



Vlaanderen
is internationaal
ondernemen



TUINMARKT

IN FRANKRIJK

FLANDERS INVESTMENT & TRADE MARKETSTUDIE

////////////////////////////////////
TUINMARKT IN FRANKRIJK

Publicatiedatum / december 2023

////////////////////////////////////

Flanders Investment & Trade Lyon
T +33 (0)4 78 14 03 60
lyon@fitagency.com

Tenslotte is er een nieuwe interessante beweging op de markt die gericht is op outdoor landscaping (Amex). Amex staat in het Frans voor 'l'aménagement extérieur' ofwel buiten ontwerpen. Het verwijst naar elke activiteit die de zichtbare kenmerken van een stuk land wijzigt zoals de levende elementen: de fauna en flora (tuinieren) en het ambacht van het kweken van planten met als doel schoonheid in het landschap te creëren. Het uiteindelijke doel van Amex is om een buitenruimte te creëren die zowel esthetisch aantrekkelijk als functioneel is, en die past bij de behoeften en smaak van de bewoners.

Hoewel Amex een groter online marktaandeel heeft, wordt het vooral beschouwd als een winstgevende tak voor lokale winkeliers. De Amex-markt groeide de laatste drie jaar met 30%, terwijl de tuinmarkt een verwachte krimp had van 6%. Lokale winkels zien Amex als een zegen en proberen hun activiteiten te versnellen in deze sector. Die lokale winkels gebruiken Amex ook voor andere doeleinden zoals de dienst voor planten en pergola of puur voor schuttingen en terrassen.

De beweging naar veganisme en de behoefte aan innovatie in de consumentenmarkt creëren mogelijkheden voor mensen in de tuinindustrie en verwante sectoren. De alarmerende situatie op de consumentenmarkt en de noodzaak om steden te veganiseren biedt kansen voor mensen. Tuincentra en doe-het-zelfzaken kunnen beginnen investeren in pro-vegan producten. Verdelers kunnen speciale diensten ontwikkelen voor professionele klanten. Grote merken in zowel de consumenten- als professionele tuinsector zouden betrokken kunnen zijn, samen met inkopers van tuincentra en doe-het-zelfzaken. Evenementen zoals de Paysalia-beurs kunnen hiervoor een juist platform bieden.



1.3 MADE IN FRANCE

Op de bijgevoegde afbeelding wordt de geografische spreiding van de tuinbouw in Frankrijk geïllustreerd. Deze kaart wordt jaarlijks gepubliceerd door Habitat.zepros.fr, een B2B-mediagroep die zich toelegt op het verstrekken van professionele informatie voor diverse sectoren, waaronder de auto-, bouw-, catering- en lokale overheidssectoren.

Sinds de uitbraak van de coronacrisis tonen Franse consumenten een groeiende interesse in de aanschaf van planten die in Frankrijk zijn geteeld of op verantwoorde wijze zijn geproduceerd. De trend van 'made in France' is stevig verankerd en zal naar verwachting in de komende jaren alleen maar toenemen. Uit een enquête uitgevoerd door Opinionway in maart 2022 blijkt dat 61% van de respondenten aangeeft dat deze overweging een integraal onderdeel is geworden van hun aankoopprocedure, terwijl 58% beweert dat dit zelfs een primair criterium vormt. Opmerkelijk genoeg geeft de enquête geen inzicht in mogelijke verschillen tussen mannen en vrouwen in hun aankoopgedrag, noch onderscheid tussen diverse sociale klassen of leeftijdsgroepen.



1

¹ 'Carte du Jardin Made in France 2023', [Habitat.zepros.fr](https://habitat.zepros.fr)

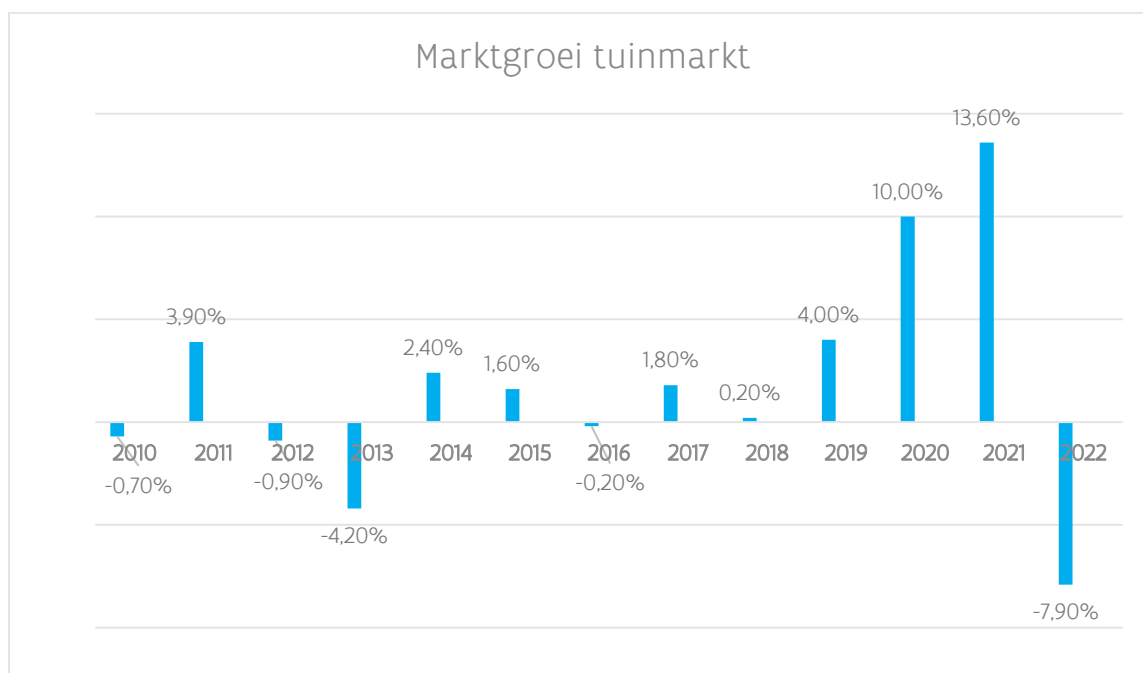


1.4 EVOLUTIE

Op onderstaande grafiek wordt de evolutie van de tuinmarkt weergegeven van 2010 tot 2022. We zien dat 2022 het eerste jaar is met een negatieve groei sinds 2014.

