

Luksemburg, 18 listopada 2016 r

IPM ESSEN 2017:

## Opis rynku kwiatów i roślin

### Handel artykułami ogrodnictwa podąża za ogólną sytuacją polityczną

**Ogrodnictwo jawi się dużej mierze jako stabilne i optymistyczne, pomimo wielu gospodarczych i politycznych niepewności na rynkach. Na przekór Brexitowi, rosyjskiemu embargu i terrorowi świat kwiatów i roślin wciąż się kręci, chociaż nie zawsze po tradycyjnych orbitach.**

Charakterystyki ostatnich lat w handlu światowym wciąż się utrzymują. Globalny popyt na kwiaty i rośliny koncentruje się w krajach Europy, Chinach, Japonii i USA. Holandia pozostaje jako centrum handlu wewnątrz UE niekwestionowanym numerem 1. Odpowiada ona za prawie 70 procent działalności eksportowej wewnątrz UE w zakresie kwiatów i roślin. Jak widać z najnowszych danych liczbowych EUROSTATU, utrzymuje się trend wzrastającego importu kwiatów i roślin do UE, zarówno co do ilości, jak i wartości.

W roku 2015 przez UE zostało zaimportowanych łącznie 504 952 ton (+ 8,2 %) o wartości równej 1,68 miliardów euro (+ 5,3 %). Głównym czynnikiem zwiększenia importu są jak w latach poprzednich kwiaty cięte, które stanowią 78 % całkowitego importu do UE. Ich wzrost w ujęciu wartościowym odpowiada dokładnie 5,3 procentom całkowitego wzrostu. Przyrosty importu należy przypisać niemal wyłącznie kwiatom ciętym; kwiaty cięte są wyłącznym czynnikiem wzrostu handlu zagranicznego UE.

Fakt, że kwoty importu procentowo rosną szybciej niż jego wartości, pokazuje, że trend ostatnich lat w kierunku produktów coraz wyższej jakości, już się nie utrzymuje. Natomiast długookresowy proces przesuwania w odniesieniu do krajów zaopatrzenia jest dalej kontynuowany. Kenia pozostaje z około 27 procentami importu, jako kraj zaopatrzenia dla UE, bezspornym numerem 1, a dalej idzie Etiopia, Ekwador i Kolumbia. Jako klasyczni producenci kwiatów

MESSE  
ESSEN

MESSE ESSEN GmbH

Messehaus West Norbertstraße  
Postfach 10 01 65  
45001 Essen | Germany

Presse-Kontakt | Press Contact  
Luise Halfmann  
Fon + 49.(0)201. 72 44-898  
luise.halfmann@messe-essen.de

Presse-Assistenz | Press Assistance  
Claudia Brügger  
Fon + 49.(0)201. 72 44-244  
Fax + 49.(0)201. 72 44-249  
presse@messe-essen.de

Presse-Fotoservice |  
Press Photo Service  
Rainer Schimm  
Fon + 49.(0)201. 72 44-247  
rainer.schimm@messe-essen.de

www.messe-essen.de  
www.ipm-essen.de

Veröffentlichung kostenfrei –  
Beleg erbeten  
Publication free of charge –  
Copy requested

ciętych kraje te są odpowiedzialne za opisany przyrost importu przez UE. Nadal rozbudowują one swoją pozycję na rynku jako eksporterzy do UE.

Natomiast kraje eksportujące, jak Izrael, USA i Kostaryka wykazują tendencję spadkową.

### **Wartościowo eksport UE wzrasta – ilościowo nie**

Według EUROSTATU w roku 2015 wywieziono z UE kwiaty i rośliny w ilości 664 000 ton o wartości 1,98 miliardów euro. W porównaniu do roku poprzedniego jest to spadek ilościowy o 3,1 procent. Wzrastający zgodnie z tendencją od dziesięciu lat eksport UE jest tym samym od roku 2013 malejący po raz drugi z rzędu. Jednocześnie należy zauważyć przyrost wartości o 5,1 procent, który dotyczy wszystkich asortymentów kwiatów i roślin. Malejący wolumen eksportu przy wzrastającej wartości oznacza, że przez kraje członkowskie UE eksportowane są produkty coraz wyższej jakości.

