

## 1.1 Vismarkt

IntelligentFood heeft recepturen ontwikkeld om gerookte paling-, makreel-, zalm- en forel olie te maken.

Tevens hebben wij recepturen om van de reststromen van garnalen en kreeften, garnalen en kreeftenolie te maken.

In dit hoofdstuk wordt kort een beeld geschetst van de algemene vetconsumptie in zowel Nederland als enkele andere landen in Europa waar veel vis wordt geconsumeerd.

### 1.1.1 De Nederlandse markt in het kort

De Nederlander eet thuis gemiddeld een keer in de drie weken vis. Dat komt neer op 3,6 kilogram per persoon per jaar. In vergelijking met andere Europese landen wordt er in Nederland erg weinig vis gegeten. Zo is de thuisconsumptie van Belgen ruim 12 kilogram vis, schaal- en schelpdieren per persoon per jaar (Bron: GfK). In Zuid-Europese landen als Italië ligt de thuisconsumptie van vis zelfs rond de 20 kilogram per persoon per jaar (Bron: ISMEA). De Nederlander mag dus best wat vaker vis op tafel zetten voor een gezonde en gevarieerde maaltijd.

Een van de eerste oliën die IntelligentFood zal produceren is gerookte palingolie. De leden van de Nederlandse vereniging van Palinghandelaren hebben in totaal ruim 600FTE aan medewerkers in dienst met een economische waarde van de Nederlandse palingsector van ruim 250 miljoen Euro (peiljaar 2008). Een uitstekend begin om deze markt ook van gerookte palingolie te voorzien.

Feiten & Cijfers (Ned Vereniging van Paling Handelaren, 2020)

### 1.1.2 Europese markt

Op Spanje na is Frankrijk de grootste Europese markt voor visserijproducten. Het totale verbruik liep in 2015 op tot 2,31 miljoen ton (equivalent levend gewicht). In 2015 consumeerde elke inwoner van Frankrijk 34 kg per jaar uit wildvangst en aquacultuur (VLIZ, 2020), terwijl het wereldwijde gemiddelde op 21,2 kg ligt en de gemiddelde Europeaan 25,1 kg verbruikt (VLIZ, 2020). Het volume van de Franse consumptie blijft groeien: in het midden van de jaren 1960 lag het nog op ongeveer 20 kg per persoon per jaar. De producten die op de Franse markt geconsumeerd worden, vertonen zowel gelijkenissen met landen uit het zuiden van Europa, als met landen uit Noord-Europa.

In Frankrijk worden nog relatief veel ruwe, niet verwerkte producten aangekocht, zoals veel schaal- en schelpdieren, en niet of nauwelijks bewerkte vis (op hun geheel). Maar net zoals in de noordelijke landen, groeit bij de Franse consument – en zeker bij stedelingen en jongeren – de voorkeur voor kant-en-klare producten, die in gespecialiseerde voedingsbedrijven getransformeerd worden. Sociologische veranderingen hebben de voedingsgewoontes ingrijpend veranderd, zo ook voor visserijproducten. Het snelle ritme van het stadsleven stimuleert de vraag van de werkende bevolking naar producten die tijds winst opleveren: voorgesneden, (voor)gekookt of bereid.

Uit analyses van bestedingspatronen blijkt dat senioren de laatste decennia steeds meer verse vis kopen en eten. Het verbruik van visproducten in het algemeen, en van verse vis in het bijzonder, is nauw gelinkt aan het gezinsinkomen: 77% van de welgestelde gezinnen koopt vis, tegenover slechts 62% van de gezinnen met een bescheiden inkomen. Senioren zijn historisch gezien nog nooit zo welgesteld geweest

als nu, maar zal dit – zeg maar in 20 jaar – nog steeds het geval zijn en zullen ze dan nog evenveel vis kopen? Bovendien stellen veel consumenten vandaag de dag hun hoge consumptie van dierlijke eiwitten – ook van vis, schaal- en schelpdieren – steeds meer in vraag. (VLIZ, 2020)

