



**Vlaanderen**  
is landbouw & visserij

**E**

**5**

ZEEBRUGSE VISVEILING-V.R.V.  
EIGENDOM 2006

78

**A**

4/10/16

**ILVO Mededeling 209**

maart 2016

## **VERWERKVIS – DE VLAAMSE VISSERIJSECTOR EN DE VISVERWERKENDE NIJVERHEID**

**STATUS, NODEN EN KANSEN**

**ILVO**

Instituut voor landbouw-  
en visserijonderzoek

[www.ilvo.vlaanderen.be](http://www.ilvo.vlaanderen.be)

# VERWERKVIS – De Vlaamse visserijsector en de visverwerkende nijverheid status, noden en kansen

ILVO MEDEDELING 209

maart 2016

ISSN 1784-3197

Wettelijk Depot: D/2016/10.970/209

cover: Visveiling Zeebrugge – ILVO

## Auteurs

Lancelot Blondeel

Katrien Verlé

Geertrui Vlaemynck

Ruben Braeckman

Xavier Vermeersch

Els Vanderperren

Els Torreele



## Financiering

Europees Visserijfonds (EVF)

Vlaamse overheid



**Vlaanderen**  
is landbouw & visserij

**ILVO Mededeling 209**

maart 2016

**VERWERKVIS - DE VLAAMSE VISSERIJSECTOR  
EN DE VISVERWERKENDE NIJVERHEID**

**STATUS, NODEN EN KANSEN**



## Inhoudsopgave

Inhoudstabel afbeeldingen .....	3
Inhoudstabel tabellen .....	4
Samenvatting.....	5
Kernbesluiten .....	6
Aanbevelingen .....	7
1.    Inleiding.....	9
2.    Doelstelling VERWERKVIS-project.....	9
3.    Methode.....	10
3.1.1    Verzamelen van informatie .....	10
3.1.2    Koppeling van vraag en aanbod .....	12
4.    De visserijproductieketen .....	13
5.    Het aanbod.....	16
5.1    Lokaal aanbod.....	17
5.1.1    Vlaamse visserijsector .....	17
5.1.2    De visveilingen .....	26
5.1.3    Noden aan lokale verwerking .....	40
5.2    Import.....	41
5.2.1    Aankoopgedrag .....	41
5.3    Conclusie.....	46
6.    Belgische visverwerkende industrie.....	48
6.1    Typering o.b.v. de activiteiten .....	48
6.1.1    Definitie van de activiteiten .....	49
6.1.2    Activiteit bewerking .....	52
6.1.3    Activiteit verwerking .....	55
6.2    Knelpunten .....	63
6.2.1    Knelpunten in de bedrijfsvoering .....	63
6.2.2    Markt gerelateerde knelpunten .....	65
6.2.3    Lage houdbaarheid .....	67
6.2.4    Communicatie .....	68
6.3    Conclusie.....	70
7.    Discussie: Vraag- en aanbodzijde.....	71
7.1    Klantgerichte vereisten.....	71
7.1.1    Binnenlandse afzetkanalen .....	71
7.1.2    Export .....	75
7.1.3    Samenvatting .....	76

7.2	Afzet van de Belgische visverwerkende industrie.....	78
7.3	Soortkeuze.....	79
7.4	Conclusie.....	80
8.	Verbinden van vraag en aanbod.....	82
8.1	Aanbod afstellen op de vraag.....	82
8.1.1	Product optimalisatie	83
8.1.2	Duurzaamheid	83
8.1.3	Visvangst afstellen op vraag	84
8.1.4	Optimalisatie op niveau van de Vlaamse visveilingen	84
8.1.5	Marktdifferentiering en productontwikkeling binnen de visverwerkende sector	85
8.2	Vraag afstellen op aanbod.....	86
8.2.1	Marketing en promotie	86
8.2.2	Diversificatie en productontwikkeling	87
8.2.3	Nieuwe afzetkanalen	89
8.3	Lokale visverwerking.....	91
8.3.1	Lokale verwerking van pladijs	91
8.3.2	Verwerking als service (Toll Processing)	91
8.4	Opleiding.....	92
8.5	Communicatie doorheen de keten.....	92
9.	Conclusie.....	94
10.	Referenties.....	98

## Inhoudstabel afbeeldingen

Figuur 1: schematische weergave van de visserij productieketen. Afbeelding opgesteld door manta consulting voor fish 2.0 project (2013)	13
Figuur 2: schematische weergave van de doorstroom van ruwe producten uit de visveiling.	15
Figuur 3: trend in eu vangsten tegenover eu import in ton levend gewicht (periode 1999-2011) (new economics foundation 2015)	16
Figuur 4: top 10 aangevoerde vissen op vlak van volume voor zowel belgische als buitenlandse havens. (tessens 2015, p.15)	19
Figuur 5: maandelijks totaal aanvoergewicht in belgische + vreemde havens uit tessens (2015)	19
Figuur 6: relatief aandeel van havens in totaal aanvoervolume en besomming. Gebaseerd op tessens et al. (2015)	20
Figuur 7: besomming van de top 10 soorten (tessens 2015)	21
Figuur 8: maandelijkse totale besomming in belgische en vreemde havens, uit tessens et al (2015)	21
Figuur 9: prijzen van de voornaamste soorten in 2013 en 2014 (€ /kg). Overgenomen uit tessens et al (2014)	22
Figuur 10: evolutie van quota van pladijs, tong, kabeljauw en haring. Uit platteau et al. (2014)	25
Figuur 11: percentage van ondervraagde bedrijven die in vlaamse veilingen producten aankopen (93 bedrijven in totaal, 28 met vis als nevenactiviteit, 65 met vis als hoofdactiviteit)	28
Figuur 12: overzicht van het % aan bevraagde bedrijven die soorten aanbieden die potentieel voorzien kunnen worden door lokale aanvoer (n=93)	29
Figuur 13: import en export volumes van pladijs (data bron: fishreg, europese commissie, <a href="https://fishpoptrace.jrc.ec.europa.eu/web/seafoodtrade/data">https://fishpoptrace.jrc.ec.europa.eu/web/seafoodtrade/data</a> )	31
Figuur 14: (a) importwaarde en (b) exportwaarde in belgië van pladijs per land in 2012 (fishreg, europese commissie, <a href="https://fishpoptrace.jrc.ec.europa.eu/web/seafoodtrade/data">https://fishpoptrace.jrc.ec.europa.eu/web/seafoodtrade/data</a> )	32
Figuur 15: gemiddelde prijzen van pladijs in belgië en nederland (verlé et al. 2016)	39
Figuur 16: de top 10 marktpenetratie van vissoorten binnen bedrijven met (a) visverwerking als hoofdactiviteit, (b) visverwerking als nevenactiviteit en (c) ongeacht activiteit (hoofd = 45; neven = 28, totaal = 93)	42
Figuur 17: locatie van aankoop - percentage van bevraagde bedrijven die uit een bepaald land kopen, met onderscheid tussen (a) bedrijven met visverwerking als hoofdactiviteit, (b) visverwerking als nevenactiviteit, (c) totale bevraagde populatie. (hoofd = 45; neven = 28, totaal = 93)	44
Figuur 18: locatie van aankoop van belgische verwerkers (n=93)	46
Figuur 19: overzicht van de locatie van de belgische visverwerkende industrie per gemeente in 2014 (n=270). Brugge en zeebrugge werden als twee verschillende locaties beschouwd (verlé et al. 2016)	48
Figuur 20: belang van vis in belgische visverwerkende bedrijven	50
Figuur 21: activiteiten van visverwerkende bedrijven, met onderscheid tussen (a) hoofdactiviteit vis, (b) nevenactiviteit vis en (c) over alle bevraagde bedrijven heen. Nota: in b en c is de factor 'andere' weggelaten wegens te veel ontbrekende antwoorden. Hoofd = 45; neven = 28, totaal = 93)	51
Figuur 22: (a) top 10 marktpenetratie van soorten met fileren als bedrijfsactiviteit en (b) belangrijkste soorten bij gespecialiseerde bedrijven die fileren (niet noodzakelijk gespecialiseerd in fileren) (n=28).	52
Figuur 23: flowchart fileren	53
Figuur 24: (a) marktpenetratie en (b) specialisatie in soorten van rokerijen (n=24).	55
Figuur 25: flowchart van het rookproces	56
Figuur 26: (a) 10 soorten met de grootste marktpenetratie en (b) specialisatie binnen het segment van verwerkers met bereide maaltijden als eindproduct (n=20)	58
Figuur 27: (a) marktpenetratie en (b) specialisatie in bepaalde soorten door diepvriesbedrijven in belgië (n= 12)	59
Figuur 28: flowchart diepvriesproces	60
Figuur 29: (a) marktpenetratie en (b) specialisatie van inleggerijen in bepaalde soorten (n=7)	61
Figuur 30: flowchart verwerkingsstappen inleggerijen	62
Figuur 31: marktevolutie van besteding per capita voor vis, week- en schaaldieren in belgië (marketingdienst vlam 2015c)	72
Figuur 32: aandeel van kabeljauw en zalm binnen het totaal aangekocht volume van verse vis (marketingdienst vlam 2015c).	72

Figuur 33: aandeel distributiekanaal van verse visserijproducten als % van volume (marketingdienst vlam 2015c)	73
Figuur 34: belangrijkste afzetkanalen van belgische visverwerkende bedrijven. Noot: bij afzet neven (c) werden 'andere' weggelaten wegens een te groot aantal ontbrekende antwoorden. De categorie 'andere' omvat alternatieve afzetkanalen richting groothandelaars, marktkramers, deur aan deur verkoop (totaal = 93; neven = 28, hoofd = 45)	78
Figuur 35: (a) de voornaamste soorten waarin de bevraagde bedrijven zich specialiseren specialisatie en (b) de top 10 marktpenetratie van soorten over alle bevraagde bedrijven heen (totaal = 93).	79
Figuur 36: concept marketing mix gebaseerd op kelly et al. (2013)	88
Figuur 37: schematische weergave van initiatieven die verschillende schakels in de visserijproductieketen kunnen ondernemen om te voldoen aan lokale vraag	95
Figuur 38: schematische weergave van initiatieven die schakels in de visserijproductieketen kunnen ondernemen om de vraag bewust te maken van de voordelen van lokale aanvoer en innovatieve producten die hiervan gebruik maken	96

## Inhoudstabel tabellen

Tabel 1: factoren opgenomen in onderzoek	11
Tabel 2: soorten opgenomen in onderzoek	11
Tabel 3: overzicht voornaamste bestemming van soorten – met dank aan de vlaamse visveiling	30
Tabel 4: belangrijkste beïnvloedende factoren die in overweging gebracht worden door de lokale visverwerkende sector bij het aankopen van vis aan een vlaamse visveiling.	38
Tabel 5: eigenschappen van visverwerkende bedrijven in België	49
Tabel 6: belangrijkste belgische bewerkende en verwerkende activiteiten.	50
Tabel 7: gebruikte machines en prijzen voor de bewerking	54
Tabel 8: overzicht gebruikte apparatuur in rokerijen en kostprijs	57
Tabel 9: overzicht apparatuur diepvries en kostprijs	61
Tabel 10: overzicht van de belangrijkste knelpunten binnen de belgische visbewerkende en visverwerkende industrie	70
Tabel 11: overzicht van de belangrijkste aanbod-gerelateerde vereisten per afzetkanaal, met cijfers uit vlam (2015)	77
Tabel 12: overzicht van belangrijkste voor en nadelen van lokale aanvoer en geïmporteerde producten.	80



## Samenvatting

De Vlaamse visserijvloot is afgelopen decennia sterk geslonken ten gevolge van de brandstofcrisis, strenge reglementeringen, lage visprijzen voor bepaalde soorten en een geglobaliseerde handel in vis. Dit resulteert in een verlaagde rendabiliteit waardoor de sector kwetsbaar is. Waarde toevoegen aan lokaal aangevoerde producten kan resulteren in een verbeterde leefbaarheid voor de visserijsector en kan een meerwaarde betekenen voor heel de visserijproductieketen. Een lokale visverwerkende sector die innovatieve visserijproducten aanbiedt waarbij maximaal gebruik wordt gemaakt van lokale aanvoer kan op deze nood inspelen.

Om deze doelstelling te kunnen bereiken is een goed begrip nodig van de visserijsector, de visverwerkende industrie en de behoeftes van andere schakels in de productieketen. De doelstellingen binnen het VERWERKVIS-project zijn;

- (1) Het beschrijven van de lokale aanbodzijde, zowel voor visserijproducten uit de Vlaamse visserijsector als voor geïmporteerde producten, met aandacht voor knelpunten binnen de lokale visserijsector (Hoofdstuk 5).
- (2) Het in kaart brengen van de lokale visverwerkende industrie, het gebruik van (lokaal aangevoerde) vis en knelpunten binnen deze sector (Hoofdstuk 6).
- (3) De complementariteit analyseren tussen lokale vraag en lokaal aanbod; rekening houdend met de vereisten van de grootste consumentgerichte afzetkanalen (Hoofdstuk 7).

Opportunities voor een betere verbinding tussen vraag en aanbod worden in Hoofdstuk 8 beschreven voor lokale visverwerking en voor een keten-brede aanpak.

In 2014 bestonden er 271 bedrijven die aan visverwerking deden in België, met concentraties rond de visveilingen in Oostende en Zeebrugge, en een groot aantal vestigingen rond Brussel. De Belgische visverwerkende industrie heeft een gevarieerd aantal bedrijfsactiviteiten. Tot 22% van de bedrijven doet aan visbewerking (versnijden), 55% doet aan visverwerking (o.a. roken en bereide maaltijden) en 20% deed beide activiteiten. Hierbij is fileren de belangrijkste bewerkende activiteit en zijn roken, diepvries en bereide maaltijden de belangrijkste verwerkende activiteiten. De Belgische visverwerkende industrie heeft te kampen met knelpunten in bedrijfsvoering, markt en economie, houdbaarheid van producten, concurrentie met buitenlandse verwerking en communicatie aspecten doorheen de productieketen.

Welke soorten de Belgische visverwerkende industrie selecteert voor verwerking is sterk afhankelijk van de bedrijfsactiviteit en de vraag van de klant. Het aanbod uit de Vlaamse visserijsector wordt gekenmerkt door een grote afhankelijkheid van tong en pladijs en biedt naast deze soorten een brede waaier aan andere soorten. In vele gevallen zijn de aangelande soorten seizoensaal beschikbaar en dit in relatief lage volumes. Deze variabiliteit in aanvoer, volume en kwaliteit staan haaks tegenover de vereisten die grote klanten van visverwerkende bedrijven stellen, Hierbij wordt gevraagd naar stabiliteit in volume, beschikbaarheid, kwaliteit en prijs. Soorten die voldoen aan dit profiel worden vaak geïmporteerd; de soorten met de grootste marktpenetratie binnen de Belgische visverwerkende industrie zijn zalm (85,7%), kabeljauw (77,1%) en forel (69,6%). Een groot aantal bedrijven heeft daarenboven aangeven gespecialiseerd te zijn in deze soorten, met 42% gespecialiseerd in zalm en 18% in kabeljauw. De meest voorkomende soorten die van lokale aanvoer afkomstig kunnen zijn, zijn de grijze garnaal (64,4%) en tong (64,3%). De Belgische visverwerkende industrie is bijgevolg voor een groot deel afhankelijk van geïmporteerde soorten en minder van lokale aanvoer.

## Kernbesluiten

- (1) De Vlaamse visserijsector heeft te kampen met problemen op vlak van rendabiliteit en met beperkte ruimte voor innovatieve oplossingen om waarde toe te voegen aan visserijproducten.
- (2) Knelpunten binnen de Belgische visverwerkende sector zijn gebonden aan markt gerelateerde factoren (o.a. buitenlandse concurrentie), knelpunten in de bedrijfsvoering (o.a. hoge kosten, nijpend tekort aan fileerders), eigenschappen van het product (lage houdbaarheid) en gebrek aan communicatie en coöperatie doorheen de keten.
- (3) De soortkeuze van visverwerkende bedrijven is, naast de specifieke eigenschappen van de bedrijfsactiviteiten, sterk afhankelijk van de vraag van klanten. Er is grote vraag naar soorten die stabiel zijn in aanvoer, kwaliteit, volume, beschikbaarheid en prijs. De grootste vraag naar visserijproducten komt uit de retail en foodservice.
- (4) Lokale aanvoer wordt omwille van de grote seizoenale variatie in aanvoer, volume, kwaliteit en prijs door bepaalde kopers als onaantrekkelijk beschouwd. Bepaalde soorten zijn bovendien moeilijk te verwerken.
- (5) Om te voldoen aan de vraag is een groot deel van de lokale visverwerkende industrie afhankelijk van geïmporteerde soorten. Zalm en kabeljauw zijn hierbij de belangrijkste soorten.
- (6) De visserijketen is sterk vraag gestuurd. Het verbinden van vraag en aanbod vereist bijgevolg een keten-brede aanpak, waarbinnen lokale visverwerking één van de schakels is.

## Aanbevelingen

### 1. Product optimalisatie

Het is aanbevolen aandacht te besteden aan alle factoren die de kwaliteit van visserijproducten kunnen verbeteren en de houdbaarheid verlengen (koude keten en betere hygiëne). Hiervoor is een meer uitgebreid onderzoek nodig naar de factoren die de kwaliteit en houdbaarheid aan boord, in de visveilingen en tijdens het verwerkingsproces beïnvloeden noodzakelijk.

### 2. Duurzaamheid

Duurzaamheid van producten groeit aan belang. Het is aanbevolen te onderzoeken op welke wijze de duurzaamheid van lokale visserijproducten aangetoond kan worden (cfr. VALDUVIS).

### 3. Visvangst afstellen op vraag

Het is aanbevolen om te bepalen in welke mate vaarschema's afgesteld kunnen worden op periodes van grote vraag. Zo kan, indien mogelijk, doelgericht gevist worden naar een soort in een periode waar men zeker is van afzet.

### 4. Optimalisatie op niveau van de Vlaamse visveilingen

- a. Het is aanbevolen om betere opties voor communicatie over vaarschema's (vangstgebieden) naar de kopers toe te evalueren. Dit kan een grotere graad van voorspelbaarheid in aanvoer betekenen voor kopers.
- b. Het is aanbevolen om traceerbaarheid van producten te verbeteren.
- c. Het is aanbevolen om minder bekende soorten in meer categorieën te sorteren om verkoop te stimuleren.
- d. Alternatieve verkoopsystemen o.a. om grote volumes te verkopen zijn ook aanbevolen.

### 5. Marktdifferentiatie, diversificatie en productontwikkeling binnen de visverwerkende industrie

Het is aanbevolen om de ontwikkeling van innovatieve producten gebaseerd op lokale aanvoer te stimuleren. Nieuwe producten kunnen aangepast worden aan de specifieke vraag van verschillende afzetkanalen. Hierbij zijn convenience foods, gerechtenpakketten en een marketing mix mogelijke pistes. Bij de lancering van deze producten is veel aandacht nodig voor marketing.

### 6. Marketing en promotie

Visserijproducten, hun voordelen en informatie met betrekking tot oorsprong zijn bij consumenten onvoldoende bekend of worden onvoldoende coherent vertoond. De huidige promoties van visserijproducten zijn vaak gefragmenteerd en tijdelijk van aard. Het is aanbevolen om de marketing van lokale visserijproducten te verbeteren door te investeren in sensibilisering van visserijproducten, gekoppeld aan een lokaal label. Hierdoor kan de consument een lokaal visserijproduct duidelijk herkennen en krijgen innovatieve visserijproducten zichtbaarheid.

## 7. Nieuwe afzetkanalen

- a. Het is aanbevolen om de knelpunten en innovatieve mogelijkheden m.b.t. nieuwe afzetkanalen te onderzoeken. Korte keten initiatieven kunnen een goed afzetkanaal vormen voor soorten die in lage volumes en variabel aangevoerd worden, en gemengde delicatesseszaken bieden ruimte voor kwaliteitsvolle lokale vis.

## 8. Lokale verwerking

- a. Het is aanbevolen om een de mogelijkheden en haalbaarheid van lokale verwerking van pladijs te onderzoeken. Pladijs is een lokaal weinig verwerkte grondstof die door zijn groot volume veel mogelijkheden biedt.
- b. Het is aanbevolen om ondersteuning te bieden aan kleine bedrijven die veelvuldig gebruik maken van lokale aanvoer. Toegankelijke informatie over subsidies en innovatiemogelijkheden dienen beschikbaar gemaakt te worden om deze bedrijven te stimuleren.

## 9. Opleiding

Het is aanbevolen om de opties voor de opstart van onderwijs en begeleiding voor fileerders (en andere) te evalueren. Fileerders zijn, samen met bekwame chauffeurs, een knelpuntberoep binnen de visverwerkende sector.

## 10. Communicatie en coöperatie doorheen de productieketen

Het is aanbevolen om communicatie en coöperatie doorheen de productieketen te stimuleren. Coöperatie voor initiatieven (promoties, evenementen) en innovatieve producten waarbij verschillende schakels van de productieketen betrokken zijn, kunnen een meerwaarde betekenen voor lokaal aangevoerde producten.

## 1. Inleiding

De Belgische visserijvloot heeft moeilijke periodes gekend. De vloot is sterk geslonken ten gevolge van de brandstofcrisis, strenge reglementeringen, lage visprijzen voor bepaalde soorten, een geglobaliseerde handel in vis en verminderde rendabiliteit. De toekomst brengt enkel meer uitdagingen: met de komst van extra reglementeringen zoals de aanlandingsverplichting, een sterk verouderde vloot met weinig financiële ruimte voor vernieuwing en gebrek aan opvolging. De sector balanceert op economische leefbaarheid, waardoor nieuwe initiatieven die de sector kunnen bevorderen meer dan welkom zijn (Polet et al. 2013; Platteau et al. 2014; Tessens 2015).

Een lokale visverwerkende sector die maximaal gebruikt maakt van lokale aanvoer kan een meerwaarde betekenen voor de visserijsector. Om innovatieve mogelijkheden te evalueren is een goed begrip nodig van de visserijsector, de visverwerkende industrie en de onderlinge afhankelijkheid tussen deze schakels in de productieketen. Over de Belgische visverwerkende industrie is echter weinig beschreven. De beschrijving van deze sector, het gebruik van lokale aanvoer en de mogelijkheden tot het verbinden van vraag en aanbod vormen de focus van het VERWERKVIS-project. Het project is gefinancierd binnen het Europees Visserijfonds (EVF-AS3) en liep van oktober 2014 tot december 2015. Voor de uitvoering van dit project werd een samenwerking opgezet tussen ILVO D1 (Oostende) en ILVO Techniek en Voeding (T&V).

## 2. Doelstelling VERWERKVIS-project

Het VERWERKVIS project doelt om binnen de Belgische visbewerkende en visverwerkende industrie opportuniteiten te identificeren die zorgen voor een betere verbinding tussen lokaal aanbod en (lokale) vraag. Om dit te bereiken worden volgende zaken onderzocht;

- (1) Het lokaal aanbod aan visserijproducten wordt in beschouwing genomen, waarbij onderscheid gemaakt wordt tussen lokale aanvoer uit de Vlaamse visserijsector en geïmporteerde producten. Er wordt ook aandacht besteed aan knelpunten binnen de visserijsector (Hoofdstuk 5).
- (2) Via interviews en enquêtes wordt de Belgische visverwerkende industrie in kaart gebracht, het gebruik van lokaal aangevoerde vis geanalyseerd en worden knelpunten beschreven. Bij de beschrijving van knelpunten wordt specifieke aandacht besteed aan kwaliteit en hygiëne doorheen het verwerkingsproces (Hoofdstuk 6)
- (3) De vraag- en aanbodzijde worden vergeleken, rekening houdend met de vereisten van afzetkanalen, om te evalueren welke factoren deze verbinding beïnvloeden op lokale schaal (Hoofdstuk 7).
- (4) De innovatiemogelijkheden voor de lokale visverwerkende industrie en voor een ketenbrede aanpak om lokale vraag en aanbod beter te verbinden worden beschreven in (Hoofdstuk 8).

Additioneel wordt als inleiding een overzicht van de visserijproductieketen weergegeven (Hoofdstuk 4),

### **3. Methode**

#### **3.1.1 Verzamelen van informatie**

##### **3.1.1.1 Visserij**

De huidige situatie binnen de visserijsector werd in kaart gebracht met behulp van een deskstudie van de uitgebreide literatuur dat hierover beschikbaar is. Om een beter beeld te krijgen van de banden met de verwerkingssector werden interviews georganiseerd met reders (2) en de Rederscentrale.

Bij de literatuurstudie worden gegevens van de aanvoer (volumes, prijzen, sorteringen) in beschouwing genomen en het aankoopgedrag op de veiling bestudeerd.

##### **3.1.1.2 Visverwerkende industrie**

Er werd geopteerd om interviews af te nemen met bedrijfsleiders en medewerkers uit de Belgische visverwerkende sector. Een vragenlijst werd opgesteld als leidraad (in bijlage toegevoegd) en interviews werden, met toestemming van de geïnterviewde, opgenomen voor latere verwerking. De vragen voor deze interviews zijn gebaseerd op gelijkaardig buitenlands onderzoek (Beukers 2011; Knapp 2008; Curtis & Barr 2012; van der Zeijden et al. 2011). Anonimiteit werd verzekerd.

Naast deze verdiepende interviews werd een online questionnaire uitgestuurd naar alle gekende visbewerkende en visverwerkende bedrijven om deze nijverheid in haar geheel in kaart te kunnen brengen. Ook werd aanvullend geput uit informatie dat terug te vinden is op officiële bedrijfswebsites. De resultaten van dit onderzoek worden ook gebruikt voor een tweede ILVO-publicatie (Verlé et al. 2016).

De vragenlijst voor de interviews en de questionnaire peilde naar het gebruik van grondstoffen, de activiteiten van het bedrijf, afzetkanalen, knelpunten, noden en kansen. Ook werd informatie verzameld over de soorten, aankoopcriteria, locatie van aankoop, volumes, afzet en economische gegevens. De factoren die opgenomen werden worden weergegeven in Tabel 1.

Tabel 1: Factoren opgenomen in onderzoek

Activiteiten	Locatie van aankoop	Land van aankoop	Afzet	Ecolabels
Visactiviteit hoofd / Secundair	Visveiling Zeebrugge	België	Supermarkt (specifieer)	Marine Stewardship Council (MSC)
Fileren	Visveiling Oostende	China	Detailhandel	Aquaculture Stewardship Council (ASC)
Koelen	Visveiling Nieuwpoort	IJsland	Buitenland (specifieer)	Responsible Fishing Management
Invriezen	Buitenlandse veiling (specifieer)	Ierland	Restaurant	Friends of the Sea
Drogen	Buitenland Andere	Frankrijk	Traiteur / catering / Foodservice	GlobalGAP
Inleggen	Andere	Nederland	Industrie	Naturland
Roken		Noorwegen	Groothandel	Dolphin Safe
Koken		Portugal	Marktkramers	Fairfish
Bereide maaltijden		Spanje		Fish4Future
Vissalades		Verenigd Koninkrijk		Andere
Inblikken		Vietnam		
Pekelen		Denemarken		
Zouten		Chili		
Bouillon		Schotland		
Vismeel		Andere		
Kaviaar en kaviaarsurrogaten				
MAP verpakking				
Inzuren				
Andere				

De vissoorten die opgenomen werden in het onderzoek worden weergegeven in Tabel 2:

Tabel 2: Soorten opgenomen in onderzoek

Soorten					
Alaska Pollak	Inktvis (Octopus)	Pijlinktvis	Schelvis	Wijting	Black Tiger garnaal
Forel	Kabeljauw	Pladijs	Scampi en gamba	Zalm	Andere
Grijze garnaal	Koolvis (zwarte)	Pollak	Sint-Jakobsnoten	Zeebaars	
Griet	Kreeft	Rode Poon	Tarbot	Zeebrasem	
Haaien	Langoustine	Rog	Tilapia	Zeeduivel	
Haring	Makreel	Roodbaars	Tong	Zeekat	
Heek	Mosselen	Roze garnaal	Tonijn	Zeewolf	
Heilbot	Paling	Sardien	Tongschar	Sprot	
Horsmakreel	<i>Pangasius</i>	Schar	Victoriabaars	Rivierkreeft	

Voor de beschrijving van de bedrijven werd onderscheid gemaakt tussen bedrijven die visverwerking beschouwen als hoofdactiviteit en bedrijven die visbewerking beschouwen als nevenactiviteit.

De combinatie van gegevens uit 22 interviews en de rondgestuurde enquête (Verlé et al. 2016) brengt het totale aantal bevraagde bedrijven op 93, waarvan 65 bedrijven visverwerking als hoofdactiviteit beschouwen en 28 visverwerking als nevenactiviteit. Binnen de interviews (22) werden hoofdzakelijk bedrijven opgezocht die vis als hoofdactiviteit beschouwen.

De resultaten werden verwerkt in Excel en het statistisch programma R. Indien te weinig gegevens verzameld werden voor bepaalde factoren (vb.; indien vragen niet of onvolledig ingevuld werden) werden deze antwoorden als onbetrouwbaar beschouwd en niet opgenomen in de analyse. Gegevens waarvoor meer dan het gemiddelde geen antwoord op gegeven heeft werden niet opgenomen.

### **3.1.1.3 Knelpunten in kwaliteit en houdbaarheid**

Dit luik verdiept zich in de knelpunten binnen kwaliteit, houdbaarheid en hygiëne. Een onderzoek naar microbiële contaminatie van pathogenen als *Listeria monocytogenes* werd binnen verschillende bedrijven en op verschillende verwerkingsapparaten uitgevoerd door ILVO T&V. Daarnaast werd aandacht besteed aan de houdbaarheid van het product en werden adviezen uitgeschreven om deze te verlengen. De conclusies uit dit onderzoek zijn opgenomen in dit verslag, gedetailleerde resultaten zijn in bijlage terug te vinden.

### ***3.1.2 Koppeling van vraag en aanbod***

Gebaseerd op deze informatie werden vraag en aanbod met elkaar vergeleken om potentiële kansen voor lokale verwerking te definiëren (Hoofdstuk 7).

Naast het definiëren van lokale verwerkingsmogelijkheden worden aanvullende adviezen gegeven om het gebruik van lokale vis in België te vergroten. Hier wordt rekening gehouden met de volledige productieketen, de ontwikkeling van nieuwe producten, samenwerkingsverbanden en het vergroten van bewustzijn bij de consument. De uitgebreide uiteenzetting is terug te vinden in Hoofdstuk 8, met een samenvattende roadmap als onderdeel van de eindconclusie (Hoofdstuk 9).

In het volgend hoofdstuk wordt inleidend een overzicht gegeven van de visserijproductieketen.



## 4. De visserijproductieketen

De visserijproducten die terug te vinden zijn in restaurants, detailhandels en supermarkten doorgaan verschillende verwerkingsstappen vooraleer ze als finaal product geconsumeerd kunnen worden. De verschillende stappen die een product van grondstof tot consument ondergaat en het netwerk van bedrijven die verantwoordelijk zijn voor deze handelingen maken deel uit van de productieketen. Deze keten kan door het groot aantal (ver)handelingen uiterst complex zijn waardoor het achterhalen van de oorsprong van het product, en het traject dat ze doorlopen heeft, vaak onduidelijk is (Silva 2011, p.23). Om de opbouw en complexiteit van productieketen te verduidelijken volgt hier een korte beschrijving en schematische weergave.



Figuur 1: Schematische weergave van de visserij productieketen. Afbeelding opgesteld door Manta Consulting voor Fish 2.0 project (2013)

### Stap 1: Productie

Aan de productiezijde kunnen visserijproducten aangeleverd worden uit wildvangst en aquacultuur. Door de geglobaliseerde markt vinden deze producten hun oorsprong in zowel het binnen- als buitenland.

### Stap 2: Collectie en veiling

In de Belgische context wordt de wild gevangen vis in de Vlaamse Visveiling aangeland, gesorteerd en gekeurd om tenslotte via de veilklok doorverkocht te worden.

### Stap 3: Bewerking en verwerking

In deze stap wordt waarde toegevoegd door *bewerking of verwerking*.

#### **Bewerking:**

Omvat het versnijden van het ruwe product, zonder dat een andere behandeling het product verandert. Fileren, gutten en ontgraten zijn vormen van bewerking (Curtis & Barr 2012; FAVV 2015a; FAVV 2015b).

#### **Verwerking:**

Het aanpassen van het ruw product, vaak door wijziging in temperatuur en vermenging met andere ingrediënten. Kroketten, bereide maaltijden, vispannetjes, zouten, roken, koken en diepvriesvis zijn voorbeelden van verwerking (Curtis & Barr 2012; FAVV 2015a; FAVV 2015b).

### Stap 4: Distributie

De positie van deze schakel kan ook voorafgaan aan de verwerking en wordt vaak ingenomen door groothandelaren. Zij leveren ruw product aan verwerkers of nemen de volgende schakels in en distribueren bewerkt en / of verwerkt product fijnmazig naar lokale marktkramers, detailhandelaren en buurtsupermarkten. Deze groep is zeer gevarieerd en leveren een breed aanbod aan geïmporteerde en lokale producten, zowel naar fijnmazig als naar grote retailers.

### Stap 5: Verkoop

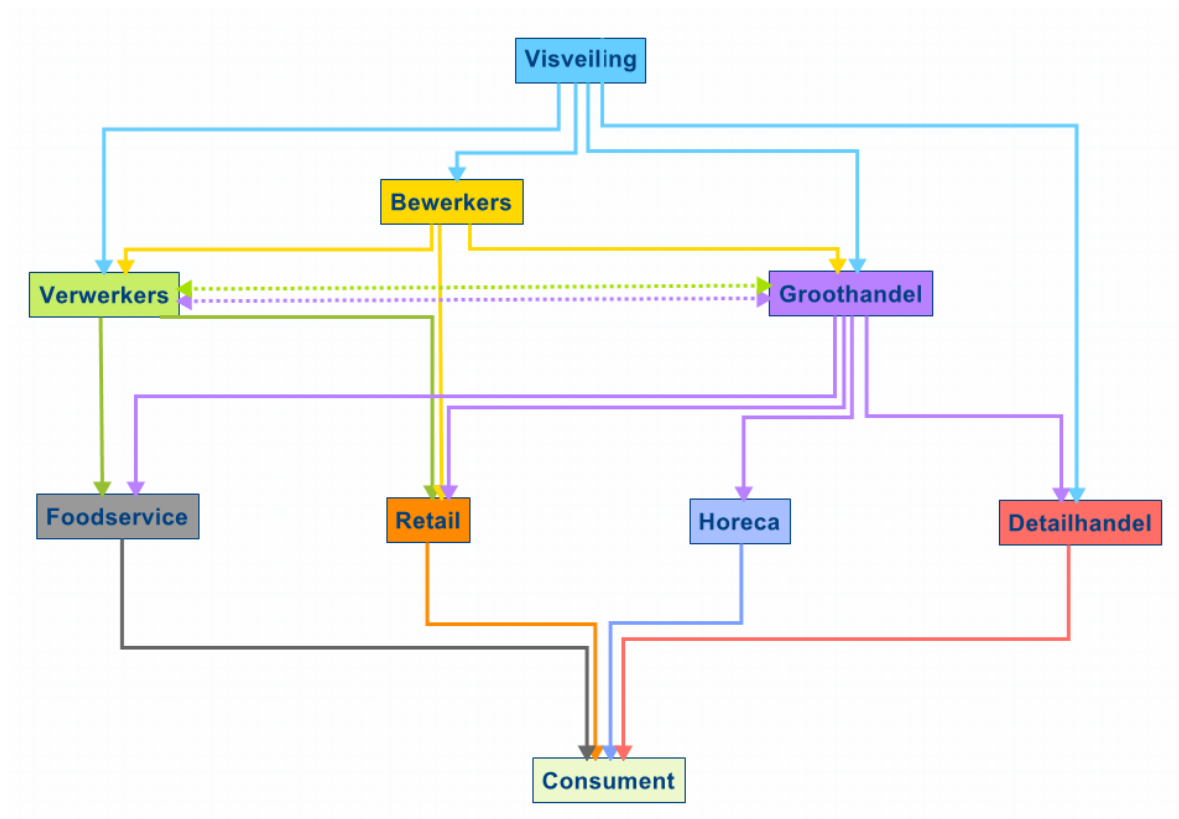
In deze stap wordt het eindproduct aan de consument gepresenteerd. Elk van de mogelijke afzetkanalen heeft een eigen doelpubliek en eigen vereisten aan het product. Vb. bij detailhandel zal kwaliteit en versheid hoger in achtting genomen worden dan in discount supermarkten, waar stabiele aanvoer en een lage prijs doorslaggevende factoren zijn.

