



MARKTOVERZICHT

Biobloemen

Marijke Van Ranst - BioForum
Juni 2021

Inleiding

Bij bio denken de meeste mensen aan voedingsproducten als groenten en fruit, eieren, melk, ... Meestal zijn vooral de onverwerkte producten top-of-mind. Bio heeft echter ook voor andere, ook niet-eetbare producten een meerwaarde.

De allereerste stappen voor de biologische sierteeltsector dateren van ruim 20 jaar geleden (voornamelijk in Nederland). In het laatste decennium en vooral de laatste 5 jaar beweegt er ook veel in België.

Waar biologische voeding stilaan de niche ontgroeid is, kunnen we dit voor biologische sierteelt nog niet zeggen. Sierteelt is binnen bio nog steeds een klein segment, waarvan weinig concrete cijfers te vinden zijn. Met deze marktstudie brengen we de gegevens, maar vooral ook de kansen en knelpunten die er zijn in kaart.

Ook in de gangbare sierteelt beweegt er veel. Zo komt het lokale aanbod onder prijsdruk te staan van een internationaal aanbod. Aangeboden boeketjes in supermarkten en bij bloemisten komen steeds vaker van Afrikaanse bloemenplantages, waar een relatief gunstig klimaat heerst en de arbeidskost laag is. De snijbloemen zijn voor die herkomstlanden zeer belangrijke exportproducten. De waarde van de wereldhandel in bloemen wordt op meer dan 100 miljard dollar per jaar geschat.¹ Consumenten zijn bovendien gewoon aan een aanbod het hele jaar rond, terwijl we bij het biologische aanbod, zeker op lokaal vlak, ons focussen op de maanden april tot oktober.

Deze marktstudie kadert in de werking van BioForum naar sierteelt, met name in het PDPO project Biobloemen: kleur van op het bioveld tot bij de consument. Meer info over dat project vind je op <https://www.bioforum.be/biobloemen>.

¹ <https://www.fairtradebelgium.be/producten/producten-hun-verhalen/bloemen/>

INHOUD

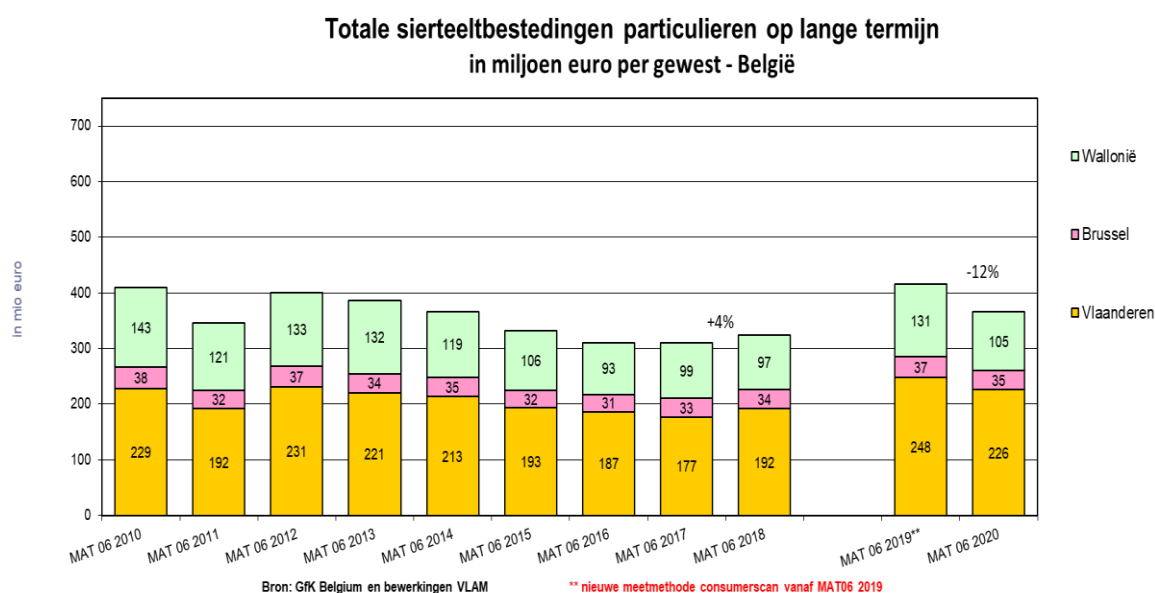
1. Belgische aankoop (gangbare) sierteelt	4
1.1. Aankoop gangbare sierteelt.....	4
1.2. Bereidheid tot kopen van biologische bloemen.....	9
2. Productie in Vlaanderen / België	14
3. Kansen en knelpunten in keten en afzet	18
3.1. Omschakelingsperiode en certificatie.....	18
3.2. Voedselveiligheid & biosierteelt.....	20
3.3. Beschikbaarheid biologisch uitgangsmateriaal.....	21
3.4. Opleiding, expertise en kennisuitwisseling.....	22
3.5. Prijsvorming.....	22
3.6. Afzetkanalen.....	23
3.7. Kansen in overheidsopdrachten?.....	28
3.8. Duurzame labels.....	30
3.9. Fairtrade & bio?.....	30
4. Conclusie	31

1. Belgische aankoop (gangbare) sierteelt

1.1. Aankoop gangbare sierteelt

Voor een eerste indicatie van de sierteeltmarkt kijken we naar de algemene aankoopcijfers. Die worden samengesteld op basis van de aankopen van het consumentenpanel opgevolgd door GfK in opdracht van VLAM. Voor sierteelt maakt GfK momenteel nog geen onderscheid tussen bio en gangbaar. We bekijken de periode juli 2019 tot juni 2020, die ook de impact van de Corona-crisis meegeeft.

De totale particuliere sierteeltbestedingen in België bedroegen in deze periode 366 miljoen euro of 32,28 euro per capita. 62% hiervan (226 miljoen euro) wordt gerealiseerd in Vlaanderen. De neergaande tendens van de sierteeltbestedingen leek gestopt in 2018 en de verwachtingen waren hoopvol maar toen kwam de coronacrisis. De sierteeltbestedingen daalden de voorbije periode met 12%. In Vlaanderen bleef deze daling beperkt tot 9%.

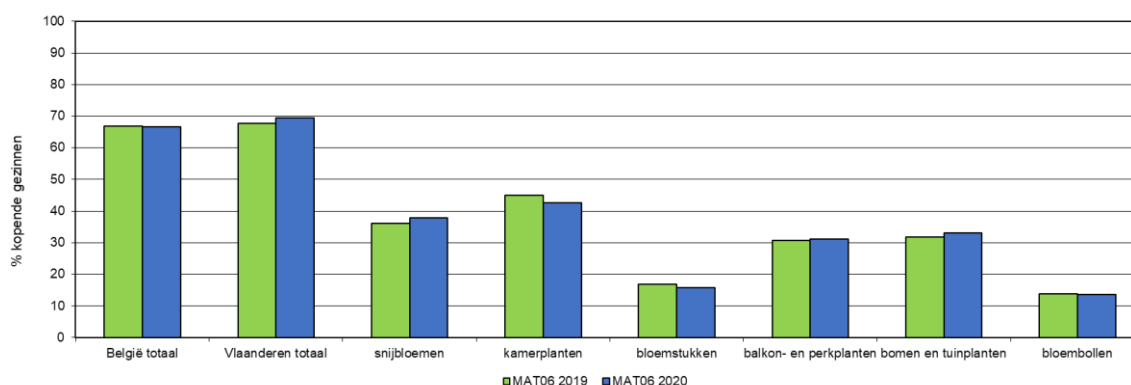


Door de lockdown in maart 2020 kwam de verkoop van tuinplanten, ondanks het mooie weer, traag op gang. Winkels waren tijdelijk gesloten. Een overaanbod leidde tot druk op de prijzen. Sierteelt is een van de sectoren die serieus verstoord werd door Corona. Het effect van Corona op de afzet van biologische bloemen is echter niet vergelijkbaar omwille van de kleinschaligheid en de andere afzetkanalen.

Stijgend aantal kopers voor sierteelt in Vlaanderen

Het aantal kopende huishoudens voor België is 67 op 100. In Vlaanderen ligt dit aantal iets hoger (69 op 100) en steeg dat bovendien in de voorbije periode. De meeste kopers vinden we bij de kamerplanten (43 op 100) en snijbloemen (38 op 100). Daarop volgen bomen en tuinplanten (33 op 100) en balkon- en perkplanten (31 op 100). Bloemstukken hadden een moeilijk seizoen door de coronacrisis en zagen het aantal kopers teruglopen van 17 naar 16 op 100. Tot slot bleef het aantal kopers van bloembollen stabiel op 14 op 100.

Penetratie sierteeltproducten in België per productcategorie



Wie koopt wat?

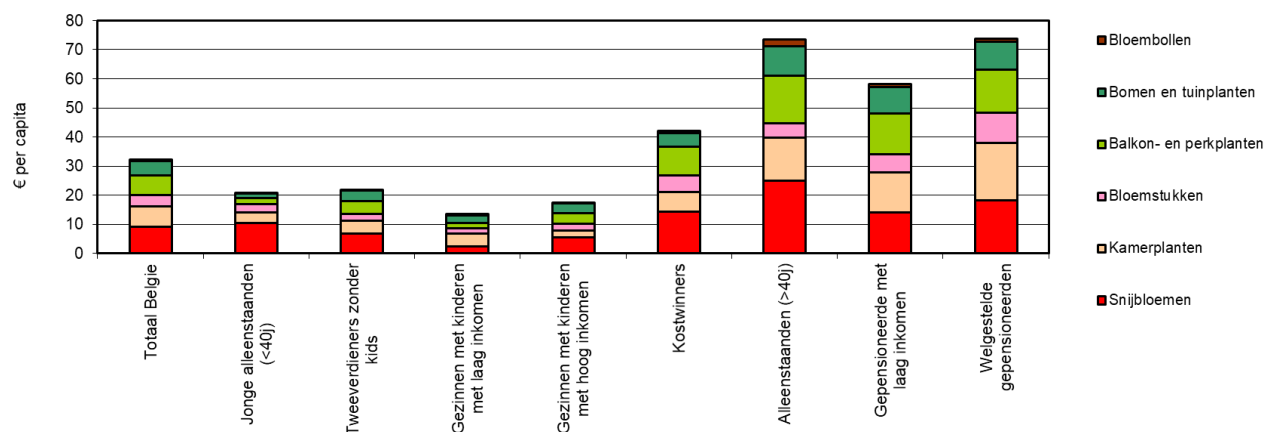
De aankoop van sierteeltproducten zijn sterk leeftijds- en levenscyclusgebonden. De sierteeltbestedingen stijgen met de leeftijd. De 50-plussers vormen de belangrijkste groep binnen de sierteeltmarkt. Deze groep is immers goed voor 80% van de omzet. Vooral de 65-plussers zijn trouwe sierteeltkopers.