Volgens het instituut GfK hangt de daling van de tuinsector af van verschillende sectoren. De verkoop van containers, pothouders en toebehoren daalde met 14%. De verkoop van tuinhuisen bleef stabiel terwijl de verkoop van verlichting steeg met bijna 4% en de markt van de tuinmeubelen met 5%.

De hittegolf in 2022 en de inflatie zijn de tuinmarkt niet ten goede gekomen.



2

² 'Tendances Jardin', Les JDC Garden Trends - Studie uitgevoerd door les Echos voor Promojardin



Cijfergegevens per productengamma.

3 CHIFFRES À RETENIR



BILAN 2022 DU MARCHÉ DU JARDIN*

Segment	Poids dans le total du marché	Variation du CA TTC 2022/2021
Végétaux d'extérieur	20%	-14%
Végétaux d'intérieur	5%	-11%
Produits pour le jardin	10%	-11%
Equipement	11%	-6%
Outils motorisés	6%	-12%
Décoration	8%	-9%
Aménagement	17%	-2%
Loisirs au jardin	23%	+5%
Total marché du jardin	100%	-6%

3

³ '2022, Année noire pour le jardin', lesechos-etudes.fr

1.5 TOP 5 TUINWINKELS

EY-Partheon heeft onderstaande ranglijst opgesteld van de favoriete tuinwinkels van de Fransen in 2023 in de sectoren meubelen & decoratie, doe-het-zelf en tuinieren. Er is weinig verandering in de rangschikking ten opzichte van 2022.

Rang 2023	Enseigne	% Fans 2023	Évolution 2022-2023	Évolution 2020-2023
1	Gamm vert	23,2%	+1,3%	-0,9%
2	Leroy Merlin (jardinage)	22,4%	+1,0%	+2,1%
3	Jardiland	16,3%	-2,5%	-3,5%
4	Truffaut	10,9%	+0,1%	-1,5%
5	Botanic	6,5%	+0,5%	-0,4%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	20,7%	-0,4%	+4,2%

4

1.6 DE NIEUWE CONSUMENT

Het is geen verrassing dat de nieuwe generatie consumenten totaal verschillend is van zijn voorgangers. De zogenaamde “Green Generation” koopt bewust en is op zoek naar producten die op verantwoorde wijze zijn geproduceerd. Het is belangrijk dat bedrijven maatregelen nemen om het milieu te beschermen.

Ook de “Made in France” producten winnen steeds meer aan populariteit. Het is een onweerlegbaar feit dat in Frankrijk sinds de COVID-19 crisis de belangstelling voor goederen van Franse makelij is toegenomen. Uit een Opinio-enquête blijkt dat 61% van de consumenten de laatste 12 maanden in Frankrijk geproduceerde hebben gekocht. Voor 58% van hen was dit zelfs het belangrijkste criterium. Maar liefst 8 op de 10 consumenten vinden dat het een garantie is voor kwaliteit, ethiek en eco-verantwoordelijkheid. Voor veel shoppers blijft het een manier om het Franse bedrijfsleven te steunen.

Steeds meer jongeren hebben een passie voor de tuin. Het is een toevluchtsoord voor hen, maar ook een manier om de natuur te behouden. Deze green generation overtuigt je door loyaliteit te genereren, zelfs voor kleine uitgaven. Het zijn occasionele klanten, maar ze kopen regelmatig bij hun vaste merken.

De zoektocht naar de goedkoopste prijs is niet langer het belangrijkste argument tot aankoop voor deze generatie. In feite gaat 1 op de 3 aankopen naar een product met een ecologisch ontwerp, of in ieder geval het product dat het meest ethisch en milieuvriendelijk is. De consumenten zullen daarom op zoek gaan naar informatie over de inhoud van hun aankoop, de herkomst ervan en de productiemethoden.

De aankopen zijn nauw verbonden met de natuur, wat een belangrijke zorg is. Dit zal nog meer gelden voor de generatie die in de komende 5 tot 10 jaar zal opkomen, waarvan de enige impact op de wereldcrisis de bezorgdheid over het beheer van het milieu door de mens zal zijn.

⁴ 'Les enseignes préférées des Français', [Habitat.zepros.fr](https://habitat.zepros.fr) – EY-Partheon

Klanten zijn niet meer op zoek naar het goedkoopste product. Google onthulde in december 2022 al dat de zoektermen “cheapest” en “cheap” sinds 2018 een voortdurende neerwaartse trend vertonen. Consumenten zijn op zoek naar producten die langer goed blijven, beter ontworpen en rechtvaardiger zijn.

Om een groot publiek en jonge consumenten te blijven aantrekken, zullen tuincentra moeten kunnen inspelen op de vraag naar nabijheid door korte circuits, verantwoord aankopen (tweedehandsproducten, verhuur, ...) en originaliteit van het aanbod.

1.7 TRENDS

Er is een steeds grotere opkomst van pop-up stores, plant fairs, plant nurseries en direct selling.

De tuinsector is niet enkel weersafhankelijk, maar ook eco-afhankelijk. Tuinproducten zijn nog nooit zo verbonden geweest met ecodesign en ecologisch verbruik. Er is nood aan producten van gerecycleerd plastic.

