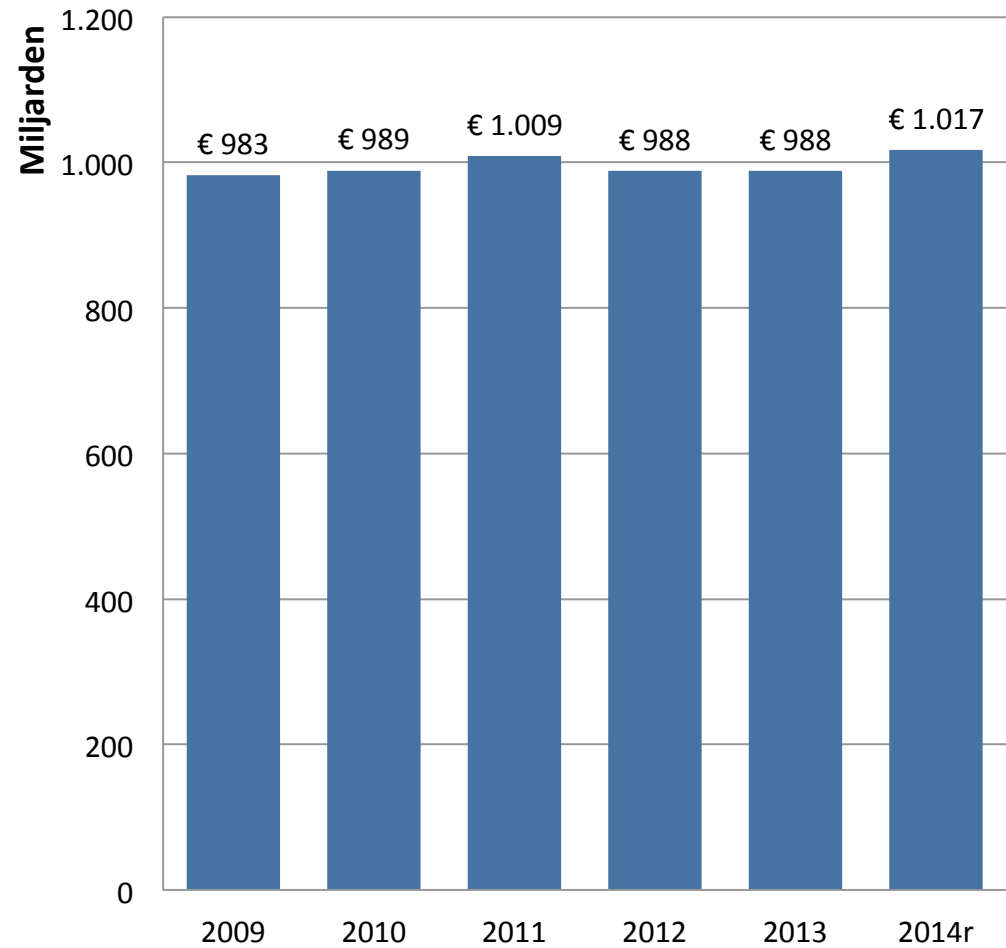
Bron: Eurostat

# ECONOMISCHE KENCIJFERS

## Besteedbaar inkomen



- Het besteedbaar inkomen neemt in Italië nauwelijks toe.



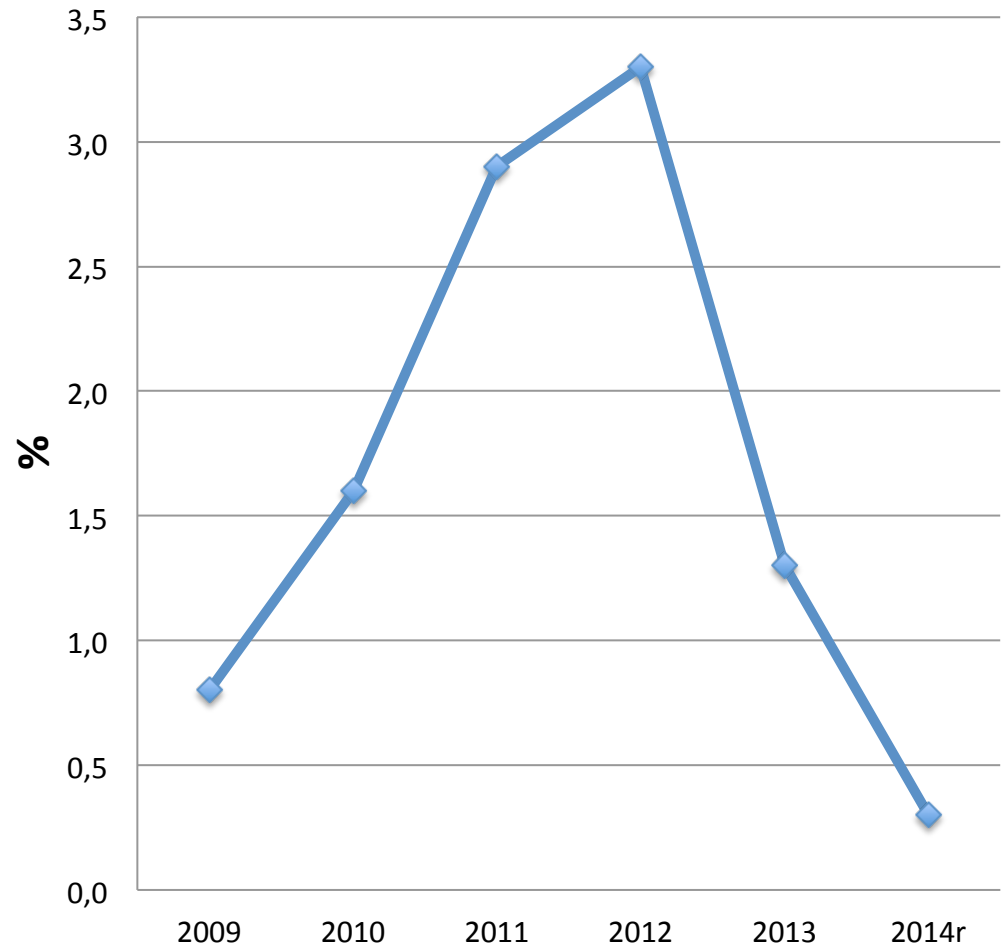
Bron: EIU

# ECONOMISCHE KENCIJFERS



## Inflatie

- De inflatie is in Italië tot en zeer laag niveau gedaald. Eind 2014 was er zelfs tijdelijk sprake van deflatie.