Met een bedrag van meer dan 70 euro per capita besteden oudere alleenstaanden en welgestelde gepensioneerden een veelvoud van het bestedingsbedrag van jonge alleenstaanden en gezinnen met kinderen, die minder dan 20 euro per capita spenderen aan bloemen en planten.

Jonge alleenstaanden besteden weinig aan sierteeltproducten en kopen hoofdzakelijk snijbloemen. Gezinnen met kinderen met een beperkt inkomen en gepensioneerden kopen relatief meer kamerplanten. Bomen en tuinplanten zijn relatief oververtegenwoordigd bij gezinnen met kinderen.

Bestedingspatroon sierteelproducten in België

(per leeftijd, geslacht en beroepsactiviteit – MAT06 2020)

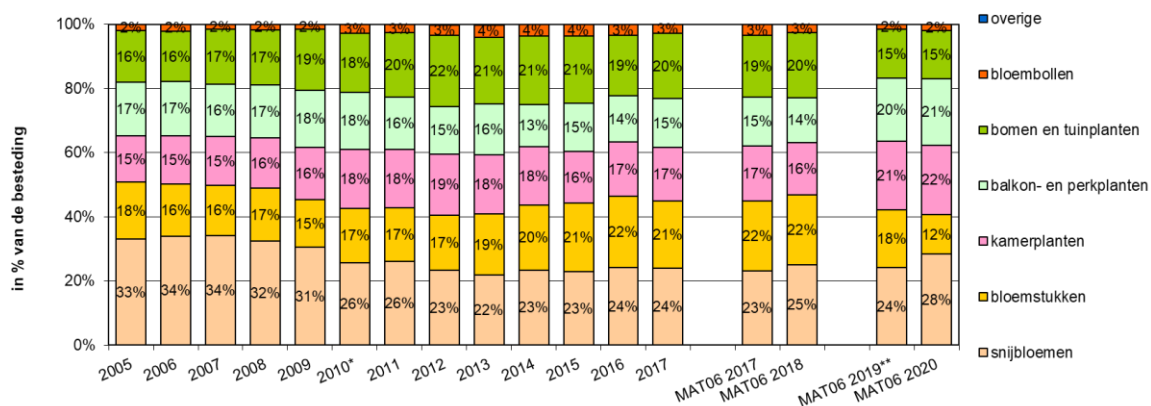


Snijbloemen veruit de grootste categorie in gangbare sierteelt

Binnen de sierteelt hebben snijbloemen een omzetaandeel van 28%. Ze zijn hiermee de belangrijkste categorie, gevolgd door kamerplanten met 22% en 'balkon- en perkplanten' met 21%. Bloemstukken daalden niet enkel in aantal kopers maar verloren ook marktaandeel en daalden van 18 naar 12%.

Gegevens over biologische verkoop zijn niet beschikbaar, maar op basis van het aanbod kunnen we wel stellen dat de verkoop in bio overwegend gaat om verkoop van bloembollen en snijbloemen en in beperkte mate bloemstukken. Er is nog geen echt biologisch aanbod balkon-perkplanten, bomen of tuinplanten, met uitzondering van plantgoed voor groenteteelt, kruiden en fruit. Het biologisch aanbod kamerplanten is voornamelijk beperkt tot orchideeën en kerstrozen.

Bestedingsaandeel sierteelt per categorie in België



Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM

* vanaf 2010 wijziging in methodiek van papier naar online

** nieuwe methode consumerscan vanaf MAT06 2019

Een kopend huishouden koopt gemiddeld 9 keer per jaar bloemen en planten. Binnen de categorie van de snijbloemen is het gemengde boeket goed voor 42% van de bestedingen. De tweede plaats wordt ingenomen door het mono-boeket van rozen (22%). Het mono-boeket van tulpen is het derde belangrijkste met 13%. Het aandeel van andere mono-boeketten neemt een vijfde van de markt in.

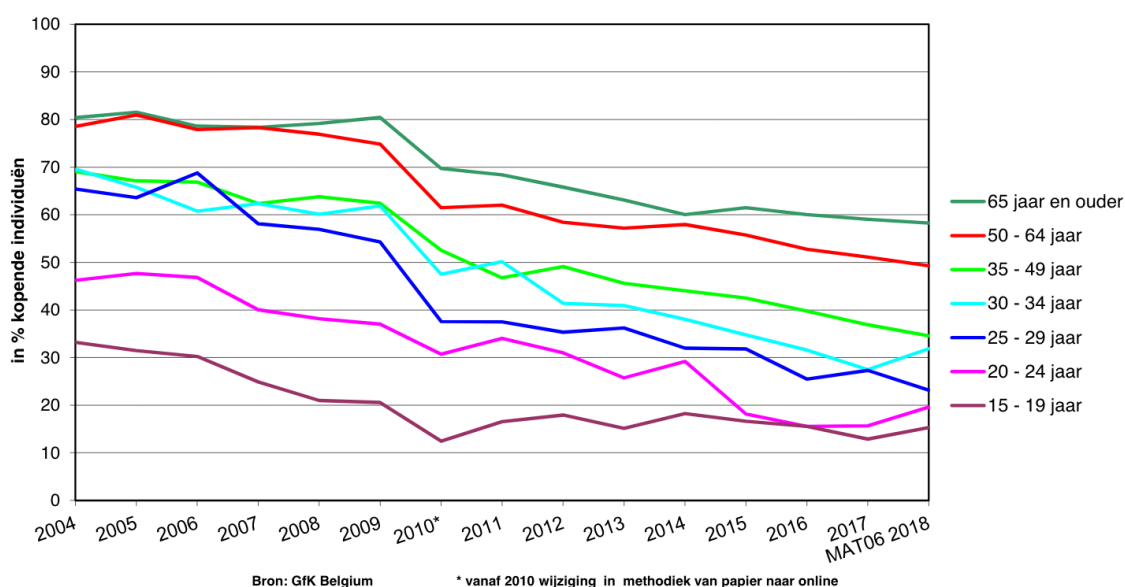
Bij de kamerplanten staat de orchidee op nummer één (24%). De nationale trots azalea heeft een stabiel aandeel van 4% binnen de categorie van de kamerplanten. Voor aankoop van biologische sierteeltproducten hebben we geen overkoepelende gegevens. Het is evenmin zinvol om gegevens van individuele marktdeelnemers te extrapoleren. In de verschillende afzetkanalen (zie verder) geven we wel enkele gegevens van specifieke marktdeelnemers. De verkoop neemt toe samen met de productie en de beschikbaarheid (van zowel binnenlandse als buitenlandse producten).

In het kader van het project biobloemen heeft het Proefcentrum voor de Sierteelt (PCS) in samenwerking met BioForum een enquête uitgevoerd bij consumenten. De resultaten hiervan zijn mee verwerkt in deze marktstudie (zie hoofdstuk 1.2). Gezien de kanalen van bekendmaking was er een hoog aandeel respondenten dat aangaf al eens biologische bloemen gekocht te hebben (30%). Los van de bekendmaking is er ook vertekening mogelijk omdat mensen soms de perceptie hebben dat een product biologisch is.

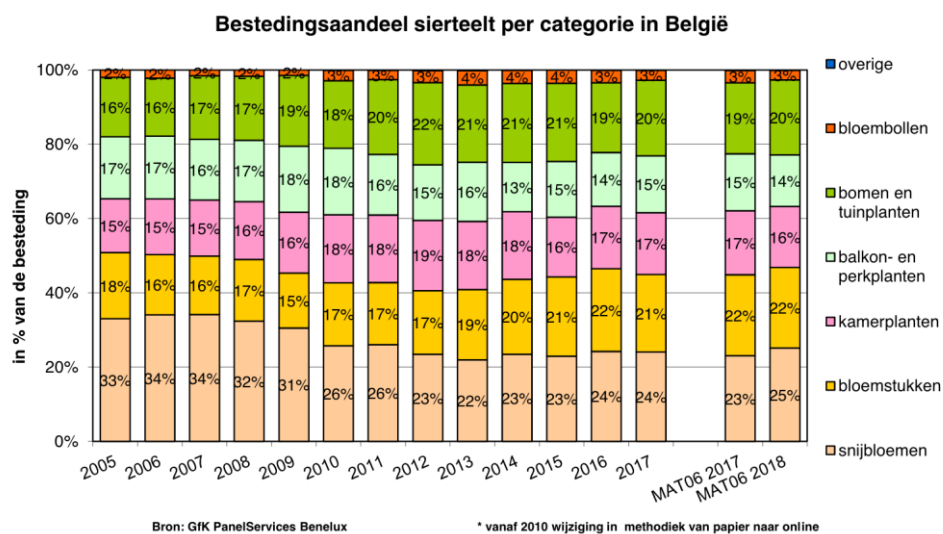
Als biologische sierteeltproducten qua marktaandeel op een zelfde niveau zouden zitten als bij biologische voeding (3%), dan ligt het huidige potentieel voor biologische sierteelt ongeveer 12 miljoen euro. Dat is in de huidige context wellicht een grove overschatting van de markt, die vermoedelijk eerder aansluit bij 0,05% à 0,2 % aandeel bio binnen sierteelt.

Aantal kopers sierteeltproducten

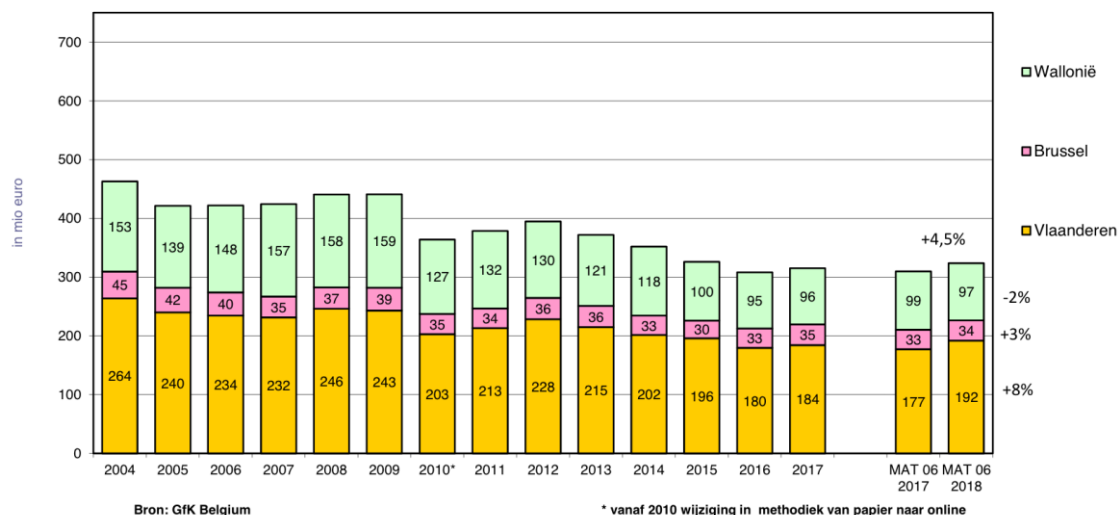
Penetratie sierteeltproducten in België - per leeftijdscategorie



Totale sierteeltbestedingen



Totale sierteeltbestedingen particulieren in miljoen euro per gewest - België



1.2. Bereidheid tot kopen van biologische bloemen

In februari 2019 lanceerden de proefcentra voor groenteteelt (PCG) en sierteelt (PCS) in samenwerking met BioForum een consumentenenquête om inzicht te krijgen in wat mensen weten over biobloemen en wat ze ervan verwachten.