Er wordt een onderscheid gemaakt tussen:

- Foodservice (inclusief rusthuizen / ziekenhuizen, etc.)
- Retail
- Horeca
- Detailhandel

Additioneel zijn er nog andere spelers zoals de industrie, marktkramers en directe verkoop. Deze afzetkanalen zijn echter minder groot dan de eerder vernoemde.

De doorstroom van ruwe producten op lokale schaal kan vereenvoudigd samengevat worden in onderstaande schematische weergave (Figuur 2). Echter, in de praktijk is het onderscheid tussen deze stappen in de productieketen vaak vaag doordat verschillende bedrijven stappen binnen de keten integreren. Zo zijn er groothandelaren die rechte reeks van de veiling hun producten kopen, zelf de bewerking uitvoeren (fileren en portioneren), doorverkoopactiviteiten uitvoeren én daarbij een detailhandel uitbaten (Figuur 2).

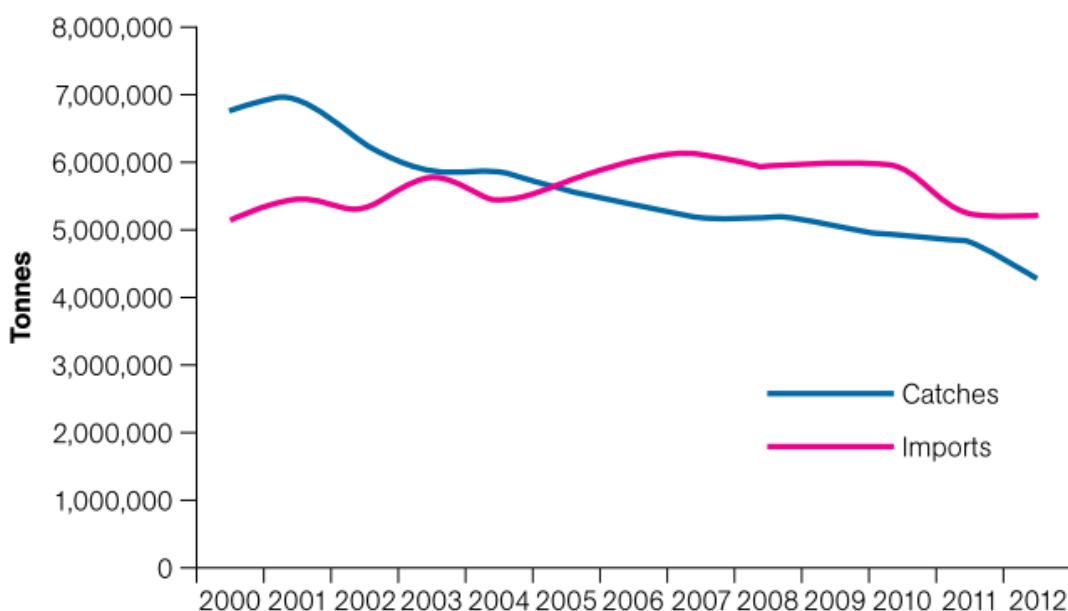


Figuur 2: Schematische weergave van de doorstroom van ruwe producten uit de visveiling.

## 5. Het aanbod

De wereldwijde productie van vis en visserijproducten stabiliseert op ongeveer 158 miljoen ton, waarvan 58% uit wild gevangen vis, schelp- en schaaldieren bestaat. De aquacultuurproductie neemt de overige 42% in en er wordt verwacht dat dit aandeel naar de toekomst toe enkel zal stijgen (cijfers 2011) (Eumofa 2014).

De vraag naar visserijproducten in de Europese Unie is groter dan wat de lokale productie via wildvangst en aquacultuur kan voorzien. De productie van de EU kon in 2011 voor 38 - 45% voorzien in de behoefte van vis, schelp- en schaaldieren. Overgeëxploiteerde visstocks zorgen voor krimpen of stagneren van quota's waardoor de EU voor de overige 55%-62% sterk afhankelijk is van buitenlandse import. Tussen 2000 en 2012 heeft de EU gemiddeld 3,7 miljoen ton meer visserijproducten geïmporteerd dan geëxporteerd. Hiertoe behoren producten voor menselijke consumptie, verwerking, diervoeding en aquacultuur. De EU is hiermee de grootste importeur van vis in de wereld met een aandeel van 46% wereldwijde import van visserij en aquacultuurproducten (Platteau et al. 2014; Eumofa 2014; New Economics Foundation 2015; AIPCE-CEP 2015; M & A International 2013; Tessens 2015).



Source: Eurostat database<sup>36</sup>

Figuur 3: Trend in EU vangsten tegenover EU import in ton levend gewicht (periode 1999-2011) (New Economics Foundation 2015)

De geglobaliseerde markt voor visserij- en aquacultuurproducten, en de invloed die zij hebben op de dynamiek tussen vraag en aanbod uiten zich op het gebruik van grondstoffen door de lokale visverwerkende industrie. In dit hoofdstuk wordt de lokale handel in grondstoffen in beschouwing genomen om de voor- en nadelen van binnenlandse productie (visserij en visveiling) en geïmporteerde producten te verhouden tegenover het aankoopgedrag van de lokale verwerking.

## **5.1 Lokaal aanbod**

Sinds begin 1990 kent de Belgische vloot een graduele afbouw, zowel in aanvoer als in grootte. Van de oorspronkelijk 457 vaartuigen in 1950 blijven in 2014 79 vaartuigen over. Met een gemiddelde leeftijd van 25 jaar is de vloot sterk verouderd met weinig financiële middelen voor vervangingsnieuwbouw (Platteau et al. 2014). Daarenboven is er een gebrek aan opvolging bij reders en vissers, zijn er strengere reglementeringen (ook naar de toekomst toe: aanlandverplichting) en de stijging van olieprijzen van 2008-2009 die bijdragen aan het krimpen van de sector. Zonder extra maatregelen balanceert deze sector op de rand van economische leefbaarheid (Polet et al. 2013; Platteau et al. 2014; Tessens 2015).

Een belangrijke bijdragende factor aan de lage rendabiliteit van de sector zijn de lage prijzen die behaald worden voor bepaalde soorten. Verschillende factoren kunnen de prijszetting en het aankoopgedrag beïnvloeden. Om de eerste stap te zetten richting een beter begrip van deze factoren wordt in dit hoofdstuk de lokale aanbodzijde in beschouwing genomen, met een beschrijving van de visserijvloot, aanvoer en besomming en de visveiling. Voor gedetailleerde informatie wordt doorverwezen naar *De Belgische Zeevisserij 2014 : aanvoer en besomming* (Tessens 2015) en *VIRA 2014: Het visserijrapport* (Platteau et al. 2014).

### **5.1.1 Vlaamse visserijsector**

#### **5.1.1.1 Structuur visserijsector**

De Belgische visserijsector bestaat uit kleine tot middelgrote vaartuigen waarvan het merendeel familiebedrijven zijn. Er worden verschillende vistechnieken gebruikt maar de meest voorkomende is de boomkor (77% van totale aanvoer, zonder garnaalboomkor). Daarnaast is er ook de garnaalboomkor (5% aanvoer), bordenvisserij (7% van aanvoer) en kreeftenvisserij (3% van aanvoer). Er bestaan ook een aantal gespecialiseerde schepen: (1) gericht op het vangen van Sint-Jakobdschelpen met dreggen (3 schepen), (2) seinevissers (3 schepen) en (3) vaartuigen die aan passieve visserij doen (3 schepen). Samen nemen deze 9 schepen 7% van de totale aanvoer in.

Naast de visserijtechniek kan de sector, op basis van het MB van 16 december 2005, opgedeeld worden in 2 segmenten (Polet et al. 2013; Tessens 2015).

#### **1. Het grote vlootsegment**

Alle vissersvaartuigen met een motorvermogen dat groter is dan 221kW en gelijk aan of minder dan 1.200 kW behoren tot het grote vlootsegment (GVS). Binnen dit vlootsegment zijn 36 vaartuigen die grotendeels bestaan uit grote bokkenvaartuigen met een motorvermogen tussen 662 en 1.200 kW. Deze vaartuigen zijn vaak gespecialiseerd in de vangst van platvissen (tong en pladijs). Dit vlootsegment neemt 80% van het motorvermogen in en 77% van de tonnage. Daarbij neemt deze groep het grootste deel in van de totale besomming (Polet et al. 2013; Tessens 2015; Platteau et al. 2014).

## 2. Het kleine vlootsegment

In het kleine vlootsegment worden vaartuigen verzameld met een maximaal vermogen van 221 kW. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen kust vissers, eurokotters en andere.

- **Kustvissers** hebben, indien als kustvissers geregistreerd, de wettelijke beperking van maximaal 48u op zee te mogen zijn
- **Eurokotters** werden gebouwd vanaf 1981 en bestaan uit polyvalente boomkorvaartuigen met een tonnenmaat van meer dan 70 BT. Ze zijn geschikt of aangepast om te vissen op tong, pladijs en garnaal en eventueel op rondvis en kreeften.

### 5.1.1.2 Aanvoer en besomming

De parameters van de aanbodzijde van de Vlaamse visserijsector worden jaarlijks gerapporteerd door het Departement van Landbouw & Visserij. Voor meer gedetailleerde informatie over de hieronder beschreven gegevens wordt doorverwezen naar het referentiedocument van Landbouw & Visserij: *De Belgische Zeevisserij 2014: Aanvoer en Besomming*. Tabellen en afbeeldingen zijn overgenomen uit dit document. Hier wordt een kort overzicht gegeven van;

- (1) Volume
- (2) Soorten
- (3) Plaats van aanvoer
- (4) Plaats van verkoop
- (5) Besomming
- (6) Prijzen

#### 1. Volumes

De Belgische aanvoer is in vergelijking met andere EU-landen klein. Met een aandeel van 0,36% van de totale Europese aanvoer staat België op de 19<sup>de</sup> plaats. In 2014 bedroeg de totale aanvoer 24.273 ton, een stijging van 6% tegenover het voorgaande jaar. Hiermee komt de aanvoer terug op een niveau vergelijkbaar met dat van 10 tot 15 jaar geleden (Tessens 2015; Platteau et al. 2014)

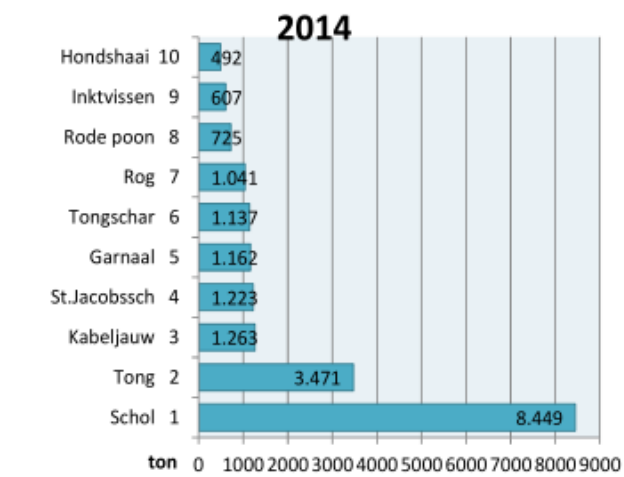
Historisch gezien is de aanvoer, net als de grootte van de vloot, sterk afgebouwd. Net na de tweede wereldoorlog werd nog 70.000 ton aangevoerd. Deze daling deels te wijten aan het verdwijnen van de pelagische visserijsector (Lescrauwaet et al. 2013).

#### 2. Soorten

De Belgische aanvoer kent een zeer gevarieerde vangstsamenstelling ten gevolge van de activiteit in zowel eigen zeegebieden als in wateren van de EU en 3<sup>de</sup> landen (Platteau et al. 2014). Deze grote diversiteit onderscheidt de Belgische visserijsector van naburige, sterk gelijkende visserijen zoals de Nederlandse visserij.

Pladijs en tong behoren tot de belangrijkste aangevoerde soorten op vlak van volume, met 8.449 ton voor pladijs (35%) en 3.471 ton voor tong (14%) (Tessens 2015; Polet et al. 2013;

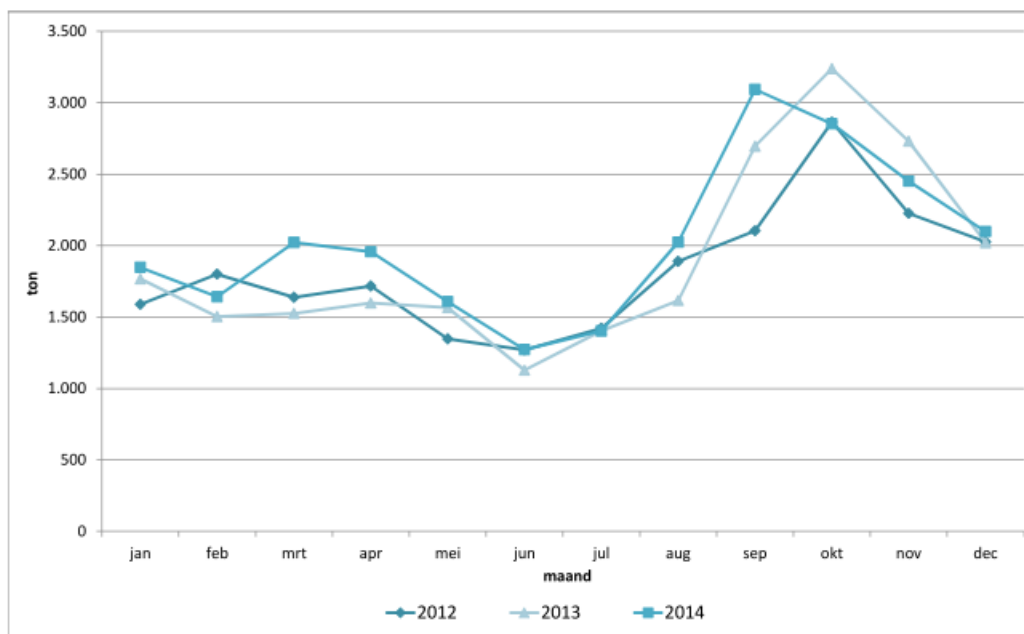
Lescauwaet & Pirlet 2013). Naast deze twee wordt de top tien van aangevoerde soorten verder uitgezet in onderstaande grafiek (Figuur 4). Hierbij valt het op dat, eenmaal voorbij de grote aanvoer van pladijs en tong, de tonnages van andere soorten minder van elkaar verschillen en fluctueren tussen +/- 500 – 1.300 ton.



Figuur 4: Top 10 aangevoerde vissen op vlak van volume voor zowel Belgische als buitenlandse havens. (Tessens 2015, p.15)

*De overige soortvariatie met de aanvoervolumes uit 2013 en 2014 zijn terug te vinden in Tessens (2015) op p. 16.*

De Vlaamse visserij kent naast een groot aantal soorten ook een grote seizoenale variatie in aanbod. In 2014 wordt de meeste maanden tussen 1500 en 2.000 ton vis aangevoerd. In het najaar wordt er gericht gevist op pladijs, waardoor de aanvoer stijgt tot boven 2.000 ton (Tessens 2015) (Figuur 5),



Figuur 5: Maandelijks totaal aanvoergewicht in Belgische + vreemde havens uit Tessens (2015)

Deze grote variatie aan soorten, gekoppeld aan de seizoenale aard van de visvangst zorgt ervoor dat het aanbod op de veiling doorheen het jaar sterk varieert.

### 3. Plaats van aanvoer

Van de globale aanvoer wordt 81% (19.623 ton) van het totaal aangeland in Belgische havens en de overige 19% in buitenlandse ('vreemde') havens. Het grootste deel van de totale aanvoer wordt aangeland in Zeebrugge (53% - 12.818 ton) en Oostende (27,3% - 6.632 ton).

Een deel van deze aanvoer is echter eerst aangeland in een buitenlandse haven en via koeltransport vervoerd naar de Vlaamse veiling. Dit is te verklaren door de grote geografische spreiding van de vangstgebieden waardoor het voor de vissers voordelig is om hun vangst aan te laden in nabij gelegen buitenlandse havens. In totaal werd in 2014 58% van de aanvoer in Belgische havens (11.389 ton) oorspronkelijk aangeland in buitenlandse havens (Tessens 2015). Dit aandeel kent een stijgende trend, met een stijging van 22,2% tegenover het voorgaande jaar en staat momenteel op het één na hoogste peil van de afgelopen tien jaar (Tessens 2015).

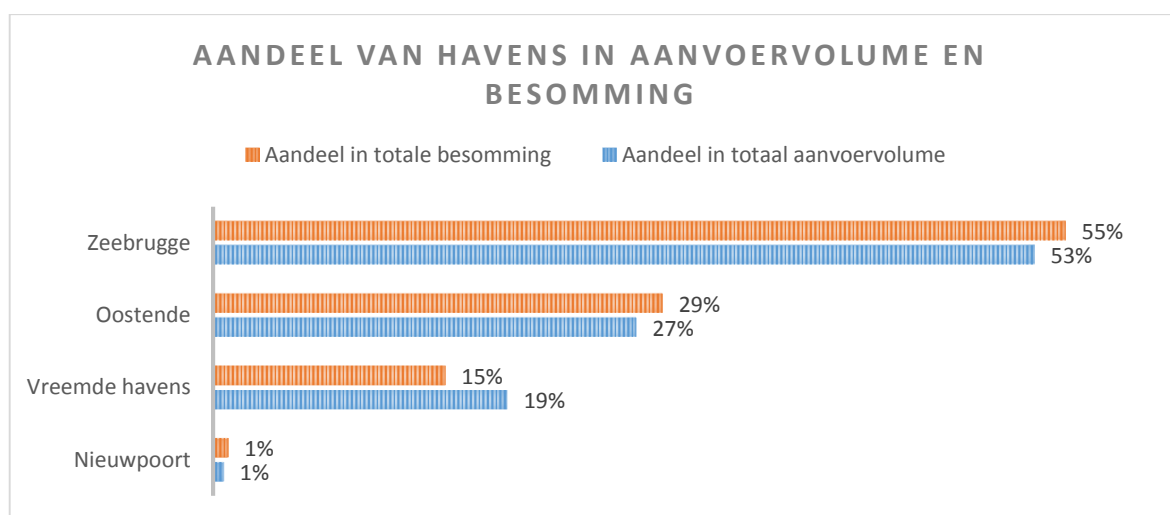
### 4. Plaats van verkoop

Een deel van de aanvoer (4.650 ton – 19%) op buitenlandse veilingen wordt niet getransporteerd naar België, maar ter plekke verkocht. Van de totale aanvoer werd 16% in Nederland verkocht (3.856 ton) en 3% in het VK (661 ton). In Denemarken en Frankrijk werd minder dan 1% van de totale aanvoer verkocht (Tessens 2015). De grotere aanvoer in Nederland wordt verklaard door Nederlandse vissers die onder Belgische vlag vissen. In Engeland en Frankrijk gaat het over de gerichte verkoop van Sint-Jakobsschelpen (Tessens 2015)

Van de vis die in België over de veilkolk verkocht wordt, wordt 60-70% in Zeebrugge verkocht en 30-40% in Oostende. De aanvoer kent in beide veilingen een stijgende trend in vergelijking met het voorgaande jaar. Nieuwpoort kent een zeer laag volume en verkoop, maar heeft toeristische significantie (Tessens 2015).

### 5. Besomming

De totale aanvoerwaarde bedroeg in 2014 € 81,3 miljoen, een significante stijging met het jaar ervoor (€ 73,08 miljoen in 2013). 85% van dit totaal werd behaald in Belgische havens, de overige 15% werd verkocht in het buitenland, voor het overgrote deel in Nederland (Tessens 2015).

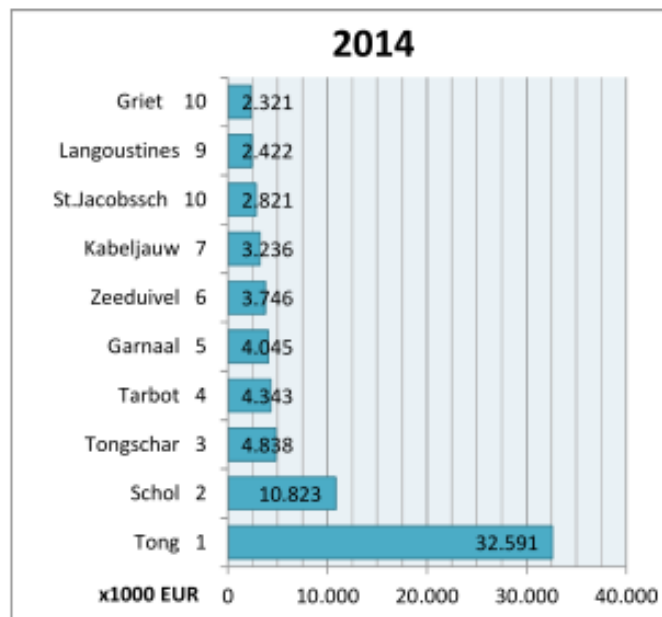


Figuur 6: Relatief aandeel van havens in totaal aanvoervolume en besomming. Gebaseerd op Tessens et al. (2015)

Tong is voor de visserijsector de belangrijkste soort en heeft met een zeer grote voorsprong het belangrijkste aandeel in de besomming (40%), pladijs neemt een tweede plaats in met 13%.



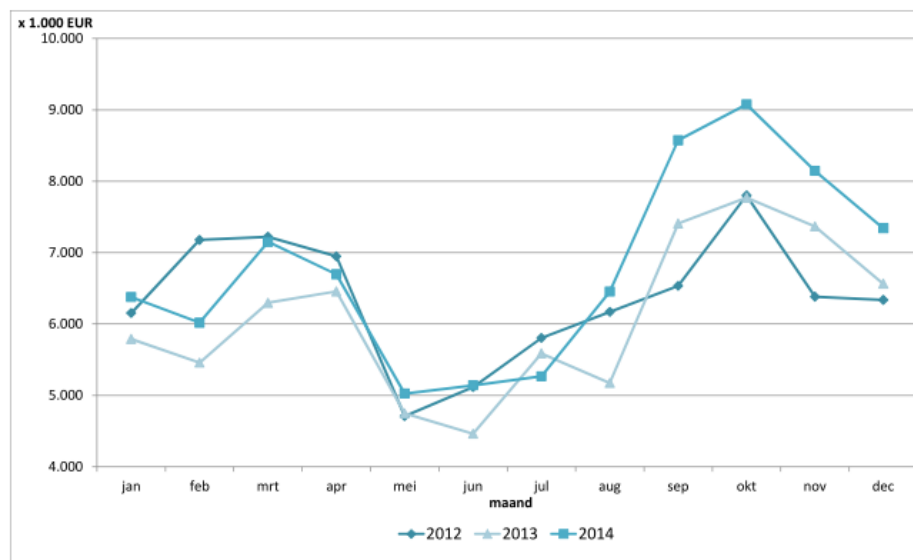
Beide soorten kennen een stijgende trend. In onderstaande tabel staan de soorten uitgezet die samen 88% van de besomming innemen (Tessens 2015).



Figuur 7: Besomming van de top 10 soorten (Tessens 2015)

De overige 12% wordt aangevuld door minder bekende en vaak minder geliefde soorten als hondshaai en rode poon die, ondanks hun lage prijs, wel in relatief grote volumes aangeland worden.

De besomming wordt voor het grootste deel in het najaar gerealiseerd, met een dip in de periode van mei tot juni (Figuur 8).



Figuur 8: Maandelijks totale besomming in Belgische en vreemde havens, uit Tessens et al (2015)

## 6. Prijzen

De gemiddelde prijs van vis bedroeg in 2014 € 3,35/kg. De verdeling van de visprijzen over de verschillende soorten wordt in onderstaande tabel weergegeven (Tessens 2015):

VISTYPE	VISSOORT	BELGISCHE HAVENS		% verschil 2014 tov 2013	VREEMDE HAVENS		% verschil 2014 tov 2013
		2013	2014		2013	2014	
1. Demersale vis	Schelvis	1,81	1,94	7	1,59	1,39	-12
	Kabeljauw	2,84	2,53	-11	2,84	2,79	-2
	Koolvis	1,78	1,63	-8	2,07	2,89	40
	Wijting	1,07	1,17	9	1,42	1,39	-2
	Pollak	3,37	2,90	-14	2,65	2,88	9
	Leng	2,35	1,75	-25	1,54	1,47	-4
	Heek	2,00	1,97	-1	2,03	1,11	-46
	Steenbolk	0,58	0,41	-28	0,64	0,48	-25
	Schol	1,21	1,28	6	1,28	1,28	0
	Bot	0,65	0,59	-10	0,68	0,64	-5
	Schar	0,62	0,67	8	0,85	0,73	-14
	Tong	9,45	9,46	0	8,00	8,53	7
	Tarbot	10,08	10,98	9	10,36	9,89	-4
	Griet	7,14	8,16	14	7,38	8,44	14
	Tongschar	3,51	4,27	22	3,60	4,12	14
	Schartong	1,56	2,40	54	0,89	1,28	43
	Hondstong (Witje)	1,48	1,51	2	1,30	0,94	-28
	Rog	2,16	2,17	0	2,24	2,23	0
	Rode Poon	1,26	0,99	-22	1,74	1,91	10
	Grauwe Poon	0,33	0,22	-31	0,43	0,35	-18
	Engelse Poon	0,64	0,42	-35	0,80	0,88	10
	Zeewolf	3,53	3,33	-6	3,45	2,81	-19
	Zeeduivel	9,77	11,05	13	7,40	8,05	9
	Mul	5,54	4,49	-19	8,68	6,26	-28
	Zeebaars	10,01	9,43	-6	9,27	10,59	14
	Hondshaai	0,57	0,58	1	0,30	0,29	-4
Andere demersale	3,02	2,94	-3	1,85	2,57	39	
<b>1. Demersale vis</b>		<b>3,53</b>	<b>3,54</b>	<b>0</b>	<b>2,19</b>	<b>2,47</b>	<b>13</b>
2. Pelagische vis	Haring	0,55	0,51	-7	0,60	0,51	-15
	Makreel	1,55	1,34	-14	1,37	1,82	33
	Andere pelagische	2,88	3,81	32	0,77	0,47	-40
<b>2. Pelagische vis</b>		<b>2,43</b>	<b>2,91</b>	<b>20</b>	<b>1,06</b>	<b>1,04</b>	<b>-2</b>
3. Schaaldieren	Garnaal	4,70	3,78	-20	4,16	3,24	-22
	Langoustine(geh+st)	6,60	6,84	4	5,59	5,92	6
	Noordzeekrab	1,96	1,57	-20	2,12	2,60	22
	Andere schaaldieren	3,13	3,63	16	6,84	6,83	0
<b>3. Schaaldieren</b>		<b>4,81</b>	<b>4,21</b>	<b>-13</b>	<b>4,38</b>	<b>3,86</b>	<b>-12</b>
4. Weekdieren	St. Jacobsschelp	1,92	2,26	17	2,73	2,34	-14
	Inktvissen	2,34	2,83	21	4,64	5,36	16
	Wulk	0,80	1,00	25	0,65	0,92	42
<b>4. Weekdieren</b>		<b>2,08</b>	<b>2,45</b>	<b>18</b>	<b>3,20</b>	<b>2,53</b>	<b>-21</b>
<b>Overzicht</b>		<b>3,48</b>	<b>3,50</b>	<b>1</b>	<b>2,51</b>	<b>2,70</b>	<b>7</b>

Figuur 9: Prijzen van de voornaamste soorten in 2013 en 2014 (€ /kg). Overgenomen uit Tessens et al (2014)

De hoogste prijzen worden behaald voor tarbot, zeeduivel, griet, zeebaars en tong die allen een prijs rond € 8-10/kg behalen. De gemiddelde prijs voor vis is echter veel lager wat wijst op een

groot aantal soorten die aan veel lagere prijzen verkocht worden. Over alle soorten heen werd wel een positieve trend genoteerd tegenover het voorgaande jaar (Tessens 2015).

Hierbij valt het op dat de pladijs, die in grote volumes aangeland wordt, prijzen behaalt die lager zijn dan het gemiddelde, met een prijs van gemiddeld € 1,28/kg in 2014.

### 5.1.1.3 Knelpunten

De Vlaamse visserijsector heeft in het recente verleden moeilijke periodes gekend die o.a. gekenmerkt worden door een sterke inkrimping van de vloot. Via literatuurstudie en aanvullende interviews met reders en stakeholders uit de sector wordt hier een korte beschrijving gegeven van de belangrijkste knelpunten waar deze sector mee geconfronteerd wordt;

- (1) Rendabiliteit
- (2) Beperkte investeringsmogelijkheden
- (3) Coöperatie en communicatie

#### 1. Rendabiliteit

De rendabiliteit van de Vlaamse visserijsector is een wederkerend probleem. In 2012 werd de sector beschreven als een sector die “het hoofd net boven water houdt”, met een bedrijfsresultaat van € 57.129 voor het kleine vlootsegment en € 134.903 voor het grote vlootsegment (Tessens 2015; Snijder et al. 2015).

Een reder op drie manieren kan zijn rendabiliteit proberen verhogen, nl:

- (a) Lage kosten nastreven
- (b) Hoge visprijzen behalen
- (c) Meer vis te vangen

#### a. Lage kosten nastreven

De Vlaamse visserijsector heeft te kampen met hoge kosten die hoofdzakelijk gekoppeld zijn aan hoge gasolieprijzen, lonen en afschrijvingen. De brandstofcrisis in 2008 is een duidelijk dieptepunt in de recente geschiedenis van de sector. In 2014 werd wel een daling genoteerd in de gasolieprijzen, maar dit enkel in de laatste drie maanden (Tessens 2015).

Daarbij is het moeilijk om te investeren in innovatieve technologieën die het verbruik verlagen, aangezien vele reders hiervoor weinig financiële middelen hebben. Naar de toekomst toe zijn er mogelijks bijkomende kosten door de invoering van de aanlandverplichting. Hierdoor wordt het nastreven van lage kosten verder bemoeilijkt.

#### b. Hogere visprijzen behalen

De hoge kosten worden met moeite gecompenseerd door de lage inkomsten te wijten aan een slechte prijsvorming voor verschillende vissoorten (gem. € 3.35/kg) en concurrentie met het buitenland (Platteau et al. 2014).

Voor de rendabiliteit van de Vlaamse visserijsector is de prijs van tong van groot belang aangezien deze soort meer dan de helft van de besomming bepaald (zie Hoofdstuk 6). Na een dalende trend in voorgaande jaren stabiliseerde de tongprijs in 2014 op € 9,46/kg. Voor grote sorteringen daalde de prijs, maar voor kleinere sorteringen die de bulk van de aanvoer innemen is de prijs gestegen. De pladijsprijzen, die ook van belang zijn voor de sector, kenden in 2014 een stijging van gemiddeld € 0,07/kg (Tessens 2015).

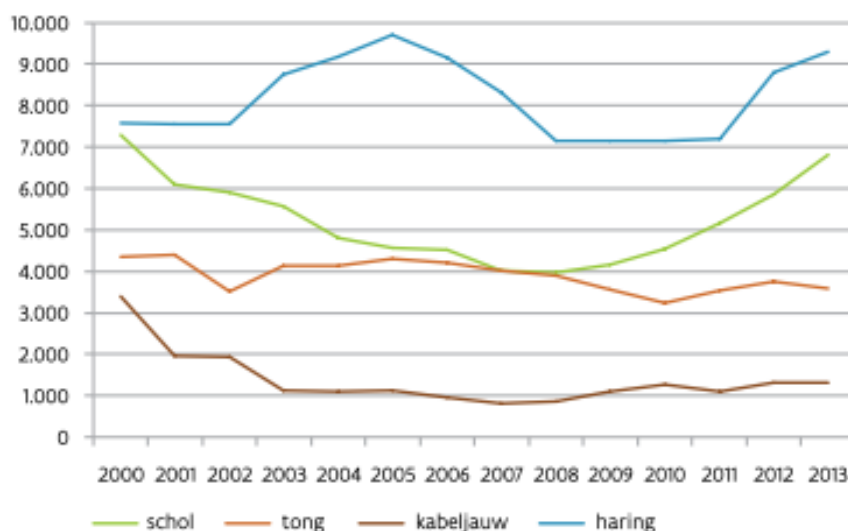
Naast deze twee belangrijke soorten wordt een brede waaier aan andere soorten gevangen door Vlaamse vissers (zie Hoofdstuk 5.1.1.2 voor meer informatie). Naar schatting heeft een gemiddeld schip ongeveer 800 ton aanvoer per jaar. 300 ton van deze aanvoer zal aan een goede prijs verkocht worden aangezien deze bestaan uit hoogwaardige soorten als tong, tarbot, griet, zeeduivel en rog. De overige 500 ton bestaat uit niet-doelsoorten die mee gevangen worden in de boomkor.

Zoals in verdere hoofdstukken zal blijken, worden deze soorten (o.a. rode poon, hondshaai, steenbolk) door de kopers als minder aantrekkelijk beschouwd, waardoor deze voor lage prijzen verkocht worden. Deze fluctueren tussen € 0,30 - € 0,40/kg in het dal periode, met piekwaardes van € 1,5. Zo had steenbolk in Belgische havens in 2014 een gemiddelde prijs van € 0,41 per kg, hondshaai € 0,58 per kg en rode poon € 0,99 per kg (Tessens 2015). Van enkele van deze soorten worden wel significante volumes gevangen (rode poon – 725 ton, hondshaai – 492 ton), volumes waar een grote behoefte is voor valorisatie.

#### c. Meer vis vangen

De moeilijkheden gekoppeld aan hoge kosten zouden gecompenseerd kunnen worden door meer vis te vangen, maar in de huidige situatie van quotabeperkingen is dit geen mogelijkheid (Lescrauwaet & Pirlet 2013; European Comission Maritime Affairs and Fisheries 2011). De quotabeperkingen worden door de reders als een sterke beperking beschouwd.

Quotabeperkingen zijn sterk soort- en gebiedsafhankelijk. Naast quotaruilen zijn er geen mogelijkheden om de productie te doen stijgen tenzij een toename in quota plaatsvindt als gevolg van goede visbestanden. Het Belgisch systeem van quota heeft weinig ruimte voor flexibiliteit. Er mag en kan niet meer vis gevangen worden dan de quota bepaald waardoor meer vis vangen geen optie is voor de Vlaamse visserijsector (Tessens 2015; Beukers 2011).



Figuur 10: Evolutie van quota van pladijs, tong, kabeljauw en haring. Uit Platteau et al. (2014)

## 2. Beperkte investeringsmogelijkheden

De verlaagde rendabiliteit heeft tot gevolg dat er weinig kapitaal beschikbaar is om te investeren in zuinigere technologieën of duurzamer vistuig. Hierdoor blijven de vissers en reders werken met verouderde schepen waar veel kosten aan gebonden zijn, zonder financiële ruimte om innovatieve methodes toe te passen (EVF 2013).

## 3. Coöperatie en communicatie

De Vlaamse visserijsector kent weinig initiatieven die in groep innovatieve oplossingen voor sector gerelateerde problemen nastreven. Bijgevolg is het eveneens moeilijk om initiatieven op poten te zetten die zorgen voor goede prijzen voor de visserijsector of nieuwe afzetkanalen proberen te zoeken voor hun producten. Dit leidt tot individualistisch én kortetermijndenken waardoor de vissers en reders binnen de sector geen gestroomlijnde visie hebben naar de (onzekere) toekomst toe.

Communicatie doorheen de keten blijkt een probleem. Verschillende deelnemers aan dit onderzoek geven blijk van weinig communicatie binnen visserijsector en weinig dialoog met belanghebbers verderop in de keten. Recent is hier een positieve ontwikkeling gekomen in de vorm van Het Convenant voor de verduurzaming van de visserijsector en vistragect. Via debat tussen verschillende schakels binnen de productieketen van vis worden belangrijke problemen aangehaald en besproken zodat alle partijen geïnformeerd zijn over recente ontwikkelingen (zoals de aanlandverplichting). Het Convenant<sup>1</sup> (Task Force en werkgroepen) ontpopt zich tot een zeer waardevol instrument voor de duurzame ontwikkeling binnen de visserijsector en maakt coöperatie mogelijk binnen de keten.

<sup>1</sup> Nota: Op het moment van de interviews was Het Convenant nog niet actief.

## 5.1.2 De visveilingen

De visveilingen in Zeebrugge, Oostende en Nieuwpoort zijn de belangrijkste sites waar vissers hun vangst kunnen aanlanden, keuren en verkopen. De belangrijkste verkoopmethode is de individuele klokverkoop, waarbij de loten per schip en per soort verkocht worden met behulp van een aftellende klok (afslag). Sinds juli 2012 wordt een gemoderniseerd veilsysteem gehanteerd waarbij kopers zowel in de veilsalen als op afstand, via een webapplicatie, loten kunnen kopen van Vlaamse Visveilingen (Rederscentrale 2015; Vereniging Vlaamse Visveilingen CVBA 2012).