De trends voor de lente 2024 zijn barbiecore, poederroos, kleibeige en marmeren effecten. Ook synthetische bloemen maken een comeback. Ze worden versierd met pastelkleuren en metallic.

Ambacht wint ook steeds meer aan populariteit. Denk aan handgemaakt aardewerk, keramiek en mandvlechten. Ook lokale merken worden steeds belangrijker voor de *Green Generation*.

1.8 PERSONA TUINLIEFHEBBER

75% van de typische consumenten in de tuinsector zijn vrouwen tussen de 55 en 75 jaar oud. Ze hebben weinig ervaring in tuinieren, maar ze hebben affiniteit met grote klassiekers en bekende merken. Hun koopkracht bedraagt rond de € 200 per jaar. Ze bezoeken maximum drie winkeltypes voor hun tuinaankopen. Op de eerste plaats staan de GSA's (Grandes Surfaces Alimentaires) zoals Carrefour, Casino, ... Op de tweede plaats de Peri-urbane tuincentra en op de derde plaats de bloemisten.

1.9 KWALITEITSLABELS FRANKRIJK

De Franse tuinbouwsector heeft een reeks kwaliteitslabels bedacht om aan deze veranderende vraag tegemoet te komen.

De IGP⁵ garandeert de oorsprong van de productie. Om in aanmerking te komen voor dit officiële kwaliteits- en oorsprongsteken (SIQO) moet ten minste één fase van de productie, verwerking of bereiding van het product plaatsvinden in het afgebakende geografische gebied.

⁵ De beschermde geografische aanduiding



Plante Bleue, opgericht in 2011 door VALHOR, de Franse interprofessionele tuinbouw, bloemisterij en landschapsarchitectuur, is verantwoordelijk voor de nationale certificering van tuiniers en boomkwekers die zich inzetten voor een milieuvriendelijk productieproces. Plante Bleue wordt beheerd door de vereniging Excellence Végétale, die labels en certificeringen ontwikkelt voor bedrijven in de sector.

Het meest erkende kwaliteitslabel is ongetwijfeld het "Label Rouge". Maar liefst 97% van het grote publiek ziet het onmiddellijk en begrijpt wat het betekent. Label rouge planten hebben goede fysieke (overvloedige bloei, productiviteit, weerstand tegen ziekten) en esthetische (gevarieerde kleuren, vormen en geuren) eigenschappen. De teelt-, oogst- en opslagvoorwaarden zijn vastgelegd in een bestek en moeten een goede ontwikkeling in particuliere tuinen na aankoop mogelijk maken. Het Nationaal Instituut voor Oorsprong en Kwaliteit (INAO) is verantwoordelijk voor het onderzoek van de aanvragen en de afgifte van het label aan producten die aan de eisen voldoen.

Het meer recente label "Fleurs de France" wordt uitsluitend toegekend aan planten die in Frankrijk zijn geproduceerd door kwekerijen die milieuvriendelijke of kwaliteitspraktijken hanteren. Om deze certificering te verkrijgen, verbinden de productiebedrijven zich ertoe te laten inspecteren. Bedrijven die reeds elders gecertificeerd zijn (Plante Bleue, enz.) hebben gemakkelijker toegang.

Deze verschillende labels garanderen de Franse productie en de traceerbaarheid van de planten, maar ook de milieu verantwoorde productiemethoden.



