

Afsætning Det franske marked for juletræer

Af Kaj Østergaard, Dansk Juletræsdyrkerforening og Torben Sommer-Larsen, Sejlsbjerg Plantage

Med 6-7 millioner træer pr. år og en stigende andel af (danskproducerede) nordmannsgran juletræer er det franske marked spændende for danske producenter. Markedet, som kendetegnes ved en høj andel plastiktræer, efterspørger gennemgående mindre træer, og kvalitetskravene er ikke så høje, som de kendes fra Tyskland. Den franske produktion er i en omstillingsfase fra rødgran til nordmannsgran.

Det franske marked har stille og roligt udvikles sig til at være det tredje vigtigste eksportmarked for danske juletræer, og det haler faktisk noget ind på det engelske marked som er det næststørste marked. Det skyldes selvfølgelig

flere forhold, men en stærk medvirkende årsag er, at vi fra Dansk Juletræsdyrkerforenings side har anvendt en del kræfter på den generelle markedsføring af danske produkter, og eksportørerne har været gode til at følge op på de generelle tiltag med en mere konkret kundebearbejdning.



Figur 1 Et kvalitativt mindre godt, men tæt træ, som er udemærket på det franske marked.

Tabel 1 Procentuel fordeling mellem juletræsarterne på det franske marked.

Træart/år	1998	2000	2002	2004
Rødgran	71,8	68,0	55,6	42,4
Nordmannsgran	25,7	28,8	41,5	54,9
Andre arter	2,6	3,2	2,9	2,7

Tabel 2 Højdefordeling (%) fordelt til rødgran og nordmannsgran.

Træart/træstørrelse	Mindre end 0,5 meter	Mellem 0,5 og 1,0 meter	Mellem 1,0 og 1,5 meter	Over 1,5 meter
Rødgran	2,7	21,8	44,7	30,8
Nordmannsgran	0,8	12,6	49,6	36,9

Tabel 3 Andel (%) af træer, som sælges med klump, i potte eller lignende fordelt til træarter.

Leveringsmåde/træart	Alle træarter	Nordmannsgran
Afskårne træer	69,4	70,4
Med klump, i potte eller lign.	31,6	29,6

De generelle tiltag har især koncentreret sig om en nobiliskampagne som gennemførtes for 10-12 år siden. Procentuelt opnåede vi en meget kraftig stigning i afsætningen af nobilis, men målt i tons var den noget mere beskedent. Kampagnen var dog med til både at forøge afsætningen af nobilis klip og åbne franskmændenes øjne for, at Danmark havde en stærk position vedrørende juletræer og klippegrønt. Den anden kampagne som gennemførtes over en periode for 3-8 år siden indeholdt markedsfremme for juletræerne, og dette gav en god effekt, som har dannet grundlag for den positive udvikling. Det seneste tiltag er en udstilling i det danske hus i Paris, som en gruppe eksportører stod for.

Disse tiltag har således overordnet set været afsætningsfremmende for danske producenter og eksportører. Når vi i sin tid valgte at satse noget på Frankrig i stedet for England, skyldes det dels det forhold, at lokalproduktionen i England udviklede sig noget hurtigere end Frankrig, men det primære var en vurdering af, at Frankrig kunne aftage andre produkttyper end det store tyske marked. Vi har fået bekræftet denne antagelse, idet eksporten af nordmannsgran træer til Frankrig er sammensat af partier med en mindre højde, og lavere kvalitet end til det tyske marked.

Det er begrænset hvad der findes af undersøgelser vedrørende forbruget af juletræer i Frankrig, men et offentligt organ inden-

for frugt- og gartneriområdet har undersøgt markedet. I det efterfølgende vil vi gengive nogle af resultaterne fra denne rapport – se kilder nederst i artiklen.

Det totale marked

Anvendelsen af juletræer i de franske familier er væsentlig mindre end i det nordlige og østlige Europa. Det er kun 25 - 30 % af husholdningerne, der har et juletræ. Heraf har 4-5 % et kunstigt juletræ, så plastikjuletræerne udgør en relativ høj andel af de franske juletræer. Der er en klar tendens til, at hyppigheden af juletræer falder fra Nord til Syd i landet. Der er endvidere samme tendens i Frankrig som i andre lande til, at hyppigheden af husholdninger med et juletræ er mindre i de store byer end ude i landsbyerne og i de mindre byer. Dette skyldes til dels tradition, men også det forhold, at der i de store byer er forholdsvis flere husholdninger med kun et medlem, og da disse husholdninger rejser til andre dele af familien i julen, køber de intet juletræ.