### 5.1.2.1 Werking veiling

Vissers lossen na de vangst hun vis aan de veiling, waarna het koel gestockeerd wordt met zo kort mogelijke onderbrekingen in de koude keten. Dit laatste aspect is zeer belangrijk om de kwaliteit van de vis te behouden. Vervolgens wordt de vis in twee fasen gesorteerd: het voorsorteren en finaal sorteren. Bij het finaal sorteren wordt rondvis en rog manueel gesorteerd, en worden grote volumes platvissen machinaal gesorteerd. De viskisten worden gewogen en gesorteerd volgens de standaardgewichten van de soorten en op de veilvervloer geplaatst volgens de volgorde van verkoop; zijnde tong, tarbot, griet, tongschar, kabeljauw, pladijs en willekeurig andere soorten (Vereniging Vlaamse Visveilingen CVBA 2012). In bijlage worden de sorteringen per soort en meest voorkomende bewerking alfabetisch weergegeven.

Vervolgens wordt de vis gekeurd gebaseerd op KIM-scores (Kwaliteit-Index Methode), een visuele methode die rekening houdt met duidelijk zichtbare kwaliteitskenmerken, zoals de kleur van de kieuwen, slijm laag en ogen. De finale kwaliteit wordt toegekend aan de hand van een lettercode met E (extra) als hoogste kwaliteit, gevolgd door A (goede kwaliteit) en B (minder goede kwaliteit). Na de keuring wordt de vis gekoeld en vanaf 6u45 geveild. De aanvoer wordt schip per schip verkocht, waarbij de eerder vernoemde soortvolgorde gehanteerd wordt. De volgorde van de schepen wordt bepaald via loting. De startprijs op de klok wordt bepaald door de veilmeeester, die zich hiervoor baseert op de prijs voor hetzelfde product / sortering / kwaliteit van de vorige veiling. Op de veilklok wordt informatie weergegeven over (Deloof & Bekaert 2015);

- Het vaartuig
- Het vangstgebied
- Aantal visdagen
- Het vistuig
- Vissoort – Grootte – eventuele bewerking
- Vorige prijzen voor eenzelfde artikel met eenzelfde kwaliteit
- Gewichten per kist
- Kwaliteit van het lot
- Marktaanbod  
(nog te verkopen volume van het huidig artikel)
- Nog te verkopen schepen

Additioneel kan het volgende opgevraagd worden door de koper:

- Verwacht aanbod per schip en per datum
- Verwacht aanbod per vissoort
- Actueel aanbod in volgorde van verkoop

Deze informatie kan in beperkte mate op voorhand beschikbaar gemaakt worden door middel van een forecast-systeem. Schippers documenteren hun vangstinformatie op een elektronisch logboek (e-catch) dat in verbinding staat met de visveiling. Zodoende kan de visveiling een inschatting maken van de verwachte aanvoer en wordt deze informatie op de veilwebsite weergegeven (Sys et al. 2014). Er wordt drie maal per week geveild; op maandag, woensdag en vrijdag.

Eenmaal de vis verkocht is, worden de loten geëtiketteerd en gedistribueerd via de koper/distributiezone (Sys et al. 2014; Rederscentrale 2015; Vereniging Vlaamse Visveilingen CVBA 2012).

## **1. Alternatieve verkoopmethodes**

### **a. Voorafname**

Het is voor een koper ook mogelijk om loten te kopen via voorafname, waarbij een afspraak gemaakt wordt tussen de koper en de reder, en de prijs vastgesteld wordt via bemiddeling van de visveiling. Vaak wordt hierbij de hoogste veelprijs voor een bepaald lot (soort / sortering / kwaliteit) gekozen, tenzij anders overeengekomen. Er is een limiet op maximaal 25% van de aanvoer van een bepaalde soort / sortering / kwaliteit per vaartuig (Vereniging Vlaamse Visveilingen CVBA 2012).

### **b. Blokverkoop en aaneensluitende verkoop**

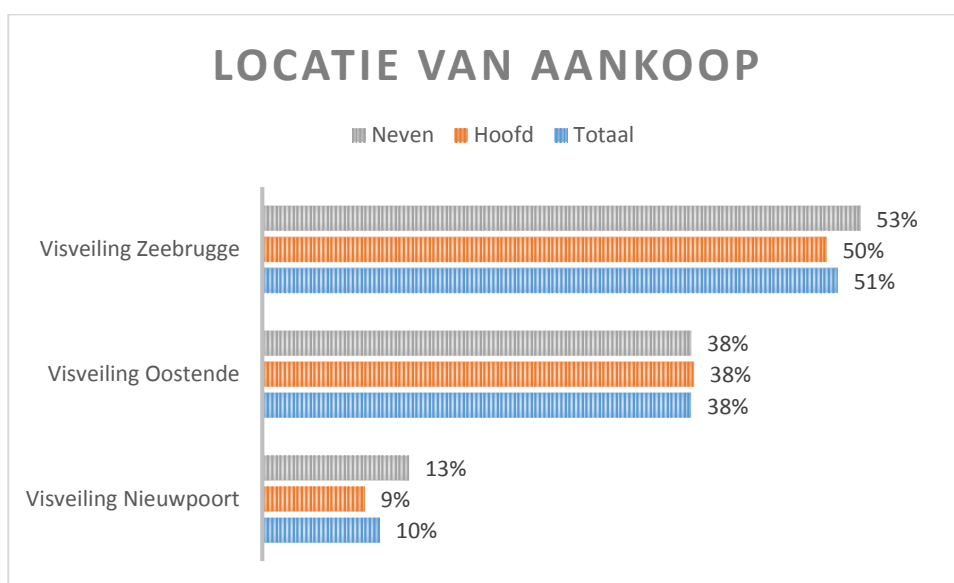
Binnen het VISDIRECT-project wordt bestudeerd of alternatieve verkoopmethoden, zoals blokverkoop (verkoop van alle aangelande volumes van een soort en een bepaalde kwaliteit) en aaneensluitende verkoop (een aaneenschakeling van de verkoop van een soort, schip per schip) een meerwaarde zou kunnen bieden voor de Vlaamse visserijsector. Aaneensluitende verkoop wordt momenteel gebruikt bij de verkoop van rog. Er wordt binnen het project VISDIRECT plus onderzocht of deze vorm van verkoop ook mogelijk is voor andere soorten (Rederscentrale 2015).

### 5.1.2.2 Aankoopgedrag op de veiling

De vis die aangeland wordt op de Vlaamse visveiling, wordt zowel aangekocht voor gebruik op de lokale markt als voor export. Hierbij schat de Vlaamse Visveiling dat 51% van de totaal aangelande volumes door Belgische bedrijven worden opgekocht - een stijgende trend i.v.t. voorgaande jaren.

#### 1. Lokale kopers uit de visverwerkende sector

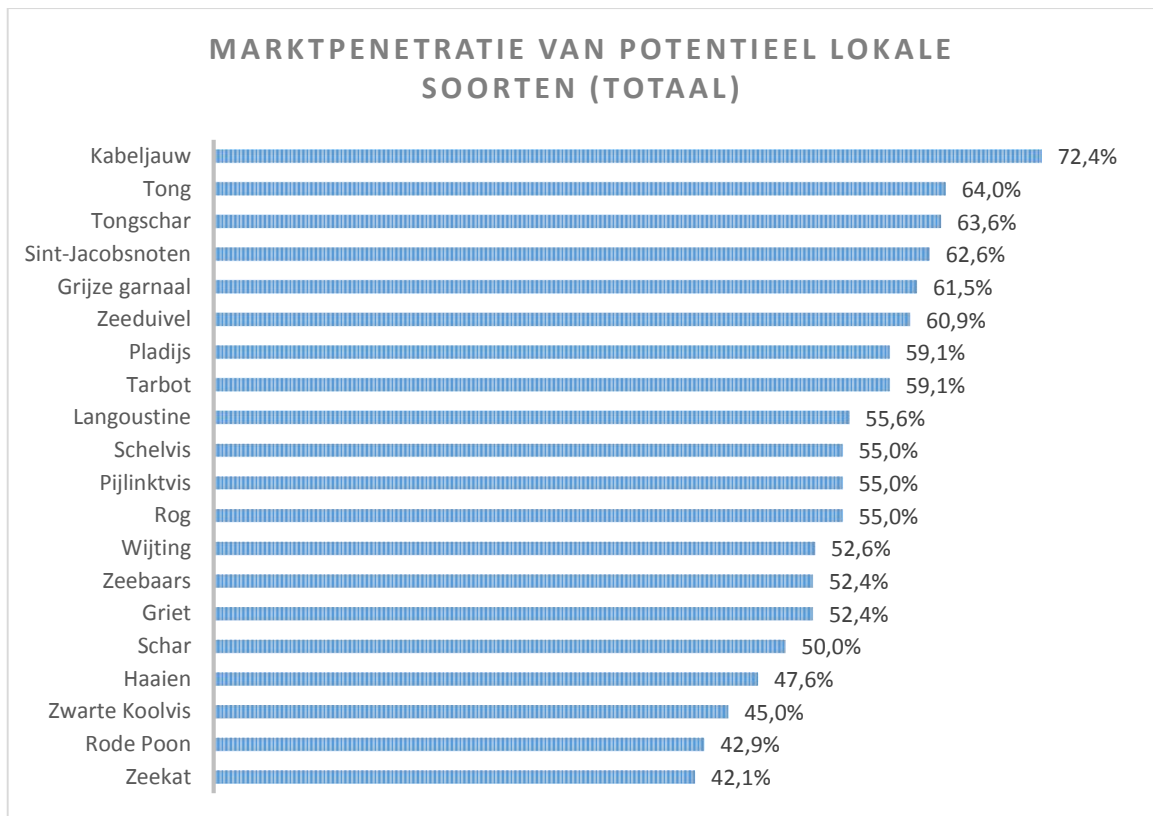
Gebaseerd op gegevens van 93 bedrijven uit de Belgische bewerkende en verwerkende industrie (65 hoofactiviteit vis, 28 nevenactiviteit) blijkt dat Zeebrugge de meest populaire veiling is (50-53%), gevolgd door Oostende (38%) en Nieuwpoort (9-13%) (Figuur 11).



Figuur 11: Percentage van ondervraagde bedrijven die in Vlaamse veilingen producten aankopen (93 bedrijven in totaal, 28 met vis als nevenactiviteit, 65 met vis als hoofactiviteit)

De soorten, volumes en aankoopcriteria variëren sterk naargelang het type bedrijf en de belangrijkste klanten van deze bedrijven. In Figuur 12 wordt een olijsting weergegeven van soorten die Belgische vissers aanlanden en welk percentage van ondervraagde visverwerkers deze soorten aankopen (marktpenetratie). Dit betekent echter niet dat deze soorten ook werkelijk op de veiling opgekocht worden aangezien de oorsprong van het product moeilijk te achterhalen. Zo is kabeljauw de meest populaire soort die ook van lokale oorsprong kan zijn (72,4%) maar het merendeel van de bedrijven importeert kabeljauw.





*Figuur 12: Overzicht van het % aan bevraagde bedrijven die soorten aanbieden die potentieel voorzien kunnen worden door lokale aanvoer (n=93)*

Binnen de kenmerkende soorten van de Vlaamse visserijsector is tong de soort die op de Vlaamse veilingen door het grootst aantal bevraagde visverwerkers aangekocht wordt (64%), gevolgd door tongschar en Sint-Jakobsnoten. De minder bekende soorten als rode poon en (i.e. hondshaai) worden door minder dan de helft van de bevraagde bedrijven aangeboden (45% en 42,9%).

## 2. Export

Ongeveer 48% van het aangelande volume wordt naar het buitenland geëxporteerd, voornamelijk naar Frankrijk en Nederland. Bij verschillende gesprekken met bedrijven werd echter beweerd dat de totale export groter is aangezien lokale opkopers de vis nadien zouden exporteren. De bestemming van de lokale aanvoer is sterk afhankelijk van de soort en de sortering. In Tabel 3 wordt een overzicht weergegeven van de belangrijkste bestemmingen van vis aan de Vlaamse visveiling (met dank aan medewerker Vlaamse visveiling Zeebrugge).

Tabel 3: Overzicht voornaamste bestemming van soorten – met dank aan de Vlaamse visveiling

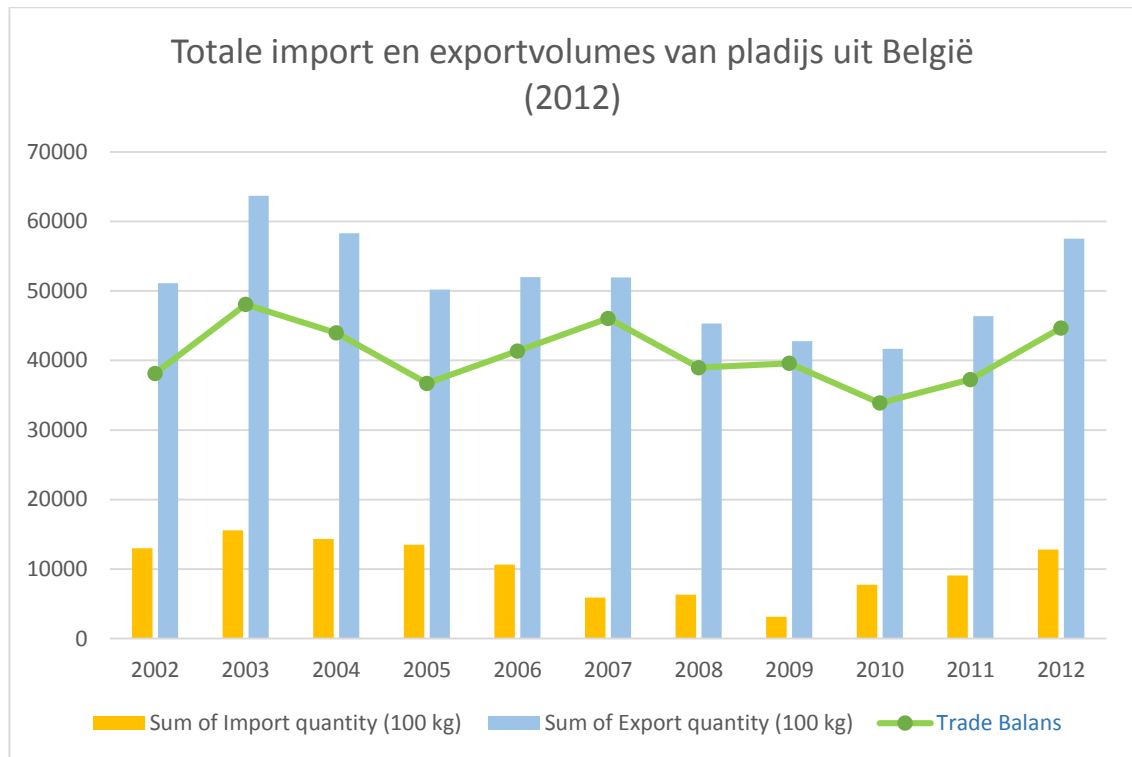
Soort	Voornaamste bestemming
Engelse poon	Lokaal
Griet	Lokaal
Grote pieterman	Lokaal
Heek	Frankrijk/Spanje
Hondshaai	Lokaal
Inktvissen	Frankrijk/ Spanje /Italië
Kabeljauw	Lokaal
Langoustine	Nederland
Leng	Lokaal
Pollak	Lokaal
Rode Poon	Lokaal/Frankrijk
Roggen	Lokaal/Frankrijk
Schartong	Frankrijk/Spanje
Pladijs	Lokaal (grote sortering)/ Nederland (kleine sortering)
St- Jacobsschelpen	Lokaal/Frankrijk
Steenbolk	Lokaal/Frankrijk
Tarbot	Lokaal/Duitsland
Tong	Lokaal/Nederland
Tongschar	Lokaal/Nederland
Wijting	Lokaal/ Frankrijk
Zeebaars	Lokaal/Duitsland
Zeeduivel	Lokaal

Uit de interviews bleek dat de kleinste sorteringen van een soort over het algemeen bestemd zijn voor de buitenlandse markt, en de grote sorteringen eerder lokaal blijven.

Binnen de handel van vis aan de visveiling is de pladijs een belangrijke soort. De handel in pladijs wordt in het volgend stuk uitgediept, aangezien dit relevantie kan hebben voor innovatieve mogelijkheden voor lokale verwerking.

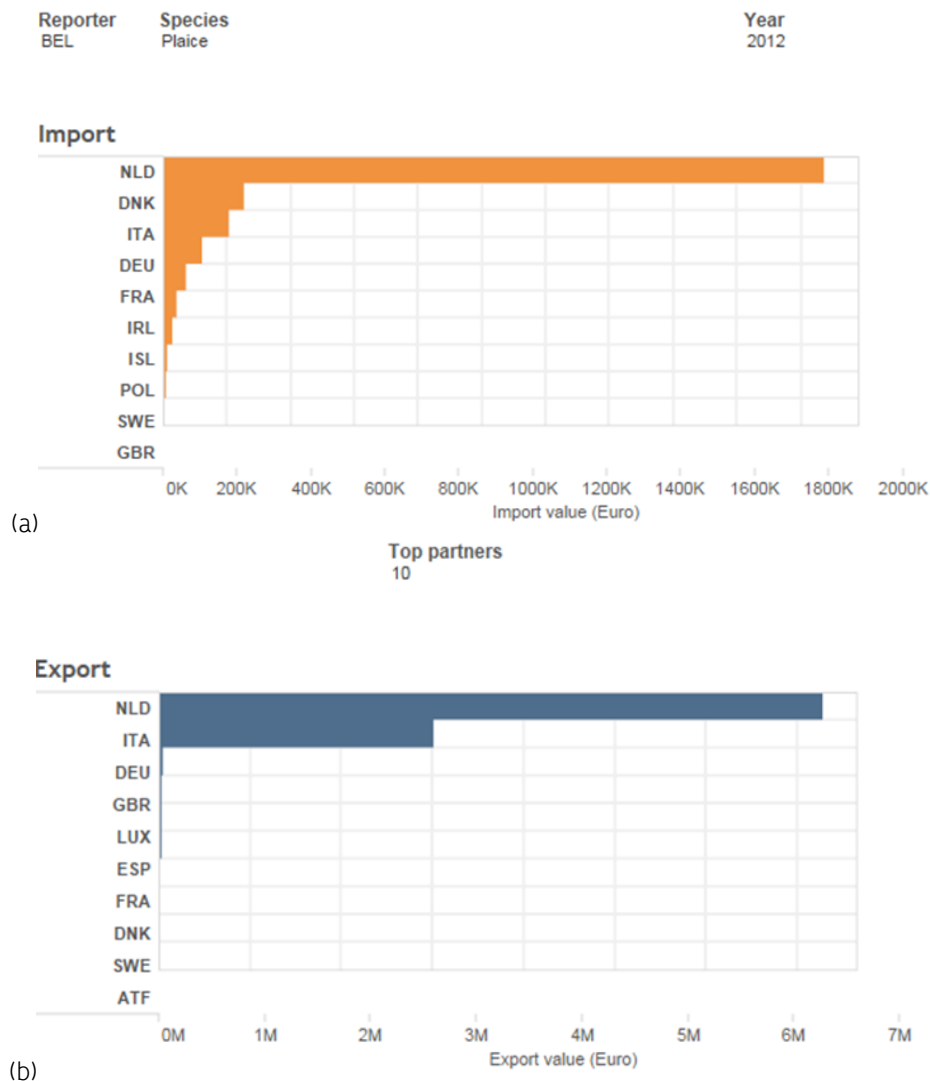
## 1. Casus pladijs

Bij het in beschouwing nemen van de import / export cijfers voor pladijs is duidelijk dat, zowel in termen van volume als waarde, er veel meer pladijs geëxporteerd wordt dan geïmporteerd, en dit hoofdzakelijk naar Nederland (Figuur 13, Figuur 14) (Verlé et al. 2016).



Figuur 13: Import en export volumes van pladijs (Data bron: Fishreg, Europese Commissie, <https://fishpoptrace.jrc.ec.europa.eu/web/seafoodtrade/data/>)

In 2012 werd in totaal 5752,5 ton schol geëxporteerd (hoofdzakelijk naar Nederland) en werd 1283,5 ton geïmporteerd (hoofdzakelijk van Nederland) (Figuur 13). Over de vorm van de verhandelde producten kan echter geen sluitend antwoord gegeven worden aangezien bovenstaande cijfers hier geen informatie over geven. De gemiddelde waarde van de verhandelde producten kan hier echter een indicatie over geven. Pladijs wordt aan de visveiling verkocht aan een gemiddelde prijs van € 1,35/kg in ruwe vorm. Indien pladijs in verwerkte vorm geëxporteerd of geïmporteerd wordt, wordt verwacht dat de prijs minimum 3x hoger is dan de aankoopprijs. Een pladijsfilet neemt namelijk gemiddeld 33% in van het gewicht van een onbewerkte pladijs (33% rendement). In Figuur 14 wordt een overzicht weergegeven van de import/ export van pladijs in termen van waarde.



Figuur 14; (a) Importwaarde en (b) exportwaarde in België van pladijs per land in 2012 (Fishreg, Europese Commissie, <https://fishpoptrace.jrc.ec.europa.eu/web/seafoodtrade/data/>)

De gemiddelde waarde van geëxporteerd volume (totale waarde uit Figuur 14/ totaal volume uit Figuur 13) is € 1,51/kg voor geëxporteerde producten en € 1,96/kg voor een geïmporteerd product. Dit wijst op de handel van onverwerkte producten.

Dit resultaat kan beter verklaard worden door informatie vergaard uit interviews met de visverwerkende industrie en belanghebbers uit de sector. Het merendeel van de kleine pladijs (sortering 3 en 4) wordt opgekocht voor bewerking in gespecialiseerde Nederlandse bewerkingsbedrijven die uitgerust zijn met gespecialiseerde verwerkingslijnen. De pladijs wordt opgekocht in periodes van grote aanvoer, waardoor grote volumes aan lage prijzen opgekocht kunnen worden. In deze periodes van grote aanvoer wordt de vis in diepvries gestockeerd om het hele jaar door het aanbod te garanderen. Na bewerking en verpakking wordt de pladijs geëxporteerd naar landen in Zuid-Europa.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat de Belgische visserijsector, waarbij pladijs een belangrijk aandeel van de besomming inneemt, sterk afhankelijk is van de exportmarkt, hoofdzakelijk naar Nederland toe. De grote sorteringen (klasse 0, 1 & 2) worden wel nog door lokale kopers opgekocht.

### 5.1.2.3 Aankoopcriteria visverwerkende industrie

Een visverwerker heeft een brede keuze aan producten uit lokale en buitenlandse productie. Bij de keuze van soorten wordt rekening gehouden met belangrijke economische factoren (Silva 2011);

- Volume
- Presentatievorm
- Labelling
- Traceerbaarheid
- Certificering
- Kwaliteit
- Aankoopprijs
- Rendement (*verhouding finaal product tegenover ruw product – vaak seizoenaal*)
- Arbeid gedurende verwerkingsproces
- Vraag van de klant

Kopers proberen te voldoen aan de vraag van de klant met zo weinig mogelijk kosten. Hierbij wordt gepoogd om bij de aankoop een zo laag mogelijke prijs voor een bepaald volume te behalen en bij de verwerking een zo hoog mogelijk rendement met zo weinig mogelijk arbeid na te streven. Dit om een goede marge op het finaal product te kunnen nemen. Een groot volume van een goedkope soort kan door een duur verwerkingsproces voor lage marges zorgen, waardoor deze soort als ongeschikt beschouwd kan worden.

Naast deze overkoepelende economische overwegingen zijn er beïnvloedende factoren die kenmerkend zijn bij de aankoop van producten van de Vlaamse visserijsector. Wat volgt is een uiteenzetting van de belangrijkste criteria die in rekening gebracht worden door kopers op de Vlaamse visveilingen. Deze factoren zijn;

1. Onvoorspelbaarheid van aanvoer
2. Volume
3. Duurzaamheid
4. Soortvariatie
5. Kwaliteit
6. Minder bekende soorten
7. Nabijheid

## 1. Onvoorspelbaarheid van aanvoer

De visserijsector is een onvoorspelbare primaire sector die gebaseerd is op een gevoelig product met een korte doorstroom (36-48u) en variabiliteit op vlak van volume, seizoensale kwaliteit (kuitperiode) en algemene beschikbaarheid (o.a. weersafhankelijk). Hierdoor kan er bij de bedrijfsvoering maar in beperkte mate naar de toekomst toe gepland worden, wat veel uitdagingen met zich mee brengt. De grootste afnemers van visserijproducten, zoals de retail, hebben echter specifieke vereisten op de visserijproducten die zij aankopen :

- Stabiele aanvoer
- Stabiele kwaliteit
- Snelle leverbaarheid
- Grote volumes
- Veel vraag
- Lage prijs
- Eenvoudig te verwerken
- Weinig verlies (in de winkelrekken)

Hierbij zijn stabiliteit van aanvoer en voldoende grote volumes de belangrijkste factoren, belangrijker dan variabele prijzen. Hogere prijzen kunnen in de finale prijs verrekend worden, maar voor onstabiele aanvoer is er geen vangnet. Belgische soorten als pladijs en tong kunnen in zekere mate voldoen aan deze vereisten, maar veel van de overige soorten kennen sterke seizoensale variatie waardoor deze moeilijk afzet vinden binnen de retail (Snijder et al. 2015; AIPCE-CEP 2015).

Grote kopers van Noordzeevis proberen de onstabiele aanvoer te bufferen door op verschillende Europese veilingen te kopen, maar dit blijft een moeilijke opdracht. Visveilingen geven vooruitzichten op de verwachte aanvoer, maar dit maximaal twee dagen voor de verkoop. Om de aankoop op verschillende veilingen te coördineren investeren grotere bedrijven in full-time werknemers die alle Europese veilingen in het oog houden om voldoende producten op te kopen om aan de vraag te kunnen voldoen. Kleinere bedrijven kopen ook op buitenlandse veilingen, maar voor hen is het eenvoudiger om de relatief kleine gevraagde volumes terug te vinden.

Andere bedrijven gebruiken alternatieve manieren om stabiele aanvoer naar de klant toe te garanderen. Deze bedrijven kopen vis aan in periodes van grote aanvoer en vriezen het bewerkte product in zodat er een voorraad opgebouwd wordt. Uit deze voorraad wordt in periodes van weinig aanvoer geput.

Voor andere afzetkanalen als foodservice, horeca en detailhandel is seizoensaliteit een minder groot probleem.

## 2. Volume

Zoals eerder vermeld is volume een belangrijke factor voor afnemers (Silva 2011). Voor verschillende soorten zijn de aanvoerperiodes en volumes zeer variabel waardoor voor dezelfde soorten een andere veiling opgezocht wordt waar grotere volumes betrouwbaar aanwezig zijn. De volumes die aangeland worden in de Vlaamse visveilingen worden afgenomen wanneer er onvoldoende aanwezig is in de meer betrouwbare veilocaties. Dit geldt hoofdzakelijk voor grote groothandelaren die distribueren binnen België en als tussenschakel naar het buitenland toe, en voor kopers die hun afzet vinden bij retail en foodservice.

## 3. Duurzaamheid

Verschillende retailers en handelaren beginnen in toenemende mate belang te hechten aan duurzame producten als onderdeel van hun beleid (Silva 2011). De werkelijke duurzaamheid van een product achterhalen is echter zeer complex en tijdrovend. Daarom opteren retailers vaak voor visserijproducten die een ecolabel dragen, zoals MSC, ASC en Friends of the Sea. De Belgische visserijsector heeft voor het overgrote merendeel vaartuigen die vissen met de boomkor, een methode die een negatieve reputatie kent betreffende ecologische impact (bodemberoering). Hierdoor is het voor de visserijsector, ondanks investeringen in aangepaste methodes zoals de ecorol en sumwing, moeilijk om een overtuigende en eenvoudig herkenbare ecologische erkenning toegekend te krijgen. Hierdoor gaan verschillende kopers die klanten hebben binnen de duurzaamheids-gezinde retail geen vis kopen op de Vlaamse visveiling. In dit opzicht kunnen alternatieve manieren om de inspanning richting duurzaamheid aan te tonen, zoals VALDUVIS, een oplossing bieden (Kinds et al. 2015).

Duurzaamheid is een minder belangrijk criterium voor kopers die klanten hebben binnen de horeca, foodservice en detailhandel (Marketingdienst VLAM 2015c).

## 4. Soortvariatie

De Vlaamse visveilingen kennen een grote soortenvariatie die niet of minder terug te vinden zijn in buitenlandse havens. Soorten als tarbot, griet, rog, pladijs en tong zijn geliefd aan de Vlaamse visveilingen. pladijs, rog en tong zijn ook soorten die in grote hoeveelheden aanwezig, waardoor ze een positie kunnen innemen in een brede waaier aan afzetkanalen (retail, foodservice, horeca én detailhandel).

## 5. Kwaliteit

Gebaseerd op de interviews met bedrijven bleek dat de kwaliteit van vis op de Vlaamse visveilingen onder bepaalde omstandigheden lager was dan op andere (buitenlandse) veilingen. Hieronder volgt een beknopte uiteenzetting van de belangrijkste vernoemde factoren, namelijk:

- (a) Aantal zeedagen
- (b) Parasieten
- (c) Vangstgebied
- (d) Schip-afhankelijke kwaliteit
- (e) Vistechniek

(a) Aantal zeedagen

De Vlaamse vissers zijn op bepaalde vaartuigen voor lange periodes onderweg, soms tot 8 dagen. Dit doet af aan de kwaliteit van de vis, zeker in vergelijking met dagboten. Hierdoor hebben bepaalde kopers een voorkeur voor deze kwaliteitsvolle vis uit het buitenland (Denemarken), ondanks de meerprijs.

(b) Parasieten

Een bijkomende kwaliteitsfactor is de aanwezigheid van parasieten. Bepaalde soorten zoals kabeljauw, zeeduivel en wijting zijn parasietgevoelig. Een vis die hiermee geïnfecteerd is, is onaantrekkelijk voor de verwerker aangezien het arbeidsintensief is om de wormen handmatig te verwijderen. Vaak worden die geïnfecteerde stukken vis weggesneden, wat leidt tot een rendementsverlies. De hoeveelheid parasieten die aanwezig kunnen zijn in deze vissen is sterk afhankelijk van de populatie zeehonden in het gebied aangezien zij een essentiële gastheer zijn bij het vervolledigen van de levenscyclus. Een koper kan bijgevolg de kans op parasiet-geïnfesteerde vis verlagen door te kiezen voor vissen die gevangen zijn in vangstgebieden met minder zeehonden. De Belgische vissers vissen regelmatig in de kanaalzone, waar er een hoge prevalentie is aan zeehonden en, bijgevolg, parasieten. Bewuste kopers kiezen in deze periodes voor vis die gevangen is in andere gebieden, waarbij er vaak opgekocht wordt uit buitenlandse veilingen, zoals Thyborøn (Denemarken).

(c) Vangstgebied

Vis uit kouder water wordt als kwalitatief beter beschouwd (steviger vlees). Dit kan bepaalde kopers motiveren om dezelfde soorten te kopen in andere, meer Noordelijk gelegen havens. Hierbij is de kabeljauw een vaak vermelde soort, waarbij er een duidelijke voorkeur is voor IJslandse of Deense kabeljauw (Skrei).

(d) Schip-afhankelijke kwaliteit

De kwaliteit van de vis kan sterk variëren tussen verschillende schepen van de Belgische vloot. Ervaren kopers hebben bijgevolg strikte voorkeuren met betrekking tot afkomst, waarbij ze een goed inzicht hebben in welke vaartuigen de beste producten afleveren.

(e) Vistechniek

Bepaalde kopers verkiezen producten die gevangen zijn met een bepaalde techniek. Hierbij is kabeljauw een vaak vermeld voorbeeld, waarbij de voorkeur gaat naar kwalitatief superieur lijn gevangen kabeljauw (IJsland of Denemarken). Deze vis is veel minder beschadigd dan vissen die met netten gevangen worden en genieten van kwaliteit bewuste kopers de voorkeur. Ook wordt de staand want visserij vermeld als superieur in vergelijking met boomkor.



## 6. Minder bekende soorten

Rode poon, steenbolk, grote pieterman en hondshaai zijn soorten die in relatief grote hoeveelheden aangeland worden maar aan lage prijzen verkocht worden. De lage prijzen kunnen verklaard worden door hun reputatie als minder geschikte vis binnen de verwerkende industrie omwille van een moeilijke verwerkingsstap, slechte bewaring en beperkte afzet. Daarbij zijn steenbolk en rode poon volgens bepaalde verwerkers te klein om handmatig te fileren en hebben ze een te laag rendement. De hondshaai is moeilijk en tijdrovend om te ontvellen, krijgt snel een ammoniakgeur (zeker in de zomermaanden) en heeft beperkte consumptiemogelijkheden (stoofpotje). De meeste onbekende soorten kennen grote seizoenselijke variaties in aanvoervolume waardoor een geschikt afzetkanaal vinden een uitdaging vormt. Daarbij worden bepaalde soorten beperkt of niet gesorteerd, zoals steenbolk, hondshaai (zie bijlage) en schar. Ongesorteerde soorten worden over het algemeen gemeden aangezien het moeilijk is om een inschatting te maken over de bruikbaarheid van een lot.

Prijstechnisch zijn minder bekende soorten minder interessant. Er is vaak een hoge kost gebonden aan moeilijke verwerkingsstappen en, wanneer volumes te laag zijn, moeten hogere marges per kg finaal product aangerekend worden. Hierdoor loopt een koper risico dat zijn klanten naar andere leveranciers keren die een goedkoper product aanbieden.

Kleinhandelaren zijn in hun sorteraanbod flexibel en bieden deze onbekende soorten wel aan, zeker als ze in seizoen zijn en de prijzen goed liggen. Groothandelaren proberen in het juiste seizoen de minder bekende soorten af te zetten naar horeca en foodservice, vaak in de vorm van suggesties. De horeca staat in zekere mate open voor seizoenselijke vis, als de prijs goed zit (tenzij menu's op voorhand opgesteld worden en het een vis is met veel graten), maar foodservice heeft extra vereisten. Vaak zijn voldoende grote volumes noodzakelijk, alsook filets van de juiste grootte, bij voorkeur 1 filet per bord. Voor de kleinere minder bekende soorten is dit niet mogelijk en zijn meerdere filets nodig voor een portie, waardoor deze soorten (steenbolk en rode poon) minder geschikt zijn voor dergelijke doeleinden. Andere foodservice bedrijven hebben zich wel toegelegd om lokaal aangelande producten aan te bieden (Belgaco).

## 7. Nabijheid

Een voordeel van de Vlaamse visveiling tegenover de buitenlandse is eenvoudigweg de nabijheid. Vele bedrijven proberen, ondanks de eerder vermeldde nadelen, zo veel mogelijk vis op te kopen uit nabij gelegen visveilingen. Het economisch voordeel van goedkoper transportkosten wordt altijd in overweging genomen. Desondanks kunnen bovenvermelde nadelen domineren boven de voordelen en wordt gekozen voor buitenlandse aanvoer. Dit is vaak het geval bij grotere kopers die op zoek gaan naar grote volumes. Indien de grote bedrijven in het buitenland te weinig aanvoer terug gevonden wordt kan opnieuw gebruikt gemaakt worden van lokale aanvoer, maar vaak ter aanvulling en niet als primaire kooplocatie.

In onderstaande tabel worden de belangrijkste factoren die in rekening gebracht bij door de ondervraagde bedrijven in dit onderzoek bij het aankopen van vis aan de Vlaamse visveiling (Tabel 4).

*Tabel 4: Belangrijkste beïnvloedende factoren die in overweging gebracht worden door de lokale visverwerkende sector bij het aankopen van vis aan een Vlaamse visveiling.*

Beïnvloedende factor	Beschrijving
<b>Onvoorspelbaarheid in aanvoer</b>	Het aanbod op Vlaamse visveilingen varieert sterk in volume, kwaliteit en prijs.
<b>Volume</b>	Het volumes van bepaalde soorten op de Vlaamse visveilingen kunnen voor grotere kopers te klein zijn.
<b>Duurzaamheid</b>	De Vlaamse visserijsector draagt geen ecolabel. Hier is toenemende vraag naar.
<b>Soortvariatie</b>	De aanvoer op de Vlaamse visveiling wordt gekenmerkt door een grote soortvariatie waartussen soorten zitten die gewaardeerd worden en weinig gevangen worden in andere veilingen.
<b>Kwaliteit</b>	Factoren als het aantal zeedagen , parasieten, vangstgebied, vaartuig-afhankelijke kwaliteit en vistechniek hebben allen een invloed op de kwaliteit van vis aan de visveiling. Sommige kopers verkiezen visveilingen waar de kwaliteit beter is.
<b>Minder bekende soorten</b>	Minder bekende soorten zijn variabel in aanvoer, vaak moeilijk en duur om te verwerken en moeilijk om afzet voor te vinden (klant afhankelijk). Omwille van deze redenen worden ze als onaantrekkelijk beschouwd.
<b>Nabijheid</b>	De Vlaamse visveilingen genieten omwille van hun nabijheid. Lagere transportkosten zorgen voor een economisch voordeel en bieden flexibiliteit voor kleinere kopers.