### **Nadwyżka handlowa pozostaje**

Pomimo rosnącego importu przez UE kwiatów ciętych a tym samym dalszego rozszerzenia ujemnego bilansu handlowego w segmencie kwiatów ciętych i ciętych roślin zielonych (2015: ok. - 620 mln € / 2014: ok. - 500 mln €) bilans handlowy UE jest dodatni. Całkowity bilans wykazuje nadwyżkę handlową w zakresie kwiatów i roślin w wysokości około 300 milionów euro. Nadwyżka handlowa jest zauważalna już od roku 2002 a należy ją przypisać przede wszystkim eksportowi cebulek kwiatowych i bulw z terenu UE.

### **Rynki docelowe eksportu EU z małymi tylko zmianami**

Rynki docelowe eksportu UE wyglądają na pierwszy rzut oka podobnie jak w przeszłości. Rosja i Szwajcaria pozostają krajami zdecydowanie najsilniejszego popytu na europejskie kwiaty i rośliny ozdobne. W roku 2015 UE wyeksportowała każdorazowo 20,5 procent wartości eksportu do Rosji (por. 2014: 21,3 %) i Szwajcarii (por. 2014: 20,7 %), po których następują rynki eksportowe USA (11,2 %), Norwegii (8,2 %) i Chin (5,9 %). Przy wtórnym oglądzie widać, że spadki eksportu do Rosji kompensowane są przez wzrost na innych rynkach docelowych. Oznacza to, że państwa członkowskie UE rozbudowują swoje stałe rynki eksportowe. Odpowiednio intensywnie

troszczą się obecnie poszczególne kraje eksportujące UE o to, żeby zdobyć przyczółek w krajach, które w przeszłości zaniedbały. Dlatego coraz bardziej zabiegać się będzie o takie kraje, jak Turcja, Ukraina, Zjednoczone Emiraty Arabskie czy nawet Japonia. Federalny minister rolnictwa Schmidt podkreślił niedawno chęć umacniania ścisłego partnerstwa Niemiec z Turcją w sektorze rolniczym, a firmy holenderskie potwierdziły na wystawie Flower Expo Ukraine 2016 chęć silniejszej współpracy z Ukrainą. Należy odnotować nieznaczne wzrosty, do jednego procenta, na wszystkich, z wyjątkiem Ukrainy, rynkach docelowych eksportu UE. Ranking różnych rynków sprzedaży w zakresie wartości sprzedaży pozostaje tym samym stały.

### **W roku 2016 dominują dwa tematy rozmów**

Wzrastający import i eksport UE w zakresie kwiatów i roślin jest przejawem stabilnego do wzrastającego handlu w branży. Zwłaszcza wartości eksportu w Holandii, ale także w Niemczech, wykazują rekordowy poziom i mogłyby nastroić branżę optymistycznie. I tak pozytywny rozwój eksportu Holandii utrzymuje się także jesienią roku 2016, po tym jak już rok 2015 przyniósł rekordową wartość eksportu w postaci łącznie 5,6 miliardów euro. Niemniej jednak rok 2016 wprowadził na rynku europejskim powszechną niepewność. „Brexit“ i „Rosja“ są przy tym tematami centralnymi.

