

**Raakvlakken met de ontwikkelingsstrategie voor een
duurzame ontwikkeling van het visserijgebied (As4-EVF)**
*Bart Naeyaert (gedeputeerde, voorzitter Plaatselijke Groep
Belgisch Zeevisserijgebied (EVF – AS4))*

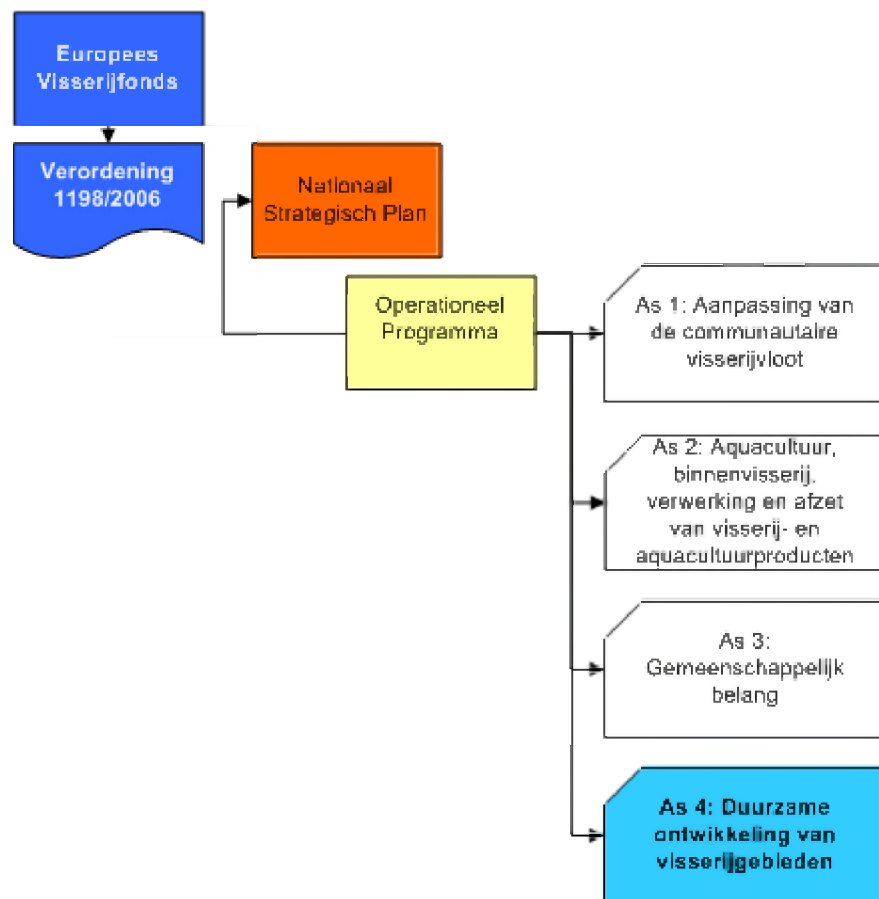


De Vlaamse Langoustinevisserij:
heropstart van een lucratieve visserij -
4/05/2012

Zorgen voor gezonde visbestanden:

- 🐟 Overbevissing en visserijregels
- 🐟 Visserijakkoorden met landen buiten de EU
- 🐟 Meerjarenplan voor bedreigde vissoorten
- 🐟 Behoud van biodiversiteit
- 🐟 Verkoop en verwerking van vis

EUROPEES VISSERIJFONDS = FINANCIERINGSINSTRUMENT



» [VideofragmentAs4](#)

Voorzitter: gedeputeerde Naeyaert

Ondervoorzitter: gedeputeerde Decorte

Private actoren

Gemeenten

Andere overheden (VLIZ, ILVO, VDAB,...)

