
DUURZAME EN VERS GEPELDE HOLLANDSE GARNALEN IN HET SCHAP

Onderzoek naar de haalbaarheid en positionering van duurzame, vers gepelde Hollandse garnalen



WORKING ON
SUSTAINABILITY

DUURZAME EN VERS GEPELDE HOLLANDSE GARNALEN IN HET SCHAP

Onderzoek naar de haalbaarheid en positionering van duurzame, vers gepelde Hollandse garnalen

Februari 2014

CREM BV
Spuistraat 104d
1012 VA Amsterdam
The Netherlands

T +31 (0)20 627 49 69
F +31 (0)20 626 65 39

office@crem.nl
www.crem.nl



Ministerie van Economische Zaken

Het project 'Alternatieve positionering Hollandse garnalen' is een initiatief van Ursa Major Services BV/CPO Nederlandse Vissersbond U.A. en is mede mogelijk gemaakt door het Europees Visserij Fonds (EVF) en het Ministerie van Economische Zaken ter investering in duurzame visserij.

INHOUDSOPGAVE

1	Inleiding	10
1.1	Aanleiding	10
1.2	Doelstelling	11
1.3	Leeswijzer	11
2	Projectopzet en projectfasering	13
2.1	Hoofdaanvrager, medeaanvragers en ingehuurd partijen	13
2.2	Projectfasering	13
3	Organisaties in het samenwerkingsverband	15
3.1	Gegevens aanvragers en samenwerkende partijen	15
3.2	Achtergrondinformatie aanvragers en samenwerkende partijen	15
4	Situatieanalyse.....	18
4.1	De Hollandse garnaal	18
4.1.1	<i>Producteigenschappen</i>	18
4.1.2	<i>De garnalenketen</i>	19
4.2	De visserij	20
4.2.1	<i>De garnalenvissers</i>	20
4.2.2	<i>De visafslagen</i>	21
4.3	Verwerking en handel	23
4.3.1	<i>Het pellen</i>	23
5	Een duurzame en versere granaal	25
5.1	Kansen voor een duurzamer product	25
5.1.1	<i>MSC als basis</i>	25
5.1.2	<i>Energieverbruik tijdens de vangst</i>	25
5.1.3	<i>Energieverbruik: Transport en verwerking</i>	26
5.1.4	<i>Bijvangst en bodemberoering: nieuwe vangstmethoden</i>	28
5.1.5	<i>Restafval: nieuwe toepassingen</i>	29
5.1.6	<i>Conclusie duurzaamheid</i>	30
5.2	Kansen voor een verser product	30
5.2.1	<i>Wat is vers?</i>	30
5.2.2	<i>Pellen in Nederland</i>	31
5.2.3	<i>Ongepelde garnalen</i>	33
5.2.4	<i>Toepassing conserveringsmiddelen</i>	33
5.2.5	<i>Een gedragscode voor vissers?</i>	34
5.2.6	<i>Conclusie Vers</i>	35

5.3	Kenmerken van de duurzame, vers gepelde Hollandse garnaal	36
	<i>Mogelijke duurzaamheidscriteria</i>	36
	<i>Verscriteria</i>	37
6	Positionering in de markt	38
6.1	De markt in cijfers: algemeen	38
6.2	Marktbeschrijving en trends: retailsector	42
6.2.1	<i>Marktbeschrijving</i>	42
6.2.2	<i>Markttrends</i>	43
6.2.3	<i>Conclusies retailsector</i>	44
6.3	Marktbeschrijving en trends: out of homesector	45
6.3.1	<i>Marktbeschrijving</i>	45
6.3.2	<i>Conclusies Out-of-home</i>	47
6.4	Positionering van de Hollandse garnaal	47
6.4.1	<i>Algemene conclusie</i>	47
6.4.2	<i>Conclusies positionering op vers en duurzaam</i>	48
7	Pilotfase	50
7.1	Inleiding	50
7.2	Vorbereiding en opzet van de pilot	50
7.3	Resultaten van de pilot	51
8	Conclusies en aanbevelingen	55
8.1	Conclusies	55
8.2	Aanbevelingen	56
9	Publiciteit.....	58

SAMENVATTING

Achtergrond

De garnalenvisserij wordt gekenmerkt door jaar op jaar sterke wisselingen in rendement als gevolg van wisselingen in vangsten, afzetprijzen en kosten. Tegelijkertijd wordt van de visserij een bijdrage verwacht aan het verduurzamen van vangstmethoden en het beheer van vangstgebieden. Ook in de markt spelen vragen rond de duurzaamheid van garnalen. Verschillende marktpartijen zijn geïnteresseerd in een verdere verduurzaming van het assortiment, waaronder Kruidenier Food Services. Deze partijen zijn bovendien op zoek naar mogelijkheden om de kwaliteit van producten te verbeteren en de klant te verrassen met 'nieuwe' producten en acties die 'positieve emoties' opwekken. Tegen deze achtergrond heeft Ursa Major Services BV het initiatief genomen om de mogelijkheden voor het ontwikkelen en vermarkten van een exclusieve duurzame(re) en verse(re) Hollandse garnaal, ook wel grijze garnaal of Noordzeegarnaal genoemd. Voor de garnalenvissers ontstaan nieuwe kansen voor meer economisch toegevoegde waarde en meer maatschappelijke waardering.

Voor het project zijn de volgende **doelstellingen** aangehouden:

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. <i>Ontwikkelen van een productconcept voor de Hollandse garnaal, dat door de aandacht voor kwaliteit en duurzaamheid meerwaarde oplevert voor de visser, de consument, de retail en het milieu. Meerwaarde moet resulteren in netto meerprijs wil het toegevoegde waarde voor de ondernemer hebben.</i>2. <i>Het in de markt zetten van dit productconcept via deelnemende marktpartijen.</i> |
|---|

In het project is samengewerkt tussen Ursa Major Services BV, de Nederlandse Visserijbond, PO Wieringen, Vereniging ter Bevordering van de Garnalenhandel (VEBEGA), VisNed, Waddenvereniging, Stichting De Noordzee en Kruidenier Food Services. CREM BV ondersteunde door middel van onderzoek en advies.

Het productconcept

Een duurzame Hollandse garnaal

De belangrijkste winstmogelijkheden voor het te ontwikkelen productconcept lijken (naast het voldoen aan de MSC criteria) te liggen op het vlak van pellen in Nederland en de toepassing van alternatieve vistuigen die brandstofbesparend werken al dan niet in combinatie met de pulskor (alleen bruikbaar met ontheffing en daardoor op dit moment nog niet toepasbaar). Een beperking van het energieverbruik tijdens de vangst leidt daarbij tot de meeste winst (over de gehele keten bezien). Hiermee wordt winst behaald op het gebied van energieverbruik (vermindering emissie broeikasgassen door brandstofverbruik), en misschien, bodemverstoring en bijvangst. Daarnaast zou de nuttige toepassing van restafval een interessante winstmogelijkheid kunnen zijn. Hiervoor is echter nog meer onderzoek nodig. Inzet van alternatieve vistuigen en nuttige toepassing van het restafval kunnen, naast duurzaamheidswinst, ook financiële winst opleveren. In hoeverre deze winst afweegt tegen de investeringen is nog niet bekend. In algemene zin dient in ieder geval sprake te zijn van een 'MSC+ situatie', waarbij individuele vissers/schepen een extra duurzaamheidsbijdrage leveren, bovenop het generieke MSC initiatief.

Een versere Hollandse garnaal

Productie van een versere Hollandse garnaal blijkt mogelijk. De tijd tussen vangst en verkoop kan aanzienlijk verkort worden door in Nederland machinaal te pellen. Hoewel machinaal pellen in Nederland de tijd tussen vangst en verkoop verkort, blijft het noodzakelijk om de garnalen te conserveren vanuit het oogpunt van voedselveiligheid en houdbaarheid. Een reden hiervoor is ook dat het in de praktijk in de retail niet mogelijk blijkt te zijn om een product constant bij de temperatuur van smeltend ijs te bewaren, wat wel wettelijk verplicht is. Alleen voor zeer kleine afzet dichtbij de pelmachines, of bij verkoop direct vanaf het vissersschip bij handmatig pellen zijn ongeconserveerde garnalen haalbaar. Samen met de innovatieve verpakking en een goede logistiek moet het wel mogelijk zijn een versere Hollandse garnaal op de markt te brengen die in ieder geval *minder* conserveringsmiddelen bevat dan de huidige op de markt aanwezige garnalen, indien de consument een zeer sterk verkorte houdbaarheid aanvaardt. Uit het oogpunt van de versbeleving van de consument blijkt het dan raadzaam een conserveringsconcept toe te passen waar Benzoëzuur geen onderdeel vanuit maakt. Door de versheid en kwaliteit van de aangelande garnalen te verbeteren via een gedragscode voor garnalenvissers, blijkt de benodigde kwaliteitsverhoging mogelijk te zijn.

De markt

Hollandse garnalen worden veelal nog niet gepositioneerd/vermarkt als duurzaam of vers gepeld. De in duurzaamheid en gezondheid geïnteresseerde consument zal momenteel waarschijnlijk eerder voor exotische garnalen kiezen met een duurzaamheidskeurmerk (MSC), een biologisch keurmerk (BIO/EKO) of een Puur & Eerlijk label, dan voor Hollandse garnalen. De Hollandse garnalen profiteren vanwege het ontbreken van keurmerken en labels dus onvoldoende van de trend naar duurzaam en gezond voedsel. Ook lijkt de meerprijs voor Hollandse garnalen onvoldoende te worden vertaald naar een meerwaarde voor de consument. Slechts een enkel product onderscheidt zich op versheid (vers gepeld) en traceerbaarheid (vermelding van het vissersschip op de verpakking). Er lijkt dan ook zeker ruimte te zijn voor een sterkere positionering van Hollandse garnalen als een kwalitatief hoogwaardig lokaal/streek product dat zich positief onderscheidt op duurzaamheid en versheid. Deze positionering is in lijn met markttrends in de retailsector. Door de garnalenvisser achter het product in beeld te brengen (creëren van een 'food celebrity') kan bovendien worden ingespeeld op de informatiebehoefte van de consument ten aanzien van de herkomst van het product. Ook in de out-of-home sector lijkt ruimte te zijn voor een sterkere positionering van Hollandse garnalen als kwalitatief hoogwaardig lokaal/streek product dat zich positief onderscheidt op duurzaamheid en versheid. Zowel in de horeca als de catering blijkt er een groeiende vraag te zijn naar duurzaam en vers. Met een marketingstrategie kan dus zeker op deze aspecten worden ingespeeld. Hierbij moet nog blijken welk aspect leidend zou moeten zijn. Zo zal het aspect duurzaam mogelijk wel een leidend aspect kunnen zijn in de positionering richting de catering (duurzaam inkopen), maar is het goed mogelijk dat binnen de supermarkt en in de horeca vers en gezond voorop moeten staan.

De conclusie

De pilot, uitgevoerd door een marktpartij uit de out-of-home sector in samenwerking met een groep garnalenvissers die vist volgens de criteria van het productconcept voor duurzame, vers gepelde garnalen, was succesvol, maar te beperkt van opzet om zich te lenen voor algemene conclusies. De interesse van verschillende marktpartijen gedurende het project en de resultaten van de pilot wijzen er echter op dat er een markt is voor duurzame, vers gepelde Hollandse garnalen. Vanuit marketingoogpunt zijn daarbij de

volgende proposities van belang: de smaak, de herkomst en het gezicht achter het product (de visser), vers gepeld en duurzaam gevangen. Hierbij moet worden opgemerkt dat 'duurzaam', afhankelijk van de markt, meer als een achterliggend principe zou moeten worden gehanteerd, dan als het 'gezicht' van het productconcept. Voor de catering kan dit vanuit het oogpunt van duurzaam inkopen anders liggen. Conservering zonder benzoëzuur is een belangrijke voorwaarde vanuit het oogpunt van versbeleving en het maatschappelijk draagvlak voor het productconcept.

Ten aanzien van de prijs blijkt uit de (indicatieve) pilot dat er enige ruimte is om een duurzame, vers gepelde Hollandse garnaal tegen een meerprijs in de markt te zetten. Om te komen tot een betere prijs voor de visser lijkt een andere samenwerking in de keten (voor sommige markten) echter meer kansrijk. Bijvoorbeeld door directe samenwerking tussen (organisaties van) garnalenvissers en inkopers voor de retail en out-of-home sector. Door deze kortere ketens is het beter mogelijk om een meerprijs voor de visser te realiseren. In hoeverre dergelijke kortere ketens ook mogelijk zijn in andere markten is overigens de vraag. De volumes en verpakkingen die nodig zijn in de grotere supermarktketens vereisen mogelijk een andere opbouw van de keten.

Hoe verder?

Het verdient aanbeveling om de ervaringen met het productconcept te monitoren en deze kennis te gebruiken om de markt voor het productconcept te vergroten of, indien dit nodig blijkt, het productconcept op onderdelen aan te passen. Daarnaast is het van belang om ervoor te zorgen dat het productconcept voldoende onderscheidend blijft en in de 'voorhoede' blijft meedraaien waar het gaat om duurzaamheid. Dit betekent onder meer dat de onderscheidendheid van het productconcept opnieuw dient te worden beoordeeld zodra het MSC label voor de garnalenvisserij een feit is, mede in het licht van de promotie die rond dit label naar verwachting zal gaan plaatsvinden.

1 INLEIDING

1.1 Aanleiding

De garnalenvisserij wordt gekenmerkt door jaar op jaar sterke wisselingen in rendement als gevolg van wisselingen in vangsten, afzetprijzen en kosten. Tegelijkertijd wordt van de visserij een bijdrage verwacht aan het verduurzamen van vangstmethoden en het beheer van vangstgebieden. In de loop van 2014 zal waarschijnlijk de mogelijkheid bestaan om in de Nederlandse kustwateren (Noord- en Waddenzee) op garnalen te vissen die voldoen aan de criteria van MSC. In deze criteria staan vooral het beperken van bijvangsten en het nemen van een aantal beheersmaatregelen centraal. MSC certificering zal uiteindelijk een belangrijke stap zijn in de versterking van het imago van de garnaal. Hierdoor ontstaan nieuwe marketingkansen en hopelijk meer toegevoegde waarde voor het product, wat ten goede komt aan de vissers.

Maar daarmee zijn de kansen om deze garnalen optimaal te positioneren en te vermarkten zeker nog niet uitgeput. Vooral wat betreft de kwaliteit van het product en de duurzaamheidsaspecten in de ketenschakels na de vangst zijn er nog andere slagen te maken. In de huidige praktijk worden de gevangen garnalen namelijk om socio-economische redenen vooral in het verre buitenland (vooral Marokko) gepeld.

Het pellen in het buitenland is ingevoerd na het thuispelveverbod in 1984. Nederlanders waren destijds genegen thuis te pellen voor een gering stuksloon. Thuis pellen is echter verboden omdat visverwerking in een EU erkende inrichting moet plaatsvinden. Vanwege de zgn. "Tolsteegaffaire" (ziekte-uitbraak in een Utrechts verzorgingshuis met doden, aanvankelijk geacht veroorzaakt te zijn door tropische garnalen, achteraf vanwege een Algerijnse kok met dysenterie) is garnalenverwerking sterk herzien. Er bleken echter onvoldoende mensen bereid om te reizen naar een erkende pelfabriek om zo dit werk uit te voeren. In landen als Polen, Oekraïne en Marokko bestond wél de genegenheid om in een dergelijk verband te pellen. Daarom is uiteindelijk dit werk in het buitenland terecht gekomen.

Daarnaast moeten conserveermiddelen gebruikt worden omwille van de voedselveiligheid en houdbaarheid. Bovendien kunnen deze garnalen niet als een 'vers' product in de markt worden gepositioneerd. Tot slot kunnen bij deze praktijk, waarin met vrachtwagens heen en weer wordt gereden tussen Nederland en Marokko, uit milieuoogpunt vraagtekens worden gezet. De discussie omtrent dit lange afstand transport kan uiteindelijk ook ondermijnend werken bij het als 'duurzaam' in de markt zetten van MSC garnalen.

Ook in de markt spelen vragen rond de duurzaamheid van garnalen. Zo heeft Jumbo Supermarkten de doelstelling om vanaf 2011 voornamelijk duurzame visproducten in de schappen te hebben, bij voorkeur MSC gecertificeerde producten. Kruidenier (toeleverancier voor horeca en grootverbruik) is voortdurend actief om het assortiment (waaronder visproducten) te verduurzamen. Deze twee bedrijven zijn bovendien op zoek naar mogelijkheden om de kwaliteit van producten te verbeteren en de klant te verrassen met 'nieuwe' producten en acties die 'positieve emoties' opwekken. Zo wil Jumbo de consument graag weer laten kennis maken met de smaak van een verse garnaal. Tegen deze achtergrond zijn Jumbo en Kruidenier geïnteresseerd om de mogelijkheden voor het

vermarkten van een exclusieve Hollandse garnaal te onderzoeken, waardoor zowel voor de vissers, als Jumbo en Kruidenier zelf economische meerwaarde ontstaat.

Voor de garnalenvissers zijn de plannen van deze twee bedrijven een kans om de gestagneerde consumentenmarkt te doorbreken. Bovendien ontstaan hierdoor nieuwe kansen voor meer economisch toegevoegde waarde en meer maatschappelijke waardering.

De initiatiefnemer voor dit project, Ursa Major Services, wil met het onderzoek inzicht verkrijgen in de haalbaarheid van het ontwikkelen en in de markt zetten van een duurzame(re) en verse(re) Hollandse garnaal.

1.2 Doelstelling

Voor het project zijn de volgende **doelstellingen** aangehouden:

1. *Ontwikkelen van een productconcept voor de Hollandse garnaal, dat door de aandacht voor kwaliteit en duurzaamheid meerwaarde oplevert voor de visser, de consument, de retail en het milieu. Meerwaarde dient o.a. te resulteren in netto meerprijs wil het toegevoegde waarde voor de ondernemer hebben.*
2. *Het in de markt zetten van dit productconcept via Jumbo Supermarkten en Kruidenier.*

N.B.:Jumbo Supermarkten heeft gedurende de looptijd van het project aangegeven dat het niet actief kan deelnemen aan het ontwikkelen en uittesten van het productconcept. Wel blijven ze geïnteresseerd in de resultaten. Om deze reden is in het project gezocht naar andere partijen die het concept wel zouden willen uittesten. Hiervoor zijn onder meer gesprekken gevoerd met Albert Heijn en Marqt. Dit heeft ertoe geleid dat het productconcept uiteindelijk is uitgetest via Kruidenier. Marqt heeft een vergelijkbaar productconcept in het assortiment opgenomen, maar heeft niet deelgenomen aan de testfase.

1.3 Leeswijzer

In het vervolg van dit rapport wordt de te vermarkten Hollandse garnaal ook wel aangeduid als 'het productconcept'. Hiermee wordt in feite bedoeld op een duurzaamheids-, versheids- en marketingconcept dat bijdraagt aan de eerder genoemde voordelen: een product dat toegevoegde waarde biedt voor de visser, het milieu, de consument en de retail.

In hoofdstuk 2 wordt de projectopzet en projectfasering kort toegelicht, waarna in hoofdstuk 3 de organisaties in het samenwerkingsverband worden vermeld en kort beschreven.

Resultaten

In de hoofdstukken 4 tot en met 9 worden de resultaten gepresenteerd:

Fase 1 (onderzoek)

In hoofdstuk 4 wordt de huidige situatie in de garnalenketen en de markt beschreven en worden strategische conclusies getrokken uit de situatieanalyse aan de hand van een SWOT-analyse.

In hoofdstuk 5 wordt de haalbaarheid van het productconcept onderzocht: wat is haalbaar ten aanzien van een duurzame en verse Hollandse garnaal?

In hoofdstuk 6 wordt ingegaan op de positionering in de markt. Sluit het concept van een duurzame en verse Hollandse garnaal aan bij de vraag in de markt en wat betekent dit voor de positionering en marketing?

Een korte analyse van controleerbaarheid en herkenbaarheid van het productconcept is opgenomen in annex 1 (hoe kan worden gegarandeerd dat het product voldoet aan de eisen van het productconcept en hoe kan dit zichtbaar worden gemaakt in het schap?).

De go/no-go beslissing voor de pilotfase is samengevat in annex 2.

Fase 2 (pilot)

In hoofdstuk 7 worden de resultaten gepresenteerd van de pilotfase.

Conclusies en aanbevelingen

In hoofdstuk 8 worden de conclusies en aanbevelingen gepresenteerd.

Publiciteit

In hoofdstuk 9, ten slotte, wordt stilgestaan bij de publiciteit die in het kader van het project is gegenereerd.

2 PROJECTOPZET EN PROJECTFASERING

2.1 Hoofdaanvrager, medeaanvragers en ingehuurde partijen

In onderstaand overzicht zijn de hoofdaanvrager, medeaanvragers en ingehuurde derden weergegeven. Andere bij het project betrokken partijen zijn opgenomen in hoofdstuk 3.

Hoofdaanvrager	Contactpersonen	Contactgegevens
Ursa Major Services BV - CPO Nederlandse Vissersbond UA	Derk Jan Berends Durk van Tuinen Egbert van der Tuin	Onder de Toren 30 8302 BV Emmeloord Tel: 0527 698151 www.vissersbond.nl Email: djtberends@vissersbond.nl Email: dwvantuinen@vissersbond.nl Email: evandertuin@vissersbond.nl
Medeaanvragers		
Waddenvereniging	Arjan Berkhuisen	Droogstraat 3 8861 SR Harlingen Tel: 0517 - 493 693 www.waddenvereniging.nl Email: berkhuisen@waddenvereniging.nl
Stichting De Noordzee	Margreet van Vilsteren Monique van de Water	Drieharingstraat 25 3511 BH Utrecht Tel: 030 234 00 16 www.noordzee.nl Email: m.vanvilsteren@noordzee.nl
Derden		
CREM BV	Wijnand Broer Jeroen Drijver	Spuistraat 104d 1012 VA Amsterdam www.crem.nl Email: w.broer@crem.nl Email: j.drijver@crem.nl

2.2 Projectfasering

In het project zijn de mogelijkheden voor het vermarkten van een duurzame(re), verse(re) Hollandse garnaal verkend. Belangrijke vraag hierbij is wat 'duurzaam' en 'vers' zouden moeten inhouden om te kunnen komen tot een succesvolle marktintroductie. Om antwoord op deze vraag te kunnen geven bestond het onderzoek uit twee hoofdfasen:

Fase 1 Strategieontwikkelingsfase

1. Een situatieanalyse/marktanalyse op basis waarvan wordt getoetst of het vermarkten van een duurzame, verse Hollandse garnaal een juiste strategie is;
2. Een haalbaarheidsonderzoek waarin de mogelijkheden voor het ontwikkelen van een duurzamer en verser product in kaart worden gebracht.