Deelname en representativiteit

Het doel van deze enquête was om bij “mensen met interesse in bio” te peilen naar hun kennis en verwachtingen over biologische bloemen. Door de specifieke doelgroep kunnen er geen conclusies getrokken worden over de Belgische bevolking in het algemeen. 1152 mensen vulden de enquête in. We zagen onder de deelnemers een grote geografische spreiding. De meeste respondenten kwamen uit Oost-Vlaanderen (37 %), de provincie Limburg was ondervertegenwoordigd (7 %). De woonomgeving van de respondenten was gelijkmatig verdeeld tussen platteland (42 %), stadsrand (37 %) en centrum (21 %). Opvallend meer vrouwen (85 %) vulden de enquête in, niet onlogisch gezien het onderwerp. Doordat de bevraging enkel online werd gecommuniceerd waren er minder deelnemers boven de 65 jaar, maar vooral deelnemers onder de 25 jaar waren ondervertegenwoordigd, wellicht omdat deze categorie mensen minder bezig is met het onderwerp.

Verloop enquête

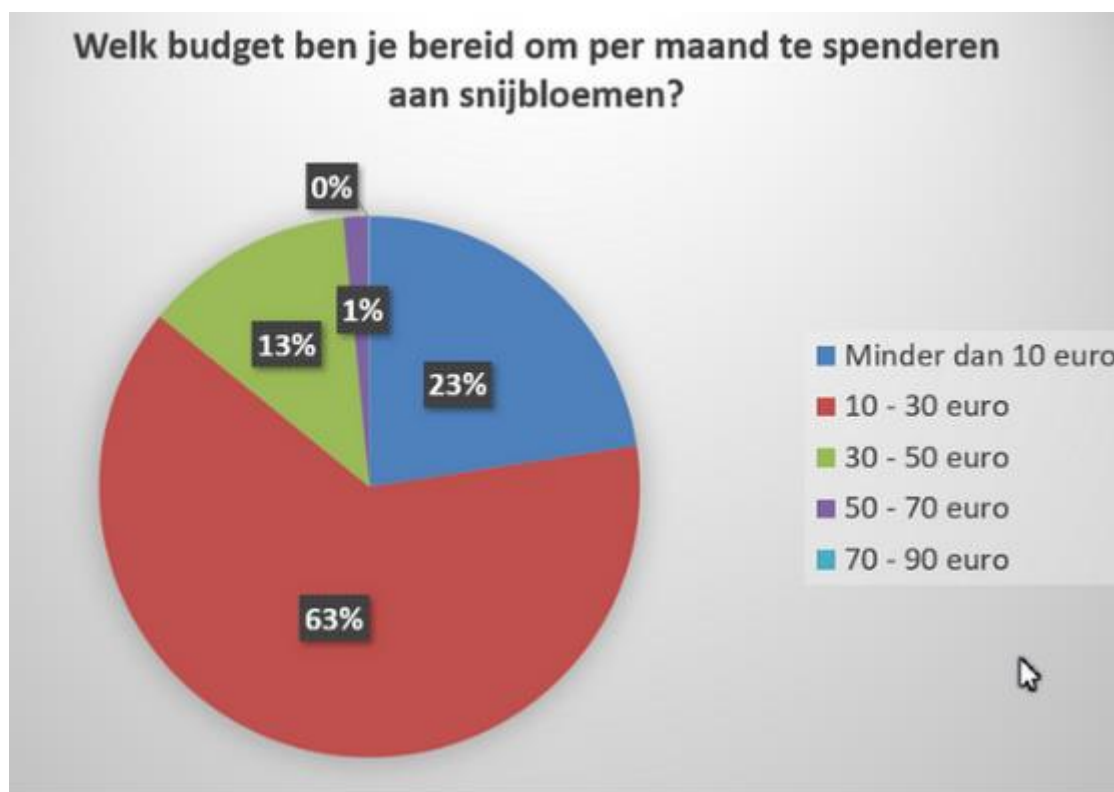
De enquête werd gelanceerd op 12 februari en liep tot 17 maart 2019. Onder de deelnemers werden drie biologische bloemenboeketten ter waarde van 30 euro weggegeven. De bekendmaking van de enquête gebeurde via Bioforum, PCG, PCS en de provincie Oost-Vlaanderen. Met dank aan alle bedrijven en organisaties die de enquête bekend gemaakt en verspreid hebben via hun nieuwsbrieven, website of Facebookpagina.

<https://www.biomijnatuur.be/nieuws/resultaten-bloemenenquete>

Gemiddeld 10 à 30 euro per boeket

Het merendeel van de deelnemers (63%) is bereid maandelijks tussen 10 en 30 euro te spenderen aan zowel gangbare als biologische snijbloemen, terwijl 23 % minder dan 10 euro wil uitgeven, 13% van de respondenten is bereid maandelijks 30 tot 50 euro te spenderen aan snijbloemen.

De meerderheid van de respondenten (61 %) verlangt dat snijbloemen minstens 7 dagen houdbaar zijn. Voor 15 % van de respondenten volstaat een houdbaarheid van 4 à 5 dagen terwijl de overige 24 % een houdbaarheid van 10 dagen wil.



Lokale, gezonde en verse bloemen...

Meer dan 70 % van de deelnemers associeert gangbare bloemen met verse bloemen die lang houdbaar zijn en in vele soorten, kleuren en formaten beschikbaar zijn. Ook biologische bloemen worden door meer dan 70 % van de respondenten geassocieerd met verse bloemen die lang houdbaar zijn, maar slechts 51 procent van de mensen denken bij biobloemen aan een beschikbaarheid in vele soorten, kleuren en formaten. Nochtans is de diversiteit in bio erg groot!

Daartegenover staat dat de biobloemen wel duidelijk meer geassocieerd worden met de afwezigheid van chemische bestrijdingsmiddelen en kunstmeststoffen, en een eerlijke prijs voor de bloementelers. Niet-biologische bloemen scheppen bij 29% van de respondenten de perceptie van lokaal geteeld te zijn en een Belgische oorsprong te hebben, terwijl dat bij biobloemen duidelijk veel hoger ligt (79%). De meerderheid (72%) vindt dat biobloemen duidelijk te onderscheiden zijn van gangbare bloemen via erkende labels.

"Meer dan 70% associeert biobloemen met lange houdbaarheid, zonder chemische bestrijdingsmiddelen of kunstmest én een eerlijke prijs voor de telers. 51% denkt dat biobloemen minder beschikbaar zijn in soorten, kleuren en formaten."

Biobloemen in de winkel

Van alle respondenten heeft 30% al eens biologische bloemen gekocht, 45% heeft al van biobloemen gehoord maar weet niet waar hij/zij die kan kopen en een kleine minderheid (14%) wist tot nu toe niet af van het bestaan van biologische bloemen. Van de mensen die wel al eens over biobloemen gehoord hebben, maar geen idee hebben waar ze te kopen zijn (45 %), zijn een aanbod biobloemen bij de biowinkel, bioboer of supermarkt in de buurt de belangrijkste motivatie om in de toekomst biobloemen te kopen.

Voor de mensen die al eens biologische bloemen in het aanbod gezien hebben, maar ze toen niet gekocht hebben (11%), waren de voornaamste redenen om ze niet te kopen dat ze bloemen uit eigen tuin konden plukken (32%) of omdat ze de biologische bloemen te duur vonden (29%). [Lees hier waarom biobloemen hun prijs waard zijn.](#)

Voor de respondenten die al eens biologische bloemen gezien hebben en ze toen ook gekocht hebben (11%), waren de milieu-impact, de afwezigheid van pesticiden en de schoonheid van het boeket de belangrijkste redenen om ze te kopen. Deze biologische bloemen werden voornamelijk aangekocht rechtstreeks bij de bioboer (38%) of in een biowinkel (19%). Van deze groep kopers was de overgrote meerderheid (90%) tevreden over de houdbaarheid van het biologisch boeket en bijna iedereen was algemeen tevreden over zijn aankoop van biobloemen.

Ruim 92% zou in de toekomst opnieuw overgaan tot de aankoop van een boeket biobloemen en de overige 8% die twijfelen, zouden overtuigd kunnen worden door de garantie dat de milieu-impact van biobloemen kleiner is dan die van gangbare bloemen en door een divers aanbod biologische bloemen in de buurt.



Heel het jaar door?

Wat als er geen verse biobloemen zijn in de winter? De meerderheid (60%) van de consumenten verkiest om buiten het biobloemenseizoen geen biobloemen te willen kopen en te wachten tot het aanbod er terug is in de lente. 20% vindt het belangrijk om jaarrond verse bloemen ter beschikking te hebben en kiest in de wintermaanden voor niet-biologische bloemen, terwijl 12% droogboeketten een goed alternatief vindt om in de winter van lokale biobloemen te kunnen genieten. Van de mensen die droogboeketten een goed alternatief vinden, geeft 63% wel aan nog nooit een droogboeket gekocht te hebben.

Zijn prijs waard

Hoe moet zo'n biologisch bloemenboeket eruit zien (zie beeld hieronder)? De consument heeft een duidelijke voorkeur voor boeket 2 (72%). Boeket 1 (13%) en boeket 3 (15%) vallen een stuk minder in de smaak. Liefhebbers van boeket 2 omschrijven het als een natuurlijk boeket met wilde bloemen in mooie kleuren.

Of mensen bereid zijn het boeket van hun voorkeur aan te kopen voor de werkelijke prijs hangt nauw samen met het boeket van hun voorkeur. Ondanks een duidelijk prijsverschil tussen de drie boeketten, schat de consument de prijs van de drie boeketten gelijkaardig in op iets meer dan 20 euro. Er is een opvallend verschil tussen bio en niet-bio consumenten: terwijl ongeveer 30% van de mensen die aangeven dat ze zelden of nooit bio kopen bereid zijn om het biologisch boeket aan de aangegeven prijs te kopen, ligt dit aantal op bijna 40% voor de mensen die minstens wekelijks of minstens maandelijks bio kopen.



Naar welk boeket gaat jouw voorkeur uit?