## 5.1.2.4 Prijszetting

De evolutie van de prijzen op de visveiling zijn moeilijk te voorspellen en hangen af van de variatie in vraag en aanbod, en door de buitenlandse markt. Hierdoor kunnen de prijzen voor eenzelfde product enorm variëren. Veel handelaren compenseren de variërende veilingprijzen door hun eigen producten te laten variëren met de marktprijs.

### 1. Aanbod

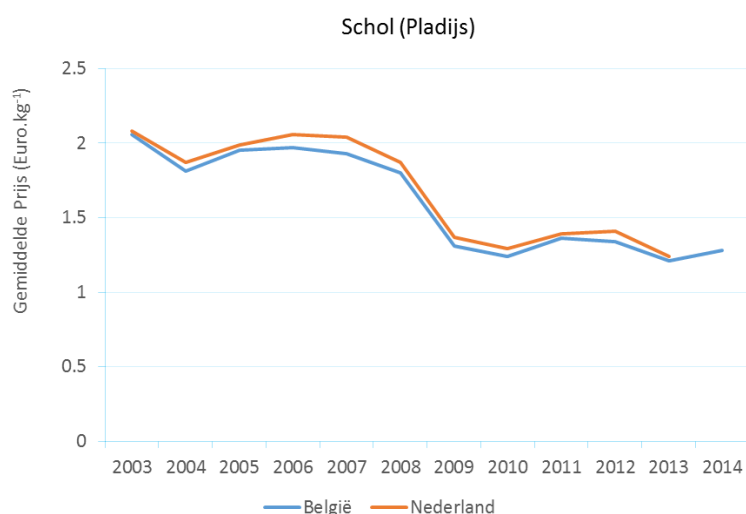
De sterke variatie in aanbod zorgt voor een grote onvoorspelbaarheid dat zich reflecteert op de prijs. Over verschillende jaren heen is er een bijkomende variabele factor in de vorm van de quota. Een vermindering in quota van een veelgevraagde soort kan zich vertalen in een hogere prijs, maar als de prijzen te hoog liggen zullen de kopers zoeken naar alternatieven.

### 2. De vraag

De vraag naar visserijproducten is eveneens zeer veranderlijk en wordt beïnvloed door een combinatie van de eerder vernoemde aankoopcriteria van de verschillende kopers (Hoofdstuk 5.1.2.3 p.33) en de verwachtingen van hun klanten.

### 3. Buitenland

De prijszetting van vis is ook sterk afhankelijk van de aanvoer en de verkoop in het buitenland, waarbij voor bepaalde soorten de prijzen mee evolueren met de prijzen op de Nederlandse veilingen. Figuur 15 geeft de jaarlijkse gemiddelde prijzen van pladijs weer.



Figuur 15: Gemiddelde prijzen van pladijs in België en Nederland (Verlé et al. 2016)

Hier is duidelijk te zien dat de Belgische prijzen net onder de Nederlandse prijzen blijven en deze ook doorheen de jaren volgt. Dit kan verklaard worden doordat een groot deel van de aangevoerde pladijs in België (en Nederland) opgekocht wordt door enkele dominante kopers uit de distributiesector die hoofdzakelijk leveren naar Nederlandse bedrijven (cfr. casus pladijs – hoofdstuk 5.1.2.2). De vraag is zeer geconcentreerd, en deze kopers kunnen een lagere prijs bieden (Platteau et al. 2014).

## 4. Campagnes

Promotiecampagnes zoals “vis van het jaar” en “vis van de maand” kunnen zorgen voor een grote stijging in prijs. Hondshaai kende na zijn promotiecampagne in 2015 (VLAM) een grote stijging in prijs, hoewel die de initiële stijging snel een daling kende. Vaak hebben dit type campagnes een groot, maar tijdelijk effect op de visprijzen.

### **5.1.3 Noden aan lokale verwerking**

#### **5.1.3.1 Perspectief visserij**

Vanuit het perspectief van de reders wordt het beeld geschept dat er weinig geweten is over de kopers van hun aangelande visserij producten. De reder wilt dat hun vis verkocht wordt aan een redelijke prijs, maar zijn beperkt geïnteresseerd in wat er met hun product gebeurt. Bijgevolg hebben, gebaseerd op de interviews uitgevoerd voor dit onderzoek, de reders beperkte kennis en interesse in de productieketen van vis eenmaal de vis op de veiling verkocht wordt. De vis wordt niet actief ‘verkocht’ door de reder, de vis wordt aangeland en wordt via de veilklok opgekocht. Een reder heeft bijgevolg weinig invloed op de prijszetting en op de vermarkting van vis (Commission 2012).

De enige invloed die de reder en vissers kunnen uitoefenen op de prijs van hun product is via het optimaliseren van de kwaliteit en door marktvaart in rekening te brengen in hun visgedrag en planning.

#### **5.1.3.2 Perspectief visveiling**

De Vlaamse visveilingen beschouwen nieuwe vormen van lokale verwerking als een potentieel nieuw afzetkanaal voor lokaal aangevoerde vis. Door lokale verwerking te stimuleren, kunnen meer kopers meer vis op de Vlaamse visveiling kopen, wat ten gunste komt van de prijszetting. Om dit te bevorderen dient rekening gehouden te worden met de vereisten van de eindhandelaren, namelijk de consumentgerichte afzetkanalen (retail en foodservice). Voorbeelden hiervan zijn het bevorderen van kwaliteit en samen met de visserijsector opties analyseren voor duurzaamheid en traceerbaarheid.

## 5.2 Import

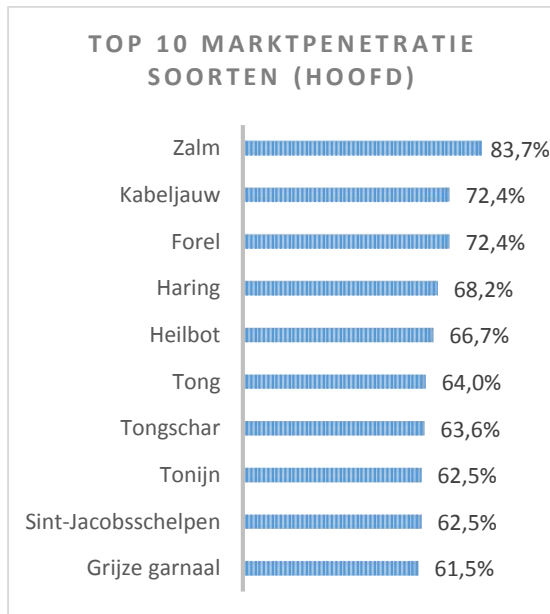
Naast het aanbod van visserijproducten uit de lokale visserijsector zijn buitenlandse visserijproducten een belangrijke grondstof voor de Belgische visverwerkende industrie. Door de toenemende globalisering, technologische ontwikkeling in de bewaring van verse vis en snel transport (quicklorry, thermotransit en luchtvracht) is het aankopen in het buitenland eenvoudig en in vele gevallen economisch voordelig. Daarbij prolifereert wereldwijd de aquacultuur, dat het stagnerend aanbod uit de visserij kan aanvullen met grote volumes die het hele jaar door beschikbaar zijn en dit aan stabiele prijzen. Hierdoor geniet geïmporteerde vis vaak de voorkeur tegenover lokaal aangelande producten en vindt een groot deel van geconsumeerde visserijproducten zijn oorsprong in het buitenland (AIPCE-CEP 2015). Het gebruik van geïmporteerde producten door de lokale visverwerkende industrie wordt in dit hoofdstuk in beschouwing genomen.

### 5.2.1 Aankoopgedrag

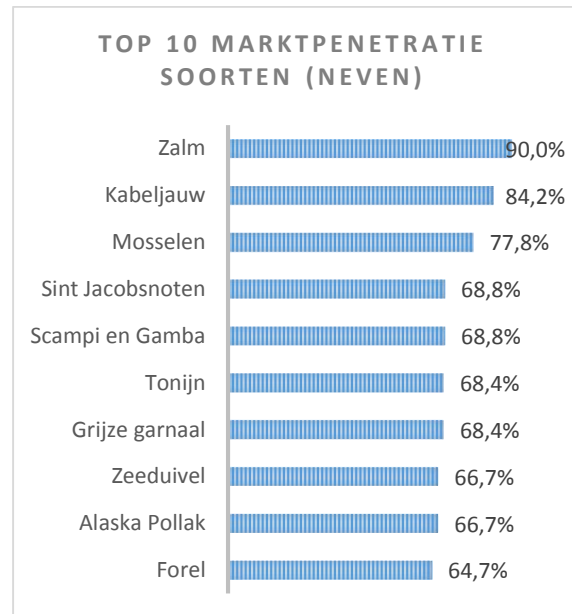
#### 5.2.1.1 Soorten

Een visverwerker heeft dankzij de toenemende geglobaliseerde handel toegang tot een brede waaier aan vis, schelp- en schaaldiersoorten die niet terug te vinden zijn in de lokale visserijsector. Daarbij hebben veel van de geïmporteerde soorten minder beperkingen dan deze die de lokale aanvoer typeren. Soorten als zalm en *pangasius* worden via aquacultuur gekweekt en zijn het hele jaar door aan stabiele prijzen en in grote volumes terug te vinden, maar ook wild gevangen soorten als kabeljauw zijn het hele jaar door beschikbaar.

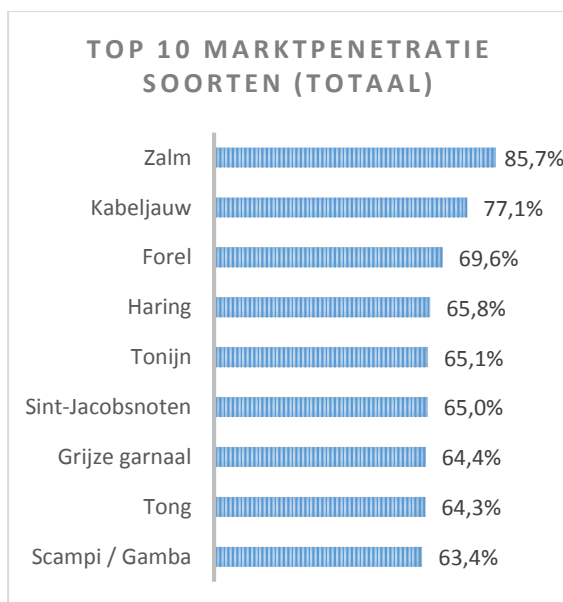
In Figuur 16 wordt de marktpenetratie (% van bevraagde bedrijven die betreffende soorten gebruiken) van zowel geïmporteerde soorten als lokaal aangelande soorten weergegeven en dit voor bedrijven die de verwerking van vis beschouwen als hoofdactiviteit (hoofd), nevenactiviteit (neven) en de totale populatie van bedrijven (totaal), ongeacht hun activiteitsgraad (totaal) weergegeven.



(a)



(b)



(c)

*Figuur 16: De top 10 marktpenetratie van vissoorten binnen bedrijven met (a) visverwerking als hoofdactiviteit, (b) visverwerking als nevenactiviteit en (c) ongeacht activiteit (hoofd = 45; neven = 28, totaal = 93)*

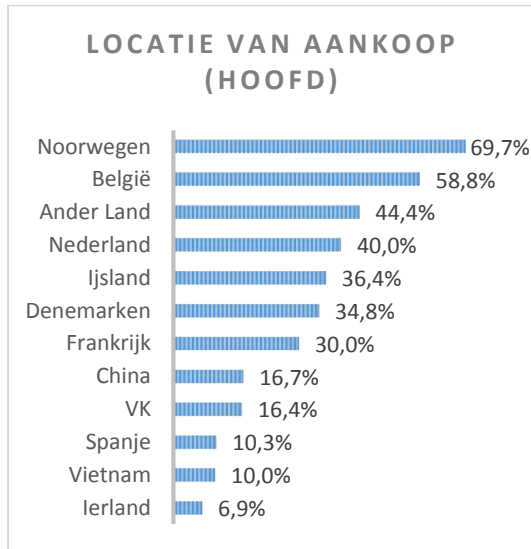
Zalm, kabeljauw en forel zijn binnen de bevroegde bedrijven de soorten met de grootste marktpenetratie. Uit interviews blijkt dat zalm en kabeljauw in vele bedrijven ook de grootste volumes draaien. Omwille van hun stabiele beschikbaarheid in grote volumes kunnen deze soorten voldoen aan de vraag van grote afzetkanalen zoals de retail. Additioneel kunnen deze soorten, in tegenstelling tot de lokale aanvoer, wel een ecolabel verkrijgen; ASC is beschikbaar voor verschillende gekweekte soorten (zalm en *pangasius*) en voor wildvangstsoorten (waaronder kabeljauw) kan MSC-gecertificeerde vis gekocht worden. Desondanks hebben bepaalde soorten die ook van lokale afkomst kunnen zijn een relatief hoge marktpenetratie, met 65% voor Sint-Jakobsnoten, 64,4% voor de grijze garnaal en 64,3% voor tong. Hierbij kan echter geen uitspraak gedaan worden over de werkelijke oorsprong van de soort (lokaal / import) of van de volumes die gebruikt worden.

Op de vierde plaats staat haring, een soort die niet meer door onze visserijsector aangeland wordt maar de belangrijkste soort is voor lokale inleggerijen. Diepgevroren blokken worden uit het buitenland geïmporteerd en in diepvrieskamers opgeslagen om het hele jaar door gebruik van te maken.

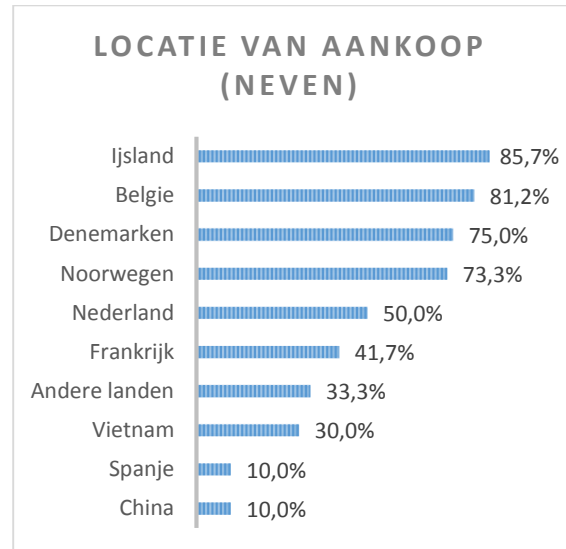
Hoewel goedkope kweekvissen (tilapia, *pangasius*, etc.) de top 10 soorten niet behalen, wordt door de geïnterviewde bedrijven wel een stijgende trend gemeld. Deze vissen geven witte, graatloze filets die weinig smaak bevatten, eigenschappen die ervoor zorgen dat ze in vele toepassingen bruikbaar zijn, zeker in de verwerking tot bereide maaltijden. Daarbij hebben ook deze kweekvissoorten het bijkomend voordeel van stabiliteit in aanvoer gekoppeld aan lage prijzen. Hierdoor kunnen op deze soorten relatief grote marges genomen worden of afzet teruggevonden in de retail, een afzetkanaal met hoge prijsdruk. In Nederland is een trend van substitutieconcurrentie terug te vinden, waarbij verschillende lokale soorten vervangen worden door goedkope buitenlandse alternatieven zoals *pangasius* en tilapia (van der Zeijden et al. 2011). Deze trend is volgens de geïnterviewde bedrijven ook aanwezig in België. Tilapia heeft binnen de geëncquêteerde bedrijven een marktpenetratie van 37%, *pangasius* 48%.

## 5.2.1.2 Locatie van aankoop

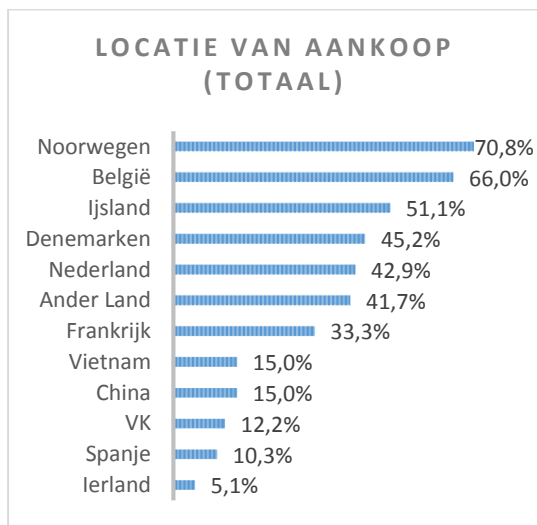
In de onderstaande figuur worden de voornaamste aankooplanden weergegeven van de geïnterviewde bedrijven, met onderscheiding tussen de bedrijven met vis als hoofdactiviteit (Figuur 17.a), nevenactiviteit (Figuur 17.b) en over alle bevraagde bedrijven heen (Figuur 17.c).



(a)



(b)



(c)

Figuur 17: Locatie van aankoop - percentage van bevraagde bedrijven die uit een bepaald land kopen, met onderscheid tussen (a) bedrijven met visverwerking als hoofdactiviteit, (b) visverwerking als nevenactiviteit, (c) totale bevraagde populatie. (hoofd = 45; neven = 28; totaal = 93)

*Opm:* Schotland en Chili zijn uit deze grafieken weggelaten aangezien er te weinig bedrijven op deze vragen geantwoord hebben.



## 1. Grootste bronnen van import

Zowel over alle bedrijven heen (Figuur 17.c) als bij de bedrijven die visverwerking als hoofdactiviteit beschouwen (Figuur 17.a), neemt Noorwegen met zalm de eerste plaats in als belangrijkste importland. Dit resultaat overlapt met de marktpenetratie van soorten (Figuur 16.a,b), waar zalm de soort is met de hoogste marktpenetratie.

Voor de bedrijven met vis als nevenactiviteit neemt IJsland de belangrijkste plaats in, wat de grote marktpenetratie van kabeljauw weerspiegelt (Figuur 16.b, Figuur 17.b). Bepaalde groothandelaren hebben rechtstreeks contact met vissersorganisaties in IJsland, waardoor vis besteld kan worden alvorens de vis gevangen wordt. Hierdoor is een handelaar op voorhand zeker van zijn product, wat een voordeel is in een deze onvoorspelbare sector. Naast kabeljauw worden ook andere vis uit IJsland geïmporteerd zoals koolvis en zeewolf. Zalm is binnen het bedrijven met visverwerking als nevenactiviteit de soort met de grootste marktpenetratie.. Noorwegen komt op de 4<sup>de</sup> plaats als importland (Figuur 17.b).

In termen van globaal importvolume in België zijn Nederland en Frankrijk de grootste leveranciers van vis (17%, 12%) en voor schelp- en schaaldieren is Nederland met 39% de grootste (Marketingdienst VLAM 2015b; Marketingdienst VLAM 2015a).

## 2. België

België neemt in alle bedrijfstypes de tweede plaats in voor de locatie van aankoop, waaruit besloten kan worden dat vele bedrijven kopen van lokale handelaars of op de visveiling. Hierbij kan geen uitspraak gemaakt worden over de concrete bron van aankoop, aangezien ook groothandelaren in beschouwing genomen werden, die ook geïmporteerde soorten aanbieden.

## 3. Buurlanden

Om te kunnen voldoen aan de grote vraag naar grondstoffen kopen verschillende grote kopers op veilingen uit de buurlanden. Zo worden voornamelijk de aanvoer van België, Nederland en Denemarken gecombineerd om een zo stabiel mogelijk aanbod van Noordzeesoorten te garanderen. Gebaseerd op de informatie van de deelnemende bedrijven (Figuur 17.c) koopt 45,2% uit Denemarken, 42,9% van alle bedrijven visserijproducten uit Nederland en 33% uit Frankrijk. De vis wordt via gekoelde vrachtwagens getransporteerd en is binnen 24u in België.

Groothandelaren die inzetten op kwaliteitsvolle producten hebben uitgebreide kennis van de beste soorten op elke veiling. Noorwegen staat bekend voor vlaswijting, leng, koolvis en schelvis. In Denemarken is kabeljauw en pladijs superieur. Tong, tarbot, griet en rog zijn kwaliteitsvol in Zeebrugge. Frankrijk heeft goede oesters en roggen. Nederland heeft kwaliteitsvolle platvis dat opgevisst door dagvisserij.

## 4. Verre landen

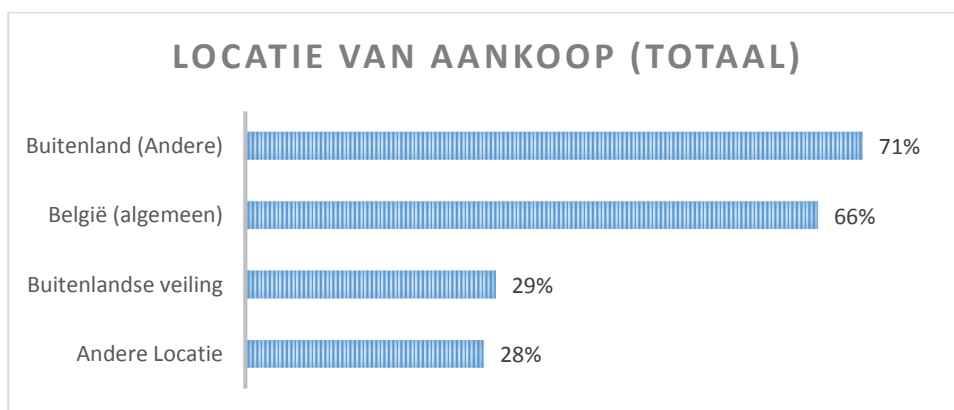
Mediterrane en tropische soorten worden door verschillende kopers aangeboden, waarbij tropische garnalen en tonijn de grootste marktpenetratie hebben (Figuur 16). Deze soorten worden vaak reeds verwerkt en diepgevroren getransporteerd via luchtvracht. De vraag naar goedkope tropische soorten stijgt eveneens (*pangasius*).

### 5.3 Conclusie

Voor de Vlaamse visserijsector zijn de lage rendabiliteit, lage visprijzen en hoge kosten een belangrijke rem op de leefbaarheid. Lage prijzen zorgen voor een verminderd kapitaal om te investeren in nieuwe, zuinige technologieën of in duurzame vangsttechnieken die potentieel toegang verlenen tot nieuwe afzetmarkten. Bovendien zijn er voor de vissers weinig mogelijkheden om nieuw kapitaal te creëren. Er is weinig ruimte om de kosten te verlagen, om hogere prijzen te behalen of om meer vis te vangen. Daarbij komen in de nabije toekomst nieuwe Europese wetgevingen van kracht (aanlandverplichting) die een bijkomende last en negatieve impact kunnen hebben op de sector (Platteau et al. 2014; Tessens 2015; Snijder et al. 2015; EVF 2013). Een beter inzicht krijgen in de factoren die de verkoop van lokaal aangevoerde vis beïnvloeden kan ruimte geven voor nieuwe initiatieven die waarde toevoegen aan de producten aangeboden door de Vlaamse visserijsector.

De Vlaamse visserijsector wordt gekenmerkt door een grote afhankelijkheid op tong en pladijs op vlak van volume en besomming. Naast deze soorten wordt een brede waaier aan andere species aangeland die in vele gevallen seizoenaal zijn in volume en kwaliteit. De aantrekkelijkheid van deze lokaal aangevoerde producten voor kopers op de visveiling is sterk afhankelijk van de eigenschappen die het product en de lokale aanvoer typeren. Hierbij is stabiliteit het sleutelwoord, waarbij stabiliteit in aanvoerfrequentie, aanvoervolume en kwaliteit van groot belang zijn. Andere factoren zoals de aanvoer van minder bekende soorten, relatief lage volumes, toenemend belang van duurzaamheid en kwaliteit zijn ook belangrijk. Er zijn ook voordelen gekoppeld aan lokale aanvoer, zoals de nabijheid en grote soortvariatie.

Op basis van de resultaten uit geïnterviewde bedrijven, enquêtes en de desk study kan afgeleid worden dat het grootste aandeel van de ruwe grondstoffen gebruikt door de Belgische visverwerkende industrie van het buitenland afkomstig zijn. Zalm en kabeljauw zijn dankzij hun stabiele/continue beschikbaarheid en grote volumes de meest voorkomende aangekochte en verwerkte soorten. De lokale aanvoer is voor bepaalde kopers minder aantrekkelijk en dit hoofdzakelijk door zijn variabiliteit en lage volumes.



Figuur 18: Locatie van aankoop van Belgische verwerkers (n=93)

Het toenemend gebruik van geïmporteerde soorten zorgt ervoor dat buitenlandse soorten de marktniche van een lokale soort innemen, zoals het geval is bij pladijs. Pladijs werd beschouwd als een kwalitatieve goedkope soort die in grote volumes quasi het jaar rond beschikbaar was. Echter, met de opkomst van goedkope kweeksoorten zoals *pangasius* wordt pladijs in toenemende mate uit deze niche geduwd.

Om de rendabiliteit van de sector te verhogen is een beter begrip nodig van de productieketen waarin de visserijsector de eerste stap inneemt. De behoeftes van de kopers en de invloed die zij hebben op het koopgedrag zijn uitermate belangrijk voor de aanbodzijde. Door coöperatie en communicatie met andere schakels kunnen initiatieven opgesteld worden die leiden tot een betere verbinding tussen het lokaal aanbod en de vraag. In Hoofdstuk 7 wordt dieper ingegaan op een verklaring voor de hier ondervonden aankooppatronen, met in Hoofdstuk 8 aanbevelingen om de verbinding tussen lokale aanvoer en lokale vraag te verbeteren. In het volgend hoofdstuk (6) wordt de Belgische visverwerkende industrie beschreven.

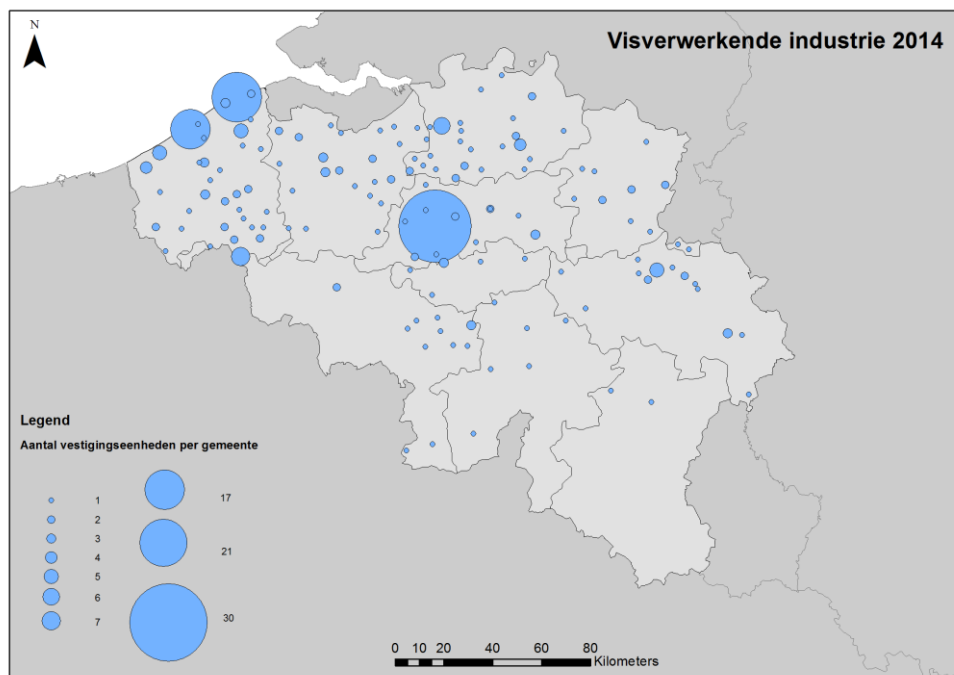
## 6. Belgische visverwerkende industrie

De Belgische visverwerkende industrie is een schakel tussen het aanbod uit het binnen- en buitenland en haar afzetkanalen die eveneens in het binnen- en buitenland gevestigd kunnen zijn. De ruwe grondstoffen worden via verschillende waarde toevoegende stappen verfijnd en gedistribueerd. Hoe deze producten er uit zien, hangt voor een groot deel af van welke soorten gebruikt worden, welke niche de producten innemen en wat de vraag van de klant is.

Wat volgt is een beschrijving van de Belgische visverwerkende industrie naar activiteit en afzetkanaal.

### 6.1 Typering o.b.v. de activiteiten

In 2014 bestonden 271 bedrijven die aan visverwerking doen in België. De 280 vestigingseenheden van deze bedrijven zijn hoofzakelijk gevestigd in Vlaanderen en Brussel (Verlé et al. 2016). In Vlaanderen zijn er sterke concentraties rond de visveilingen in Oostende en Zeebrugge (Figuur 19).



*Figuur 19: Overzicht van de locatie van de Belgische visverwerkende industrie per gemeente in 2014 (n=270). Brugge en Zeebrugge werden als twee verschillende locaties beschouwd (Verlé et al. 2016)*

### 6.1.1 Definitie van de activiteiten

In navolging van Europese definities met betrekking tot de verwerkende industrie (SBS NACE-code 10.20) wordt in dit hoofdstuk een onderscheid gemaakt tussen verschillende bedrijven op basis van verwerkingsactiviteit:

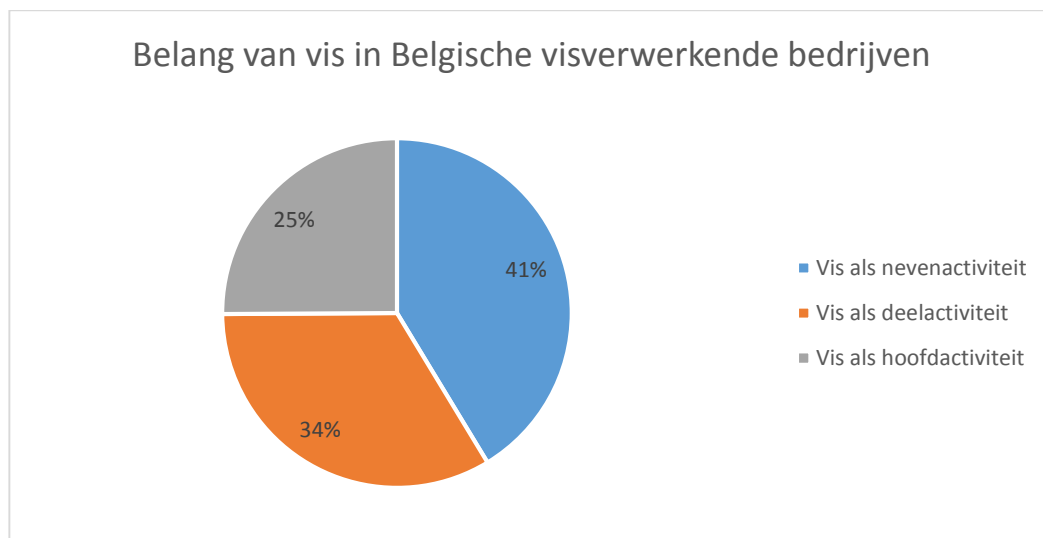
- **Bewerking (primaire verwerking):** bedrijven die ruwe vis gutten (van organen ontdoen), ontvellen of fileren, maar verder geen wijzigingen doen aan het product zelf.
- **Verwerking (secundaire verwerking):** bedrijven die een product wijzigen door veranderingen in temperatuur en vermenging met andere ingrediënten. Hiertoe behoren roken, inleggen, koken en diepvriezen.

Binnen de Belgische visverwerkende industrie deed 22% van de bedrijven enkel aan bewerking, 55% van de bedrijven deed aan verwerking en 20% deed beide activiteiten (Tabel 5) (Verlé et al. 2016).

Tabel 5: Eigenschappen van visverwerkende bedrijven in België

	Hoofdactiviteit	Nevenactiviteit	Totaal
Totaal aantal bedrijven	n=68	n=203	N= 271
Primaire verwerking	19%	23%	22%
Secundaire verwerking	39%	61%	55%
Primair en secundair	42%	12%	20%
Onbekend	0%	4%	3%
Aantal Vestigingseenheden per bedrijf			
1	84%	78%	79%
2	13%	16%	16%
3	1%	4%	3%
> 3	1%	2%	2%
Beginjaar			
voor 2005	75%	89%	85%
na 2005	25%	11%	15%

Een groot deel van de alle Belgische visverwerkende bedrijven (112) beschouwt visserijproducten als een nevenactiviteit. Voor 91 bedrijven nam vis een belangrijker aandeel in, maar was het niet het belangrijkste product. Voor 68 bedrijven werd visverwerking als hoofdactiviteit beschouwd<sup>2</sup>.



*Figuur 20: Belang van vis in Belgische visverwerkende bedrijven*

Binnen dit onderzoek werd enkel onderscheid gemaakt tussen bedrijven die visverwerking als hoofd- of nevenactiviteit beschouwen. Bedrijven die vis als deelactiviteit beschouwden werden samengevoegd met bedrijven die vis als nevenactiviteit beschouwen. Binnen dit onderzoek zal een focus liggen op bedrijven met visverwerking als hoofdactiviteit (Scientific Technical and Economic Committee for Fisheries (STECF) 2014a).

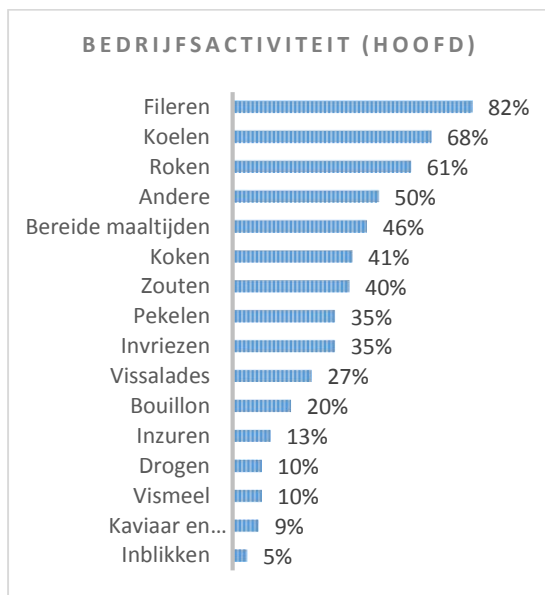
Verder kan binnen de Belgische visverwerkende industrie een onderscheid gemaakt worden tussen volgende specifieke bedrijfsactiviteiten (Tabel 6):

*Tabel 6: Belangrijkste Belgische bewerkende en verwerkende activiteiten.*

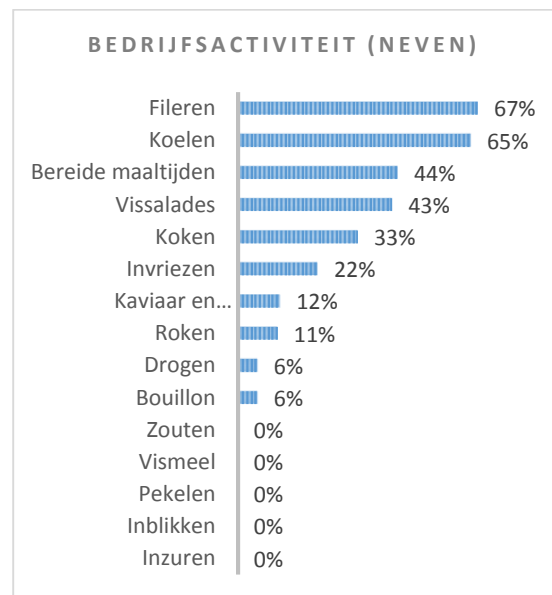
Bewerkende activiteiten	Verwerkende activiteiten
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fileren</li> <li>• Koelen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roken</li> <li>• Bereide maaltijden</li> <li>• Koken</li> <li>• Zouten / Pekelen</li> <li>• Invriezen</li> <li>• Vissalades</li> <li>• Bouillon</li> <li>• MAP Verpakking</li> <li>• Inzuren / Inleggen</li> <li>• Drogen</li> <li>• Vismeel</li> <li>• Inblikken</li> <li>• Kaviaar en kaviaarsurrogaten</li> </ul>

<sup>2</sup> Voor dit onderzoek werden 93 bedrijven bevroegd, waarvan 65 bedrijven visverwerking als hoofdactiviteit beschouwen en 28 visverwerking als nevenactiviteit. Binnen de interviews (22) werden hoofdzakelijk bedrijven opgezocht die vis als hoofdactiviteit beschouwen.