De activiteiten in deze eerste fase bestonden uit:

- Marktonderzoek aan de hand van deskresearch, schappenonderzoek en interviews met marktpartijen;
- Haalbaarheidsonderzoek aan de hand van deskresearch en interviews met ketenpartijen;
- Analyse en rapportage;
- Bijeenkomsten met de projectgroep om de resultaten te bespreken.

Beide delen van het onderzoek leiden uiteindelijk tot een antwoord op de vraag of het haalbaar is een 'productconcept' te ontwikkelen dat op een kansrijke manier zou kunnen worden vermarkt. Op basis van de resultaten van deze eerste fase is een go/no-go beslissing genomen voor het vervolgtraject.

Fase 2 Onderhandelingsfase

Op basis van de 'go' beslissing na fase 1 is in overleg met de keten- en marktpartijen gekeken op welke wijze een pilot zou kunnen worden ingericht. Hierbij is onder meer aandacht besteed aan de vraag wie de garnalen die aan de eisen van het 'productconcept' voldoen kan leveren, hoe het pellen en conserveren wordt georganiseerd en op welke wijze de marktpartijen het productconcept kunnen testen.

De activiteiten in deze tweede fase bestonden uit:

- Overleg met markt- en ketenpartijen over de eisen waaraan de te vermarkten garnaal zou moeten voldoen en onderzoek door middel van interviews naar de mogelijkheden om aan deze eisen te kunnen voldoen;
- Analyse en rapportage;
- Bijeenkomsten met de projectgroep om de resultaten te bespreken.

Fase 3 Pilotfase

In de pilotfase is het productconcept uitgetest door middel van één pilot. Op basis van deze pilot is beoordeeld in hoeverre het productconcept aansluit bij de wensen in de markt.

De activiteiten in deze tweede fase bestonden uit:

- Opzet en uitvoering van de pilot: een presentatie van het product, een smaaktest en korte interviews tijdens de relatiedag van Kruidenier (7 november 2013);
- Verslaglegging en evaluatie met de deelnemers.

Fase 4 Communicatie

In de vierde fase zijn de resultaten gecommuniceerd naar andere stakeholders in de garnalensector en de markt.

De activiteiten in deze tweede fase bestonden onder meer uit een presentatie van het productconcept tijdens de FoodExperience 2013 van Kruidenier (7 november 2013).

3 ORGANISATIES IN HET SAMENWERKINGSVERBAND

3.1 Gegevens aanvragers en samenwerkende partijen

Een belangrijke bron van informatie in het project zijn de aanvragers en samenwerkende partijen. Gegevens van deze partijen zijn hieronder opgenomen:

Partij	Contactpersonen	Contactgegevens
Ursa Major Services BV - CPO Nederlandse Visserbond UA	Derk Jan Berends Durk van Tuinen Egbert van der Tuin	Onder de Toren 30 8302 BV Emmeloord Tel: 0527 698151
Waddenvereniging	Arjan Berkhuisen	Droogstraat 3 8861 SR Harlingen Tel: 0517 - 493 693
Stichting De Noordzee	Margreet van Vilsteren Monique van de Water	Drieharingstraat 25 3511 BH Utrecht Tel: 030 234 00 16
Jumbo Supermarkten (*)	Pieter Goudswaard	Rijksweg 15 5462 CE Veghel Tel: 0413 - 380 200
Kruidenier Foodservices	Christy Kool	Sluisjesdijk 111 3008 PE Rotterdam Tel: 010 - 495 07 90
PO Wieringen	Ab Post	Havenkade 1 1779 GS Den Oever Tel: 0227 - 51 20 48
VEBEGA	Mark Nijhof	Panserweg 14 9974SL Zoutkamp Tel: 0595 – 40 55 55
VisNed	Pim Visser	Postbus 59 8320 AB URK Telefoon: 0527 – 68 41 41

(*) Jumbo is later minder actief geworden in het project; Marqt is eenmaal aanwezig geweest bij een projectgroep overleg (geen officiële projectpartner).

3.2 Achtergrondinformatie aanvragers en samenwerkende partijen

Hoofdaanvrager

Ursa Major Services BV is een projectbureau met ruime ervaring in het begeleiden van (subsidie)projecten op het gebied van innovatie, samenwerking, certificering en marketing, voornamelijk binnen de visserijsector. Als initiatiefnemer en beheerder van verschillende projecten heeft UMS ervaring met het opstellen van subsidieaanvragen en het op een juiste wijze realiseren van gesubsidieerde projecten. In samenwerking met vissers, verwerking,

handel, overheden en overige ketenpartners worden diverse projecten uitgevoerd van en voor de visserijsector.

Afhankelijk van de wensen kan UMS haar klanten van dienst zijn met:

- Subsidieadvies: vinden van de subsidies die aansluiten bij uw wensen;
- Subsidie aanvragen: uitwerken ideeën in concrete en kansrijke voorstellen;
- Subsidiebeheer: zorgdragen voor een sluitende financiële administratie en rapportage;
- Projectmanagement: leveren van projectmanagers die uw doelen helpen realiseren.

Ursa Major Services BV is een dochteronderneming van de CPO Nederlandse Visserijbond U.A.

De *Nederlandse Visserijbond* is een belangenorganisatie voor Nederlandse beroepsvissers, eigenaren en opvarenden, in de zee-, kust- en binnenvisserij. Haar dienstverlening is gericht op de duurzame ontwikkeling van de aangesloten ondernemingen (leden). De Nederlandse Visserijbond biedt leden professionele en betaalbare diensten en producten, afgestemd op hun specifieke behoeften.

Mede aanvragers

Waddenvereniging: De Waddenvereniging kiest onvoorwaardelijk voor het behoud van natuur, milieu en landschap van het waddengebied. Maar in dit gebied wonen, werken en recreëren ook mensen. Bescherming van de Waddenzee mag dan ook niet betekenen dat er geen ontwikkelingen op de eilanden, in de Noordzee en op het vasteland meer mogelijk zijn. Daarom zet de Waddenvereniging zich in voor het stimuleren van die economische activiteiten die passen binnen het beschermingsbeleid voor het waddengebied. Duurzame havens en industrie, duurzame visserij en natuur- en cultuurtoerisme zijn daar voorbeelden van. De Waddenvereniging communiceert en bestrijdt actief misstanden. Via de media, de politiek en, indien nodig, de rechter stuurt de vereniging aan op verbeteringen in het beheer van het natuurgebied en verduurzaming van de regionale economie. Momenteel telt de Waddenvereniging 45.000 leden en donateurs.

Stichting de Noordzee: Stichting De Noordzee is een onafhankelijke natuur- en milieuorganisatie die zich inzet voor een duurzaam gebruik van de Noordzee. De speerpunten zijn: scheepvaart, duurzame visserij, ruimtegebruik op zee, (groene) energie en beschermde gebieden. De activiteiten variëren van lobby, educatie van het brede publiek tot, indien nodig, het starten van gerechtelijke procedures. De organisatie telt momenteel negentien medewerkers.

Samenwerkende partijen

Jumbo Supermarkten: Jumbo is één van de beoogde distributiekanaal voor de integraal duurzame en versere garnalen met exclusieve positionering. Jumbo Supermarkten heeft momenteel 116 eigen filialen en 35 franchisevestigingen. Het assortiment telt zo'n 32.000 artikelen en de gemiddelde verkoop vloeroppervlakte is 1.262 m². Verantwoord Ondernemen betekent voor Jumbo: elke dag klaarstaan voor alle betrokkenen binnen én buiten de winkel. Het maatschappelijk verantwoorde beleid wordt constant aangescherpt. Zo groeit het biologische assortiment gestaag en wordt geprobeerd om zoveel mogelijk vissoorten op te nemen met het MSC-keurmerk. Duurzaam ondernemen gaat voor Jumbo verder dan alleen het juiste product in de schappen leggen. Jumbo betreft de hele productieketen bij het proces.

N.B. Jumbo is gaande het project, ten gevolge van interne ontwikkelingen, meer op afstand gaan staan.

Kruidenier Foodservices: Dit is binnen het project het andere beoogde distributiekanaal voor de integraal duurzame en versere garnalen met exclusieve positionering. De Kruidenier is een groothandel in food & non-food gerelateerde artikelen waar dienstverlening voorop staat. Kruidenier levert aan bedrijfscatering, hotel- en/of restaurantketens, kinderdagverblijven, overheidsinstanties, tankstations, trein- en luchtvaartcatering, horecaondernemingen en zorginstellingen. Kruidenier staat bekend als een koploper op het gebied van duurzaamheid. Al in 1992 waren zij betrokken bij de marketing van biologische producten en in 2001 heeft de Kruidenier Groep GSPMZ en ISO 14001 doorgevoerd in de organisatie (Geïntegreerd Systeem voor Productgerichte Milieuzorg). Bij dergelijke verduurzamingstrajecten staat communiceren met schakels in de keten centraal. Zo ook recent met de Blaarkopkoe. Dat is de kracht van Kruidenier.

PO Wieringen: PO Wieringen is de coöperatieve productenorganisatie van de Wieringer vissers. Er zijn om en nabij de zeventig schepen bij PO Wieringen aangesloten.

VEBEGA (Vereniging tot bevordering van de garnalenhandel): Samenwerkingsverband van (tussen)handelaren in de garnalenketen. VEBEGA denkt actief mee over het te ontwikkelen productconcept. De deelnemer vanuit de VEBEGA is bovendien de initiatiefnemer (en thans belangrijke penvoerder) van het MSC traject en is daarnaast octrooihouder op conserveerstof-vrije Noordzeegarnalen.

VisNed: Belangenbehartiger van de Nederlandse kotters (o.a. garnalen). VisNed zal vooral een rol spelen bij het communiceren van de projectresultaten.

Naast bovenstaande partijen zijn veel andere bronnen geraadpleegd. In dit rapport zal door middel van voetnoten naar deze bronnen worden verwezen.

4 SITUATIEANALYSE

4.1 De Hollandse garnaal

4.1.1 Producteigenschappen

De garnaalsoort die in dit project centraal staat is de Hollandse garnaal (*Crangon crangon*), ook wel grijze garnaal en Noordzeegarnaal genoemd. De Hollandse garnaal is in Nederland en België de meest bekende garnalensoort. De soort komt veel voor in de ondiepe kustwateren van de Noordzee en de Waddenzee.

Smaak



Hollandse garnalen hebben van nature een zoetige smaak (met een tikkeltje zilt) en een malse, stevige structuur. Experts omschrijven de smaak van verse Hollandse garnalen als *verfijnd* en *uitgesproken*. Deze smaak verandert echter na enkele tientallen uren door enzymatische processen in het product zelf. De Hollandse garnaal met conservering heeft zowel een zoute als zure smaak. Het zout heeft een conserverende werking (aW waarde beïnvloeding). Terwijl het zuur (meestal wordt citroenzuur gebruikt tot een zuurgraad van pH 6) noodzakelijk is om het benzoëzuur (het functionele conserveermiddel) te activeren. De Hollandse garnalen die in de winkel of supermarkt verkocht worden bevatten zonder uitzondering conserveringsmiddelen.

Seizoen

De garnalen zijn 's winters van de beste kwaliteit (vanaf de Herfstvakantie tot en met de Pinkstervakantie), dan worden procentueel meer grotere garnalen gevangen. Ze kunnen echter jaarrond worden gevangen en aangeboden.

Uiterlijk

De Hollandse garnaal heeft een maximale lengte van 4-9 centimeter en een afgeplat lichaam. De Hollandse garnaal is grijs van kleur. Eenmaal aan boord van het schip wordt hij direct gekookt waardoor hij roodbruin van kleur wordt. In vergelijking met andere garnalensoorten is de Hollandse garnaal klein en anders van kleur. De meeste exotische garnalensoorten zijn rood/roze van kleur nadat ze gekookt zijn.

Voedingswaarde

Garnalen zijn net als andere vis- en schaaldieren gezond en bevatten van nature veel belangrijke bouwstoffen zoals visvetzuren en eiwitten. In tabel 4.1 is de gemiddelde voedingswaarde per 100 gram garnaal weergegeven. Met name visvetzuren¹ genieten tegenwoordig voedingstechnisch grote belangstelling en zijn goed voor hart- en bloedvaten. De Hollandse garnaal bevat geen koolhydraten, maar relatief veel cholesterol.

¹

<http://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/vis.aspx>

Tabel 4.1 Gemiddelde voedingswaarde per 100 gram

Energie	369 kilojoules/78 kilocalorie
Eiwitten	18,6 gram
Koolhydraten	0 gram
Vetten	1,44 gram

Conservering

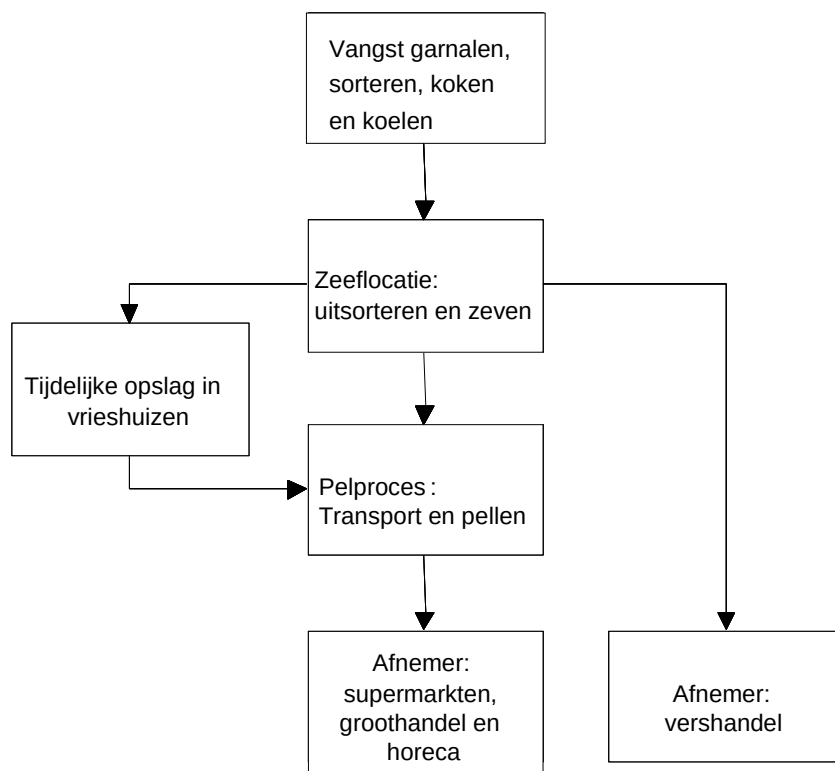
Zie paragraaf 4.3, Verwerking en handel.

4.1.2 De garnalenketen

De garnalenketen van de Hollandse garnaal bestaat uit de volgende onderdelen (zie figuur 4.1):

- Visserij. Hieronder worden alle vissers verstaan, zowel kleine zelfstandigen als grote rederijen. Omdat de visafslag via een coöperatie in eigendom is van de vissers, wordt de visafslag ook onder de noemer van de visserij geschaard.
- Verwerking en handel. Hieronder worden handelaren verstaan die de garnalen opkopen op de visafslag en importeren.
- De afnemers. Hieronder worden verstaan alle tussenhandelaren, detailhandelaren zoals vishandels, supermarkten en horeca, zoals cateraars. Gezien het groeiende belang van de supermarkten in de keten wordt in dit rapport met name aandacht besteed aan de supermarkten.

Figuur 4.1 De garnalenketen



4.2 De visserij

4.2.1 De garnalenvissers

Momenteel telt Nederland 225 vissers met een vergunning om op garnalen te mogen vissen². De Nederlandse vissers vangen de Hollandse garnaal voor de kust van België, Nederland, Duitsland en Denemarken (in de Noordzee en Waddenzee). De groep vissers is uiterst divers. Sommige vissers werken zelfstandig, anderen zijn verenigd in kleinere familierederijen of grotere rederijen zoals de PO Rousant uit Zoutkamp met 35 kotters (dit aantal is inclusief het aantal buitenlandse kotters). Sommige vissersschepen stammen nog uit het begin van de vorige eeuw, andere zijn moderne kotters die dagenlang op zee kunnen verblijven.

Brandstofprijzen

Steeds hogere brandstofkosten drukken de rendementen voor de visserij. Zo heeft in de achterliggende jaren de visserij geworsteld met de sterke prijsfluctuaties van brandstof. De brandstofkosten vormen momenteel ongeveer 30% van de totale kosten. Bij garnalenkotters is het brandstofverbruik per kilo vangst relatief hoog. De hoge brandstofkosten vormen een belangrijke reden waarom veel innovaties plaatsvinden om het brandstofverbruik omlaag te brengen.

Vangstcapaciteit

In het onderzoek 'Notitie Kansen voor de garnalenketen' van het Productschap Vis (een onderzoek dat overigens niet door alle partijen in de sector wordt onderschreven) blijkt dat de potentiële vangstcapaciteit 60 miljoen kg garnalen per jaar bedraagt terwijl de consumptieve vraag ongeveer de helft bedraagt.

Volgens de vissers en handelaren is er echter geen enkele partij die meent dat een vangst van 60 miljoen kg garnalen per jaar mogelijk is. Verkennend onderzoek door IMARES onderschrijft deze mening. IMARES schat in een verkennende studie dat de vangst tot ca. 25.000 ton beperkt moet blijven vanwege de beschikbaarheid als prooi voor andere dieren; WGCRAAN duidt op "growth overfishing" (2013).

De grootte van de vloot in combinatie met de soms zeer goede vangstmogelijkheden leidt van tijd tot tijd tot zeer drastische prijsdalingen. Bij een consumptieve vraag van 30 miljoen kg per jaar, kan elk van de 500 garnalenvissers die in de Noord Europese wateren actief zijn, gemiddeld slechts 60.000 kg ruwe garnalen afzetten. Met de huidige brandstofprijzen (0,75 eurocent per liter) betekent dit dat de break-even prijs van ruwe garnalen uitkomt op € 3,00/kg, terwijl de garnalen in 2011 tussen de € 1,50- € 3,00 per kg opbrachten. Momenteel liggen de prijzen alweer enige tijd boven de € 3,00. De gemiddelde prijs voor de visser ligt op € 3,67 gerekend vanaf 1-1-2010 tot heden (feb. 2014). De reden van deze hogere prijs is het gevolg van de verhouding vraag/aanbod (schaarste).

De economische situatie lijkt soms slecht, maar dit beeld is vertekend vanwege een groot aantal slapende vergunningen en gezien het feit dat garnalenvissers gemiddeld drie dagen

per week vissen. In theorie kunnen zij de andere dagen dus andere vissoorten binnenbrengen, waardoor een redelijke opbrengst gewaarborgd kan worden. Een probleem hierbij is echter dat veel garnalenvissers hun visrechten voor het vissen op andere soorten van de hand hebben gedaan. De Stichting Geïntegreerde Visserij biedt op zeer kleine schaal oplossingen door vangstrechten met elkaar te delen. Voor de opbrengsten van garnalenvissers zou het interessant zijn om te kijken of dit initiatief opgeschaald kan worden³.

Vangstmethodes

Een belangrijke wens rond de garnalenvisserij is de verduurzaming van de vangstmethoden. Dit wordt door sommigen noodzakelijk geacht om schade aan het bodemecosysteem en de hoeveelheid bijvangst te verminderen. Uitgebreid onderzoek heeft echter dergelijke negatieve effecten nooit aangetoond. Investerings in mogelijk meer duurzame vangstmethodes zijn alleen verantwoord als het economisch perspectief van de garnalenvissers op de lange termijn gunstig is. Voor een groot aantal garnalenvissers is daarvan op dit moment geen sprake. De twee overkoepelende visserijorganisaties (Visned en de Nederlandse Visserijbond, samen in CVO= Coöperatieve Visserijorganisatie) werken momenteel tezamen met de VEBEGA aan de MSC certificering voor garnalenvissers. De schattingen van het aantal garnalenvissers dat meedoet aan het MSC certificeringstraject loopt van de 90 tot 50 procent.



VIBEG akkoord

In december 2011 is het VIBEG akkoord ondertekend. Hierin staan afspraken tussen het visserij bedrijfsleven en de natuurbeschermingsorganisaties over de bescherming van de natuur op de Noordzee. VIBEG staat voor Visserij In Beschermde Gebieden. Met het akkoord wordt 25% van twee Natura 2000-gebieden verboden gebied voor de bodembewerkende visserij. De garnalenvisserij wordt ingeperkt, maar daartegenover staat dat de overheid in totaal (meerdere tranches) 8 miljoen euro beschikbaar stelt voor onderzoek en ontwikkeling. Bedrijfsleven en natuurbeschermingsorganisaties kunnen plannen indienen bij de overheid om een duurzame en rendabele garnalenvisserij dichterbij te brengen.