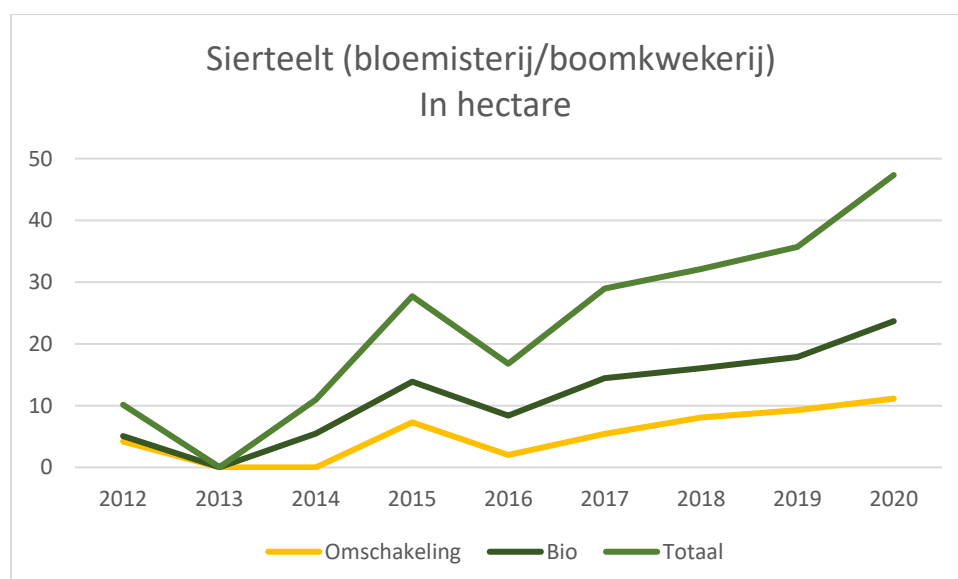
"72% heeft een duidelijke voorkeur voor boeket 2: dit boeket wordt omschreven als een natuurlijk boeket met wilde bloemen in mooie kleuren."

2. Productie in Vlaanderen / België

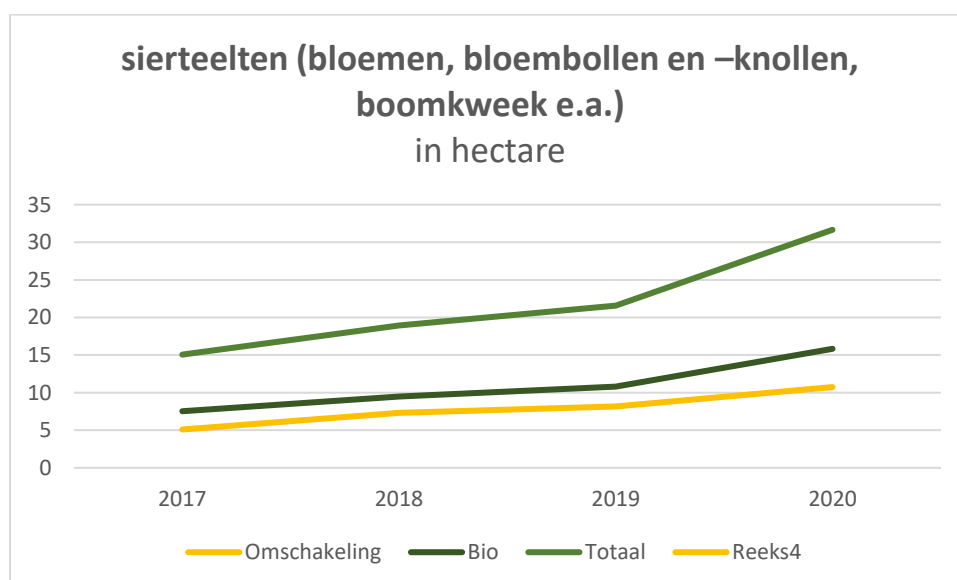
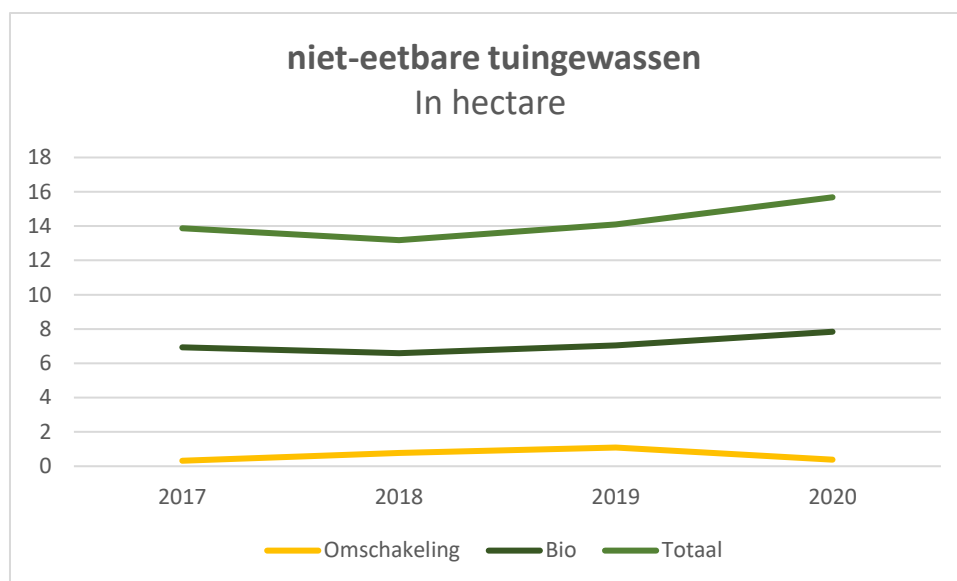
Als opkomende sector zijn er ook op het niveau van productie nog weinig gedetailleerde cijfers ter beschikking. Departement Landbouw en Visserij stelt via het jaarlijkse biologische jaarrapport wel gegevens ter beschikking van de arealen in biologische sierteelt. Vanaf 2017 worden de gegevens van areaal sierteelt verder opgedeeld in enerzijds “sierteelten (bloemen, bloembollen en -knollen, boomkweek e.a.)” en anderzijds “niet-eetbare tuingewassen”.

Een knelpunt is dat deze gegevens afhankelijk zijn van de perceelsaangiften en dus worden bepaald op basis van teeltcodes. Aangezien in de praktijk nog heel wat bedrijven een beperkt aanbod sierteelt hebben op een areaal dat aangegeven is als een andere hoofdeelt, wordt niet alle bestaande sierteelt geregistreerd.

Een deel van de aangiften wordt geregistreerd onder “Snijsbloemen andere dan rozen”, maar evenzeer zijn er telers die omwille van de diversiteit in aanbod en de teelttechniek hun arealen aangeven onder permacultuur (vanaf 2021) of andere teelten.²



² Teeltcodes: https://lv.vlaanderen.be/sites/default/files/attachments/tabel_teeltcodes_-_versie_25042019.pdf

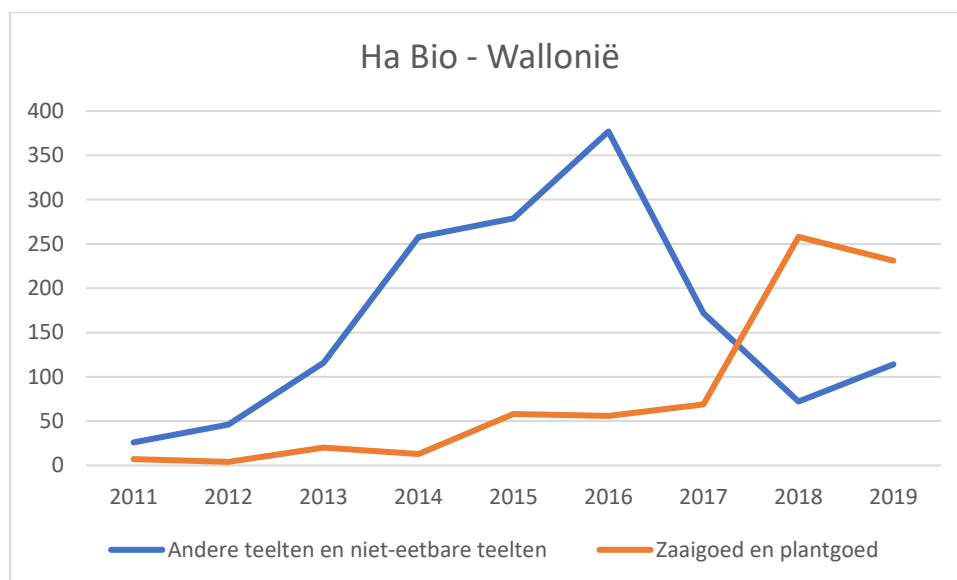


Bron: Departement Landbouw en Visserij op basis van Certisys, TÜV Nord Integra en Inscert Partner

Voor het areaal in Wallonië hebben we evenmin een correct beeld specifiek voor sierteelt. De rapportage van BioWallonie³ bevat de evolutie van het areaal “Non-alimentaire”, gewassen niet geschikt voor consumptie. Voor 2020 hebben we een onvolledige vergelijking.

³ <https://mk0biowalloniejo431r.kinstacdn.com/wp-content/uploads/2020/06/Le-bio-en-chiffre-2019.pdf>

	2019	2020
Niet-eetbare gewassen	114 (ha)	
Lin textile - linnen	32	27
Chanvre textile – hennep		4
Miscanthus	15	10
Sapins de Noël - dennen	41	50
Plantes ornementales - sierplanten	5	4
Houblon - hop	1	1,4
Bouleau - berk	20	
Zaigoed en plantgoed	231 (ha)	
Pépinière - kwekerijen	15	
Plants de pommes de terre - pootgoed	41	
Semences - zaigoed	175	



Een exact areaal snijbloemen is moeilijk weer te geven.

Op dit moment (juni 2021) hebben 55 bedrijven een aanbod in Vlaanderen. De onderstaande tabel toont hoe dit precies verspreid zijn geografisch.

Wil je graag weten om welke bedrijven het gaat? Op www.biobedrijvengids.be vind je altijd de meest up-to-date informatie. Je zoekt op “Teelten & Vee” en vinkt dan “Sierteelt” aan. Voor een overzicht in aanbod naar consument, kan je terecht op www.biopunten.be

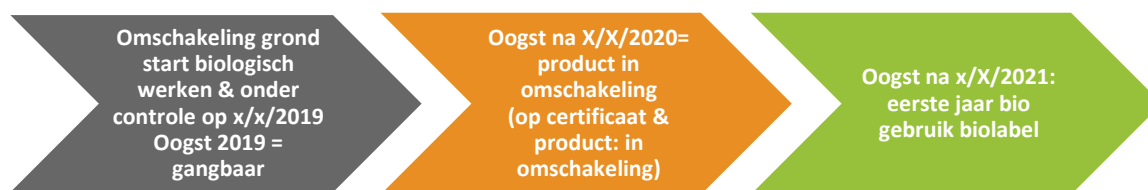
	Aangemeld	Eerste jaar in omschakeling	Gecertificeerd in omschakeling	Gecertificeerd bio	TOTAAL
Antwerpen		2		9	11
Limburg			1	4	5
O. Vlaanderen	1	1	1	15	18
VL. Brabant		2		12	14
W. Vlaanderen		1		6	7
TOTAAL	1	6	2	46	55

3. Kansen en knelpunten in keten en afzet

De eerste stappen in biologische sierteelt in Vlaanderen en omliggende landen werden al meer dan 10 jaar geleden gezet. De opstartperiode verliep moeizaam, maar de voorbije vijf jaren ging alles in een stroomversnelling. We vermoeden dat er een momentum is, wat kan leiden tot een doorgroei van de sector. Dat hangt af van verschillende factoren, die we in dit hoofdstuk in kaart brengen. We kijken zowel naar opportuniteiten als naar knelpunten.