### **Brexit – co nowego na Zachodzie!?**

Wraz z decyzją wyjścia Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej latem roku 2016 należy zauważyć niejaką niepewność nie tylko w europejskim, lecz także światowym handlu kwiatami i roślinami. Wielka Brytania importowała do roku 2016 kwiaty i rośliny od dostawców i handlowców państw członkowskich UE o wartości rynkowej około jednego miliarda euro rocznie. Tak więc Wielka Brytania stanowiła już od roku 2011 drugi co do wielkości rynek importu roślin ozdobnych na obszarze UE. Dla dostawców i handlowców z Holandii, ale także z Niemiec, Włoch, Danii i Belgii, Brytyjczycy byli jednymi z najważniejszych partnerów handlowych. Powiązania handlowe pomiędzy Brytyjczykami a Holendrami są ścisłe: w roku 2015 Holendrzy wyeksportowali 17 procent swojego całkowitego eksportu roślin ozdobnych (ok. 925 mil. €) do Wielkiej Brytanii. Odpowiada to 80 procentom wszystkich zaimportowanych przez Brytyjczyków kwiatów ciętych i 70 procentom wszystkich zaimportowanych roślin.

Wielka Brytania ma także duży udział w ogólnym zwiększeniu popytu na kwiaty i rośliny w UE. Wielka Brytania miała silny pozytywny wpływ na zarejestrowany w roku 2015 lekki przyrost obrotów w sprzedaży kwiatów i roślin w UE, łącznie o 0,5 procent do 32,4 miliardów euro. Dlatego partnerzy handlowi, w szczególności z Holandii, wykazują nerwowość wobec wciąż jeszcze nieprzewidywalnych skutków Brexitu.

Niepokój ten jest uzasadniony, chociaż nawyki zakupowe Brytyjczyków według sondaży z holenderskich aukcji w Royal FloraHolland jak dotąd nie zmieniły się. Tak więc - po krótkotrwałym spadku wielkości sprzedaży o około pięć procent bezpośrednio po referendum w czerwcu 2016 roku – obroty odnośnie do gatunków i ilości roślin aktualnie byłyby dokładnie takie same jak w roku poprzednim.

Interesujący jest fakt, że brytyjscy handlowcy utrzymują ceny konsumpcyjne kwiatów i roślin, pomimo osłabienia funta brytyjskiego (droższy zakup), na takim samym poziomie, jak w roku poprzednim. Ceny sprzedaży są więc aktualnie „subwencionowane“ wzgl. kompensowane kosztem własnej marży zysku brytyjskich handlarzy kwiatów. Problem dźwigają zatem do dziś brytyjscy handlowcy – jak długo jeszcze?

Takie nawyki sprzedaży zapobiegają wprawdzie spadkom obrotów i prowadzą do stałych wyników sprzedaży, ale w dłuższej perspektywie zabiorą Brytyjczykom radość handlowania kwiatami i roślinami. Najpóźniej wtedy, gdy dojdą dodatkowe opłaty celne i będą wydłużać się czasy dostaw, towary importowane dotychczas z UE staną się dla brytyjskich handlowców widocznie nietrakcyjne. Wielu będzie szukało rozwiązań. Przy czym możliwe są trzy scenariusze:

1) Przeniesienie drogich cen zakupu dla konsumenta końcowego: Handlowcy podnoszą ceny detaliczne kwiatów i roślin odpowiednio do strat na różnicach kursowych ze względu na ryzyko, że Brytyjczycy będą mniej zabiegać o te produkty i popyt będzie się zmniejszał. Zwłaszcza klienci specjalistycznych sklepów detalicznych nie zgodzą się w dłuższej perspektywie na podwyższenie cen sprzedaży, gdy nie będą już chcieli pozwalać sobie na „drogie“ towary importowane z UE.

2) Rozszerzenie relacji handlowych i bezpośredni import do dostawców krajów trzecich: Przedsiębiorstwa handlowe, które jako pojedyncze przedsiębiorstwa albo jako związki handlowe są wystarczająco duże, aby swoje towary czerpać bezpośrednio z krajów produkujących Afryki i Ameryki Środkowej, będą rozwijać odpowiednie stosunki handlowe i przekierowywać swoje przepływy towarów jako import bezpośredni i nie korzystać więcej z drogi poprzez Holandię. Przy tym scenariuszu będzie interesujące, jakie cła zostaną później zastosowane i jak one wpłyną na import bezpośredni.