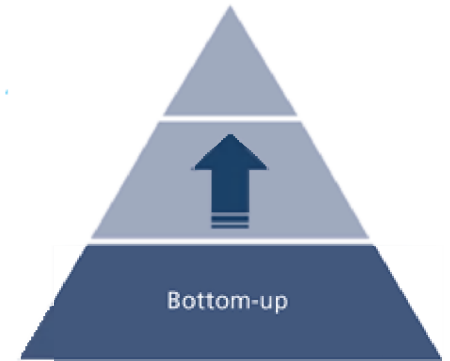
Aangevuld met raadgevende instanties



Verantwoordelijk voor (o.a.):

- 🐟 Het opmaken van de ontwikkelingsstrategie
- 🐟 Het selecteren van projecten .

PRINCIPES



- 🐟 Lokale Publiek – Private samenwerking (= Plaatselijke groep)
- 🐟 Streekgebondenheid (~= strategie)
- 🐟 Innovatie
- 🐟 Samenwerken (tussen diverse schakels in de keten)

De toegevoegde waarde van een product verhogen:

- 🐟 kostenbesparing door o.a.
 - Ketenverkorting





Vlaamse overheid



Provincie
West-Vlaanderen
Door mensen gedreven





**Panier
Poissons
Coquillages**



PINTAFISH

samen met u en de Vlaamse duurzame
kustvissers naar een leefbare zee!



*De Pinta was een klein
schip dat diverse, soms
moeilijke ontdekkings-
reizen ondernam, maar
grote verwezenlijkingen
bewerkstelligde.*

Directe aanvoer van
**Vlaamse
duurzame
kustvissers**

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN EEN PRODUCT VERHOGEN

-  kostenbesparing door o.a.
- Ketenverkorting
 - Kwaliteitsverhoging (bvb techniek)



DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN EEN PRODUCT VERHOGEN

-  kostenbesparing door o.a.
- Ketenverkorting
 - Kwaliteitsverhoging
 - Verbeteren van de marktpositionering => OoLaVis

- Marketing Mix: de positionering op de markt van nieuwe vis(serij)producten met aandacht voor alle aspecten: 4 P's product, plaats, prijs en promotie.

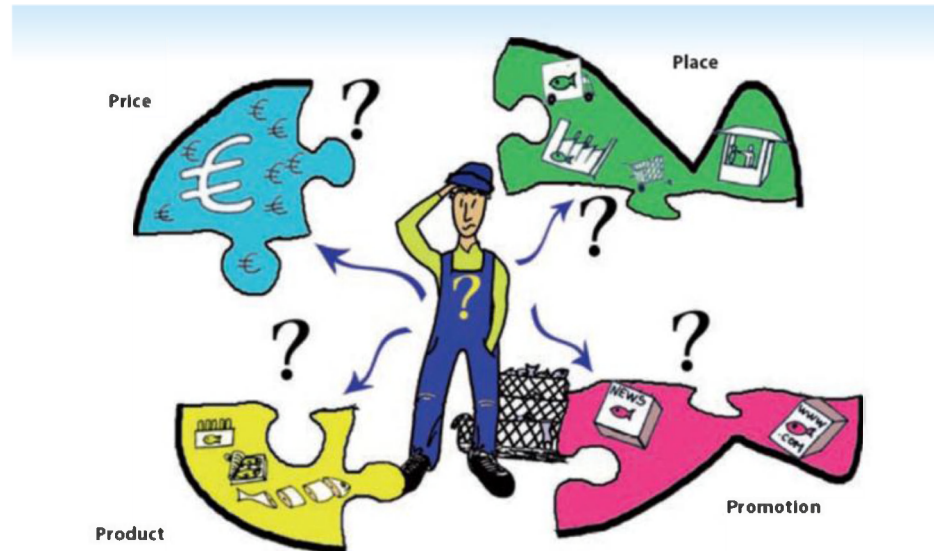


Figure 3 – The 4 Ps represent the pieces of the puzzle: by adjusting these various parameters, the producer can adapt his product to a specific market. This allows the producer to “position” the product in the market.