3.1. Omschakelingsperiode en certificatie

Een product mag alleen biologisch verkocht worden als het geteeld is op biologisch gecertificeerde grond. Gangbare landbouwgrond moet dus ook bij de teelt van bloemen een omschakelperiode van 2 jaar doorlopen. In het eerste jaar waarbij de grond onder controle staat moet de oogst gangbaar verkocht worden en mag er in de communicatie niet verwezen worden naar bio. In het tweede jaar is het product officieel in omschakeling en kan het product met de vermelding “in omschakeling” worden verkocht. Bij meerjarige teelten duurt de omschakelperiode drie jaar.



Tijdens de volledige omschakelperiode moet een producent volledig volgens de biologische productieregels werken. Het is een overgangperiode die moet toelaten dat het bodemleven zich opnieuw kan ontwikkelen, terwijl bepaalde residu's verminderd worden. In sommige situaties kan na bodemanalyse een verkorte omschakeling worden toegepast.

Dit algemeen certificatiekader geldt voor alle biologische teelten en is een bescherming voor de waarden van bio. Aangezien het wettelijk kader voor bio voornamelijk focust op producten voor menselijke consumptie, botsen siertelers in de praktijk af en toe op de grenzen van de wetgeving en de toepassing in de praktijk in het verdere vervolg van de keten. Naast de teelt zijn er namelijk ook wettelijke bepalingen voor het verhandelen van biologische producten. Elk bedrijf dat een product verkoopt met de vermelding “bio” valt onder de biowetgeving en moet onder controle staan: zowel groothandel, verwerking, winkels... Een winkel die enkel voorverpakte bioproducten verkoopt aan consument kan vrijgesteld zijn, voor sierteelt kan het dan bv gaan om aankoop en verkoop van boeketten.

Op het moment van schrijven heeft nog geen enkele Vlaamse gangbare bloementeler de stap gezet naar bio. De biologische sierteelt bestaat vooral uit nieuwe telers. Ook zij moeten in sommige gevallen een omschakelperiode doorlopen, als ze bijvoorbeeld op gangbare grond telen. We zien ook dat kleinschalige telers al wel werken (deels) volgens de bioprincipes, maar pas na verloop van tijd de stap zetten naar biologische certificatie. Ook voor hen geldt een omschakelperiode.

Omdat er nog wat onduidelijkheid heerst en de sector nog klein is, merken we in de praktijk een gedoogbeleid op voor enkele aspecten. Hieronder lichten we alvast enkele knelpunten toe, die zich vermoedelijk scherper zullen stellen naarmate de sector groeit.

- Binnen voeding is de verkoop van omschakelproducten al niet vanzelfsprekend, maar voor snijbloemen lijkt dat nog een grotere uitdaging. Bio is in sierteelt nog onvoldoende gekend. Daarnaast zien we dat de communicatie over bio soms te vrijblijvend gebeurt, vb. tijdens de omschakelperiode. De garanties van bio en de bijhorende omschakeling zorgen ervoor dat sierteeltproducten zich soms in een grijze zone bevinden. Een voorbeeld: een biobedrijf gaat een samenwerking aan met een bloementeler (of splitst de bedrijfstak af), die op hun gecertificeerde grond teelt, volgende de bioprincipes. De bloementeler heeft echter een apart ondernemingsnummer en moet dus zelf onder controle staan als de teelt onder eigen beheer gebeurt en de bloementeler voor eigen vermarkting zorgt. In de praktijk zijn er meerdere voorbeelden waarbij de controle via het bestaande biobedrijf verloopt om zo de kosten te drukken.
- Een groot deel van de verkoop van biobloemen richt zich rechtstreeks tot de consument. Dat zien we ook bij kleinschalige lokale bloemenprojecten. Door het rechtstreekse contact met de klant is er een vertrouwensrelatie tussen teler en consument. De klant vertrouwt dus (al dan niet terecht) de claim dat de productie biologisch is. Klanten doen geen navraag naar certificatie.
- Binnen afzet B2B is er meer controle ingebouwd, tenminste als de afnemers zelf onder controle staan voor bio. Een biowinkel, een supermarkt, een distributeur, ... elke schakel in de keten moet ook de certificaten van de toeleveranciers opvragen en kunnen voorleggen. De afzetkanalen van sierteelt zijn echter niet altijd vertrouwd met deze wettelijke verplichting, waardoor zij zelf niet altijd onder controle staan en dus evenmin certificatie opvragen. Bedrijven die niet in regel zijn vormen hierdoor oneerlijke concurrentie voor de gecertificeerde bedrijven, ook al gebeurt dat vaak uit onwetendheid.
- De certificatieplicht vormt een drempel in afzet. Bloemisten, bloemenhandel, ... nemen verkennende eerste stappen in hun aanbod bio en toetsen de reacties af bij hun klanten. Bio vormt bij hen meestal slechts een klein onderdeel van het assortiment en certificatie associëren ze met een bedrijf dat volledig kiest voor bio.
- Wanneer bio voor een niet-gecertificeerde afnemer commercieel interessant blijkt te zijn, vertaalt zich dat ook in de communicatie. De bloemist zal regelmatig communiceren over de samenwerking met de bioteler en zijn verhaal gebruiken als uithangbord. Wanneer slechts een klein deel van het assortiment bio is, het bio-assortiment maar een korte periode van het jaar aanwezig is en/of het onduidelijk is voor de klant welke bloemen bio zijn en welk niet, dan kan je dat misleidende communicatie of greenwashing noemen. Zonder opvolging van de certificatie zal er ook over niet-gecertificeerde bloemen worden gecommuniceerd alsof ze biologisch zijn.
- Een winkel die onverpakte bioproducten verkoopt moet hiervoor onder controle staan, ook als het gaat om een kleine hoeveelheid. Dat geldt ook voor bloemisten. De meerderheid van de bloemisten kopen bloemen aan in emmers, waarin de

bloemen onverpakt zitten. Een correcte communicatie over bio zou dus per emmer kunnen gebeuren in de winkel. In de praktijk zullen bloemisten al zelf boeketten samen stellen. Alleen wordt dat gezien als herverpakking en het samenstellen van een product. Gezien hierbij geen controle is van bio kan bij dit boeket geen communicatie volgen over het aandeel bio. Een bloemist die enkel werkt met gecertificeerde telers of een scheiding maakt tussen het biologische en gangbare aanbod kan wel een bioboeket samenstellen, hetzij als winkelier (voor de ogen van de klant); hetzij als verwerker (voorverpakking). Het meest eenduidig in certificatie en communicatie zijn mono-boeketten waarin slechts één type bloem gebundeld is tot boeket.

- Gezien de sector nog groeiende is en gezien het aanbod ook sterk afhankelijk van de seizoenen is het bij het samenstellen van boeketten niet evident om te beperken tot een louter gecertificeerd aanbod. Van zodra een boeket echter gangbare (niet-gecertificeerde) bloemen of bloemen in omschakeling bevat kan je niet meer spreken van een bioboeket.

Er is dus een spanningsveld tussen afzetkansen maximaliseren en sluitende garanties geven via certificatie.

De focus van deze marktstudie ligt op snijbloemen. Ook voor andere sierteeltproducten heeft het wettelijk kader en de evolutie hiervan een impact. Biologische productie is met name een grondgebonden productie. Dat is een belemmering om in het volledige sierteeltaanbod ook een biologische variant beschikbaar te maken, we denken hierbij aan kamerplanten en bloembollen op pot, ... Binnen de huidige Europese verordening is er een uitzondering toegestaan voor de verkoop van kruiden op pot naar consument. Vanaf 2022 zullen er ook voor sierteelt meer mogelijkheden zijn binnen de Europese wetgeving. In enkele Europese landen, met name Nederland, Italië, ... wordt dit al enkele jaren toegestaan. Aangezien deze producten ook als gecertificeerd bio op de Belgische markt komen en verkocht worden in de Belgische winkels, is er momenteel geen gelijkvormigheid.

3.2. Voedselveiligheid & biosierteelt

Bloemen geteeld volgens de biologische productieregels voldoen ook aan de normen voor biologische voeding wat betreft bv het gebruik van toegelaten bestrijdingsmiddelen. Vanuit het oogpunt van voedselveiligheid is er geen risico op contaminatie op dat vlak. Echter, niet alle bloemen zijn geschikt voor consumptie. Een teler moet er dus bij het transport over waken dat er geen vermenging mogelijk is of contaminatie met de pollen van de bloemen op onverpakte voedingsproducten.

Het is bovendien een aandachtspunt om systematisch het onderscheid te maken tussen bloemen geschikt voor consumptie en diegene die het niet zijn, zeker wanneer er bv gekozen wordt om de bloemen te drogen. Door ook hierbij de stroom geschikt voor consumptie gescheiden te houden, is er openheid voor diverse afzetkansen (zie verder verwerking). Dit betekent echter ook dat de droogplaatsen conform voedselveiligheid moeten zijn.

Aangezien de overheid certificatie voor bio enkel toelaat voor bedrijven die gekend zijn bij het FAVV, is er in de praktijk een knelpunt voor bloemisten die willen communiceren over hun bio-aanbod en zich hiervoor willen laten certificeren. Voor sierteelt is er door het FAVV enkel controle van productie, transport en import van sierteeltproducten, detailhandel

naar consument van niet-voedingsproducten valt hier buiten. Hierbij kan de controleorganisatie melding maken en toestemming vragen aan de bevoegde overheid voor certificatie.

3.3. Beschikbaarheid biologisch uitgangsmateriaal

Om biologische bloemen en sierplanten te telen moet niet enkel de grond, maar ook het uitgangsmateriaal idealiter biologisch zijn. Met andere woorden: de zaden, de bloembollen, plantgoed en stekken. Het gebruik van biologisch uitgangsmateriaal is in de biologische landbouw verplicht indien beschikbaar.