4.2.2 De visafslagen

Bij aankomst op de zeefstations (in veel gevallen op de visafslag) worden de garnalen gekeurd, gezeefd, gewogen en soms geveild. Er worden ook garnalen rechtsreeks van het schip aan de handel geleverd. Bij garnalen bestaat geen veilplicht, maar wel een zeefplicht die wordt uitgevoerd door de afslagen en handelaren. Dit is bedoeld om de te kleine garnalen eruit te halen. Na aankomst bij één van de zeven Nederlandse garnalenafslagen (Lauwersoog, Zoutkamp, Harlingen, Den Oever, Stellendam, Colijnsplaat en Breskens) worden de garnalen onder toezicht van medewerkers van nVWA gecontroleerd op de door de EU vastgestelde minimum handelsafmeting. De breedte van het pantser is de norm voor de maatvoering. De controle op de juiste maatvoering gebeurt

³

Schriftelijke informatie Nederlandse Visserijbond, 2012 en www.geintegreerdevisserij.nl.

in Nederland door verplicht gebruik te maken van een voor controle aangewezen (schud)zeefinstallatie die in een zeefstation staat. Er wordt dan ook direct conserveringsmiddel toegevoegd. Voorts moeten de garnalen gekeurd worden op de door de EU vastgestelde norm voor versheid. De medewerkers van de nVWA voeren die keuring van de versheid uit en keuren de garnalen dan tegelijkertijd op basis van de levensmiddelenwetgeving⁶.

Wanneer de Hollandse garnaal in Nederland machinaal gepeld zou worden, zouden de visafslagen als centrale plek kunnen fungeren waar op grote schaal mechanisch gepeld wordt.

Visafslagen en vangstafspraken

De rol van de afslagen varieert per regio. In Noord Nederland kopen handelaren en verwerkers de garnalen steeds meer via contracten en wordt minder geveild via de klok⁴. Doordat een paar grote verwerkers de markt beheersen en steeds vaker via contracten garnalen kopen in plaats van via de klok, neemt het belang van de afslag af en hebben de garnalenvissers de neiging om hun aanbod te bundelen om een goede prijs te bedingen. Ten tijde van de vermeende vangstafspraken, vóór het besluit van de AMC (voorheen NMa) om de gezamenlijke garnalenvissers en garnalhandelaren van Nederland, Duitsland en Denemarken te beboeten wegens vermeende prijsafspraken, waren de vissers verzekerd van een goede prijs bij een quotum van 1,5 – 2 ton per week. Dit stelde de vissers in staat zorgvuldig te vissen en droeg bij tot een aanzienlijk verbetering van de arbeidsomstandigheden (inkomen, rusttijden). Na het opzeggen van de vangstafspraken (afspraken tussen de vissers onderling) is er geen gegarandeerde prijs meer voor de vissers.

Waardevermeerdering in de keten

Over de waardevermeerdering in de keten bestaan grote verschillen in mening. Uit een verkenning naar kansen in de garnalenketen, uitgevoerd door het Productschap Vis⁵, blijkt dat in zowel de verwerking en handel, als bij de uiteindelijke verkoop aan de consument een waardevermeerdering optreedt van tussen de 100 en 200% (zie tabel 4.2). De consumentenprijs is opgebouwd uit de producentenprijs plus de kosten voor verwerking en tussenliggende verkoopmarges.

Tabel 4.2 Prijzen per ketenpartij en waardevermeerdering in procenten (uit de Notitie Kansen voor de garnalenketen van Productschap Vis (2011))

Omschrijving	Prijs per kilogram		Waarde vermeerdering
	Ongepeld	Gepeld	
Producentenprijs	€1.5 a € 3	€ 4.5 a € 9	
Retailprijs		€ 14 a € 17	+90% a +210%
Consumentenprijs		€ 25 a € 40	+80% a +190%

Momenteel bedraagt de consumentenprijs voor Hollandse garnalen (gepeld) in de supermarkt € 20 tot € 40 per kg. Prijsfluctuaties aan de zijde van de producent lijken nauwelijks door te werken in de consumentenprijs. De consumentenprijs in de supermarkten blijft hoog, ook wanneer de prijs voor de producent en handelaar daalt. Over

⁴ Informatie uit de notitie 'Kansen voor de garnalenketen' van Productschap Vis

⁵ Notitie Kansen voor de garnalenketen, Productschap Vis (2011)

de vraag in hoeverre een lagere (of hogere) consumentenprijs van invloed is op de vraag, zijn geen gegevens gevonden. Wel is bekend dat bij sterk verhoogde prijsniveaus in periodes van schaarste, de verkoop geremd wordt.

De verwerkers geven aan dat bovenstaande beeld van de waardevermeerdering in de keten onjuist is. De handel krijgt van de retail gemiddeld 17 euro per kilo gepeld product (gerekend vanaf 1-1-2010). De gemiddelde consument betaalt bij Aldi, Lidl, Colruyt Carrefour en Delhaize (welke gezamenlijk een groot deel van de markt omvatten) ca. 20 euro per kilo. Wordt dit teruggerekend dan ontstaat het beeld in onderstaande tabel. Deze tabel laat zien dat de factor teruggerekend naar kilo's ongepelde garnalen ongeveer 3 bedraagt.

Tabel 4.3: Inschatting prijzen per ketenpartij door verwerker

Omschrijving	Prijs	Waardevermeerdering
Visser	€3,67	€3,67
Handelaar	€5,67	€2,00
Consument	€6,67	€1,00

NB: Cijfers in de bovenstaande tabel staan los van winstmarge.

4.3 Verwerking en handel

Klaas Puul en Heiploeg zijn de twee belangrijkste verwerkers van gepelde Hollandse garnalen. Samen kopen zij grofweg 70% van de op de Nederlandse afslagen aangeboden garnalen, de rest wordt door andere handelaren gekocht. Daarnaast importeren Klaas Puul en Heiploeg uit Denemarken, Duitsland en Engeland meer dan het dubbele van wat op de Nederlandse markt gekocht wordt. Een klein deel komt in Nederland ongepeld in de handel. Daarnaast wordt een gedeelte ongepeld geëxporteerd naar bijvoorbeeld Frankrijk en België.

4.3.1 Het pellen

Het pellen van de garnalen vindt voornamelijk plaats in Marokko (99% van de garnalen gaat naar Marokko). Voor 2003 werden de garnalen door het bedrijf Heiploeg ook nog op beperkte schaal getransporteerd naar Polen. Daarnaast zijn er in tijden van gebrek aan Marokkaanse pelcapaciteit diepvries garnalen verstuurd naar Azië om daar gepeld te worden. Elke week rijden vrachtwagens heen en weer van en naar Marokko met onder geconditioneerde omstandigheden bewaarde garnalen. Per jaar komt vanuit de pelcentra ongeveer 10 miljoen kilo gepelde Noorzeegarnalen terug naar de verwerkende bedrijven in Nederland. Deze gaan zonder onderbreking van het koelproces de verpakking in voor verdere distributie. Hollandse garnalen worden geportioneerd in door de afnemer (de groothandel, de supermarkt en gespecialiseerde vishandel) verlangde hoeveelheden. De laatste jaren is geëxperimenteerd met machinaal pellen in Nederland. De geautomatiseerde pelsystemen zijn momenteel in staat om een behoorlijke hoeveelheid garnalen vers van het schip te pellen. Dit lijkt inmiddels ook voldoende kosteneffectief te kunnen plaatsvinden om als 'vers gepelde garnaal' te kunnen worden vermarkt (zie ook resultaten pilotfase). Voordeel van machinaal pellen is garnalen bij aanlanding meteen kunnen worden verwerkt.

Conserveren

Door het machinaal pellen in Nederland en de hieruit resulterende snellere verwerking, kan het gebruik aan conserveermiddelen worden vervangen door ander conserverende

middelen. Doordat machinaal pellen wel bacterieel gevoeliger is dan handmatig pellen in Marokko, is het echter de vraag of het gebruik aan conserverende middelen helemaal kan worden vermeden. Dit lijkt vooralsnog niet het geval te zijn (zie ook pilotfase). Conservering heeft niet alleen rechtstreeks invloed op de smaak van de garnaal, maar heeft ook invloed op de belevingswaarde. Zo is gebleken dat een streekproduct met evenveel conserveermiddel als een 'gewone' garnaal, niet strookt met de belevingswaarde van de consument en de retailsector. Hetzelfde geldt voor ingevroren garnalen. Ook deze zijn in de (consumenten)beleving minder 'vers'. Het gebruikte conserveringsmiddel is benzoëzuur (ook bekend als E210). Dit conserveringsmiddel staat uit gezondheidsoogpunt ter discussie. Dit zuur wordt na het zeven van de garnalen op de garnalen gesproeid. Dit mag, voor deze specifieke garnalensoort, in overeenstemming met de EU-norm, maar liefst 0,6 gewichtspercentage⁶ zijn (de hoogst toegekende hoeveelheid in de EU additievenwetgeving).

In 2010 heeft 'Gijs garnalen' machinaal gepelde Hollandse garnaal uit het assortiment gehaald vanwege kritiek van de Consumentenbond over de hoeveelheid aanwezige conserveermiddelen⁷. Hoewel het percentage conserveermiddelen binnen de Europese norm bleef, stelde de Consumentenbond dat deze hoeveelheid schadelijk voor kinderen kon zijn. Dit laat zien dat het conserveren van de Hollandse garnaal een belangrijk aandachtspunt kan zijn bij het vermarkten van een versere en duurzame Hollandse garnaal (zie paragraaf 6.2.3 en 6.3).

6 Factsheet Noordzeegarnaal, Productschap VIS, versie juni 2011

7 <http://www.consumentenbond.nl/actueel/nieuws/nieuwsoverzicht-2010/de-kerstdis-doorgelicht/>

5 EEN DUURZAME EN VERSERE GRANAAL

In dit hoofdstuk wordt gekeken naar de mogelijkheden om een duurzame en versere Hollandse garnaal te produceren. Op basis hiervan kan immers worden vastgesteld met welke producteigenschappen het te vermarkten product in de markt kan worden gezet. Door vervolgens te beoordelen in welke mate deze producteigenschappen matchen met de marktvraag en markttrends en welke producten al in de markt verkrijgbaar zijn (zie hoofdstuk 6), kan worden beoordeeld welk productconcept de meeste kans maakt in de markt en hoe dit productconcept het beste kan worden gepositioneerd.

5.1 Kansen voor een duurzamer product

5.1.1 MSC als basis

Momenteel zit de Hollandse garnaal in het MSC certificeringstraject⁸. Hiervoor is een 'managementplan MSC voor de garnalenvisserij' opgesteld dat wordt beheerd door de Coöperatieve Visserij Organisatie (CVO) en de VEBEGA onder voorzitterschap van de Visfederatie. Het doel van het managementplan is een ecologisch verantwoorde en duurzame visserij met erkend beperkte effecten op de doelsoort (Hollandse garnalen), habitat en het mariene ecosysteem van de doelsoort. In het managementplan worden maatregelen beschreven die bijdragen aan een duurzame garnalenvisserij. De onderstaande duurzaamheidsaspecten komen in het managementplan aan bod:

- Bestandsbeheer
- Bijvangst
- Habitat en ecosysteem
- Met uitsterven bedreigde soorten
- Aanlanding

Het is niet geloofwaardig en daarom niet wenselijk wanneer het te ontwikkelen productconcept voor een versere, duurzame Hollandse garnaal voorbij zou gaan aan dit managementplan dat al door een groot deel van de garnalenvissers wordt gehanteerd. Het te ontwikkelen productconcept zal alleen geloofwaardig en onderscheidend zijn wanneer het *verder gaat* dan dit managementplan. Dit betekent dat de criteria in dit plan als een basis worden beschouwd waarop verder wordt gebouwd. De criteria zullen in de volgende paragrafen ook niet opnieuw worden beoordeeld, omdat deze als een gegeven kunnen worden beschouwd (er wordt immers al mee gewerkt). In de volgende paragrafen zal worden ingegaan op die aspecten van duurzaamheid waar mogelijk extra winst valt te behalen.

5.1.2 Energieverbruik tijdens de vangst

In de garnalenketen wordt op twee manieren een substantiële hoeveelheid energie verbruikt:

- De verbranding van fossiele brandstoffen tijdens de vangst, het koken en transport van garnalen.

⁸

Meer informatie is te vinden op de website www.garnalenvisserij.nl

- Het verbruik van fossiele brandstoffen om de garnalen op diverse punten in de keten te koelen.

De meeste energie wordt verbruikt tijdens de vangst, door de garnalenkotter. De garnalenkotter verbruikt 1 tot 3 liter gasolie per kilo ongepelde garnaal⁹. Onderzoek van het LEI uit 2010 spreekt van iets minder dan 1,5 liter gasolie per kilo verhandelde vis bij een motorvermogen van 261-300 pk (garnalen worden hier niet apart onderscheiden). Steeds hogere kosten drukken de rendementen voor de visserij. De visserij heeft in de achterliggende jaren te maken gehad met sterke prijsfluctuaties van brandstof. De relatieve brandstofkosten (brandstofkosten ten opzichte van de totale opbrengsten) hangen sterk samen met het motorvermogen van de kotters. Voor kotters met een vermogen van 261-300 pk (Eurokotters) bedroegen de jaarlijkse brandstofkosten zo'n 18% van de gemiddelde jaarlijkse opbrengsten.¹⁰ In 2005 bedroeg het aandeel van de brandstofkosten in de totale kosten van Eurokotters zo'n 20%.¹¹ De hoge brandstofkosten vormen een belangrijke reden waarom veel innovaties plaatsvinden om het brandstofverbruik omlaag te brengen.

On board innovaties die bijdragen aan een beperking van het energieverbruik

Garnalen kunnen op verschillende manieren worden gevangen, maar uiteindelijk zijn de kotters allemaal sleepnetvisserij. Innovaties op het gebied van de sleepnetten, bijvoorbeeld het gebruik van een SumWing (een vleugel die in water gewichtloos is) of een Seewing (een vleugelvormige boom met wielen in plaats van sloffen) en/of een pulskor, kunnen leiden tot brandstofbesparing. In een studie voor de Europese Unie is modelmatig berekend dat met de pulskor een energiebesparing en hieraan gekoppelde vermindering van emissies van CO₂ door de scheepsmotoren van 40% mogelijk is (Van Marlen e.a., 2009). Uit onderzoek door IMARES¹² blijkt dat met de SumWing gemiddeld 10% energie bespaard kan worden. De SumWing en de Pulskor kunnen in combinatie gebruikt worden en versterken elkaar. Beide innovaties wordt uitgebreider besproken in paragraaf 5.1.4.

5.1.3 Energieverbruik: Transport en verwerking

Naast het energieverbruik tijdens de vangst, vindt er energieverbruik plaats tijdens het transport en de verwerking van de garnalen. Al het transport vindt plaats met koelvrachtwagens. Heen en weer naar Marokko wordt ongeveer 5.000 km afgelegd.

Een andere bron van energieverbruik is het koelen tijdens het pelproces. De pellocaties in het subtropische Marokko worden op een continue temperatuur van ongeveer 16 graden Celsius gehouden. Daarnaast wordt het spoelwater op 2 graden Celsius gehouden. In Nederland worden voorraden ongepelde garnalen tijdelijk opgeslagen in vrieshuizen. De reden voor deze opslag is om verzekerd te zijn van een constante aanvoer van garnalen (naar de handel en consument) in tijden dat de vangst minder is.

⁹ Interview Heiploeg, 2011

¹⁰ Visserij in cijfers 2010, LEI, september 2010

¹¹ Energieprijzen en de visserij, Visserij Innovatie Platform, april 2007

¹² http://www.sumwing.nl/Rapport_Wageningen_Imares_SumWing_II.pdf

In tijden van schaarste of overcapaciteit worden met deze bufferopslag grote prijsschommelingen voorkomen.

Er zijn dus verschillende bronnen van energieverbruik. Belangrijke vraag is hoe het energieverbruik van deze bronnen zich tot elkaar verhoudt en waar de meeste winst valt te behalen. De invloed van het transport naar en van Marokko op het totale energieverbruik, is beperkt (ca. 200 tot 250 ml diesel per kilo gepelde garnaal; vergelijk met 3 tot 9 liter diesel (=1 - 3 liter diesel per kilo ongepelde garnaal) tijdens de vangst.

Heiploeg heeft een energievergelijking gemaakt tussen pellen in Marokko en pellen met pelmachines in Nederland. Hieruit wordt door Heiploeg geconcludeerd dat de benodigde hoeveelheid energie voor het pellen van één kilo garnalen door middel van pelmachines grofweg één tiende van de hoeveelheid energie vergt (aan elektriciteit) dan in het geval van handpellen in Marokko (aan dieselolie) wordt verbruikt. In de berekening is de brandstof die bij transport naar Marokko verbruikt wordt meegenomen.

Energieverbruik pellen in Nederland versus pellen in Marokko (bron: Heiploeg)

De energiekosten van het pellen door middel van de pelmachines wordt voor een deel veroorzaakt door de machine zelf. De machines hebben drie motoren van resp. 250 W, 50 W en 35 W, tezamen 335 Watt. Deze machines pellen ca. 2,3 kg gepeld gewicht per uur. Na 'nalezen', conserveren en uitlekken kan dit op een conservatieve 2,2 kg consumabel product worden geschat. Voorts staat continue een naleesband met een vermogen van 80 Watt aan. Daarnaast is er een wastrommel en windschifter met opvoerband operationeel voor alle machines. Deze laatste staan circa 80% van de tijd aan. Het totaal hiervan is 1800 Watt voor (op dit moment) 14 machines, dus 129 Watt per machine. Het totaal verbruik aan elektrisch vermogen is dus 464 Watt per machine per uur.

Hieruit is te becijferen dat het pellen van 1 kg product **759 KJ** kost $((0,464 \times 3600) / 2,2)$

Daarnaast moet een gebouw worden geëxploiteerd met koeling, reiniging, verlichting, enzovoort. Dit is echter niet anders dan met handmatig pellen. Op dit moment zal deze post door schaaleffecten in het nadeel van de pelmachine uitvallen; dit is echter niet inherent aan het concept.

Voor het handmatig pellen in Marokko is transport vereist. Dit vergt 248 ml dieselolie per kilo product, waarbij de rode dieselolie voor de koelmotor meeberekend is (een grove verificatie van genoemde waarde: 2700 km, heen & terug, brandstofverbruik 1:3, 7000 kg per vrachtauto, geeft 257 ml/kg). De stookwaarde van dieselolie bedraagt 36.000 KJ per liter. Dit leidt tot een energieverbruik voor transport van **8928 KJ** per kilo garnalen.

Op dit moment kan dus geconcludeerd worden dat de benodigde hoeveelheid energie voor het pellen van één kilo garnalen door middel van pelmachines grofweg **één tiende bedraagt** van het handpellen in Marokko.

De energievergelijking tussen handmatig pellen in Marokko en machinaal pellen in Nederland door Heiploeg is gebaseerd op hun eigen informatie over pel- en verwerkingsmethoden. De conclusies zijn daarmee niet algemeen geldend, maar geven wel een indicatie van de verhouding in energieverbruik tussen handmatig pellen in Marokko en machinaal pellen in Nederland.

5.1.4 Bijvangst en bodemberoering: nieuwe vangstmethoden

De bijvangst van de garnalenvisserij in Nederland bestaat uit ondermaatse commerciële vis, niet-commerciële vis en invertebraten (kreeftachtigen, kwallen, zeesterren, etc.). Hoewel bekend is dat in de garnalenvisserij (periodiek) relatief grote hoeveelheden ongewenste bijvangst kunnen voorkomen, zijn de gegevens voor de Nederlandse vloot momenteel nog onvoldoende om de omvang ervan te kwantificeren. De bijvangst is, hoewel waarschijnlijk minder omvangrijk dan bij de platvisvisserij, voor een groot deel verantwoordelijk voor het negatieve imago van de garnalenvisserij bij het publiek. Om de hoeveelheid bijvangst te beperken staan in het 'Managementplan voor de garnalenvisserij' al een aantal verplichte maatregelen beschreven. De CVO spant zich daarnaast in om samen met belanghebbenden verder te werken aan de ontwikkeling van (nog betere) alternatieven voor de zee flap.

Pulskor

Een alternatief voor de boomkor is de pulskor. Bij de pulskor is de rollenpees of de wekkerketting vervangen door sleepdraden waar stroomstoten (pulsen) met relatief lage voltage doorheen lopen. De garnaal wordt door de stroomstootjes opgeschrikt van de bodem waardoor er veel minder bodemberoering plaatsvindt. De hoogte van de spanning die op de stroomdraden wordt gezet, is van invloed op de grootte van de gevangen vis en is daarom bij garnalen erg laag. Als de spanning hoger is, worden grotere vissen gevangen. Als gevolg van dit effect vermindert de bijvangst van ondermaatse vis. Bovendien worden ongeveer 50% minder bodemdieren, zoals krabben en zeesterren, en 20% minder ingegraven schelpdieren gevangen. Bij testen met een prototype HOVERCRAN in België¹³ bleek de bijvangst met 35% te zijn gereduceerd terwijl er 75% minder bodemberoering plaatsvond.

Aangezien tegelijkertijd nog onduidelijkheid bestaat over de effecten van de pulskor op het bodemleven, zijn organisaties als de Waddenvereniging terughoudend over de toepassing van deze techniek. Deze organisatie geeft ook aan dat de pulskorvisserij kan leiden tot een hogere vangst, wat een duurzame economische ontwikkeling van de sector in de weg kan staan wanneer de markt niet meegroeit met een hoger aanbod.¹⁴ Ook binnen de sector zelf staat het gebruik van de garnalenpulskor nog volop ter discussie.¹⁵

Momenteel is pulskorvisserij alleen mogelijk op grond van ontheffingen. Binnen de Europese Unie staat een verhoging van het aantal vergunningen of een permanente toelating van de pulskor ter discussie. Bij deze beslissing zal het advies van het STECF, Scientific Technical Economical Committee on Fisheries, leidend zijn.