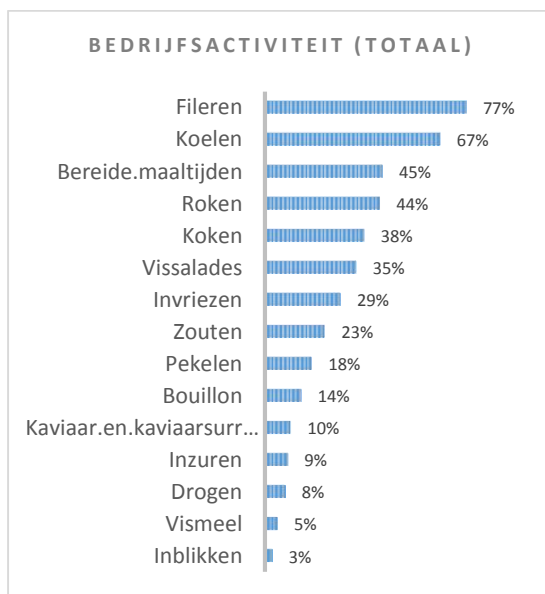
In Figuur 21 wordt het percentage aan bedrijven die deze activiteiten uitvoeren weergegeven. Hierbij is het mogelijk dat eenzelfde bedrijf meerdere activiteiten uitvoert. Bepaalde resultaten, zoals MAP-verpakking (Modified Atmospheric Packaging), werden weggelaten wegens te weinig antwoorden op deze vragen.



(a)



(b)



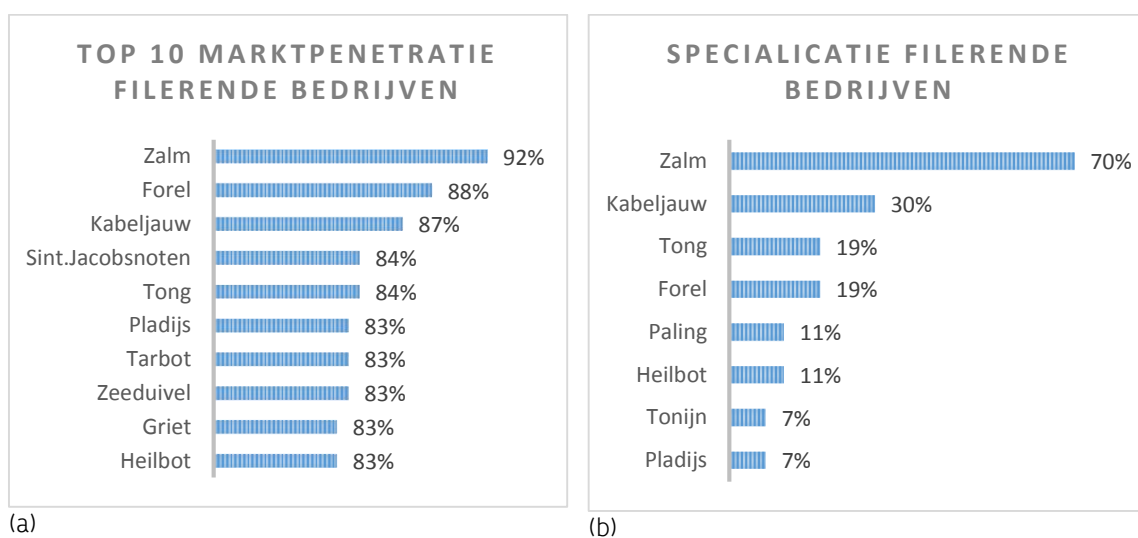
(c)

*Figuur 21: Activiteiten van visverwerkende bedrijven, met onderscheid tussen (a) hoofdactiviteit vis, (b) nevenactiviteit vis en (c) over alle bevraagde bedrijven heen. Nota: in b en c is de factor 'andere' weggelaten wegens te veel ontbrekende antwoorden. hoofd = 45; neven = 28, totaal = 93)*

## 6.1.2 Activiteit bewerking

Het fileren is in veel bedrijven de eerste handeling die uitgevoerd wordt, en is bijgevolg de meest voorkomende activiteit met 77% van de bevroegde bedrijven die deze handeling uitvoeren (Figuur 21.c). Er zijn weinig bedrijven puur gespecialiseerd in fileren. Velen doen aanvullend aan doorverkoop of fileren als voorbereidende stap voor de uiteindelijke verwerking. De bewerking vindt ook plaats in bedrijven die zoveel mogelijk van de keten binnen één bedrijf integreren, met bewerking voor eigen groothandel én detailhandel. Het koelen (of koel bewaren) staat op tweede plaats, aangezien dit een vereiste is om verse vis te bewaren en is wettelijk verplicht.

(a) Soorten



(a)

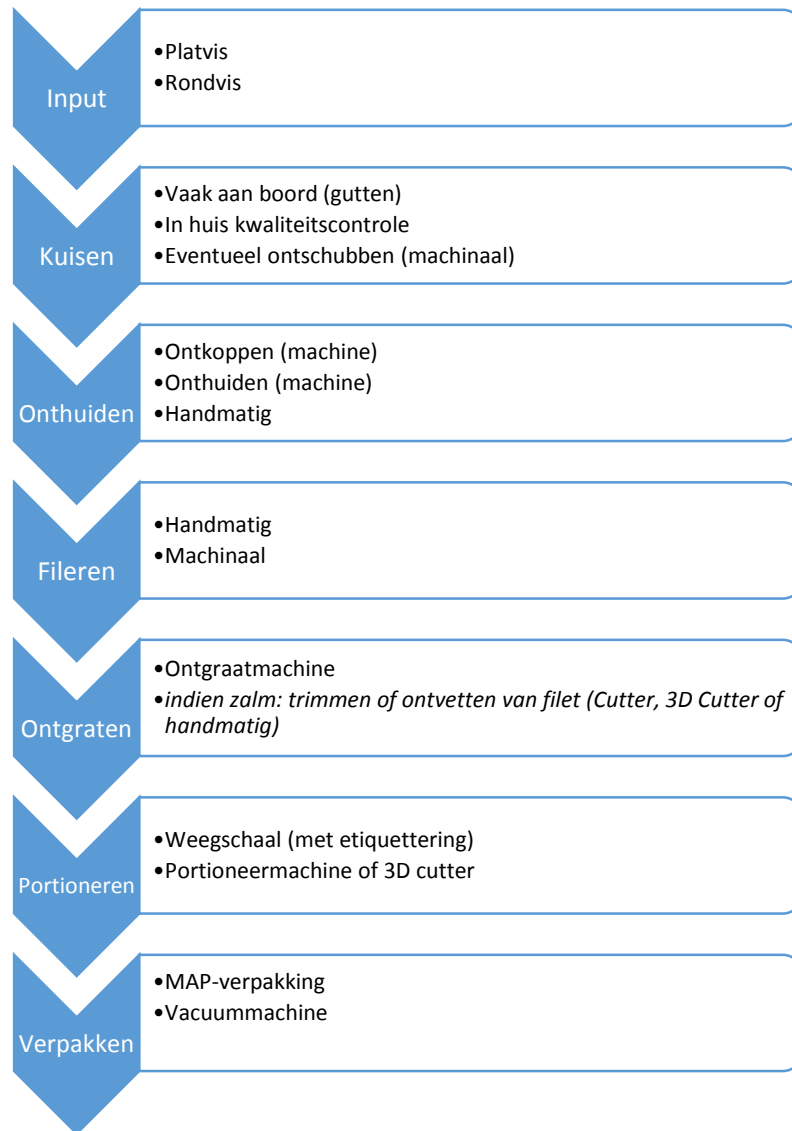
(b)

Figuur 22: (a) Top 10 marktpenetratie van soorten met fileren als bedrijfsactiviteit en (b) belangrijkste soorten bij gespecialiseerde bedrijven die fileren (niet noodzakelijk gespecialiseerd in fileren) (n=28).

De meest voorkomende soorten (soorten met de grootste marktpenetratie) binnen bedrijven die fileren als activiteit hebben zijn zalm, forel en kabeljauw. Ondanks deze top 3 van import en/of aquacultuursoorten zijn soorten die door de Vlaamse visserij aangevoerd worden goed vertegenwoordigd, met tong, pladijs, tarbot, zeeduivel en griet die allen een marktpenetratie van meer dan 80% genieten (Figuur 22.a). Bedrijven die fileren en die aangegeven hebben een gespecialiseerde activiteit te hebben (niet noodzakelijk fileren) hebben eveneens zalm en kabeljauw in de top 3 staan, met tong die de derde plaats inneemt.



(b) Proces



Figuur 23: Flowchart fileren

De belangrijkste bewerkingsstappen worden in Figuur 23 in een flowchart weergegeven.

Het gebruikte bewerkingsproces is sterk afhankelijk van type vis dat gebruikt wordt, met een onderscheid tussen rondvis en platvis. Daarnaast is er binnen deze inputcategorieën een grote variatie aan soorten die een eigen specifieke verwerkingsstap kunnen hebben.

Het gutten (ontdoen van ingewanden) vindt als eerste bewerkende stap vaak plaats vlak na de vangst van de vis en is van groot belang voor de bewaring. Er is maar weinig vis dat ongegut aan de visveiling verkocht wordt. Bepaalde soorten, zoals haring, wordt gedurende het gutten de alvelesklier bewaard, wat een typerende smaak geeft bij de maatjesharing. Bij aankomst van de vis wordt hij ontkopt en kan, naargelang de soort en eindproducttype, gekozen worden om de vis te ontschubben. Dit wordt vaak gedaan bij soorten die op vel verkocht worden (zalm, zeebaars).

In de tweede bewerkende stap, het onthuiden, is er opnieuw een grote soortspecificiteit waarbij bedrijven verschillende onthuidmachines voor rond- en platvissen bezitten en in sommige

gevallen een gespecialiseerde onthuidmachine voor een bepaalde soort die in grote volumes bewerkt wordt, zoals zalm.

Na het onthuiden wordt de vis gefileerd, waarbij de keuze gemaakt kan worden voor handmatig fileerwerk of geautomatiseerde fileermachines. Geautomatiseerde fileermachines werden gedurende dit onderzoek zelden aangetroffen binnen Belgische verwerkende bedrijven. Enkel bedrijven die gespecialiseerd zijn in een zeer klein aantal soorten kunnen grote volumes van deze soorten laten fileren via geautomatiseerde verwerkingslijnen. Omwille van de grote soortvariatie binnen de visserijsector wordt in vele bedrijven geopteerd om op de meest flexibele wijze te werken, namelijk via handmatige fileerders. De overgrote meerderheid van de Belgische bedrijven fileert handmatig.

Na het fileren worden de graten verwijderd met behulp van een ontgraatmachine. Bij zalm wordt ook een trimmer of ontvetmachine gebruikt om het buikvet op de filet te verwijderen (3D Cutter). Indien de vis een korte periode gestockeerd dient te worden, wordt hij bewaard op ijs. Bedrijven kunnen dit ijs kopen of zelf produceren met behulp van een ijsmachine. Indien een ijsmachine gebruikt wordt is hij vaak in tweevoud aanwezig als backup. Vervolgens wordt het product geportioneerd naar bestelling en geëtiketteerd via een weegschaal (handmatig) of via een automatisch portioneermachine en vervolgens verpakt. Een portioneermachine kan het proces van het versnijden en afwegen van filets voor individuele porties versnellen (tot 5000 porties per uur) en is bovendien zeer nauwkeurig (2g), wat het rendement verhoogt. Een veel voorkomende verpakkingsmethode is de MAP, die de houdbaarheid van vis kan vergroten. Een groot deel van de vis wordt vers, op ijs, in kisten verkocht.

In Wallonië zijn verschillende bedrijven die de bewerking rechtstreeks koppelen aan de kweek van forel. Deze aquacultuursoort kent, ondanks zijn relatieve kleine schaal, een grote marktpenetratie binnen Belgische bewerkende bedrijven. Bepaalde geïmporteerde soorten (zoals zalm) komen reeds bewerkt (in filets) toe in de bedrijven en moeten enkel nog geportioneerd worden.

#### (c) Gebruikte apparatuur

In Tabel 7 wordt een lijst weergegeven van prijzen van veel gebruikte apparaten binnen de bewerking. Ijsmachines en andere apparaten worden in vele gevallen in tweevoud aangekocht, om defecten onmiddellijk te kunnen opvangen.

*Tabel 7: Gebruikte machines en prijzen voor de bewerking*

Bewerking	
Onthuidmachine	€ 5.500 / € 70.000 / € 10.000 afhankelijk van de grootte
Ontgraatmachine	€ 20.000
Ontschubber (zeebaars, roodbaars,..)	?
Kopontgrater (zalm)	€ 3.000
Ontvetmachine (trimmen)	€ 3-5.000
Weegschaal (met etikettering)	€ 5-6.000
Portioneermachine (indien voldoende volume)	€ 250.000 ( <i>1-CUT 10 Portioneermachine van Marel, of 3D Cutters</i> )
Automatische fileermachine	€ 500.000 (Bader)
MAP-machine	€ 20.000 (klein model)

### 6.1.3 Activiteit verwerking

De belangrijkste types verwerkende bedrijven binnen België binnen de bedrijven met vis als hoofdactiviteit (Figuur 21.a) behoren volgende activiteiten tot de belangrijkste:

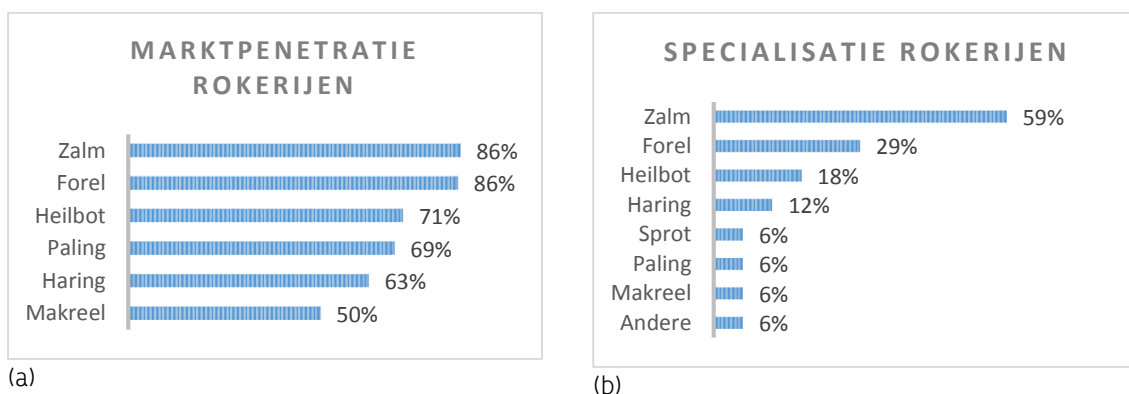
- gerookte producten (61%),
- bereide maaltijden (46%) , gekookte producten (41%) en vissalades (27%)
- zouten (40%) en pekelen (35%)
- Invriezen (35%)
- Bouillon (20%)
- Inzuren (13%)

De verwerkingsprocessen van roken, bereide maaltijden, diepvries en inzuren (of inleggen) worden besproken. Het inzuren of inleggen van haring wordt hier ook opgenomen aangezien er binnen deze specialisatie relatief veel kleine gespecialiseerde bedrijven bestaan.

#### 1. Roken

De populatie rokers is binnen de bevraagde Belgische bedrijven relatief groot, met 22 actieve rokerijen in 2014. Het is een oude methode dat, net als bij inleggen, oorspronkelijk diende om de houdbaarheid van bepaalde vissoorten te verlengen.

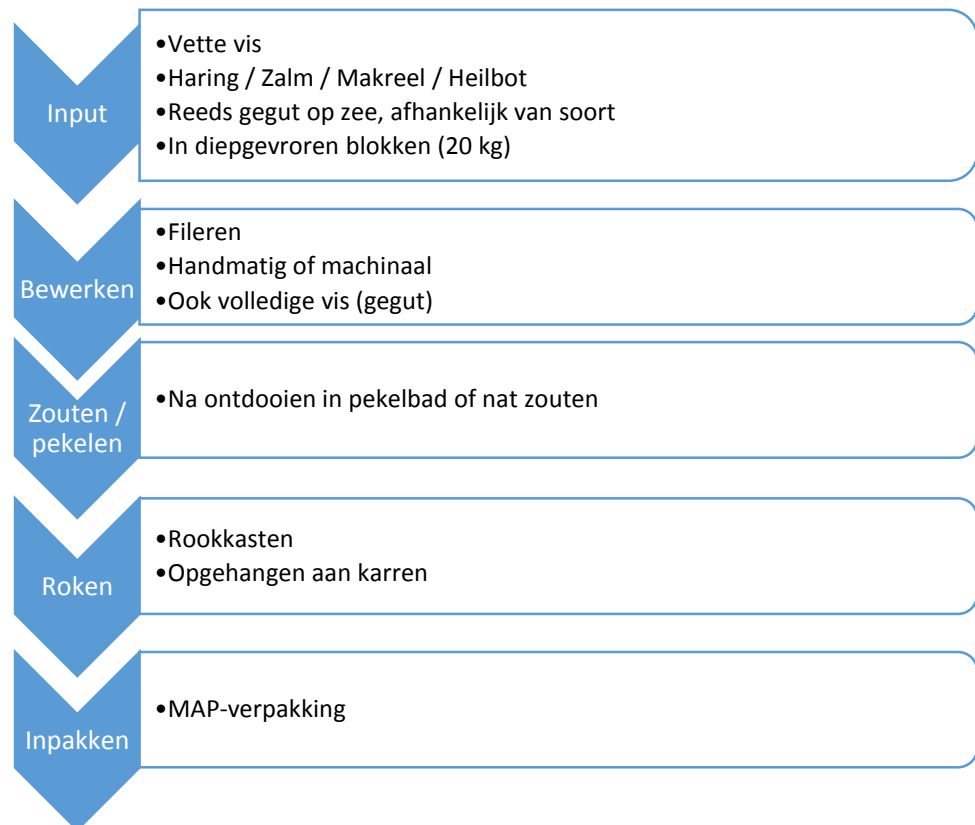
##### (a) Soorten



Figuur 24: (a) Marktpenetratie en (b) specialisatie in soorten van rokerijen (n=24).

Zalm en forel zijn de soorten die de grootste marktpenetratie hebben binnen de visrokerijen (Figuur 24.a). Deze twee soorten zijn ook de belangrijkste soorten waarin de rokerijen zich specialiseren (Figuur 24.b). Geen van de gebruikte soorten worden door de Belgische visserijsector aangeland.

(b) Proces



Figuur 25: Flowchart van het rookproces

In visrokerijen worden hoofdzakelijk pelagische soorten gebruikt met een voldoende hoog vetgehalte. Afhankelijk van de gebruikte soort kunnen verschillende stappen ondergaan worden. Een overzicht wordt in Figuur 25 weergegeven

De vis kan afhankelijk van de soort, ofwel reeds gefileerd (zalm) of ongefileerd in diepvriesblokken (haring) aangekocht door de verwerker. Indien de soort in diepvriesblokken aangekocht werd, kan het hele jaar door uit deze voorraad gegut worden. De diepgevroren soorten worden ontdooit en handmatig of machinaal gefileerd. Sommige soorten (haring en makreel) kunnen ook als volledige vis gerookt worden. Na deze stap worden de vissen gepekeld (in zout gelegd) of nat gezouten (in zout oplossing weken). Vervolgens worden de vissen aan stokken gespiesd, aan mobiele rekken gehangen en in een rookkast geplaatst. De exacte verhoudingen van rook, temperatuur en vochtigheid bepalen de smaak van het eindproduct en blijven een goed bewaard beroepsgeheim. Het finaal product wordt vaak via map-verpakking verpakt.

### (c) Gebruikte apparatuur

Binnen rokerijen worden verschillende toestellen gebruikt, maar dit varieert sterk per bedrijf. Grote bedrijven met grote volumes hebben machinale fileerlijnen met eventueel een portioneermachine aan gekoppeld.

Bedrijven waarbij de vissen in diepvriesblokken aankomen maken gebruik van een zaagmachines om de blokken te verzagen alvorens te ontdooien.

Rookkasten zijn essentieel voor het rookproces, maar de prijzen voor deze machines konden niet bekomen worden.

*Tabel 8: Overzicht gebruikte apparatuur in rokerijen en kostprijs*

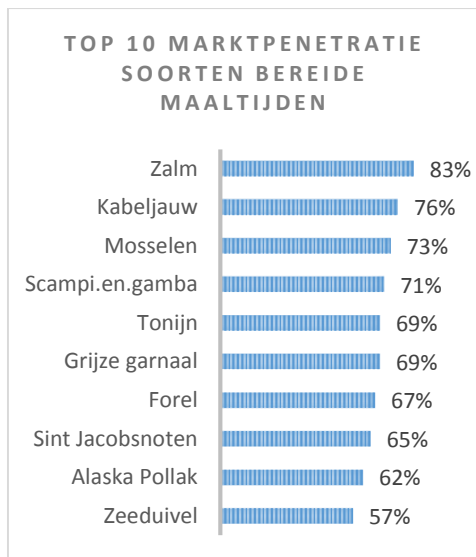
Rokerijen	
Rookkasten	Schaal afhankelijk
Fileermachine	€ 500.000
Portioneermachine	€ 250.000
Zaagmachine	€ 600.000 (groot)

## 2. Bereide maaltijden

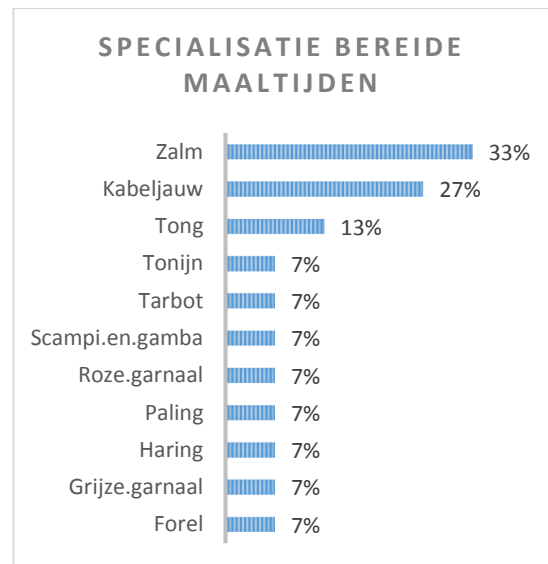
Bepaalde kleine en middelgrote bedrijven integreren verschillende schakels van de keten binnen eenzelfde bedrijf. Groothandelaren met lokale distributie hebben een eigen detailhandel zodat producten verkocht kunnen worden naar zowel bedrijven als rechtstreeks naar de consument. Deze bedrijven hebben voor hun eigen detailhandel koks in dienst die bereide maaltijden maken voor hun klanten. Deze kant- en klare maaltijden (convenience foods) worden door vele deelnemers van dit onderzoek beschouwd als een toenemende trend binnen de sector. Voor deze producten kunnen seizoenale vis gebruikt worden, zoals voor een vissoep. Het aanbod van detailhandelaren varieert bijgevolg van week tot week en speelt in op de prijsfluctuaties van de markt en variabele aanvoer.

### (a) Soorten

Verwerkers van bereide maaltijden gebruiken, naast de klassieke zalm en kabeljauw, ook veel andere geïmporteerde soorten. De enige soorten die in de 10 soorten met de grootste marktpenetratie van Belgische oorsprong kunnen zijn (naast kabeljauw) zijn de grijze garnaal, forel en Sint-Jakobsnoten.



(a)



(b)

Figuur 26: (a) 10 soorten met de grootste marktpenetratie en (b) specialisatie binnen het segment van verwerkers met bereide maaltijden als eindproduct (n=20)

Ook hier zijn de klassieke importsoorten de belangrijkste doelsoorten van de visverwerkers die bereide maaltijden produceren. Daarbij zijn er bedrijven die zich specialiseren in het gebruik van diepvriessoorten in hun maaltijden (scampi, gamba en roze garnaal) en zijn enkele bedrijven gespecialiseerd in Noordzeesoorten die ook door onze sector aangeland worden (tong en tarbot) (Figuur 26).

#### (b) Proces

Het produceren van bereide maaltijden is sterk afhankelijk van het eindproduct. Rauwe producten (vissalades) worden na de handmatige bereiding per portie map-verpakt. In grotere bedrijven worden grote hoeveelheden producten gekookt en verwerkt in een brede waaier aan consumentgerichte producten. Binnen dit onderzoek zijn de bedrijven die bereide maaltijden produceren bedrijven die dit doen als voorziening voor eigen verkoop in de detailhandel, of grote bedrijven die verse producten gebruiken voor kan- en klare maaltijden (convenience foods).

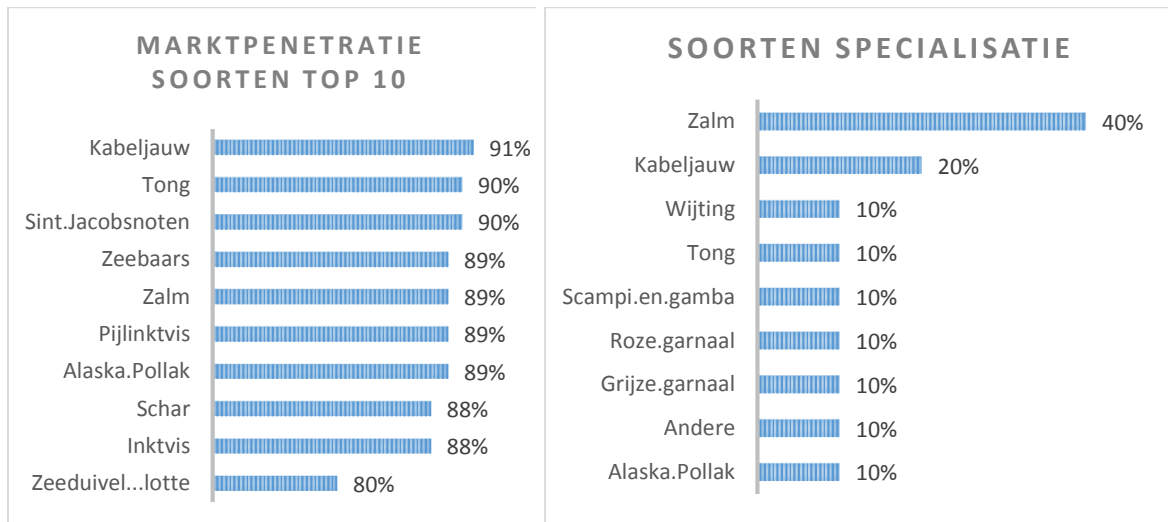
#### (c) Gebruikte apparatuur

In het kader van dit onderzoek werden geen bedrijven teruggevonden met geautomatiseerde verwerkingslijnen. Vele bedrijven maakten met de hand producten (visbrochetten) of maakten kleinschalige hoeveelheden producten voor gebruik in geassocieerde kleinhandelaren. Bepaalde groothandelaren vertoonden wel interesse om verwerkende activiteiten op te nemen richting convenience foods, maar deze stootten op praktische problemen (activiteiten moeten volgens de wetgeving volledig gescheiden blijven van elkaar).

### 3. Diepvries

Binnen de populatie van bevraagde bedrijven doen 12 bedrijven in zekere mate aan diepvriesactiviteiten. Tot deze populatie behoren enkele grote gespecialiseerde bedrijven die hoofdzakelijk gebruik maken van geïmporteerde soorten.

(a) Soorten



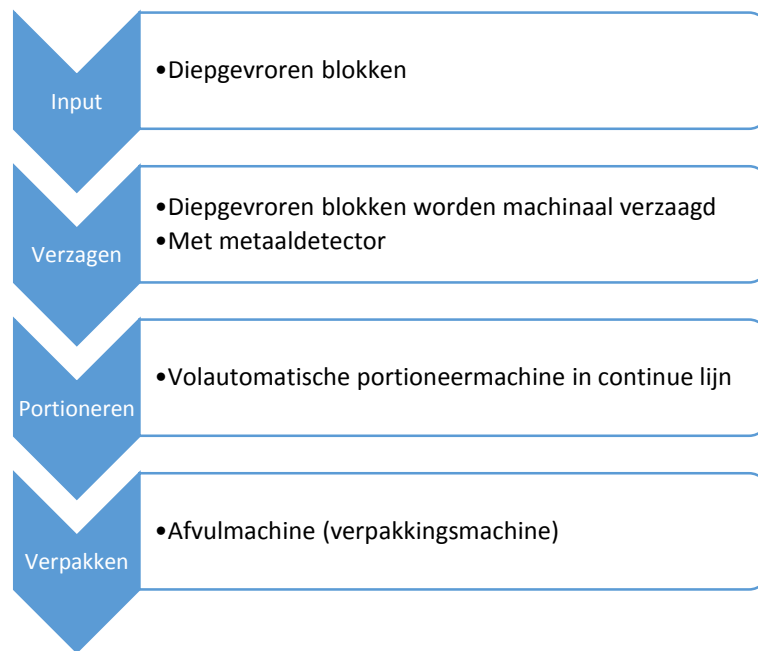
(a)

(b)

Figuur 27: (a) Marktpenetratie en (b) specialisatie in bepaalde soorten door diepvriesbedrijven in België (n= 12)

De diepvriesbedrijven in België kennen een grote marktpenetratie voor verschillende soorten die ook binnen de Belgische visserijsector terug te vinden zijn. Zij specialiseren echter het meest in de klassieke importsoorten (zalm en kabeljauw), exotische garnalen (scampi, gamba en roze garnalen) en andere witvissoorten (wijting en pollak). Hier zijn ook enkele Belgische soorten als tong en grijze garnaal terug te vinden (Figuur 27.a,b).

(b) Proces



*Figuur 28: Flowchart diepvriesproces*

In Figuur 28 wordt een flowchart weergegeven van het diepvriesproces. De bezochte bedrijven hadden grootschalige, en voor een groot deel volautomatische diepvrieslijnen. Hierbij werden grote diepgevroren blokken van een bepaalde vissoort als input gebruikt voor de keten. De blokken werden met behulp van een zaagmachine verzaagd in kleine blokken. Deze kleine blokken werden met een metaaldetector gecontroleerd voor eventuele contaminanten. Vervolgens werden deze blokken verder versneden naar vraag van de klant met een portioneermachine. Verder op de lijn werden de geportioneerde producten gevoerd naar een afvulmachine, dat de diepvriesproducten in correcte hoeveelheden in diepvrieszakken verdeeld.

Het uitzicht van deze lijnen varieert sterk naar gelang het product dat verhandeld wordt. Bedrijven die gespecialiseerd zijn in tropische garnalen kunnen aanvullende verwerkingsstappen toevoegen zoals koken.

(c) Gebruikte apparatuur

Binnen diepvriesbedrijven wordt de koude keten gerespecteerd, waarbij het product gedurende het gehele proces diep gevoren blijft. Indien een verwerkende stap gevraagd wordt door de klant zijn doozalen noodzakelijk en diepvriesmachines om het product opnieuw in te vriezen. Voor elke manier van vriezen wordt een ander toestel gebruikt. Een diepvriesinstallatie brengt het product snel onder koelpunt, waarbij een glaceermachine een laag ijs rond het product brengt, wat de bewaring verlengt.



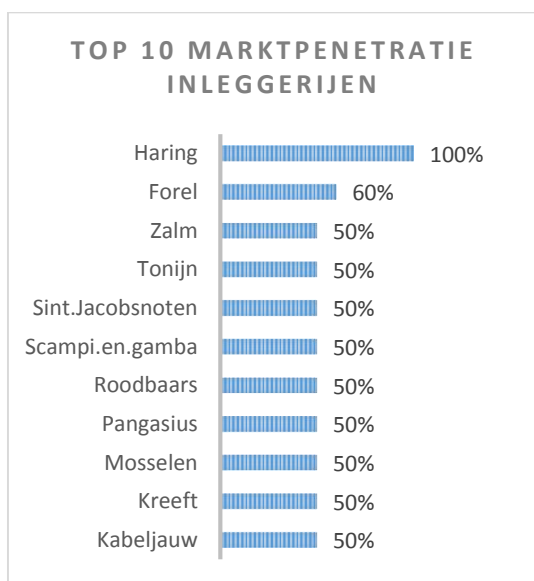
Tabel 9: Overzicht apparatuur diepvries en kostprijs

Diepvries	
Dooizaal	Schaal afhankelijk
IJsmachine	€ 25.000 (schaal afhankelijk)
Kookinstallatie (garnalen)	Schaal afhankelijk
Losvries	Schaal afhankelijk
Glazing	Schaal afhankelijk
Diepvriesinstallatie	Schaal afhankelijk
Zaagmachine	€ 600.000

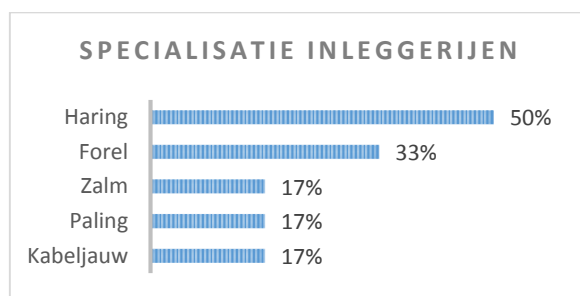
#### 4. Inzuren / inleggen

In inleggerijen wordt op traditionele wijze de houdbaarheid van vis verlengd door deze te pekelen en in een zuur medium in te leggen. Gedurende dit onderzoek hebben 7 van 93 bedrijven aangegeven dan ze deze verwerkende activiteit uitvoeren en zijn daarbij een grote minderheid in België, ondanks hun historische significantie.

(a) Soorten



(a)



(b)

Figuur 29: (a) Marktpenetratie en (b) specialisatie van inleggerijen in bepaalde soorten (n=7)

De haring is de typerende soort voor deze sector, met 100% marktpenetratie en 50% van de geïnterviewde bedrijven die gespecialiseerd zijn in deze soort. Forel (60% marktpenetratie en 33% specialisatie) is een soort die ook ingelegd wordt, maar vindt hoofdzakelijk een grote marktpenetratie omdat verschillende inleggerijen ook aan roken doen (forel en zalm). Ook soorten die niet geschikt zijn om in te leggen worden aangeboden. Dit wijst erop dat bepaalde bedrijven die ingelegde producten aanbieden ook doorverkoop van deze producten als nevenactiviteit hebben.

(b) Proces



Figuur 30: Flowchart verwerkingsstappen inleggerijen

Een klassieke soort binnen de inleggerijen is haring en het verwerkingsproces van deze soort zal hier ook uitgelegd worden (Figuur 30). Haring wordt voor een korte periode in het jaar in grote hoeveelheden opgevisd in Scandinavische wateren (na juni). De vis wordt aan boord gegut en gefileerd, en wordt aan wal diep gevrozen in blokken en verhandeld. De inleggerijen kopen deze blokken aan en houden ze in voorraad waar ze het jaar rond van kunnen putten. Bij de aanvang van de verwerking wordt de haring ontdooit, gepekeld en gerijpt gedurende 3 tot 6 dagen in een voorbad. Dit voorbad is voorzien van een marinade die bestaat uit een mengeling van azijn, water en zout maar kan aangevuld worden met en wijn, water, kruiden, witte ajuinen, citroenschijven en kruiden. Sommige bedrijven zuren die vis niet zelf, en kopen reeds voor gezuurde producten aan. De voorgezuurde haring worden in potten overgemaakt, samen met marinade (eventueel met extra ingrediënten als ajuinen en citroen) en verpot. Vervolgens kan de haring ook op de pot verder rijpen. Na deze finale rijpingsperiode is het product klaar voor consumptie.

(c) Gebruikte apparatuur

Niet veel materiaal is nodig voor inleggerijen aangezien de vis reeds gefileerd opgekocht wordt en een groot deel van de verwerking handmatig gebeurt. Er zijn wel ontdooiingsfaciliteiten, pekeldaden en containers om voor te baden (marinade) noodzakelijk. Inpotten wordt vaak handmatig gedaan, maar de sluiting gebeurt machinaal.