3) Rozbudowa produkcji krajowej: Brytyjscy producenci mogą zwiększyć swoją produkcję. Ze względu na sytuację energetyczną i kosztową rozwój produkcji krajowej jest raczej nierealny, ale możliwy w małym wymiarze.

Istnieje zagrożenie, że handel kwiatami i roślinami na obszarze EU ze względu na Brexit w dalszej perspektywie nieuchronnie znajdzie się pod presją. W kręgach ekspertów przypuszcza się, że główne skutki Brexitu będą odczuwalne dopiero za dwa lata.

Tylko centra zakupowe supermarketów, takich jak Tesco, Asda, Aldi, Lidl & Co., które posiadają obecnie w Wielkiej Brytanii ponad 54 procent udziału w rynku kwiatów ciętych i 32 procent roślin doniczkowych, będą szukały alternatywnych źródeł zakupu i usługodawców spoza UE i przyczyniały się do zmiany w przepływie towarów. Tendencja do bezpośredniego importu w handlu systemowym jest już obserwowana w całej Europie i nadal będzie przyspieszać w Wielkiej Brytanii, na skutek Brexitu.

Kraje takie, jak Kenia, Kolumbia, RPA, Turcja, Izrael i Maroko znajdują się na pewno jeszcze bardziej w centrum uwagi brytyjskich nabywców niż dotychczas. Niemniej jednak panuje w tych krajach niepewność. Wszyscy obawiają się więc, na czele z kenijskim związkiem producentów kwiatów, że dostęp do rynku UE i Wielkiej Brytanii, odnośnie do taryf celnych i przepływów towarów, stanie się bardziej skomplikowany. Niepewność jest zrozumiała przede wszystkim w kontekście tego, że Kenia w sojuszu ze wspólnotą „East African Community“ latem roku 2016 była krótko przed przełomem we wdrożeniu zasadniczych ułatwień w handlu z UE.

## **Nowe rynki zbytu w zasięgu wzroku**

Faktem jest, że w szczególności holenderscy hurtownicy kwiatów od Brexitu intensywnie wypatrują nowych rynków zbytu. Przy czym rozważa się wszystkie kierunki, zarówno wewnątrz UE, jak i poza nią np. USA albo Chiny. Zwłaszcza Chiny są według Royal FloraHolland „oszałałe na punkcie kwiatów Made in Holland“ i mogą być, pomimo napiętej sytuacji gospodarczej, bardzo interesującym rynkiem rozwojowym dla eksportu kwiatów i roślin. Eksperti szacują, że spożycie na głowę Chińczyków znacznie się zwiększy ze względu na przemiany społeczne w Chinach (15 mln Chińczyków podnosi się z biedy do klasy średniej), podobnie jak na rynkach wzrostowych Meksyku, Brazylii i Argentyny. Jeśli tak jest, to potencjalny rynek dla kwiatów i roślin w Chinach powiększyłby się na poziomie konsumenta trzykrotnie, według ekspertów z obecnych 5,5 miliardów euro do 16,5 miliardów euro.

Na tym tle cele eksportowe Royal Flora Holland, aby zwiększyć wartości eksportu z obecnych dziesięciu do 200 milionów euro w roku 2020, mogą być realistyczne. Aby ustalić, w jakim stopniu inne państwa UE mogą i będą partycypować w rozkwicie i marce „Made in the EU“, należy poczekać.

## **Rosja – i jej embargo**

Jak ważne jest znalezienie nowych, wiarygodnych rynków zbytu dla kwiatów i roślin, pokazuje także spojrzenie na partnera rynkowego, Rosję. Jako najważniejszy rynek docelowy dla eksportu UE, Rosja nadal traci na znaczeniu wskutek embarga na import rolniczy nałożonego na państwa orientacji zachodniej (kraje członkowskie UE, USA, Kanada, Australia, Norwegia).