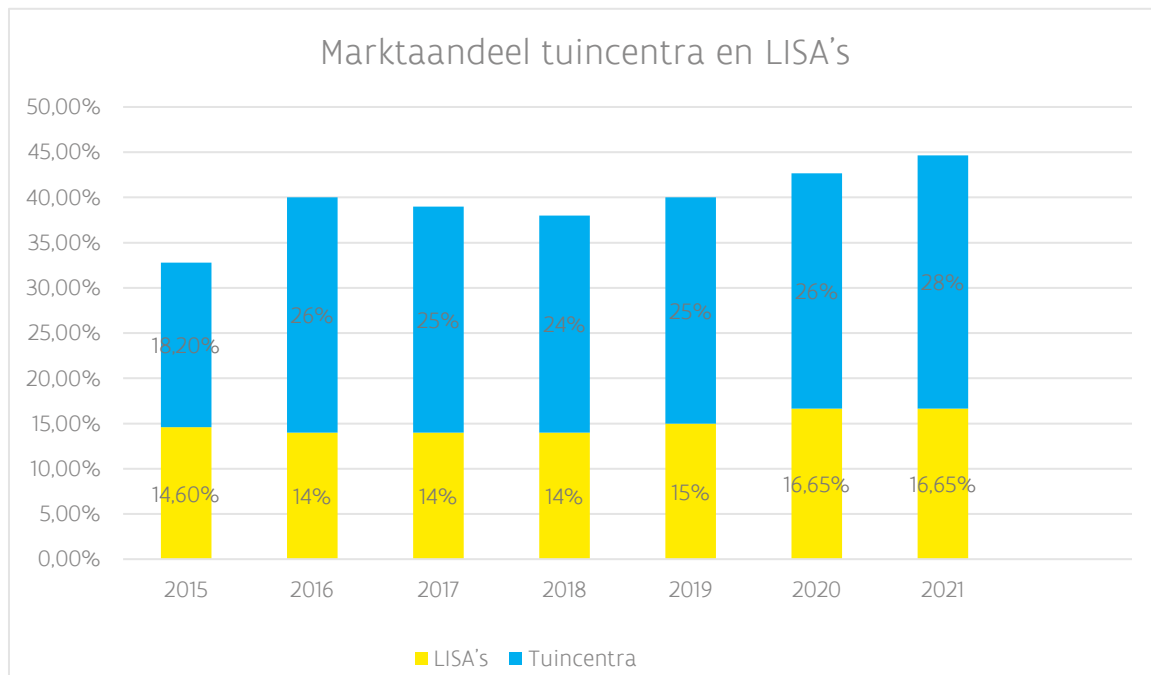
2.2 VOORNAAMSTE DISTRIBUTIEKANALEN

	Inplantingszone	Marktpositie	Voornaamste winkels
Tuincentra	Periferie, winkelcentra	Specialist	Jardiland, Botanic, Truffaut, Villaverde, ...
LISA (Libres-services agricoles)	Periferie	Multi specialist voor tuingerief	Comptoir du Village, Point Vert, Espace Emeraude, Gamm Vert, LaMaison.fr
GSB – Doe-het-zelf-zaken	Periferie, stadcentra	Generalist (verkoopt allerhande bouwmaterialen)	Leroy Merlin, Castorama, Brico Dépôt, Bricomarché, Mr.Bricolage, Weldom, Bricorama, ...
GSA – Grote voedingszaken, supermarkten	Periferie	Generalist	E. Leclerc, Carrefour, Auchan, Casino, Monoprix, ...
E-commerce, televerkoop		Specialist in tuingerief	Bakker.fr, Equipejardin.com, Amazon.fr, Manomano.fr, Leroymerlin.fr, Willemse France
Specialisten elektrisch gereedschap	Periferie	Specialist in gemotoriseerd gereedschap	Ruralmaster.fr, UniVert, Vert Loisirs, ...
Kwekerijen	Periferie	Planten, bomen en toebehoren	

//

2.3 TUINCENTRA – LISAS (LIBRES-SERVICES AGRICOLES)

2.3.1 Omgevingsanalyse



7

66% van de Franse huishoudens hebben een tuin. De tuin is een aparte kamer van het huis geworden, gewijd aan zijn omgeving en zijn bewoners van verschillende aard. De tuin wordt gezien als een troef van de woning. Het is een plaats van betrokkenheid geworden om de biodiversiteit en het milieu te behouden.

Omdat er in Frankrijk veel regio's zijn waar men het hele jaar door buiten kan leven, wensen mensen van deze extra leefruimte een aangename, comfortabele plaats te maken. Door het warme, milde klimaat blijft de tuinmarkt ieder jaar groeien.

9 op de 10 tuinbezitters tuiniert om te ontspannen, 7 op de 10 om meer gezonde beweging te hebben en 6 op de 10 om anders te eten. 26% van de Fransen zegt meer te willen tuinieren in het jaar 2023.

Overheidsinitiatieven die de aankoop van planten en andere ecologische producten aanmoedigen zijn bijvoorbeeld de verlaagde belastingtarieven (10%) voor verse of gedroogde bloemen, planten in hun natuurlijke staat, bomen, natuurlijke takken en gras.

Het marktaandeel van de tuincentra is al verschillende jaren constant. Na een stevige groei in 2015-2016, kende het marktaandeel van de tuincentra enkel in 2018 nog een dip. Het marktaandeel van de Lisa's kende vooral in 2020 en 2021 een uitzonderlijke groei van 16,65%.

⁷ 'Tendances Jardin', Les JDC Garden Trends - Studie uitgevoerd door les Echos voor Promojardin



2.3.2 Tuincentra

In Frankrijk zien we een opdeling in de sector van de tuincentra. De bedrijfstak wordt opgedeeld in autonome tuincentra en geïntegreerde tuincentra.

De **autonome tuincentra** zijn winkels die gespecialiseerd zijn in allerlei tuinartikelen. De autonome winkels komen voor in 2 verschillende categorieën. Ten eerste, de tuincentra die verbonden zijn aan grote netwerken met dezelfde naam. Deze centra werken volgens een franchisesysteem of filiaal winkels en ze zijn verbonden aan grote aankoopcentrales. Aan het hoofd van deze ketens staat een gerant in loondienst die individuele beslissingen neemt, maar geen zelfstandig statuut heeft (bijvoorbeeld, Jardiland, Gamm Vert, ...). De tweede categorie bestaat uit de zelfstandige winkels, deze zijn volledig onafhankelijk en maken hun eigen beslissingen.

De **geïntegreerde tuincentra** zijn winkels waarbij de distributie van tuinproducten niet de primaire activiteit is. Dit komt voornamelijk voor bij grote doe-het-zelf zaken zoals Leroy Merlin, Castorama,

Ook in sommige voedingswinkels kan er een afdeling met tuinmateriaal teruggevonden worden.

2.3.3 Lisa's

Oorspronkelijk waren de Lisa's **coöperatieve verkooppunten**. Ze verkochten B2B landbouwproducten, gewasbescherming en andere hulpmiddelen aan medelandbouwers. Naarmate de Franse landbouwers plaats maakten voor een meer stedelijke bevolking, ondergingen de Lisa's een transformatie. Ze begonnen steeds meer B2C-producten te verkopen, waarbij stadsbewoners behoeftes aanschaften voor het telen van hun eigen groenten. Deze verschuiving heeft ertoe geleid dat de Libres-Services Agricoles tegenwoordig eerder worden beschouwd als tuincentra.

Tegenwoordig worden er ook andere tuinmaterialen dan bloemen en planten verkocht zoals zwembaden, artikelen voor dieren, etc. Het grote voordeel van deze winkels is de uitgebreide kennis over de bloemen en planten die ze verkopen en de grote bekendheid die ze genieten in de landbouwwereld.

2.4 GSB – DOE-HET-ZELF-ZAKEN

De verkoop in de grote multi-specialisten en doe-het-zelf zaken daalde met 6% in waarde in 2022 ten opzichte van 2021. Wanneer we met het pre-pandemisch niveau vergelijken zien we dat de doe-het-zelf markt de afgelopen jaren met maar liefst 19% is gestegen. Doe-het-zelf zaken verkopen artikelen op het gebied van doe-het-zelf, decoratie, tuinieren, opruimen en hebben vaak ook een afdeling met dierenvoeding. Hun tuinassortiment wordt meestal seizoensgebonden aangepast (bijvoorbeeld verwarmingssystemen in de winter, tuinstoelen in de zomer, ...). Hierdoor hebben GSB's min of meer een constante omzet.