## 6.2 Knelpunten

De Belgische visverwerkende industrie heeft te kampen met verschillende knelpunten. Deze hebben te maken met:

1. Knelpunten in de bedrijfsvoering
  - a. Kosten
  - b. Fileerders en andere werkkrachten
  - c. Wanbetalers
  - d. Verticale integratie
  - e. Toegang tot subsidies
  - f. Strenge wetgeving
2. Markt gerelateerde knelpunten
  - a. Fluctuerende vraag
  - b. Duurzaamheid
  - c. Prijs en prijsdruk
  - d. Concurrentie
  - e. Bewerking en verwerking in land van herkomst
  - f. Goedkope importsoorten
3. Lage houdbaarheid
4. Communicatie
  - a. Communicatie doorheen de keten
  - b. Kennisoverdracht en onderwijs

### 6.2.1 Knelpunten in de bedrijfsvoering

#### 1. Kosten

Tijdens de interviews uitten de meeste bedrijven zorgen naar de toekomst toe. De bedrijfsvoering wordt in België bemoeilijkt door de hoge kosten waarbij loonkosten, energiekosten, water en investeringen die gebonden zijn aan het voldoen aan wetgevingen de voornaamste waren.

#### 2. Fileerders en andere werkkrachten

De hoge loonkosten worden ook gekoppeld aan moeilijkheden bij het vinden van bekwame fileerders. Deze job wordt door zijn ongewone werkuren en natte, koude werkomgeving als onaantrekkelijk beschouwd. Ondanks betaalde opleidingen georganiseerd door het VDAB blijven maar weinig nieuwe werkkrachten deze job langdurig beoefenen. Door het nijpend tekort aan fileerders zijn bedrijven soms genoodzaakt om mankrachten in het buitenland te zoeken. Verschillende bedrijven hebben vraag naar een nieuwe fileerschool om meer lokale werkkrachten op te leiden. Momenteel wordt deze opleiding vaak intern georganiseerd. Ook voor chauffeurs werd een tekort genoteerd.

### **3. Wanbetalers**

Naast dit werden wanbetalers door verschillende bedrijven aangehaald als een toenemend probleem. Klanten van de bedrijven (voornamelijk middelgrote bedrijven met een belangrijke groothandelsactiviteit) verkopen producten aan klanten, maar worden er niet voor betaald omdat de klant failliet gaat voor de betaling uitgevoerd is. De groothandelaar heeft geen bevoorrechte positie op de schuldverordening (bank en overheid hebben voorrang) waardoor hij significante verliezen kan lijden. Om dit te vermijden investeren deze bedrijven in een 3<sup>de</sup> partij die potentiële nieuwe klanten screenen alvorens handel gedreven wordt.

### **4. Verticale integratie**

Het aanbod van visverwerkende bedrijven staat onder constante prijsdruk waardoor er gezocht wordt naar strategieën om de productiekosten zo laag mogelijk te houden. Verschillende bedrijven doen hierdoor aan verticale integratie waarbij verschillende verwerkingsstappen onder één dak gebracht worden. Grote bedrijven kunnen zodoende de kosten die gebonden zijn aan een externe verwerkende speler besparen door zelf de activiteiten uit te voeren (squeeze-out). Om dit te verwezenlijken wordt vaak aan overnames gedaan, waarbij kleinere bedrijven met gespecialiseerde activiteiten opgekocht worden en onder een overkoepelend bedrijf worden gebracht. Hierdoor voelen de kleine bedrijven de grootste impact van deze trend. Een vaak vermeld voorbeeld hiervan is de vermindering in het aantal zelfstandige detailhandaren (Curtis & Barr 2012; Scientific Technical and Economic Committee for Fisheries (STECF) 2014b; Beukers 2011; Snijder et al. 2015).

Dit betekent echter niet dat de kleinere visverwerkende bedrijven verdwijnen. Volgens de interviews die in het kader van dit onderzoek opgesteld zijn treedt eerder een polarisatie op. Ofwel streeft een bedrijf naar grootschaligheid en lage prijzen, ofwel wordt de aandacht gericht op kwalitatief hoogwaardige producten die gericht zijn voor een nichemarkt.

### **5. Toegang tot subsidies**

Kleine bedrijven kunnen in hun groei belemmerd worden door gebrek aan kapitaal om een grote investering te doen in nieuwe infrastructuur. Bij kleinere fileerbedrijven is het portioneren en afwegen de snelheidsbepalende stap in het productieproces. Een portioneermachine kan een belangrijke meerwaarde betekenen voor dergelijke bedrijven, maar hiervoor hebben deze bedrijven het kapitaal niet. Een lening vinden bij de bank is vaak moeilijk en de mogelijkheden tot subsidies zijn onduidelijk waardoor succesvolle bedrijven hun potentieel niet kunnen vervullen omwille van een financieel plafond.

### **6. Strengere wetgeving**

Een deel van de kosten wordt ingenomen door te investeren in maatregelen om te voldoen aan de wetgeving. Hierbij werden de sociale regelingen, maatregelen om te voldoen aan de vereisten van FAVV (o.a. investeren in verschillende frigocellen voor elke verwerkingsstap) en onregelmatigheden in de wetgeving tussen bewerking en verwerkingsactiviteiten aangehaald.

## **6.2.2 Markt gerelateerde knelpunten**

### **1. Fluctuerende vraag**

De vraag van de klant fluctueert doorheen het jaar en kan, gekoppeld aan de knelpunten van een minstens even variabel aanbod, moeilijkheden veroorzaken bij het voldoen aan de verwachtingen van de klant. Er is een zekere mate voorspelbaarheid in de vraag (feestdagen), maar bepaalde klanten, hoofdzakelijk retailers, hebben in bepaalde periodes een grote vraag naar producten door het organiseren van promoties. Bij het inplannen van promotieperiodes wordt zelden rekening gehouden met de aanvoer of beschikbaarheid van deze soorten. Een voorbeeld hiervan zijn de promoties op rog.

### **2. Duurzaamheid**

Voor de visverwerkende industrie heeft de retail de grootste vraag naar duurzame producten. Als bewijs voor duurzame oorsprong worden ecolabels gehanteerd, iets wat Belgisch aangelande vis nog niet behaald heeft. Hierdoor opteren visverwerkers voor geïmporteerde vis, zelfs als dezelfde soort aan de Vlaamse visveiling aangeboden wordt (vb. pladijs uit Denemarken).

Ecolabels worden echter niet altijd even positief ontvangen door de visverwerkers. Bepaalde praktijken worden bekritiseerd.

- Duurzamere technieken, zoals warrelnetten, hebben een negatieve kant door het beschadigen van soorten als tong (gebroken), waardoor een deel van de vangst niet geschikt is voor consumptie.
- Sommige verwerkers vinden duurzaamheid belangrijk, maar vinden labels geen geschikte tool of leidraad. Er wordt bezorgdheid geuit over de timing en uitvoering van bepaalde visserijpraktijken - zaken die volgens hen over het hoofd gezien worden bij veel labels. Het aanlanden van kleine vissen wordt als negatief beschouwd, waarbij de vis beter teruggegooid worden om te reproduceren. Visgebieden zouden tijdens de paaiperiode beter afgesloten worden, en de natuurlijke seizoensvariëte in aanbod zou door consumenten en retailers erkend moeten worden. Seizoenaliteit wordt wel gepromoot door WWF en North Sea Chef labels. Ondanks dit worden gelabelde producten (voornamelijk MSC en ASC) nog steeds aangeboden omwille van hun grote vraag
- MSC vis wordt ook vaak geïmporteerd, zelfs al dezelfde soort hier aanwezig is (MSC pladijs uit Denemarken)
- Over bepaalde pelagische soorten die gebruikt worden in rokerijen, zoals sprot, heerst onduidelijkheid over de duurzaamheid van de vangstmethode. Hierdoor wordt het door bepaalde supermarkten uit voorzorg als niet-duurzaam bestempeld. Om de status van het product te wijzigen dient een onderzoek opgestart te worden om het tegendeel te bewijzen. Hierbij dient het nodige cijfermateriaal aangewend te worden door de contesterende partij. In vele gevallen is dit een kleine verwerker die geen financiële middelen kan vrijmaken voor een dergelijk onderzoek. Kleine ondernemers kunnen bijgevolg een deel van hun producten niet afzetten omwille van gebrekkige informatie, maar kan hier geen verandering in brengen door een gebrek aan expertise, middelen en tijd. Er is hier een duidelijke vraag naar meer ondersteuning .

- De **kosten** voor certificering kunnen vrij hoog oplopen door bijkomstige audits, administratie, royalties (0,5% van omzet bij MSC), extra personeel, opleiding van personeel,... per label, terwijl de oorsprong van gecertificeerde producten zelf ook onduidelijk kan zijn. Eenzelfde schip kan zowel gecertificeerde als niet gecertificeerde producten aanbieden.
- MSC wordt breed gedragen en is zeer bekend, maar bepaalde verwerkers tonen bezorgdheid voor de betekenis ervan en wordt soms als 'fake' beschouwd. Hier werd meer sympathie getoond voor onafhankelijke duurzaamheidsinitiatieven, zoals Delhaize die gebruik maakt van WWF criteria en Colruyt, die een eigen beleid hanteert.

Volgens exporterende bedrijven stijgt het belang van duurzaamheid hoofdzakelijk in Noord- en West-Europa. In Zuid-Europa is er weinig aandacht voor duurzame oorsprong van hun producten, ondanks het feit dat deze gebieden het meest vis consumeren.

### 3. Prijs en prijsdruk

Door een toenemende trend naar goedkope producten in bulk hoeveelheden ondervinden kleine tot middelgrote bedrijven moeilijk toegang tot bepaalde afzetkanalen. De retail is een grote afzetmarkt, maar kleine visverwerkende bedrijven kunnen hun product niet afzetten door de grote prijsdruk. Bovendien kan door onstabiele aanvoer en variabel rendement (vb. kuitperiode) de prijzen van het product variëren. De retail, die stabiele prijzen verlangt, opteert om die reden vaak om vis en visserijproducten aan te kopen van grote bedrijven die schaalvoordeel hebben (importeren in bulk of kopen aggregaten loten van meerdere veilingen) of waar prijzen inherent stabiel zijn (diepvries - werkt op contractbasis en afhankelijk van dollarkoers).

Door de toenemende prijsdruk vindt een polarisatie plaats binnen de visverwerkende industrie, enerzijds zijn er bedrijven die meegaan met de trend en producten in zo groot mogelijke hoeveelheden aan een zo laag mogelijke prijs aanbieden. Anderzijds zijn er bedrijven die maximaal inzetten op kwaliteit en zorg voor het product, waarbij prijs minder van invloed is.

### 4. Concurrentie

Omwille van de eerder vernoemde prijsdruk zien verschillende lokale bedrijven naar de toekomst toe problemen met betrekking tot marges op hun producten, hoofdzakelijk door concurrerende bedrijven die aan schaalvergroting doen. Bedrijven die het minder goed doen worden opgekocht door grotere bedrijven waardoor de trend van schaalvergroting door overname toeneemt.

Additioneel is er bijkomende concurrentie gemeld uit buurland in de vorm van 'de witte camionettes'; eenmanszaken die deur tot deur kwalitatief hoogstaande verse producten verkopen, rechtstreeks van de veiling en met zeer lage marges. De lage prijs kan behaald worden door de lage investeringskosten (enkel een transportwagen met koeling nodig) en, in bepaalde gevallen, verkoop zonder facturatie. De legaliteit van deze bedrijven werd door de geïnterviewde bedrijven in vraag gesteld. Deze vorm van concurrentie wordt het meest gevoeld door bedrijven die afzet vinden in de horeca.

## 5. Bewerking en verwerking in land van herkomst

De geïmporteerde soorten die in de Belgische visverwerkende industrie gebruikt en verhandeld worden, zijn vaak in bewerkte toestand geleverd. De soorten met de grootste marktpenetratie en volume, zalm en kabeljauw, worden geïmporteed als filet of hazen. Naast zalm en kabeljauw worden vlaswijting, schelvis, pladijs, koolvis en leng gefileerd in het land van herkomst. Een minderheid van de lokale verwerkers verkiest om de volledige vis te bestellen, aangezien een reeds bewerkte product voordelen met zich meebrengt. Er worden kosten bespaard door het bewerkingsproces over te slaan en doordat er bij het transport geen afval vervoerd wordt (kop en vel). Daarbij wordt het fileerwerk in het buitenland, door meer ervaren werknemers en meer uitgebreide visserijcultuur, vaak beter en sneller uitgevoerd dan in het binnenland. Hierbij werd het voorbeeld van Urk vaak aangehaald, waar de visserijcultuur er voor zorgt dat veel werknemers van visbewerkende bedrijven snel en goed kunnen fileren, wat leidt tot een hogere productiviteit per manuur. Daarbij wordt er op Urk veel grotere volumes bewerkt waardoor (partieel) geautomatiseerde fileerlijnen aangekocht kunnen worden. Bijgevolg wordt door schaalvergroting de prijs van het bewerken naar beneden gedrukt. In België is er daarentegen een groot tekort aan fileerders en zijn er hoge loonkosten, waardoor het importeren van reeds bewerkte producten in veel gevallen voordeliger is (Pil & Vandenbroucke 2012).

Door deze factoren en de groeiende vraag naar geïmporteerde producten is de vraag naar lokale bewerkers aan het afnemen. Hierdoor zijn er weinig gespecialiseerde bewerkende bedrijven en wordt de bewerking gecombineerd met groothandelsactiviteiten.

Grotere diepvries bedrijven voelen ook een toenemende concurrentie uit het buitenland, waar lokale verwerking plaatsvindt. Buitenlandse concurrenten hebben minder hoge operationele kosten en veel lagere loonkosten waardoor ze een sterk gelijkaardig product kunnen voorzien aan veel lagere prijzen (hoofdzakelijk diepgevroren producten uit India en China). Belgische diepvriesbedrijven onderscheiden zich door te streven naar innovatieve en kwalitatief superieure producten.

## 6. Goedkope importsoorten

De opkomst van goedkope importsoorten zoals *pangasius* nemen marktniches in van meer waardevolle soorten. *Pangasius* heeft door zijn lage prijs, neutrale smaak en graatloze filets een voordeel tegenover duurdere soorten. Dit verstoort de markt, waardoor soorten waar grotere marges op gevraagd worden verminderen, wat ten koste gaat van de rendabiliteit. Victoriabaars heeft een gelijkaardige invloed op de markt, en neemt volgens een geïnterviewde bedrijfsleider 20% van de markt voor kabeljauw weg. Verschillende geïnterviewde verwerkers hebben een negatieve houding tegenover soorten als *pangasius* en victoriabaars, waarbij ze de kwaliteit van de vis wantrouwen.

### 6.2.3 Lage houdbaarheid

Vis en visserijproducten vormen door hun snelle bederfelijkheid een uitdaging binnen de productie-, verwerkings- en distributiesectoren. De verkorte houdbaarheid vindt zijn oorzaak in de microbiologische activiteit waarvoor vis en vele visserijproducten bijzonder gevoelig zijn. Microbiologische contaminatie van het product kan plaatsvinden tijdens het verwerken (fileren, ontgraten, ontvellen, portioneren, etc.) door onvoldoende hygiënische maatregelen te nemen. Om de hygiëne tijdens verschillende verwerkingsprocessen en het effect op de houdbaarheid na te gaan werd in kader van dit project een microbiologisch onderzoek uitgevoerd door ILVO T&V. Hiervoor werden staalnames georganiseerd in drie visverwerkende bedrijven en werd de houdbaarheid getest op pladijsfilets die (1) gefileerd werden in een standaard visverwerkend

bedrijf en (2) pladijsfilets die gefileerd werden op een volledig gesteriliseerd werkblad en met een gesteriliseerd fileermes. Tenslotte werd de aanwezigheid van *Listeria monocytogenes* onderzocht. Het volledige rapport is terug te vinden in bijlage.

### 1. Microbiële analyse

Bij microbiële staalnames op oppervlakken en apparatuur van drie visverwerkende bedrijven bleken kiemaantallen, na de reiniging en desinfectie, frequent veel te hoog te zijn. Ook aantallen *Enterobacteriaceae* bleken vaak veel te hoog. Reiniging en desinfectie blijft een punt van aandacht en er is zeker ruimte voor verbetering. Verdere opvolging en ondersteuning van de bedrijven hierbij is van belang.

Er werd geen *Listeria monocytogenes* aangetoond .

### 2.Houdbaarheid pladijsfilets

Wanneer een standaard fileerproces van pladijs in een verwerkend bedrijf vergeleken werd met een steriel fileerproces (volledige desinfectie van werkblad en fileermes) werd duidelijk dat de houdbaarheid van de bekomen visfilet met meerdere dagen verkort werd. De filets werden 8 dagen opgevolgd, waarbij de standaard filets na 6 dagen bedorven waren en de steriel behandelde filets na 8 dagen de drempelwaarde voor bedorvenheid niet behaald hadden. Dit is voor een visproduct heel belangrijk, gezien de globale houdbaarheidsstermijn al relatief kort is.

Deze case toont duidelijk aan dat extra aandacht voor de microbiologische hygiëne tijdens het fileren van vis de houdbaarheid behoorlijk kan verlengen waardoor voedselverliezen beperkt kunnen worden. Uitgebreider onderzoek zou hier nog meer informatie kunnen opleveren.

## 6.2.4 Communicatie

### 1. Communicatie doorheen de keten

Het gebrek aan communicatie wordt doorheen de keten als een belangrijk knelpunt beschouwd, en dit zowel op vlak van horizontale communicatie (met concullega's) als verticaal (andere schakels in de keten). Een vlotte communicatie met concullega's kan zorgen voor laterale kennisoverdracht en een gezamenlijke aanpak voor collectieve problemen. Organisaties als VISGRO (beroepsinstituut voor visgroothandelaren) streven dit na, maar beperken zich tot een segment van de sector (VISGRO focust op visgroothandelaren).

De vlottere communicatie met andere schakels binnen de keten kunnen een betere afstemming tussen vraag en aanbod te weeg brengen. Omwille van deze reden zijn verschillende verwerkers geïnteresseerd in de toestand van de Belgische visserijsector en in een vlottere communicatie met instanties zoals de visveiling, Rederscentrale, de VLAM (vis van het jaar) en het beleid.

Deze statements werden meegegeven op de georganiseerde interviewsessies met bedrijven, voor de opstart van het Convenant. Binnen de werkgroep visserij worden de hierboven doelstelling nagestreefd. Op deze vergadering zijn de visveiling, reders, het beleid, NGO's, VLAM en visverwerkende bedrijven vertegenwoordigd (zowel individuele bedrijven als VISGRO).



## 2.Kennisoverdracht en onderwijs

Er zijn weinig goede fileerders terug te vinden in België. De goede fileerders zijn oudere werknemers, en hun kennis van fileerwerk dreigt verloren te gaan. In het verleden was er in Oostende een school waar individuen opgeleid konden worden, maar deze school is gesloten. De enige opleiding voor fileerders is het IBO-contract (interim beroepsopleiding) dat aangeboden wordt door de VDAB. De opleiding wordt deels gefinancierd door RVA en VDAB. Desondanks zijn weinig visverwerkers enthousiast over deze opleiding door het lage aantal werknemers die de opleiding afmaken.

Bepaalde bedrijven uiten zich negatief over de kennis die in de sector aanwezig is. Door de grote doorloop binnen de visverwerkende sector blijft weinig kennis behouden. Telkens een werknemer stopt dient een nieuw personeelslid aangenomen te worden en opnieuw opgeleid. Binnen de visverwerkende industrie is op verschillende vlakken kennisoverdracht en continuïteit binnen het personeel een knelpunt.

### 6.3 Conclusie

In 2014 bestonden 271 bedrijven die aan visverwerking doen in België, met concentraties rond de visveilingen in Oostende en Zeebrugge, en een groot aantal vestigingen rond Brussel. De Belgische visverwerkende industrie heeft een gevarieerd aantal bedrijfsactiviteiten. Tot 22% van de bedrijven deed aan bewerking, 55% deed aan verwerking en 20% deed beide activiteiten. Hierbij is fileren de belangrijkste bewerkende activiteit en zijn roken, diepvries en bereide maaltijden de belangrijkste verwerkende activiteiten. De traditionele ambacht van roken houdt goed stand, maar de inleggerijen (hoofdzakelijk haring), nemen maar een klein aandeel meer in van de totale visverwerkende sector (9%).

De soortkeuze is sterk afhankelijk van het type bewerking of verwerking. Bedrijven die fileren maken vaak gebruik van zalm, kabeljauw en forel maar ook soorten die aangeboden kunnen worden door de Vlaamse visserij genieten een grote marktpenetratie (tong, pladijs, zeeduivel, tarbot en griet). Rokerijen maken gebruik van ambacht-specifieke soorten als zalm, forel en heilbot. Producenten van bereide maaltijden maken, naast andere soorten, het meest gebruik van zalm en kabeljauw. De diepvriessector gebruikt een zeer brede waaier aan soorten, maar specialiseert zich ook het vaakst in zalm en kabeljauw. Ten slotte zijn inleggerijen sterk gespecialiseerd in haring. Binnen de bewerkende en verwerkende sector wordt bijgevolg voor een groot deel gebruik gemaakt van geïmporteerde soorten, enkel bewerkende bedrijven gebruiken in grote mate soorten die door de Vlaamse visserijsector aangeboden kunnen worden.

De Belgische visverwerkende industrie heeft te kampen met knelpunten in bedrijfsvoering, markt en economie, houdbaarheid van producten en communicatie gerelateerde factoren. In onderstaande tabel wordt een kort overzicht gegeven van de belangrijkste onderwerpen.

Tabel 10: Overzicht van de belangrijkste knelpunten binnen de Belgische visbewerkende en visverwerkende industrie

Knelpunten binnen de Belgische visverwerkende industrie			
Bedrijfsvoering	Vermarketing en economie	Houdbaarheid	Communicatie
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kosten (loonkost)</li><li>2. Knelpuntberoep – Fileerders en chauffeurs</li><li>3. Wanbetalers</li><li>4. Verticale integratie</li><li>5. Toegang tot subsidies</li><li>6. Strengere wetgeving</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Fluctuerende vraag</li><li>2. Duurzaamheid</li><li>3. Prijs en prijsdruk</li><li>4. Concurrentie</li><li>5. Verwerking in land van herkomst</li><li>6. Goedkope importsoorten</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Onvoldoende hygiëne verlaagd houdbaarheid van product</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Communicatie doorheen de keten</li><li>2. Onderwijs en kennisoverdracht</li></ol>

## **7. Discussie: Vraag- en aanbodzijde**

De visverwerkende sector is een sterk vraaggerichte sector waarbij de verwerker zijn soortkeuze louter afhangt van de criteria van de klanten. De aanvoerperiodes van bepaalde wildvangstsoorten overlappen niet altijd met de vraag, waardoor verwerkers geforceerd worden om aankopen uit verschillende veilingen te aggregeren of te kiezen voor stabielere soorten uit export. De mate waarin de vraag een invloed heeft op de soortkeuze hangt bijgevolg zeer sterk af van de vereisten van de klant, en deze zijn zeer afhankelijk van het finale afzetkanaal (Wilkinson 2006).

Bijgevolg zal eerst dieper ingegaan worden op de lokale consumptie van visserijproducten en een beschrijving van de vereisten van de belangrijkste binnenlandse (7.1.1) en buitenlandse (7.1.2) afzetkanalen van verwerkte visserijproducten. De mate waarin van de lokale visverwerking afzet vindt in deze kanalen wordt vervolgens in Hoofdstuk 7.2 in kaart gebracht en het effect dat dit heeft op de soortkeuze wordt in Hoofdstuk 7.3 besproken. De resultaten worden tenslotte samengevat in Hoofdstuk 7.4.

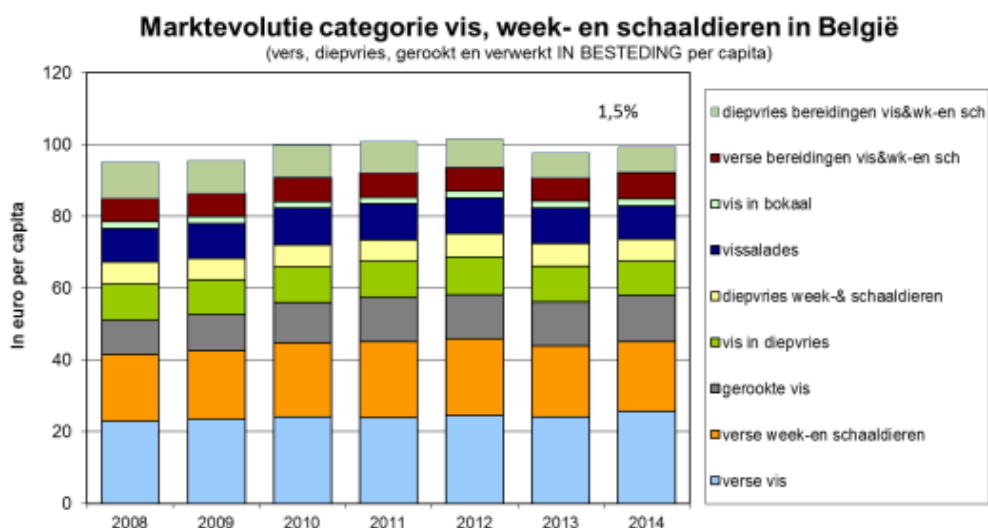
### **7.1 Klantgerichte vereisten**

#### ***7.1.1 Binnenlandse afzetkanalen***

De Belgische visverwerkers bieden producten aan waar een lokale afzetmarkt voor terug te vinden is. Bijgevolg wordt bij het verwerken van hun producten rekening gehouden met de grootte van hun afzetmarkt en de criteria die zij hanteren. Om een beeld te krijgen van het relatief belang van de verschillende binnenlandse consumentgerichte afzetkanalen wordt deze kort toegelicht.

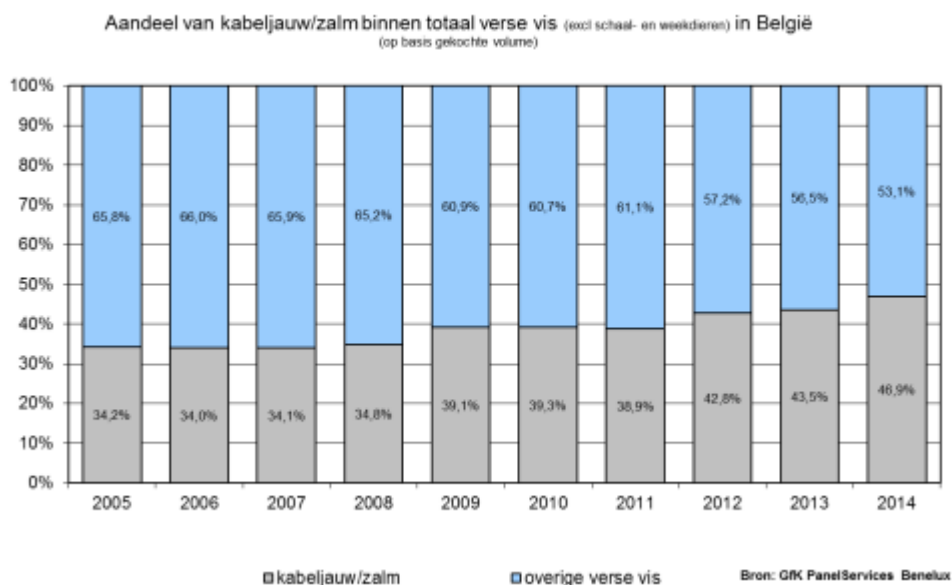
##### **7.1.1.1 Binnenlandse consumptie**

Volgens cijfers van het VLAM (2015) consumeerde de gemiddelde Belgische consument in 2014 8,9 kg visproducten ter waarde van € 99. Hierbij is er een voorkeur voor verse producten (zowel vis als schelp- en schaaldieren). Samen nemen deze twee categorieën meer dan 40% in van de besteding in euro per capita. De overige presentatievormen van visserijproducten vullen de consumptie aan, met een relatief groot aandeel diepvriesproducten (vis, week- en schaaldieren alsook bereidingen), opgevolgd door verschillende bereide vormen (vissalades en verse bereidingen) en gerookte producten. Vis in bokaal neemt maar een zeer klein deel van de uitgaven in (Figuur 31) (Marketingdienst VLAM 2015c).



Figuur 31: Marktevolutie van besteding per capita voor vis, week- en schaaldieren in België (Marketingdienst VLAM 2015c)

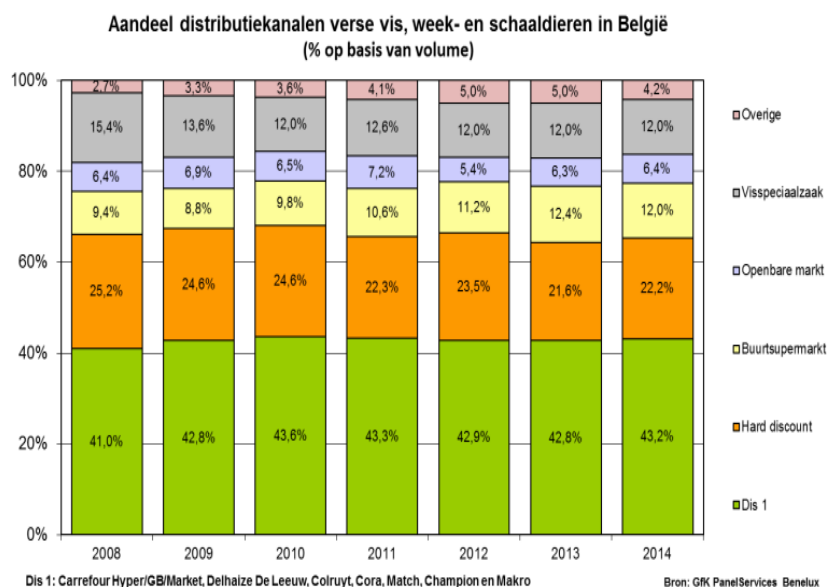
Binnen het segment van verse vis zijn zalm en kabeljauw zonder verassing de dominante soorten. Samen nemen ze op vlak van volume 46,9% in van de consumptie en hebben bovendien een sterk stijgende trend i.v.m. voorgaande jaren (Figuur 32) (Marketingdienst VLAM 2015c).



Figuur 32: Aandeel van kabeljauw en zalm binnen het totaal aangekocht volume van verse vis (Marketingdienst VLAM 2015c).

### 1. Locaties van aankoop

De Belgische consument kocht, op vlak van volume, in 2014 voor 77% visserij gerelateerde producten in supermarkten (42,3% in discount winkels, 22,2% in hard discount en 12% in buurtsupermarkten - Figuur 33). Bijgevolg zijn supermarkten een belangrijke afzetmarkt voor lokale verwerkers die bovendien een toenemend marktaandeel aan het innemen zijn ten koste van de visspecialzaak en marktcrammers (Marketingdienst VLAM 2015c).



Figuur 33: Aandeel distributiekanaal van verse visserijproducten als % van volume (Marketingdienst VLAM 2015c)

## 2. Imago van vis

Vis heeft tegenover andere voedingsproducten het imago van gezond te zijn, maar heeft naast dit enkele knelpunten vanuit het perspectief van de consument. Praktisch zijn vis en visserijproducten een vergelijkbaar product dat vrij onhandig kan zijn in gebruik (stinkt, nat, graten, duurt lang om klaar te maken). Het is een product waarbij weinig consumenten goed inzicht hebben in de brede diversiteit aan soorten, waardoor het ook moeilijk wordt om de kwaliteit te appreciëren. Daarbij is het product vaak duur en komt de duurzaamheidsproblematiek in de wildvangst en aquacultuur vaak in opspraak (van de Walle n.d.).

Door de grote variatie aan soorten en de beperkte voorkennis die de consument heeft wordt vaak geopteerd voor de meest toegankelijke vissoorten. Verschillende geïnterviewde visverwerkers uitten hier frustraties over, waarbij meermaals vermeld werd dat de consument over het algemeen een smaakloze, graatloze en goedkope vis verlangt.

## 7.1.1.2 Selectiecriteria van lokale afzetkanalen

In dit hoofdstuk worden de mogelijke afzetkanalen van lokale visserijproducten besproken met specifieke aandacht voor hun aankoopvereisten. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen;

1. Retail
2. Horeca
3. Foodservice
4. Detailhandelaren
5. Andere afzetkanalen

### 1. Retail

Zoals uit voorgaand hoofdstukken blijkt heeft de retail een sterke invloed op het uitzicht van de visverwerkende industrie door het stabiel aanbod van een select aantal producten in bulkhoeveelheden (Beukers 2011; Asche n.d.). De belangrijkste vereisten zijn;

- Stabiele prijs en kosten gebonden aan distributie
- Stabiel volume en timing van aanbod
- Uniformiteit in kwaliteit, grootte, houdbaarheid en presentatievorm
- Stabiele product range
- In toenemende mate duurzaamheid (ecolabels)

Producten die binnen supermarkten aangeboden worden dienen het hele jaar door in de rekken aanwezig te zijn aan stabiele prijzen en in stabiele hoeveelheden. Bovendien gaat het over grote volumes. Deze stabiliteit is nodig om aan grote schaal producten aan te bieden met relatief kleine marges. Daarbij moet een visverwerker voldoen aan strenge vereisten met betrekking tot traceerbaarheid, houdbaarheid, een flexibele houding van de leverancier en in toenemende mate is duurzaamheid van het product een belangrijke factor.

Een leverancier voor retailers is vaak een middelgroot tot groot bedrijf dat grote volumes stabiel kan aanbieden aan relatief lage marges. De aangeboden soorten zijn hierdoor vaak geïmporteerde soorten zoals zalm en kabeljauw.

Kleinere bedrijven vinden door hun hogere productie kosten moeilijk toegang tot de supermarkten. Hierbij vormen buurtsupermarkten een uitzondering, deze bieden ook lokale producten aan.

### 2. Horeca

De horeca heeft minder strenge vereisten met betrekking tot stabiliteit waardoor lokaal aangelande producten eenvoudiger aangeboden kunnen worden. Duurzaamheid is eveneens een minder belangrijke factor. Bepaalde restaurants stellen hun menu's een periode op voorhand op, waardoor de flexibiliteit in aanbod vermindert wordt. Verschillende verwerkers met groothandelsactiviteit kunnen de horecabedrijven echter overtuigen om in periodes van grote aanvoer deze soorten aan te bieden omwille van de relatief lage prijs.

De doorslaggevende criteria om een bepaalde vissoort aan te bieden is prijs. Daarbij dient een leverancier van horecazaken een flexibele houding aan te nemen aangezien de verkoop tegenover dit kanaal vaak *ad hoc* gebeurt.

Een belangrijk knelpunt dat aangehaald werd met betrekking tot afzet binnen horeca-kanalen is het relatief groot aantal wanbetalers door faillissementen.

### **3. Foodservice**

Een groot deel van de foodservice bedrijven bereiden maaltijden voor een brede waaier aan toepassingen zoals scholen, rusthuizen, ziekenhuizen en catering op evenementen. Afhankelijk van dit zal de keuze van soorten sterk verschillen. Rusthuizen vereisten kwalitatieve producten op vlak van voedselveiligheid en additieven, maar zonder graten en voornamelijk witvis. Andere foodservice bedrijven die zich richten op scholen kunnen meer variëren in aanbod. De dominante vereiste binnen dit afzetkanaal is echter voldoende grote volumes van producten aan een lage prijs. Hiervoor worden zowel diepvries als verse producten gebruikt. Verschillende handelaren maken hiervan gebruik door seizoensale lokale soorten die in grote hoeveelheden aan lage prijzen aangevoerd worden als promo's aan te bieden. Duurzaamheid is een minder belangrijke factor en bovendien mogen de gebruikte soorten sterk variabel zijn.

Een belangrijke vereiste om te leveren naar foodservice toe is een portioneermachine. Exacte hoeveelheden dienen snel geproduceerd en geleverd te kunnen worden.

### **4. Detailhandel en marktkramers**

De detailhandel is de meest flexibele onder de afzetkanalen, waarbij zowel lokale seizoensale producten aangeboden worden als stabiele geïmporteerde soorten. Aanvullend worden lokale verwerkte producten zoals gerookte vis en ingelegde haring aangeboden, aangevuld met een eigen assortiment van bereide maaltijden in geval van detailhandelaren (convenience foods). Prijs is hier geen belemmerende factor, er wordt gestreefd naar optimale kwaliteit. Duurzaamheid is hier een minder belangrijke factor.

### **5. Andere afzetkanalen**

De hierboven vermelde afzetkanalen zijn niet exhaustief en vormen een oplijsting van de meest voorkomende afzetkanalen binnen de geïnterviewde bedrijven. Een belangrijk ongenoemd afzetkanaal is de groothandel. Voor rokerijen en inleggerijen zijn groothandelaren een belangrijke afzetmarkt aangezien deze bedrijven beperkte capaciteiten hebben voor distributie.

