

**CONSUMENTENMARKT  
VOOR BLOEMBOLLEN  
IN FRANKRIJK**

**najaar 1993**

**RAPPORTNR. PVS 94-17**

**CONSUMENTENMARKT  
VOOR BLOEMBOLLEN  
IN FRANKRIJK**

**najaar 1993**

**RAPPORTNR. PVS 94-17**



SIGN: R978-94/17  
EX. NO:  
MLV: 1996090537

**Den Haag, mei 1994  
R.C.G. Versteegh**

2293936

**© Gebruik van de inhoud van dit rapport is toegestaan,  
mits de bron duidelijk wordt vermeld**

<b>INHOUDSOPGAVE</b>	<b>BLZ.</b>
SAMENVATTING	4
INLEIDING	5
1. ALGEMEEN	6
1.2 Populatie	6
1.3 Bloembollenproductie en -import	6
2. FRANSE TUINEN	7
3. PENETRATIE EN BESTEDINGEN	8
3.1 Penetratie	8
3.2 Aankoopfrequentie	9
3.3 Bestedingen	9
4. ASSORTIMENT	10
5. AANKOOPPLAATSEN	10
6. EINDBESTEMMING	12
7. KENNISNIVEAU	12
8. HET IMAGO VAN BLOEMBOLLEN	14

## SAMENVATTING

In het najaar van 1993 is door 18% van de Franse huishoudens bloembollen gekocht. Dit is laag in vergelijking met de andere belangrijke Europese droogverkoopmarkten. Immers, Nederland scoort 23%, Duitsland 25% en Groot-Brittannië zelfs 36%. Daarentegen is de markt voor zomerbloeiërs in Frankrijk relatief meer ontwikkeld.

De meeste van de Franse aankopen zijn verricht door de vrouw des huizes. De hoogste penetratie werd gemeten bij de leeftijdsgroep van 45 tot 65 jarigen.

Ruim 60% van de huishoudens die najaar '93 bloembollen kocht zegt dat ieder najaar te doen. Van degene die dat niet doen hangt het merendeel dat op aan het meerjarige karakter van de bollen. Dit is overigens ook een argument van de niet-kopers voor najaar '93, alhoewel het ontbreken van een tuin hier de belangrijkste reden is (50%).

Het merendeel van de kopers in Frankrijk geeft maximaal 40 gulden uit aan bloembollen. De meeste gezinnen kopen hun bollen bij een tuincentrum of supermarché/superette/hypermarché. Daarnaast doen ook de postorderbedrijven en Grand Magasin/Magasin Populaire het heel aardig.

De meest gekocht bloembol (in het najaar) is - hoe kan het ook anders - de tulp. Daarnaast doet ook de hyacint het buitengewoon goed in Frankrijk. Daarna volgen narcis en krokus.

Verreweg de meeste bloembollen werden in de tuin geplant. Echter ook het oppotten van bloembollen voor terras en/of balkon is redelijk populair in Frankrijk, want een kwart van de Franse huishoudens paste dit toe. In het zuiden plantte maar liefst 40% van de kopers hun bollen pot op het terras! Ook binnenshuis worden bloembollen - in mindere mate - toegepast.

Bijna eenderde van de Franse kopende huishoudens heeft wel eens teleurstellende ervaringen met bloembollen gehad. Meestal ging het hier om het niet opkomen van de bollen.

De gemiddelde Franse bollenkoper weet spontaan 4 bolsoorten op te noemen als hij daar naar gevraagd wordt. In de meeste gevallen betreft dit de tulp, narcis, hyacint en de krokus. De helft van de meeste Fransen -relatief weinig- is op de hoogte van de juiste plantperiode van tulpen. Driekwart van hen -relatief veel- kent de plantperiode van gladiolen.

Franse bollenkopers staan redelijk positief ten opzichte van bloembollen. Ze vormen de eerste tekenen van het voorjaar, zijn makkelijk in het gebruik en zijn niet ouderwets. Driekwart van de bevolking vindt dat ze waar voor je geld geven en dat ze onmisbaar in de tuin zijn. Een kleine meerderheid vindt dat ze ook de mooiste kleuren in de tuin brengen. Negatief punt is dat voor een grote groep kopers bloembollen vooral interessant zijn wanneer ze in de aanbieding zijn.



## INLEIDING

In het najaar van 1993 nam het Produktschap Voor Siergewassen deel aan de internationale omnibus, genaamd Euroscanner, van het Amsterdamse marktonderzoeksbureau Interview. Doelstelling van deelname aan deze omnibus was om beter inzicht te verkrijgen in de belangrijkste droogverkoopmarkten voor de Nederlandse bloembollenexport, te weten Duitsland, Groot-Brittannië, Frankrijk en Nederland. Tevens werd op ad-hoc basis de Verenigde Staten toegevoegd.