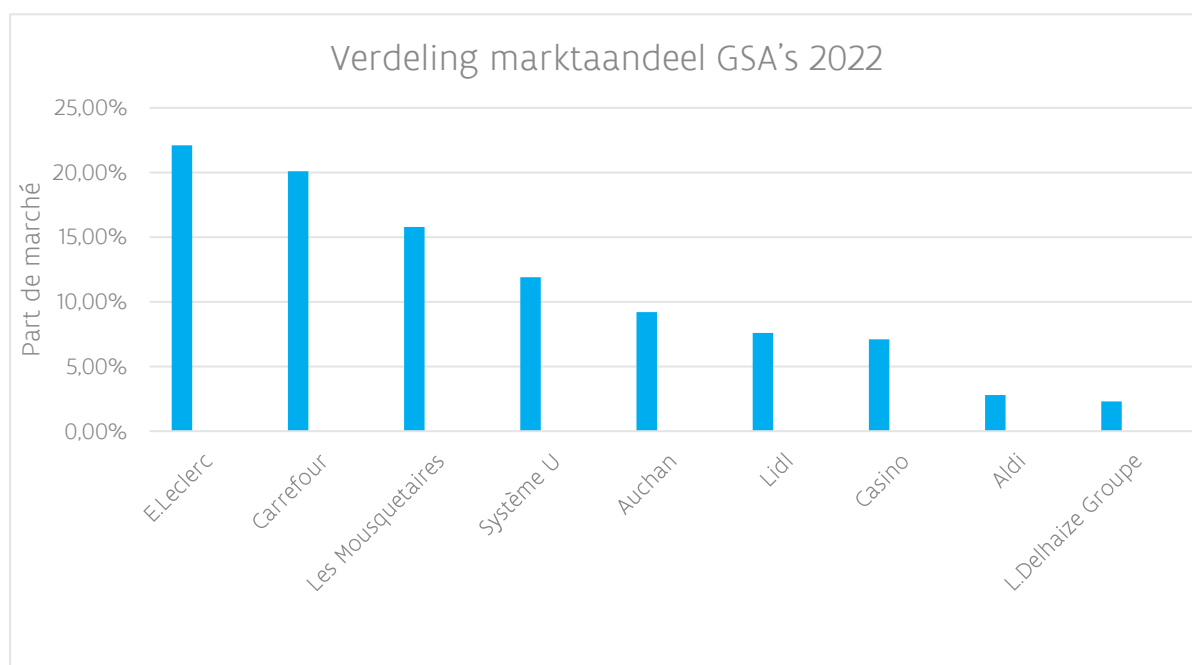
2.5 GSA – GROTE VOEDINGSZAKEN

De grote voedingszaken, bijvoorbeeld Carrefour, beschouwen het verkopen van tuinmaterialen niet als hun corebusiness. Dit vertegenwoordigt maar een klein aandeel van hun totale omzet. De grote voedingszaken kenden in 2022 een omzetsijging van 6% in de sector.

Toch daalt de omzet zowel voor food (-1,1%) als voor non-food producten (-0,7%). De verkoop van brandstoffen groeit echter zeer sterk (+54,3%). Dit is te verklaren door de stijging van de brandstofprijzen.

In grote voedingszaken wordt er net zoals bij de grote multi-specialisten en doe-het-zelfzaken met seizoensproducten ingespeeld op het koopgedrag en gevoel van de klanten.

Onderstaande tabel geeft het marktaandeel van de populairste supermarktketens weer in Frankrijk.



8

2.6 E-COMMERCE, TELEVERKOOP

Zoals op veel markten heeft de COVID-19-crisis ervoor gezorgd dat e-commerce op de tuinmarkt een nieuw niveau heeft bereikt. Als we de online verkoop van gespecialiseerde retailers niet meetellen, is het marktaandeel van online retailers sinds 2019 verdubbeld tot 8% van de waarde van de verkoop van tuinartikelen. Dit kanaal wordt nu grotendeels gedomineerd door de online verkoopgiganten (Amazon, Cdiscount, enz.), de gespecialiseerde doe-het-zelf-marktplaats

⁸ 'Verdeling Marktaandeel GSA's 2023', fr.statista.com



ManoMano en de nummer één doe-het-zelf-retailer Leroy Merlin (1 miljard euro aan online verkoop in 2021, alle producten samen).

Elk jaar maakt Capital magazine in samenwerking met het onderzoeksinstituut Statista een exclusieve lijst van de beste Franse e-commerce sites. Gamm Vert werd in 2023 uitgekozen tot beste e-commerce site in de categorie "Tuincentrum". De twee jaren voordien was dit nog Willemse.

Volgens de kerncijfers 2020 voor bloemisten die door Xerfi Spécific voor VALHOR zijn opgesteld en beschikbaar zijn op Espace Pro, heeft 64% van de Franse bloemisten een website. Van deze digitale bloemisten heeft 51% een showcase site en 49% een online verkoopsite.

Hoewel deze spelers consumenten aantrekken met een zeer breed assortiment aan apparatuur, gereedschap en tuinmeubilair dat tegen aantrekkelijke prijzen wordt aangeboden, bieden zij geen of zeer weinig planten aan. Ook een groot aantal gespecialiseerde pure spelers verkoopt geen buitenplanten, zoals OOGarden (96 miljoen euro omzet in 2020) en Alice's Garden (65 miljoen euro omzet in 2021).