Diepvriesbedrijven vinden ook een grote afzetmarkt binnen de food-industrie. Deze bedrijven produceren op industriële schaal bereide maaltijden, maar deze bedrijven werden in dit onderzoek beschouwd als verwerkers en niet als finaal consumentgerichte afzetmarkten.

#### ***7.1.2 Export***

Bepaalde grote visverwerkende bedrijven domineren de Belgische exportmarkt voor visserijproducten. Hier gaat het vaak over bedrijven met diepvriesfaciliteiten en een belangrijke functie als hub voor distributie naar de rest van Europa. De export (zowel veiling als bedrijven) gebeurde in 2014 hoofdzakelijk naar de buurlanden, met Frankrijk als grootste afzet voor schaal- en weekdieren en Nederland als grootste afzet voor vis. België exporteerde in 2014 80.837 ton vis en 60.213 ton schelp- en schaaldieren. De export is echter veel kleiner dan de import, waardoor België een netto-importeur is van visserijproducten (Marketingdienst VLAM 2015b).

De kleine tot middelgrote bedrijven die in dit onderzoek betrokken waren doen in zeer beperkte mate aan export. Vaak geldt de regel van 'hoe kleiner het bedrijf, hoe fijnmaziger de distributie'

### ***7.1.3 Samenvatting***

In Tabel 11 worden de belangrijkste selectiecriteria schematisch weergegeven per afzetkanaal. Om het relatief belang van verschillende afzetkanalen m.b.t. consumptie van vis aan te tonen werden de binnenlandse consumptiepatronen ook weergegeven. Hierbij wordt er meer binnenshuis (70%) dan buitenshuis (30%) geconsumeerd.

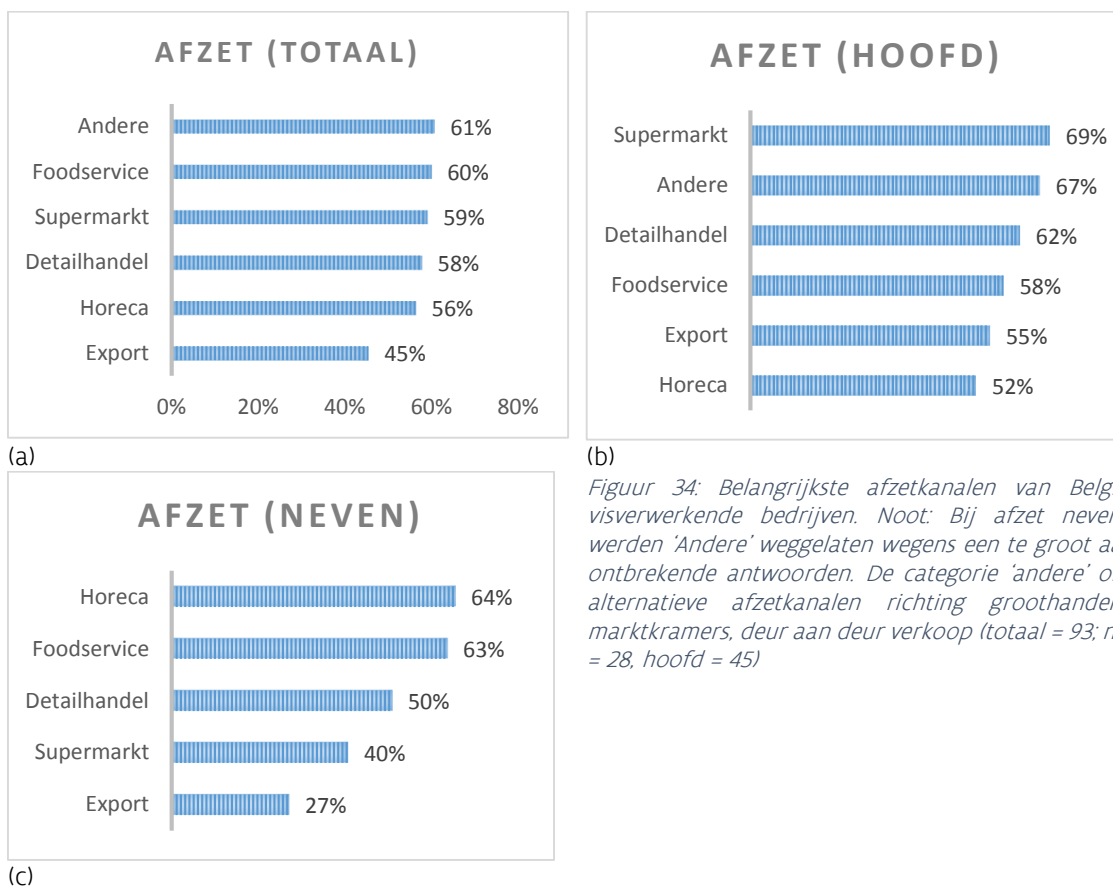
Vis, schelp- en schaaldieren die voor thuisverbruik dienen worden voor 77,4% van het volume aangekocht in supermarkten, 12% in detailhandelaren en 10,6% bij marktkramers of overig. (Tabel 11). De retail is, zoals blijkt uit Figuur 33 en onderstaande tabel, de belangrijkste locatie waar consumenten hun producten aankopen voor thuisverbruik op vlak van volume. Bijgevolg hebben zij een grote invloed op de vorm die de vraag inneemt naar de lokale visverwerkende industrie toe. Welke invloed dit concreet heeft op de verwerkende industrie wordt in volgend hoofdstuk besproken.



Tabel 11: Overzicht van de belangrijkste aanbod-gerelateerde vereisten per afzetkanaal, met cijfers uit VLAM (2015)

	Retail (breed)	Detailhandel	Openbare markt en overig	Foodservice	Horeca
Consumptie					
Consumptie (enkel vis)	70% Thuisverbruik (60%) Familie/ vrienden (10%)			30% Buitenshuis (28%) afhaal (3%)	
Locatie van aankoop voor thuisverbruik (vis, schelp- en schaaldieren)	77,4% Dis 1 (43,2%) Hard discount (22,2%) Buurtsupermarkt (12%)	12%	10,6% Openbare markt (6,4%) Overig (4,2%)		
Aankoopcriteria					
Stabiele volumes	+	-	-	-	-
Grote volumes	+	-	-	+	-
Stabiele prijs	+	-	-	+	+
Lage prijs / grote prijsdruk / kleine marges	+	-	-	+	+
Stabiele hoge kwaliteit	+	+	+	+/-	+
Snelle leverbaarheid	+	-	-	+	+
Flexibel in aanbod	-	+	+	+	+
Duurzaamheid (ecolabels)	+	+/-	+/-	+/-	-
Strengere vereisten op product mbt houdbaarheid / certificering /HCCP	+	-	-	+	-
Andere	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weinig verlies (in de winkelrekken)</li> <li>• Eenvoudig te verwerken</li> <li>• Soorten met veel vraag (te veel bederf, uit rekken gehaald)</li> </ul>				

## 7.2 Afzet van de Belgische visverwerkende industrie



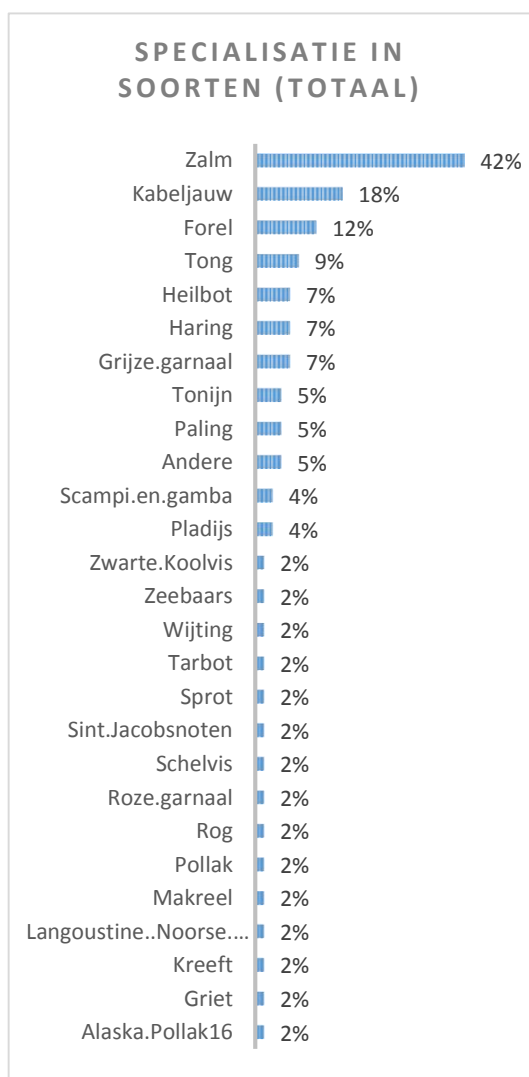
*Figuur 34: Belangrijkste afzetkanalen van Belgische visverwerkende bedrijven. Noot: Bij afzet neven (c) werden 'Andere' weggelaten wegens een te groot aantal ontbrekende antwoorden. De categorie 'andere' omvat alternatieve afzetkanalen richting groothandelaars, marktkramers, deur aan deur verkoop (totaal = 93; neven = 28, hoofd = 45)*

Over alle bedrijven heen verkopen 61% van de bevroegde bedrijven via andere afzetkanalen waartoe o.a. groothandelaren, marktkramers, industrie en rechtstreeks naar de consument toe kunnen behoren (Figuur 34.a). De andere afzetkanalen zijn echter bijna gelijkmatig vertegenwoordigd, met 60% van alle bevroegde bedrijven die afzetten in foodservice, 59% in supermarkten, 58% in detailhandel en 56% naar horecazaken. Enkel exportactiviteiten zijn in de relatieve minderheid, met 45%. Dit is nog steeds opvallend veel, zeker wanneer rekening gehouden wordt met het feit dat een groot deel van deze bedrijven klein tot middelgroot zijn.

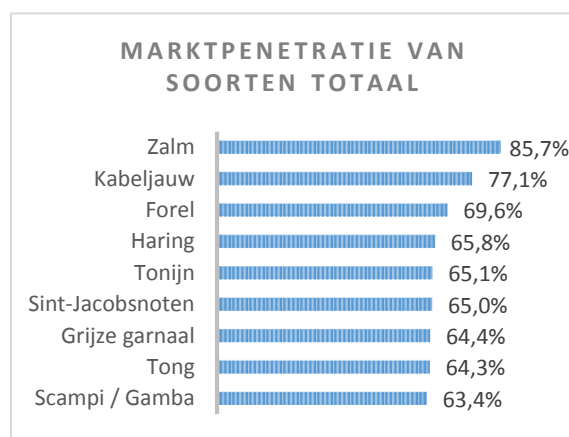
Wanneer de populatie opgesplitst wordt in bedrijven met visverwerking als hoofdactiviteit en nevenactiviteit (Figuur 34.b,c), zien we dat supermarkten binnen bedrijven met visverwerking als hoofdactiviteit de grootste afzetmarkt is. In Hoofdstuk 7.1 bleek dat de retail qua volume de dominante afzetmarkt is voor de consumentgerichte verkoop. Naast afzet binnen de retail worden ook 'Andere' afzetmarkten beleverd, waartoe groothandelaren en marktkramers behoren (67%). Verder worden alle andere markten beleverd, met horeca als kleinste afzetmarkt (52%).

Binnen de bedrijven met visverwerking als nevenactiviteit werd de grootste afzet teruggevonden in horeca (64%), opgevolgd door foodservice (63%), detailhandel (50%), supermarkt (40%) en export (27%).

### 7.3 Soortkeuze



(a)



(b)

*Figuur 35: (a) De voornaamste soorten waarin de bevraagde bedrijven zich specialiseren specialisatie en (b) de top 10 marktpenetratie van soorten over alle bevraagde bedrijven heen (totaal = 93).*

Uit de totale pool van bevraagde bedrijven geeft 42% aan gespecialiseerd te zijn in zalm en dit is veruit de soort met het grootste aantal gespecialiseerde bedrijven. De volgende in de rangschikking, kabeljauw – een soort met een marktpenetratie van 77,1% –, heeft echter maar 18% gespecialiseerde bedrijven. Forel neemt zowel bij de marktpenetratie als in het aantal gespecialiseerde bedrijven de derde plaats in met respectievelijk 12% specialisatie en 69,6% marktpenetratie. Tong staat op de vierde plaats op vlak van gespecialiseerde bedrijven, met 9%, maar neemt op vlak van marktpenetratie 64,4% in. Alleen de grijze garnaal komt nog in de buurt met 7% specialisatie en 64,4% marktpenetratie.

De grote vraag vanuit de retail naar stabiele soorten die in grote volumes aanwezig zijn waren merkbaar vanuit de binnenlandse consumptiepatronen (Hoofdstuk 7.1.1.1), het groot belang van de retail als verkoper van visserijproducten (Hoofdstuk 7.1.1.2) en de positie van belangrijke afzetmarkt voor lokale visverwerkende industrie ( Hoofdstuk 7.2). De invloed op soortkeuze van de lokale visverwerkende sector is groot.

## 7.4 Conclusie

De Belgische visverwerkende industrie vindt afzet in grote afzetkanalen (foodservice en retail) alsook in de horeca en detailhandel. De consument consumeert echter voor het overgrote merendeel vis in de thuisomgeving (70%), en deze vis wordt voor 77,6% opgekocht in supermarkten. Additioneel is voor de Belgische visverwerkende industrie met visverwerking als hoofdactiviteit de retail een belangrijke afzetmarkt, met 69% van de bedrijven die in zekere mate producten afzetten in de retail. De productieketen van vis is sterk vraag-gericht, en hierbij lijkt het dat de grootste vraag, zowel op vlak van de consument als de visverwerker, bij de retail ligt. Bijgevolg hebben de vereisten die de retail hebben op visserijproducten een belangrijke invloed op de soortkeuze van de lokale visverwerkende industrie. De belangrijkste hiervan is stabiliteit, en dit zowel op vlak van volume, kwaliteit als prijs. Daarbij is duurzaamheid een factor van toenemend belang.

Door de geglobaliseerde markt voor vis is de lokale visverwerking niet louter afhankelijk van lokale aanvoer om te voldoen aan deze vraag en wordt vaak gekozen voor geïmporteerde soorten. In voorgaande hoofdstukken werden reeds de voor- en nadelen met betrekking tot lokale aanvoer en import reeds uiteengezet (5.1.1, 5.1.2, 5.1.3). In onderstaande tabel worden de belangrijkste factoren samengevat (Tabel 12).

Tabel 12: Overzicht van belangrijkste voor en nadelen van lokale aanvoer en geïmporteerde producten.

	Lokale aanvoer	Import
<i>Positief</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edele soorten</li> <li>• Grote variatie aan soorten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stabiliteit               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aanbod</li> <li>○ Kwaliteit</li> <li>○ Prijs</li> </ul> </li> <li>• Snelle leverbaarheid</li> <li>• Grote variatie aan soorten</li> <li>• Goedkope soorten beschikbaar</li> <li>• Duurzame labels</li> </ul>
<i>Negatief</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabiliteit               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Seizoenale aanvoer</li> <li>○ Variabel in volume</li> <li>○ Variabel in prijs</li> </ul> </li> <li>• Niet gelabeld als duurzaam</li> <li>• Minder bekende soorten zijn onaantrekkelijk (bewerking en afzet)</li> <li>• Kwaliteit variabel               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lang op zee</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onzekerheid m.b.t. kwaliteit</li> <li>• Te lage marges</li> <li>• Negatief imago van aquacultuur</li> </ul>

Geïmporteerde soorten zijn vaak in grote hoeveelheden en aan stabiele prijzen beschikbaar (aquacultuur en wildvangst), waardoor deze vaak de voorkeur genieten boven lokaal aangelande visserijproducten die vaak gekenmerkt zijn door variabiliteit in volumes, beschikbaarheid en kwaliteit. Dit wordt gereflecteerd in de soortkeuze, waarbij 42% van bevraagde bedrijven aangeven gespecialiseerd te zijn in zalm, 18% in kabeljauw, 12% in forel en maar 9% in tong. Zalm, kabeljauw en forel zijn eveneens de soorten met de grootste marktpenetratie over alle bedrijven heen, en zalm en kabeljauw nemen bijna 50% in van de markt voor verse vis.

Om te voldoen aan een groot deel van de lokale vraag heeft de lokale visverwerkende sector beperkte nood aan lokaal aangelande soorten. De voorkeur gaat duidelijk voor geïmporteerde soorten als zalm en kabeljauw en potentieel lokaal gekweekte soorten als forel. De grote invloed van de retail en het stabiele aanbod uit geïmporteerde aquacultuurproducten is hiervoor de belangrijkste drijfkracht, een trend die zich ook in andere delen van Europa plaatsvindt. In 2011 wordt 60 tot 70% van de in Europa geconsumeerde visserijproducten geïmporteed (Asche n.d.; Platteau et al. 2014; European Comission Maritime Affairs and Fisheries 2011).

Van de lokale aanvoer zijn de grijze garnaal en tong geliefde soorten, met marktpenetraties van 64,4% en 64,3%. Een groot deel van de lokale aanvoer wordt geëxporteerd naar het buitenland toe waardoor de zelfvoorzieningsgraad, met 14,6%, zeer laag is (Platteau et al. 2014). De overmacht van de vraag zorgt voor een hachelijke positie voor de reders en vissers. De kopers zijn niet afhankelijk van de lokale vissers, maar de vissers zijn afhankelijk van de kopers. Grote kopers hebben bijgevolg een grote invloed op de prijsstructuur.

## **8. Verbinden van vraag en aanbod**

Om binnenlandse aanbod en vraag beter op elkaar te laten inspelen kunnen langs 5 pistes initiatieven gedefinieerd worden;

1. De aanbodzijde kan inspanningen doen om zich aan te passen aan vereisten van de vraagzijde  
*- Hoofdstuk 8.1*
2. De vraagzijde kan inspanningen doen om lokale visserijproducten aan te bieden, ondanks de beperkingen  
*- Hoofdstuk 8.2*
3. Er kan geïnvesteerd worden in innovatieve vormen van lokale visverwerking die inspelen op lokaal onderbenutte soorten of een specifieke niche waarin lokale aanvoer maximaal gebruikt wordt  
*- Hoofdstuk 8.3*
4. De huidige visverwerkende industrie kan ondersteund worden door betere opleidingen  
*- Hoofdstuk 8.4*
5. Inspanningen kunnen gedaan worden om communicatie en coöperatie doorheen de keten te verbeteren. Door behoeftes duidelijk uit te spreken kunnen vraag en aanbod beter met elkaar verbonden worden  
*- Hoofdstuk 8.5*

### **8.1 Aanbod afstellen op de vraag**

De Vlaamse Visserijsector is beperkt door zijn seizoenaliteit, sortsamentelling, beperkte schaal en gebrek aan duurzame erkenning waardoor het moeilijk is om te voldoen aan de vraag van verschillende kopers, zoals blijkt uit Hoofdstuk 7. Desondanks zijn er voor de Belgische visserijsector, visveiling en visverwerkende industrie opportuniteiten om hun aanbod meer aan te passen aan de lokale markt.

Hiervoor dient een goed marktinzicht verworven te worden waarbij erkent wordt dat het eindproduct bestaat uit verschillende eigenschappen die aangepast kunnen worden om de waarde van het ruw product te maximaliseren en aan te passen aan de lokale context (Schoon 2015; European Commission Maritime Affairs and Fisheries 2011). Deze valorisatie van lokaal aangelande producten vereist bijgevolg een diverse aanpak, waartoe behoren;

1. Product optimalisatie
2. Duurzaamheid
3. Visvangst afstellen op vraag
4. Optimalisatie op niveau van de Vlaamse visveilingen
5. Marktdifferentiatie en productontwikkeling in de visverwerkende industrie

### **8.1.1 Product optimalisatie**

Door de kwaliteit van de producten te maximaliseren kunnen producenten een hoogwaardiger product bekomen waardoor prijzen potentieel stijgen. Factoren die hiervoor in rekening gebracht kunnen worden zijn het optimaal behouden van de koude keten, hoofdzakelijk bij de op-ijsing aan zee en bij het aanlanden in de visveiling. Additioneel zorgen extra hygiënische maatregelen voor een verhoogde houdbaarheid, een factor dat ervoor zorgt dat de rotatietijden van de producten verlengd worden en de visverwerkende industrie bijgevolg meer ruimte krijgt om stocks op te bouwen om aanbod van producten te verzekeren.

#### **Onderzoeksnoden**

Om de kwaliteit van Vlaamse vis te optimaliseren dient een uitgebreid onderzoek uitgevoerd worden naar de kwaliteit van Belgische vis in vergelijking met buitenlandse producten, dit om de anekdotische informatie uit dit onderzoek te staven. Additioneel kan een lot producten van aanlanding tot consumptie opgevolgd worden om een beeld te krijgen van welke stappen het grootste negatief effect hebben op de kwaliteit. Een uitbreiding op het microbiel onderzoek zoals uitgevoerd door T&V in het kader van dit onderzoek (Hoofdstuk 6.2.3) is hiervoor geschikt. Zodoende kunnen meer onderbouwde adviezen uitgeschreven worden om de kwaliteit van Belgisch aangelande vis te optimaliseren.

### **8.1.2 Duurzaamheid**

Voldoen aan duurzaamheidscriteria zoals bepaald door het certificeringsproces voor een ecolabel kan een opportuniteit vormen om een positief imago te ontwikkelen voor de Belgische visserijsector en kan markttoegang bieden tot nieuwe afzetkanalen zoals de retail (Snijder et al. 2015).

Het behalen van certificering via gangbare wegen, zoals MSC-certificering, zijn tot heden moeilijk haalbaar gebleken voor de Belgische visserijvloot. Desondanks zijn er verschillende maatregelen die de sector neemt die de visserij-activiteiten verduurzamen maar onvoldoende blijken voor certificering. Als alternatief wordt, in samenwerking met het ILVO, een manier gezocht om de inspanningen richting duurzaamheid aan te tonen binnen het VALDUVIS-project (Kinds et al. 2015). Het VALDUVIS-project streeft om via een rigoureuus maar eenvoudig te lezen grafische weergave (de duurzaamheidsster), de duurzaamheid van een bepaald lot vis aan te tonen.

Bovendien stuit het certificeringsproces op kritiek vanuit de visverwerkende sector. De volgende punten en suggesties met betrekking tot duurzaamheid werden door de verwerkende sector aangehaald:

1. Ecolabel is geen duurzaamheidslabel
  - a. Ecolabels kijken vaak enkel naar de ecologische duurzaamheid, waardoor er naar andere labels gekeerd moet worden indien men zeker wilt zijn dat een product ook een sociaal of economisch duurzaam is. In dat opzicht kunnen initiatieven als VALDUVIS een alternatief bieden!

## 2. Communicatie

- a. Om duurzaamheid te bevorderen kan meer steun geboden worden aan de primaire sector vanuit de hogere schakels in de keten. Via betere communicatie tussen de visserij, verwerking en retail kan de productieketen van duurzame producten geoptimaliseerd worden.
- b. Bij het bepalen van de meetwijze van duurzaamheid zullen afspraken en compromissen gemaakt moeten worden met WWF (of andere certificeringsmethodes zoals VALDUVIS), de Rederscentrale, natuurlandpunt en de handel. De reders nemen initiatief om technieken te gebruiken die duurzaam geacht worden. Participatie van de visveiling zal ook noodzakelijk zijn. Over het algemeen is een betere samenwerking tussen verschillende spelers binnen de industrie noodzakelijk om Belgische vis een duurzame reputatie te geven en zodoende toegang te verkrijgen tot nieuwe afzetkanalen.

### ***8.1.3 Visvangst afstellen op vraag***

De leden van de Vlaamse visserijsector hebben beperkte kennis van de periodes waarin veel vraag is naar visserijproducten. De vaarschema's worden hoofdzakelijk gebaseerd op de seizoensvariëaties in kwaliteit en aanbod van vis. Hierdoor zijn er in periodes van groot aanbod en weinig vraag slechte prijzen (overaanbod). Door de spreiding van de visserijinspanning kan gericht gevist worden naar soorten die op dat moment ook gevraagd worden. Het bepalen van theoretisch optimale vaar- en vangstschema's gebaseerd op de periodes van grote vraag naar visserijproducten kan zorgen voor een optimale afstemming tussen vraag en aanbod. Hiervoor is vlotte communicatie vereist met grote afnemers en kunnen potentieel afspraken gemaakt worden om aanvoer in periodes van grote vraag te verzekeren (vb. bij promoties) (Laar et al. 2010).

### ***8.1.4 Optimalisatie op niveau van de Vlaamse visveilingen***

Verscheidene visverwerkende bedrijven hadden suggesties voor verbetering op de Vlaamse visveilingen die de verkoop op de veiling zouden optimaliseren. Deze omvatten (1) het communiceren van extra informatie over de visserij, (2) betere sortering van bepaalde soorten en (3) manieren om grotere volumes te aggregeren.

#### **1. Communiceren van extra informatie**

De vangstsamenstelling van een gegeven vissersvaartuig kent niet alleen een sterke variatie naar gelang het seizoen maar is op kleinere tijdschaal (tussen verschillende trips en slepen) sterk variabel. De vangstsamenstelling is voor een groot deel afhankelijk van de locatie waar een vissersvaartuig vist en informatie over de locatie waar een gegeven vaartuig naartoe stroomt kan kopers een goede indicatie geven van de te verwachten samenstelling. Via de Vlaamse visveiling zouden de plannings van de visserijsector gedeeld kunnen worden met de kopers. Hierdoor zouden deze een beter inzicht kunnen krijgen in de toekomstige vangsten, als aanvulling van de standaard vangstprojecties.



Een aanvullend belangrijk aspect is de vraag naar traceerbaarheid van de producten, die volgens vele kopers op de visveiling nog onvolledig is. Het project VALDUVIS werd opnieuw aangehaald als een veelbelovend informatiesysteem.

## 2. Sortering

Minder bekende soorten zouden beter gesorteerd kunnen worden zodat kopers kunnen vertrouwen op de samenstelling van hun aankoop. Nu kan bij de aankoop van ongesorteerde soorten een fractie onbruikbaar zijn omwille van een te kleine grootte.

## 3. Aggregeren van aanbod

Het probleem van onstabiele aanvoer is een belangrijk knelpunt voor de verkoopbaarheid van een groot deel van de Belgisch aangelande soorten. Om toch aan stabiele aanvoer te voorzien zijn er reeds initiatieven opgesteld die zich toespitsen op contractverkoop.

### *Bestaande initiatieven: FFC*

Flanders Fish Corporation (FFC) is een coöperatieve groothandelaar dat streeft om zoveel mogelijk Belgisch aangelande beminde en onbeminde vissoorten te positioneren op de lokale markt. FFC legt zich toe om deze vis aan een eerlijke prijs op te kopen en, door een combinatie van productontwikkeling, sensibilisering en innovatieve verkoopsystemen nieuwe afzetkanalen te vinden. Hierbij streeft FFC om nieuwe verkooptechnieken die voor stabiliteit zorgen op de visveiling mogelijk te maken waarbij contractverkoop de focus is. Bij contractverkoop wordt tussen een handelaar en een visser gedurende een periode de afspraak gemaakt om de aanvoer (al dan niet soortafhankelijk) op te kopen aan een vaste prijs. Aanvullend zouden eventueel seizoen overeenkomsten mogelijk zijn. Volgens FFC zal contractverkoop zorgen voor een eerlijke prijs waar de reder en koper op kunnen bouwen.

### **8.15 Marktdifferentiering en productontwikkeling binnen de visverwerkende sector**

Naast het optimaliseren van het ruwe product kan de ontwikkeling van nieuwe producten een meerwaarde creëren door zich aan te passen naar de vraag van de lokale markt of specifieke niche (van de Walle n.d.).

#### 1. Convenience food

In Hoofdstuk 7.1.1 - Imago van vis - werd geconcludeerd dat visserijproducten bij de consument de reputatie hebben een moeilijk en tijdroven voedselproduct te zijn. Omwille van deze reden worden vis en visserijproducten vaak in een vereenvoudigde, voorgepakte en kant en klare vorm gepresenteerd. Dit type producten zijn 'convenience foods' en vormen een belangrijke trend binnen de visverwerkende sector (Food Industry 2014). Voorbeelden hiervan zijn gemarineerde, gekruide of gepaneerde filets maar ook brochettes, burgers, lasagnes, salades, snacks en hapjes.

#### 2. Innovatieve producten

Door innovatief om te springen met de beperkingen van lokaal aanbod kan een stabiel product geleverd worden gebaseerd op een variabele samenstelling. Een voorbeeld hiervan is het gerechtenpakket van FFC, waarbij een gerecht gepresenteerd wordt gebaseerd op een vis dat in seizoen is. Dit pakket varieert mee met het seizoen en geeft de consument de kans om nieuwe

producten te leren kennen. Een gelijkaardig concept is de seizoensale vissoep of dagschotel waarvan de samenstelling eveneens seizoenaal varieert.

Verschillende visverwerkende bedrijven waren bereid om Belgisch aangelande visserijproducten te gebruiken ter uitbreiding van hun assortiment, maar telkens werden zorgen geuit over het marketing aspect. De ontwikkeling van nieuwe producten brengt risico's met zich mee en vereisten een goed begrip van markteconomische factoren zoals prijs, niche, verkoopplaats, producttype en promotie. De meeste bedrijven zijn te klein om deze risico's te kunnen nemen en hebben bovendien niet de financiële capaciteit om onderzoek en een noemenswaardige promotiecampagne voor nieuwe producten op te starten om de slaagkansen te vergroten. Deze bedrijven zullen hiervoor ondersteuning nodig hebben (European Commission Maritime Affairs and Fisheries 2011).

### **3. Onderzoeksnoden**

Nieuwe verwerkte producten ontwikkelen gebaseerd op lokaal aangelande vis is mogelijk, maar de kosten gebonden aan promotiecampagnes vormen een belangrijk euvel. Door commerciële ondersteuning te geven aan bedrijven met innovatieve producten gebaseerd op lokale soorten kunnen deze producten voldoende ruimte krijgen om een marktpositie in te nemen.

## **8.2 Vraag afstellen op aanbod**

De vraagzijde (groothandel, verwerking en consument gerichte verkopers) is over het algemeen zeer goed bewust van de eigenschappen van de verschillende aanbodmogelijkheden op verschillende locaties. Deze marktkennis ontbreekt echter vaak bij de lokale aanvoerders, waardoor weinig inspanningen gedaan worden om duidelijke informatie over de aard van de aanvoer te communiceren naar de kopers toe. Door deze slechte communicatie kan de aanvoer als ongeschikt beschouwd worden waar in werkelijkheid in zeker mate aan de verwachtingen voldaan kan worden. Door de vraag bewust te maken van de voor en nadelen van het aanbod kunnen compromissen gezocht worden waarbij de aan behoeften van beide partijen tegemoet gekomen worden. Dit kan bereikt worden door;

1. Marketing en promotie
2. Diversificatie en productontwikkeling
3. Opzoeken van nieuwe afzetkanalen

### ***8.2.1 Marketing en promotie***

De consument heeft over het algemeen zeer weinig kennis van visserijproducten. De seizoensale aard van dit voedselproduct wordt onvoldoende begrepen en de variatie in kwaliteit en aanbod wordt niet beseft. Om dit te remediëren hebben verschillende organisaties initiatieven opgezet om kopers en consumenten bewust te maken van de kwaliteiten van Belgische vis, om bewust om te gaan met seizoensale variatie, kennis te maken met onbekende soorten en positieve kwaliteiten over te brengen. De bestaande initiatieven kaarten vaak een specifiek aspect van de problematiek aan en zijn sterk gefragmenteerd. Zo spitst de viskalender zich toe op seizoensaliteit, vis van het jaar promoot jaarlijks één soort, met een tijdelijk positief effect, en FFC poogt om minder bekende soorten aan de man te brengen.

Via gestroomlijnde marketing met een duidelijke boodschap kan invloed uitgeoefend worden op de markt waardoor innovatieve visserijproducten een betere marktpositie in kunnen nemen<sup>3</sup> (zie ook 5.1.5). Hierdoor kan de Belgische visverwerkende sector gestimuleerd worden om innovatieve producten te creëren die inspelen op deze nieuwe vraag.

Daarenboven zijn voor de Belgische visserijsector weinig of geen lokale labels gecreëerd waarmee de consument lokaal aangelande visserijproducten kan onderscheiden van geïmporteerde.

### **Onderzoeksnoden**

Het oprichten van een Belgisch label waaraan een lastenboek gebonden is en een coherente marketingcampagne dat innovatieve verwerkte visserijproducten zichtbaarheid geeft bij de consument kan een meerwaarde betekenen voor Belgisch aangelande vis en een competitief voordeel bieden tegenover geïmporteerde vis dat momenteel de markt domineert (Kelly et al. 2013; Melissant et al. 2014). De potentiële impact en de methodiek dient hiervoor geanalyseerd te worden in samenspraak met de verschillende schakels in de productieketen en in verhouding tot verschillende reeds bestaande label-initiatieven.

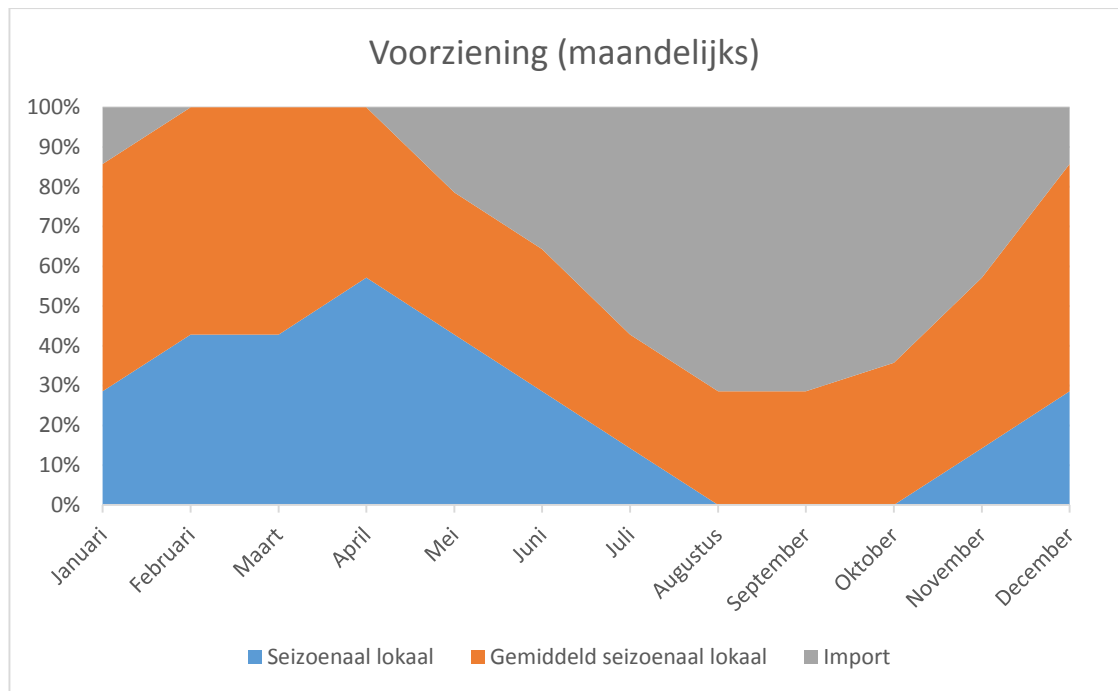
### ***8.2.2 Diversificatie en productontwikkeling***

De markt voor visserijproducten kent grote fluctuaties in aanbod en vraag. Voldoen aan de vraag met het beschikbaar aanbod vormt een belangrijke uitdaging voor de visverwerkende sector en brengt verschillende economische risico's met zich mee. De economische stabiliteit van de verwerkende sector kan echter verhoogd worden door strategieën aan te nemen die deze risico's verlagen. Dit doel kan bereikt worden door een breed gamma aan producten (marketing mix) en productieprocessen aan te bieden die flexibel optreden op het beschikbaar aanbod. Hierdoor kunnen verwerkers voldoen aan de vraag, maar binnen de beperkingen van de lokale aanvoer en kan de volledige vangstsamenstelling benut worden (Larkin et al. 2003; Kelly et al. 2013).

Voor de vraagzijde kan een variabele productmix een zekere marktniche innemen doorheen het jaar, terwijl het product wel seizoenaal kan variëren.

