



Grillig Italië draait op events en FEESTEN



Met
exportwaarde van
€ 319.936.000 is
Italië VIERDE
exportland

Ondanks dat de Italiaanse economie nog altijd moeilijk is, is Italië is nog altijd een heel belangrijke markt voor bloemen en planten uit Nederland. Het is ook een grillige markt die gedomineerd wordt door het weer, feestdagen, events en begraafplaatsen. Het Vakblad bezocht Myplant & Garden, de sierteeltbeurs in Milaan die in korte tijd groot is geworden.

„**M**isschien dat we nu uit de crisis komen.

Misschien gaat het steeds iets beter met Italië.” De weifelende uitspraak was van Alessandro Gambin. Hij was een van de 655 standhouders op Myplant & Garden in Milaan twee weken terug. Gambin heeft een cash-and-carry in Milaan – Gambin Fiori – en kleine trucks rijden die bloemen en planten bezorgen. De twijfel van Gambin is exemplarisch. Iedereen die maar wat van doen heeft met Italië geeft aan dat het land het na de crisis van 2008 het economisch gezien nog altijd lastig heeft. Slechts stap voor stap gaat het beter met de Italiaanse economie. Ook de cijfers over 2017 van Floridata geven dat aan. De groei van de Nederlandse export van bloemen en planten naar Italië steeg beneden gemiddeld met 2,9%.

Het vierde land

Met een exportwaarde van €319.936.000 in 2017 bleef Italië echter het vierde belangrijkste exportland van bloemen en planten voor Nederland. Na Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk. Daarmee zet Italië de groei door die na 2013 is ingezet. Italië is echter nog niet terug op het hoogste niveau van de afgelopen zeventien jaar: €341 miljoen in 2006.

De start dit jaar was lastig door het koude weer in Italië, lieten exporteurs weten. Met het weer is direct een belangrijke factor van de Italiaanse markt genoemd. Het is een van de twee factoren die de bloemen- en plantenhandel grillig maken. Teelten in het land mislukken door de kou en de handel komt nagenoeg stil te liggen. „Niemand gaat nu naar een begraafplaats of naar een tuincentrum. Het is te koud. Maar als het voorjaar zich straks aandient dan gaat mijn telefoon de hele tijd”, liet Machiel Rijdsdijk van Kobitex weten.

Volgens Marco van Veen van OZ Planten, dat aan de groothandel en retail levert, is het weer zelfs de meest bepalende factor voor de bloemen en plantenhandel in Italië. „Zolang ik hier rondloop (dertig jaar, red) zeggen ze dat het crisis is in Italië. Natuurlijk is de Italiaanse economie niet goed, maar de grootste factor is het weer. Als het koud is of het regent dan verkoop je niks.”

Kobitex richt zich op het hoogste segment. Rijdsdijk ziet de verkoop via de retail opkomen in Italië, maar heeft daar geen last van. „Exporteurs met klokhandel zullen daar last van hebben, maar de retailverkoop en onze dure handel liggen ver uit elkaar.”

Een tweede factor die ertoe leidt dat de Italiaanse markt voor bloe-

'Zolang ik hier rondloop zeggen ze in Italië dat het crisis is'

men en planten 'holt of stilstaat' is de afhankelijkheid van feestdagen, begraafplaatsen en events. Er worden maar weinig bloemen en planten voor eigen gebruik gekocht. „Tussen de feestdagen door is het moeizaam. Er is geen dagelijkse verkoop van bloemen en planten”, verklaarde Sylvia van Paassen van FleuraMetz, dat met name bloemisten als klanten heeft in Italië.

Meer planten naar Italië

Kobitex doet alleen planten op Italië. Een opvallende ontwikkeling is dat er meer en meer planten uit Nederland naar Italië gaan, ervaren Rijdsdijk en andere exporteurs.