Het onderzoek had betrekking op het koopgedrag van consumenten ten aanzien van bloembollen voor de najaarsperiode van 1993. De netto steekproef telde 400 kopers en 400 niet-kopers per land. Voor de Verenigde Staten waren deze aantallen 1000 kopers resp. 1000 niet-kopers. In totaal zijn dus 2600 kopers en 2600 niet-kopers ondervraagd.

De resultaten met betrekking tot de Franse droogverkoopmarkt worden in dit rapport weergegeven.

De indeling van het rapport is als volgt.

In hoofdstuk 1 wordt algemene informatie gegeven over de Franse bevolking, de bloembollenproductie en de bloembollenhandel. Hoofdstuk 2 geeft inzicht in het tuinbezit en -gebruik in de Frankrijk.

Vervolgens gaat hoofdstuk 3 in op de gemeten aankooppenetratie, aankoopfrequentie en bestedingen. Hoofdstuk 4 gaat dan in op het aangekochte assortiment en hoofdstuk 5 op de diverse aankoopkanalen. Hoofdstuk 6 is een weergave van wat de Franse consument uiteindelijk met de gekochte bloembollen heeft gedaan.

De hoofdstukken 7 en 8 gaan in op respectievelijk het kennisniveau van de Franse consument met betrekking tot bloembollen en het imago van bloembollen op diverse aspecten.

Voor de resultaten van het onderzoek in Nederland, Duitsland, Groot-Brittannië en de Verenigde Staten wordt verwezen naar de overige PVS-rapportages verschenen in 1994. Tevens is een rapport gemaakt waarin de resultaten van de onderzoeken in genoemde landen op diverse aspecten vergeleken worden.

Voor een soortgelijk onderzoek in Japan (met resultaten uit najaar 1992) wordt verwezen naar rapport 93-11 van de afdeling Marktonderzoek van het PVS.

De gegevens die door middel van dit onderzoek naar voren komen, kunnen onder meer gebruikt worden bij het uitstippelen van het te voeren promotiebeleid en geeft de handel inzicht in de afzetmogelijkheden en -ontwikkelingen van bloembollen op de Franse droogverkoopmarkt.

Rick Versteegh

## 1. ALGEMEEN

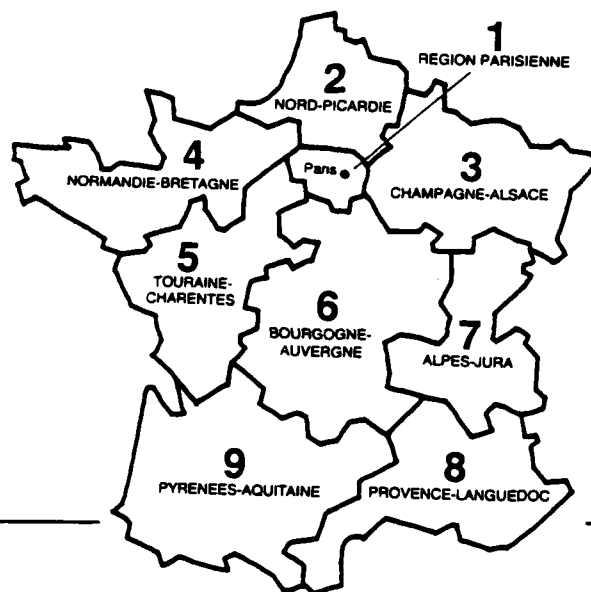
### 1.1 Populatie

De Franse bevolking telde in 1993 ongeveer 57,5 miljoen inwoners verdeeld over  $\pm$  22 miljoen huishoudens. De verdeling van de huishoudens over de 9 marketing-regio's (zie kaart onderaan de bladzijde) is als volgt:

Regio	% bevolking
I	20,4%
II	12,1%
III	9,3%
IV	8,2%
V	9,8%
VI	8,8%
VII	9,8%
VIII	12,5%
IX	9,1%

Bovenstaande regio-indeling wordt - samengevat - ook veelvuldig gebruikt in dit rapport. De verdeling van deze regio's (zie kaartje) over de volgende deelgebieden is als volgt:

1. Regio Parijs;
2. Noord: Nord-Picardie en Champagne-Alsace;
3. West: Normandie-Bretagne en Touraine-Charentes;
4. Oost: Bourgogne-Auvergne en Alpes-Jura;
5. Zuid: Provence-Languedoc en Pyrenees-Aquitaine;



### 1.2 Bloembollenproductie en -import

Als een van de weinige Europese landen buiten Nederland kent Frankrijk zelf ook een bloembollenproductie. Het areaal bedraagt ongeveer 800 hectare en bestaat voornamelijk uit gladiolen en tulpen. Verder worden er ook nog irissen en dahlia's geteeld. Er zouden ongeveer 550 bloembollenkwekers werkzaam zijn.

