

Typisch Hollands: De langoustine

Een marktverkenning

Tom Bakker, LEI Wageningen UR

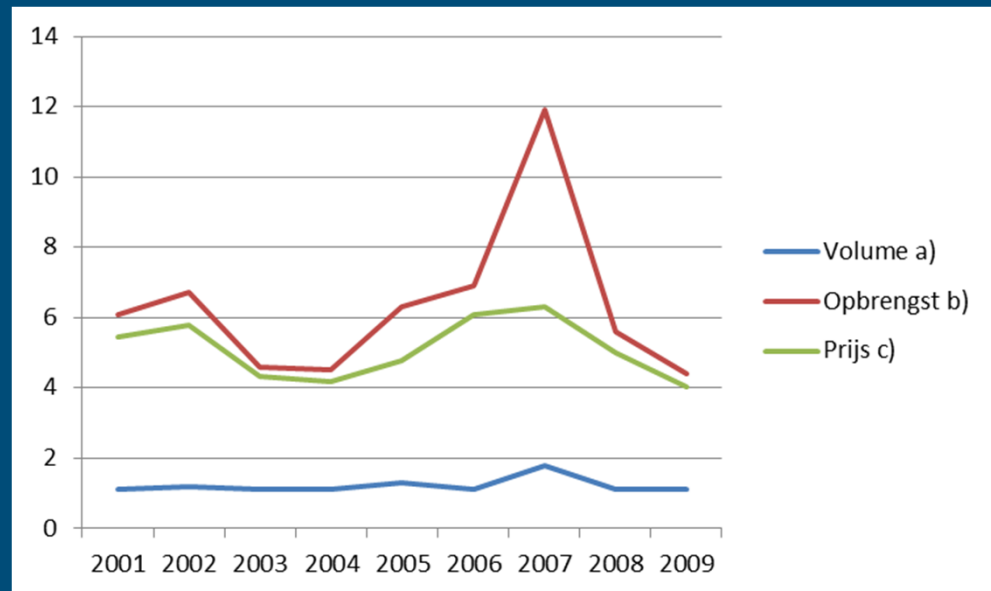


Onderwerpen

- Aanleiding marktonderzoek
 - Aanvoer langoustines
 - Kostprijs
- Export & Thuismarkt
- Consumentenbehoefte
- Marketingmix
- Conclusie: kansen en bedreigingen

Aanvoer langoustines

- Ontwikkeling sector: van bijvangst naar topproduct.
- Aanvoer:
 - Afname aanvoer
 - Prijzen onder druk
 - Substitutie Aziatische kweekgarnalen
- Concurrentie:
 - Schotland, Ierland en Denemarken: lange traditie vissen op langoustine. Kwalitatief hoogwaardig.