SumWing en SeeWing

De SumWing en de SeeWing zijn innovatieve vistuigen die ontwikkeld zijn om brandstof te besparen en de ongewenste effecten op het mariene ecosysteem te verminderen (bijvangst en bodemberoering). De SumWing heeft trekpunten op het vleugelprofiel die ervoor zorgen dat deze wordt gedwongen naar de bodem te sturen. Als het vistuig de bodem bereikt

¹³ http://visserijnieuws.punt.nl/?id=473405&r=1&tbl_archief=&

¹⁴ Nieuwsbericht 'Pulvisserij op de Waddenzee', Waddenvereniging, 27 april 2012

¹⁵ Nieuwsbericht 'Geef je mening over de garnalenpulskor!', www.garnalenvisserij.com, 27 april 2012

verdraait de vleugel zodat hij niet langer naar beneden stuurt maar in evenwicht raakt vlak boven de bodem. De druk die de neus uitoefent op de bodem is daarom heel laag. De vleugel vliegt als het ware door het water. Onderzoek door IMARES¹⁶ en ILVO¹⁷ laat zien dat het brandstofverbruik met minnaal 12 tot 20% wordt verlaagd wanneer met een SumWing wordt gevist. Op het gebied van bodemberoering geeft het SumWing-tuig een ca. 10% geringere gemiddelde penetratiediepte bij gelijke uitvoering van wekkerkettingen in vergelijking met een conventioneel boomkortuig voor de platvisvisserij. In combinatie met de pulstechniek kan de penetratiediepte, naar schatting, met 50% verminderen. De combinatie van de SumWing met pulsstimulering is hierdoor de meest interessante optie voor een verdere vermindering van bodemimpact, energieverbruik en vermindering van de uitstoot van broeikasgassen. De SumWing is onlangs toegelaten als energiebesparend vistuig in het kader van de MIA regeling (milieu investeringsaftrek). Dit betekent dat, wanneer garnalenvissers besluiten te investeren in een SumWing, gebruik gemaakt kan worden van een extra investeringsaftrek¹⁸.

De SeeWing is een vleugelvormig garnalentuig met kunststof wielen, oorspronkelijk voorzien van balkoppen in plaats van de normale klossenpees. In een test met de SeeWing bleek het brandstofverbruik 20% lager dan een traditioneel tuig terwijl de vangstresultaten hetzelfde bleven. De bodemberoering wordt fors verminderd door toepassing van de SeeWing, maar om de bijvangst te verminderen zullen de afstellingen nog verder getest moeten worden. Voordeel van de SeeWing is dat deze verder is doorontwikkeld dan de SumWing. Momenteel varen diverse kotters met een SeeWing.

5.1.5 Restafval: nieuwe toepassingen

In de garnalensector komen een aantal afvalstromen vrij die momenteel grotendeels onbenut worden gelaten. Portugese onderzoekers¹⁹ concludeerden recentelijk dat nevenstromen van organismen van mariene oorsprong vaak waardevolle componenten bevatten. Nuttig gebruik van afvalstromen kan duurzaamheidswinst opleveren en tot extra inkomen leiden voor de visser.

Chitosan

Schalen van garnalen en krabben bevatten Chitine en Chitosan wat in de voedingsindustrie (vezel, vetvervanging, encapsulatie) en farmaceutische industrie (wondheling, regeneratieve medicatie) gebruikt kan worden. De geschatte waarde van een kilogram Chitine of Chitosan afhankelijk van de toepassing bedraagt 15-570 Euro. Chitosan kan alleen zonder problemen uit ongeconserveerde garnalen gewonnen worden omdat de winning anders gepaard zou gaan met de vorming van dioxines. Het Vlaamse Instituut voor Landbouw- en Visserijonderzoek (ILVO) voert momenteel een studie²⁰ uit naar de valorisatie van de afvalstromen uit de garnalensector. In eerste instantie zal hierbij de

¹⁶ http://www.sumwing.nl/Rapport_Wageningen_Imares_SumWing_II.pdf

¹⁷ IMPACT ASSESSMENT OF THE EFFECTS OF A SELECTED RANGE OF FISHING GEARS IN THE NORTH SEA (Polet et al., 2010)

¹⁸ <http://www.sumwing.nl/laatste-nieuws/63-sumwing-op-mia-lijst.html>

¹⁹ www.flandersfood.com/artikel/2011/01/27/nevenstromen-van-vis-bron-van-componenten-met-hoge-toegevoegde-waarde

²⁰ www.ilvo.vlaanderen.be/NL/Nieuwsgolfddecember/Nieuweonderzoeksprojecten/Cranganvalorisatie/tabid/5533/language/nl-NL/Default.aspx

kwaliteit en kwantiteit van de verschillende afvalstromen bekeken worden. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen primaire en secundaire (bij)-producten. Met primaire bijproducten worden de ondermaatse garnalen (puf), discards en bijvangst bedoeld. Secundaire bijproducten komen vrij bij de verwerking en processing zoals het kookvocht en de pelresten (garnalenkoppen en staarten). Het onderzoek zal tot 2014 duren. Hoewel de haalbaarheid van nieuwe toepassingen voor restafval momenteel nog in ontwikkeling zijn en daarom niet als criteria voor het te ontwikkelen productconcept kunnen worden meegenomen, kan het te ontwikkelen productconcept zich in de toekomst blijven onderscheiden door op de nieuwe toepassingen in te spelen.

5.1.6 Conclusie duurzaamheid

De belangrijkste winstmogelijkheden voor het te ontwikkelen productconcept lijken (naast het voldoen aan de MSC criteria) te liggen op het vlak van pellen in Nederland en de toepassing van de SeeWing en SumWing, al dan niet in combinatie met de pulskor (nog omstreden en alleen bruikbaar met ontheffing en daardoor op dit moment nog niet breed toepasbaar). Een beperking van het energieverbruik tijdens de vangst leidt daarbij tot de meeste winst (over de gehele keten bezien). Hiermee wordt winst behaald op het gebied van energieverbruik (vermindering emissie broeikasgassen door brandstofverbruik), bodemberoering en bijvangst. Daarnaast zou de nuttige toepassing van restafval een interessante winstmogelijkheid kunnen zijn. Hiervoor is echter nog meer onderzoek nodig. Inzet van de SeeWing/SumWing en nuttige toepassing van het restafval kunnen, naast duurzaamheidswinst, ook financiële winst opleveren. In hoeverre deze winst afweegt tegen de investeringen is nog niet bekend. In algemene zin zal er in ieder geval sprake moeten zijn van een 'MSC+ situatie', waarbij individuele vissers/schepen iets extra's toevoegen aan (het naar verwachting generieke) MSC.

Belangrijke vraag voor het vermarkten van een duurzaam gevangen Hollandse garnaal is natuurlijk ook in hoeverre deze kansen op het gebied van duurzaamheid al worden toegepast en in hoeverre dit ook wordt gecombineerd met de mogelijkheden voor een verser product (zie 5.2).

5.2 Kansen voor een verser product

5.2.1 Wat is vers?

Wat onder 'vers' verstaan wordt moet eerst gedefinieerd worden alvorens de haalbaarheid ervan kan worden onderzocht. 'Vers' is voor meerdere uitleg vatbaar. Bij groente verwijst het bijvoorbeeld vooral naar eigenschappen van het product, zoals "niet bewerkt". Daarbij verwijst het naar afwezigheid van eigenschappen zoals verlept, uitgedroogd of verkleurd voedsel. Bij vlees en vis spreekt men traditioneel van 'vers' als het product niet bewerkt is en uiteraard niet bedorven is of onfris ruikt. In het algemeen spelen 'veroudering' en 'behandeling' een belangrijke rol bij het definiëren van een product als 'vers'. Niet verouderd betekent een korte blootstelling aan zuurstof, bacteriën of schimmels die de kwaliteit van het product aantasten. Een product is onbehandeld wanneer het niet is bewerkt met conserveringsmiddelen of andere conserveringsmethoden²⁴. De handel spreekt bij garnalen om deze reden nooit van 'verse' producten maar van 'gekoelde' producten. Garnalenproducten zijn namelijk bewerkte levensmiddelen, evenals rolmops, gerookte makreel, vleesbeleg voor op brood, etc. Sommige verwerkers, zoals Heiploeg, bieden wel *vers gepelde* garnalen aan; dit is echter een verwijzing naar het *proces*, niet naar het *product*.

Voor dit onderzoek wordt een *technische definitie* van vers en een *belevingswaarde* van vers door de consument onderscheiden. De technische definitie van vers verwijst dan naar de tijdsduur tussen vangst en verkoop aan de consument. De versbeleving verwijst naar de belevingswaarde van de consument ten aanzien van de versheid van het product. Deze belevingswaarde is gebaseerd op informatie van consumentenorganisaties (hoe beleven consumenten de versheid van een product?). In tabel 5.1 wordt weergegeven hoe verschillende typen Hollandse garnalen, de tijdsduur tussen vangst en verkoop en de versbeleving bij de consument zich tot elkaar verhouden.

Tabel 5.1 Versheid Hollandse garnalen in tijdsduur en versbeleving

Type Hollandse garnaal	Tijdsduur tussen vangst en verkoop in dagen	Versbeleving consument
'De Marokko garnaal'	13-25	--
Vers gepeld in Nederland	5-8	+
Diepgevroren	Tot een halfjaar	-
Ongepeld	2-5	+++

Een belangrijk aandachtspunt bij de versbeleving van de consument is het wel of niet gebruiken van conserveermiddel. Zo is bijvoorbeeld gebleken dat een streekproduct met evenveel conserveermiddel als een 'gewone' garnaal, niet strookt met de belevingswaarde van de consument en de retailsector. Hetzelfde geldt voor ingevroren garnalen. Ook deze zijn in de (consumenten)beleving minder 'vers'.

In deze paragraaf wordt gekeken wat de mogelijkheden zijn voor een *versere* Hollandse garnaal door zowel de tijd tussen vangst en verkoop te verkorten, als de conservering te verminderen.

5.2.2 Pellen in Nederland

Een versere Hollandse garnaal is in feite alleen mogelijk wanneer de garnalen in Nederland worden gepeld. Hieronder worden een aantal mogelijkheden van pellen in Nederland beschreven. Om tot een goede afweging te komen zal in een volgende fase gekeken worden naar de kosten van de specifieke mogelijkheden.

Machinaal pellen in Nederland

Economisch gezien is het volledig machinaal pellen in Nederland nog geen alternatief voor handmatig pellen in Marokko. Machinaal gepelde garnalen vormen momenteel een kleine nichemarkt van (hooguit) enkele tonnen per week. Pelmachines worden echter nog wel verder ontwikkeld, waardoor de capaciteit kan toenemen. In Nederland bestaan momenteel twee soorten pelmachines, een machine van Kant en van Van Woensel. In de nieuwe

Vanko pelmachine (voorheen Van Woensel) worden de garnalen vooraf geselecteerd op grootte: van 6.8 tot 8.5 mm en van 8.5 tot 10 mm. De machine wordt gemaakt in twee verschillende uitvoeringen, corresponderend met de maat van de gesorteerde garnaal. Voor het 'nalezen' van de garnalen op dopjes zijn er twee mogelijkheden: (1) visueel nalezen op een naleesband en (2) nalezen door middel van een lasertechniek op een sorteermachine. Deze techniek wordt al uitgebreid toegepast en heeft een grote capaciteit.

Voordelen van de pelmachine zijn²¹

1. Garnalen worden vers in Nederland gepeld (korter na de vangst),
2. Garnalen kunnen als 'vers gepeld' product worden vermarkt,
3. Beter behoud van smaak en kleur (wanneer binnen twee dagen wordt gepeld komt de smaak volgens kenners in de buurt van de Stellendamse garnaal),
4. Besparing op CO₂ uitstoot transport Marokko en energieverbruik voor koeling door kortere tijd tussen vangst en consumptie (beperkte winst ten opzichte van totale energieverbruik),
5. Prijzen die in de markt betaald worden voor 'vers gepeld' zijn economisch interessant - ook gezien de stijgende arbeidskosten in Marokko.

Nadelen van machinaal pellen zijn:

1. Een lager pelrendement waardoor meer garnalen nodig zijn voor eenzelfde productie. Dit betekent een grotere aanspraak op de natuur en een hoger energieverbruik per gepelde garnaal (meer vangst nodig voor eenzelfde hoeveelheid gepelde garnaal),
2. De machines zijn 'kieskeurig': lang niet alle garnalen lenen zich hiervoor,
3. Het pellen is niet zo goed als handmatig pellen; de machine is technisch niet in staat de garnaal voldoende 'schoon' te pellen. Handmatig 'nalezen' is daarom nodig. Het resultaat is uiteindelijk niet zo goed als het product uit Marokko (meer pelresten/dopjes),
4. Het is uiteindelijk duurder dan de garnalen in Marokko te laten pellen.

Machinaal pellen aan boord

Aan boord machinaal pellen en verpakken is in principe ook mogelijk. De moderne schepen hebben voldoende mogelijkheden om meerdere machines aan boord te plaatsen. In het licht van de 'vers' discussie zou hiermee veel tijd te winnen zijn. Nu worden garnalen aan boord gekookt en in een viskist bewaard, waarbij een eerste kans op besmetting ontstaat. Bij het pellen aan boord kunnen de garnalen daarna direct verpakt worden. De GO 57 heeft machinaal pellen aan boord in de praktijk toegepast en hieruit is gebleken dat het mogelijk is en voordelen biedt. Doordat de techniek van de pelmachine teveel haperingen gaf is het initiatief echter gestrand. In het geval van machinaal pellen aan boord dient daarnaast rekening te worden gehouden met strengere eisen aan boord van het schip, aangezien het schip dan als fabrieksschip wordt aangemerkt en de hygiëne-eisen aanzienlijk hoger komen te liggen. De praktische haalbaarheid van machinaal pellen aan boord zou hierdoor sterk worden beperkt.

Handmatig pellen in Nederland

Handmatig pellen in Nederland is een ander alternatief. Handmatig pellen heeft als voordeel dat het efficiënter is (er gaan minder garnalen verloren dan bij machinaal pellen) en er minder pelresten achterblijven op het product. Op dit moment zijn echter geen pelateliers meer in Nederland bekend waar nog handmatig gepeld wordt. Waarschijnlijk

was het pelatelier in Stellendam van de firma Mathijs Jansen (van de Stellendamse garnaal) de laatste. De Stichting Collusie²² geeft aan dat pellen in Nederland economisch rendabel zou kunnen zijn wanneer de nieuwe overheidsregeling 'werken naar vermogen' van kracht wordt (dit is door de val van het kabinet echter onzeker geworden). Deze regeling zou de arbeidskosten drukken. Een Nederlands pelcentrum zou zo dicht mogelijk bij de visafslag moeten worden gevestigd. Hiervoor is inzicht in de regionale arbeidsmarkt rondom de belangrijke visafslagen van belang. Werknemers kunnen daarnaast ook vanuit andere regio's gezamenlijk naar het pelcentrum worden vervoerd. Wanneer de haalbaarheid van een Nederlands pelcentrum verder zou worden uitgewerkt zou de Stichting Collusie hier een rol in kunnen spelen.

5.2.3 Ongepelde garnalen

De markt voor ongepelde garnalen is klein in Nederland; van het totaalaanbod wordt 85% gepeld. Aan Frankrijk wordt ongeveer 2% ongepelde garnalen aangeboden. Van de hele VEBEGA is dit gemiddeld 1%. De verkoop van ongepelde garnalen via de Nederlandse supermarkt is tot op heden geen succes gebleken. Het gebruik van ongepelde garnalen in de catering is geen optie (Kruidenier, 2011). Kansen voor ongepelde verse Hollandse garnalen zijn er mogelijk wel als het gaat om de markten, versspecialisten, horeca en voor export naar het buitenland.

Voorbeelden ongepeld:

De WR 189, GRE 37 en de ZK 2 hebben een zeefinstallatie aan boord waarmee naar grootte wordt gezeefd (A, B en C; A groot naar C klein). Na het zeven worden de grotere garnalen door de ZK 2 via een apart procedé gekookt en worden ze als exclusief product met een hogere prijs via de reguliere garnalenhandel op de Franse markt gezet. De visser ontvangt hiervoor een hogere prijs en de (Franse) consument is bereid hier meer voor te betalen. De vissers van de "Goede Viskraam" op de Amsterdamse Noordermarkt en de biologische markt in Vredenburg Utrecht geven aan dat de marktacceptatie voor ongepelde garnalen via de markt goed is.

Vooralsnog zal ongepeld buiten beschouwing worden gelaten. Mocht in de toekomst blijken dat er toch een interessante potentiële afzetmarkt voor ongepelde verse Hollandse garnalen is, dan kan dit opnieuw worden beoordeeld.

5.2.4 Toepassing conserveringsmiddelen

Zoals beschreven in paragraaf 5.2.1 hebben conserveermiddelen invloed op de versbeleving van de consument. Zo is gebleken dat een streekproduct met evenveel conserveermiddel als een 'gewone' garnaal, niet strookt met de belevingswaarde van de consument en de retailsector. Verse producten worden door consumenten ook sterk in verband gebracht met gezond voedsel omdat ze onbewerkt zijn en dus geen potentieel schadelijke additieven of conserverende middelen bevatten.

Conserveermiddelen worden toegevoegd uit het oogpunt van voedselveiligheid en de houdbaarheid van de garnalen. De conserveermiddelen remmen de uitgroei van pathogenen die zich mogelijk al op het product bevinden voordat bewerking

22 Stichting Collusie is vanaf de oprichting (1990) een goede doelen organisatie (ANBI) met een sociaal maatschappelijke functie, namelijk het actief inschakelen en ondersteunen van de 'onderkant van de samenleving' Interview 22 september 2011

plaatsvindt. Het conserveermiddel heeft dus een positieve functie ten aanzien voedselveiligheid. Het meest gebruikte conserveringsmiddel is benzoëzuur (ook bekend als E210). Dit zuur wordt na het zeven van de garnalen op de garnalen gesproeid. Dit mag, in overeenstemming met de EU-norm, niet meer bedragen dan 0,6%²³. In plaats van Benzoëzuur zou ook azijnzuur (E260) en/of melkzuur (E270) kunnen worden toegevoegd. Dit is echter van invloed op de smaak. Bij tropische garnalen worden deze alternatieven desondanks al wel toegepast.

Verpakken en verwerken

Naast het verwerkingsproces heeft de wijze van verpakken invloed op de houdbaarheid van de garnalen. Wanneer de garnalen onder beschermende omstandigheden worden verpakt, waarbij een mengsel van stikstof en koolzuur in de verpakking wordt gebracht en het geheel gasdicht wordt afgesloten, zijn de vers gepelde Hollandse garnalen 4 tot 5 dagen houdbaar. Onder beschermende omstandigheden verpakken in combinatie met een snelle en efficiënte verwerkingsmethode moet ervoor zorgen dat ongeconserveerde garnalen langer 'vers' blijven en daardoor met toevoeging van een geringer aantal, of zelfs zonder conserveermiddelen op de markt gebracht kunnen worden.

Of het achterwege laten van conserveringsmiddelen haalbaar is, zal uiteindelijk ook worden bepaald door de gewenste houdbaarheid in het afzetkanaal (zoals supermarkt of out-of-home sector). Vooralsnog blijkt conservering noodzakelijk bij een afzet via Kruidenier of een supermarkten als Jumbo.

5.2.5 Een gedragscode voor vissers?

Volgens onderzoek door de Europese Commissie²⁸ naar de garnalensector in Denemarken, België en Nederland zijn er mogelijkheden om de kwaliteit van de gevangen garnalen te verbeteren. Hierbij worden een betere hygiëne aan boord, optimalisatie van de kooktijd als suggesties genoemd. Geopperd is een gedragscode voor garnalenvissers op te stellen om de kwaliteit van de aangelande garnalen te verbeteren. Garnalen worden op het schip gekookt, gekoeld en gereinigd. In principe moeten garnalenvissers zich hierbij houden aan de voedselveiligheidsnormen (zoals vastgelegd in de Productschapphygiënerichtlijn). In de praktijk verschildt de mate waarin deze normen door de garnalenvissers worden gehaald. De aangelande garnalen verschillen hierdoor sterk in kwaliteit.

Aangelande garnalen die goed gekookt, gekoeld en gereinigd zijn behoeven minder toevoeging van conserverende middelen om de voedselveiligheid te garanderen. Daarnaast is de tijd die het schip op zee is hierop van invloed. Wanneer een korte route wordt gevaren zijn de aangelande garnalen verser. Door via een gedragscode voor garnalenvissers aandacht te besteden aan de tijd op zee en de hygiëne aan boord, kan een versere Hollandse garnaal op de markt worden gebracht die minder conservering behoeft. De Europese Commissie noemt het ontwikkelen van een eenvoudige gedragscode voor vissers tevens als manier om betere prijzen veilig te stellen. Garnalenvissers die zich aan de gedragscode houden brengen kwalitatief betere garnalen aan land en kunnen daarvoor wellicht een betere prijs ontvangen.

Gedragscode GPM Seafood

In 2012 is het initiatief 'GPM Seafood' gestart. GPM Seafood heeft met een aantal vissers onderzocht in hoeverre ISO 22000 een geschikte standaard is om als gedragscode voor vissers te dienen. ISO 22000 is een standaard op het gebied van voedselveiligheid. Bedrijven die voor een ISO 22000 certificering in aanmerking willen komen stellen zelf een voor hen relevant eisenpakket samen. Ook de strategie die wordt gebruikt om aan de eisen te voldoen, kan op basis van een risicoanalyse door de bedrijven zelf worden bepaald. ISO 22000 stelt onder meer eisen aan:

- interactieve communicatie
- systeemmanagement
- basisvoorwaardenprogramma
- HACCP-principes

Dit onderzoek heeft geresulteerd in een gedragscode voor garnalenvissers waarin aandacht wordt besteed aan de kwaliteit van het aangelande product en de duurzaamheid van de vangst. GPM Seafood is betrokken bij de ontwikkeling van het 'Viswad' convenant met een coalitie van natuurorganisaties (o.a. WNF, Stichting het Wad, Natuurmonumenten, etc.). Onderdeel van het convenant vormen onder andere afspraken met natuurorganisaties over gebiedsbescherming.

De gedragscode is inmiddels (november 2013) gereed en heeft ertoe geleid dat garnalen kunnen worden aangeland van een hogere kwaliteit (lager kiemgetal). Deze garnalen zijn uiteindelijk als basis gebruikt voor de pilotfase.