Ondanks de eigen produktie komt het grootste deel van de gebruikte bloembollen uit Nederland. In 1992 importeerde Frankrijk voor ruim 130 miljoen gulden aan bloembollen, waarvan 90% uit Nederland. Ruim de helft (55%) van de Nederlandse import is bestemd voor de droogverkoop, 45% voor de broeierij (professionele bloemenkwekers). Dit rapport heeft betrekking op de deelmarkt droogverkoop. De totale marktwaarde van de Franse droogverkoop wordt geschat op ongeveer 80 miljoen gulden (groothandelniveau), waarvan zo'n 7,5 miljoen eigen produktie betreft en de rest grotendeels uit Nederland komt.

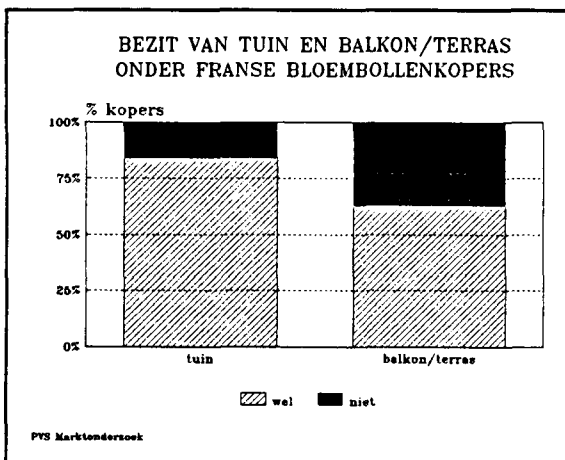
Het geïmporteerde assortiment uit Nederland bestaat voor ruim 30% uit tulpen, bijna 20% uit gladiolen en bijna 10% uit krokussen. Anemonen, narcissen en irissen nemen ieder ongeveer een 5% aandeel in van het assortiment.

## 2. FRANSE TUINEN

In Frankrijk beschikt ongeveer 60% van de huishoudens over een tuin. In de verstedelijkte regio Parijs is dat natuurlijk lager, namelijk 50%.

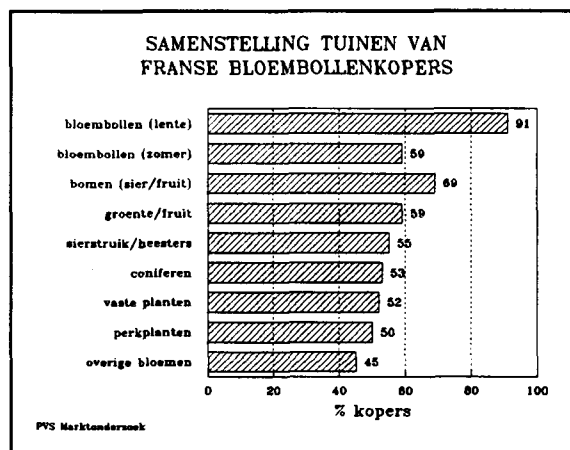
Het tuinbezit onder de Franse bloembollenkopers is flink hoger dan landelijk gemiddeld: 84% van hen heeft namelijk de beschikking over een tuin. In het westen geldt dat zelfs voor 90% van de kopers, in het oosten voor 77% van de kopers. Het tuinbezit van bollenkopers in de verstedelijkte regio Parijs is hoger als dat verwacht mocht worden, namelijk 85%. Dit zegt niet zoveel over het tuinbezit in Parijs als wel over de relatie tussen tuinbezit en bloembollen kopen. Een tuin blijkt in Parijs een algemene voorwaarde voor het kopen van bollen te zijn, terwijl juist de sterk verstedelijkte regio Parijs in aanmerking komt voor het gebruik van bollen op pot voor op het balkon of binnen.

Het terras- en balkonbezit is in Parijs en het zuiden het hoogst, namelijk respectievelijk 70% en 75%. In Parijs zal het met name om balkons gaan en in het zuiden meer om terrassen. In het westen is het balkon- en terrasbezit relatief het laagst: slechts de helft bezit er een.



Aan de bollenkopende Fransen is tevens gevraagd om aan te geven welke (sier)gewassen zich in hun tuin bevinden. Daarbij werden de volgende categorieën onderscheiden:

- bloembollen (voorjaarsbloeiers);
- bloembollen (zomerbloeiers);
- vaste planten;
- sierstruiken/-heesters;
- coniferen;
- bomen (zowel sier- als fruitbomen);
- perkplanten;
- overige bloemen (niet uit bloembollen komend);
- groente en fruit.