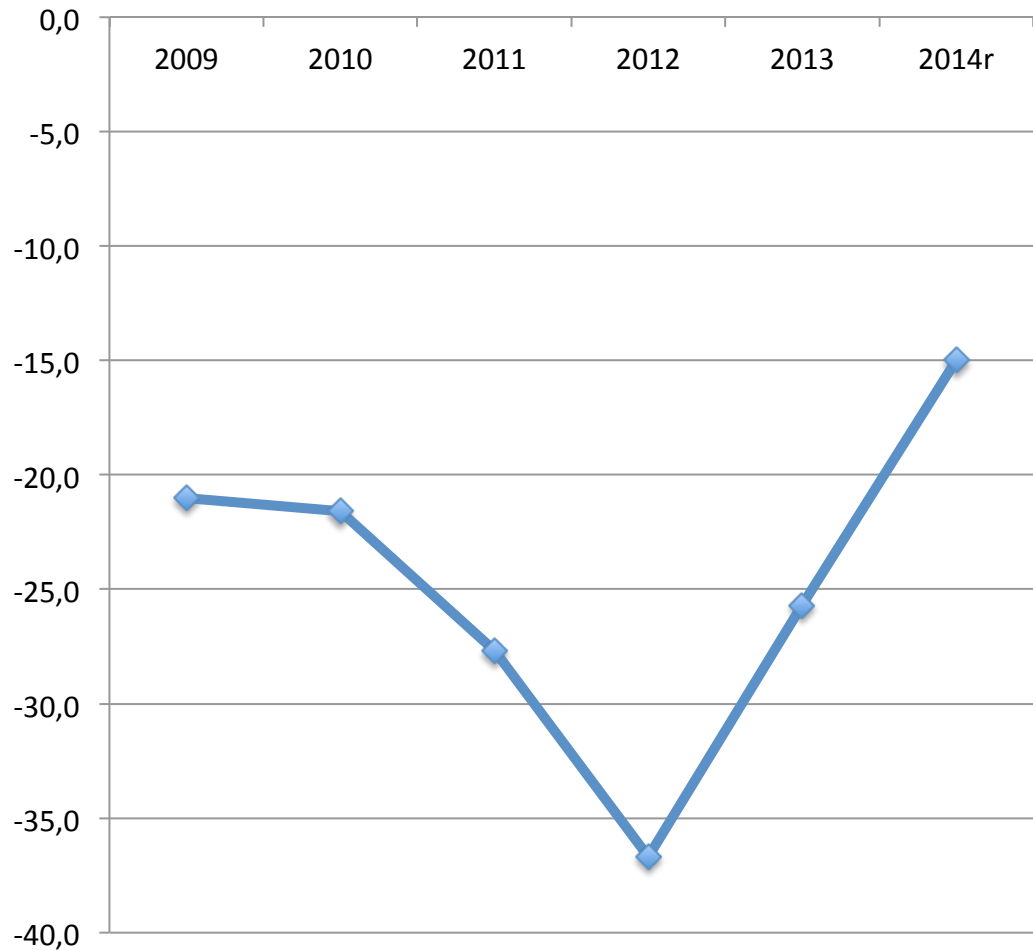
Bron: EIU

# ECONOMISCHE KENCIJFERS



## Consumentenvertrouwen index

- Het vertrouwen van de Italiaanse consument in de economie en zijn eigen financiële situatie is sinds het absolute dieptepunt in 2012 toegenomen.
- Desalniettemin is de consumentenvertrouwen index in Italië nog één van de laagste in Europa.



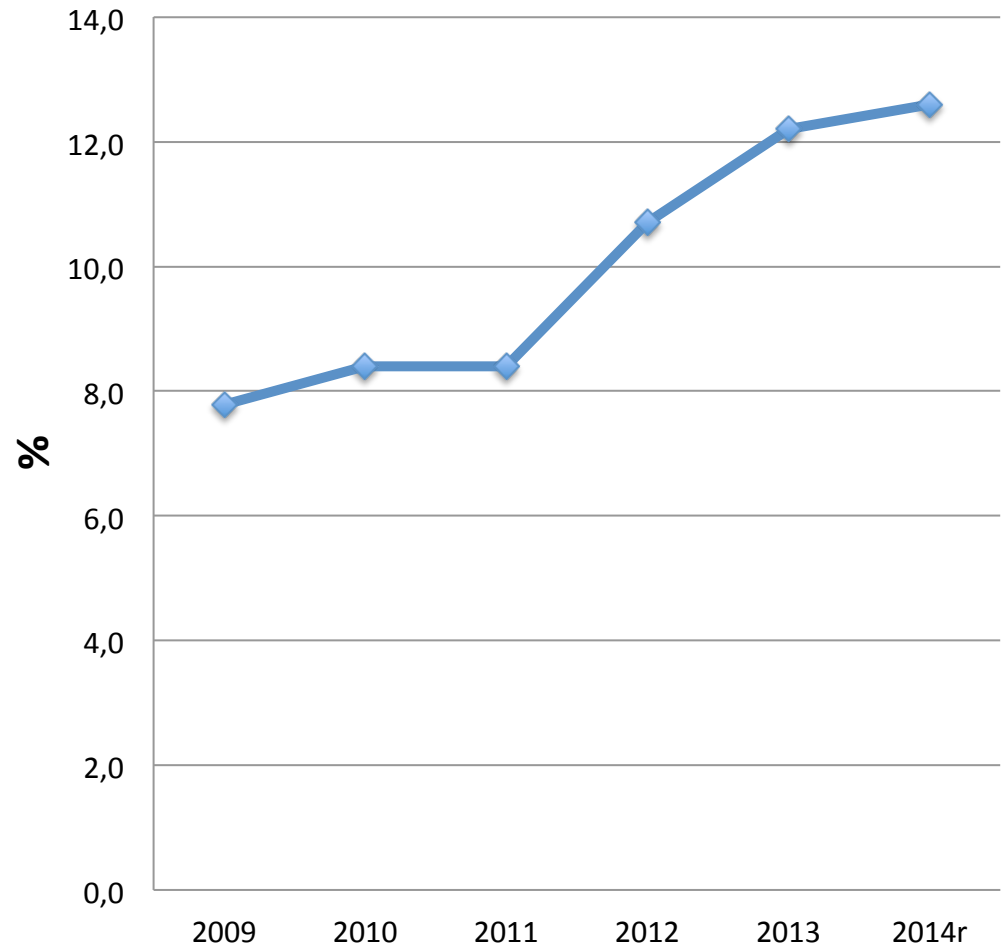
Bron: Eurostat

# ECONOMISCHE KENCIJFERS



## Werkloosheidspercentage

- De economische malaise in Italië zien we terug in een hoog percentage werklozen.
- Hierin zal in 2015 nauwelijks verandering komen.



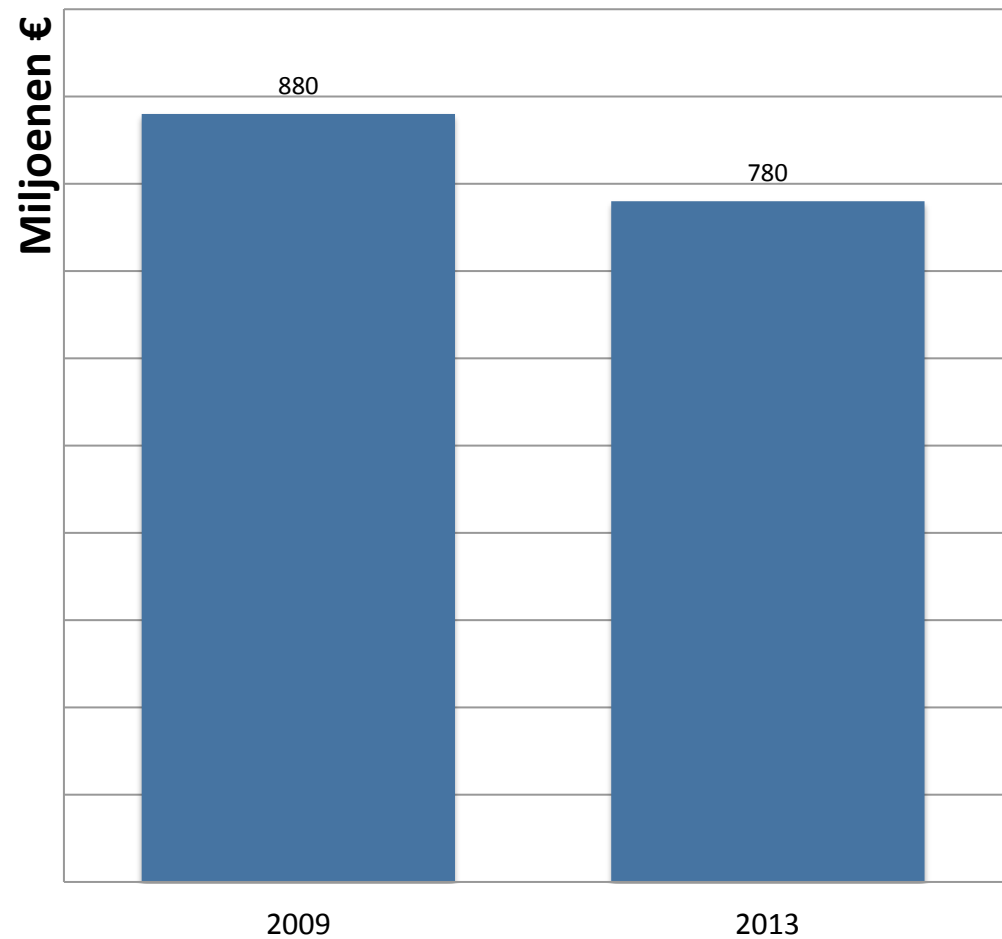
Bron: EIU

# SNIJBLOEMEN



## Productiewaarde

- Italië is een grote producent van snijbloemen.
- Deze zijn vooral voor de Italiaanse markt bestemd.
- De waarde van de binnenlandse productie is in de periode van 2009 t/m 2013 met ruim 10% gedaald.

