

Royal FloraHolland wil handel maximaal (bege)leiden

Via de eigen overkoepelende software Floriday wil Royal FloraHolland (RFH) zoveel mogelijk praktische facetten van het handel drijven uit handen van de teler nemen. De Veiling zal daarmee de centrale spin worden in een heel gedetailleerd netwerk van informatie.

Ivan De Clercq

CEO Steven van Schilfgaarde kwam de ambities van de coöperatie eigenhandig uitleggen aan de verzamelde sierteeltsector op het voorbije AVBS-ledencongres. België is voor de Nederlandse veiling een belangrijk land. Ons land exporteerde in 2018 41 miljoen euro naar de veiling (plaats 4). Daar tegenover staat dat Royal FloraHolland ook voor 255 miljoen euro sierteeltproducten naar ons land verhandelde. Daarmee staat ons land op plaats vijf (na Duitsland, UK, Frankrijk en Italië) in de lijst van belangrijkste klanten. De toekomstvisie van CEO van Schilfgaarde in vijf stellingen.

“Nog maar aan het begin van de digitale revolutie”

De CEO ontwaarde enkele belangrijke trends die de markt stevig beïnvloeden. Zo is het consumentengedrag steeds onvoorspelbaarder. “Het gevolg is dat handelaars geen voorraadrisico meer nemen en dit verschuiven naar de teler. Ze willen echter wel snel beleverd kunnen worden.” Nog geen tien jaar geleden had een kar gemiddeld één koper. Vandaag is een kar gemiddeld bestemd voor vijf kopers.

“We hebben de kleintjes nodig”

In 2018 bedroeg de omzet van RFH ruim 4,6 miljard euro. De grootste kweker is goed voor een omzet van 100 miljoen euro, maar daarnaast telt de veiling heel wat kwekers met een omzet van minder dan 100.000 euro. “Die kleinere kwekers zijn heel erg belangrijk voor ons. Zij zorgen voor de

breedte van het assortiment. We zien dat internethandel vooral marktaandeel van de retail afsnoept. De bloemist en vakhandel behouden net een stabiel marktaandeel omdat ze een breed assortiment kunnen aanbieden.”

“Colombia en Equador komen eraan”

Handel wordt steeds internationaler. Nu al komen er veel rozen en zomerbloemen uit landen zoals Kenia en Ethiopië. Ook stekmateriaal komt vaak uit exotische landen. Noord-Amerika wordt beleverd door Colombia en Equador. Nu die markt verzadigd is, verwacht de Royal FloraHolland-CEO dat deze landen ook naar Europa zullen willen exporteren.

“We willen de Amazon/Facebook van de sierteelt worden”

Kenmerk van de platformeconomie is dat één overkoepelend platform de markt domineert. Royal FloraHolland wil dit worden voor de sierteelt. Zoals in andere sectoren wordt het beheersen van ‘data’ daarbij cruciaal. De veiling wil digitaal veilen. Gevolg is dat kopers planten niet meer live zullen kunnen zien of aanraken. RFH wil daarom zoveel mogelijk data over specifieke plantenpartijen genereren om dat gemis te compenseren. Centraal staat daarbij het platform Floriday dat onder andere FloraXchange en FloraMundo zal overkoepelen, maar ook platformen van derden wil integreren. Het doel is dat tegen eind volgend jaar alle handelstrans-



acties via dat platform afgehandeld worden.

“We willen de logistiek bepalen”

Logistiek is volgens CEO van Schilfgaarde na de teelt de grootste kostenpost voor kwekers. De veiling wil door gebruik te maken van de data van Floriday het transport tussen teler, veiling en klant zelf organiseren, in samenwerking met transportfirma's. Dit moet leiden tot minder halfvolle vrachtwagens en een reductie in transportkosten van 15%. Ook de financiële afhandeling wil Royal FloraHolland voor zijn rekening nemen. De betalingsgarantie voor kwekers moet hen over de lijn trekken. ■