5.2.6 Conclusie Vers

Hoewel machinaal pellen in Nederland de tijd tussen vangst en verkoop verkort en het toepassen van innovatieve verpakkingsmethode de houdbaarheid van ongeconserveerde garnalen vergroot, blijft het noodzakelijk om de garnalen te conserveren vanuit het oogpunt van voedselveiligheid en houdbaarheid. Een reden hiervoor is ook dat het in de praktijk in de retail niet mogelijk blijkt te zijn om een product constant bij de temperatuur van smeltend ijs te bewaren, wat wel wettelijk verplicht is. Daarnaast vereist bijvoorbeeld het wettelijk kader dat specifieke "listeria challenge testen" bij 9°C bewaar temperatuur moeten worden doorgevoerd.

Alleen voor zeer kleine afzet dichtbij de pelmachines, zoals in het geval van de TX25 op Texel, of bij verkoop direct vanaf het vissersschip bij handmatig pellen zijn ongeconserveerde garnalen haalbaar. Een versere Hollandse garnaal is echter wel mogelijk. De tijd tussen vangst en verkoop kan aanzienlijk verkort worden door in Nederland machinaal te pellen.

Uit het oogpunt van de versbeleving van de consument is het dan raadzaam een conserveringsconcept toe te passen waar Benzoëzuur geen onderdeel vanuit maakt. Ook dit blijkt inmiddels mogelijk te zijn (stand van zaken december 2013).

In Nederland is een aantal initiatieven bekend waarbij versere Hollandse garnalen worden aangeboden. Zo brengt Kant Garnalen in samenwerking met pelcentrum Telson dagverse

garnalen op de markt die 1 tot 2 dagen na vangst in Nederland machinaal gepeld worden²⁴. Kant Garnalen biedt de garnalen met of zonder conserveermiddelen aan, afhankelijk van de marktvraag. Heidema en van der Ploeg en de Waddengoud garnaal zijn tevens voorbeelden van versere Hollandse garnalen.

Heidema en van der Ploeg

Heidema en van der Ploeg, de merknaam van het verse product van Heiploeg, biedt nu twee producten aan op de markt: de verse Noordzee garnalen (500g) en de garnalenbouillon. De garnalen worden voornamelijk in Nederland en Duitsland gevangen en worden in Nederland gepeld door middel van pelmachines. De marktacceptatie van de versere garnaal is een succes. Met name de smaak is hierbij doorslaggevend. De kostprijs van het product ligt ruim 5 euro per kilo hoger dan voor de 'Marokko -garnaal'. Op het product zit een (versheid) garantie van 3 dagen, maar meestal is het product na een dag al verkocht. Op het sluitzegel staat de naam van het schip dat de garnalen heeft gevangen.

Waddengoud van de TX25

Bijna elke zondagnacht vaart Dirk Albert Blom vanuit de haven van Oudeschild (Texel) met zijn kotter de TX25 de Waddenzee op. De gehele week vist hij op de Hollandse garnalensoort. Ook experimenteert Dirk Alberts TX25 met een pulskor. Tussentijds doet hij regelmatig de haven aan om de garnalen naar de eigen machinale pellerij in de Koog (Texel) te brengen. Daar worden de garnalen direct machinaal gepeld. Bovendien staan twee medewerkers permanent de gepelde garnalen te 'lezen', om huidjes te verwijderen die de machines hebben gemist. Door de korte transportroute en speciale verpakkingstechniek zijn geen conserveringsmiddelen nodig. Een erg vers en eerlijk streekproduct.

Het te ontwikkelen concept zou mogelijk nog een stap verder kunnen gaan dan bovengenoemde voorbeelden door de versheid en kwaliteit van de aangelande garnalen te verbeteren. Hoe korter de beoogde houdbaarheid hoe minder conserverende middelen toegepast hoeven te worden. Een mogelijkheid hiervoor de eerdergenoemde gedragscode voor vissers, inmiddels toegepast door de vissers van GPM Seafood.

5.3 Kenmerken van de duurzame, vers gepelde Hollandse garnaal

Op basis van de voorgaande analyse wordt hier een voorstel gedaan voor de criteria waaraan de duurzame, versgepelde Hollandse garnaal zou kunnen voldoen.

Mogelijke duurzaamheidscriteria

Er is sprake van een MSC+ situatie, waarbij individuele vissers/schepen iets extra's toevoegen aan (het naar verwachting generieke) MSC.

Bijvoorbeeld:

Criterion 1: De garnalenvisser voldoet aan de criteria opgenomen in het managementplan voor de garnalenvissers 2011 en neemt deel aan het MSC certificeringstraject zodra dit mogelijk is.

Criterion 2: De garnalenvisser gebruikt de SeeWing of de SumWing als vistuig om de bijvangst, bodemberoering en het brandstofverbruik tijdens het vissen te verminderen.

Overschakeling op de pulsvisserij wordt vooralsnog niet als maatregel voorgesteld vanwege de onzekerheden rond de effecten op het bodemleven en het mogelijke prijsdrukkende effect van een grotere vangst bij een gelijkblijvende markt. Tevens wordt de pulskor op dit moment toegelaten op basis van ontheffing. Er heerst (te) veel onzekerheid over de toekomst van de pulskor op dit moment.

Verscriteria

Criterium 3: De garnalenvissers houden zich aan een te ontwikkelen gedragscode, waardoor de kwaliteit van de aangelande garnalen verbetert.

NB: Deze gedragscode zal o.a. regels betreffen aangaande een optimale hygiëne aan boord en de lengte van vaarroutes om de kwaliteit en versheid van de aangelande garnalen te optimaliseren.

Criterium 4: Bij de be- en verwerking van de garnaal wordt een minimale hoeveelheid conserverende middelen toegepast waar benzoëzuur geen onderdeel van uitmaakt. Uiteraard wordt wel voldaan aan wetgeving met betrekking tot voedselveiligheid van het product.

Criterium 5: De garnaal wordt binnen 4 dagen na vangst gepeld en verkocht aan afnemers en draagt daarmee het predicaat 'Vers gepeld'.

Dit profiel van een duurzame, vers gepelde Hollandse garnaal, geconserveerd zonder Benzoëzuur zal in het volgende hoofdstuk worden gelegd naast de kenmerken van de markt. Ofwel, mag verwacht worden dat er vraag is naar een dergelijk product?

6 POSITIONERING IN DE MARKT

Nu duidelijk is wat er mogelijk is ten aanzien van een duurzame en versere garnaal is het van belang om te bekijken in hoeverre de kenmerken van dit product aansluit bij de vraag en de trends in de markt. In dit hoofdstuk wordt de markt voor garnalen geanalyseerd.

6.1 De markt in cijfers: algemeen

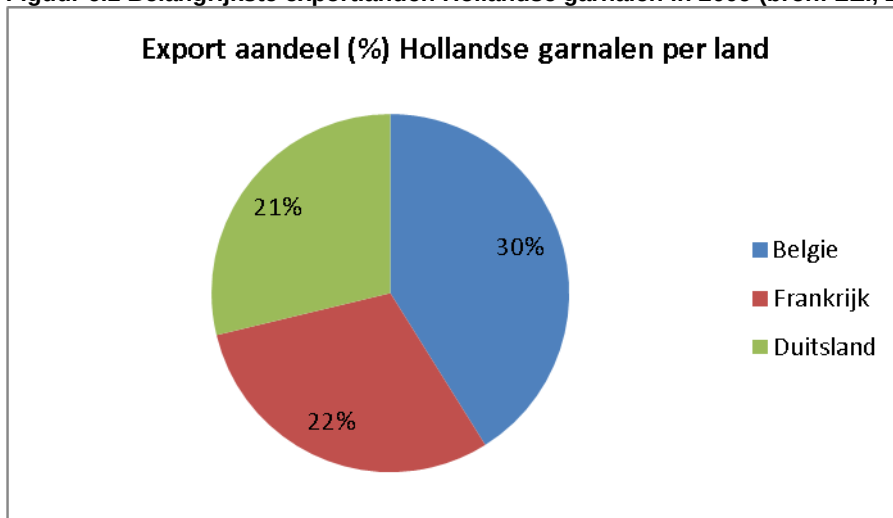
Europese handel in Hollandse garnalen

In totaal wordt 30 tot 35 miljoen kilo Hollandse garnalen in Noord Europa gevangen; van die hoeveelheid wordt circa 85% gepeld²⁵.

Export naar het buitenland

Naar schatting²⁶ bestaat 75% van de omzet van de bedrijven uit de Nederlandse garnalensector uit de export van garnalen. 92% van de garnalen van de Nederlandse export wordt afgezet in EU-landen, dit inclusief de uit het buitenland geïmporteerde garnalen. Ten opzicht van 2005 is de export in 2009 20% gestegen. In 2009 werd 56.000 ton Hollandse garnalen geëxporteerd, in 2005 was dit nog 47.000 ton. In figuur 6.1 zijn de belangrijkste exportlanden voor Hollandse garnalen (in 2009) weergegeven.

Figuur 6.1 Belangrijkste exportlanden Hollandse garnalen in 2009 (bron: LEI, 2011)



Naar Frankrijk en België worden de meeste ongepelde garnalen geëxporteerd. In 2005 bedroeg de exportwaarde van ongepelde garnalen naar België 23 miljoen euro en naar Frankrijk 20 miljoen euro²⁷. België is tevens het belangrijkste afzetgebied voor gepelde garnalen (50%), gevolgd door Duitsland (25%).

²⁵ http://www.pvis.nl/fileadmin/user_upload/pvis/Documenten/Verantwoorde_vis/Visfeiten_Noordzeegarnalen.pdf

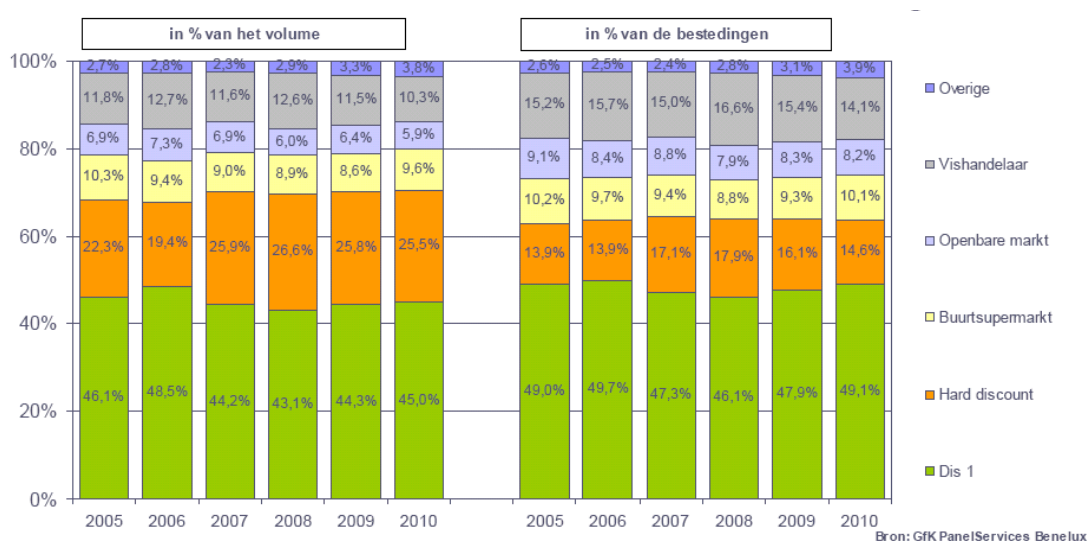
²⁶ Rapport Viswerking en visgroothandel in Nederland, LEI (2011)

²⁷ Nederlandse visverwerkende industrie en visgroothandel, LEI 2006

De Belgische markt

De Belgische markt voor verse vis is in 2009 gegroeid²⁸. De groei van het verssegment kwam in 2009 uit op 5,8% in volume per capita. In de Belgische markt nemen verse garnalen 15,6% van het volume van verse week- en schaaldieren in, maar ze zijn goed voor bijna 43% van de bestedingen. De grijze garnaal is de duurste in de categorie vis- en schaaldieren met een gemiddelde prijs van € 19,70 per kilogram. In de categorie “verse zeevis, zoetwatervis en week- en schaaldieren” zijn de Carrefour Hyper, GB, Market, Delhaize De Leeuw, Colruyt, Cora, Match, Champion en Makro samen marktleider met een volumeaandeel van 45% en een bestedingsaandeel van ruim 49%. De hard discount distributievorm staat met 44,2% op een tweede plaats als het gaat om schaal- en weekdieren met een volumeaandeel van 37,5%. Het marktaandeel van de vishandelaar ging in 2010 achteruit van 11,5% naar 10,3% in volume-aandeel. Op de vierde plaats staat de buurtsupermarkt (9,6%) en op de vijfde plaats de openbare markt (5,9) (zie figuur 6.2).

Figuur 6.2 Aandeel distributiekanaal verse vis, week- en schaaldieren in België



Dis 1: Carrefour Hyper/GB/Market, Delhaize De Leeuw, Colruyt, Cora, Match, Champion en Makro

Verder gegevens over de Belgische markt zijn niet voorhanden. Recent consumentenonderzoek laat wel zien dat ook in België duurzaamheid een steeds belangrijkere rol speelt in het consumentengedrag²⁹.

De Nederlandse consumentenmarkt van Hollandse garnalen

De consumptie van Hollandse garnalen bleef in 2010 ongeveer gelijk ten opzichte van 2009³⁰ en bedroeg 546 ton (hierbij is niet vermeld of dit gepelde of ongepelde garnalen betreft; aangezien het hier om consumptie gaat, betreft het waarschijnlijk gepelde garnalen), dit is 5% van de totaal verhandelde hoeveelheid.

²⁸ Visbarometer 2010 en 2011, Marketingdienst VLAM

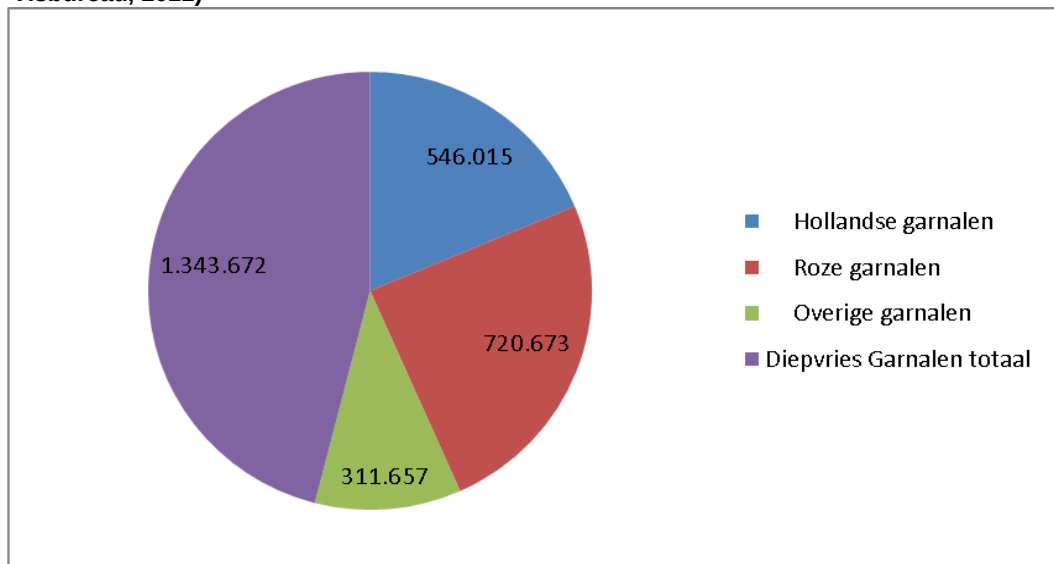
²⁹ Nieuwe Consumenten Barometer van Futureproofed, GfK Significant en Burat, mei 2012

³⁰ Consumptiecijfers 2009 en 2010 van Nederlands Visbureau

Het volumeaandeel van garnalen (alle soorten bij elkaar) binnen het totale volume verse vis, schaal- en schelpdieren bedroeg 2.6% in 2010³¹. In figuur 6.3 is aangegeven welk aandeel de Hollandse garnaal innam binnen het consumptievolume gepelde garnalen.

Het volumeaandeel van garnalen binnen het totale volume verse schaal- en schelpdieren (exclusief vis) liep in 2011 iets terug in vergelijking met vorig jaar³².

Figuur 6.3 Consumptievolume in 2010 in kg per (gepelde) garnaal (bron: Nederlands Visbureau, 2011)



De consument

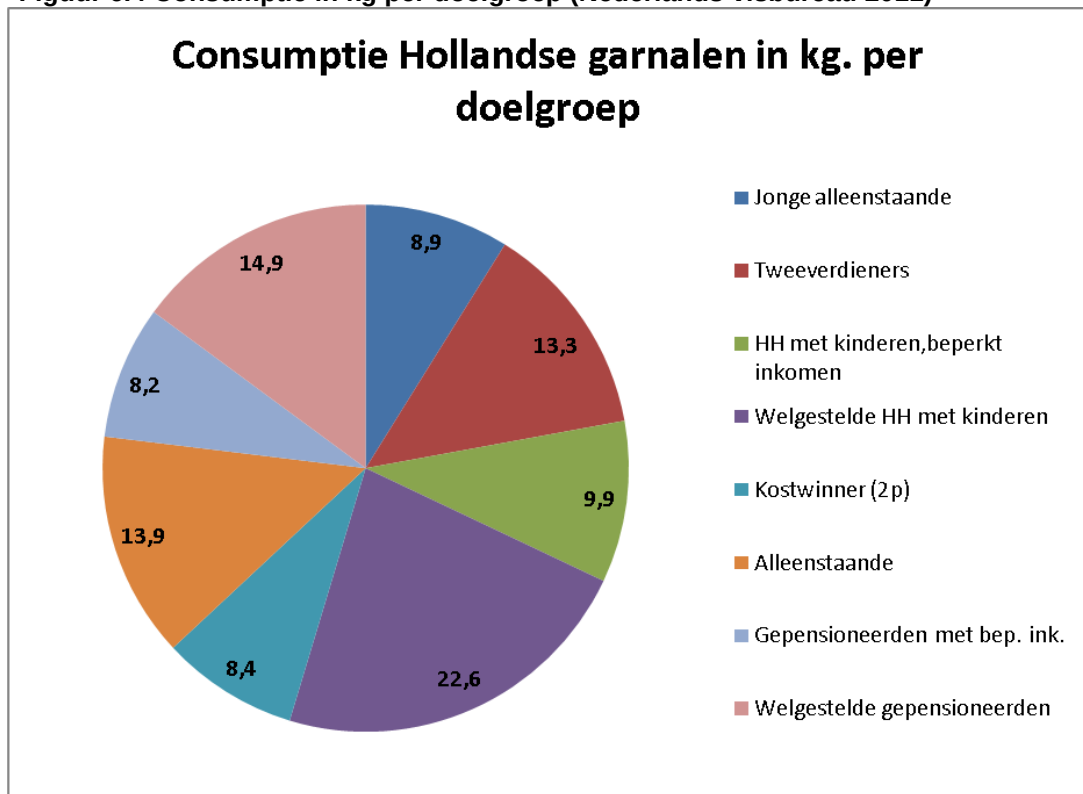
Het grootste percentage van de Hollandse garnalen (84%) wordt thuis geconsumeerd, de rest (16%) wordt buitenshuis geconsumeerd³³. Figuur 6.4 laat zien dat tweeverdieners en huishoudens met hoge inkomens de belangrijkste afnemers van Hollandse garnalen zijn.

³¹ Consumptiecijfers 2010 van Nederlands Visbureau

³² Consumptiecijfers 2011 van Nederlands Visbureau: Samenvatting kwartaal 2

³³ Nederlands visbureau 2011

Figuur 6.4 Consumptie in kg per doelgroep (Nederlands visbureau 2011)



De afzetkanalen

Verse Hollandse garnalen worden in Nederland vooral afgezet via supermarkten, groothandelaren en de detailhandel (zie tabel 6.1). De laatste jaren is de invloed van supermarktketens binnen de keten sterk toegenomen.

Tabel 6.1 Afzetkanalen van verse Hollandse garnalen in Nederland

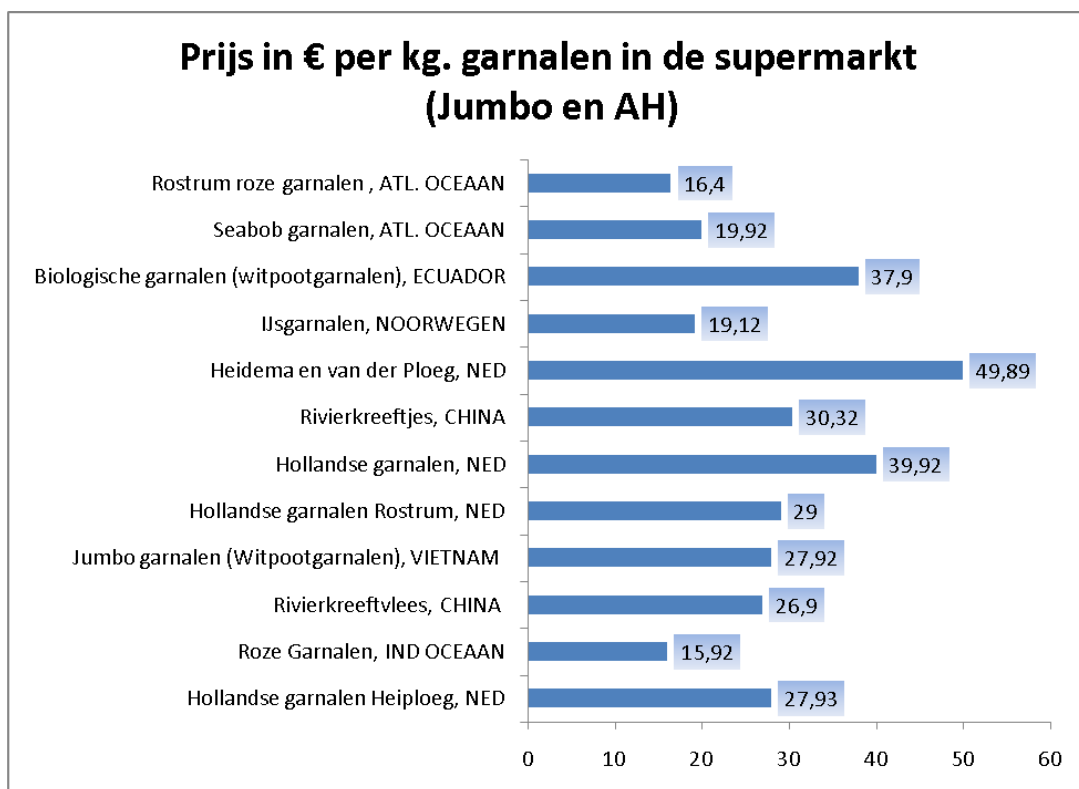
Afzet kanalen	Percentage van totaal aandeel
Supermarkten	77%
Ambulante vishandel	10%
Speciaalzaken	8%
Overige aankoopplaatsen	5%

6.2 Marktbeschrijving en trends: retailsector

6.2.1 Marktbeschrijving

Binnen het garnalenschap van de supermarkten Jumbo en Albert Heijn is voor dit onderzoek gekeken naar het aanbod kleine garnalen. In totaal zijn 12 typen kleine garnalen aangetroffen, waarvan 8 exotische en 4 Hollandse garnalen. In figuur 6.5 is een overzicht opgenomen.

