

## NATIONAAL VERBOND DER VISVENTERS VIERDE HAAR TIENJARIG BESTAAN

(Vervolg van blad. 2)

Tijdens zijn uiteenzetting behandelt de heer Vanbroeck respectievelijk de drie hiernavolgende punten — het belang van het visventen in het kader van de distributieketen. — is propaganda voor meer visverbruik nuttig en/of noodzakelijk? — de belangrijke rol welke weggelegd is voor de visventers en welke ze kunnen en zouden moeten vervullen in het kader van de vispropaganda.

### HET BELANG VAN HET VISVENTEN IN HET KADER VAN DE DISTRIBUTIE

Wanneer wij hier van visventers spreken, aldus de heer Vanbroeck, bedoelen wij uitsluitend deze mensen die met degelijke ingerichte viswagens alle provincies van ons land doorkruisen, en kopers een rijke keuze van populaire vissoorten aanbieden; dus zij die wekelijks rechtstreeks vanuit de vismijnen aan de kust, een groot aantal kilometer afleggen in het binnenland om 't fijne en gezonde visprodukt aan de man te brengen.

Juiste cijfers naar voor brengen is omzeggens onmogelijk, terwijl er evenmin met zekerheid kan uitgevraagd worden over de historie van het visventen. Toch kon uitgemaakt worden dat het visventen reeds voor de tweede wereldoorlog werd bedreven door enkele pioniers. Het was evenwel pas na de tweede wereldoorlog dat tot een werkelijke ontplooiing kon gekomen worden. De tijdsperiode dus waarop het bedrijf van visventen evolueerde van praktisch onbestaande tot wat het op heden is geworden, loopt over 'n periode van twintig jaar. Het is mij onbekend hoeveel van de 15.000 leurders welke in België vis zouden verkopen werkelijk behoren tot de categorie welke wij hier als visventers bestempelen.

Wanneer het echter vaststaat dat ruim 200 visventers aangesloten zijn bij het Nationaal Verbond der Visventers, en rekening houdend dat er ook een zeker aantal niet aangesloten zijn, dan mag het vermoedelijk cijfer van 250 visventers hier vooropgesteld worden.

Op basis van dit aantal visventers en rekening houdend met het feit dat sommige venters meerdere wagens in omloop hebben, evenals met het normaal gemiddelde van de omzet aan gekuiste vis per wagen, mag gerekend worden op een totale omzet van 540 tot 550 ton per

jaar. Omgerekend in gewicht aan ongekuste vis, en dit vergeleken met de totale aanvoer naar waarde en hoeveelheid, vertegenwoordigt de omzet van de visventers ruim 5 % van de in België aangevoerde vis.

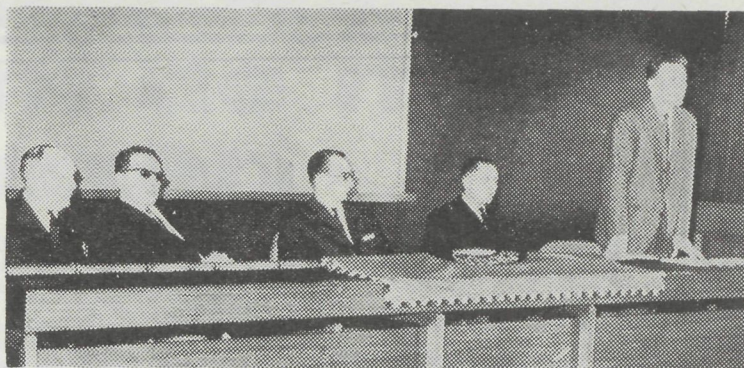
Men beweert dat ruim 60.000 huisgezinnen aldus van vis voorzien worden, hetgeen bijgevolg neerkomt op 2 kgr gekuiste vis per week en per huisgezin. Derwijze wordt wekelijks ongeveer 120 ton vis aan de man gebracht, voor een waarde van ongeveer 1.500.000 F per week aankoop in de vismijnen. Rekening houdend met een gemiddelde van iets meer dan 3 personen per huisgezin, wordt door ruim 200.000 personen vis gegeten.

### IS HET VOEREN VAN PROPAGANDA VOOR MEER VISVERBRUIK NUTTIG EN/OF NOODZAKELIJK ?

Spreker wijst er op dat de vraag of propagandavoering al dan niet nuttig is, moeilijk te beantwoorden valt. Het publiciteitseffekt meten op basis van bepaalde theoretische methodes schijnt mogelijk. Maar juist bepalen wat een dag werk of 1000 F besteed aan propaganda zal opbrengen, is praktisch een onmogelijke zaak. Spreker is evenwel van oordeel dat het niet alleen nuttig is maar zelfs noodzakelijk. Inderdaad, de huidige economische structuur van verdeling is dermate ingesteld, dat propaganda en publiciteit eenvoudig niet meer te weren zijn, ook wanneer het geen marktartikel betreft, maar een nationaal produkt, zoals in het huidige geval onze vis.

Noodzakelijk ook omdat bij herhaling kon vastgesteld worden dat onze mensen de vis niet of praktisch niet kennen, en onwetend zijn nopens verscheidene bereiding van de verschillende vissoorten.