De meeste ondervraagden hadden bloembollen in hun tuin staan, hetgeen verwacht mocht worden omdat dit allen bloembollenkopers zijn. Bij bijna allen betreffen dit voorjaarsbloeierende bloembollen als tulp, narcis en krokus. De zomerbloeierende bloembollen als gladiool, lelie en dahlia lijken minder populair, want slechts 60% van de kopers heeft ze in de tuin staan.

Andere tuinproducten dan bloembollen zijn bij lange na niet zo vaak terug te vinden in de tuinen van bollenkopers. Sier- en fruitbomen doen het nog het beste (70% van de tuinen), gevolgd door groente en fruit (60%), heesters en coniferen (beide ongeveer 55%). De concurrentie ten aanzien van bloembollen in de tuin van produktgroepen als perkplanten en niet-bolbloemen blijkt bij de kopers wel mee te vallen. Perkplanten worden in de helft van deze tuinen teruggevonden, niet-bolbloemen in 45% van de tuinen.

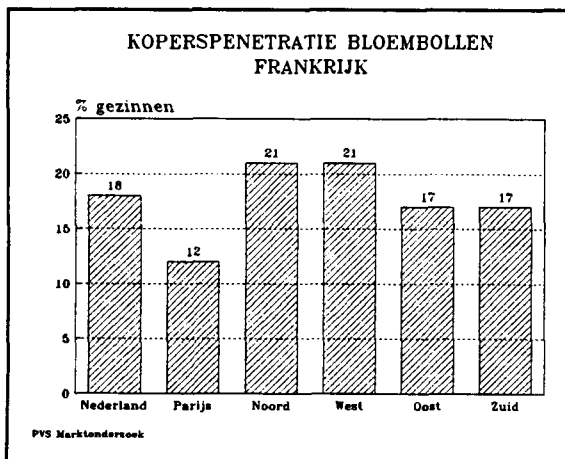


### 3. PENETRATIE EN BESTEDINGEN

#### 3.1 Penetratie

In het najaar van 1993 is door 18% van de Franse huishoudens bloembollen gekocht. In vergelijking met de andere Europese, belangrijke droogverkoopmarkten is dat laag. Nederland kent een najaarspenetratie van 23%, Duitsland 25% om maar niet te spreken van Groot-Brittannië (36%). Daarentegen is de markt voor zomerbloeiende bollen (zoals gladiool, dahlia en lelie) in Frankrijk in vergelijking met genoemde landen relatief veel meer ontwikkeld. In Nederland, Groot-Brittannië en Duitsland is het aantal kopende huishoudingen in het voorjaar (voor zomerbloei-ers) hooguit de helft van het aantal kopende huishoudingen in het najaar (voor voorjaarsbloei-ers). In Frankrijk zijn die aantallen voor beide seizoenen ongeveer gelijk.

In het noorden en westen van Frankrijk werd de hoogste koperspenetratie gemeten, namelijk in beide regio's 21%. Parijs kende, zoals verwacht, een zeer lage koperspenetratie (12%).



De meeste aankopen werden verricht door vrouwen (bijna 80%). Naar leeftijdscategorie blijken de meeste aankopen verricht te worden bij de kopers tussen de 45 en 65 jaar (26%).

De jongeren (tot 25 jaar) daarentegen blijken nauwelijks enige interesse voor bloembollen aan de dag te leggen (8% penetratie).

Qua huishoudgrootte blijken alleenstaanden weinig interesse voor bloembollen te hebben. Slechts 10% van hen heeft gedurende het najaar van 1993 bloembollen gekocht. Tussen tweepersoonshuishoudens en grotere gezinnen blijken nauwelijks verschillen te bestaan; de koperspenetratie schommelt hier rond het landelijk gemiddelde.

Aan de niet-kopers is gevraagd wat de redenen waren om geen bloembollen te kopen. De meesten bleken niet over een tuin te bezitten en voerden dat als reden aan (50%), met name - natuurlijk - in Parijs (60%). Anderen beschikten wel over een tuin maar hadden daar reeds bollen van voorgaande jaren in staan die ook voorjaar '94 weer zouden opkomen (15%). Vooral in het noorden zijn meerjarige bollen in trek (21%). Andere, minder vaak aangevoerde argumenten waren het ontbreken van voldoende ruimte in de tuin en dat men überhaupt geen bloemen in de tuin heeft. Slechts 4% van de niet-kopers gaf te kennen bolbloemen niet mooi te vinden.