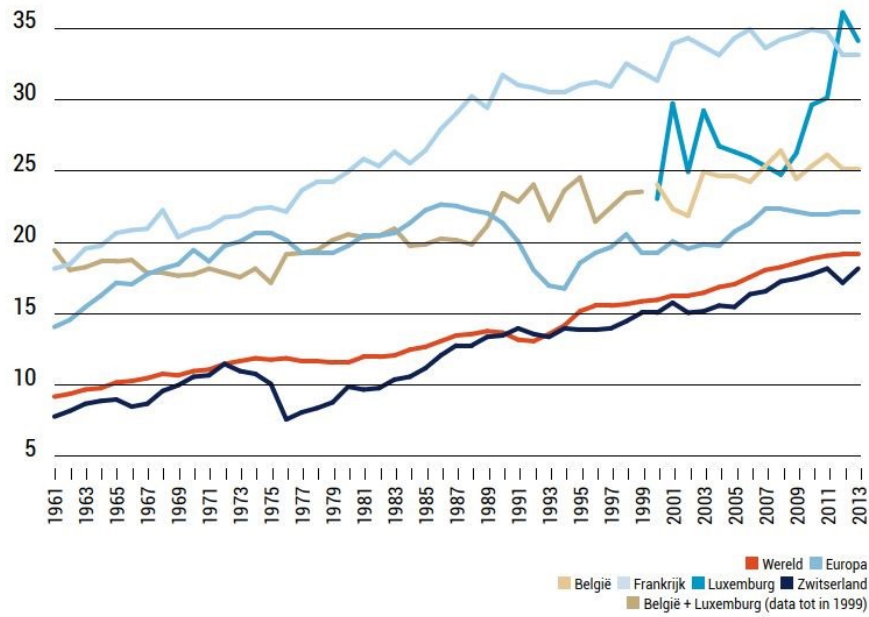
### **1.1.3 Visspecialzaken**

Visspecialzaken zagen hun verkoop aan particulieren in de voorbije dertig jaar opmerkelijk dalen. Zij komen onder druk te staan van de stijgende verkoop in grootwarenhuizen. Aan het eind van de jaren 70 richtten supermarkten hun eerste visafdelingen op. Hun groei was zeer sterk in de jaren 80 en is sindsdien nauwelijks afgezwakt. In 1990 waren grootwarenhuizen verantwoordelijk voor 40% van de particuliere verkoop (in waarde) van verse producten uit wildvangst en aquacultuur. In 2015 bedroeg dit cijfer reeds meer dan 72%, de vishandelaren (winkels en markten) vertegenwoordigen 23% en de directe verkoop de overige 5%.

Voor het geheel van visserijproducten (vers, diepgevroren, traiteurproducten en conserven) zijn de moderne distributieketens (supermarkten, 'hard discounter' en distributeurs van diepvriesproducten) verantwoordelijk voor meer dan 88% van de verkoop naar huishoudens toe (in waarde). Ze bepalen vooral sterk de markt in diepvriesproducten, bereide maaltijden en conserven. Maar wat verse vis betreft, behouden zelfstandige vishandelaren (in winkels of ambulant) hun marktpositie, aangezien de consument de meerwaarde van hun vakkennis en raadgevingen waardeert. Hun marktaandeel voor verse vis en schelpdieren bedraagt respectievelijk 22% en 30%. Voor specifieke vissoorten is de rol van de visboer relatief gezien nog groter (zeebaars 39%, zeebrasem 32%, zeeduivel 28%, heek 40%). (VLIZ, 2020)

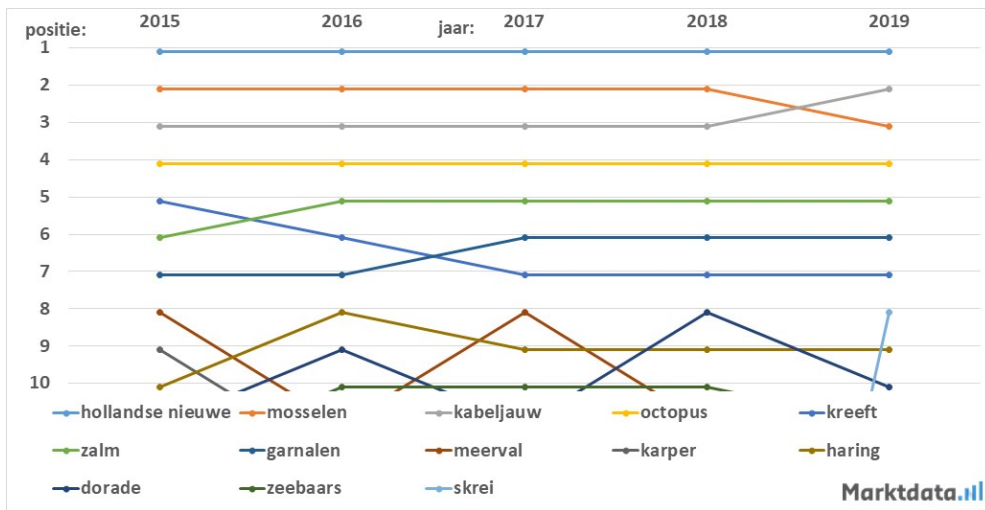
Voor het geheel van de Franse markt (detailhandel en restaurants) en voor alle visserijproducten samen, is de grootdistributie (met inbegrip van 'freezer centers' en 'hard discounters') verantwoordelijk voor bijna 60% (in waarde) van de verkoop. Dit is een van de hoogste percentages in Europa. Het beroep van visverkoper (verse en/of levende producten) is aan verschillende regels onderworpen. De visafdelingen in warenhuizen hebben nog maar weinig van doen met die van de supermarkten twintig jaar geleden. Het assortiment is zeer uitgebreid, de kwaliteit is sterk verbeterd en de decoratieve, aantrekkelijke uitstalling maakt deze afdeling voor velen de meest attractieve ruimte van het warenhuis. Hyper- en supermarkten waren de eerste marktspelers die in het begin van de jaren 2000 de overbevissing erkenden en maatregelen namen om deze tegen te gaan. Vandaag de dag hebben alle grote warenhuisketens hun wens kenbaar gemaakt om zich voortaan enkel te bevoorraden met vis, schaal- en schelpdieren uit duurzame visserij en kweek. Alhoewel de mate waarin de goede intenties omgezet worden in effectieve daden nogal kan verschillen van keten tot keten, en wat kan variëren in functie van de media-aandacht rond het onderwerp.

EVOLUTIE IN DE CONSUMPTIE VAN AQUATISCHE PRODUCTEN (kg levend gewicht per persoon)  
Bron: FAO 2017



Figuur 1 consumptie aquatische producten (vis, schaal- en schelpdieren)

De oliën die IntelligentFood zal produceren zullen in de eerste instantie voor de Nederlandse markt worden geproduceerd. Echter aan de vetconsumptie te zien in overige Europese landen, zal een uitbreiding naar Frankrijk, Spanje een logische stap zijn.



Figuur 2 ranglijst jaarlijkse positie van vis, schaal- en schelpdieren in het Google zoekvolume.