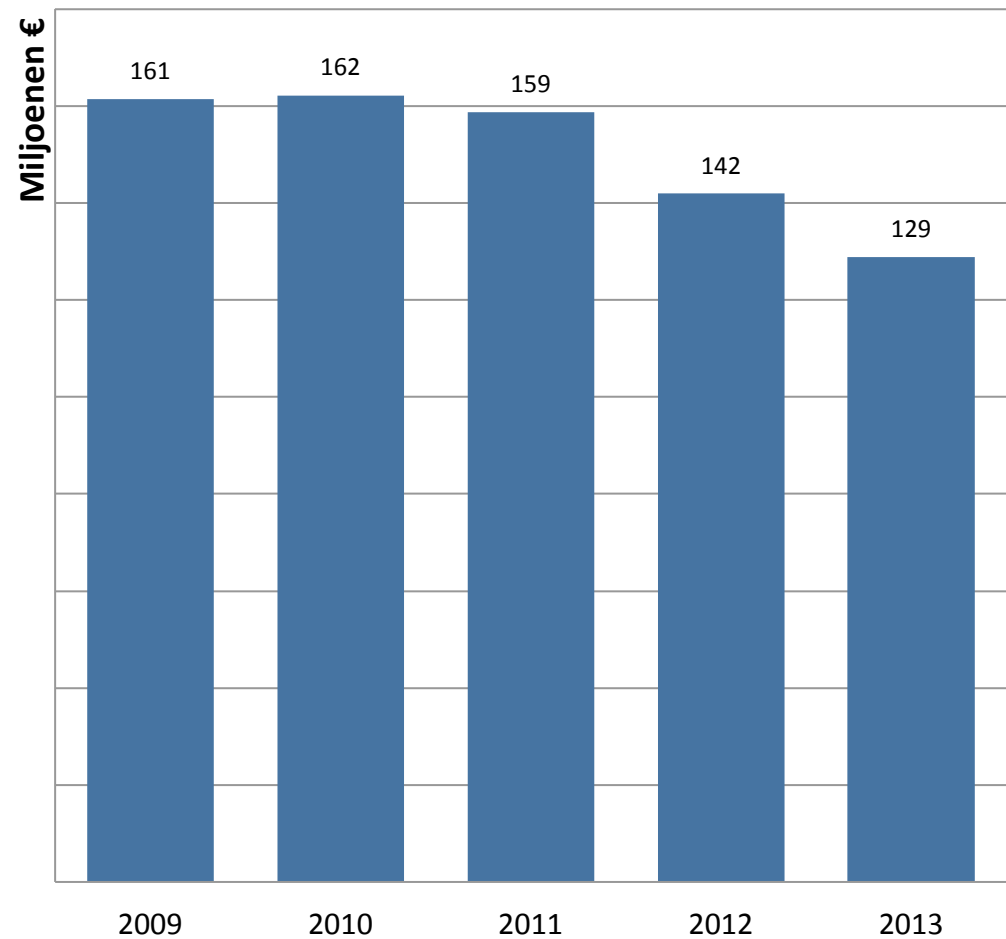


# SNIJBLOEMEN

## Nederlandse afzet



- De Nederlandse export naar Italië is fors afgenomen.
- Door de recessie, waarin Italië zich bevindt, heeft de consument minder snijbloemen gekocht.



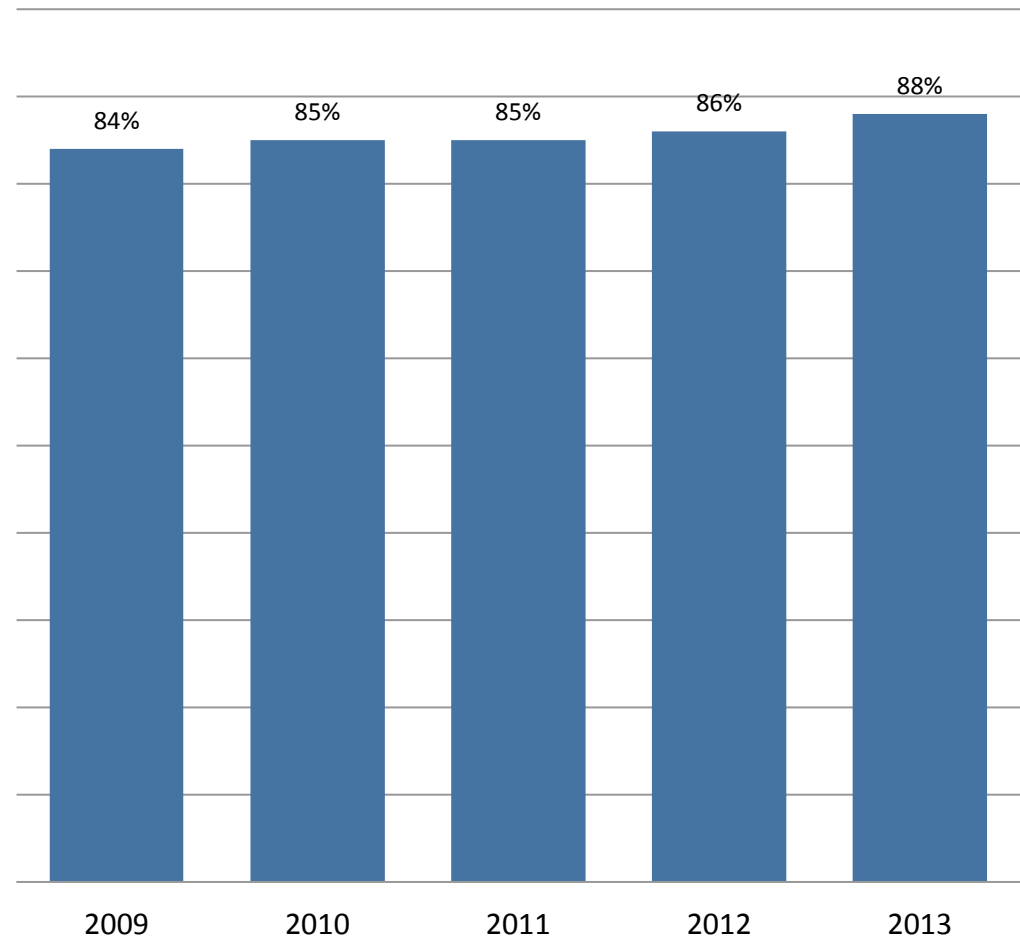


# SNIJBLOEMEN

## Importaandeel Nederland



- Ondanks de forse afname van de Nederlandse export naar Italië is het importaandeel vrijwel gelijk gebleven.
- Na Nederland komt Slovenië als belangrijkste herkomstland, met een importaandeel van 6%.