Jako odpowiedź na sankcje nałożone przez UE przeciwko Rosji rynek rosyjski pozostaje wciąż zamknięty, jeszcze do końca roku 2017, dla dużej części europejskich produktów rolnych i artykułów spożywczych w celu „ochrony narodowych interesów Federacji Rosyjskiej“. Stan ten jest zaostrzony przez sytuację polityczną w Syrii. Jak dramatyczny jest to spadek, widać znowu wyraźnie na przykładzie Holandii, niekwestionowanego numeru 1 i „koła zamachowego“ dla eksportu kwiatów i roślin wewnątrz i na zewnątrz UE. Tak więc w roku 2015 z

Holandii pochodziło 44 procent sprzedanych w Rosji (Ekwador: 36 % / Kolumbia: 13 %).

Udział eksportu Holandii do Rosji zmalał w ciągu ostatnich trzech lat więcej niż o połowę. Podczas gdy w roku 2014 Rosja była jeszcze na czwartym miejscu pierwszej 10-tki krajów eksportowych Holandii, to we wrześniu roku 2016 w ogóle nie pojawiła się na tej liście. Już wiosną roku 2016 udział eksportu Rosji spadł poniżej granicy trzech procent, do około 44,5 milionów euro (por. udział eksportu Niemiec: 30 %). Jednocześnie Polska wykazała wzrost eksportu do Holandii wynoszący 13 procent, do 55 milionów euro. Jak jednak widać na rynkach warzyw i owoców, furtki dla towarów z UE do Rosji stają się coraz węższe.

### **Trwałe zmiany**

Podczas gdy wielu handlowców i ekspertów na początku kryzysu rosyjskiego było pełnych wiary, że działalność eksportowa EU względem Rosji będzie ograniczona tylko na krótko, obecnie coraz więcej symptomów wskazuje na to, że skutki i zmiany wynikające z rosyjskiego embarga będą długotrwałe.

Rosja według ekspertów umacnia obecnie swoje stosunki handlowe poza obszarem UE i rozbudowuje swoją produkcję własną. Trudno sobie wyobrazić, żeby te środki - po zainstalowaniu i wdrożeniu do działania - w późniejszym czasie zostały ponownie zlikwidowane na korzyść eksportu UE. Również Indie i Wietnam, a także Japonia, wykazują aktualnie duże zainteresowanie piątym co do wielkości na świecie importerem kwiatów i roślin - Rosją. Badają one ten rynek i dokładnie analizują potrzeby rosyjskich konsumentów i przedsiębiorców.

Wietnam, na przykład, zorganizował obecnie loty bezpośrednie dla kwiatów ciętych do dziesięciu miast Rosji, w celu ustawienia siebie jako całorocznego producenta świeżych kwiatów i roślin. Przede wszystkim są to bezpośrednie loty do metropolii, Moskwy, i jej okolic. Zdaniem ekspertów tylko w regionie Moskwy i jej okolicach występuje popyt wielkości ponad 40 procent kwiatów ciętych zakupionych w Rosji. Taka koncentracja rynku ułatwia jego otwieranie. Wietnam zatem instaluje się mocno w handlu międzynarodowym Rosji.

Oprócz budowy nowych źródeł zaopatrzenia poza UE Rosja coraz bardziej koncentruje się na powiększaniu stopnia swojej samowystarczalności. Wiadomym jest, że w Rosji w coraz większym stopniu inwestuje się w nowoczesne szklarnie (stan w roku 2015: ok. 168 ha). Eksperti szacują, że rosyjska produkcja kwiatów ciętych wzrosła co najmniej dwa i pół raza w ciągu ostatnich czterech lat. W związku z powyższym około 15 procent udziału w rynku krajowym byłoby obecnie obsługiwane przez kwiaty cięte z produkcji rosyjskiej. Jest to imponujący wzrost, który jednak również wskazuje na wciąż jeszcze wysokie zapotrzebowanie Rosji na import.