Voor het gebruik van gangbaar uitgangsmateriaal kan men ontheffing aanvragen. Dat uitgangsmateriaal mag dan echter niet chemisch ontsmet zijn. Omdat de sector nog klein is, is het voor kwekers van uitgangsmateriaal nog niet altijd opportuun om de stap naar bio te zetten. In de praktijk beperken ze zich dan ook tot de meest courante soorten. De Vlaamse siertelers onderscheiden zich echter door de diversiteit aan soorten, waardoor ze vaak genoodzaakt zijn om ontheffing aan te vragen en gangbaar uitgangsmateriaal aan te kopen en hiermee verder te telen. Het eigen gekweekte aanbod kan verder als biologisch uitgangsmateriaal ingezet worden. Bij bloembollen is de eigen kweek minder evident. Het voordeel is dat die wel meerdere jaren gebruikt kunnen worden vooraleer de kwaliteit achteruit gaat.

De opkweek van uitgangsmateriaal (zaden, bloembollen, bomen) is een specialisatie in de sierteelt. Gespecialiseerde kwekers kunnen sneller een bio-assortiment ontwikkelen als ze kunnen werken op gecertificeerde grond van bestaande biobedrijven. Dat is ook opportuun in functie van teeltrotatie (om plagen te voorkomen). Er is nog onvoldoende aandacht voor variëteiten die sterk staan in biologische teelt. Het aanbod biologisch bloemenzaad is vaak gericht op teelten die geschikt zijn voor tuinen en dus niet altijd voldoende geselecteerd op houdbaarheid en kwaliteit als snijbloem.

Voor telers is het een zoektocht naar variëteiten die sterk staan in de teelt en voldoende aantrekkelijk en divers zijn voor boeketten. Eigen zadenteelt kan een belangrijke hefboom zijn voor de sector. De VZW Vitale Rassen werkt al samen met enkele telers voor de teelt van bloemenzaden, overwegend voor verkoop aan consument. Ook de kweek van bloembollen en knollen wordt al door enkele Vlaamse telers opgenomen.

Het gros van de bloembollen komt uit Nederland. In Nederland zijn de biologische bloembollentelers verenigd binnen BioBol, om zo gezamenlijk een divers assortiment aan te bieden en op elkaars expertise verder te bouwen.

Het moeilijkste segment binnen plantgoed is het aanbod biologische bomen. Bomen zijn een meerjarige teelt waardoor je nog één jaar extra moet rekenen voor de omschakelperiode. Voor professionele afzet worden dan ook vaak omschakelingsproducten aangeboden.

Voor biologische boomteelt is het soepel inspelen op een toegenomen marktvraag veel moeilijker. De bomen hebben een lange groeiperiode.

Er is ook sprake van een 'kip-of-eiverhaal' waarbij het aanbod te klein is om aan de toegenomen vraag te voldoen, maar tegelijk het areaal alleen voldoende kan uitbreiden als de vraag voldoende groot en standvastig blijft. Contractteelt zou hier eventueel een oplossing kunnen bieden.

3.4. Opleiding, expertise en kennisuitwisseling

Wie de kennis van biologische landbouw en de kennis van sierteelt wil combineren zal vaststellen dat dit een zeer uiteenlopende expertise vereist.

Via het opleidingscentrum Landwijzer zijn er al verschillende jonge telers gestart, die zich konden inspireren tijdens de stages die ze mochten lopen bij pioniers als Fleur Couleur, Bloom of Duizendblad.

Ook het Proefcentrum Sierteelt verdiept zich sinds enkele jaren in biologische teelt en ondersteunt de telers met onderzoek rond combinatieteelten, plaagpreventie, bodembeheer, ... Daarnaast is er ook praktische ondersteuning door de organisatie van Samenzaaidagen.

Ontmoeting tussen de telers is cruciaal om ervaringen en kennis uit te wisselen. Het Biobedrijfsnetwerk bloementelers probeert hiervoor een platform te zijn. Daarnaast is er ook een Facebookgroep waarin biologische siertelers ervaringen en informatie kunnen uitwisselen.

Pioniers hebben met vallen en opstaan veel expertise opgebouwd en delen dit in zekere mate ook met collega's. Wederzijds vertrouwen en openheid is hierbij cruciaal en staat soms onder druk van een snel groeiend aantal nieuwe bedrijven en een uitdagende marktontwikkeling.

3.5. Prijsvorming

De kosten voor biologische sierteelt liggen vaak hoger dan in de klassieke teelt. Hier spelen meerdere factoren in mee: de Belgische biosiertelers werken op een kleinere schaal, met een divers aanbod en vaak beperkte mechanisatie. Biologisch uitgangsmateriaal is eveneens duurder. Ook dat draagt bij tot een hogere kostenopbouw. Telen in open lucht geeft onder invloed van het weer meer risico op verlies. Tot slot zit er ook nog weinig stabiliteit in de afzetmogelijkheden.

Omdat een groot deel van de biologische sierteelt rechtstreeks verkocht wordt aan de consument, is er genoeg ruimte om informatie mee te geven met de klant. Er wordt een band opgebouwd met klanten, wat leidt tot een hogere bereidheid om meer te betalen, wetende dat de prijs ook staat voor een eerlijk inkomen voor de boer.

Binnen het netwerk van Vlaamse biotelers zijn er al verschillende oefeningen geweest om op een correcte manier om te gaan met kostprijsberekening, om dit eerlijk loon voor elke marktdeelnemer te garanderen.

Correcte prijsvorming is gebaseerd op een volledig kostprijsberekening, correcte verloning, aantal oogstbare stelen per m², Een differentiatie per teelt of in relatie tot de intensiteit van de teelt wordt niet altijd toegepast, aangezien ook de prijsperceptie meespeelt. Zo worden bepaalde grotere bloemen als waardevoller beschouwd door afnemers en klanten en zal de teler via die perceptie een deel inkomen recupereren van de teelten die arbeidsintensiever zijn of als minder waardevol worden gezien.

Uit de consumentenenquête 2019 bleek dat het merendeel van de bevroegden bereid zijn om per maand een budget tussen 10 en 30 euro te besteden aan bloemen. Deze opgegeven bereidheid ligt echter ver boven de feitelijke bestedingen in sierteelt algemeen, we mogen intentie dus zeker niet gelijkschakelen met feitelijke aankoopbereidheid.

Uit deze bevraging bij consumenten blijkt dat ze bereid zijn om gemiddeld tot 20% meer te betalen voor biologische sierteeltproducten, voor zover die van een voldoende kwaliteit en grootte zijn en als de meerwaarde van het product duidelijk uitgelegd wordt.

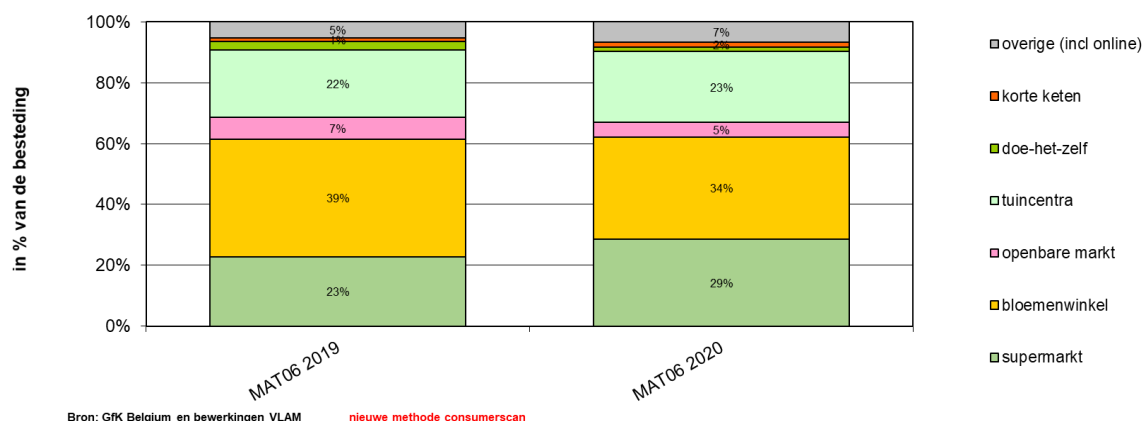
In dezelfde enquête geeft 29% aan geen biobloemen te kopen omdat ze die te duur vinden. Gezien de beperkte beschikbaarheid van biologische bloemen wijst dit resultaat ook voor een deel op een perceptie die leeft over biologische bloemen. Consumenten die aangeven bij voeding te kiezen voor bio vertonen meer bereidheid om ook bij bloemen een correcte prijs te betalen.

In de praktijk moeten we een onderscheid maken tussen aankoop rechtstreeks bij de teler en via andere kanalen. In een B2B-keten blijkt de impact op de prijs van de marges die gerekend worden door elke schakel in de keten, een tē grote doorslag geven op de prijs aan eindconsument in verhouding tot het aangeboden product. Dit heeft enerzijds te maken met het feit dat er meer afstand is tot de teler en het verhaal deels verloren gaat. Anderzijds zijn biologische bloemen verse producten en wordt er net als bij andere verswaren een grotere marge gerekend om verlies te compenseren. Een correcte marge bij verhandelende marktdeelnemers is een evenwichtsoefening tussen het realiseren van een prijs die de verkoop stimuleert en het opvangen van risico's. Wie lokale biobloemen in het aanbod neemt doet er goed aan om die voldoende in de kijker te zetten en ze in een concurrentiële positie te zetten naast een buitenlands aanbod.

3.6. Afzetkanalen

Voor het algemene (voornamelijk gangbare) aanbod bloemen is de bloemenwinkel de plaats bij uitstek waar de Belgische consument bloemen koopt. Bloemenwinkels hebben een marktaandeel van 34%. Maar dit afzetkanaal staat sterk onder druk van de verkoop via supermarkten (vooral buurtsupermarkt en hard discount) die op een tweede plaats komen met 29% marktaandeel gevolgd door het tuincentrum met 23% marktaandeel. Vooral de bloemenwinkel en de openbare markt moesten zwaar inleveren door de coronacrisis (respect. -29% en -64%). De onlineverkoop boemde maar kon het verlies van deze kanalen niet goedmaken.