Noodzakelijk eveneens omdat in verband met de voedingswaarde en de diëetiek zoveel misverstanden bestaan, zodat in dit verband niet genoeg voorlichting kan gegeven worden. Noordzakelijk verder omdat op vele plaatsen geen vis kan bekomen worden bij gebrek aan verdelingspunten. Door in deze plaatsen de belangstelling te wekken zal er een bepaalde vraag ontstaan, zodat het renderend en interessant zal zijn een verdelingspunt, eender welk, tot stand te brengen. Noodzakelijk tenslotte omdat een verhoogd visverbruik onvoorwaardelijk ten voordele uitvalt van de visserijsector in het algemeen.



Dhr. Vanbroeck op het spreekgestoelte. Van links naar rechts bemerkt men dhr. August Gekiere; voorzitter Desmet; sekretaris Casteleyn; dhr. Van Nieuwenhuysse en dhr. Vanbroeck, sekretaris van de Propagandavereniging voor meer visverbruik.

### ENKELE CIJFERS

Vervolgens geeft spreker melding van enkele cijfers. Zo haalt hij ondermeer aan dat door de private consumptie zowat jaarlijks 1 miljard 827 miljoen frank wordt uitgegeven aan visprodukten. Dit is ontstellend weinig als wij bvb zien dat voor vlees in het algemeen (met inbegrip van wild) meer dan 36 miljard wordt uitgegeven, bijna 22 miljard aan zuivelprodukten en omzeggens evenveel aan fruit, aardappelen en groenten. Dit mag evenwel geen verwondering baren als men ziet welke enorme krachtinspanning bvb door de Nationale Zuiveldienst geleverd worden voor het bevorderen van het verbruik van zuivelprodukten. Dit is niet het geval voor het visverbruik, alwaar het finantiële probleem steeds een grote struikelsteen is gebleken. Bij gebrek aan voldoende finantiële middelen kan geen grootscheepse aktie op touw gezet worden, en bij ontstentenis van tastbare resultaten staan de meeste belanghebbenden, ook in de private sektoren, enigszins sceptisch t.o.v. het bijbrengen van finantiële steun.

### WELKE IS DE ROL VAN DE VISVENTER IN DE PROPAGANDAVOERING

Spreker wijst erop dat in eerste instantie mag aangenomen worden dat de visventer bij voorkeur de wiken bewerkt, waar het visprodukt anders moeilijk doordringt. Hieruit mag logischer wijze besloten worden dat :

- de visventer de streken bewerkt waar weinig of geen vis verbruikt wordt.
- hij de niet-verbruikers of praktisch niet-visetenden tot viseters bekeert
- de visventer door zijn bijzonder

persoonlijk contact met de klient veel nuttige inlichtingen kan verschaffen nopens de voedingswaarde, bereidingen enz..

Dat alles evenwel op voorwaarde dat hij een zeer grote verscheidenheid te koop kan stellen, van zeer verzorgde kwaliteit.

Aldus handelend is de macht van de visventer in het kader van de propaganda aktiviteit zo overduidelijk dat hierop niet verder dient ingegaan. Hij is een ernstig wapen in de hand van de propagandavoering op voorwaarde evenwel dat hij medewerkt.

Spreker besluit met de wens uit te drukken dat in een nabije toekomst een nauwe en adequate samenwerking tussen visventers en de propagandavereniging moge tot stand gebracht worden.

### OVERHANDIGING VAN VAANDEL EN OPTOCHT VAN VISVENTERS

Hierop kwam de heer Vandekieboom, schepen van de Oostendse haven aan het woord, die in een korte toespraak tot de aanwezigen bijzonderlijk wees op het feit dat de visventers niet enkel een belangrijke rol spelen in het nationaal visverbruik maar tevens de aandacht van de binnenlandse bevolking vestigen op Oostende als toeristisch treffpunt.

Onder luid applaus overhandigde hij tenslotte het prachtige vaandel van het Nationaal Verbond der Visventers aan voorzitter Desmet.

Tot slot van deze plechtigheid greep nog een bloemenhulde plaats aan het Monument der Zeelieden, welke voorafgegaan werd door een optocht van een groot aantal viswagens doorheen de voornaamste straten van de stad.

— B



De optocht der viswagens door de Oostendse straten.

## BELGEN ZIJN GROTE BIERDRINKERS MAAR GEEN... VISETERS

Wij Belgen staan nu eenmaal gekend als een van de grootste bierdrinkers ter wereld. Of deze faam nu al dan niet benijdenswaardig is, laten wij hier in het midden. Ons standpunt is als het ware een kompromis — wij eten veel vis, en drinken ook een weinig bier. Feit is het evenwel dat er voor viskonsumptie per jaar slechts 1 miljard 827 miljoen frank wordt gespendeerd, terwijl er daarentegen voor bier ongeveer 11 miljard, hetzij ruim het vijfvoudige wordt uitgegeven.

Veronderstellen dat, mits een degelijke propagandavoering, de doorsnee Belg evenveel zou gaan uitgeven voor vis als voor het heerlijke gerstenat, is wel een utopie. En wat meer is... wij zouden dan geen Belgen meer zijn. — B