---

<sup>3</sup> Voor meer informatie betreffende productontwikkeling en marketing wordt doorverwezen naar het volgende document van de Europese Commissie voor Martieme Zaken en Visserij (2011) -*Adding value to Local Fisheries and Aquaculture Products*



Figuur 36: Concept marketing mix gebaseerd op Kelly et al. (2013)

Een foodservice bedrijf verlangt het hele jaar door een goedkope witvis filet dat in grote hoeveelheden beschikbaar is. Hiervoor is het bedrijf niet strikt gebonden aan één soort en staat open voor een seizoenale variatie in aanbod, zolang de basisvereisten voldaan zijn. Om aan de vraag van deze klant het hele jaar door te voldoen én zo veel mogelijk lokale aanvoer te garanderen kan een schaalbare mix van producten aangeboden worden die in zijn geheel voldoen aan de vraag van de klant. Hiervoor worden de producten onderverdeeld in seizoenale lokale producten, gemiddeld seizoenale lokale producten en importproducten (voor periodes waar lokale aanvoer niet kan voldoen). In Figuur 36 wordt deze product mix grafisch weer gegeven. Door deze strategie wordt enerzijds een stabielere gamma aan lokale producten aangeboden aan lokale afzetkanalen en wordt voor de lokale visserij een stabiel afzetkanaal gecreëerd in de vorm van een flexibele verwerker (Larkin et al. 2003; Kelly et al. 2013).

### Onderzoeksnoden

Om de ideale product mix te bepalen is onderzoek nodig naar de ideale combinaties gebaseerd op lokale aanvoer, met inbegrip van uitvoerige kennis van de fluctuaties in vraag. Met behulp van portfolio analyses kunnen strategische opties met elkaar vergeleken worden om de best mogelijke product mix voor een bepaald type ruwe grondstof te bepalen. In het onderzoek van Larkin (2003) werd deze oefening uitgevoerd voor Pacifische wijting-visserij.

Om dit model mogelijk te maken wordt van de finale afzet een zekere graad van flexibiliteit verwacht.

### **8.2.3 Nieuwe afzetkanalen**

Naast het zoeken naar een positie binnen bestaande markten kunnen nieuwe afzetkanalen opgezocht worden voor Belgisch aangelande en verwerkte visserijproducten.

Binnen dit onderzoek werden volgende nieuwe afzetkanalen geïdentificeerd:

1. Korte keten initiatieven
2. Gemengde delicatesseszaken

#### **1. Korte keten**

Binnen korte keteninitiatieven wordt gestreefd om het aantal stappen tussen producent en consument te minimaliseren om een directe band met de eindgebruiker op te kunnen bouwen (European Commission Maritime Affairs and Fisheries 2011). Hierbij wordt vaak gewerkt met een variërend assortiment aan lokale en seizoensproducten die consumenten op bestelling of via een wekelijks pakket (abonnement) kunnen bekomen.

##### **(a) Bestaande initiatieven**

Het concept heeft binnen de landbouw een zekere maturiteit gekregen (voedselpakketten), maar is minder tot niet aanwezig op vlak van visserijproducten. In België zijn twee korte keten initiatieven toegespitst op de visserijsector, Vesche Vis en Pintafish

##### *Vesche vis*

Vesche vis is een korte keten initiatief dat opgericht is door Levi Vermoten en op het moment van schrijven in een testfase loopt in Oostende (september – december 2015). Het project doelt om vispakketten met seizoensvariërende soorten (1,5 kg of 3 kg) rechtstreeks te kopen van lokale vissers (O.152 en O.190) en via afhaalpunten te distribueren naar de klanten toe. Klanten kunnen een vispakket bestellen via de website of facebook. Bij het afhalen van de pakketten wordt een recept meegeleverd.

Voor de voorziening werd met de reders van beide schepen een vaste prijs afgesproken (€ 4/kg) voor een vast volume vis (in testfase 450 kg). De vis wordt momenteel via voorafname op de visveiling opgekocht. In België is het momenteel zeer moeilijk om rechtstreeks van een visserschip vis te kopen aangezien visserijproducten bij aanlanding gecontroleerd dienen te worden door het FAVV, wat in België momenteel enkel mogelijk is in een visveiling. Dit wordt door Levi Vermoten aangehaald als een belangrijk knelpunt voor korte keten in België.

##### *PINTAFISH*

Wim Versteden heeft het korte keteninitiatief 'PINTAFISH' opgericht dat in samenwerking met veeakker en voedselteam lokaal aangelande diepgevroren vis distribueert op bestelling. In tegenstelling tot Vesche vis wordt hier een zo stabiel mogelijk aanbod nagestreefd door lokaal aangelande vis in periodes van grote aanvoer op te kopen en in diepvriesstock op te slaan. De vis wordt bewerkt alvorens ze diepgevroren worden. Deze stocks worden het hele jaar door benut en aangevuld wanneer ze een bepaalde minimale drempelwaarde dreigen te behalen. Om afzet te vinden voor deze producten wordt beroep gedaan op bestaande netwerken van leveranciers voor duurzaamheidsbewuste consumenten (voedselteams, Veeakker, Natuurpunt). Via de online-systemen die door voedselteams opgesteld zijn kan vis van PINTAFISH besteld

worden ter aanvulling van de reeds bestaande voedselpakketten. Klanten kunnen specifieke vissoorten bestellen of seizoenspakketten van een variabele samenstelling. Met dit laatste krijgt de consument de kans om nieuwe soorten te leren kennen. Bovendien is deze formule zeer populair. Naast online bestellingen kan vis van PINTAFISH teruggevonden worden in lokale winkels, natuurpuntafdelingen en Boer & Buren.

De belangrijkste motivatie voor dit initiatief is vermijden van verspilling van consumeerbare vis, correct informeren van de klant en verkopen van lokaal aangelande vis op lokale schaal.

Ook hier is rechtstreekse koop van de visser niet mogelijk en wordt via de visveiling vis opgekocht. Er is duidelijk vraag naar een wettelijk kader voor opkoop van vis los van de visveiling.

(b) Onderzoeksnoden

Het aantal korte keten-initiatieven in België is, ondanks de opportuniteiten voor valorisatie van lokale soorten, zeer beperkt. Twee initiatieven zijn geïdentificeerd en beiden hebben een sterk gelijkaardige doelgroep van consumenten die aandacht hebben voor duurzaamheid en oorsprong van hun product. Hierbij heeft Vesche Vis een sterk variërend vers aanbod en PINTAFISH een stabiel diepvries aanbod. Voor hun aankopen zijn beide initiatieven afhankelijk van de Vlaamse Visveiling en kan niet rechtstreeks opgekocht worden van vissersvaartuigen. Er is een duidelijke vraag naar een wettelijk kader dat dit mogelijk maakt.

## 2. Gemengde delicatesseszaken

De markt voor vis kan binnen België opgesplitst worden in een bulkmarkt, waarvoor grote hoeveelheden aan lage of stabiele prijzen noodzakelijk zijn (supermarkten, foodservice), en een nichemarkt, waar stabiliteit minder van belang is en een superieure kwaliteit de belangrijkste vereiste is (detailhandel, bepaalde horecazaken). Er is echter een nieuw winkelconcept dat beide aspecten combineert.

(a) Bestaande initiatieven

### *CRU*

Het nieuw winkelconcept van Colruyt, de CRU, streeft om kwalitatief hoogwaardige producten uit verschillende voedingssectoren aan te bieden naar de klant toe. Binnen CRU wordt voedsel beschouwt als een ervaring en bijgevolg worden producten, ook vis, op dergelijke manier beschouwd.

(b) Noden aan onderzoek

De vereisten van producten zijn op vlak van stabiliteit en volume minder bepalend dan in supermarkten. Enkel voedingsproducten die tot de beste kwaliteit behoren kunnen aangeboden worden in de CRU. Producten uit de Vlaamse visserij kunnen voldoen aan deze criteria, maar enkel indien de vis maximaal 48u op zee geweest is. De CRU vormt dus een potentieel nieuwe afzetmarkt voor Belgische dagboten.

## **8.3 Lokale visverwerking**

### ***8.3.1 Lokale verwerking van pladijs***

In voorgaande hoofdstukken werd geconcludeerd dat de lokale visverwerkende industrie in beperkte mate gebruik maakt van lokale producten. Een bedrijf dat enkel lokaal aangelande visserijproducten verwerkt lijkt onrealistisch en werd door bepaalde geïnterviewde bedrijven bestempeld als financiële zelfmoord. Onstabiele aanvoer, variabele soortsaanstelling, lage volumes en onvoldoende vraag zijn hierbij belangrijke factoren. Een van de weinige soorten die in zekere mate wel kan voldoen aan de verwachtingen van belangrijke afzetkanalen van vis is de pladijs en vormt bijgevolg een kansrijke soort die als basis kan dienen voor gespecialiseerde lokale visverwerking.

Een groot deel van de lokaal aangelande pladijs wordt naar het buitenland toe geëxporteerd (zie Hoofdstuk 5, pg 31). Door verschillende geïnterviewde bedrijven werd gesteld dat pladijs hoofdzakelijk geëxporteerd wordt naar Nederland, waar het in gespecialiseerde bedrijven bewerkt wordt en verhandeld wordt naar hoofdzakelijk Zuid-Europese landen. Hierbij gaat het over kleine sorteringen van onverwerkte pladijs (< 2).

#### **Onderzoeksnoden**

Ondanks de grote aanvoer van pladijs zijn er weinig lokale verwerkers die zich specialiseren op deze grondstof. Een groot deel van de aangelande pladijs wordt ruw geëxporteerd waardoor veel van de waarde toevoegende stappen plaats vinden in het buitenland. Een lokale visverwerker die gespecialiseerd is op pladijs zou een meerwaarde betekenen voor de lokale visserijsector en kan een nieuw lokaal product leveren dat kan inspelen op de grote vraag naar stabiele soorten die in grote volumes beschikbaar zijn. Zodoende kan pladijs competitief optreden tegenover geïmporteerde bulksoorten binnen moeilijker toegankelijke afzetkanalen zoals de retail (Platteau et al. 2014). Om dit mogelijk te maken is echter een goed vooronderzoek noodzakelijk waar de economische haalbaarheid van een pladijs verwerkend bedrijf achterhaald moet worden.

Naast bepalen van de marketingstrategie, analyseren van economische en technische haalbaarheid en het vinden van afzetkanalen zal inschatten van marktpact essentieel zijn voor het welslagen van het project. Door de grote hoeveelheid pladijs die opgekocht wordt door buitenlandse kopers is de visserijsector sterk afhankelijk van hun koopgedrag. Een nieuw lokaal initiatief zou de markt kunnen verstoren, met nefaste gevolgen voor de visserijsector. Een nieuw initiatief dient bijgevolg de marktverstoring te minimaliseren en, bijgevolg, een nieuwe niche in te nemen. Deze niche kan geïdentificeerd worden door studie uit te voeren naar de markt naar pladijs. Zo worden hoofdzakelijk kleinere pladijsen geëxporteerd. Een pladijs verwerkend bedrijf dat zich toespitst op grotere sorteringen voor lokale consumptie kan een nieuwe niche creëren zonder een negatief effect te hebben op de huidige markt.

### ***8.3.2 Verwerking als service (Toll Processing)***

Een toll processor is een bedrijf dat zelf geen ruwe grondstoffen koopt maar vis bewerkt of verwerkt als dienst voor een 3<sup>de</sup> partij. Bedrijven die zelf geen bewerkende of verwerkende capaciteiten hebben kunnen beroep doen om een toll processor hun vis laten bewerken of verwerken. Vis wordt door deze 3<sup>de</sup> partij opgekocht, vaak op de veiling maar ook geïmporteerde vis, bewerkt door de toll processor en opgehaald door het 3<sup>de</sup> bedrijf.

Door bewerking en verwerking als dienst aan te bieden kan voor Belgische visserijproducten vlotter markttoegang gecreëerd worden. Bedrijven die graag vis willen aanbieden, maar geen bewerkende of verwerkende capaciteiten binnenshuis hebben kunnen via toll processing wel verse visserijproducten bekomen. Een toll processor heeft de flexibiliteit en vaardigheid om verschillende soorten te verwerken waardoor variabel aanbod geen beperkende factor is voor de toll processor zelf en de toll processor onafhankelijk is van de aanbodvereisten van de klant aangezien de klant zelf ruwe producten selecteert en aankoopt.

### **Onderzoeksnoden**

Toll processors zijn vaak kleine visbewerkende bedrijven (4-6 werknemers) die voor een significant deel van hun activiteiten afhankelijk van lokale aanvoer. Tijdens de interviews die uitgevoerd zijn voor dit onderzoek bleken deze bedrijven tevreden over de niche die ze ingenomen hebben en zien de bedrijfseigenaars groeipotentieel naar de toekomst toe.

De realisatie van deze groei wordt echter belemmerd door de grote investeringen die gebonden zijn aan automatisering. Een belangrijke snelheidsbepalende stap binnen deze bedrijven is de portionering van visserijproducten. Een portioneermachine kan zorgen voor een sterk verhoogde efficiëntie, maar de kostprijs van € 200.000 is voor deze kleine bedrijven te hoog. Een lening aangaan is moeilijk en er zijn geen subsidies waar deze bedrijven op kunnen steunen. Toekomstig onderzoek kan zich toespitsen op dergelijke beperkingen binnen de brede visverwerkende industrie en onderzoeken of subsidies kunnen zorgen voor groei in deze sector.

## **8.4 Opleiding**

Een grote en veel voorkomende beperking binnen de visverwerkende sector in België is het nijpend tekort aan fileerders. De opleidingen die momenteel gegeven worden zijn ofwel gebonden aan de VDAB ofwel gegeven door het bedrijf zelf. Beide opleidingen vinden voor het grote deel plaats op de werkvloer. Door de onaantrekkelijke werkomstandigheden en uren voltooien weinig participanten de opleiding waardoor verschillende bedrijven in het buitenland op zoek gaan naar werkrachten.

### **Onderzoeksnoden**

Een gecentraliseerd opleidingsplatform waar fileerders opgeleid kunnen worden kan een boost geven aan het aantal lokale werkrachten. Goed opgeleide werkrachten vertalen zich naar kwalitatief hoogwaardig bewerkte producten die een meerwaarde bieden in de productieketen van vis.

## **8.5 Communicatie doorheen de keten**

Bij een groot deel van voorgaande voorstellen wordt communicatie doorheen de keten beschouwd als een onbenutte opportuniteit om de belangen van verschillende stappen binnen de productieketen van visserijproducten te verduidelijken, problemen te delen en mogelijkheden voor coöperatie en optimalisatie te creëren.

Recent is hier een positieve ontwikkeling gekomen in de vorm van Het Convenant voor de verduurzaming van de visserijsector. Via debat tussen verschillende schakels binnen de productieketen van vis worden belangrijke problemen aangehaald en besproken zodat alle partijen geïnformeerd zijn over recente ontwikkelingen. Dit platform ontpopt zich tot een zeer



waardevol instrument voor de duurzame ontwikkeling binnen de visserijsector en maakt coöperatie mogelijk binnen de keten.

Verskillende voorstellen die in dit rapport beschreven staan kunnen in samenwerking met ketenpartners geoptimaliseerd worden met als doel het bekomen van een betere afstemming tussen lokale aanvoer en vraag. Hierbij dienen partners van elke schakel betrokken te worden binnen het debat (Snijder et al. 2015).

## 9. Conclusie

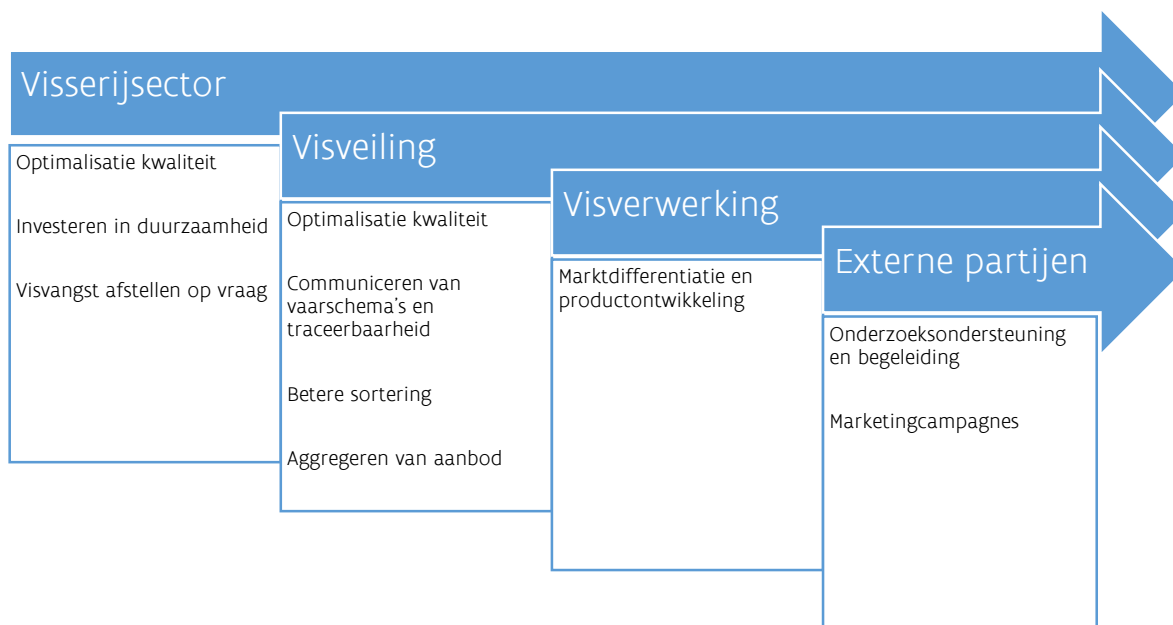
Door lage visprijzen en hoge operationele kosten is de Vlaamse visserijsector minder rendabel aan het worden. Om de rendabiliteit van de sector te verhogen dienen de behoeftes van de schakels in de visserijproductieketen in beschouwing genomen te worden om opportuniteiten te identificeren die vraag en aanbod beter met elkaar verbinden. Hiertoe werden in dit onderzoek volgende zaken onderzocht:

- (1) Het aanbod aan visserijproducten uit de Vlaamse visserijsector en geïmporteerde producten werd in beschouwing genomen. Er werd ook aandacht besteed aan knelpunten binnen de visserijsector (Hoofdstuk 5).
- (2) De lokale visverwerkende industrie werd in kaart gebracht, het gebruik van lokaal aangevoerde vis geanalyseerd en knelpunten werden beschreven (Hoofdstuk 6)
- (3) De vraag- en aanbodzijde werden vergeleken, rekening houdend met de vereisten van afzetkanalen, om te evalueren of lokale visverwerking een meerwaarde kan bieden voor de Vlaamse visserij en visverwerkingsindustrie (Hoofdstuk 7).
- (4) Opportuniteiten voor de betere verbinding tussen vraag en aanbod werden beschreven (Hoofdstuk 8)

De visbewerkende en visverwerkende sector is inherent onvoorspelbaar door fluctuerende vraag en aanbod van een vergankelijk product, prijs en prijsdruk, concurrentie, hoge kosten en vele andere knelpunten. De vraag van de klanten van deze bedrijven (hoofdzakelijk uit de retail) is echter vaak naar een stabiel product dat het hele jaar door in de zelfde kwaliteit, volume en prijs beschikbaar is. Hierdoor zoeken bedrijven binnen de visverwerkende sector naar een zo stabiel mogelijk assortiment van producten, waardoor ze voor hun ruwe grondstoffen voor een groot deel afhankelijk zijn van geïmporteerde soorten. Hierbij staan zalm en kabeljauw in bijna ieder type van lokaal visverwerkende industrie in de top 3 op vlak van marktpenetratie. Zalm en kabeljauw worden getypeerd door stabiele en continue beschikbaarheid in grote volumes. De lokale aanvoer daarentegen is vaak seizoenaal variabel in aanvoerfrequentie, volume, kwaliteit en prijs, en wordt daardoor als minder aantrekkelijk beschouwd. De grote invloed van de vraagzijde zorgt voor een hachelijke positie voor de Vlaamse visserijsector; De kopers zijn voor een groot deel onafhankelijk van de lokale aanvoer, maar de visserijsector is afhankelijk van de kopers.

Om vraag en aanbod beter met elkaar te verbinden kunnen aanbevelingen gemaakt worden die zich niet enkel toespitsen op de lokale visverwerkende sector maar heel de productieketen in beschouwing nemen. Door innovatieve stappen te ondernemen kan enerzijds het binnenlandse aanbod van wild gevangen visserijproducten beter voldoen aan de vraag naar visserijproducten en anderzijds kan de vraagzijde bewust gemaakt worden van de mogelijkheden die de lokale aanvoer te bieden heeft. Additioneel zijn er innovatieve verwerkingsmogelijkheden beschreven, is er ruimte voor een betere opleiding ter ondersteuning van de visverwerkende sector en worden de slaagkansen van deze voorstellen vergroot door betere communicatie en coöperatie doorheen de visserijproductieketen.

## 1. Voldoen aan lokale vraag



*Figuur 37: Schematische weergave van initiatieven die verschillende schakels in de visserijproductieketen kunnen ondernemen om te voldoen aan lokale vraag*

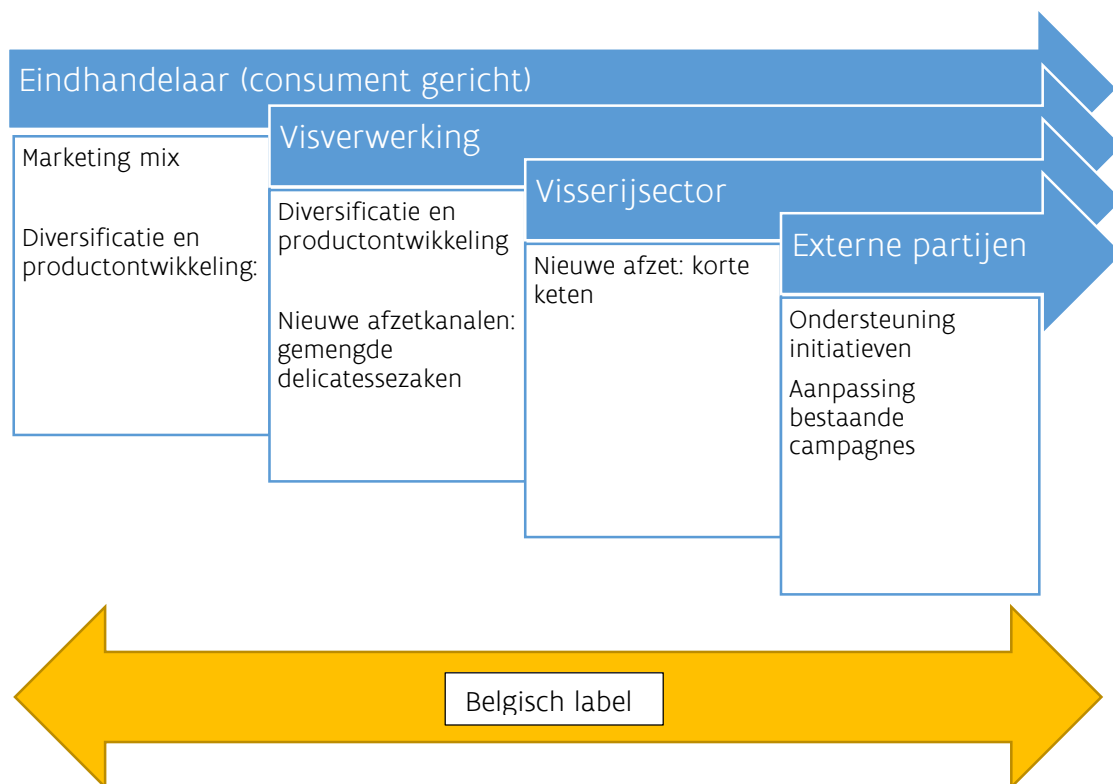
Het afstellen van de lokale aanbod op de vraag omvat een gevarieerd aantal pistes die producten aantrekkelijk maken voor verschillende afzetkanalen, rekening houdend met hun belangrijkste product gebonden criteria. Hierbij zal een inspanning nodig zijn van verschillende schakels in de keten.

Binnen de visserijsector zal de optimalisatie van de kwaliteit, het investeren in duurzaamheid (of het aantonen van duurzaamheidsinspanningen, cfr. VALDUVIS) en het afstellen van het vangstgedrag op periodes van grote vraag zorgen voor een grotere markttoegang binnen segmenten waar het afzetten van lokale producten moeilijk is.

De visveiling functioneert als een tussenschakel tussen vraag en aanbod dat voorspelbaarheid in aanvoer probeert te creëren door vaarschema's te communiceren naar de klanten toe, weinig gesorteerde soorten te sorteren naar vraag van kopers en aanvoer te aggregeren zodat grote kopers zekerder kunnen zijn van aanvoer (contractverkoop).

De visverwerkende industrie kan op zijn beurt lokaal aangelande producten op aantrekkelijke wijze presenteren door nieuwe producten te ontwikkelen binnen voedingssegmenten waar veel vraag naar is, zoals convenience foods. Het succes van deze nieuwe producten zijn voor een groot deel afhankelijk van marketingcampagnes. Hiervoor hebben lokale visverwerkende bedrijven onvoldoende financiële middelen en dienen coherente campagnes aangepast of gecreëerd te worden om deze te promoten.

## 2. Vraag afstellen op aanbod



*Figuur 38: Schematische weergave van initiatieven die schakels in de visserijproductieketen kunnen ondernemen om de vraag bewust te maken van de voordelen van lokale aanvoer en innovatieve producten die hiervan gebruik maken*

De lokale vraag kan eveneens door verschillende initiatieven en aanpassingen gebruik maken van de lokale aanvoer zonder dat seizoensaliteit en andere knelpunten een probleem vormen. Bij deze initiatieven worden inspanningen gevraagd van de vraagzijde.

De eindhandelaar kan door het aannemen van een marketing mix gebruik maken van een combinatie van verschillende soorten die een bepaalde marktniche innemen. Hierbij kan gebruik gemaakt worden van een combinatie van geïmporteerde soorten en lokale aanvoer. Een voorbeeld hiervan is het aanbod van witvis soorten waarbij gestreefd wordt om eerst de lokale bron van witvis uit te putten alvorens geïmporteerde soorten gebruikt worden. De visverwerker kan hierop inspelen door stabiele producten aan te bieden, zoals een vissoep, waarvan de samenstelling afhangt van de seizoensale aanvoer.

Naast het ontwikkelen van nieuwe producten die stabiliteit creëren uit seizoensaal aanbod kunnen nieuwe afzetkanalen opgezocht worden voor afzet van lokale producten. Hierbij gaat het over korte keten initiatieven die potentieel tonen als rechtstreekse afzet voor de visserijsector en gemengde delicatesseszaken, zoals CRU, waar seizoensale variatie minder belangrijk zijn en kwaliteit primeren.

Om deze voorstellen mogelijk te maken zullen externe partijen nodig zijn voor onderzoek ondersteuning en marketingcampagnes. Hierbij kunnen bestaande campagnes aangepast worden om, na communicatie met de brede sector, een duidelijke boodschap over te brengen naar de consument toe.

Tenslotte maakt de ontwikkeling van een lokaal label de lokale oorsprong naar de consumenten toe duidelijk. Een Belgisch label voor Belgisch aangelande visserijproducten kan een grote

meerwaarde betekenen voor de visserijsector en alle schakels binnen de productieketen van visserijproducten. Hiervoor zal een goede communicatie noodzakelijk zijn tussen alle schakels binnen de keten.

### **3. Lokale verwerking**

Lokaal aangelande pladijs wordt voor het grote merendeel in ruwe vorm geëxporteerd en in het buitenland verwerkt. Deze activiteit kan op lokale schaal plaatsvinden mits een goed vooronderzoek naar economische rendabiliteit, afzet en marktimpact.

Reeds bestaande, maar weinig aanwezige, verwerking in de vorm van toll processing biedt eveneens kansen voor een flexibele visverwerkende industrie dat bovendien potentieel biedt om deuren te openen naar nieuwe afzetkanalen.

### **4. Opleiding**

Het oprichten van lokaal onderwijs voor fileerders kan lokale werkkrachten aantrekken tot dit knelpuntberoep. Goed opgeleide fileerders vertalen zich naar een kwalitatief hoogwaardig product.

### **5. Communicatie en coöperatie doorheen de sector**

Om de slaagkansen van de roadmap en de onderdelen waaruit deze roadmap bestaan te maximaliseren is een vlotte communicatie doorheen de sector van groot belang. Hiervoor is Het Convenant een ideaal platform waar combinaties van deze voorstellen besproken kunnen worden om de optimale richting voor de Belgische visserijproductenketen te bepalen en voordeel te halen voor alle schakels. Er zijn veel mogelijkheden tot groei, maar geen van hen is mogelijk zonder communicatie en coöperatie binnen de keten.

## 10. Referenties

AIPCE-CEP, 2015. *Finfish Study 2014*, Brussels.

Asche, F., New supply chains for seafood: Implications for competition and price formation.

Beukers, R., 2011. *Visverwerking en visgroothandel in Nederland Recente ontwikkelingen en vooruitzichten*, Den Haag.

Commission, E., 2012. Communicating EU Research and Innovation - A Guide for project participants. , (September), pp.0–13. Available at: [http://bookshop.europa.eu/en/editions/2012/PAPER/EN/?EditionKey=K13212366ENC\\_PAPER&JumpTo=OfferList](http://bookshop.europa.eu/en/editions/2012/PAPER/EN/?EditionKey=K13212366ENC_PAPER&JumpTo=OfferList).

Curtis, H. & Barr, R., 2012. *2012 Survey of the UK Seafood Processing Industry*, Edinburgh.

Deloof, D. & Bekaert, K., 2015. *VISDIRECTPLUS*, Oostende.

Eumofa, 2014. The EU Fish Market. *European Union*.

European Commission Maritime Affairs and Fisheries, 2011. Adding Value to Local Fishery and Aquaculture Products. , (2011-10-05, kl. 10.26). Available at: [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/sites/default/files/documents/FARNET\\_Adding-value\\_Guide-3\\_EN.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/sites/default/files/documents/FARNET_Adding-value_Guide-3_EN.pdf) [Accessed June 16, 2015].

EVF, 2013. Operationeel Programma in uitvoering van het Nationaal Strategisch Plan voor de Belgische visserijsector.

FAVV, 2015a. Technische fiche activiteit TRA – ACT 144. In *Gids G-032*. pp. 4–5.

FAVV, 2015b. Technische fiche activiteit TRA – ACT 145. In *Gids G-032*. pp. 4–6.

Food Industry, 2014. Food Industry. , (2), p.36.

Kelly, C., Chatterjee, I. & Newsome, J., 2013. Local + Sustainable Seafood : The Competitive Advantage Situation : Competitive Seafood Market.

Kinds, A. et al., 2015. VALDUVIS: An innovative approach to assess the sustainability of fishing activities. *Fisheries Research*. Available at: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0165783615301235>.

Knapp, G., 2008. *Simple Financial Analysis for a Small Fish Processing Plan*,

Laar, M., Rippen, K. & Tamminga, T., 2010. *Vissen voor de markt*,

- Larkin, S., Sylvia, G. & Tuininga, C., 2003. Portfolio analysis for optimal seafood product diversification and resource management. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 28(2), pp.252–271. Available at: <Go to ISI>://WOS:000185018400005.
- Lescrauwaet, A. & Pirlet, H., 2013. A compendium for coast and sea. *VLIZ Young Marine ...* Available at: <https://biblio.ugent.be/publication/4391915> [Accessed November 25, 2014].
- Lescrauwaet, A.K. et al., 2013. *Compendium voor Kust en Zee 2013: Een geïntegreerd kennisdocument over de socio-economische, ecologische en institutionele aspecten van de kust en zee in Vlaanderen en België*, Oostende, Belgium.
- M & A International, 2013. *The Seafood Industry: Across the Entire Value Chain A Sea of Buyers Fishing for M & A Opportunities Table of Contents*,
- Marketingdienst VLAM, 2015a. Visbarometer 2015: Belgische import van schaal- en weekdieren. , p.2015.
- Marketingdienst VLAM, 2015b. Visbarometer 2015: Evolutie Belgische export en import van vis , week- en schaaldieren en andere zeeproducten. , pp.1–3.
- Marketingdienst VLAM, 2015c. *Visconsumptie 2014*,
- Melissant, C., de Vos, B. & Zaalmlink, W., 2014. *Keurmerken en labels voor verse Nederlandse vis. Een wegwijzer voor kenniskringen in de visserij*, Available at: <http://www.wageningenur.nl/nl/Expertises-Dienstverlening/Onderzoeksinstituten/lei.htm>.
- New Economics Foundation, 2015. Fish dependence – 2015 update. Available at: [http://b3cdn.net/nefoundation/b01cd8c05fc8ad65ed\\_3im6bai20.pdf](http://b3cdn.net/nefoundation/b01cd8c05fc8ad65ed_3im6bai20.pdf).
- Pil, F. & Vandenbroucke, G., 2012. De Belgische sector van visverwerkers Stabiel en met veel groeimogelijkheden ! , pp.32–34.
- Platteau, J., Van Gijseghe, D. & Van Bogaert, T., 2014. VIRA 2014: Visserijrapport. , p.60.
- Polet, H., Torreele, E. & Pirlet, H., 2013. Visserij. In *Compendium voor de kust en zee: een geïntegreerd kennisdocument over de socio-economische, ecologische en institutionele aspecten van de kust en zee in Vlaanderen en in België*. Oostende, Belgium, pp. 161–174.
- Rederscentrale, 2015. *Productie- en Marketingplan 2015*,
- Schoon, W., 2015. Trends in Fish and Seafood in Europe.
- Scientific Technical and Economic Committee for Fisheries (STECF), 2014a. *Summary of the 2014 Annual Economic Report on the EU Fish Processing Industry (STECF-14-21)*,

- Scientific Technical and Economic Committee for Fisheries (STECF), 2014b. *Summary of the 2014 Annual Economic Report on the EU Fish Processing Industry (STECF-14-21)*.
- Silva, D. a M. De, 2011. Value chain of Fish and Fishery products : Origin , Functions and Application in Developed and Developing country markets. , pp.1–53.
- Snijder, N. De et al., 2015. Vistraject.
- Sys, K., Kinds, A. & Verhaeghe, D., 2014. *WP 3.2: Fish supply chain flows for the Belgian fisheries sector*, Oostende, Belgium.
- Tessens, E., 2015. *DE BELGISCHE ZEEVISSERIJ 2014: AANVOER EN BESOMMING*, Available at: [www.vlaanderen.be/zeevisserij](http://www.vlaanderen.be/zeevisserij).
- Vereniging Vlaamse Visveilingen CVBA, 2012. Veilsysteem.
- Verlé, K. et al., 2016. *De Belgische industrie voor de verwerking van vis, schaal- en weekdieren: status en uitdagingen.*, Oostende, Belgium.
- Van de Walle, G., FLAGS in Business: Adding value to local fisheries products. Available at: [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/ALMERE\\_FSU\\_intro\\_to\\_addingvalue.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/ALMERE_FSU_intro_to_addingvalue.pdf) [Accessed June 16, 2015].
- Wilkinson, J., 2006. Fish: A Global Value Chain Driven onto the Rocks. *Sociologia Ruralis*, 46(2), pp.139–153. Available at: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sih&AN=21123927&site=ehost-live>.
- Van der Zeijden, P.T. et al., 2011. Marktstudie visserijketen.







## Contact

Lancelot Blondeel, Wetenschappelijk onderzoeker  
Instituut voor Landbouw- en Visserijonderzoek  
Dier  
Ankerstraat 1  
8400 Oostende  
T +32 59 56 98 43  
[lancelot.blondeel@ilvo.vlaanderen.be](mailto:lancelot.blondeel@ilvo.vlaanderen.be)

Vermenigvuldiging of overname van gegevens toegestaan mits duidelijke bronvermelding.

# ILVO

Aansprakelijkheidsbeperking

Deze publicatie werd door ILVO met de meeste zorg en nauwkeurigheid opgesteld. Er wordt evenwel geen enkele garantie gegeven omtrent de juistheid of de volledigheid van de informatie in deze publicatie. De gebruiker van deze publicatie ziet af van elke klacht tegen ILVO of zijn ambtenaren, van welke aard ook, met betrekking tot het gebruik van de via deze publicatie beschikbaar gestelde informatie.

In geen geval zal ILVO of zijn ambtenaren aansprakelijk gesteld kunnen worden voor eventuele nadelige gevolgen die voortvloeien uit het gebruik van de via deze publicatie beschikbaar gestelde informatie.

The logo for ILVO, consisting of the letters 'ILVO' in a bold, green, sans-serif font.

Instituut voor Landbouw- en Visserijonderzoek  
Burg. Van Gansberghelaan 92  
9820 Merelbeke - België

T +32 9 272 25 00  
[ilvo@ilvo.vlaanderen.be](mailto:ilvo@ilvo.vlaanderen.be)  
[www.ilvo.vlaanderen.be](http://www.ilvo.vlaanderen.be)