Consument / horeca

Nationaal

Internationaal

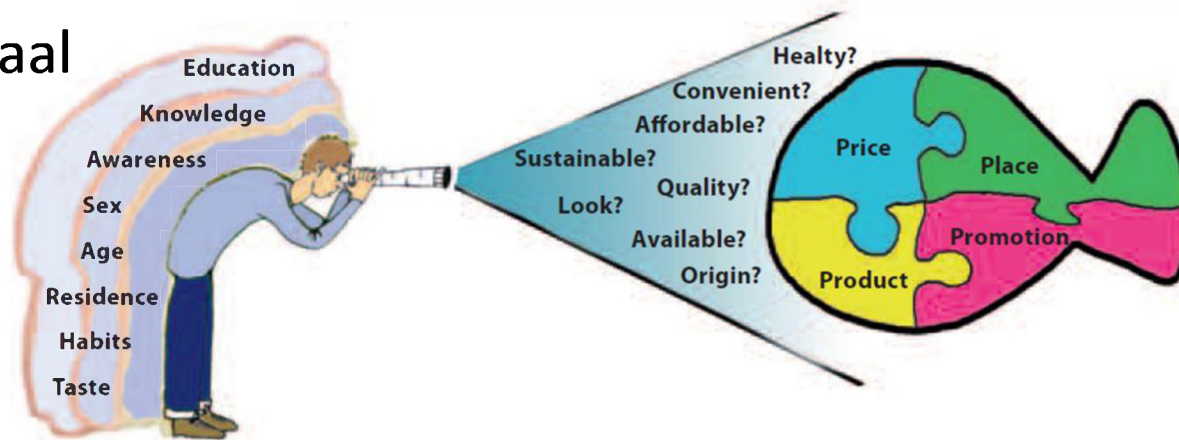


Figure 1 – This graphic shows how each consumer will have a different vision of the product offering, depending on their own specific attributes (age, place of residence, level of education).