Tuincentra hebben dus een reële kans om het voortouw te nemen in de online plantenverkoop. De belangrijkste gespecialiseerde retailers (Gamm Vert, Truffaut, Botanic, enz.) hebben allemaal een e-commercesite en bieden click & collect en thuisbezorging aan. Truffaut heeft ook zijn leveringsdiensten uitgebreid door eind 2021 "Truffaut City" te lanceren, een dienst voor levering op dezelfde dag die alleen in Parijs beschikbaar is.

2.7 SPECIALISTEN IN ELEKTRISCH GEREEDSCHAP (GRASMACHINES ETC.)

De grootste concurrenten van de motorspecialisten zijn de multi specialisten/doe-het-zelfzaken/grote voedingsketens omdat deze vaak een zeer agressieve prijszetting hanteren. Om toch met deze zaken te kunnen concurreren, stappen de motorspecialisten vaker over naar het verkopen van een hoger gamma gemotoriseerde producten.

De specialisten in elektrisch gereedschap staan bekend voor hun extra dienstverlening en goede prijs-kwaliteitsverhouding.

Voorbeelden van de producten die ze verkopen zijn grasmachines, haagscharen, bewateringssystemen, etc.

2.8 KWEKERIJEN

Een kwekerij is een plaats waar planten worden gekweekt en ontwikkeld. De term kwekerij kan verwijzen naar 2 soorten locaties:

In eerste instantie is het een terrein waar de zaailingen worden opgekweekt totdat ze kunnen worden gepland of verkocht. De planten kunnen bomen, struiken, vaste planten, maar ook eenjarigen zijn.



Een kwekerij is ook het bedrijf dat deze jonge planten produceert. Dit zijn vaste planten, bomen en struiken. Er zijn zowel kwekers, die de planten vermeerderen, als "veredelaars", die de planten van de kwekers ontvangen en ze kweken om ze te laten ontwikkelen voordat ze worden verkocht. Deze planten zijn bestemd voor het grote publiek, voor distributienetwerken (tuincentra, supermarkten) of voor lokale overheden.

De resultaten voor 2021 van het VALHOR/ FranceAgriMer Observatory of horticultural and ornamental nurseries tonen de verdere concentratie van de sector, met 2.760 bedrijven in totaal. De sector heeft nu 281 bedrijven, 866 banen en 1.000 ha productiegebied minder maar de omzet is met 9,6% gestegen.

Sinds enkele jaren wordt de tuinbouwsector in Frankrijk sterk getroffen door een daling van het aantal telers en verslechtert zijn concurrentievermogen. In 10 jaar tijd is het aantal Franse bedrijven door de sterke concurrentie bijna door 2 gedeeld met:

- Invoer: 1,17 miljard euro in 2021
- Uitvoer: 84 miljoen euro in 2021

Het aantal bedrijven in de sierteelt- en boomkwekerijsector lijkt verder af te nemen met een percentage tussen 5% en 5,5% per jaar. Deze daling vindt echter plaats bij een vrijwel constante tuinbouwomzet sinds 2015. De spanning op de markten dwingt de sector tot innovatie en het vinden van productie-alternatieven, zoals het aanpassen van de productie om de uitdagingen van de klimaatverandering het hoofd te bieden.

De distributie van de producten verloopt via verschillende distributiekanaalen: rechtstreekse verkoop, tuincentra, groothandelaren die aan supermarkten leveren, bloemisten, hoveniers en plaatselijke overheden. De meest gebruikte kanalen in de sector zijn tuincentra, groothandelaars en bloemisten.



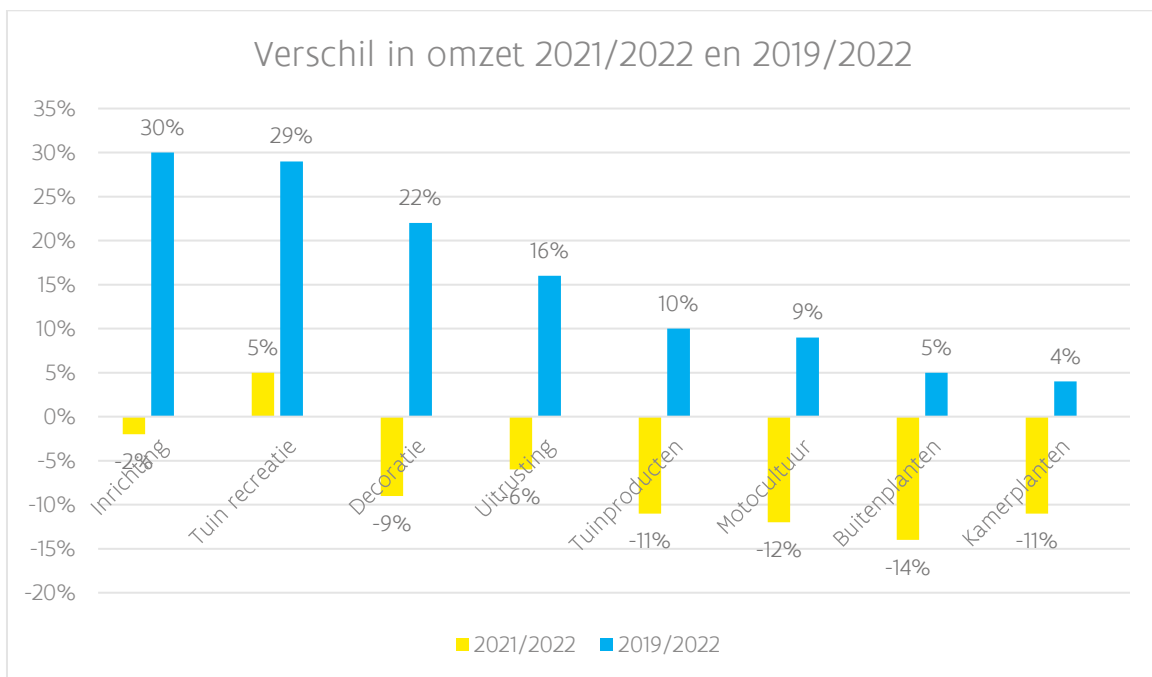
3. VERSCHILLENDE SEGMENTEN

De tuinmarkt kent verschillende onderverdelingen. Promojardin, de Franse vereniging voor de promotie van tuinbouw verdeelt de markt in acht segmenten:

1. Buitenplanten
2. Kamerplanten
3. Tuinproducten
4. Gereedschap
5. Gemotoriseerd gereedschap
6. Buitendecoratie en bloempotten
7. Tuin- en terrasrichting
8. Vrijtijdsartikelen

3.1 VERGELIJKING TUINMARKT 2019/2022

In onderstaande grafiek wordt het verschil in omzet tussen zowel het jaar 2021 en 2022 als het jaar 2019 en 2022 weergegeven. Dit geeft duidelijk weer dat de negatieve cijfers, wanneer we het jaar 2022 vergelijken met het jaar 2021, niet representatief zijn. Wanneer we vergelijken met de pre-pandemische cijfers van 2019, dan is 2022 een enorm positief jaar.



9

⁹ 'Tendances Jardin', Les JDC Garden Trends - Studie uitgevoerd door les Echos voor Promojardin



● Supports de culture
● Amendements
● Paillages
Engrais
Produits Phytosanitaires
● Produits de protection des plantes (anciennement antiparasitaires)
○ <i>Insecticides, fongicides et acaricides</i>
○ <i>Anti-limaces</i>
● Désherbants
Anti Nuisibles
● Anti-fourmis
● Anti-rongeurs
● Autres
Produits pour plantes d'intérieur

Gereedschap - Equipement et outillage à main
Grands outils et petits outils
● Grands outils
● Petits outils
Outils coupants
● Sécateurs
● Ebrancheurs
● Cisailles à haies
● Bûcheronnage
● Autres outils coupants
Composteurs
Pulvérisation
Arrosage
● Arrosoirs
● Tuyaux & dévidoirs
● Raccords & terminaux
● Programmation
● Goutte à goutte
● Arrosage enterré
● Récupération d'eau
● Pompes
Protection du jardinier
● Gants
● Vêtements
● Chaussant
● Autre protection du jardinier
Petit équipement du jardin,
Dont (non détaillé) films de protection, forçage, paillage, feutre, bâches, disques de plantation, tunnels, cloches de forçage, châssis et petites serres plastique, liens, tuteurs, colliers de serrage, cordeaux, fil de fer, ficelle, sacs à déchets

//

Cache-pots
Petite décoration du jardin
Fleurs et plantes artificielles
Eclairage du jardin

Tuin- en terrasaanleg- Aménagement du jardin et de la terrasse
Clôtures et occultations
● Grillages
● Panneaux soudés
● Clôtures et occultations naturelles
● Clôtures et occultations plastique
● Portails et portillons
● Accessoires de pose
Aménagement de la terrasse
● Aménagement de la terrasse Bois et Composite
○ Bois
○ Composite
● Aménagement de la terrasse Minéral
● Autre aménagement de la terrasse
● Gazon artificiel
Pergolas, treillage décoratif, bordures, ...
Abris de jardin et rangement
Serres
Bassin

Vrijetijdsartikelen - Loisirs au Jardin
Tables et sièges
● Tables et sièges en plastique et résine
○ <i>Tables et sièges en plastique et résine moulée</i>
○ <i>Table et sièges en résine tressée</i>
● Tables et sièges en bois
● Tables et sièges métal
● Tables et sièges autres, dont multi-matières
Autre mobilier de jardin
● Relaxation / détente
● Cousinage
● Parasols
● Tonnelles
● Autres
Barbecue et marché induit
● Equipement
○ Barbecue maçonné
○ Barbecue au charbon
○ Barbecue électrique

////////////////////////////////////

<ul style="list-style-type: none"> ○ Barbecue à gaz et planchas
<ul style="list-style-type: none"> ● Accessoires et Consommables <ul style="list-style-type: none"> ○ Accessoires et consommables charbon de bois ○ Autres accessoires et consommables
Piscine
<ul style="list-style-type: none"> ● Piscine hors sol
<ul style="list-style-type: none"> ● Equipements
<ul style="list-style-type: none"> ● Accessoires d'entretien
<ul style="list-style-type: none"> ● Accessoires ludiques
<ul style="list-style-type: none"> ● Produits de traitement
Jeux de plein air



4. VAKBEURZEN

- **Innopaysa** - Salon professionnel du paysage et des espaces verts

7 en 8 november 2024

Halle d'Iraty, Biarritz

<https://www.innopaysa.com/>

Organisator: Expomedia

Le Capitole

3, avenue Armand Toulet

E-mail: info@expomedia.fr

T: +33 (0)5 59 31 11 66

- **Journées des Collections Jardin**

Gedurende de afgelopen 19 jaar hebben op deze beurs ontmoetingen plaatsgevonden tussen distributeurs en leveranciers binnen de tuinsector. Deze bijeenkomsten zijn gericht op drie belangrijke aspecten van de tuinsector, waarbij gezamenlijk wordt gewerkt aan het vaststellen van productreferenties voor het jaar 2022.

Drie dagen om de spelers in de tuindistributie te ontmoeten:

- Meer dan 460 winkelketens (GSA, GSB, GSS, Lisa, ...) in 2019
- 1.300 professionele bezoekers uit heel Frankrijk en de buurlanden: Duitsland, België, Marokko, Polen, Roemenië en Zwitserland

26 tot 28 maart 2024

Parc Chanot, Marseille

<https://www.journeesdescollections.com/>

Organisator: Infopro Digital

Immeuble Parc II

10, Place du Général de Gaulle

92160 Antony, France

splatel@infoprodigital.com

T: +33 (0)1 77 92 92 92

- **Paysalia**

Paysalia is één van Frankrijks meest belangrijke beurs met betrekking tot groenaanleg.

