VERSLAG AKK DEELPROJECT PRO-VIS

Inleiding

In de gehele agro-industriÙle sector vinden grote veranderingen plaats en de visserijsector is daarbij geen uitzondering. Om deze veranderingen het hoofd te bieden dient ook laatstgenoemde sector zich te richten op een betere samenwerking tussen de actoren van de keten. Met deze reden heeft RIVO-DLO enige jaren geleden het initiatief genomen ketenprojecten te starten in de visserijsector. In de visserij was het samenwerken in ketens nog vrij onbekend vandaar dat deze startfase moeizaam verliep. De eerste gesprekken vonden plaats met de belanghebbenden in Urk. Het bleek daar niet mogelijk om alle actoren van de keten rond de tafel te krijgen. Toen kwam de stichting Agro Keten Kennis (AKK) in beeld en werd het idee voor een ketenproject in de visserijsector concreter. In eerste instantie was het doel alle schakels van de keten in ÚÚn project bij elkaar te brengen. Op advies van AKK is de keten in twee delen geknipt. Het eerste deel van aanvoer tot afslag, wat heeft geleid tot het AKK deelproject Pull-Vis, en het tweede deel van verwerker tot supermarkt, het project Pro-Vis.

Doelstellingen

In het projectplan zijn de volgende doelstellingen geformuleerd:

1 Het bevorderen van de samenwerking op het gebied van kwaliteitsbeheersing tussen de vis-, schaal en schelpdierverwerkende bedrijven, supermarktketens en visdetaillisten.
2 Het verwerven van een beter inzicht in consumentenwensen met betrekking tot de kwaliteit en presentatie van vis-, schaal- en schelpdieren en de consequenties die dit heeft voor de productie en distributieketens.
3 het verwerven van inzicht in de eisen waaraan een consument gestuurde keten voor visproducten moet voldoen.
4 Het verwerven van een beter inzicht in de knelpunten van de huidige distributiekanalen en grondstoffenvoorziening en het verkennen van mogelijkheden deze te optimaliseren.
5 Kennis- en ervaringsoverdracht aan iedere (serieuze) gegadigde in binnen- en buitenland, zonder de specifieke bedrijfsgeheimen van de participanten aan de concurrent prijs te geven.

Fasering

Fase 1: Opzetten project

In deze fase wordt nader gedefinieerd wat de werkzaamheden van de verschillende werkgroepen zullen zijn. Doel in deze fase is helder te krijgen wat we al weten, wat de gaten in de kennis van de visserijketen zijn en wat mogelijke verbeteringen zijn. De 3 werkgroepen moeten dus een goed beeld van de stand van zaken krijgen.

Fase 2: Concept ontwikkeling

De werkgroepen zetten in een duidelijk concept uiteen wat hun plan van aanpak zal zijn. Daarnaast worden deelonderzoeken gedefinieerd.

Fase 3: Deelonderzoeken

De in fase 2 gedefinieerde deelonderzoeken worden in deze fase uitgevoerd. Aan het einde van deze fase moet duidelijk zijn hoe de pilot (fase 4) er uit gaat zien.

Fase 4: Uitvoeren pilot

Afhankelijk van fase 1 t/m 3 wordt voor ÚÚn of meerdere supermarktketens een pilot uitgevoerd.

Fase 5: Evaluatie pilot en verslaglegging

In deze fase worden de ervaringen van de pilot geÙvalueerd.

Fase 6: Kennisoverdracht

Zonder bedrijfsgeheimen prijs te geven wordt de publieke kennis naar de sector overgedragen.

Partners, organisatiestructuur en samenwerking

In eerste instantie was het erg moeilijk om supermarktketens bereid te vinden deel te nemen in Pro-Vis. De reden was dat een van de voorwaardes van AKK is dat de kennis die binnen de projecten wordt vergaard publiek gemaakt wordt. De supermarkten waren bang dat zij op deze manier hun ideeÙn en plannen bekend zouden maken aan hun concurrenten. Door tussenkomst van de heer J.D. Louisse de vroegere directeur inkoop bij Schuitema werden Konmar, Superunie en AH bereid gevonden mee te werken.
In de stuurgroep van Pro-Vis waren vertegenwoordigd: J.D. Louisse (voorzitter), Ab van Zetten en Johan Schreur (Profish, Ymuiden), Frans Veenstra en Chris Lammers (RIVO-DLO), Emiel Parlevliet (M. Parlevliet B.V.), Nico Cohen (Universiteit van Amsterdam), Guus Pastoor (Productschap Vis), Pavel Salz (LEI-DLO).
Om de doelen te verwezenlijken werden drie werkgroepen opgericht: de werkgroep consumentengedrag met het doel om consumenten wensen beter in kaart te brengen; de werkgroep Marketing en Logistiek om een marketingplan op te stellen en om de logistieke keten in beeld te brengen; en de werkgroep Opzetten Pilot die de kennis van de andere twee werkgroepen samenbrengt in een praktijk experiment bij de supermarkt(en). De werkgroepen werden aangestuurd door de stuurgroep. Om de

bedrijfsspecifieke informatie en de door Pro-Vis vergaarde informatie te beschermen is ook een stichting Pro-Vis opgericht. Met de oprichting van deze stichting werd het mogelijk in de statuten zaken vast te leggen m.b.t. bedrijfsgevoelige informatie en financien.
Naar mate het project vorderde bleek dat de samenwerking tussen onderzoeksinstituten en bedrijfsleven vaak moeizaam verliep. De commitment vanuit het bedrijfsleven bleef achter en het was velen niet voldoende duidelijk wat de status van het project was en welke richting we op moesten. Wel zijn uit deze samenwerking vele nieuwe contacten tussen bedrijfsleven en onderzoeksinstellingen ontstaan die bij het verwezenlijken van een follow up van Pro-Vis, en bij andere projecten, van groot belang kunnen zijn.

Resultaten

Het project is door een tekort aan financiÙle middelen stopgezet na het afsluiten van fase 1. Fase 1 heeft 3 rapporten van de verschillende werkgroepen opgeleverd die bij dit verslag zijn bijgevoegd. Uit deze rapporten blijkt dat er een goed inzicht is verkregen in de problematiek om te komen tot markt gerichte visconcepten. Daarbij is vooral de breeddte duidelijk geworden m.b.t logistiek, kwaliteit, prijs en consumentenwensen. De heer Louisse heeft bij aanvang en bij afsluiting respectievelijk twee boekwerken geschreven waaring uiteengezet wordt hoe binnen het project wordt samengewerkt, welke vragen beantwoord moeten worden en wat de hindernissen zijn die in het project genomen moeten worden.
Naast deze rapporten en de twee boekwerkjes zijn door de Universiteit van Amsterdam en door RIVO-DLO enquetes uitgevoerd bij verschillende supermarktketens met als doel uit te vinden wat de visie m.b.t. de verkoop van visproducten is. Deze rapporten, boekwerkjes en enquetes zijn allen openbaar.

Conclusie

Door het vroegtijdig afbreken van Pro-Vis is zijn de resultaten van dit project een beter begrip van de knelpunten op weg naar een verbeterde afzet van visproducten in de supermarkt. Na afloop van fase 1 van Pro-Vis is een nieuw project met als werktitel "Vis Totaal Concept" in de startfase met als doel de kennis en ervaringen uit Pro-Vis te gebruiken en het opzetten van een pilot te verwezenlijken.

Contactpersoon

Als met betrekking tot het project Pro-Vis vragen zijn kunt u zich wenden tot Dhr. Chris Lammers (tel:0255 564607)