Van der Plas, dat al 24 jaar actief is op Italië, belevt voornamelijk in het noorden bloemisten, tuincentra, kiosken en een paar groothandelaren. Sinds zeven jaar zetten ze daar ook planten af. „Het is de juiste stap op het juiste moment geweest”, verklaarde Nino Cossu.

Planten op Italië hebben in korte tijd flink terrein gewonnen bij Van der Plas. Van o naar 40% van de omzet op Italië. „Door de crisis is de Italiaanse passie voor bloemen overgegaan in een passie voor planten. Een plant is veel langer houdbaar”, geeft Cossu als verklaring. Populair is phalaenopsis.

Van Paassen vertelde dat de verschuiving van bloemen naar planten begon in 2016 en vorig jaar heel sterk was. „Nu zie ik planten niet sterker meer groeien ten koste van bloemen.”

Illustratief voor deze ontwikkeling is Alessandra Vitali Rovati van de exclusieve Milanese bloemenwinkel Tearose. Ze vertelde op een bijeenkomst van met name Nederlandse telers bij de Nederlandse consul-generaal in Milaan Johan Verboom, dat ze recent begon te werken met planten bij events als bruiloften. „Ze zijn langer houdbaar dan bloemen en daarom

duurzamer”, aldus Rovati. Als voorbeeld haalde ze een trouwerij aan waarbij ze 7.000 planten gebruikte. Gasten kregen een plant mee naar huis en daardoor werd de natuur over de stad verspreid, klonk het idealistisch. Rovati: „Er moet ook een goede manier zijn om bloemen meer duurzaam te maken. We willen de verkoop van verse bloemen niet verliezen”, waarschuwde ze.

Eenheden kleiner

Een andere belangrijke ontwikkeling op de Italiaanse markt is dat bestelde eenheden steeds kleiner worden. Gambin – 70% van zijn handel komt uit Holland – kocht voorheen wekelijks een vrachtwagen met planten uit Nederland. „De markt vraagt nu om een andere methode. „We kopen nu drie keer per week in op dinsdag, donderdag en zaterdag. Klanten willen altijd verse planten. Voor bloemen



Doel: beursvloer 9 ha
Myplant & Garden werd twee weken terug voor de vierde keer gehouden. De beurs in Milaan voor siertelers, boomkwekers, tuinaanleg en openbaar groen is in korte tijd gegroeid tot een oppervlakte van 4,5 ha. Er kwamen 17.300 bezoekers op af. Vorig jaar waren dat er 13.000. Doel van directeur Valeria Randazzo is om de beurs te laten groeien tot 9 ha. Volgend jaar vindt Myplant & Garden van 20 tot en met 22 februari plaats.

Als je een Italiaan vraagt een FACTUUR te betalen dan is hij beledigd

Simona Polli, *White Magazine*:

'Italianen zien bruiloft weer als belangrijkste dag'

In Italië zijn feestdagen, begraafplaatsen en events heel belangrijk voor de verkoop van bloemen en planten. Simona Polli van *White Magazine* gaf tijdens ons bezoek aan Myplant & Garden een inkijkje in de weddingmarket. Na de crisis gaat het de afgelopen twee jaar weer iets beter met deze voor bloemen zo belangrijke markt.

Polli noemde het ongelooflijke getal van 170.000 Italiaanse trouwerijen per jaar. Daarnaast zijn er nog de zogenaamde destination weddings: buitenlandse stellen die trouwen in Italië. Dat zijn er tussen de 15.000 en 20.000.

Het zijn nogal altijd indrukwekkende cijfers. Maar ooit waren het er nog meer. „In de vroege jaren negentig vonden er 250.000 bruiloften plaats. En dan heb ik het alleen nog maar over de Italiaanse bruiloften”, aldus Polli. Ze vertelde verder dat Toscane, Lombardije en Puglia de belangrijkste regio's zijn voor buitenlandse bruiloften in Italië. Sicilië is in opkomst. Bij de Italiaan is Campania het populairst.