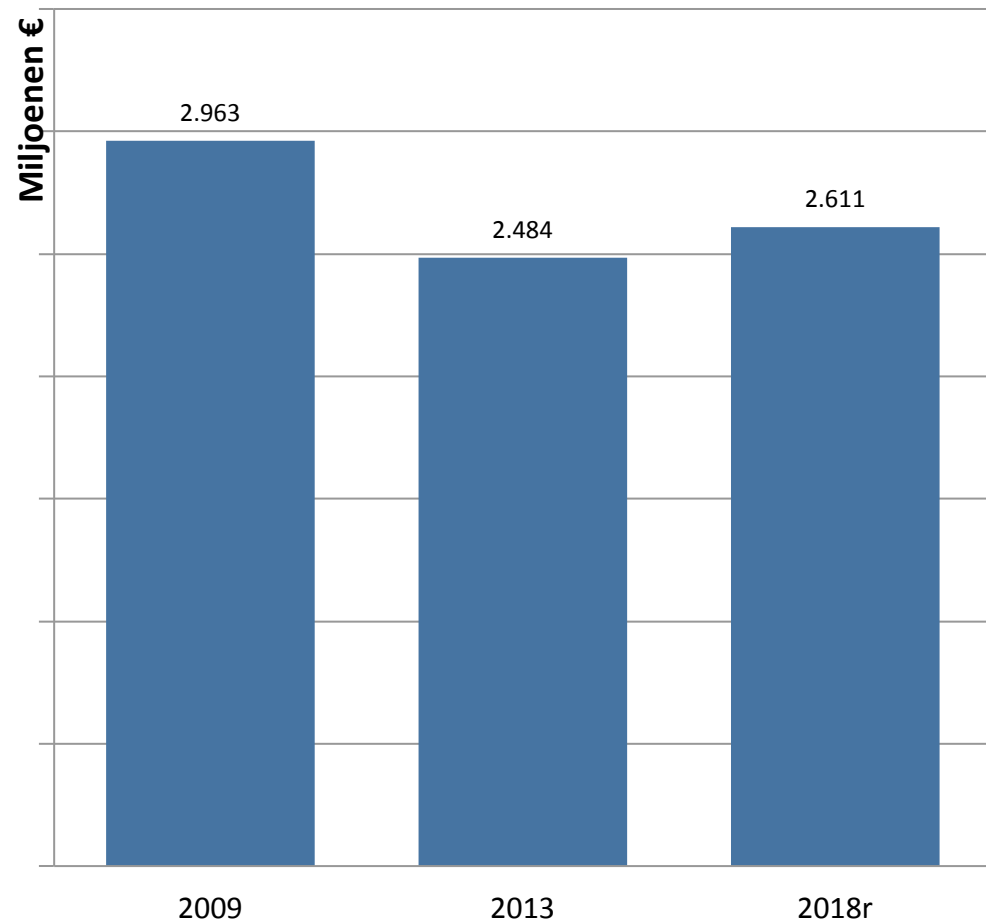
Bron: Eurostat

# SNIJBLOEMEN



## Marktomvang consumptiewaarde

- De economische recessie in Italië heeft zijn uitwerking niet gemist op de consumentenbestedingen van snijbloemen. De consumptiewaarde is in de periode 2009-2013 met 16% gedaald.
- De afname is het gevolg van een wegvallende vraag en een grotere prijsbewustheid bij de Italiaanse consument.
- Door de matige economische verwachtingen voor Italië ligt een duidelijk herstel van de consumentenuitgaven niet in de lijn der verwachting.

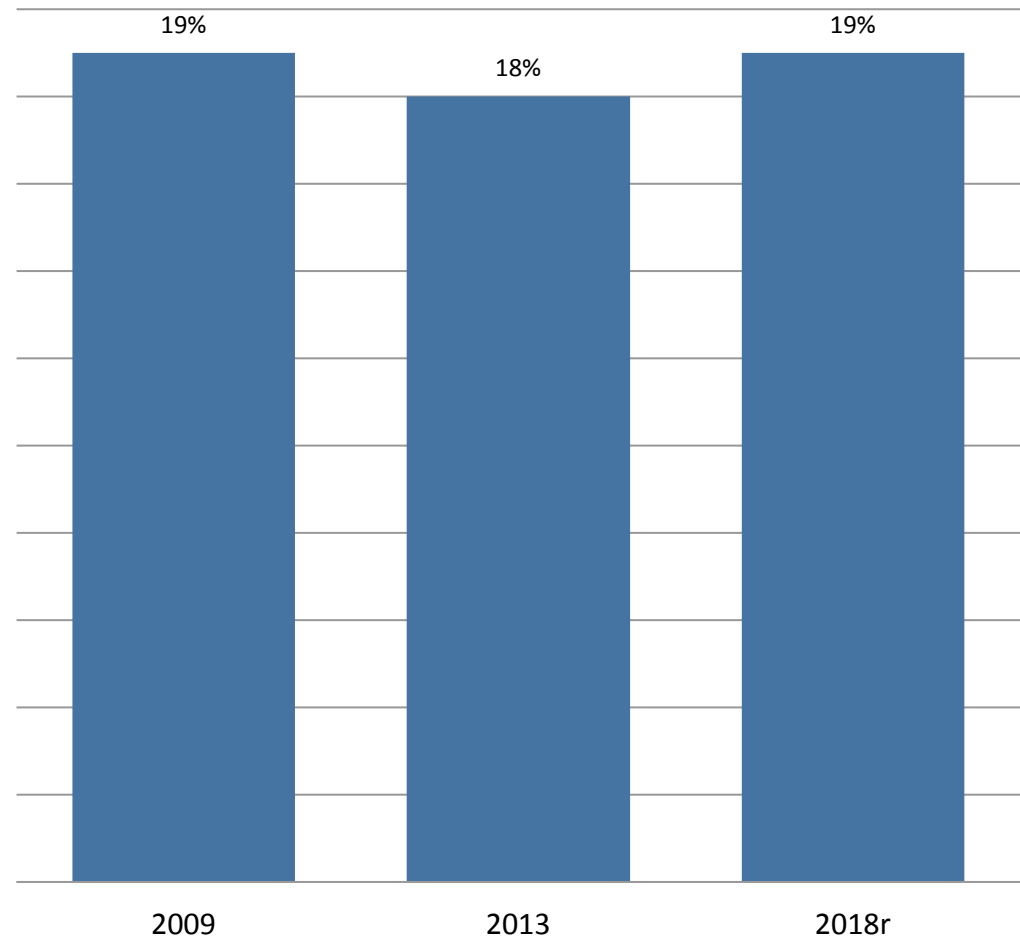


# SNIJBLOEMEN

## Marktaandeel Nederland



- Nederland speelt op de Italiaanse markt een bescheiden rol.

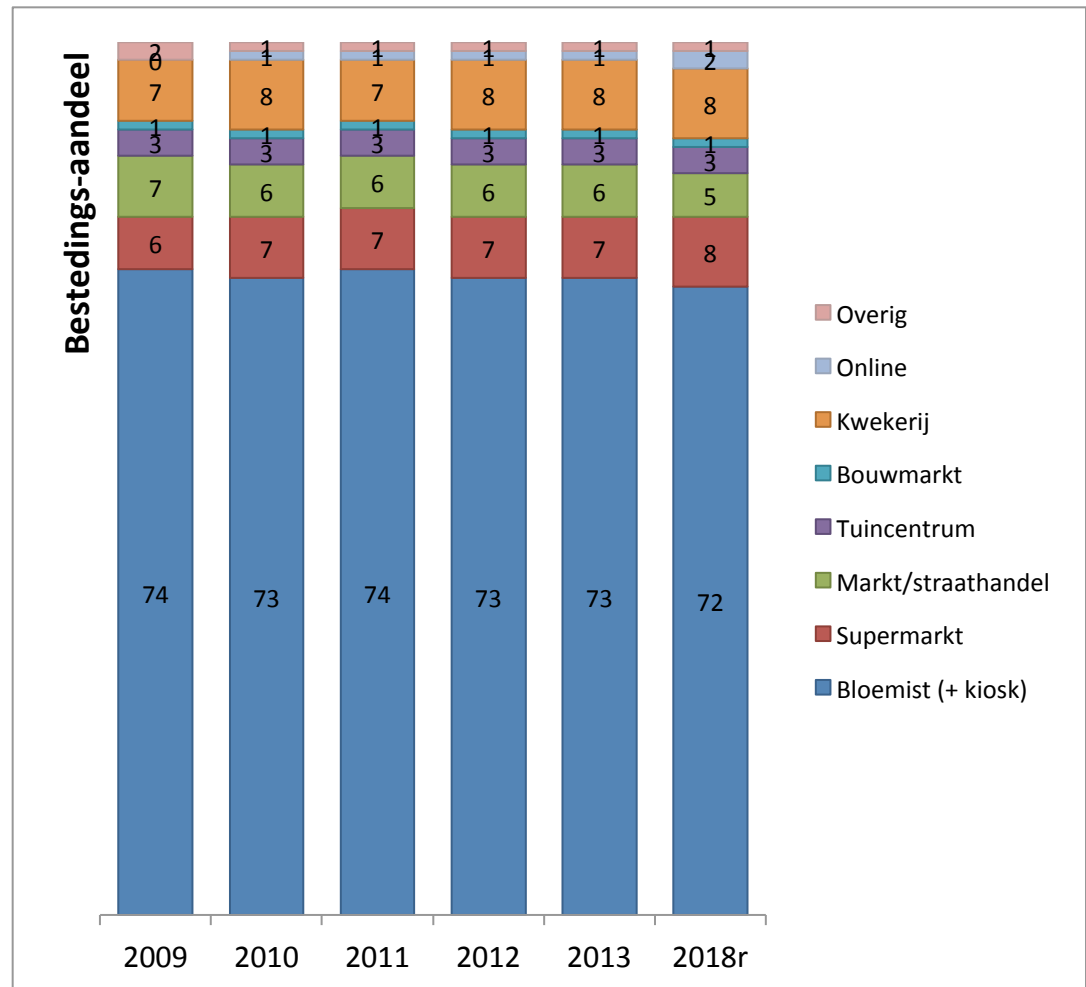


# SNIJBLOEMEN



## Aankoopkanalen

- Bloemisten zijn in Italië veruit het belangrijkste aankoopkanaal voor snijbloemen,
- Hierin zal de komende jaren weinig verandering komen.