Een belangrijke groep van 9% van de niet-kopers zei dat men er niet aan had gedacht om bloembollen te kopen of dat men het nog van plan was te doen (half december!). Blijkbaar hadden zowel de detailhandel als de media hen (tot op moment van vraagstelling) ook niet die impuls weten te geven. Hier ligt dus nog een duidelijk potentieel in de Franse markt.

### **3.2 Aankoopfrequentie**

Van de Franse huishoudens die najaar '93 bloembollen hebben gekocht geeft ruim 60% aan dat ieder najaar te doen. In het noorden van Frankrijk was dat zelfs 70% van het aantal kopende gezinnen.

Van de redenen die aangevoerd worden om niet elk najaar bloembollen te kopen blijkt vooral het meerjarige karakter van (vele) bloembollen een belangrijke rol te spelen. Verder geeft een groep aan dat men niet altijd ruimte genoeg heeft voor bloembollen in de tuin. Daarnaast zegt 4% van de infrequente kopers het "wel eens te vergeten om bloembollen te kopen".

Eventuele teleurstellende ervaringen met het produkt kunnen van invloed zijn op de aankoopfrequentie.

Van de kopers zegt 30% wel eens teleurstellende ervaringen met bollen te hebben gehad. Bij het merendeel gaat het hierbij om het feit dat de bollen helemaal niet opkwamen of dat de bollen wel opkwamen maar vervolgens niet bloeiden.

### **3.3 Bestedingen**

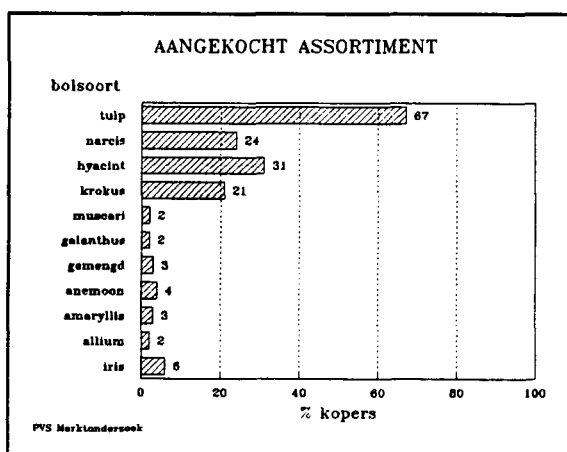
De helft van de kopende gezinnen die zich herinnerden wat ze in het najaar van 1993 aan bloembollen besteedden gaf te kennen dat de uitgaven aan bloembollen in het najaar van 1993 40 gulden of minder waren. Uit de resultaten blijkt tevens dat er een grote spreiding was in het uitgavenpatroon van de Fransen. Het merendeel van de ondervraagden wist echter niet precies aan te geven wat de bestedingen aan bloembollen waren.

#### 4. ASSORTIMENT

In navolging van landen als Nederland en Duitsland blijkt ook Frankrijk verknocht te zijn aan de tulp. Maar liefst bijna 70% van de Franse bloembollenkopers kocht tulpen gedurende het najaar van 1993. Ook hyacinten doen het buitengewoon goed in Frankrijk, want eenderde van de kopers was ervoor in de markt. Verder werden narcissen door 23% en krokussen door 21% van de kopers gekocht. Andere bolsoorten scoorden veel lager.

Het gemengde pakket lijkt helemaal niet aan te slaan, want slechts 3% van de kopers waagden zich eraan.

In onderstaande grafiek staat het gekochte najaarsassortiment bloembollen in Frankrijk weergegeven.



Regionaal gezien zijn er enkele verschillen. Zo lijkt de tulpebol minder populair in het zuiden en de narcis minder in het oosten. De hyacint is vooral populair in het zuiden, maar relatief minder in en rond Parijs. Krokussen doen het vooral goed in het noorden.

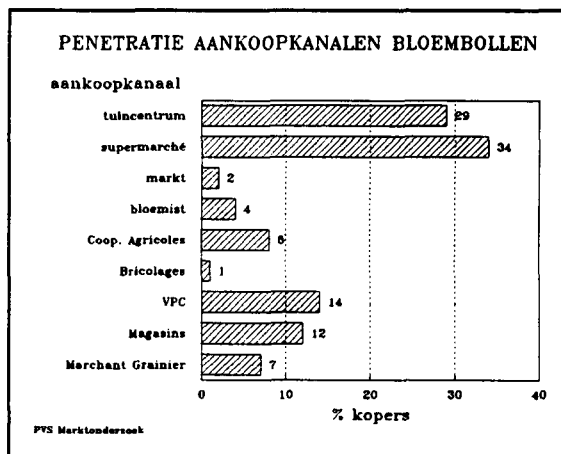
Wat betreft het aangekochte volume per bolsoort, van hyacint koopt het merendeel nog geen 10 stuks. Van krokussen koopt het merendeel ongeveer 20 stuks, van narcis 10 tot 30 stuks. Van tulp varieert het totaal aangekochte stuks tussen de 20 en 50 stuks.