OoLAVIS – TECHNISCHE EN COMMERCIEËLE VEREISTEN

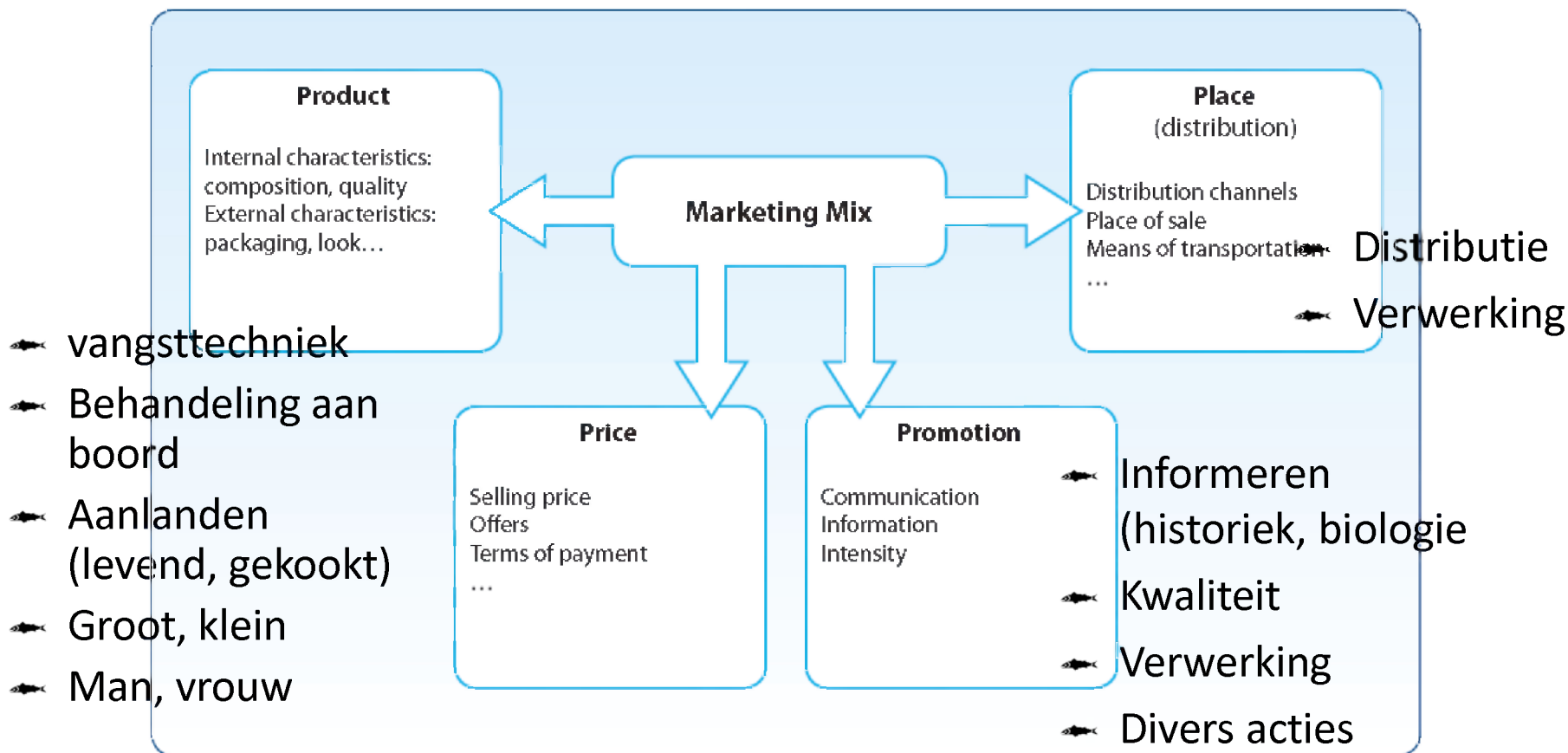


Figure 2 – The variables in marketing campaigns: the 4 Ps (Kotler and Dubois)

NorthSeaChefs

Filip Claeys
De Jonkman

Danny Huygebaert
VSVC

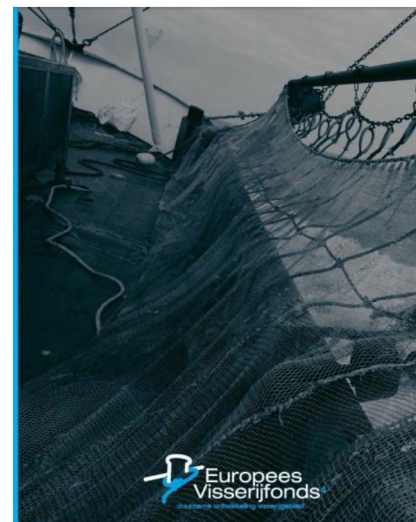
Rudi Van Beylen
Hof ten Damme



- vissers en chefs dichterbij elkaar brengen
- om de consument bewuster te maken over de rijkdom en verscheidenheid van vissoorten aangeland in Belgische havens
- Door eerst de perceptie van de consument te verbeteren, wordt een vraag naar die producten gecreëerd. Daardoor kan de waarde stijgen en zullen vissers uiteindelijk een extra bron van inkomsten hebben.
- op zoek naar nieuwe mogelijkheden voor bestaande producten (bvb de levende garnaal) en naar nieuwe producten (bijvangst of producten die nu als restafval worden aanzien).

informatiemap

www.west-vlaanderen.be/EVF



secretariaat van de Plaatselijke Groep

Stephanie Maes

Provincie West-Vlaanderen - Dienst EEG

Provinciaal Ankerpunt Kust

Wandelaarskaai 7 (pakhuis 61) - B 8400 Oostende

T. +32 (0)59 34 01 87 – F. +32 (0)59 34 21 31

M. +32 (0)494 50 29 65

E stephanie.maes@west-vlaanderen.be