Kostprijs

Integrale kostprijs per kg langoustine: € 5,66

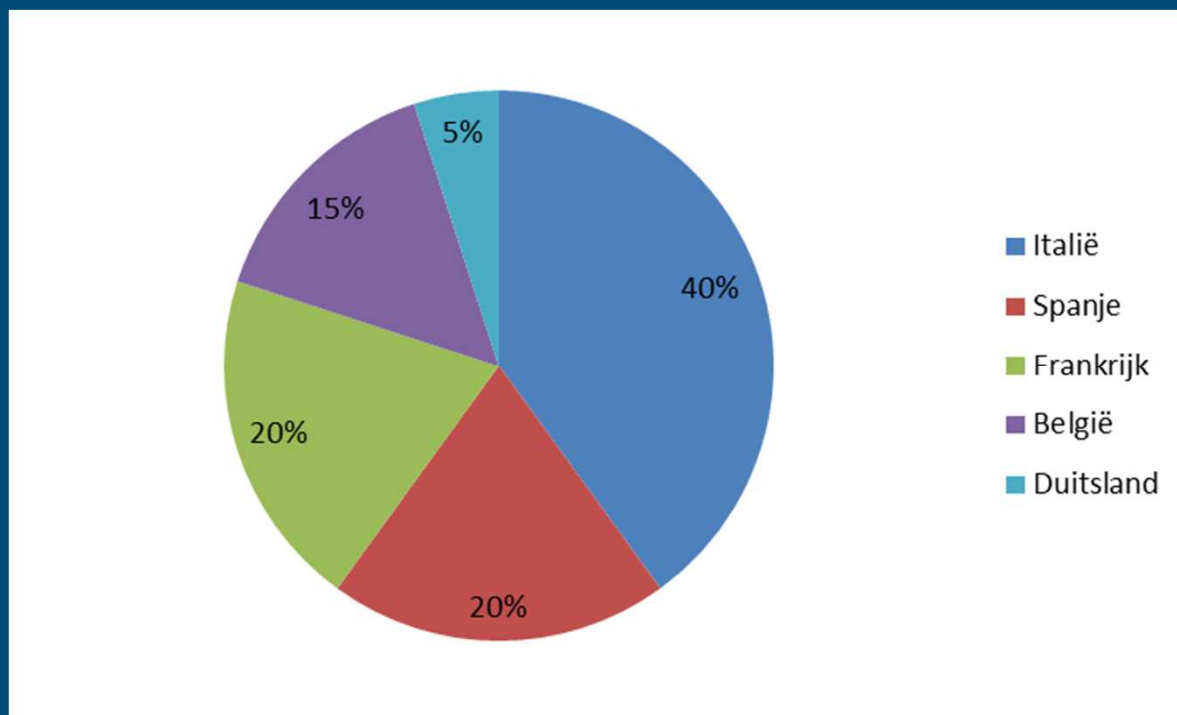
- Brandstof 24%
- Deellonen 23%
- Afschrijving en rente 14%
- Onderh. schip en motor 12%
- Vistuig 5%

Prijs inclusief normaal rendement van 6%: € 6,01

Werkelijke afslagprijs langoustines: € 5,00

Export

- Belangrijkste export bestemmingen: Italië, Spanje en Frankrijk.
 - Langoustines verkrijgbaar in supermarkt: onderdeel van boodschappen.
- Export:
 - Bevroren: 70%
 - Vers: 30%
 - Levend: 0%



Thuismarkt

- Kleine omvang markt: niet verkrijgbaar in supermarkt.
- Doelgroep: hoge segment horeca.
- Potentiële groeimarkt: circa 20-25% stijging afzet per jaar.
- Onbekendheid Nederlandse consument met product: Promotie gewenst!

Consumentenbehoefte

1. **Kwaliteit:** dagvers, volledig onbeschadigd en ongeconserveerd.
2. **Exclusiviteit:** topsegment in Nederlandse horeca.
3. **Duurzaamheid:** consumenten en retailers in toenemende mate hiervan bewust.
4. **Ambachtelijkheid:** goed verhaal over vangstmethode en lokale vloot.
5. **Prijs:** in verhouding met kwaliteit.

Marketingmix

Factor

1. Product
2. Prijs
3. Plaats
4. Promotie

Samenvatting

Dagvers, volledig, ongeconserveerd en onbeschadigd

Consument bereid om bij goede kwaliteit, hogere prijs te betalen

Hogere horeca en retail segment

- Dag van de Langoustine: naamsbekendheid verhogen
- Kwaliteitslabel: internationale herkenbaarheid
- Uitnodigen chefkoks: afnemers interesseren voor product
- TV-koks: consumenten interesseren voor product
- Handel: verspreiden verhaal Nederlandse langoustine aan (internationale) afnemers via handelaren.



LEI

WAGENINGEN UR

Conclusie: kansen en bedreigingen

Kansen

1. Segmentatie: doelgroep kiezen.
2. Productdifferentiatie: dagvers/levend.
3. Markten: zowel internationaal als nationaal.
4. Afzetkanalen: hogere segment horeca en retail.
5. Promotie: gericht op doelgroep, verhaal achter vis, kwaliteitslabel.

1. Vergrijzing op belangrijkste markten.
2. Substitutie Aziatische kweekgarnalen.
3. Behoud kwaliteit

Bedreigingen

Afsluiting

*Bedankt voor uw
aandacht!*

© Wageningen UR