Taka potrzeba importu będzie nadal trwać i ewentualnie nadal wzrastać, pomimo wysiłków w celu zwiększenia stopnia samowystarczalności. Kwiaty zajmują w Rosji bardzo wysoką pozycję w obsłudze uroczystości, a ostatnio Rosjanie odkryli kwiaty także na użytek własny. Podobnie jak w Chinach rodzi się tutaj pytanie, kiedy i w jaki sposób UE może partycypować w tym trendzie. W branży jest nadzieja, że kryzys rosyjski powinien zostać pokonany najpóźniej w ciągu dziesięciu lat i wtedy ponownie dojdzie do nieograniczonego handlu między Rosją a UE. Polegać na tym, nie jest wskazane. Rosja okazywała się w przeszłości, również przed embargiem, nie zawsze wiarygodnym rynkiem.

### **Sprzyjające warunki ramowe w Niemczech**

Pomimo wszystkich zawirowań na rynku (Brexit / trwające embargo Rosji) niemiecki rynek kwiatów i roślin ozdobnych prezentuje się w roku 2016, według wstępnych ustaleń, jako stabilny do pozytywnego. Fakt ten jest oparty na pozytywnych nastrojach konsumentów i, co za tym idzie, ich dużym zaufaniu.

Podobnie jak w roku 2015 stabilny rozwój na rynku pracy wraz ze wzrostem zatrudnienia, rosnące płace realne (+ 2,6% w 1. kwartale / + 2,3% w 2 kwartale 2016 roku) wywołują wyraźny optymizm dochodowy z ciągłymi wydatkami konsumpcyjnymi. Klimat konsumencki w Niemczech okazuje się, w przeciwieństwie do Wielkiej Brytanii, pomimo Brexitu i zagrożenia atakami terrorystycznymi, niezmiernie odporny (komentarz do Wielkiej Brytanii: 60 % Brytyjczyków jest jesienią roku 2016 niepewnych co do przyszłości i będą oni przypuszczalnie redukowali swoje wydatki osobiste na modę, styl życia, dom i utrzymanie).



Według prognozy Stowarzyszenia badań konsumenckich (GfK) prywatne wydatki konsumpcyjne – jako ważny filar rozwoju gospodarczego w Niemczech – wzrosną w roku 2016 o około dwa procent. Ten stabilny klimat konsumencki na dobrym poziomie odczuwają również handlowcy. Jak relacjonują Zrzeszenie branżowe - ogrody e.V. (IVG) oraz Stowarzyszenie handlowe - majsterkowanie, budowa i ogród e.V. (BHB) po pierwszej połowie 2016 roku - pomimo niekorzystnych sezonowych warunków pogodowych - o nieznacznym wzroście w branży, który do końca roku 2016 osiągnie co najmniej ubiegłoroczny poziom.

Rząd federalny zakłada w swojej prognozie jesiennej roku 2016 stabilny wzrost niemieckiej gospodarki. Przy czym wzrost gospodarczy jest stabilny na poziomie 1,8 procent. Także w krajach takich, jak Polska, Portugalia i Turcja wskaźnik zaufania konsumentów jest dobry i trend rosnącego popytu na kwiaty i rośliny utrzymuje się. Jeszcze bardziej motywujące w Niemczech jest to, że według przyszłej strategii w ogrodnictwie warunki ramowe dla ogrodnictwa poprawią się. Pod koniec października 2016 w Bundestagu uchwalono jednogłośnie deklarację o tytule "Wzmacnianie i zapewnienie przyszłości ogrodnictwa oraz architektury ogrodów i krajobrazu jako innowacyjnej gałęzi gospodarki".

### **Dzień matki - miara wszystkich rzeczy**

Z interesów podczas Dnia matki, jako jednego z najważniejszych dni dla sprzedaży kwiatów i roślin, niemieccy hurtownicy także w 2016 roku byli w większości zadowoleni. I tak Stowarzyszenie niemieckich hurtowników i importerów kwiatów e.V. (BGI) donosi o stabilnych cenach przy lekko podwyższonych, zgodnie z tendencją, wolumenach sprzedaży. Także spółka Veiling Rhein-Maas ogłasza dobre wyniki sprzedaży z drugim co do wielkości całkowitym obrotem w ciągu ostatnich sześciu lat. Interesująca jest obserwacja znawców rynku, że głównie produkty wysokiej jakości mogły być przedmiotem obrotu w bardzo dobrych cenach. Jako cel niemieckiego ogrodnictwa dochodzi zyskanie większego uznania poprzez wprowadzenie wyższej wartości dodanej.

