



© Farelight / MSC

Stand in het Schap 2024

MSC gecertificeerde vis in de Nederlandse markt



Samenvatting

Deze derde editie van het MSC Stand in het Schap rapport voor Nederland benadrukt de voortdurende toewijding aan het inkopen van duurzame vis-, schaal- en schelpdierproducten van bedrijven in de markt. Het geeft een overzicht van recente trends in de verkoop van producten met MSC-keurmerk en de vooruitgang die in de markt is geboekt bij het vergroten van de beschikbaarheid van gecertificeerde duurzame vis-, schaal- en schelpdierproducten. Ook vestigt het de aandacht op nieuwe en opkomende sectoren en soorten op het gebied van duurzame vis-, schaal- en schelpdierproducten. De gegevens die in dit rapport worden gepresenteerd, zijn aan MSC verstrekt door bedrijven die het keurmerk op producten en menu's gebruiken.

Belangrijkste resultaten:

- Ondanks enkele fluctuaties door de laatste jaren lijkt er een algemeen stijgende trend te zijn in het verkoopvolume van MSC-gelabelde producten. Ook tussen 2022/23 en 2023/24 is deze groei doorgezet met 3,1%, wat resulteerde in een recordverkoop van 50.043 ton.
- Nederlandse consumenten gaven in 2023 een recordbedrag van 323.862.527 EUR euro uit aan MSC gecertificeerde vis en schaal- en schelpdieren, een stijging van 5,1% ten opzichte van het jaar daarvoor.
- De verkochte MSC-gelabelde volumes zagen aanzienlijke verschuivingen per sector en productcategorie tussen 2022/23 en 2023/24. Gekoelde producten groeiden met 10%, wat te verklaren is door de verdere verduurzaming van het assortiment.
- MSC-gelabelde dierenvoeding volumes maakte in dezelfde periode een indrukwekkende groei van 67% door. Deze groei weerspiegelt een groeiende trend van huisdiereigenaren die duurzame en voedzame opties voor hun huisdieren zoeken.
- Binnen het diepvries, Food to Go en Ready Meal segment, tekenen we een daling op van respectievelijk 8,3% en 12,2 en 32,1%. Dit valt mogelijk te verklaren als een herstel naar het consumptieniveau dat aanwezig was binnen deze categorie voor dat de pandemie plaatsvond. Deze jaren nodigden namelijk ook meer thuisconsumptie uit en mogelijk ook een behoefte naar gemakproducten.
- Tonijn is nu het meeste MSC-gelabelde volume van alle geconsumeerde soorten. Sinds 2019 hebben verschillende tonijnvisserijen wereldwijd een MSC certificatie behaald, waardoor er meer MSC gecertificeerde tonijn beschikbaar is dan ooit tevoren. Dankzij toezeggingen van commerciële partners werden in 2023/24 de grootste volumes tonijn met het MSC-label ooit verkocht: 12.439 ton.
- De indrukwekkende groei van tonijn heeft ertoe geleid dat Alaska pollak in 2022/23 van de troon is gestoten als meest geconsumeerde vissoort met een MSC-label in Nederland. Hoewel de volumes na een daling in 2023/24 nu op 9.709 ton staan, blijft het een populaire soort op de Nederlandse markt.
- De volumes van MSC-gelabelde haring fluctueerden veel de afgelopen jaren. Er is geen eenduidige verklaring voor deze fluctuaties, maar de inflatiecrisis en een verminderde interesse bij jonge consumenten hebben waarschijnlijk de groei belemmerd. Het meest recente jaar laat wel een toename in volume zien.
- In de afgelopen vijf jaar zijn de volumes MSC-gelabelde mosselen relatief stabiel gebleven, ondanks uitdagingen in de mosselkweek en verminderde interesse van jonge consumenten. In 2023/24 werd een recordvolume van 4.530 ton bereikt.
- De foodservice blijft achter op de Retail in het MSC-gelabelde aanbod, waar enkel vier grote ketens en 11 visdetaillisten een ambassadeursrol in het MSC programma vervullen. De meeste partijen in dit marktkanaal blijven vis en zeevruchten zonder waarborging van de duurzaamheid verkopen.

Ondanks aanhoudende geopolitieke en economische uitdagingen is de Nederlands markt erg toegewijd gebleven aan gecertificeerde duurzame visserij en de ondersteuning van het MSC-programma. Er is het afgelopen jaar grote vooruitgang geboekt en deze editie van ons marktrapport belicht de opmerkelijke prestaties en de toezeggingen in de hele toevoerketen die deze vooruitgang mogelijk hebben gemaakt.

Het rapport geeft ook aan waar nog meer kansen liggen voor het MSC programma. Daarnaast toont het ook hoe het programma is ontwikkeld de afgelopen jaren en hoe dit op zijn beurt een groeiende consumptie van een verscheidenheid aan duurzame producten ondersteunt, om zo aan de vraag van de consument te voldoen.