Figuur 6.5 Aanbod garnalen en prijs per kg. in de supermarkten Jumbo en AH (eigen onderzoek, juni 2012)



De vers gepelde Hollandse garnalen van Heidema en van der Ploeg zijn het duurst (€49,89 per kilo) en de Roze garnalen uit de Indische Oceaan het goedkoopst (€15,92 per kilo). Hoewel Hollandse garnalen in prijs van elkaar verschillen blijken ze (uit dit overzicht) over het algemeen duurder te zijn dan exotische garnalen. Slechts 3 van de 12 typen garnalen hebben een keurmerk (zie tabel 6.2). De gekweekte Witpootgarnaal uit Ecuador heeft als enige een biologisch keurmerk en vermeldt geen E-nummers. De IJsgarnalen uit Noorwegen en de Seabob garnalen uit de Atlantische Oceaan hebben als enige het MSC keurmerk.

Tabel 6.2 Overzicht garnalen in de supermarkt, prijs, keurmerk (visueel onderzoek CREM, juni 2012)

Type garnalen in de supermarkt (AH en Jumbo)	Prijs € in per kg.	Keurmerk
Hollandse garnalen Heiploeg, NED	27,93	-
Roze Garnalen, IND OCEAAN	15,92	-

Rivierkreeftvlees, CHINA (*)	26,9	-
Jumbo garnalen (Witpootgarnalen), VIETNAM	27,92	-
Hollandse garnalen Rostrum, NED	29	-
Hollandse garnalen, NED	39,92	-
Rivierkreeftjes, CHINA	30,32	-
Heidema en van der Ploeg, NED	49,89	-
IJsgarnalen, NOORWEGEN	19,12	MSC
Biologische garnalen (witpootgarnalen), ECUADOR	37,9	EKO, BIO-01
Seabob garnalen, ATL. OCEAAN	19,92	MSC
Rostrum roze garnalen , ATL. OCEAAN	16,4	-

*: Rivierkreeftjes zijn geen garnalen, maar worden door sommige consumenten mogelijk wel als vergelijkbaar gezien. Om deze reden zijn ze in dit overzicht opgenomen.

6.2.2 Markttrends

Trends in de retailsector zijn:

- De omzet van verse vis in de supermarkten groeide in 2010 met 60% ten opzichte van 2009³⁴. De totale omzet duurzame vis (voornamelijk MSC en Biologisch) groeide in de supermarkten met circa 30%.
- Het aanbod van biologische en fairtrade producten in supermarkten blijft toenemen³⁵. Op dit moment hebben winkels gemiddeld 116 biologische producten in de schappen liggen terwijl dat een jaar geleden nog gemiddeld 90 was. Het jaar daarvoor waren het er gemiddeld 78. Plus staat hierbij op nummer 1, gevolgd door Jumbo supermarkten. Bijna een derde (31 procent) van de Nederlanders eet regelmatig biologische producten en 43 procent wil daar extra voor te betalen³⁶. Buiten dat biologisch 'hip' is, is er ook een groeiend bewustzijn om gezonder te eten. Experts verklaren de groeiende vraag naar biologisch (ondanks dat deze producten vaak duurder zijn) vanuit de wens/noodzaak (langer) gezond te blijven. De huidige economische ontwikkelingen (langer doorwerken, meer onzekerheid op de arbeidsmarkt) zouden hieraan bijdragen
- De totale huishoudelijke consumptie van vis-, schaal- en schelpdieren liet in 2010 een volumegroei zien van 1%. Deze marktgroei werd veroorzaakt door een groei van vers (+4%), een groei van conserven (+1%) en een daling van diepvries (-1%). De volumegroei van totaal vers (+ 4%) was het gevolg van een hogere aankoopfrequentie (11.5 naar 11.8x per jaar) en meer volume per kopend huishouden (4.7 naar 4.8 kg). Vooral verse haring en kabeljauw, gerookte vis (zalm en makreel) en mosselen lieten een positieve ontwikkeling zien in vergelijking met 2009³⁷. De vraag naar verse producten lijkt dus toe te nemen.
- Het versaanbod werd in 2011 door retailers ook het meest genoemd als trend. In 2012 noemen de retailers de reductie van suiker, vet en zout en het ontwikkelen van

³⁴ Monitor Duurzaam Voedsel 2010

³⁵ <http://www.trouw.nl/tr/nl/4516/Gezondheid/article/detail/3011860/2011/11/03/Steeds-meer-bio-en-fairtrade-in-supermarkten.dhtml>

³⁶ <http://gezondheid.plusonline.nl/voeding/artikelen/1729/is-biologisch-echt-gezonder>

³⁷ GfK Consumer tracking, Jaarpresentatie thuisconsumptie Vis Nederland, maart 2011.

gezonde producten als belangrijkste trend. De retailers geven aan dat ze in 2012 prioriteit geven aan het helpen van de consument om een gezonde levensstijl te hanteren. Gezonde voeding wordt langzaam de norm. Op de prioriteitenladder van retailers is gezondheid en voeding van plaats 7 naar plaats 4 gestegen.

- Consumenten willen steeds meer weten van de afkomst van de producten die ze kopen. De verwachting is dat die belangstelling nog verder zal doorgroeien³⁸. De trend van streekproducten zal een stap verder gaan naar interesse voor de producenten zelf.
- De sociale media gaan steeds nadrukkelijker deel uit maken van de mediamix waarmee consumenten bereikt worden. Onderzoek toont aan dat consumenten de verschillende media naast elkaar gebruiken. De consumenten zullen in toenemende mate via hun mobiele telefoon informatie zoeken; ook over producten, prijzen, aanbiedingen etc. (ook wanneer ze in de winkel staan).

6.2.3 Conclusies retailsector

Uit het overzicht van kleine garnalen in de supermarkten Jumbo en Albert Heijn blijkt dat de (relatief dure) Hollandse garnalen niet worden gepositioneerd/vermarkt als duurzaam of vers (met uitzondering van Heidema en van der Ploeg op het aspect vers). Binnen de Albert Heijn hebben bijvoorbeeld alleen de IJsgarnalen uit Noorwegen en de biologische garnalen uit Ecuador een Puur & Eerlijk label. De in duurzaamheid en gezondheid geïnteresseerde consument zal daarom momenteel waarschijnlijk eerder voor exotische garnalen kiezen met een duurzaamheidskeurmerk (MSC), een biologisch keurmerk (BIO/EKO) of een Puur & Eerlijk label, dan voor Hollandse garnalen.

De Hollandse garnalen profiteren vanwege het ontbreken van keurmerken en labels (MSC, Biologisch, Puur & Eerlijk) waarschijnlijk onvoldoende van de trend naar duurzaam en gezond voedsel. Ook lijkt de meerprijs voor Hollandse garnalen onvoldoende te worden vertaald naar een meerwaarde voor de consument. Een uitzondering binnen de Hollandse garnalen vormt het merk Heidema en van der Ploeg dat zich onderscheidt op versheid (vers gepeld) en traceerbaarheid (het vissersschip wordt op de verpakking vermeld).

Op basis van dit overzicht lijkt er zeker ruimte te zijn voor een sterkere positionering van Hollandse garnalen als een kwalitatief hoogwaardig lokaal/streek product dat zich positief onderscheidt op duurzaamheid en versheid. Deze positionering is in lijn met markttrends in de retailsector.

Specifieke kansen retailsector

Ingespeeld kan worden op de informatiebehoefte van de consument ten aanzien van de herkomst van het product door de garnalenvisser in beeld te brengen (creëren van een 'food celebrity'). Bij de informatievoorziening ten aanzien van de herkomst kan worden aangesloten bij een consumententrend door voor dit doel nieuwe media in te zetten.

Duurzame garnalen bij Jumbo supermarkten?

Jumbo verwacht de consument best te kunnen verleiden in het maken van duurzamere keuzes, alleen moet de prijs wel scherp zijn. Als het product bijvoorbeeld drie keer zo duur is als het

mainstream product zal het niet aan de man kunnen worden gebracht. Het product zal wel iets duurder mogen uitvallen dan het reguliere mainstream product.³⁹

6.3 Marktbeschrijving en trends: out of homesector

6.3.1 Marktbeschrijving

De out of home sector bestaat voornamelijk uit de catering, hotels en horeca. Deze sector koopt veelal in bij de groothandelaren waaronder horecagroothandel en visgroothandel. De plek die een groothandel in de keten inneemt hangt samen met het volume van de bestelling.

Horecagroothandelaren, zoals Kruidenier, Deli XL, Makro, Hanos en Sligro, kopen in bij visgroothandelaren. Deze horecagroothandelaren kenmerken zich door een breed assortiment: vis, mosselen en garnalen zijn slechts een klein onderdeel daarvan. De horecagroothandelaren richten zich op de behoefte van de klant in plaats van op een specifiek product. De belangrijkste klanten van deze groothandelaren zijn:

- Kleinhoreca: restaurants, eetcafé's, bistro's, sauna's en sportkantine's.
- Institutionele markt: ziekenhuizen, bejaardenhuizen, scholen, grote bedrijven overheidsinstanties.
- Hotelketens: IBIS, Novotel, Best Western, Centerparcs.
- Cateraars: Sodexho.
- Restaurantketens: Hema, La Place, van der Valk.
- Verswinkels, lokale viswinkels en inkoopinitiatieven zoals Fish 'n Food,

Andere voorbeelden van groothandelaren zijn (situatie 2004):

- Deli XL (Ahold) is een horecagroothandel en levert vooral aan cateraars zoals Sodexho.
- Deli XL koopt grote volumes in bij Heiploeg en kleinere bij Ouwehand.
- Kleine vishandels zoals Fish 'n Food, een inkoopinitiatief van acht detailzaken, kopen in bij de lokale horecagroothandel.

Groothandelaren die in grote partijen kunnen handelen en vaak een product kunnen bewerken zijn bijvoorbeeld Ouwehand en Den Heijer. Deze kopen in bij de leveranciers Heiploeg en Klaas Puul en verkopen aan andere groothandelaren. Deze groothandelaren kenmerken zich doordat ze gespecialiseerd zijn in vis en visproducten.

Uit onderzoek van het Nederlands Visbureau (2012) blijkt dat jaarlijks 7000 ton vis in restaurants genuttigd wordt, waarvan slechts 1200 ton aan Nederlandse visproducten. Daarbij gaat het voor het overgrote deel om mosselen. In de *horeca* wordt 500 ton garnalen per jaar in gerechten verwerkt, waarvan slechts 50 ton Hollandse garnalen.

Markttrends

In het kader van dit onderzoek is voornamelijk gekeken naar de catering en horeca als potentiële afzetkanalen voor het te ontwikkelen productconcept.

Trends in de cateringbranche

- Steeds meer opdrachtgevers worden zich bewust van hun maatschappelijke verantwoordelijkheid en willen dit mede tot uiting brengen in het bedrijfsrestaurant⁴⁰. Bijna 10% van de inkopen in de catering is duurzaam. Met dit percentage is de branche nationaal koploper op basis van de duurzaamheidsmonitor van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (2011). Uit recent onderzoek blijkt dat biologische en fair trade-producten toenemen in bedrijfsrestaurants. Maar liefst 43% van de consumenten geeft aan het aspect fairtrade belangrijk te vinden bij de aanschaf van producten in het bedrijfsrestaurant. Als tweede aspect (29 procent) noemen de ondervraagden de biologische oorsprong van producten.
- Bijna driekwart van de cateringconsumenten is bekend met MVO en let op duurzame cateringproducten bij de keuze van de lunch. Uit onderzoek⁴¹ blijkt daarnaast dat 27% ook daadwerkelijk kiest voor duurzame cateringalternatieven. Dit betreft steeds vaker producten die voorzien zijn van keurmerken gericht op duurzaamheid, zoals het EKO-keurmerk (biologisch), MSC (duurzame vis) en Fair Trade (eerlijke handel)⁴². Landen als Zweden en Noorwegen lopen hierin voor op Nederland. Daar wordt fors geïnvesteerd in de relatie gezondheid-productiviteit.
- Het programma 'Duurzaam Inkopen' stimuleert overheden om milieu- en sociale aspecten mee te nemen bij de inkoop van producten en diensten. Dit heeft vanzelfsprekend gevolgen voor de cateringdiensten die worden geleverd bij de verschillende overheden.

Trends in de horecabranche

- Het Nederlands Visbureau is in 2012 de campagne 'wild gevangen vis van dichtbij' gestart om de positie van Nederlandse visproducten in de horeca te versterken.
- Horecaconsumenten zijn steeds meer geïnteresseerd in duurzaamheid. Ongeveer de helft van de doelgroep horecaconsumenten (55%) geeft aan dat duurzaamheid meespeelt bij de keuze van een restaurant. 81% geeft aan bereidt te zijn om meer te betalen voor duurzame producten (CREM, 2010). Uit de voedselbalans 2011 blijkt tevens dat consumenten duurzaamheid in toenemende mate belangrijk vinden, maar dat gezondheid, betaalbaarheid en smaak nog steeds de belangrijkste aankoopargumenten zijn.
- De versbeleving is één van de trends uit de horeca trendgids 2012 van Koninklijke Horeca Nederland. Nieuwe voedselconcepten werken volgens de trendgids met verse producten en zetten in op een maximale versbeleving van de consument. Een andere trend die voorspeld wordt is dat de consument steeds meer wil weten over de herkomst van het product, de boer/visser/teler van het product en de smaak. Dit sluit aan bij de groeiende interesse voor streekproducten in de horeca.

⁴⁰ <http://www.htcadvies.nl/default.aspx?id=1703>

⁴¹ Nationale Cateringonderzoek 2011

⁴² http://www.fnv catering.nl/userfiles/Catering%20special%20juni%202010%20def_.pdf

Garnalen bij Kruidenier

Met name in catering zal het zo zijn dat, onder invloed van duurzaam inkopen, meer vraag naar duurzame vis en dus ook garnalen zal komen. Het product moet daarvoor dus echt als onderscheidend en duurzaam in de markt gezet worden en er zal bekendheid aan moeten worden gegeven. Ook de consument zelf vraagt steeds meer naar 'gezond', 'biologisch' en 'duurzaam'.⁴³

6.3.2 Conclusies Out-of-home

Op basis van de marktbeschrijving en trends lijkt er zeker ruimte te zijn voor een sterkere positionering van Hollandse garnalen als kwalitatief hoogwaardig lokaal/streek product dat zich positief onderscheidt op duurzaamheid en versheid. Zowel in de horeca als de catering blijkt er een groeiende vraag te zijn naar duurzaam en vers.

Horeca

Een positionering van het te ontwikkelen concept als vers streek/lokaal product waarbij gecommuniceerd wordt over de herkomst, smaak en visserij als ambachtelijk beroep sluit het beste aan bij de verwachte trends in de horeca en de campagne van het Nederlands Visbureau 'wild gevangen van dichtbij'.

Catering

Een positionering van het te ontwikkelen concept als duurzaam, gezond en fairtrade (met een eerlijke prijs voor de vissers) waarbij gecommuniceerd wordt over de herkomst van het product en de vangstmethoden sluit het beste aan bij de trends in de cateringbranche. De aanwezigheid van een keurmerk of label is in deze branche van groter belang dan in andere branches vanwege het duurzaam inkoop beleid dat overheden en in toenemende mate ook bedrijven hanteren.

6.4 Positionering van de Hollandse garnaal

6.4.1 Algemene conclusie

Binnen de retailsector en de out-of-home is zowel de vraag naar vers, als naar duurzaam en gezond groeiende. Met een marketingstrategie kan dus zeker op deze aspecten worden ingespeeld. Hierbij moet nog blijken welk aspect leidend zou moeten zijn. Zo zal het aspect duurzaam mogelijk wel een leidend aspect kunnen zijn in de positionering richting de catering (duurzaam inkopen), maar is het goed mogelijk dat binnen de supermarkt en in de horeca vers en gezond voorop moeten staan.

Groene marketing

Bij de uiteindelijke keuze voor een marketingstrategie kan worden geleerd van de ontwikkelingen op het gebied van groene marketing. Op dit gebied is de afgelopen jaren veel veranderd. In het oude marketingmodel werden merken en producten stevast als heel bijzonder gepositioneerd. Doordat consumenten steeds 'mediaslimmer' zijn geworden werkt dit model echter niet meer. Juist bij maatschappelijke verantwoorde producten en merken zal elke pretentie die op deze manier in de markt gezet wordt zich als een boemerang tegen het merk of het product keren. In marketingtermen wordt om deze reden onderscheid gemaakt tussen communiceren vanuit een principe (het verhaal/de visie achter het product)

⁴³

Interview Kruidenier, december 2011.

en communiceren vanuit een propositie (de kenmerken van het product). Groen of duurzaam is een principe en geen propositie. Wanneer we een nieuwe norm of ijkpunt voor Hollandse garnalen introduceren hanteren we dit uitgangspunt. Een mogelijke marketingstrategie voor een groen product is om bij een ander kenmerk aan te sluiten waarom consumenten het product sowieso willen hebben (zoals vers, oorspronkelijke smaak, gezond). Hierdoor wordt het verantwoorde aspect van een merk of product als een principe gecommuniceerd en ondersteunt daarmee de propositie.

Hieronder volgen puntsgewijs een aantal andere richtlijnen voor het in de markt zetten van groene, duurzame producten die bij de uitwerking van de marketingplannen kunnen worden gevolgd:

- Geef de consument zoveel mogelijk persoonlijk de kans om de voordelen van het product in te zien, te voelen en te beleven.
- Communiceer alleen de belangrijke, onderscheidende feiten en zorg dat die kloppen.
- Houdt de communicatie eenvoudig en concreet.
- Handel integer (zorg dat je waarmaakt wat je communiceert).

6.4.2 Conclusies positionering op vers en duurzaam

Verser

- Vers gepelde Hollandse garnalen met minimale toepassing van conserverende middelen of eventueel een ander conserveringsconcept zijn onderscheidend qua smaak (vers gepeld) en maken het mogelijk om het product als kwalitatief hoogwaardig te vermarkten. Hiermee kan worden ingespeeld op de groeiende aandacht voor verse voedingsmiddelen. Hiervoor is (machinaal) pellen in Nederland wel een voorwaarde. Het hanteren van een gedragscode door vissers kan daarbij bijdragen aan een hoge kwaliteit van het aangelande product.
- Positionering als gezond product zou aansluiten bij de trend in de markt maar is niet goed mogelijk vanwege het relatief hoge gehalte aan cholesterol in garnalen. Een voordeel is dat mensen vers in de praktijk ook wel associëren met kwaliteit, gezond en lekker.
- De praktijk zal moeten uitwijzen in hoeverre machinaal pellen economisch gezien uit kan. Vooralsnog lijkt dit echter wel mogelijk te zijn. Hierbij kan ook worden gedacht aan het aanpassen van de marges in de keten (afspraken met verwerkers) of het aanpassen van de keten zelf (directere relatie tussen visser en handel/consument). Deze tweede optie is in dit project in de pilotfase een mogelijkheid gebleken: directe relatie tussen Kruidenier en GPM Seafood.
- Wanneer het toepassen van conserveermiddelen noodzakelijk is uit het oogpunt van houdbaarheid en voedselveiligheid dient gebruik te worden gemaakt van alternatieven voor benzoëzuur dat (bij deskundigen) bekend staat als potentieel schadelijk voor de gezondheid. Gebruik van benzoëzuur bij een product dat als kwalitatief hoogwaardig, duurzaam en vers gepeld in de markt wordt gezet vormt een potentieel risico uit het oogpunt van negatieve publicatie (zoals het eerdere negatieve oordeel van de Consumentenbond). Gerealiseerd moet worden dat ieder gebruik van conserveringsmiddelen ten koste kan gaan van de perceptie 'vers' onder consumenten.

Duurzamer

- Het te ontwikkelen productconcept zal aantoonbaar duurzamer moeten zijn dan gangbare producten (garnalen) om aan te sluiten bij de groeiende behoefte van consumenten aan duurzame producten. Het MSC label is nog niet beschikbaar en zal, zodra dit beschikbaar is, niet onderscheidend zijn binnen het aanbod Hollandse garnalen (alle vissers kunnen waarschijnlijk MSC gecertificeerd worden). Het MSC label zal natuurlijk wel bijdrage aan de positionering van Hollandse garnalen als duurzaam ten opzichte van exotische garnalen zonder duurzaamheidskeurmerk.
- Verder onderscheiden op duurzaamheid door extra milieuwinst te realiseren bovenop MSC is mogelijk door eisen te stellen aan de vangstmethoden. Ook deze winst kan echter tijdelijk zijn wanneer meer vissers op deze methoden overschakelen. De extra winst (MSC+) zal naar consumenten in een supermarkt waarschijnlijk niet te communiceren zijn. In de out-of-home sector kan deze extra winst mogelijk nog wel worden gecommuniceerd.