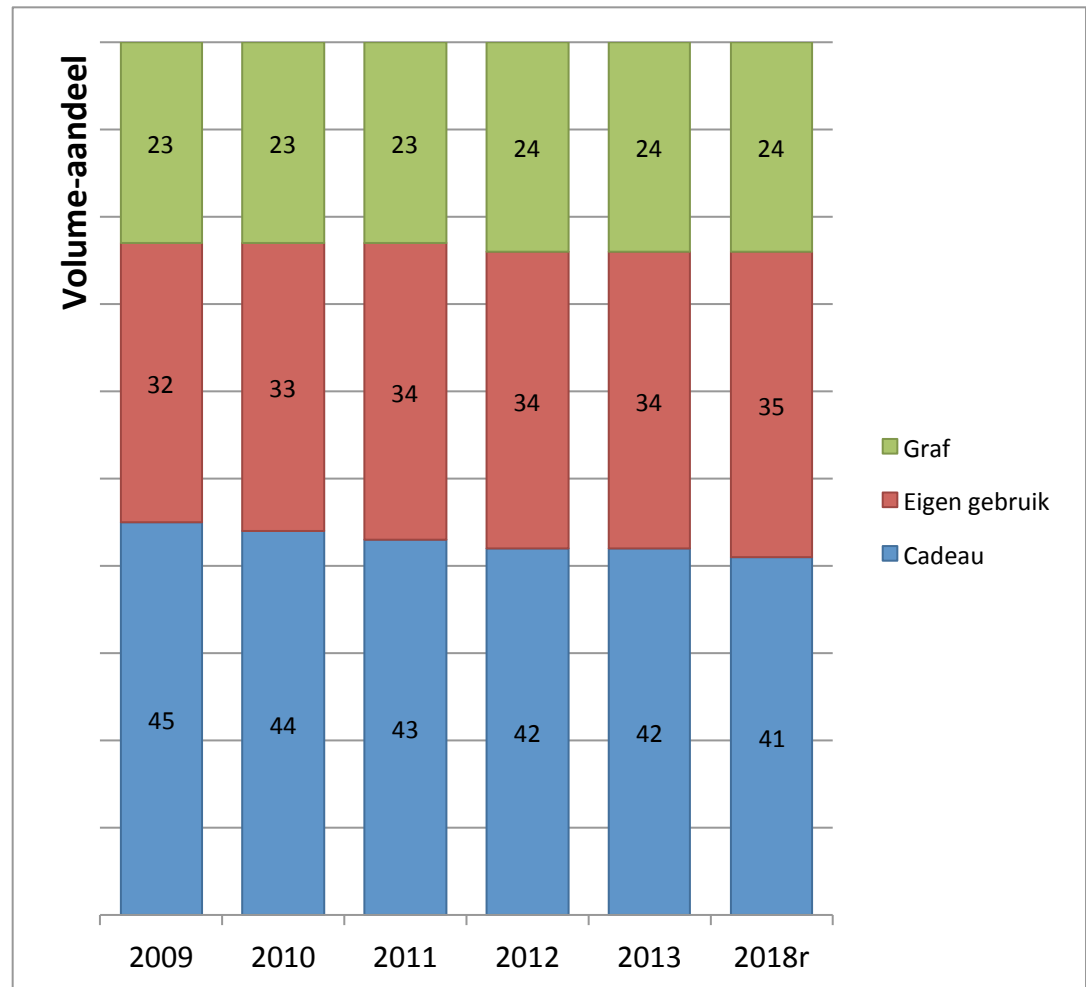
Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

# SNIJBLOEMEN



## Aankoopdoel

- Binnen de consumentenbestedingen van snijbloemen komt 35% voor rekening van het eigen gebruik.
- In Italië is het grafsegment belangrijker dan in andere Europese landen.



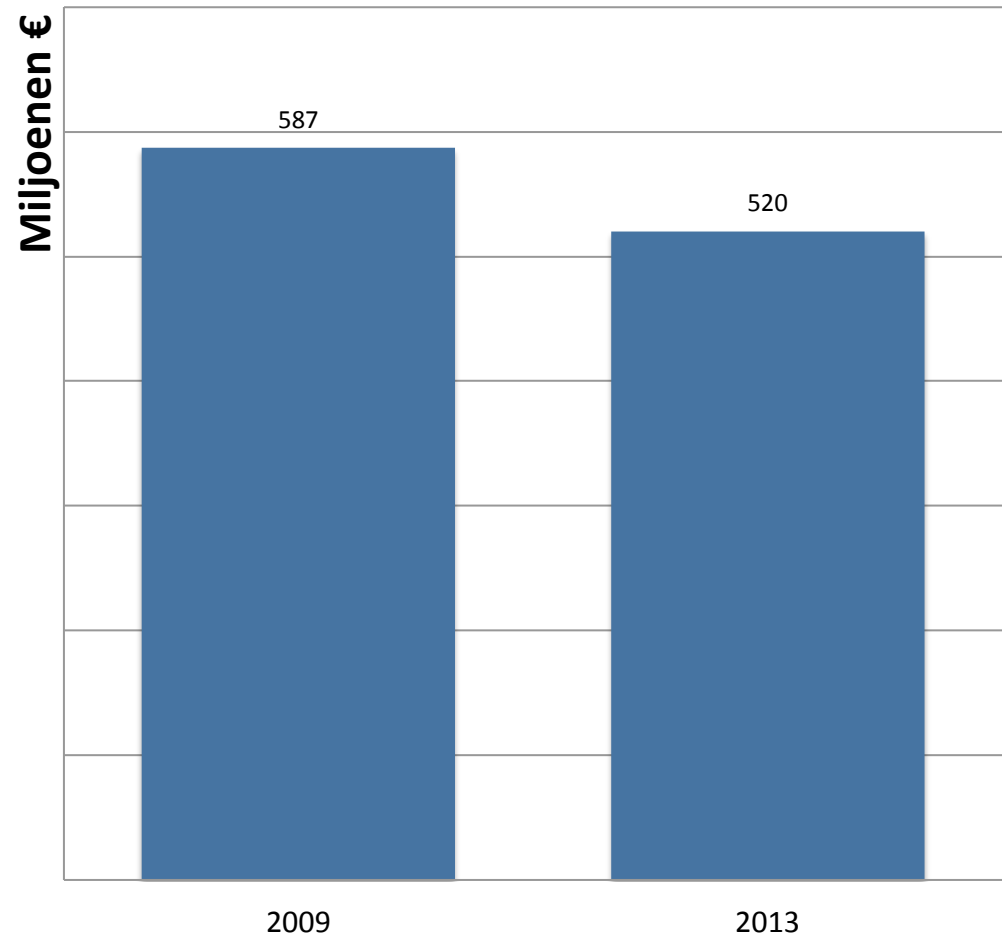
Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

# POTPLANTEN

## Productiewaarde



- In de periode 2009-2013 is de Italiaanse productiewaarde van potplanten met circa 10% gedaald.