Landschap-, tuin- en sportbeurs. Paysalia verwelkomt 450 exposanten rond: plantaardige productie, onderhoud, materialen, uitrusting en benodigdheden, bodem en milieu, uitrusting, water, bewatering, ontwerp en diensten.

5 tot 7 december 2023 (volgende editie in 2025)

Locatie: Eurexpo Lyon

<https://www.paysalia.com/fr>

//

Organisator: GL Events Exhibitions
59, quai Rambaud
69002 Lyon, France
info@gl-events.com
T: +33 (0)4 78 17 61 76

- **Salonvert**

Beurs richt zich tot professionals in groenbeleid, groenvoorziening en natuurbeheer (landschapsarchitecten, lokale beslissingsnemers van golf- en kampeerterreinen, manèges, begraafplaatsen). In de oneven jaartallen vindt de beurs plaats in het zuiden van Frankrijk, in de even jaren in de regio rond Parijs.

17, 18 en 19 september 2024
Château de Baville 91530 Saint-Chéron
<https://www.salonvert.com/en/home/>

Organisator: Profield Events
Zone Coriolis III
Rue Evariste Galois
71210 Torcy
info@salonvert.com
T: +33 (0)3 85 73 05 73

- **Salon du Végétal**

Deze beurs is de ontmoetingsplaats voor sourcing, inspiratie en innovatie die planten in al hun toepassingen promoot: milieu, leefomgeving, tuin, bloemisterij, gezondheid, welzijn, cosmetica, voeding, ...

Een compleet en innovatief aanbod rond grote sectoren:

- Planten
- Uitrusting, materialen (voor de ontwikkeling, verkoop en verbetering van planten)
- Diensten

10, 11 en 12 september 2024
Angers Parc Expo
<https://www.salonduvegetal.com/>

Organisator: B.H.R. - Bureau Horticole Régional des Pays de la Loire
Centre Floriloire
1, rue des Magnolias
49130 Les-Ponts-de-Cé
salon@bhr-vegetal.com
T: +33 (0)2 41 79 29 29



- Salon des maires et des collectivités locales

'Salon des Maires et des Collectivités Locales' vindt jaarlijks plaats in de beurshallen van Parc des Expositions - Porte de Versailles. De beurs wordt georganiseerd door de Groupe Moniteur in samenwerking met de AMF ('Association des Maires de France'). Het bezoekersprofiel is 100% nationaal en bestaat uit burgemeesters en verantwoordelijken van lokale collectiviteiten. De exposanten zijn actief binnen een veelheid aan sectoren/domeinen, waaronder stedelijke ontwikkeling, constructie/openbare werken/groenaanleg, media/communicatie, kinderen/gezondheid/sociaal beleid, milieu/energie, ICT, consultancy/diensten, veiligheid/preventie, sport en sport/vrije tijd/toerisme/cultuur.

21 tot 23 november 2023 (volgende editie 19 tot 21 november 2024)

Porte de Versailles – Paris

<https://www.salondesmaires.com/>

Organisatoren:

Infopro Digital
10, Place du General de Gaulle
Parc Antony II
BP 20156
92160 Antony, France
T: +33 (0)1 77 92 92 92

Association des Maires de France (AMF)
41, quai d'Orsay
75007 Paris
T : +33 (0)1 44 18 14 14

Enkele belangrijke bouwbeurzen zijn:

- Artibat

Artibat is een echt platform voor uitwisselingen en zakendoen tussen professionals in de bouw en openbare werken. Artibat is een concept dat al meer dan 30 jaar bestaat. Georganiseerd door CAPEB Pays de la Loire, brengt het om de 2 jaar in Rennes meer dan 1.000 toonaangevende exposanten in hun vakgebied en bijna 40.000 professionele bezoekers samen voor marktinnovaties en industriële oplossingen.

18 tot 20 oktober 2023 (volgende editie 22 tot 24 oktober 2025)

Parc-Expo de Rennes Aéroport

<https://www.artibat.com/>

- Batimat

Alle bouw- en architectuurprofessionals ontmoeten elkaar hier al 60 jaar om innovatieve producten en oplossingen uit te wisselen om de gebouwen van vandaag en morgen te bouwen. Batimat is de beurs om innovaties te promoten en te onthullen aan besluitvormers op de Franse en internationale markt.

30 september tot 3 oktober 2024

Paris Expo Porte de Versailles

<https://www.batimat.com/>

//

- **Innobat**

Innobat is de beurs van innovatieve producten voor de bouw.

7 tot 8 november 2024

Halle d'ltary, Biarritz

<https://www.innopaysa.com/>

- **Nordbat**

Nordbat stelt alle aannemers, bestekschrijvers en projecteigenaren in staat om hun regionale en nationale leveranciers en partners op één plek te ontmoeten.

10 tot 12 april 2024

Lille Grand Palais

<https://www.nordbat.com/fr/>



Opzoeking: op de website kan je door te klikken op de knop 'trouver un paysagiste près de vous' zoeken naar de gewenste contactgegevens. Je hebt de mogelijkheid om op basis van regio of bedrijfsnaam te zoeken. Bij het aanklikken van 'voir l'entreprise' krijg je een contactfiche waarop het e-mailadres, telefoonnummer en de website wordt vermeld.

UNEP vertegenwoordigt onder andere landschapsarchitecten en tuinaanleggers en treedt op als ondersteunende organisatie, bij o.a. overleg met overheidsinstanties om hun belangen te verdedigen.

UPJ- Union des entreprises pour la protection des jardins et des espaces publics

59, Avenue de Saxe

75007 Paris

T: +33 (0)1 53 69 60 90

upj@upj.fr

www.upj.fr

Op deze site vindt je ook adressen van tuinaanleggers.