Beste dag

In 2008 trof de crisis Italië en de mensen wilden niet veel geld meer uitgeven aan bruiloften. Polli: „Voorheen was een trouwerij de beste dag in het

leven van mensen en spendeerden ze veel geld. Maar toen verloren veel mensen hun baan en kwamen werk en huis op 1 en 2. Daarna volgde de bruiloft en mensen gaven daar minder geld aan uit. Het probleem was niet zozeer dat het aantal huwelijken afnam, maar het bedrag dat eraan uit gegeven werd.”

Zo werd er flink bespaard op het aantal mensen dat uitgenodigd werd. Waren dat er voorheen 200, nu 80. Ook werd er minder geld uitgegeven aan de trouwlocatie, fotografie, jurk en bloemen. Een gemiddelde trouwerij kost nu €30.000 tot €50.000, dat was €100.000. Ook nam het aantal geboorten af in Italië, de afgelopen jaren. „Geen kind, geen huwelijk”, zegt Polli hierover.

Een ton aan bloemen

Polli leest aan de weddingmarket af dat de economie in Italië iets beter draait. Het aantal huwelijken steeg van 145.000 naar 170.000. „De mensen zien een bruiloft weer als de belangrijkste dag van het leven. Daarbij kijken ze ook weer naar bloemen.” Op sommige bruiloften wordt voor een ton aan bloemen gespendeerd, maar dat zijn er volgens Polli 'maar' zo'n 20 per jaar.

Simona Polli is uitgever van *White Magazine*, een Italiaans magazine



over bruiloften. Het komt drie keer per jaar uit. Oplage is 50.000. Kopers zijn koppels die gaan trouwen. Vijf jaar geleden startte ze een Russische editie, die vier keer per jaar uitkomt. Probleem is wel dat Russen nog veel namaakbloemen gebruiken tijdens een bruiloft. Volgende maand presenteert ze een nieuw tijdschrift: *The Real Wedding*, over bruiloften over de hele wereld.

Op Myplant & Garden organiseerde Polli samen met de beurs, Flower Academy en Premium Flowers uit Nederland woensdagmiddag een bruidsmodeshow. In de jurken en hoofddeksels van de bruiden waren bloemen verwerkt.

geldt hetzelfde. Voorheen bestelden klanten bundels van 20 rozen, nu is dat al 5.” Van Veen vindt het een logische ontwikkeling. „Klanten kunnen vijf keer in de week bestellen. Waarom zou je dan grote voorraden aanhouden?”

De Italiaanse kwaliteit van bloemen en planten is goed, is de algemene overtuiging. Italiaanse kwekers zijn echter nogal versnipperd; het is voor hen lastig hun handel bij de klanten te krijgen. Een verfijnd distributienetwerk is er niet. En dat hebben Nederlandse expor-

teurs nu juist wel. Een 'unique selling point' noemt Rijdsdijk het.

Rest de betalingsmoraal van de Italianen. Het blijft oppassen, zeggen exporteurs. De crisis werd door Italianen weleens te makkelijk aangegrepen om betalingsuitstel af te dwingen. Voor exporteurs is het zaak om potentiële klanten goed te checken. En dat doen ze dan ook door hun oor te luister te leggen in de markt en checks via Floridata en Agrocheck. Ze werken bovendien met kredietlimieten en eisen in sommige gevallen vooraf-

betaling. Hoe zuidelijker je gaat hoe gevaarlijker het wordt.

„Ik denk niet dat iedereen zo maar in Italië kan beginnen”, stelde Van Veen daarom. Rijdsdijk sloot daarbij aan. „Het is niet moeilijk om planten in Italië te verkopen. Het is moeilijker om debiteuren in de hand te houden.” Uitgerekend betalen is een gevoelig onderwerp voor de Italianen. Van Paassen: „Als je een Italiaan vraagt om een factuur te betalen, is hij beledigd.”

TEKST EN BEELD **Arie-Frans Middelburg**