## **Ceny dobre – wszystko w porządku!**

Zatem także poza biznesem w Dniu matki do sprzedaży wchodzi pełnowartościowe jakościowo produkty. Zjawisko wzrostu cen jest jednak zgłaszane sporadycznie przez nielicznych handlowców. Niemniej jednak Federalny Urząd Statystyczny od 2010 co roku stwierdza wzrost cen konsumpcyjnych na produkty ogrodnicze (por. wskaźnik 2010 = 100 ze wskaźnikiem 2015 = 112,4), według oświadczenia hurtowników BGI ceny na poziomie hurtowym pozostają w stagnacji. Natomiast na poziomie detalicznym cena dla roślin doniczkowych wzrosła według AMI w ciągu ostatnich sześciu lat o 53 centów za jednostkę (roślina lub tacka).

Inaczej wygląda to wśród Holendrów. Obserwowane w Holandii przyrosty eksportu nastąpiły prawie wyłącznie z powodu rosnących cen. Tak więc średnie ceny w Royal FloraHolland 2016 wzrastały z miesiąca przez miesiąc i osiągnęły bezprecedensowy w historii Royal FloraHolland poziom. To zdumiewające, że wysoki poziom cen dotyczy wszystkich asortymentów kwiatów i roślin.

Na początku października 2016 roku została osiągnięta najwyższa cena średnia, 37,7 centów, w całej historii tej organizacji marketingowej. Średnia cena wzrosła przy tym o 5,6 procent, jednocześnie udział dostaw na początku października spadł o 1,5 procent. Przypuszcza się, że przyczynami wysokich średnich cen były lekko zmienione kanały dystrybucji w kierunku sprzedaży detalicznej, które doprowadziły do bardziej trwałych umów cenowych. Taka budowa "niezawodnych łańcuchów wartości dodanej" byłaby obserwowana także w niemieckim handlu kwiatami i roślinami, ale według znawców branży byłaby niekonsekwentnie realizowana, ponieważ dostawcy i hurtownicy w Niemczech mało co korzystają ze wzrostu cen konsumpcyjnych.

## **Szczególne zjawiska roku 2016**

Niemieccy hurtownicy stwierdzają, że takie aspekty specjalistycznej sprzedaży detalicznej, jak jakość i produkcja regionalna w coraz większym stopniu skupiają ich uwagę przy zakupach kwiatów i roślin. Takiej obserwacji dokonano także we Francji, gdzie marka "Fleurs de France" zyskuje na znaczeniu w handlu i sprzedaży.

W analizie przyczyn Holendrów (Royal FloraHolland) dokonanej latem roku 2016 dotyczącej spadku eksportu roślin do Niemiec w roku 2015 (- 3,8 % = 83 mln € w por. do roku 2014) za spadek ten obwiniany jest, obok wzrastającego stopnia samowystarczalności w Niemczech, przede wszystkim trend w kierunku produktów regionalnych.

Czy wystąpi, nasilony także w zakresie roślin ozdobnych, trend w kierunku produktów regionalnych, jak w sektorze owoców i warzyw? Z typologii konsumentów (Altmann, Kaim, Fluck, 2012) dla niemieckiego rynku roślin ozdobnych znane są postawy wobec produktów Regional, Öko i Fair. Zatem dla konsumentów w każdym przedziale wiekowym wspólne jest to, że rośnie wśród nich pragnienie regionalizmu, ale kupowane są tylko produkty regionalnie albo niemieckie. Aby przesądzać sprawę, rozchodzi się przy tym wiedza, że w szczególności kwiaty cięte pochodzą z za oceanu.