Contents

Samenvatting	2
Voorwoord	4
Begrippen en werkwijzen	6
MSC in tijden van klimaatverandering	7
Blue Foods en de eiwittransitie	9
MSC en de Nederlandse visconsument: onderzoek Globescan 2024	11
MSC en de Europese Green Deal	14
Marktoverzicht	16
Labeldekking per soort	17
Focus op Alaska pollak	19
Focus op tonijn	21
Focus op haring	24
Focus op mosselen	26
Labeldekking per productcategorie	28
Focus op gekoeld	30
Focus op diepvries	32
Focus op conserven	34
Labeldekking per merk	36
Focus op Albert Heijn	37
Focus op Iglo	40
Focus op Jumbo	42
Slotwoord en vooruitblik	44
Contact informatie	45



Voorwoord

Ondanks diverse uitdagingen zoals de gevolgen van Brexit, Corona, de opwarming van de oceanen, de conflictsituaties in de wereld en de stijgende energieprijzen, zien we een groeiende betrokkenheid van consumenten bij de inkoop van duurzame vis-, schaal- en schelpdierproducten in Nederland.

Het krijgen en behouden van het MSC certificaat is in veel gevallen een uitdaging voor de visserij. Marktondersteuning voor duurzame visserij blijft daarom essentieel.

Duurzaam beheer betekent onder andere dat de visserij inzet zodanig beperkt is dat het visbestand niet achteruitgaat, of kan herstellen wanneer er minder vis is door lage aanwas. Het lijkt echter erop dat klimaatverandering in toenemende mate invloed heeft op de aanwas en verspreiding van visbestanden.

Zo dreigt overbevissing voor het enorme Atlantisch-Scandinavische haringbestand omdat de vissende landen al meerdere jaren geen overeenstemming meer kunnen bereiken over de verdeling van de vangstrechten. De visserij heeft daarom het MSC-keurmerk verloren. De Noordzeeharing is gelukkig niet in gevaar. De vangstafspraken over de Noordzeeharing zijn goed, en deze visserij is in 2022 weer opnieuw MSC gecertificeerd. Het blijft dus belangrijk voor de markt om deze producten en de bijbehorende duurzaamheidsinspanningen te waarderen.

Naast de Atlantisch-Scandinavische haring zijn ook de MSC-certificaten van blauwe wijting en Atlantische makreel geschorst vanwege het ontbreken van afspraken over de duurzame verdeling van de vangstrechten. Dit is niet alleen een groot probleem voor consumptievis, maar ook voor de aanvoer van duurzame visolie en vismeel voor de viskweek. Een coalitie van meer dan 40 bedrijven in de visketen, verenigd in de North East Atlantic Pelagic Advocacy Group (NAPA), heeft zich gecommitteerd aan verbeterplannen voor de Noord-Atlantische pelagische visbestanden. Ook MSC blijft deelnemen aan de discussies. De oproep is aan de kuststaten om hun ambities te verhogen en de al tien jaar durende impasse te doorbreken voor duurzaam beheer.

De Noordzee garnalenvissers hebben in het beheerplan voor de MSC certificering een urenbeperking opgenomen wanneer er minder garnalen zijn. Bij de ongewoon lage garnalenstand in de winter van 2023 konden de gecertificeerde vissers daardoor maar beperkt de zee op. Helaas stapte een aantal vissers uit het certificaat, om vervolgens onbelemmerd te kunnen aanvoeren. Dit ondermijnde de inspanningen van de grote meerderheid van de vissers die zich hielden aan de vangstbeperking. Het tekende de noodzaak om alleen MSC gecertificeerde garnalen te verhandelen omdat alleen die de borging voor duurzame visserij geven.

Sinds 2011 is de Nederlandse mosselaanvoer MSC gecertificeerd. Daar zijn later nog verschillende Europese schelpdiervisserijen bijgekomen. Lokaal geproduceerde schelpdieren zijn een goed voorbeeld van 'Net Zero Blue Foods' en verdienen daarom veel meer waardering in ons voedingspatroon. Maar ook de schelpdiersector heeft de nodige uitdagingen. Na kreeften en krabben blijken dit jaar ook veel mosselen, tapijtschelpen en kokkels dood te gaan in de Oosterschelde. De oorzaak is nog niet duidelijk.





Er is ook positief nieuws te melden. Sommige vissoorten profiteren van de klimaatverandering. De Noordzeevissers voeren inmiddels massaal pijlinktvis en zee kat aan in de wintermaanden. Willen we deze vangsten duurzaam houden dan zijn beheerafspraken nodig en dan is ook MSC certificering mogelijk.

Wereldwijd kunnen meer tonijnvisserijen voldoen aan de MSC normen voor gezonde bestandsniveaus. Ook de vangsttechnieken zijn steeds selectiever en we kunnen van steeds meer tonijn de exacte herkomst traceren. Zorgwekkend is wel dat een toenemend aantal bestanden de minimumeisen voor harvest control rules niet haalt. Ook in de schappen van de Nederlandse supermarkten is nog niet alles duurzaam, ondanks het inmiddels heel ruime aanbod van gecertificeerde tonijn. Sinds 2019 zijn er reeds grote stappen gezet, met name door belangrijke partners die voor MSC kiezen. Verder in dit rapport kunt u lezen waarom juist nu de duurzaam gevangen tonijnvolumes nog kunnen groeien.