#### 5. AANKOOPPLAATSEN

Bij de vaststelling van de aankoopplaatsen van bloembollen, is het volgende onderscheid gemaakt:

- jardinerie (tuincentrum);
- supermarché/superette/hypermarché;
- markt;
- bloemist;
- Grand magasin/Magasin Populaire;
- Bricolage/Quincaillerie (doe-het-zelf);
- Vente par Correspondence (VPC = postorderbedrijf);
- Marchant Grainier (zaadwinkel);
- Coop. Agricoles (= kwekersorganisatie);
- overig.

In Frankrijk zijn het tuincentrum en de superette/supermarché/hypermarché (vanaf nu: supermarkt) verreweg de meest bezochte aankoopkanalen voor bloembollen. Het tuincentrum trok bijna en de supermarkt ruim 30% van de kopers aan. De VPC en de Magasins werden ieder door nog geen 15% van de kopers bezocht, de overige kanalen stelden niet zoveel voor. In onderstaande grafiek staat de koperspenetratie per aankoopkanaal vermeld.



Regionaal zijn er wederom enige verschillen. In Parijs zijn de tuincentra relatief minder belangrijk: de "Magasins" daarentegen wel. In het noorden doen de VPC-bedrijven het heel goed, in tegenstelling

tot het oosten. In deze laatste regio zijn ook de supermarkten relatief van mindere betekenis.

De hoogte van de bestedingen bij de verschillende kanalen wijken enigszins van elkaar af. Zo besteden de meeste kopers bij een supermarkt en een zaadwinkel relatief weinig, bij een tuincentrum en Bricolage gemiddeld en bij een VPC en Coop. Agricoles veel.

Wat het aangekochte assortiment bij de verschillende aankoopkanalen betreft, de tulp neemt bij allen het leeuwedeel in maar doet het relatief minder goed bij de Magasins. Hyacinten worden minder goed verkocht via de zaadwinkels.

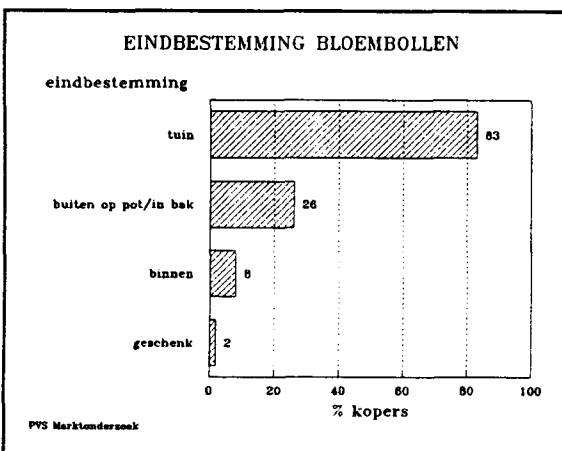
De VPC doet het goed in narcissen en de Coop. Agricoles in krokussen.

## 6. EINDBESTEMMING

Zoals al eerder vermeld worden de aankopen van bloembollen vooral door vrouwen gedaan. Echter ook het planten van de bollen wordt in meer dan de helft van de gevallen door de vrouw des huizes aangepakt. Slechts een kwart van de beplantingen wordt door een man uitgevoerd. Slechts 2% van de aangekochte bollen zijn als geschenk weggegeven en maar liefst 12% van de bollen was op het moment van vraagstelling nog niet geplant. De overige bollen werden door een ander familielid of kennis geplant.

Ruim 80% van alle bloembollenkopers hebben (een deel van) hun bloembollen in de tuin geplant. Daarnaast plant maar liefst een kwart van de ondervraagden hun bollen buiten op pot of in een bak wat voor Europese begrippen hoog is. Met name in het zuiden van Frankrijk wordt dit veel toegepast, want maar liefst 40% van de bollenkopers plant de bollen er op pot.