Undersøgelsen viser en total mængde på 6-7 millioner træer, men da ca. 1 million er plastik træer bliver solgt af rigtige træer 5-6 millioner. Ved en undersøgelse som denne vil der altid være nogen usikkerhed. Den totale mængde i denne undersøgelse er mindre end de tal vi får informationer om ved drøftelser med vores søsterorganisation og gennem samtaler med de forskel-

lige handelsled. Navnlig i det franske grossistled, er der udtalelser om, at det samlede salg af juletræer i Frankrig er helt oppe på 8 millioner. Det er derfor vores vurdering, at det samlede forbrug i Frankrig af rigtige juletræer er på 6-7 millioner. Den danske eksport til Frankrig er over 1 million træer, så danske træer er repræsenteret i 15-20 % af de franske familiers stuer juleaften. Sammenligner vi dette med Tyskland, hvor danske træer udgør 20-25 % af tyskernes juletræer, må vi konstatere, at vi faktisk er godt på vej på det franske marked, og de relativt beskedne generelle markedsførings kroner er tilsyneladende givet godt ud.

Træartsfordelingen

Frankrig oplever den samme tendens som vi ser overalt i Europa, idet den traditionelle rødgran må vige pladsen for nordmannsgran. I Frankrig sælges der en lille del almindelig ædelgran, men også denne andel mindskes til fordel for nordmannsgran (tabel 1).

Som det fremgår af tabel 1 steg nordmannsgranens markedsandel kraftigt fra 2000 til 2002, og det var netop i denne periode, at der blev gennemført afsætningskampagner.

Højdefordeling

Som nævnt ovenfor er træerne mindre på det franske markedet. Tyngden ligger i højdeklassen 1,25-1,50, men der er lidt forskel på træar-

Tabel 4 Distributionskanaler for slag af juletræer i Frankrig fordelt til år.

Distributionskanal/år	1998	2000	2002	2004
Stadeplads, blomsterhandler og lignende	27,5	25,3	24,4	21,3
Hypermarkeder og supermarkeder	45,0	43,	37,0	37,3
Planteskoler, producenter, fæld selv og lignende	27,5	31,4	38,6	41,6

Tabel 5 Salgsdatoer for rødgran og nordmannsgran på det franske marked.

Træart/dato	1. - 9. dec.	10.-14. dec.	15.-20. dec.	21.-24. dec.
Rødgran	11,8	31,3	47,2	9,8
Nordmannsgran	26,3	28,4	39,6	5,5

Tabel 6 Opnåede gennemsnits priser hos slutbrugeren pr. træ omregnet til danske kroner.

Træart/år	2000	2002	2004
Rødgran	72	88	98
Nordmannsgran	165	164	167
Alle træer	101	123	137
Plastiktræer	155	157	156

terne. Nordmannsgran træerne er gennemsnitlig lidt højere end rødgran træerne (tabel 2).

Vi får altså her bekræftet, at det franske marked ønsker små træer. Bemærk, at for nordmannsgran er ca 2/3 af træerne under 1,5 meter.

Sorteringen og produkttyper

Som tidligere nævnt er kvalitetskravene mindre i Frankrig end på de andre markeder, men der er dog nogle nuancer. De meget åbne typer med vandret grenstilling er ikke velsete, men mere eller mindre tætte træer med nogle fejl går bedre (figur 1). Den gamle sortering med prima, sekunda og uklassificerbare træer blev i sin tid til i et samarbejde mellem Danmark og Frankrig. Men det er slående, at mængden af uklassificerbare træer i Frankrig er ubetydelig, medens den jo i Danmark i årene med overudbud lå på helt op til 50 % af træerne i kulturerne.

Et andet specielt forhold ved det franske marked er, at der sælges en forholdsvis stor mængde træer i potter, med klump eller med andre former på påsatte "fødder" (tabel 3).

En særlig form for salgsprodukt i Frankrig er små afskårne træer, der er monteret på en træskive. For nordmannsgran udgør de ca. 20 %. Og dette produkt er medtaget i gruppen "klump, i potte eller lign."

Salgsstederne

Distributionskanalerne er nogenlunde som vi kender dem fra andre lande i Europa, men der er en tendens til, at de meget store hypermarkeder altid har haft en relativ stor andel af salget. Ligeledes har blomsterbutikkerne en relativ stor andel af salget, medens det sædvanlige stadesplads salg er mindre end i andre lande (tabel 4).

Vi ser her en interessant udvikling idet både stadeshandlernes salg og kædeforretningernes salg går tilbage, medens den del af markedet som eventuelt også sælger en

oplevelse i forbindelse med forbrugernes køb af juletræ går frem.