Aandeel distributiekanaal sierteeltproducten in België

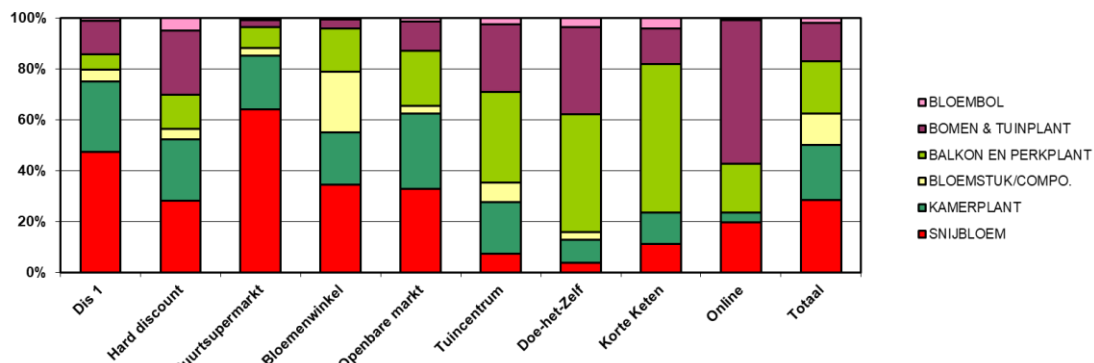


Elk kanaal zijn eigen assortiment

Het assortiment verschilt zeer sterk per winkelformule. Voor de klassieke supermarkt (Dis 1) en de buurtsupermarkt zijn de snijbloemen de belangrijkste categorie. Bloemstukken/plantencomposities en snijbloemen vormen voor de bloemenwinkel de belangrijkste categorieën. Het tuincentrum, de doe-het-zelfzaak en de korte keten verkopen vooral bomen, tuinplanten, balkon- en perkplanten. Bij de onlineverkoop zijn de bomen en tuinplanten zelfs verantwoordelijk voor bijna 60% van de omzet. De hard discount en de openbare markt hebben een meer gevarieerd sierteeltaanbod.

Sierteeltassortiment per distributiekanaal in België

(op basis van bestedingen in MAT06 2020)



Wanneer we kijken naar de afzet van de lokale biologische sierteelt zien we een volledig ander verhaal. Hou er echter rekening mee dat de buitenlandse biobloemen in de Belgische handel wel vooral via de courante afzetkanalen tot bij de klant komen. De afzet van de Belgische biologische sierteelt is voor een groot deel rechtstreeks aan consument (Korte Keten) en voor een deel ook B2B (in ontwikkeling).

Korte keten

In de rechtstreekse verkoop aan consument zijn er verschillende formules.

Zelfpluk: De klant kan op een gewenst moment bloemen plukken en ter plekke betalen. Het bespaart de teler een grote hoeveelheid werk en kosten bij het oogsten, het sorteren, stockeren en marktklaar maken en vermarkten van de bloemen. Omgekeerd moet er bij zelfplukpercelen iets meer aandacht geschonken worden aan een aantrekkelijk en verzorgd perceel en omgeving. Een zelfpluktuin is vooral interessant op een perceel dat goed zichtbaar is van op de openbare weg.

Een meer specifieke vorm van zelfpluk is het CSA-systeem (Community Supported Agriculture). Hier koopt de klant een oogstaandeel voor een heel oogstseizoen. In ruil kan hij een specifieke hoeveelheid bloemen plukken. Dit is een courante praktijk binnen de Vlaamse biologische sierteeltbedrijven.

Zowel bij de occasionele zelfpluk als bij CSA moet de teler voldoende materiaal ter beschikking stellen voor de plukkers: messen, een emmer en eventueel verpakkingsmateriaal. Daarnaast moet er vooral aandacht zijn voor goede communicatie over wat plukklaar is en welke hoeveelheden geoogst mogen worden. Er bestaan CSA-oogstaandelen specifiek voor bloemen, maar ook CSA-bedrijven die in de eerste plaats groenten telen, maar dat aanbod occasioneel uitbreiden met bloemen.

Voor de kostprijsberekening is het voor de telers belangrijk dat ook de werkuren in omkadering (communicatie met de klanten, op het veld, ...) als de werkuren in functie van sfeerbeleving (extra bloemen, ruimte voor ontmoeting, ...) worden meegerekend.

Voor klanten is de zelfpluk een fijne beleving. Achteraf kunnen ze genieten van een vers boeket dat ze volgens eigen smaak hebben samengesteld.

Voorbeelden van zelfplukbedrijven: Vremdveld, De Kleur van Hier en nu; Ferm, ...

Voorbeelden van CSA: Loof en Bezen; Plukboerderij van Schelle, ...

Naast de zelfpluksystemen zijn er nog andere vormen van korte keten: een eigen hoevewinkel of een marktkraam. Een goed afzetkanaal zijn de typische boerenmarkten of biomarkten, omdat de marktbezoekers daar bewust kiezen voor regionale en/of bioproducten. Bloemen worden op openbare markten vaak spontaan gekocht als "meeneemproduct". Meestal worden kant-en-klare boeketten aangeboden omdat het makkelijker is om die vooraf klaar te maken en de verkoop dan ook sneller gaat.

Een voorbeeld hiervan is het kraam van M'akker, het samenwerkingsverband tussen enkele boeren uit het Mechelse, met bloemen van Ferm.

Organisaties als Voedselteams en Boeren en Buren, bieden eveneens kansen in afzet naar consument, ook voor biobloemen. Voorbeeld: CSA Kraakvers.

Verschillende telers zetten ook in op florale decoratie van evenementen en feesten, ook dit is voornamelijk in rechtstreekse afspraak met eindklant.

De meerderheid van de Vlaamse biotelers verkoopt hun aanbod bloemen (minstens deels) rechtstreeks aan consument. Alle rechtstreekse adressen met verkoop aan consumenten vind je op: www.biopunten.be

B2B

Een aanbod biobloemen bij de biowinkel, bioboer of supermarkt in de buurt zou voor een groot deel van de consumenten drempelverlagend zijn en een goede motivatie om in de toekomst biobloemen te kopen (uit de consumentenenquête bleek dat wie al van biobloemen had gehoord, maar net wist waar ze te kopen, 45% dit als motiverend zou beschouwen.)

Het aanbod via langere keten is beperkt. De seizoensgebondenheid, beperktere hoeveelheden en prijsvorming zijn een remmende factor.

Ook de rechtstreekse band tussen de teler en consument vermindert of gaat zelfs verloren, waardoor klanten minder bereid zijn om meer te betalen. Er moet dus voldoende aandacht zijn voor communicatie over het verhaal van de telers en de productiemethode. In afzet B2B is er een onderscheid tussen afzet naar biosector (waar de bloemen vrij nieuw zijn) en afzet naar bloemensector (waar bio vrij nieuw is).

Biowinkels en supermarkten

Gespecialiseerde biowinkels hebben als verkoopskanaal voor biologische sierteelt heel wat potentieel. Hun klanten zijn in de meeste gevallen al overtuigd van de biologische teelt en kiezen bewust voor bioproducten. Vaak associeert men biologische voeding als voordelig voor de eigen gezondheid. Dit argument is minder duidelijk bij biologische sierteeltproducten, omdat die (meestal) niet gegeten worden. Het is dan ook belangrijk om consumenten toch nog extra te informeren over de meerwaarde van biologische sierteeltproducten.

Idealiter is in de biowinkel voldoende plaats voorzien, zodat er voldoende product kan worden aangeboden. Volume doet namelijk kopen. Een goed contact tussen de producent en de winkelier en goed opgeleid winkelpersoneel zijn andere kritische succesfactoren.

Er zijn verschillende biowinkels die een rechtstreekse samenwerking hebben met telers (bv Biobes werkt nauw samen met Bloom), maar de meerderheid van de biowinkeliers verkiest om een aanbod biobloemen beleverd te krijgen via hun vaste distributeurs. Groothandels naar biowinkels (bv Biofresh) maken voor hun sierteeltaanbod vaak gebruik van aankoophuizen uit Nederland, zoals BioZann. Kleinere distributeurs zoals BioBrugsOmmeland hebben tijdelijk al een lokaal aanbod aangeboden. Ook daar is voldoende communicatie cruciaal voor de slaagkansen.

Winkels en distributeurs die een lokaal aanbod centraal zetten, bieden de meeste opportuniteiten.

Bio-Planet is als biowinkel een buitenbeentje omdat ze verankerd zitten in de Colruytgroep en daardoor al contacten hebben met gespecialiseerde distributeurs van sierteelt, zoals Agreflor, die een bio-assortiment (deels lokaal) in hun gamma aanbieden.

De afzetkansen voor lokale biobloemen bij supermarktketens (zonder focus op bio) zijn momenteel beperkt.

Floristen & bloemenwinkels

Het aanbod biologische bloemen bij floristen en bloemenwinkels is nog beperkt. Enkele telers zetten in op samenwerking met floristen.

Blommm in Gent is voor Vlaanderen absolute koploper in de keuze voor biologische bloemen. Ze zijn gestart als webwinkel, maar openden daarna ook een fysieke winkel in het centrum van Gent. Blommm werkt samen met meerdere lokale biotelers en stelt zelf de boeketten samen. Ze bieden verse boeketten aan tijdens het seizoen en droogboeketten in de winterperiode. Er is een nauwe samenwerking en overleg met de telers.

Webwinkel

Voor bederfbare waren is de verkoop via webwinkel vaak moeizamer dan voor andere producten. Dat zien we ook bij sierteeltproducten. Het verzenden van sierteeltproducten is in België nog niet zo gebruikelijk. Voor kruiden, struiken en heesters zijn hier wellicht wel mogelijkheden. Het gebruik van een webwinkel kan hierbij goed van pas komen.

Toch zijn er enkele initiatieven waar er kansen zijn voor afzet van biologische sierteeltproducten.

- Mijn Bio Tuin – webwinkel verbonden aan distributeur BioSano, bevat o.a. biologisch zaaigoed in assortiment. In het verleden ook biologische bloembollen, maar die werking is gestopt.
www.mijnbiotuin.be
- Natuurpunt: Vivara: Webwinkel met voornamelijk voer voor tuindieren, maar evenzeer biologische zaden en ook (niet-bio) plantgoed van bloemen.
www.nl.vivara.be

Verschillende producenten en/of floristen maken hun aanbod kenbaar via de website. Vaak gaat het dan om een bestelmodule waarbij het boeket kan afgehaald worden op het bedrijf of op een afhaalpunt. De werking is vrij lokaal, om ook transport minimaal te houden. Meestal gaat het niet om een webwinkel met levering aan huis.

In het gangbare bloemenaanbod zien we wel een tendens naar thuislevering. Het Nederlandse bedrijf Bloomon levert ook in België en sluit qua communicatie en doelgroep nauw aan bij de doelgroep van de biobloemen. In 2020 zijn zij gedurende het hoogseizoen voor het eerst van start gegaan met ook een aanbod bio – met Nederlandse biobloemen. Ze leveren ook in België.

Ook voor biologische sierplanten zijn er kansen voor afzet via webwinkel. In Nederland is www.sprinklr.co hierin voorloper. In België is Ympa actief: zij zijn niet biologisch, maar zetten stappen in die richting. Ze zullen dus mogelijk een gecertificeerd aanbod hebben in de toekomst.

Tuincentra en Bio in de tuin

16% van de Belgische gezinnen deed in 2019 een beroep op een tuinaannemer, de meerderheid daarvan enkel voor onderhoud. Voor de helft van de respondenten bedroeg de factuur van de tuinaannemer meer dan €350 (mediaan). De gemiddelde factuur bedroeg €1 727. Dit gemiddelde is stijgend en wordt heel sterk beïnvloed door een kleine groep met een hoge factuur.