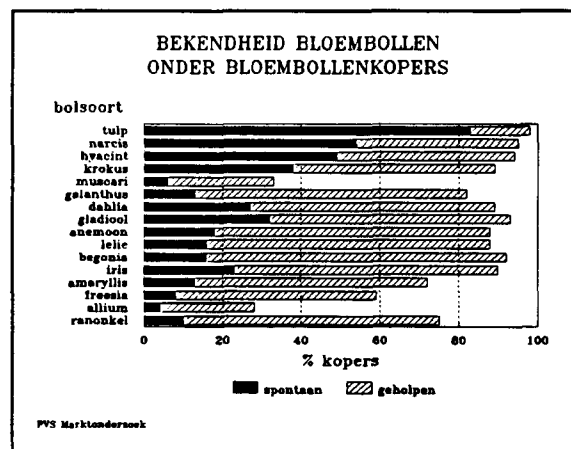
Nog geen 10% van de Fransen gebruikt ook bollen voor binnen. Ook hier is het gebruik van bollen binnenshuis in het zuiden meer ingeburgerd, want 15% maakt er gebruik van.



## 7. KENNISNIVEAU

Het kennisniveau van bloembollenkopers is met betrekking tot een tweetal aspecten vastgesteld: assortiment en planttijdstip.

Allereerst de bekendheid van het bloembollenassortiment. Deze is op twee niveaus vastgesteld: de spontane en de geholpen bekendheid. Bij de spontane bekendheid is gevraagd "welke bloembollen en -knollen kent u?"; bij de geholpen bekendheid wordt gevraagd of men bepaalde soorten bloembollen - aan de hand van een vooraf opgestelde lijst - kent (bijvoorbeeld: "kent u de tulp?"). In onderstaande grafiek wordt het resultaat weergegeven.



Gemiddeld weet een Franse bollenkoper 4,1 bolsoorten spontaan op te noemen. Dat is veel in vergelijking met de Verenigde Staten (3,1), maar laag in vergelijking met Duitsland (5,5).

Top-of-mind product is de tulp (83%). Daarna volgen narcis en hyacint, welke door ongeveer de helft van het aantal kopers spontaan teruggespeeld wordt. Krokus kent bijna 40% van de ondervraagden als bol, en voor ongeveer 30% van hen geldt dat voor gladiool en dahlie. De overige bolsoorten genieten een minder hoge (spontane) bekendheid.

Met hulp kent bijna eenieder de gevraagde bolsoorten, met uitzondering van galanthus (80%), ranonkel (75%), amaryllis (70%), freesia (60%), muscari (ruim 30%) en allium (30%).

Bollenkopers in Parijs en in het zuiden zijn iets minder goed op de hoogte van het bollenassortiment dan de rest van de bevolking. Komt men elders tot ruim 4 soorten, in genoemde regio's komt men nog niet eens tot 4 soorten.

Een ander belangrijk aspect omtrent het kennisniveau van bloembollen is de plantperiode van voorjaarsbloeiërs enerzijds en zomerbloeiërs anderzijds. Daartoe is gevraagd of men de plantperiode van tulpen respectievelijk gladiolen wilde aangeven.

De plantperiode van tulpen is bij lange na niet bij iedereen bekend. Slechts iets meer dan de helft van de respondenten hadden het bij het goede eind. Eentiende moest het antwoord schuldig blijven terwijl ongeveer 40% een verkeerd antwoord gaf.

De plantperiode van gladiolen is veel meer bekend bij de Franse bollenkopers; dit in tegenstelling tot andere Europeanen, die de planttijd van de tulp wel en die van de gladiool veel minder goed kenden. In Frankrijk weet namelijk driekwart van de kopers de planttijd van gladiolen uit het hoofd. Verder weet (vreemd genoeg) ruim 15% geen antwoord te geven. Slechts 10% gaf een verkeerd antwoord.



## 8. HET IMAGO VAN BLOEMBOLLEN

Teneinde het imago van bloembollen onder bollenkopers op diverse aspecten vast te stellen zijn de respondenten enkele statements voorgelegd. Vervolgens konden ze aangeven of ze het wel of niet eens waren met de betreffende statement.

Allereerst het imago van bloembollen als tuinprodukt. Hier hebben de volgende statements min of meer betrekking op.

### *bloembollen zijn onmisbaar in de tuin*

Een kwart van de kopers is het niet eens met deze stelling, 70% vindt bloembollen echter wel onmisbaar in de tuin. Regionaal gezien zijn er niet zulke grote verschillen. Tevens kan gesteld worden dat hoe ouder men wordt, des te meer men vindt dat bloembollen onmisbaar zijn in de tuin.

### *bloembollen zijn de eerste tekenen van het voorjaar*

Veruit het grootste deel van de bollenkopers is het met deze stelling eens, ongeacht de regio waarin men woont.

### *bloembollen brengen de mooiste kleuren in de tuin*

Lang niet iedereen vindt dat bloembollen de mooiste kleuren in de tuin brengen. Eenderde van de respondenten vindt dit namelijk niet, 60% wel. Met name in Parijs en in het oosten vinden relatief meer bollenkopers dat er andere producten zijn die mooiere kleuren in de tuin brengen.