Positie in de markt

- Hoewel het uitgevoerde, indicatieve schaponderzoek laat zien dat er al een product in de markt beschikbaar is dat zich als 'vers gepeld' positioneert, lijkt er zeker ruimte om, gezien de trends in de markt, naast (of in combinatie met) dit product een duurzame, versgepelde Hollandse garnaal in de markt te zetten.

In hoeverre dit product kan rekenen op een voldoende marktaandeel is nu niet te bepalen aangezien de marktaandelen van de verschillende producten niet bekend zijn en niet bekend is welke productkenmerken hierbij een belangrijke rol spelen (prijs, kwaliteit, duurzaamheid). Wel is bekend dat de vraag naar duurzame en verse producten groeit en dat de consument met een keuze op deze aspecten nu veelal niet bij de Hollandse garnaal zal uitkomen.

- Een marketingcampagne gericht op een duurzame, versgepelde Hollandse garnaal zal mogelijk ten goede komen aan alle Hollandse garnalen, zeker wanneer deze allen MSC gecertificeerd zijn. De 'vers gepelde' producten (zich hopelijk onderscheidend op smaak) vormen dan een exclusief product binnen de groep duurzame Hollandse garnalen.
- In hoeverre het productconcept van een duurzame, versgepelde Hollandse garnaal zich leent voor 'uitrollen' in België is op basis van de huidige gegevens niet te zeggen. Wel speelt duurzaamheid ook in België een steeds belangrijker rol in het consumentengedrag.

In **Annex 1** wordt stilgestaan bij de aspecten controleerbaarheid en herkenbaarheid van het productconcept.

In **Annex 2** wordt de go/no-go beslissing gepresenteerd op basis van de resultaten van fase 1.

De Go beslissing die uiteindelijk is genomen heeft geleid tot de pilotfase (voorbereiding en uitvoering) waarvan de resultaten in het volgende hoofdstuk zijn gepresenteerd.

7 PILOTFASE

7.1 Inleiding

Het in de voorgaande hoofdstukken geïdentificeerde productconcept is in een pilotfase uitgetest in de praktijk. Deze pilotfase bestond uit twee delen:

1. Voorbereiding: overleg over de mogelijkheden om het productconcept in de praktijk uit te testen
2. Uitvoering: Uittesten van het productconcept

In de eerste stap is overlegd met de potentiële leverancier van de garnalen die aan de kenmerken het productconcept voldoen (GPM Seafood), met de partijen die het concept in de markt zouden kunnen zetten (Kruidenier Food Services, Jumbo, Albert Heijn en Marqt) en is de wijze waarop de pilot kon worden uitgevoerd uitgewerkt.

In de tweede stap is de piloot uitgevoerd en zijn de resultaten geëvalueerd met de betrokken partijen. In de volgende paragrafen wordt achtereenvolgens ingegaan op de voorbereiding en opzet van de pilot en de resultaten van de pilot.

7.2 Voorbereiding en opzet van de pilot

Voorbereiding pilot

Uit de gesprekken in het kader van de voorbereiding van de pilot is met de mogelijke toeleverancier van de garnalen overlegd over deelname aan de pilot en de planning en wijze van levering van de garnalen. Uiteindelijk is gebleken dat GPM Seafood (zie www.gpm-seafood.nl) de benodigde garnalen kon leveren. Het ging daarbij om een garnaal die:

- op een duurzame wijze is gevangen;
- in Nederland is gepeld;
- een zodanig kwaliteit heeft dat conservering zonder benzoëzuur mogelijk is;
- geleverd kan worden in de periode dat de pilot zou worden uitgevoerd;
- voorzien kan worden van een verhaal (de visser achter de garnaal, etc.).

Daarnaast is verschillende malen gesproken met de marktpartijen die mogelijk geïnteresseerd zouden zijn in deelname aan de pilot (in de markt uittesten van het product). Hiervoor zijn diverse gesprekken gevoerd met Kruidenier Foodservices, Jumbo, Albert Heijn en Marqt. Uiteindelijk heeft alleen Kruidenier deelgenomen aan de pilotfase. Jumbo en Albert Heijn waren wel geïnteresseerd, maar zagen uiteindelijk toch af van deelname aan de pilot af. Marqt was geïnteresseerd in deelname aan de pilot, onder meer in de vorm van een smaaktest, maar bleek uiteindelijk te kunnen samenwerken met een andere leverancier dan GPM Seafood om een in Nederland gepelde Hollandse garnaal, geconserveerd zonder benzoëzuur, in de markt te zetten. Aangezien Marqt bovendien al eerdere, positieve ervaringen had met het vermarkten van een in Nederland gepelde Hollandse garnaal, zag Marqt af van verdere deelname aan de pilot.

Opzet pilot

In overleg met Kruidenier Food Services en GPM Seafood (inclusief onderling overleg tussen beide partijen) is besloten om de pilot te koppelen aan de Kruidenier 'FoodExperience 2013' die Kruidenier jaarlijks organiseert voor haar klanten en toeleveranciers. De opzet was als volgt:

- GPM Seafood was aanwezig met een stand met de duurzame, vers gepelde Hollandse garnaal.
- Bij deze stand werd promotiemateriaal rond de garnaal verstrekt. In dit promotiemateriaal werd aandacht besteed aan de kenmerken van de garnaal en de vissers achter het product (zie afbeelding).
- De garnaal werd actief aangeboden aan deelnemers aan de FoodExperience 2013 van Kruidenier Food Services.
- Een deel van de deelnemers werd bevraagd aan de hand van een korte vragenlijst. Hierbij werd aandacht besteed aan de beoordeling van de smaak van de garnaal, het belang van de kenmerken van de garnaal (duurzaamheid, in Nederland gepeld, zonder benzoëzuur geconserveerd) en de prijs van de garnaal.
- Het productconcept werd gepromoot via een interview voor BNR Nieuwsradio.

De resultaten van de pilot zijn in de volgende paragraaf samengevat.



7.3 Resultaten van de pilot

Algemeen

Tijdens de FoodExperience 2013 van Kruidenier Food Services van 7 november 2013 kon het publiek voor de eerste maal kennis maken met de duurzame, Hollandse garnaal van GPM Seafood. Het betrof geen officiële smaaktest omdat de garnalen op een broodje

werden aangeboden met peterselie als garnering. Daarnaast was er bij sommige garnalen zout toegevoegd voor de smaak.

De pilot was een succes in de zin dat de presentatie op de FoodExperience 2013 van Kruidenier goed verliep en de reacties op het product enthousiast waren. De dag werd bezocht door circa 4.000 klanten en toeleveranciers van Kruidenier Food Services. De aanloop bij de stand van GPM Seafood was goed en in totaal is +/- 20 kg garnalen uitgedeeld en zijn ongeveer 100 brochures over het product verspreid. GPM Seafood heeft tijdens de pilot bovendien contact kunnen leggen met de inkoper visproducten van Kruidenier Food Services.

De enquête

De deelnemers werd een aantal vragen voorgelegd over de smaak van de garnaal en waar zij op letten bij het kopen van Hollandse garnalen. Dertig bezoekers hebben aan het onderzoek deelgenomen. Het ging hierbij vooral om consumenten die door Kruidenier als klant waren uitgenodigd. In minstens twee gevallen betrof het inkopers. Gezien de kleinschaligheid van het onderzoek zijn de resultaten indicatief. De resultaten worden hieronder weergegeven.

Welk rapportcijfer geeft u de smaak?

De smaak krijgt een gemiddeld rapportcijfer 7,4 (in een range van 1 tot 10)

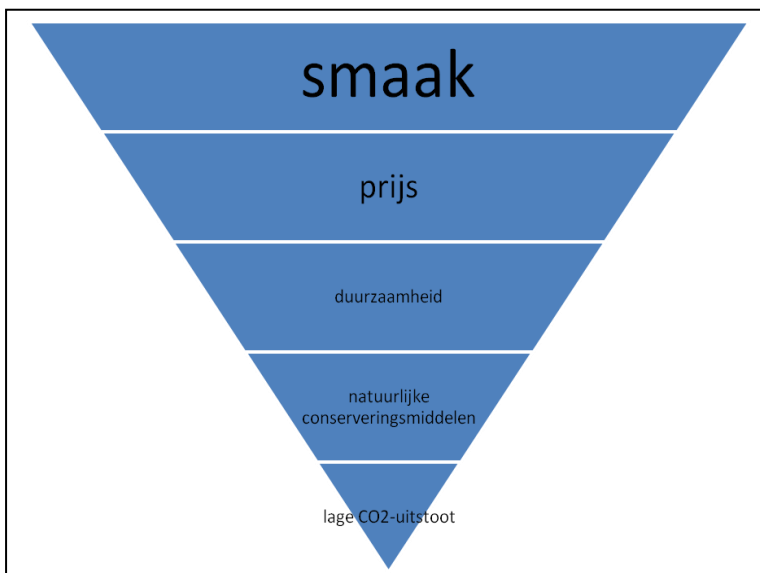
Opmerkingen die gemaakt werden zijn: “goede smaak”, “lekker zacht”, “mag iets zouter”, “iet wat waterig”, “lekker”, “er zitten nog wat schilfertjes in”.

Wat vindt u het meest belangrijk aan Hollandse garnalen?

(antwoorden rangschikken met cijfers: 1 = meest belangrijk, 5 = minst belangrijk)

De deelnemers werd gevraagd een top 5 samen te stellen van de volgende steekwoorden: smaak, prijs, duurzaamheid, natuurlijke conserveringsmiddelen, lage CO₂ uitstoot. In figuur 7.1 is de top 5 weergegeven. De meest belangrijke eigenschappen van het productconcept in de ogen van deelnemers staan (dik gedrukt) bovenaan en de minst belangrijke eigenschappen staan onderaan.

Figuur 7.1: Schematische weergave top 5 belangrijkste kenmerken Hollandse garnalen in pilot (november 2013)



Smaak werd veruit het vaakst op de eerste plek gezet, daarna volgen prijs en duurzaamheid. Een lage CO₂-uitstoot wordt met grote meerderheid op de laatste plek (5) gezet.

Hoe belangrijk vindt u de herkomst van de garnaal?

onbelangrijk	een beetje	neutraal	belangrijk	zeer belangrijk
21%	6%	12%	44%	18%

44% van de deelnemers vindt de herkomst 'belangrijk', 18% vindt dit zelfs 'zeer belangrijk' (totaal 62 % belangrijk/zeer belangrijk). Tegelijkertijd geeft 21% van de deelnemers aan de herkomst 'onbelangrijk' te vinden.

Vindt u het belangrijk dat de garnalen in Nederland gepeld worden?

ja	nee
50%	50%

De helft van de deelnemers vindt het belangrijk dat de garnalen in Nederland worden gepeld. Als reden hiervoor geven veel deelnemers aan dat zij het belangrijk vinden om de werkgelegenheid en industrie in Nederland te houden.

Bent u bereid meer te betalen?

Van de deelnemers aan de smaaktest is 66% bereid meer te betalen voor een Hollandse garnaal die in Nederland gepeld is. Dit percentage ligt opvallend genoeg dus hoger dan de 50% die zegt dit belangrijk te vinden. Hetzelfde percentage geldt voor een garnaal die met natuurlijke conserveringsmiddelen is geconserveerd. Als het gaat om een duurzaam gevangen garnaal is de 50% van de deelnemers bereid meer te betalen.

Bent u bereid meer te betalen voor garnalen die	ja	nee
in Nederland zijn gepeld	66%	34%
duurzaam zijn gevangen	52%	48%
natuurlijke conserveringsmiddelen bevatten	66%	34%

Vervolgens is gevraagd hoeveel de deelnemers dan bereid zijn om meer te betalen. Deze vraag is beantwoord door 19 mensen. Het vaakst wordt 10% genoemd (9 bezoekers), verder worden 15% (3), 20% (3) en 50% (4) ongeveer even vaak genoemd. De meerprijs wordt door de deelnemers vaak gekoppeld aan een hoge verwachting van de kwaliteit van het product. Deelnemers die bereid zijn meer te betalen zijn dus ook sterk gericht op de smaak en kwaliteit van de garnaal.

Parallele ontwikkeling: test productconcept Marqt

Hoewel Marqt uiteindelijk niet heeft deelgenomen aan de pilot, hebben zij ook een vergelijkbaar productconcept getest. Aangezien het resultaat hiervan ook relevant kan zijn voor het verwachte succes van het productconcept, is het resultaat hier kort samengevat.

Marqt heeft in samenwerking met Vishandel Jan van As aan de ontwikkeling van het productconcept gewerkt met de TX65. De aanleiding hiervoor was dat Marqt een

duurzame, Hollandse garnaal wil zonder toevoeging van het conserveringsmiddel benzoëzuur. Benzoëzuur staat op de zwarte lijst van Marqt. Eerder in 2012 heeft Marqt de Hollandse garnalen uit de schappen gehaald vanwege het toegevoegde benzoëzuur. Jan van As en de TX65 zijn sindsdien met de ontwikkeling van een Hollandse garnaal bezig die in Nederland is gepeld, duurzaam gevangen en met natuurlijke conserveringsmiddelen geconserveerd.

In oktober 2013 heeft deze ontwikkeling een conceptproduct opgeleverd dat op het hoofdkantoor van Marqt aan een smaaktest is onderworpen. Het productconcept is direct bij aankomst en na 12 dagen getest. De smaak en textuur van het productconcept bleken goed te zijn, zelfs na 12 dagen. Ook visueel viel de test goed uit: Door het p-proces was de garnaal iets opgebold waardoor hij er nog beter uitzag. Het enige nadeel dat uit de test naar voren kwam was dat de geur van de lucht in de verpakking na 12 dagen ranzig was geworden. Hoewel dit geen invloed had op de smaak van de garnalen is dit een risico voor de acceptatie door de consument. Consumenten die niet weten dat de ranzige geur weggaat na een paar seconden en alleen de lucht in de verpakking betreft, zullen wellicht denken dat het product bedorven is. Marqt denkt er nog over na hoe zij de consument hierover kunnen inlichten.

8 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

8.1 Conclusies

Op basis van het project kunnen de volgende conclusies worden getrokken (zie ook de conclusies op onderdelen in de hoofdstukken 5 en 6 en de go/no-go beslissing in annex 2):

Haalbaarheid van een duurzame, versgepelde Hollandse garnaal

Het onderzoek laat zien dat het haalbaar is om een duurzame, versgepelde Hollandse garnaal op de markt te brengen. Criteria waaraan dit product kan voldoen zijn:

- De garnalenvisser voldoet aan de criteria opgenomen in het managementplan voor de garnalenvissers 2011 en neemt deel aan het MSC certificeringstraject zodra dit mogelijk is.
- De garnalenvisser voegt door initiatieven op het gebied van duurzaamheid iets toe aan het generieke MSC, waardoor een 'MSC+ situatie' ontstaat. Hierbij kan worden gedacht aan het gebruik van de SeeWing of de SumWing als vistuig om de bijvangst, bodemberoering en het brandstofverbruik tijdens het vissen te verminderen.
- De garnalenvissers houden zich aan een gedragscode, waardoor de kwaliteit van de aangelande garnalen verbetert.
- Bij de be- en verwerking van de garnaal wordt een minimale hoeveelheid conserverende middelen toegepast waar benzoëzuur geen onderdeel van uitmaakt. Uiteraard wordt wel voldaan aan wetgeving met betrekking tot voedselveiligheid van het product.
- De garnaal wordt binnen 4 dagen na vangst gepeld en verkocht aan afnemers en draagt daarmee het predicaat 'Vers gepeld'.

De markt voor een duurzame, vers gepelde Hollandse garnaal

Retail

De Hollandse garnalen profiteren vanwege het ontbreken van keurmerken en labels (MSC, Biologisch, Puur & Eerlijk) waarschijnlijk onvoldoende van de trend naar duurzaam en gezond voedsel. Ook lijkt de meerprijs voor Hollandse garnalen onvoldoende te worden vertaald naar een meerwaarde voor de consument. Op een enkele uitzondering na onderscheiden de producten zich nog niet op versheid (vers gepeld) en traceerbaarheid (vermelding van het vissersschip op de verpakking).

Er lijkt zeker ruimte te zijn voor een sterkere positionering van Hollandse garnalen als een kwalitatief hoogwaardig lokaal/streek product dat zich positief onderscheidt op duurzaamheid en versheid. Deze positionering is in lijn met markttrends in de retailsector.

Horeca en Catering

Op basis van de marktbeschrijving en trends lijkt er zeker ruimte te zijn voor een sterkere positionering van Hollandse garnalen als kwalitatief hoogwaardig lokaal/streek product dat zich positief onderscheidt op duurzaamheid en versheid. Zowel in de horeca als de catering blijft er een groeiende vraag te zijn naar duurzaam en vers.

Een positionering van het te ontwikkelen concept als vers streek/lokaal product waarbij gecommuniceerd wordt over de herkomst, smaak en visserij als ambachtelijk beroep sluit

het beste aan bij de verwachte trends in de horeca en de campagne van het Nederlands Visbureau 'wild gevangen van dichtbij'.

Een positionering van het te ontwikkelen concept als duurzaam, gezond en fairtrade (met een eerlijke prijs voor de vissers), waarbij gecommuniceerd over de herkomst van het product en de vangstmethoden, sluit het beste aan bij de trends in de cateringbranche. De aanwezigheid van een keurmerk of label is in deze branche van groter belang dan in andere branches vanwege het duurzaam inkoop beleid dat overheden en in toenemende mate ook bedrijven hanteren.

Praktijkervaring met de duurzame, vers gepelde Hollandse garnaal

De binnen het project gerealiseerde pilot is te beperkt van opzet om zich te lenen voor algemene conclusies. De interesse van marktpartijen gedurende het project en de resultaten van de pilot wijzen er echter op dat er een markt is voor duurzame, vers gepelde Hollandse garnalen.

Marketing

Vanuit marketingoogpunt zijn daarbij de volgende proposities van belang (op basis van de marktanalyse en de pilotresultaten):

- Smaak
- Herkomst en het gezicht achter het product (de visser)
- Vers gepeld
- Duurzaam gevangen

Hierbij moet worden opgemerkt dat 'duurzaam', afhankelijk van de markt, meer als een achterliggend principe zou moeten worden gehanteerd, dan als het 'gezicht' van het productconcept. Voor de catering kan dit vanuit het oogpunt van duurzaam inkopen anders liggen.

Prijs van het productconcept

Ten aanzien van de prijs blijkt uit de (indicatieve) pilot dat er enige ruimte is om een duurzame, vers gepelde Hollandse garnaal tegen een meerprijs in de markt te zetten. Om te komen tot een 'eerlijke' prijs voor de visser lijkt een andere samenwerking in de keten (voor sommige markten) echter meer kansrijk. Een voorbeeld hiervan is directe samenwerking tussen de garnalenvissers de inkopers van de retail en out-of-home sector. Door deze kortere ketens is het beter mogelijk om een meerprijs voor de visser te realiseren. In hoeverre dergelijke kortere ketens ook mogelijk zijn in andere markten is overigens de vraag. De volumes en verpakkingen die nodig zijn in de grotere supermarktketens vereisen mogelijk een andere opbouw van de keten.

8.2 Aanbevelingen

Op basis van de projectresultaten kunnen de volgende aanbevelingen worden gedaan:

- De vervolgstappen die de markt met het productconcept van een duurzame, versgepelde en traceerbare Hollandse garnaal zet zouden moeten worden gemonitord om te beoordelen in hoeverre de introductie van het productconcept daadwerkelijk een succes is en waaraan dit succes vooral te danken is. Deze kennis kan vervolgens

worden gebruikt om de markt voor het productconcept te vergroten of, indien dit nodig blijkt, het productconcept op onderdelen aan te passen.

Eén van de aandachtspunten bij deze monitoring hierbij is de controle van de criteria waaraan het product dient te voldoen: biedt het systeem zoals het nu is voldoende waarborgen om het product op succesvolle wijze (als duurzaam, vers gepeld en van hoge kwaliteit) in de markt te zetten?

Andere aandachtspunten zijn de ontwikkeling van de pelcapaciteit in Nederland en de wijze van conservering (in combinatie met de smaak): wat zijn de ervaringen met het conserveren zonder benzoëzuur en tot welke wijzigingen heeft dit eventueel geleid?

In het kader van deze monitoring kan het goed zijn om bijvoorbeeld ieder half jaar of ieder jaar een keer bij elkaar te komen om de vorderingen en resultaten te bespreken.

- Het is van belang om ervoor te zorgen dat het productconcept voldoende onderscheidend blijft en in de 'voorhoede' blijft meedraaien waar het gaat om duurzaamheid. Dit betekent onder meer dat de onderscheidendheid van het productconcept opnieuw dient te worden beoordeeld zodra het MSC label voor de garnalenvisserij een feit is, mede in het licht van de promotie die rond dit label naar verwachting zal gaan plaatsvinden.

Bovendien verdient het aanbeveling om de ontwikkelingen rond de mogelijkheden voor energiebesparing (tijdens de vangst), het beperken van bijvangst en het nuttig gebruik van reststromen te monitoren en waar mogelijk/nodig met het productconcept hierop in te spelen. Dat geldt ook voor de ontwikkelingen rond het convenant voor vissen in de Waddenzee en de visies van maatschappelijke organisaties (zoals de Waddenvereniging en Stichting Noordzee) rond een duurzame visserij (ligt het productconcept nog in lijn met deze visies?).

Veranderingen in de praktijk van een duurzame garnalenvisserij kan bijvoorbeeld betekenen dat de gedragscode die door de garnalenvissers in het kader van het productconcept wordt gehanteerd, periodiek moet worden herzien.

- De prijsstelling rond het productconcept en de resultaten in de markt zouden gemonitord dienen te worden om meer inzicht te krijgen in de ruimte die het productconcept biedt om een eerlijke prijs voor de visser te realiseren. Hierbij zal onderscheid moeten worden gemaakt naar de verschillende markten en de (on)mogelijkheden om wijzigingen aan te brengen in de ketenstructuur.

