

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 992
van **JOHAN VERSTREKEN**
datum: 6 september 2017

aan **JOKE SCHAUVLIEGE**
VLAAMS MINISTER VAN OMGEVING, NATUUR EN LANDBOUW

Promotie Noordzeevis - Vlaamse Federatie van Vishandelaars

Op 30 augustus werd in aanwezigheid van de minister de Vlaamse Federatie van Vishandelaars gelanceerd. Het gaat om een fusie van de Beroepsvereniging van Vishandelaars en de Federatie van Visventers, en is opgericht om de belangen van de sector nog beter te kunnen verdedigen. De federatie is aangesloten bij UNIZO en werkt samen met de Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM). Er is een nieuw logo en een nieuwe website gelanceerd waarop klanten makkelijk een handelaar in de buurt vinden. Leden kunnen een kwaliteitscharter ondertekenen waarbij ze garanderen over vakkennis te beschikken, en advies kunnen verlenen over hoe je vis kuist of bereidt, en waarbij ze vooral Noordzeevis vooropstellen. Klanten herkennen een deelnemende winkel aan een sticker op de etalage. Vlaanderen telt momenteel 460 vismarktkramers en handelszaken waarvan er nu al 250 lid zijn van de federatie of UNIZO.

De minister verklaarde dat ze de Noordzeevis nog meer wil promoten. De Vlaming eet immers slechts 1,8 kg vis per persoon per jaar. Dat cijfer kan gerust omhoog en daar kan de federatie volgens de minister gerust aan meewerken.

1. In welke mate komen er nog acties om de Noordzeevis bij het grote publiek te promoten? Welke actoren worden hierbij betrokken?
2. De Vlaamse Federatie van Vishandelaars is een goede zaak voor handelaars en klanten.

In welke mate is dit ook een goede zaak voor de Vlaamse vissers?

ANTWOORD

op vraag nr. 992 van 6 september 2017

van **JOHAN VERSTREKEN**

1. De VLAM-actie in media en verkooppunten 'vers opgevisst door onze vissers' stelt maandelijks een Noordzeevis van bij ons in de kijker, lokaal aangevoerd en volgens de seizoenen. Deze promotieacties lopen in samenwerking met de totale keten en zijn gericht naar groot publiek en meer specifiek naar het publiek dat vis aankoopt in de vishandel. In 2018 worden deze acties voortgezet.

De beroepsverenigingen Viskleinhandel en Marktkramers, die nu gefusioneerd zijn tot Vlaamse Federatie van Vishandelaars zijn sinds jaren betrokken bij de uitwerking van het promotieprogramma. Maandelijks verstuurt VLAM winkelmateriaal naar alle Vlaamse verkooppunten (info/receptenfolders in display/winkelaффiches). In het najaar verschijnt een jaarkalender, die ook via de verkooppunten wordt verspreid. VLAM zet ook lokale marketing op het programma en daarmee wil het de speciaalzaken rechtstreeks helpen op maat van hun verkooppunt en klantenbestand met een klantentevredenheidsonderzoek, mysteryshopper, winkelcoaching ...

Daarnaast worden diverse events georganiseerd, waarvan de 'vis van het jaar'-verkiezing en de wedstrijd 'Viskok van het jaar' het meest gekend zijn. Op niveau van de hotelscholen loopt het digitaal smartboek 'Hoe bereid ik vis' nog steeds voort.

2. De Vlaamse Federatie Vishandelaars vertegenwoordigt speciaalzaken waar VLAM maandelijks promotiemateriaal aan bezorgt. Deze speciaalzaken hebben een aandeel van 29% aan verse Noordzeevis. Kabeljauw is en blijft de belangrijkste in omzet (samen met zalm staat dit voor vrijwel 50% van de omzet). Voor nicheproducten zoals tong, rog, poon, hondshaai en zeeduivel loopt dit marktaandeel op tot 40-60%. Speciaalzaken zijn dus een belangrijk kanaal voor de omzet van onze lokale, seizoensgebonden visserij.