### *Ik koop graag bloembollen die je plant en die dan meerdere jaren opkomen en bloeien*

Deze statement dient de behoefte aan meerjarige bollen te achterhalen. Ongeveer driekwart van de Franse bollenkopers koopt graag meerjarigen. Dit geldt vooral voor de regio Parijs.

### *bloembollen zijn ouderwets*

Bloembollen zijn niet ouderwets, vindt de ruime meerderheid (94%) van de Franse bevolking.

Vervolgens werden enige statements voorgelegd die betrekking hadden op het gebruik van bloembollen.

### *Er is veel kennis voor nodig om met bloembollen om te gaan*

Driekwart van bollenkopend Frankrijk vindt verregaande kennis over bloembollen niet nodig om er mee om te kunnen gaan. 20% Vindt dat echter wel terwijl 5% zich geen mening weet te vormen.

### *Bloembollen zijn makkelijk in gebruik*

Ondanks dat 1 op de 5 Fransen van mening is dat er kennis nodig is om met bloembollen om te kunnen gaan, vindt toch bijna eenieder dat bloembollen makkelijk in het gebruik zijn. Blijkbaar wordt het niet als negatief ervaren om kennis van zaken te moeten hebben als voorwaarde om met bloembollen om te gaan.

### *Ik vind het leuk om in het najaar bloembollen in de tuin te planten*

Deze statement is voorgelegd om te achterhalen of het jaarlijkse plantritueel van bloembollen als een probleem wordt ervaren. Dit blijkt niet het geval te zijn, want bijna 85% van de kopers heeft er juist plezier in.

Vervolgens zijn een tweetal statements voorgelegd met betrekking tot de prijs-kwaliteit verhouding van bloembollen.

### *Bloembollen zijn waar voor je geld*

Ongeveer driekwart van de respondenten onderschrijft deze stelling. Van de overigen is de ene helft het er niet mee eens en weet de andere helft geen antwoord te geven.

Ik koop vooral bloembollen wanneer ze in de aanbieding zijn

De meningen omtrent deze stelling zijn verdeeld. Een merendeel (60%) is het er niet mee eens, 35% is dat echter wel. Met name in het oosten van het land zijn de meningen zeer verdeeld.

Interessant is het om de resultaten van deze statement te koppelen aan de verkoopkanalen. Dan blijkt dat vooral bezoekers van verkoopkanalen als supermarktes, hypermarktes, superettes, Magasins en zaadwinkels bloembollen kopen als ze in de aanbieding zijn. De kopers bij het tuincentrum zijn veel minder gevoelig voor aanbiedingen.

De laatste statements zijn voorgelegd om de behoefte aan snelbloeiende bloembollen te toetsen. De ontwikkelingen op bloembollengebied gaan namelijk dusdanig snel dat zulke produkten - bij behoefte - wel eens snel op de markt zouden kunnen verschijnen.

Ik ben geïnteresseerd in bloembollen die binnen één maand bloeien

Er blijkt enige interesse voor snelbloeiende bloembollen te zijn. Ruim eenderde van de ondervraagden heeft interesse. 10% Weet zich geen voorstelling van zo een produkt te maken en ruim 50% heeft geen interesse. Waarschijnlijk is voor hen het wachten op het resultaat (bij planten in het najaar en bloei in het voorjaar) een pluspunt van bloembollen.

Toch is er een doelgroep voor deze produkten te vinden. Bijna de helft van de 65-plussers blijkt namelijk wel interesse te hebben in snelbloeiende bloembollen. Regionaal gezien komt de interesse vooral uit het zuiden.

Ik ben nog steeds geïnteresseerd in zulke snelbloeiende bloembollen indien deze tweemaal zo duur zijn

Aan de geïnteresseerden voor snelbloeiende bloembollen is gevraagd of zij er ook tweemaal zo veel voor zouden willen betalen. De helft van hen blijkt dan nog steeds interesse te hebben.

Conclusies uit de batterij statements zijn de volgende:

Franse bollenkopers staan redelijk positief ten opzichte van bloembollen. Ze vormen de eerste tekenen van het voorjaar, zijn makkelijk in het gebruik en zijn niet ouderwets. Driekwart van de bevolking vindt dat ze waar voor je geld geven en dat ze onmisbaar in de tuin zijn. Een kleine meerderheid vindt dat ze ook de mooiste kleuren in de tuin brengen. Negatief punt is dat voor een grote groep kopers bloembollen vooral interessant zijn wanneer ze in de aanbieding zijn.