Tidspunkt for salget

Som i mange undersøgelser af denne art, er tidspunktet for salget også undersøgt her. Dette er altid et interessant spørgsmål, idet vi som danske eksportører ofte leverer alle træerne i slutningen af november. Når salget først sker umiddelbart før jul kan den tidlige høst påvirke træernes friskhed negativt, hvorfor den lokale produktion kan have

J. J. Skovservice

Knusning af juletræsbevoksninger og jordfræsning
Rabat- og hegnsklipning
Alle skoventreprenøropgaver udføres

J. J. Skovservice

v/ Jens Johansen • Vadet 2 • Bjælkerup • 4660 St. Heddinge
Telefon 56 50 32 02 • Mobiltelefon • 20 45 82 02 • Telefax 56 50 32 03
E-mail: info@jjskovservice.dk • Homepage: www.jjskovservice.dk



PETER SCHJØTTS *Planteskole*

Planter til: Pyntegrønt & juletræer, skov, læ & vildt

www.planteskole.dk

Nordmannsgran Ambrolaurii 2/1s 10/20

Nordmannsgran Ambrolaurii 2/2 15/30

Hedegårdvej 5, 7361 Ejstrupholm, tlf. 75 77 25 52, fax 75 77 31 34, E-mail: ps@planteskole.dk



L. K. Skovservice

v/ skoventreprenør Lars Kildsgaard

Totalentreprise: Alle opgaver udføres

Speciale: Grenknusning/rodfræsning

NYHED:
Knusning af rabatter

Tlf. 86 84 81 33 • Fax 86 84 81 77 • Biltlf. 40 18 44 81
E-mail: lkskovservice@mail.tele.dk • Engetvedvej 3 • 8653 Them

Har du tænkt på gødning til dine juletræer?

Binadan har en gødning både til økologisk og traditionel brug

Binadan naturgødning NPK 5-2-4

Bina-skov NPK 10-3-12 + 1mn

Bina-sport NPK 13-2-9 + Mg lugtfri

Bina-park NPK 9-2-7 lugtfri

Alle gødninger har et rigt indhold af mikronæringsstoffer

Se hele vores program på **www.binadan.dk**



Frisbækvej 5 • 8766 Nr. Snede • Tlf. 7577 0211 • Fax. 7577 0280
Mail: binadan@binadan.dk • Hjemmeside: www.binadan.dk

en konkurrencemæssigt fordel med nyfældede træer, som kan tilpasses det daglige salg på salgsstederne (tabel 5).

Som det fremgår af tabel 5, sker salget relativt tidligt, og det er påfaldende at salget for nordmannsgran sker tidligere end for rødgran. Fordelen med større nålefasthed træder her tydeligt frem. På dette område er det franske marked altså lidt anderledes end de nordeuropæiske markeder, hvor ca 2/3 af træerne sælges i den sidste uge før jul.

Priser

Priserne veksler en del i Frankrig, dog med de gængse lovmæssigheder, idet priserne er højest i de større byer og lavere ude på landet. Men hypermarkedernes store markedsandel udjævner en del af dette mønster. Som i mange andre lande betyder træets højde meget for prisen. Meterprisen er således næsten konstant uanset højden (tabel 6).

Det ses, at nordmannsgran er ca dobbelt så dyr som rødgran i slutbrugerleddet, hvilket svarer til den kendte prisrelation mellem de to træarter. Når vi tager hensyn til, at den gennemsnitlige højde for nordmannsgranen ligger et stykke under 1,5 meter, bliver meterprisen i slutforbruger leddet udmærket.

Afslutningsvist kan det oplyses, at de franske producenter har spottet udviklingen og er i fuld gang med at omstille sig fra rødgran til nordmannsgran. Den samlede franske produktion af juletræer er stigende. Omstillingen til nordmannsgran medfører dog faldende udbytteprocenter i en periode, da det ofte tager en omdrift at lære at dyrke en ny træart. Men der tilplantes flere arealer, og der forventes en fortsat positiv udvikling i salget af rigtige juletræer. Frankrig er tillige ved at blive et interessant land for danske producenter. På grund af lave jordpriser, har flere i de sidste fem år startet produktion af nordmannsgran på særligt udvalgte lokaliteter, og meget tyder på, at produktionen bliver vellykket.

Kilder

- 1) OHIFLOR, 2004: Consommateurs THS-sofrés, Paris.
- 2) OHIFLHOR, 2003: Le marche du sapin de Noël, Paris.