Lecz na decyzję o zakupie wpływa wiele indywidualnych aspektów. I tak zrównoważona produkcja (Öko / Fair) obok aspektu regionalnego staje się coraz ważniejsza. Tutaj ciekawe jest o, że żądanie oznakowania sprawiedliwego handlu (fair-trade) dzieli konsumentów. Zwolennicy mają 60 lat i więcej; młodych jest mniej. Prawdopodobnie chodzi tutaj o generację założycieli ruchu zielonych z lata 70/80-tych, którzy zachowali swoje nastawienie.

Główną cechą pomagającą podjąć decyzję jest nadal jakość (produkt i proces). Pod tym względem warto pamiętać, że niemieccy konsumenci również chętnie sięgają po towary importowane, jeżeli czują się przyciągani przez jakość i uznane wartości (szacunek dla ludzi i środowiska).

„Zrównoważony rozwój” i „regionalność” promują też sprzedaż, ale zawsze przy podejmowaniu decyzji o zakupie przez niemieckich konsumentów będą one brane pod uwagę w związku z jakością.

Oprócz aspektu regionalnego w roku 2016 hurtownicy zauważają inną cechę szczególną. Sprzedaż detaliczna żywności (niem. LEH) ulega profesjonalizacji a jej asortyment rozszerza się. W związku z tym LEH zbliża się coraz bardziej do kwiatów i roślin, które dotychczas miały zastrzeżoną przynależność do klasycznego handlu detalicznego i "kłusuje" w poszukiwaniu udziałów rynkowych w asortymencie

specjalistycznego handlu detalicznego: rozeznanie, który zmusza sprzedaż detaliczną do handlu i musi być dokładnie obserwowane.

Inną cechą szczególną lub spostrzeżeniem w sprzedaży hurtowej jest to, że na ulegającym stagnacji rynku roślin doniczkowych wzrost następuje niemal wyłącznie jeszcze tylko dzięki nowościom, innowacyjnym produktom i projektom. Przeprowadzona z związku z tym w roku 2016 po raz pierwszy na targach Messe Essen „hortivacja” zmierza tym samym do właściwego podejścia do uwrażliwienia branży na innowacje.

### **Wnioski**

Globalne przepływy towarów są w ruchu. Mamy stabilny popyt w UE i potencjał wzrostu poza UE.

Także w Niemczech rynek kwiatów i roślin jawi się jako stabilny i dzięki dużemu zaufaniu i dobremu nastrojowi konsumentów będzie zapewniał popyt także w roku 2017.

Korzystne są rosnące ceny na poziomie sprzedaży detalicznej, które jednakże nie przez wszystkich przyjmowane są w łańcuchu wartości dodanej.

Brexit i Rosja to w roku 2016 dwa dominujące tematy, których skutki będą widoczne dopiero po dłuższym czasie. Poleganie na tym, że wszystko wyjdzie na dobre, nie powinno mieć miejsca. Wszystkie państwa powinny szukać alternatywnych kanałów dystrybucji i rynków docelowych. Może to się odbywać poprzez intensyfikację istniejących kontaktów handlowych w obrębie lub poza Europą. Poprzez nowe ukierunkowanie należy założyć, że w roku 2017 zmienią się przepływy towarów w połączeniu ze zmieniającym się zachowaniem konsumentów niektórych krajów UE.

Napędem jest przy tym na pewno zwiększenie bezpośredniego zakupu dużych centrów handlowych w krajach produkujących.

Niedługo się okaże, czy UE przeprowadziła małe referendum z wielkimi skutkami czy duże referendum z niewielkimi skutkami. To trzyma w napięciu – od Wschodu do Zachodu!



### **Źródła**

Rozmowy z ekspertami, jak również EUROSTAT, AMI, BGI, GfK, VGB, TASPO, Gabot

### **Dr. Marianne Altmann**

CO CONCEPT, na zlecenie targów Messe Essen dla IPM Essen 2017