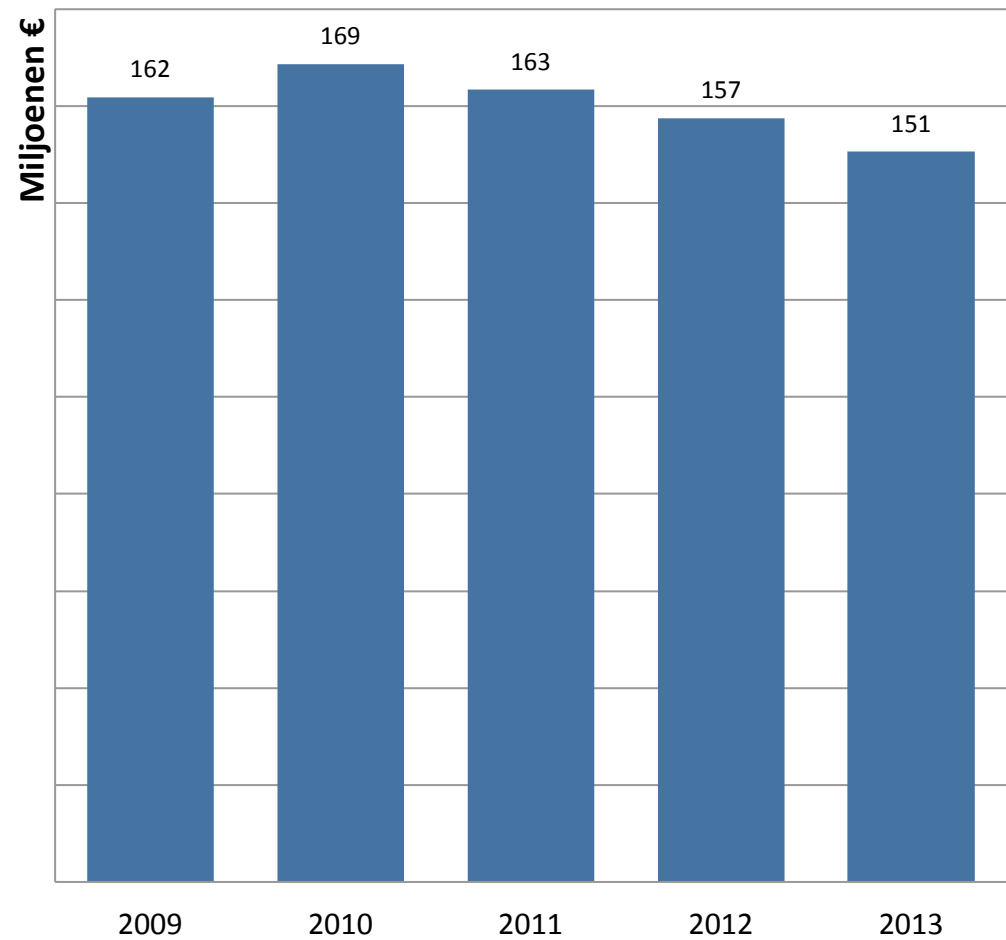


# POTPLANTEN

## Nederlandse afzet



- Nederland exporteerde in 2013 voor 150 mln € aan potplanten naar Italië.
- Sinds 2010 vertoont de export van potplanten naar Italië een dalende trend.

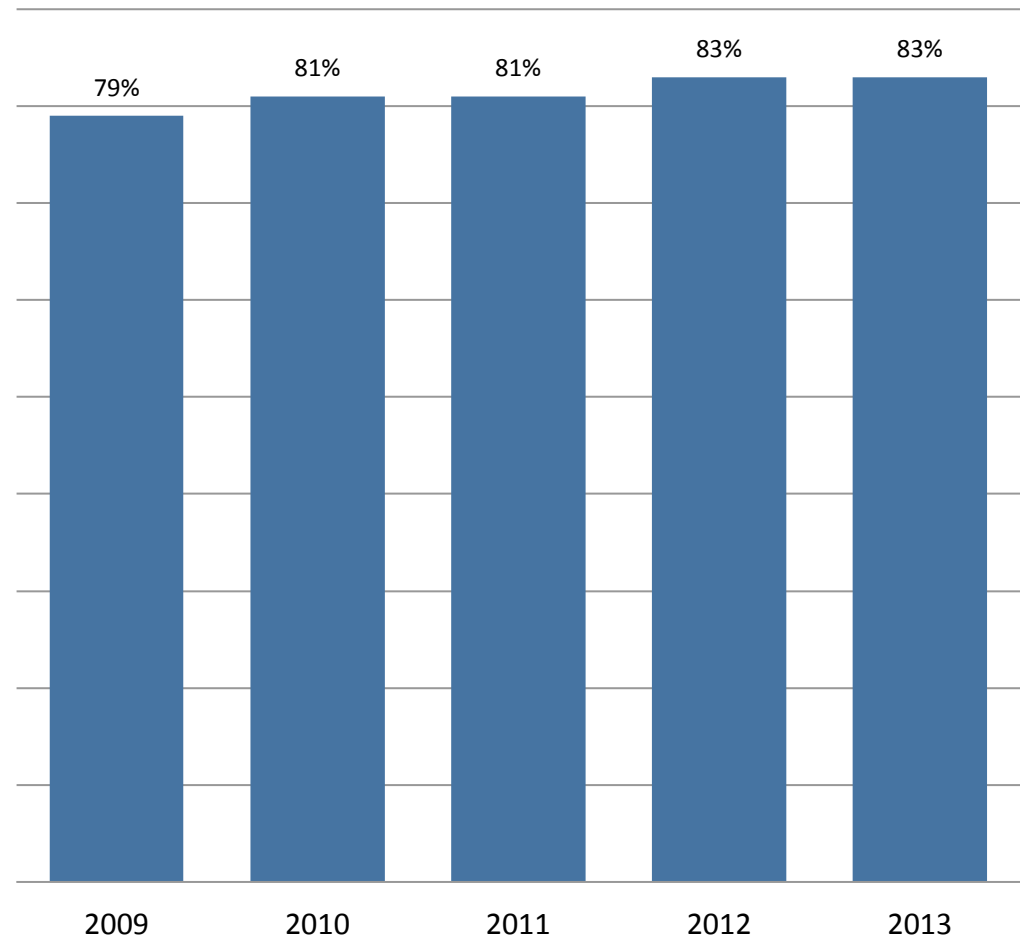


# POTPLANTEN

## Importaandeel Nederland



- Italië heeft sinds 2009 minder potplanten geïmporteerd. Binnen deze afnemende import heeft Nederland een aandeel van 83%.
- Dit aandeel is de laatste jaren weinig veranderd.
- Andere buitenlandse leveranciers op de Italiaanse markt zijn Duitsland, België en Denemarken.