9 PUBLICITEIT

Los van de projectgroepbijeenkomsten die gedurende het project hebben plaatsgevonden, heeft het project geleid tot de volgende publiciteit:

Radio

Tijdens de FoodExperience 2013 is het productconcept door GPM Seafood toegelicht voor BNR nieuwsradio.

TV

Smidt Zeevis heeft aandacht aan de duurzame Hollandse garnaal besteed in het TV programma 'Business Class' van Harry Mensch op 22 december 2013.

Promotiemateriaal

Ten behoeve van de promotie van het productconcept, bijvoorbeeld tijdens de FoodExperience 2013, heeft GPM Seafood promotiemateriaal ontwikkeld, waaronder een promotiefilm (zie: <http://vimeo.com/79085330>).

Communicatiemiddelen projectpartners

Nederlandse Visserijbond

Over het project heeft de Nederlandse Visserijbond een pagina op haar website gewijd. Voor informatie zie: <http://www.visserijbond.nl/index.php?mod=page&id=98>

CREM BV

Over het project is zomer 2011 gecommuniceerd via de nieuwsbrief en de website van CREM BV (oplage van 3000 stuks en te downloaden van de website).



ANNEX 1 CONTROLEERBAARHEID EN HERKENBAARHEID

Inleiding

Een duurzame, versere Hollandse garnaal zal herkenbaar moeten zijn in het schap. Bovendien stelt de hedendaagse consument steeds hogere eisen aan leveranciers waar het gaat om controleerbaarheid en traceerbaarheid. De duurzame, versere Hollandse garnalen dienen binnen vier dagen aan de afnemers verkocht te worden en met minder conserverende middelen te zijn bewerkt waarbij een alternatief voor benzoëzuur gezocht zal moeten worden. Daarnaast kan het voor de marketing interessant zijn om, vergelijkbaar met het versgepelde product van Heidema en van der Ploeg, de naam van de visser aan het product te kunnen verbinden. In dit laatste geval kan ook de garantie worden gegeven dat de garnalen daadwerkelijk op een duurzamere wijze zijn gevangen. In de praktijk wordt vaak gebruik gemaakt van een keurmerk om aan te tonen dat een product aan specifieke eisen voldoet en dit te communiceren naar de consument of de B2B markt. In dit hoofdstuk wordt stilgestaan bij de vraag of er keurmerken zijn waarbij kan worden aangesloten.

Keurmerken

Keurmerken kunnen informatie verschaffen over bijvoorbeeld de herkomst van garnalen, de vangstmethode, kwaliteit en de status van de garnalenbestanden. Hieronder wordt de relevantie van enkele bestaande keurmerken voor het te ontwikkelen productconcept beschreven.

Certificaat Verantwoordelijk Vissen (CVV)

Het Certificaat Verantwoordelijk Vissen (CVV) is de Nederlandse versie van het Responsible Fishing Scheme (RFS) in het Verenigd Koninkrijk. Het CVV geeft aan dat men op een verantwoordelijke wijze vist door zich te houden aan wettelijke eisen en verplichtingen. Het certificaat is een business to business label en logo en wordt gebruikt tussen de aanvoerder van de vis (garnalen) en de koper. In de zomer van 2009 is gestart met de certificeringsprocedure en inmiddels hebben al bijna 54 vissersvaartuigen het CVV ontvangen. Sinds augustus 2010 is het Certificaat Verantwoordelijk Vissen ook voor de garnalenvloot beschikbaar. Op dit moment wordt een handboek geschreven met specificaties voor hygiëne gerelateerde zaken als het gebruik van handschoenen, smeermiddelen, visruim, bijgevangen verse vis, houten pallets, etc. Omdat de criteria van het te ontwikkelen productconcept verder gaan dan de wettelijke eisen en verplichtingen ten aanzien van de viswijze heeft het CVV Certificaat weinig toegevoegde waarde.

MSC

De garnalensector zit in het proces om een Marine Stewardship Council (MSC) keurmerk te krijgen. Op www.garnalenvisserij.com staat het managementplan waarin alle maatregelen staan die genomen moeten worden om garnalen volgens het MSC principe aan te landen. De MSC certificering van de garnaal duurt relatief lang. Eén van de redenen is dat het MSC gericht is op vissoorten die gequoteerd (beschermd) zijn, met veel aandacht voor de visvoorraad en vangstlimieten. Dit quotum wordt door een internationale groep van biologen vastgesteld. Aangezien voor garnalen tot op heden geen (EU) quota zijn vastgesteld, moet deze discussie voor garnalen nog worden gevoerd. Internationale

deskundigen hebben de zogeheten 'stoplichtmethode' als alternatieve beheermaatregel voor garnalen ontwikkeld⁴⁴. Hiervoor zijn gegevens nodig over aanlandingen per uur dat er daadwerkelijk is gevestigd, in kilo's en inclusief ondermaatse garnalen. Voor invoering van deze beheermaatregel is een voorwaarde dat Duitsland en Denemarken ook meedoen. Een vangstreductieregel voor garnalen is afhankelijk van de uitkomst van het onderzoek dat uitgevoerd wordt.

Om MSC gecertificeerd te worden staan in het managementplan ook richtlijnen voor het verminderen van de bijvangst en de bodemberoering. Om de hoeveelheid bijvangst van ondermaatse garnalen en vis te beperken vindt een doorlopende evaluatie en registratie plaats van de bijvangstniveaus op basis van de discardregistratie van Imares. De deelnemers aan het MSC certificeringstraject gebruiken een spoelsorteermachine die aan bepaalde criteria voldoet en de zeeflap met een maximale maaswijdte van 70 millimeter. De MSC certificaathouder CVO spant zich in om samen met belanghebbenden verder te werken aan de ontwikkeling van alternatieven voor de zeeflap. Het vissen zonder zeeflap kan door de CVO alleen worden toegestaan wanneer een alternatieve techniek wordt toegepast, waarvan met onderzoek door een wetenschappelijke autoriteit is aangetoond dat de gebruikte techniek leidt tot minimaal eenzelfde niveau van bijvangstreductie als de zeeflap. Ten aanzien van de bodemberoering zijn specifieke gebieden aangewezen waar niet gevestigd mag worden. Zoals in de criteria voor de duurzame en versgepelde Hollandse garnaal is opgenomen komen alleen garnalenvissers die meedoen aan het MSC certificeringstraject in aanmerking als leverancier van de garnalen. Zodra de garnalenvissers MSC gecertificeerd worden zal MSC certificering als criterium gaan gelden. Het te ontwikkelen productconcept gaat echter nog een stap verder dan MSC waar het gaat om duurzame- en energie efficiënte vangstmethoden (Criteria 2&3).

Friends of the Sea

Friends of the Sea (FOS) is een internationaal certificeringsschema voor producten afkomstig uit de duurzame visserij en aquacultuur. Net als MSC heeft FOS criteria ten aanzien van overexploitatie, bijvangst, bodemberoering en maximum percentage discards (afgedankte vis). In februari 2011 zijn dertien Nederlandse, Duitse en Belgische bokkers geslaagd voor het ecolabel Friends of the Sea. Ze moeten op termijn wel overstappen op de SumWing. Friends of the Sea is in de Nederlandse consumentenmarkt relatief onbekend. Het initiatief wordt niet door alle marktpartijen als een serieus te nemen initiatief gezien. Het lijkt hiermee vooralsnog niet bruikbaar.

Streekkeurmerken

Door het Ministerie van Landbouw zijn criteria opgesteld voor producten en diensten om in Nederland erkend te worden als streekproduct als streekproduct. Deze criteria zijn: regionale herkomst en verwerking, duurzame productiewijze en onafhankelijke controle.

Een goed voorbeeld van een streekproduct is het Waddengoud keurmerk. Waddengoud is een keurmerk voor producten, diensten, verkooppunten en handelaren uit de Waddenregio. De producten worden geproduceerd in de directe omgeving van de Waddenzee. Waddengoud garandeert naast de herkomst van de grondstoffen uit de Waddenstreek, ook de be- en verwerking in de regio en de duurzame productiewijze. Deze criteria zijn in overeenstemming met het te ontwikkelen productconcept. De criteria voor productiewijze

⁴⁴

Impasse MSC-garnalen doorbroken. Nieuw uitgekleeft managementplan
http://visserijnieuws.punt.nl/?id=515971&r=1&tbl_archief=& Bron: Visserijnieuws.nl

gaan echter een stap minder ver dan het te ontwikkelen concept en de afbakening tot de Waddenstreek komt niet overeen met de focus binnen dit project: alle Hollandse garnalen die voldoen aan de eisen ten aanzien van versheid en duurzaamheid.

Gedragscode voor garnalenvissers

Geopperd is een gedragscode voor garnalenvissers te ontwikkelen om de kwaliteit van de aangelande garnalen te verbeteren. Het voldoen aan deze gedragscode zal ook gecontroleerd moeten worden om de kwalitatief van de aangelande garnalen te garanderen. Deze controle zal naar verwachting kunnen plaatsvinden door een controle aan boord (zijn de juiste voorzieningen aanwezig om aan de hygiëne-eisen te kunnen voldoen?) en door controle van een logboek (controle op vaartijden e.d.). Daarnaast vormt de controle van de kwaliteit van de aangelande garnalen zelf een extra check op het functioneren van de gedragscode. Vissers die zijn aangesloten bij GPM Seafood werken inmiddels (december 2013) conform een gedragscode.

Conclusie herkenbaarheid

Geen van de bestaande keurmerken sluit in voldoende mate aan bij de criteria waaraan de versgepelde en duurzame Hollandse garnaal zou moeten voldoen. Dit zou betekenen dat een apart keurmerk of label ontwikkeld zou moeten worden dat garandeert dat aan de eisen wordt voldaan. Dit keurmerk is in feite een MSC plus label: de garnaal voldoet aan alle (toekomstige) MSC criteria, maar gaat op het gebied van vangstmethoden en energiebesparing nog een stap verder.

Het ontwikkelen van een nieuw keurmerk heeft echter ook duidelijke nadelen. Zo wordt de consument al overvoerd met keurmerken, waardoor deze veelal geen idee heeft wat een keurmerk inhoudt en in hoeverre het geloofwaardig is. Wanneer de Hollandse garnaal binnenkort MSC gecertificeerd is zal een nieuw keurmerk naast MSC mogelijk vragen oproepen ("Is MSC dan niet goed genoeg?").

Om de duurzame, vers gepelde Hollandse garnaal als exclusief product in de markt te kunnen zetten moet deze echter wel herkenbaar zijn. Gezien de verwachte MSC certificering lijkt het de meest logische stap om alleen het MSC plus deel te communiceren (naast het MSC label). Aangezien de consument het onderscheid op duurzaamheid (zoals een eventuele toepassing van Sumwing, Seewing) niet makkelijk zal herkennen/belonen (MSC is immers al duurzaam), ligt het voor de hand om de communicatie op de productverpakking te beperken tot het kenmerk 'vers gepeld' en 'geen conserveermiddelen' (of minder conserveermiddelen). Een product dus dat niet alleen duurzaam is geproduceerd, maar bovendien exclusief qua smaak ('klein van stuk, groot van smaak!'). Dit kan worden gecommuniceerd via een passende productnaam en productinformatie.

Het feit dat de garnaal bovendien is gevangen met duurzame vangstmethoden kan wel via websites en via andere media worden gecommuniceerd. Bovendien kan deze extra winst op duurzaamheid mogelijk leiden tot ondersteuning (promotie) van het product door maatschappelijke organisaties.

De (onafhankelijke) controle dat daadwerkelijk aan de eisen wordt voldaan hoeft niet kostbaar te zijn. Zeker wanneer gestart wordt met één of enkele kotters waarvan de vangst machinaal wordt gepeld, kunnen de productstromen waarschijnlijk eenvoudig gescheiden worden gehouden.

ANNEX 2 GO/NO-GO BESLISSING FASE 2 (PILOTFASE)

Conclusie fase 1: Marktvraag en haalbaarheid vers en duurzaam

Het productconcept

Het productconcept dat op basis van de analyse in hoofdstuk 5 en 6 zowel haalbaar als kansrijk is, heeft de volgende kenmerken:

- Hollandse garnaal.
- Gevangen conform een gedragscode waarin zowel aandacht wordt besteed aan duurzaamheid als hygiëne (maximaal kiemgetal); de Gedragscode van GPM Seafood voldoet aan deze eisen.
- De vissers voldoen aan de eisen van het MSC (dient onderdeel van de Gedragscode te zijn).
- De garnalen worden vers gepeld met pelmachines.
- De garnalen worden niet geconserveerd of met natuurlijke conserveermiddelen geconserveerd. De keuze hangt samen met de gewenste houdbaarheid. Benzoëzuur wordt niet toegepast.
- De verpakking wordt afgestemd op de wensen van het afzetkanaal.
- Het product wordt in de markt gezet als vers gepeld en duurzaam.

Haalbaarheid en opzet van de pilot

Of een pilot voor het hiervoor beschreven productconcept haalbaar is, is (eind 2012) beoordeeld op basis van de volgende vragen:

1. Kunnen voldoende Hollandse garnalen worden aangeland die zijn gevangen conform de Gedragscode?
2. Is voldoende pelcapaciteit beschikbaar?
3. Is conservering zonder benzoëzuur mogelijk?
4. Is de gewenste verpakking van de garnalen mogelijk?
5. Is er voldoende interesse in deelname aan een pilot?
6. Is er bij gebleken succes voldoende mogelijkheid voor opschaling?

1. Kunnen voldoende Hollandse garnalen worden aangeland die zijn gevangen conform de Gedragscode?

GPM Seafood heeft een gedragscode voor garnalenvissers ontwikkeld. Deze gedragscode voldoet aan de eisen op het gebied van duurzaamheid en hygiëne. Deelname van vissers aan de pilot kan dus via GPM seafood worden geregeld.

Conclusie: Er kunnen voldoende Hollandse garnalen worden aangeland die zijn gevangen conform de Gedragscode.

2. Is voldoende pelcapaciteit beschikbaar?

Het pellen van de garnalen kan plaatsvinden bij Telson BV met de pelmachines van Kant. Zij hebben aangegeven deel te willen nemen aan de pilot. Momenteel zijn 5 pelmachines actief met een gezamenlijke pelcapaciteit van 2 ton (gepelde) garnalen per week. Er zijn nog eens 5 pelmachines in aanbouw, waarmee de pelcapaciteit op 3-4 ton (gepelde) garnalen per week ligt.

Met een pelcapaciteit van 3-4 ton gepelde garnalen per week zijn 9-12 ton ongepelde garnalen nodig. Een kotter vangt afhankelijk van de visintensiteit 0-4 ton (ongepelde) garnalen per week. Op basis van deze schatting zullen maximaal 3 kotters aan de pilot kunnen deelnemen.

Conclusie: Voor een pilot is voldoende pelcapaciteit beschikbaar.

3. Is conservering zonder benzoëzuur mogelijk?

Uitgangspunt voor het conserveringsconcept is 'geen of zo min mogelijk conservering; zo mogelijk met natuurlijke middelen; geen gebruik van benzoëzuur'. De mate waarin toepassing van conserverende middelen noodzakelijk is hangt af van verschillende factoren, zoals de hygiëneomstandigheden aan boord, de logistiek, het afzetkanaal (en daarmee samenhangend de houdbaarheid) en zelfs de vangstlocatie. Op dit moment is een keuze voor het conserveringsconcept dus *nog niet mogelijk*. In de gedragscode is voor aangelande garnalen een kiemgetal van <10.000/gram opgenomen waardoor naar verwachting minder conserverende middelen noodzakelijk zijn. Hoeveel conserverende middelen uiteindelijk noodzakelijk zijn en in hoeverre dit natuurlijke middelen kunnen zijn, zal in fase 2 moeten worden onderzocht.

Telson BV heeft aangegeven voor de pilot met het conserveringsconcept te willen experimenteren. Momenteel voegt Telson BV 0,4% benzoëzuur aan de Hollandse garnalen toe, minder dan de 0,6% benzoëzuur die normaal gesproken wordt toegevoegd.

Conclusie: Conservering zonder benzoëzuur is in theorie mogelijk. Of dit in de praktijk ook haalbaar zal zijn is afhankelijk van een aantal factoren, waaronder de kwaliteit van de aangelande garnaal, waarvan sommige op dit moment nog niet bekend zijn. Het conserveringsconcept kan pas in de pilotfase definitief worden vastgesteld, na een testfase.

4. Is de gewenste verpakking van de garnalen mogelijk?

Voor supermarktketens zijn de verpakkingen over het algemeen kleiner dan in de groothandel. Supermarkten werken met verpakkingen van 90/100/250 gram (consumenten eenheden). Deze verpakkingen kunnen momenteel alleen rendabel door Klaas Puul en Heiploeg worden geproduceerd. Telson BV levert daarom ook niet aan de retail.

Afhankelijk van de deelname aan de testfase zal het leveren van de verpakkingen mogelijk nog niet relevant zijn. Het al dan niet beschikbaar zijn van de juiste verpakking is daarom geen reden om een no-go beslissing te nemen.

5. Is er voldoende interesse in deelname aan een pilot?

Meerdere afnemers waaronder Kruidenier, Albert Heijn, Marqt, Fishes en Plus supermarkten tonen interesse in het productconcept en deelname aan de pilot. Een definitief besluit over deelname zal echter pas worden genomen wanneer het definitieve productconcept en de opzet van de pilot bekend is. In fase 2 zullen met deze partijen afspraken gemaakt moeten worden over de prijs, de conservering, de leveringsvoorwaarden, de marketing en de opzet van de pilot. Voor de supermarktketens geldt bijvoorbeeld dat zij graag hun vaste leveranciers bij de pilot willen betrekken.

Conclusie: Er is voldoende interesse in deelname aan een pilot. Definitieve deelname zal afhangen van het succes van de afspraken die in fase 2 kunnen worden gemaakt (de 'onderhandelingsfase').

6. Is er bij gebleken succes voldoende mogelijkheid voor opschaling?

Telson BV geeft aan dat het aantal pelmachines van Kant naar verwachting in december 2012 uitgebreid zal zijn tot 20 pelmachines. Hierdoor wordt de pelcapaciteit verhoogd naar ongeveer 10 ton (gepelde) garnalen per week (circa 30 ton ongepeld). GPM seafood is ook voornemens een pelmachine aan te schaffen met een pelcapaciteit die vergelijkbaar is met 5 pelmachines van Kant en naar schatting eind 2012 klaar zal zijn. Een verdubbeling van de huidige pelcapaciteit eind 2012, begin 2013 is dus denkbaar. Bij een succesvolle pilot mag op basis van deze informatie en de interesse in de pilot aangenomen worden dat opschaling van het concept mogelijk is. Afhankelijk van de benodigde volumes bij opschaling zal de pelcapaciteit echter wel een beperkende factor kunnen zijn.

Het merendeel van de geïnteresseerde partijen wil in deze fase nog geen uitspraken doen over potentiële afzetvolumes en prijzen. Dit betekent dat nu nog niet beoordeeld kan worden of de pelcapaciteit beperkend zal worden bij opschaling.

Conclusie: Er lijkt voldoende interesse vanuit de markt voor opschaling bij een succesvolle pilot. In hoeverre de pelcapaciteit beperkend zal worden kan nog niet worden beoordeeld aangezien nog geen informatie wordt verstrekt over mogelijke volumes.

Overall conclusie Go / No-Go

Op basis van het voorgaande kan worden geconcludeerd dat het productconcept helder is: Een vers gepelde Hollandse garnaal, gevangen en aangeland conform de Gedragscode en niet of met natuurlijke conserveringsmiddelen geconserveerd.

Er is ook voldoende interesse in een vers gepelde, duurzame Hollandse garnaal. Afhankelijk van de resultaten van de onderhandelingen met de betrokken marktpartijen zou deelname aan een pilot geen probleem moeten vormen. Het pellen hoeft, zeker voor de pilotfase, geen belemmering te vormen. Deelname aan de pilotfase is door Telson al toegezegd.

Kritische factor voor het productconcept en de pilot is de *conservering*: op dit moment kan nog geen definitieve uitspraak worden gedaan over de wijze van conservering en met name de vraag of dit zonder benzoëzuur kan. Hiervoor dienen conserveringstests te worden uitgevoerd.

Een tweede, mogelijk kritische factor is de *verpakking* van het product. Wanneer kleinere verpakkingseenheden noodzakelijk zijn (met name relevant voor supermarkten), is medewerking van Klaas Puul of Heiploeg noodzakelijk, tenzij hiervoor een andere oplossing wordt gevonden (bijvoorbeeld een tijdelijke oplossing voor de pilotfase). Vooralsnog lijkt dit echter geen breekpunt. Zo speelt dit punt geen belangrijke rol voor een pilot door Kruidenier.

De *planning* van het daadwerkelijk in de winkel krijgen van het productconcept is afhankelijk van de tijd die nodig is om enkele vissers te laten werken volgens de Gedragscode (dit kan in 2012 nog worden gerealiseerd) en de tijd die nodig is om tot een succesvol conserveringsconcept te komen. Ten aanzien van dit laatste kan geen definitieve uitspraak worden gedaan. Het is waarschijnlijk dat deze tests enkele maanden in beslag zullen nemen. De producten zouden dan niet eerder dan het einde van dit jaar of begin 2013 in de winkel kunnen liggen.

De haalbaarheid van het productconcept is dus afhankelijk van de medewerking en inzet van verschillende partijen (vissers, peller, conserveerder en verpakker). Dit betekent voor de go/no-go het volgende:

De go / no-go dient te worden genomen op basis van een bijeenkomst met de partijen die moeten gaan samenwerken of met één of meer sleutelpersonen die uitspraken kunnen doen over de haalbaarheid van de benodigde medewerking en inzet.

Op basis van de reeds gevoerde gesprekken wordt aanbevolen dat de Vissersbond in overleg met GPM Seafood vaststelt in hoeverre een pilot praktisch haalbaar is en welke voorwaarden hier eventueel nog aan verbonden zijn. Belangrijke aandachtspunten hierbij zijn de implementatie van de Gedragscode, de ontwikkeling van het conserveringsconcept en het verpakken.



**WORKING ON
SUSTAINABILITY**