Het aantal ecologische tuinaannemers is nog beperkt, maar in opmars. Er zijn absoluut afzetkansen voor biologische sierplanten in samenwerkingsverbanden met bepaalde tuinaannemers.

Ook in de tuincentra zijn er afzetkansen. Ecoflora in Halle heeft als tuincentrum een aanbod bio en biedt daarnaast pesticidevrij plantgoed omdat het gecertificeerd aanbod nog beperkt is. Ferme nos Pilifs heeft naast de bioboerderij een tuincentrum dat sinds 2020 ook naar ecologische opties kijkt. Dat biedt kansen voor sierteelt. In Nederland is een gelijkaardige evolutie zichtbaar bij Intratuin. De slaagkansen zijn aanzienlijk hoger als er per referentie een duidelijke keuze gemaakt wordt voor bio (gangbare referenties één voor één vervangen) en als het assortiment voldoende breed is om het bio-segment goed te positioneren.

Aanwezigheid van pesticiden in planten in tuincentra is via enkele onderzoeken en campagnes (o.a. Greenpeace) meermaals onder de aandacht gebracht. Samen met een verhoogde aandacht voor bijvriendelijke planten opent dit deuren naar een biologisch aanbod.

Het gros voor bio in eigen tuin verloopt echter via rechtstreekse aankoop van zaden en bloembollen via webwinkels of acties in samenaankoop. Onder meer VELT organiseert zulke samenaankopen. Het gaat om een langdurige samenwerking met een teler. Jaarlijks worden zo een 500.000 biologische bloembollen aangekocht en verdeeld. Zulke acties zijn een stimulans voor de productie en zetten het belang van de keuze voor bio in de aandacht.

Afzet via uitvaartcentra

12% van de bestedingen van sierteeltproducten gaat naar bestedingen voor graven en/of uitvaart. Dat blijft vrij stabiel door de jaren, en dus is dit mogelijk een interessante afzetmarkt. Gezien de aard van het product gaat het hier om sporadische bestedingen met grotere bestedingen per aankoop, maar tevens ook op een moment dat mensen zich beroepen op de gekende kanalen en vlotte dienstverlening. Telers kunnen inzetten op communicatie naar consument over hun aanbod voor uitvaarten. Het is echter efficiënter om vooral het aanbod bekend te maken bij uitvaartcentra in de buurt en bij centra die aandacht hebben voor duurzame uitvaarten.⁴

3.7. Kansen in overheidsopdrachten?

Als een overheid aankopen wil doen – vb. voeding voor overheidskantines of planten voor openbare plantsoenen – dan moeten ze daarvoor werken via overheidsopdrachten. Een

⁴ Zie <http://www.groenebegrafenis.be/> en <https://greenleave.nu>

overheid kan een hefboom zijn voor de verduurzaming van een sector. Om dat te bereiken, bestaan er richtlijnen, de zogenaamde Green Public Procurement Guidelines (GPP).

Voor de aankoop van voeding door overheden is in deze GPP een duidelijke keuze gemaakt om het aandeel bio te verhogen. Ook bij overheidsopdrachten voor openbaar groen zijn er duidelijke kansen voor bio. De GPP guidelines⁵ voor ruimtelijke inrichting werden eind 2019 herzien. Voor het eerst werden hier criteria voor bio mee in opgenomen. Er wordt gekeken naar een bepaald percentage bio, die verder bepaald wordt door de opdrachtgevende overheid. Er wordt eveneens voorgesteld om te werken met enerzijds technische criteria (bio als voorwaarde voor x%) en anderzijds bio als bijkomend gunningscriteria indien het aandeel bio groter is dan voorzien in de technische criteria. Deze wisselwerking kan een stimulans zijn voor de verdere ontwikkeling van dit aanbod in bio.

Deze GPP-guidelines worden om de 5 à 10 jaar herschreven. Als de sector verder evolueert is het belangrijk om bij de volgende herziening de criteria voor bio verder te concretiseren.

Binnen volgende types overheidsopdrachten zijn er kansen voor biologische sierteelt:

- Rechtstreekse aankoop van producten voor groeninrichting: plantgoed, bloembollen, ...
- Aankoop van groendiensten voor onderhoud en/of herinrichting van openbare ruimte (Gardening service): hierin kunnen criteria opgenomen worden voor de gekochte planten, bloembollen, bomen, struiken, (Indirecte criteria vergelijkbaar met voeding binnen cateringdiensten).
- Aankoop van bloemen voor decoratie en als attenties. (eventueel in kader van evenementen)

Vooral in bloembollen is het aanbod voldoende beschikbaar om duidelijke selectiecriteria (op niveau technische criteria) voor bio te hanteren. Voor andere producten zoals plantgoed hangt de haalbaarheid zeer sterk af van de specifieke vraag. Overheidsopdrachten kunnen op twee manieren omgaan met de beperkte beschikbaarheid:

- Bio als (technisch) criterium hanteren op niveau van specifieke producten waarbij voldoende beschikbaarheid is.
- Bio als gunningscriterium hanteren, waardoor een aanbieder met bio in het aanbod op dat vlak positief wordt beoordeeld,

Bij elke overheidsopdracht is het echter cruciaal om voldoende marktonderzoek te verrichten (beschikbaarheid in volume en soorten, kostprijs, ..) zodat de duurzame overheidsopdracht ook effectief tot uitvoering kan worden gebracht met duurzame producten.

Dat overheden een belangrijke hefboom kunnen zijn zal ook in Nederland snel duidelijk worden. De overheid heeft er een motie aangenomen waarin wordt verzocht te bekijken of het aandeel biologische bloembollen en perkgoed dat gemeenten en provincies afnemen, verhoogd kan worden naar minimaal 25%.

5

https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/191119_Final%20Report%20GPP%20criteria%20public%20space%20maintenance.pdf

Meer info: <https://www.greenity.nl/nieuws/motie-gegarandeerde-afname-biobollen-overheid-aangenomen>

3.8. Duurzame labels

De toenemende vraag naar verduurzaming en de brede claim van verduurzaming in de sierteelt versterkt de nood om te werken met labels en duidelijke selectiecriteria. Omdat elke stap in de goede richting gecommuniceerd wordt aan de hand van labels dreigt er een overaanbod en wordt het voor consumenten niet altijd duidelijker.

Ook voor bloemisten is het niet altijd duidelijk aan welke criteria de geleverde bloemen voldoen. Initiatieven als barometerduurzamebloemist.nl willen de diversiteit aan mogelijke criteria zichtbaar maken in een poging om de sector verder te laten verduurzamen. Hun nadruk ligt voornamelijk op SMK-keurmerk.

Veel labels leggen de focus op één of enkele aspecten van de teelt. Het Europese biolabel kijkt naar het geheel. Bovendien is het steeds beter gekend bij bioconsumenten en zorgt voor herkenbaarheid van het biologische verpakte aanbod (boeketten bv). Aangezien het grootste aanbod onverpakt is en in emmers bij bloemisten toekomt is er niet steeds voldoende herkenbaarheid.

Om ook het lokale biologische aanbod een betere herkenbaarheid te geven zouden telers zich kunnen aansluiten bij Biogarantie Belgium, waarin de focus naast bio ook ligt op lokale teelten en een eerlijke prijs.

3.9. Fairtrade & bio?

De focus van deze marktstudie ligt op lokaal geproduceerde biologische bloemen. Toch is het interessant om deze af te toetsen aan het aanbod fairtradebloemen.

Een eerlijke prijs is immers ook voor de bioboer van belang (zie hoofdstuk 3.5). Het Fair Trade-label ondersteunt boeren uit het Zuiden. voor voeding gaan bio en fairtrade vaak hand in hand, maar dat is voorlopig niet zo voor bloemen. Duurzame ecologische productiecriteria voor bloemen binnen het fairtradelastenboek zijn vooral beperkt tot het reduceren van de impact van pesticiden op de gezondheid van de medewerkers en het verhinderen van drift van pesticiden.⁶ Dat is al een stap voorwaarts aangezien de kwekerijen intensief gebruik maken van chemische inputs en de lokale bevolking vaak te maken krijgt met vervuilde bodems en watervoorraden.

Biologische en fairtradebloemen spreken een zelfde publiek aan: consumenten die een duurzamere keuze willen maken op het vlak van bloemen. Niet verwonderlijk dus dat de belangrijkste afzetlanden voor fairtradebloemen ook in het biologisch aanbod voorlopen op de andere markten. Het gaat om bv. Zwitserland, Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Nederland.

Ook in België neemt de verkoop van eerlijke bloemen toe. In 2017 werden ongeveer 2 miljoen bloemen aangekocht die verhandeld werden via fairtrade. Ruim 3/4de daarvan

⁶https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/Flowers_and_Plants_Standards_HL_EN.pdf

waren rozen. Voor 2018 biedt Aldi ook fairtraderozen aan, wat de verkoop aanzienlijk doet stijgen.^{7 8}

Vooral bij de rozen komt het aanbod uit landen als Kenia, Ethiopië, Colombia en Ecuador (naar schatting 80%), van plantages waar werkomstandigheden en arbeidsvoorwaarden vaak ondermaats zijn⁹. De keuze voor Fair Trade is dus zeker bij rozen aan te moedigen als er geen lokale productie beschikbaar is.

De eerste fairtrade bloemen werden in 2001 aangekocht bij Oost-Afrikaanse plantages. Vandaag werkt Fairtrade samen met 55 door Fairtrade gecertificeerde organisaties van bloemenkwekers in acht landen, die 50.000 werknemers vertegenwoordigen. De Fairtrade kwekerijen bevinden zich in Kenia, Ethiopië, Tanzania, Oeganda, Zimbabwe, Ecuador, El Salvador, Sri Lanka en Costa Rica.

4. Conclusie

De lokale teelt van biologische snijbloemen staat in volle ontwikkeling en op meerdere vlakken bevindt de markt zich op een kantelpunt. De vermarkting rechtstreeks naar consument via o.a. zelfpluk wint steeds meer aan bekendheid. De vermarkting B2B staat in de kinderschoenen en kent nog verschillende drempels. De steun van marktdeelnemers doorheen de keten is cruciaal voor de verdere ontwikkeling. Belangrijk is om de lokale afzetmarkt ook open te houden voor binnenlandse producten. De concurrentie van buitenlandse producten, voornamelijk uit Nederland, wordt steeds groter.

Ook voor andere sierteeltsegmenten: sierplanten, bomen, ... is er een duidelijk momentum om verder door te breken. We verwachten de komende jaren nog grote ontwikkelingen.

⁷ Bron: Fair Trade Belgium.

⁸ Zie ook: www.gondola.be/nl/news/food-retail/aldi-verkoopt-enkel-nog-fairtrade-rozen

⁹ <https://www.fairtradebelgium.be/producten/producten-hun-verhalen/bloemen/>