Bron: Eurostat

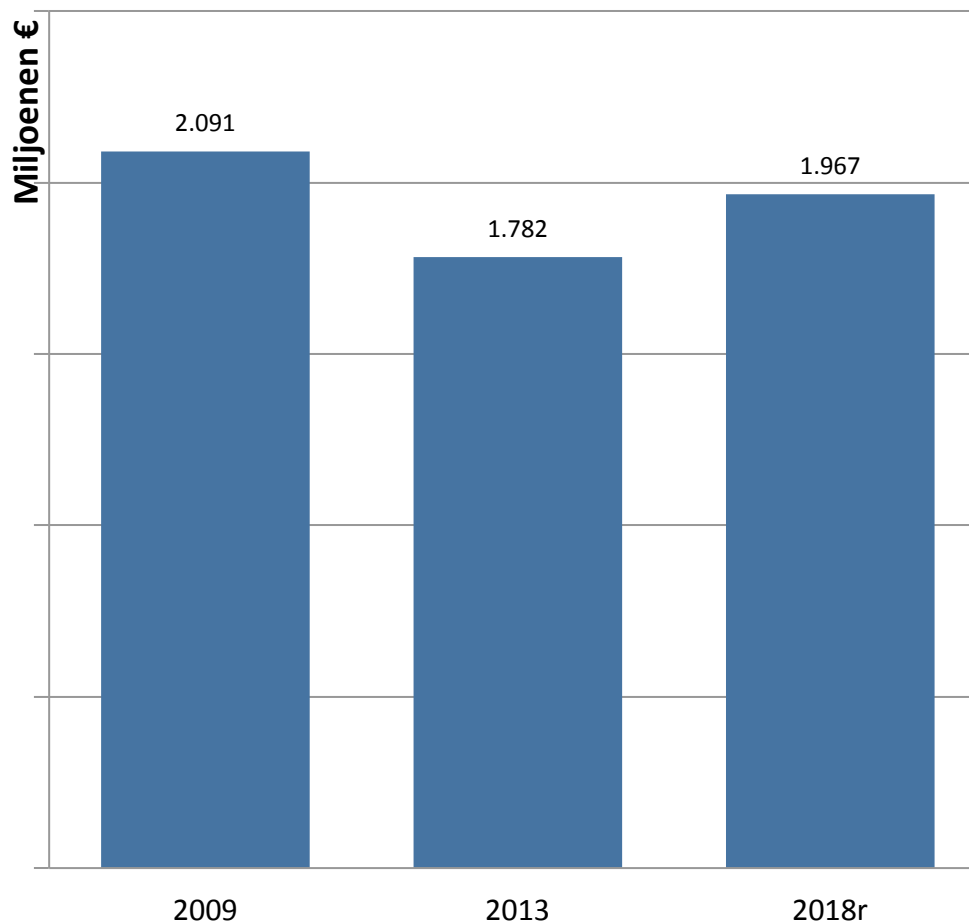


# Potplanten

## Marktomvang consumptiewaarde



- De consumptiewaarde van de Italiaanse markt van potplanten bedroeg in 2013 naar schatting 1,8 miljard €. Dit is 15% minder dan in 2009.
- Door de recessie in Italië zijn consumenten prijskritischer geworden.
- De prognose voor 2018 gaat uit van een (voorzichtig) herstel van de Italiaanse markt al wordt nog niet het niveau van 2009 gehaald.

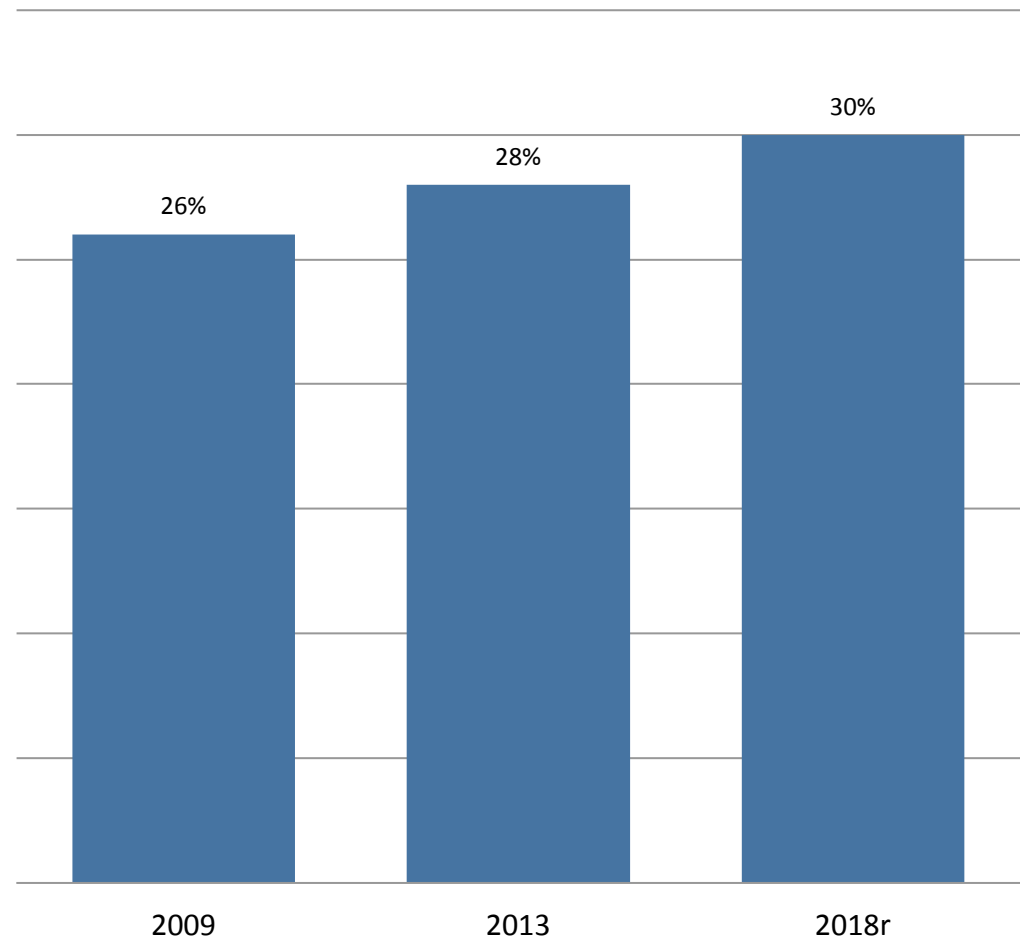


# POTPLANTEN

## Marktaandeel Nederland



- Het marktaandeel van Nederland binnen de afzet van potplanten is met 30% relatief bescheiden.
- Het marktaandeel is wel iets toegenomen met name door een kleinere binnenlandse productie.

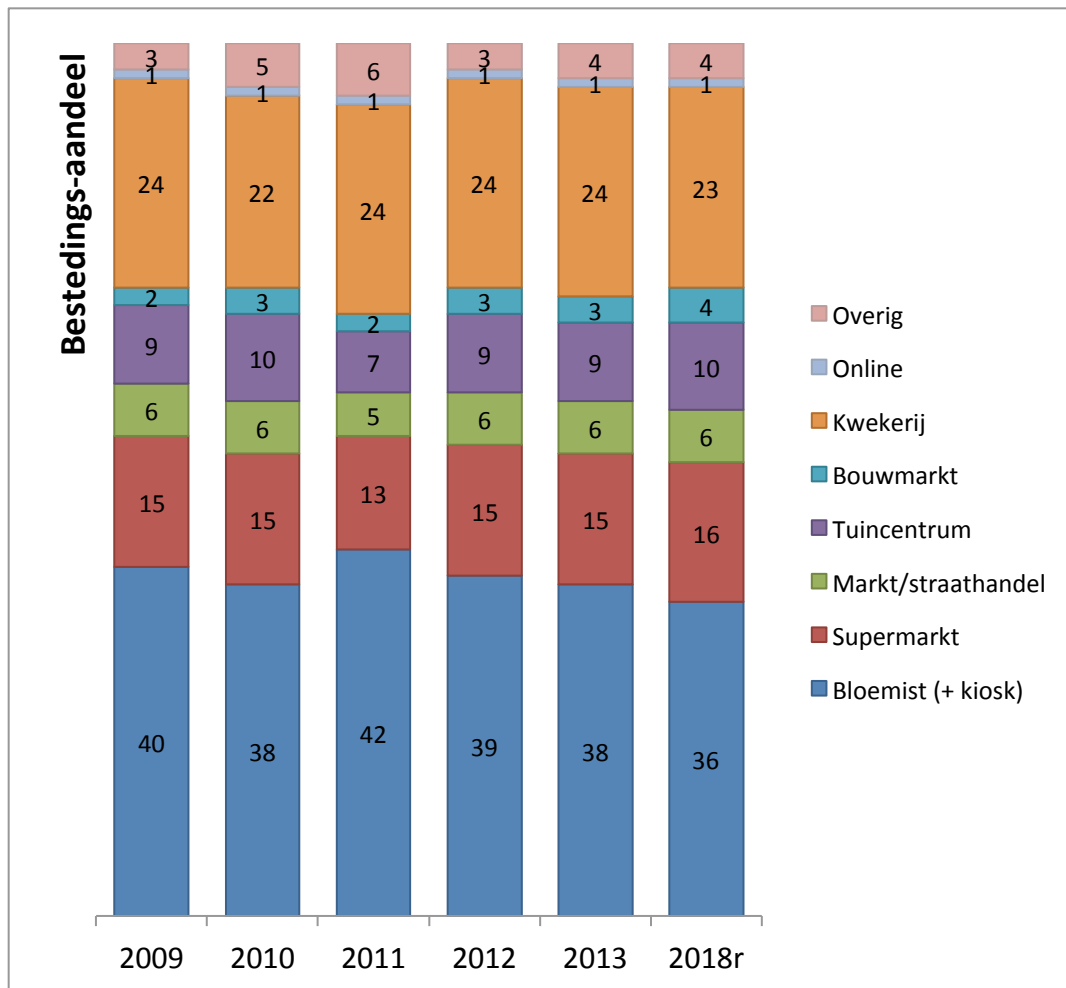


# KAMERPLANTEN

## Aankoopkanalen



- Bloemist en kwekerij zijn in Italië de belangrijkste aankoopkanalen voor kamerplanten.
- Grote verschuiving in de marktposities zullen er de komende jaren niet plaatsvinden.



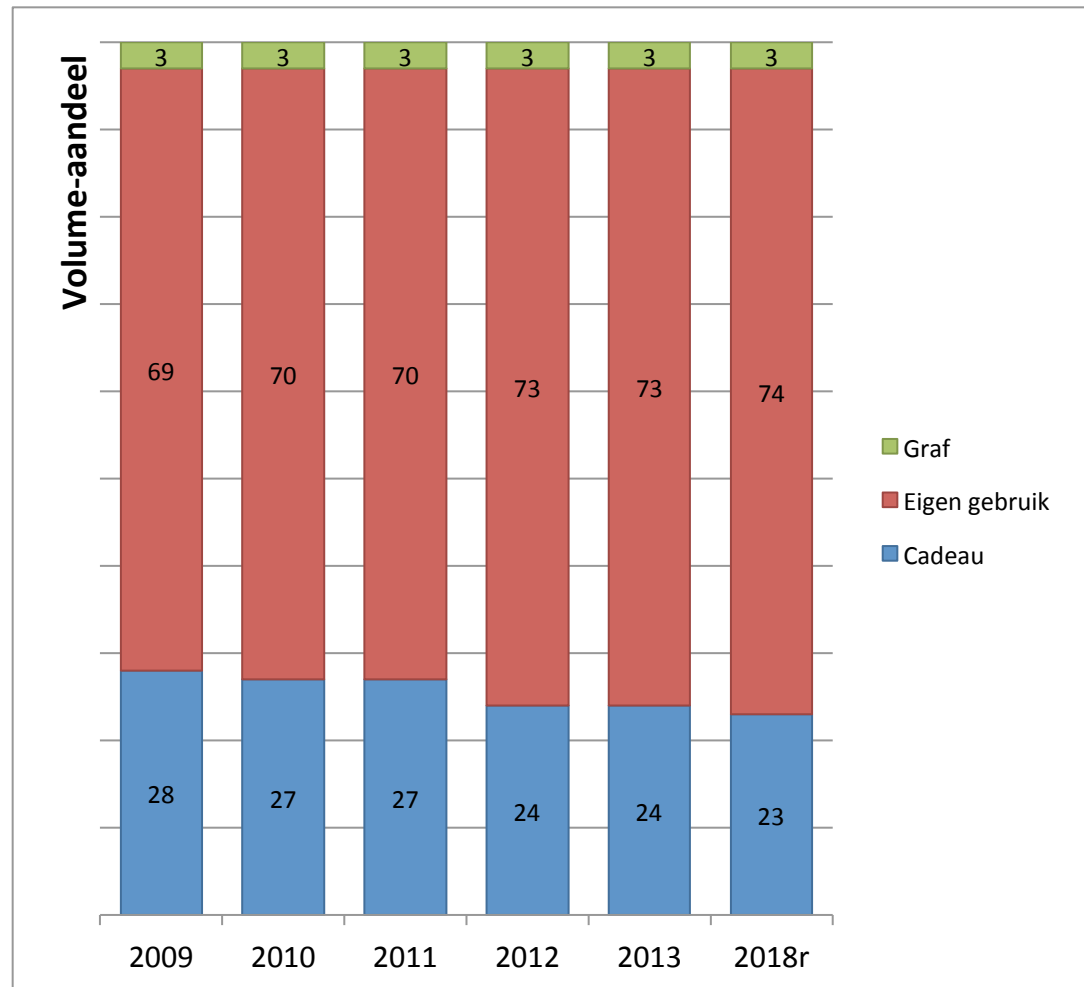
Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

# KAMERPLANTEN



## Aankoopdoel

- In 2013 was 73% van de consumentenbestedingen aan kamerplanten bestemd voor eigen gebruik.
- Het cadeausegment heeft sinds 2009 aan belang ingeboet.



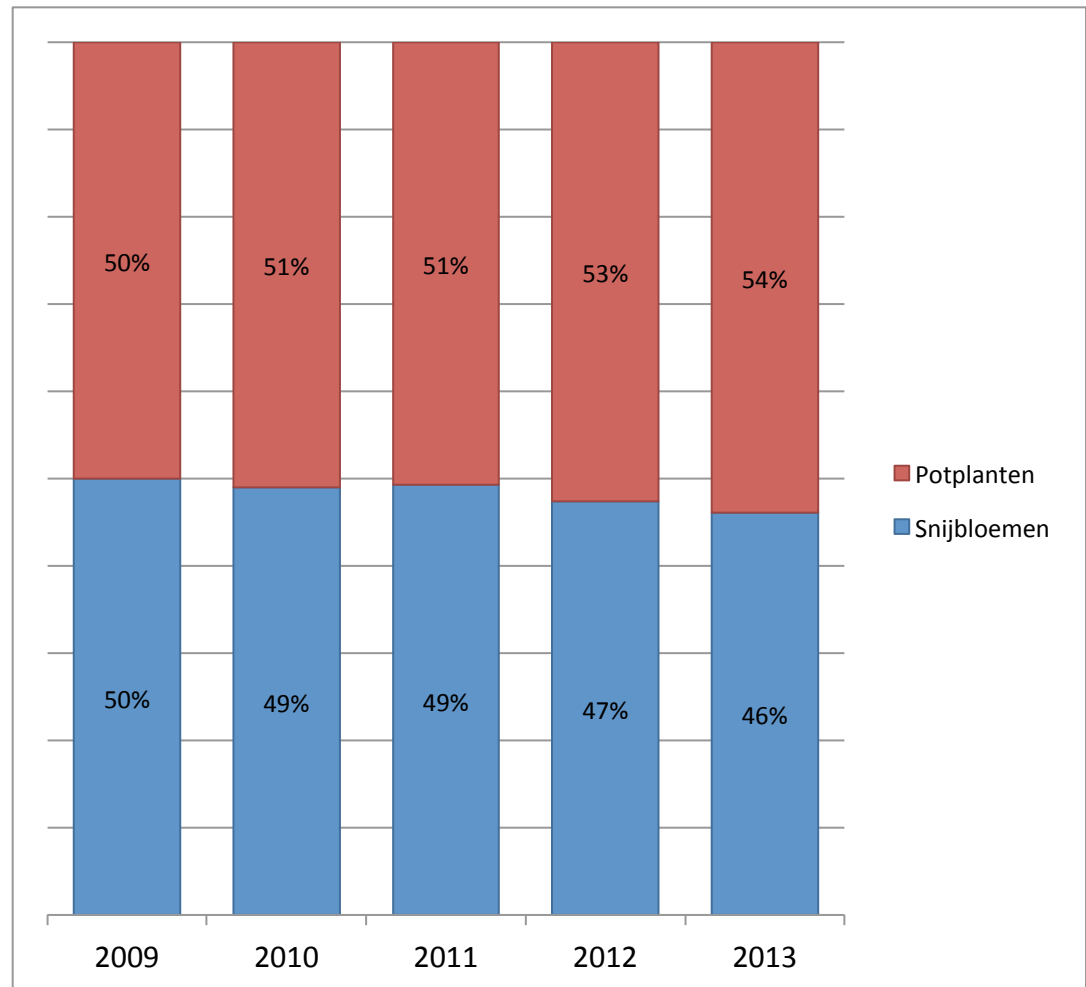
Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

# TOTAAL SNIJBLOEMEN EN POTPLANTEN



## Verhouding binnen export

- Binnen de Nederlandse export naar Italië komt 46% voor rekening van snijbloemen.
- Het aandeel van potplanten neemt toe.



Bron: HBAG

# TOTAAL SNIJBLOEMEN EN POTPLANTEN



## Verhouding binnen consumptiewaarde

- Het aandeel van snijbloemen binnen de Italiaanse consumptiewaarde is groter dan die van potplanten maar neemt wel enigszins af.