In de komende jaren zullen we ons blijven inzetten om de duurzaamheid van de visserijsector te bevorderen, zodat de Nederlandse markt gegarandeerd kan blijven van gezonde en betaalbare mariene eiwitten. Er zijn het afgelopen jaar mooie successen van onze MSC gecertificeerde marktpartners gevierd. Deze successen zijn het bewijs dat marktkrachten substantieel kunnen bijdragen aan de verduurzaming van onze oceanen en zeeën. Dit volgt dan ook vanuit het blijvende enthousiasme van onze partners om unieke en krachtige boodschappen met MSC vorm te blijven geven rondom de waarde van duurzame vis en zeevruchten.

Als MSC werken we nauw met onze partners samen aan mooie campagnes om duurzame vis en zeevruchten op de kaart te zetten bij de consumenten. Belangrijk is zo de Bewuste Visweek, waarin we nauw met partners samenwerken om consumenten bewust te laten kiezen voor vis met het MSC en ASC keurmerk. Naast de jaarlijkse Bewuste Visweek organiseren we in België jaarlijks de Duurzame Vis Awards. Met World Ocean Day en World Tuna Day creëren we op en rond deze dagen specifieke aandacht voor het belang van gezonde oceanen en duurzaam tonijnbeheer. Daarnaast zetten we ook specifieke campagnes op voor vissoorten als bijvoorbeeld tonijn, haring en mosselen. In het Duitse taalgebied (DACH) en de Benelux regio breed zullen we ons ook actief gaan inzetten om vis en zeevruchten als gezond, duurzaam en betaalbaar mariene eiwit te promoten onder het Blue Foods thema. Zo willen we vis en zeevruchten in samenwerking met onze partners een belangrijke rol geven in de eiwittransitie. Onze partners, van boot tot bord, zetten zich voortdurend in voor duurzame visserij en handel, een proces dat niet altijd zichtbaar is. We zijn trots op hun toewijding en inzet voor gezonde oceanen en de voorwaartse stappen hier. Dit rapport is een eerbetoon aan hun inspanningen en een kans om hen in de schijnwerpers te zetten voor een breder publiek. We hopen dat het u zal inspireren en motiveren om deel te nemen aan de gezamenlijke missie om de oceanen te beschermen. We kijken uit naar de voortdurende samenwerking met onze partners en stakeholders om deze doelen te bereiken.



**Menno Bax, MSC, Program Director,
DACH & Benelux**

Begrippen en werkwijzen

- De MSC-gegevens die in dit rapport worden gebruikt, hanteren het boekjaar van de Britse MSC-organisatie: 1 april - 31 maart. Deze gegevens worden elk kwartaal, halfjaar of jaar aan de MSC verstrekt door bedrijven die het MSC-keurmerk op hun producten gebruiken. Gegevens voor een volledig boekjaar zijn beschikbaar na het einde van de rapportageperiode voor licentiehouders (1 april - 30 maart) plus een verwerkingstijd van ongeveer 2 maanden.
- Om de rapportage te vereenvoudigen, worden de gegevens in dit rapport weergegeven in kalenderjaren. Daarnaast zijn er ook berekeningen toegepast om te komen tot voorspellingen (forecasts) van de volumegegevens (gewicht) van producten met het MSC-label, toen het kalenderjaar 2023/24 nog niet was afgerond. Deze forecasts zijn gebaseerd op de volumegegevens die in voorgaande periodes door partners zijn doorgegeven.
- Volumegegevens (gewicht) worden gemeten in tonnen en zijn afgeleid van het totale productgewicht (NIET alleen de visinhoud).
- Een deel van deze volumes is berekend op basis van de producten met het MSC-keurmerk die enkel in Nederland zijn verkocht. Echter, zijn er ook partners die in Nederland en België leveren zonder door te geven hoeveel volumes er daadwerkelijk per land zijn verkocht. Deze totaalvolumes zijn berekend door per partner een theoretische Nederland/België ratio toe te passen, op basis van de waarschijnlijkheid in welke landen zij het meeste afzet zouden kunnen hebben. Deze geschatte volumes zijn vervolgens toegevoegd aan de totaalvolumes gerapporteerd per afzonderlijk land.
- Dezelfde methode is toegepast om de totale omzet van MSC-gelabelde producten in de Nederlandse markt te berekenen. Aangezien de omzet ook in GBP wordt doorgegeven is de wisselkoers op 2 augustus 2024 gebruikt om te komen tot de totale omzet in EUR.
- Sommige partners rapporteren hun volumes in meerdere regio's, dus ook buiten de Benelux. Voor deze totaalvolumes kon er geen logische theoretische verdeling gemaakt worden om te berekenen hoeveel er in Nederland en België waren verkocht. Dit betekent ook dat er in dit rapport geen volumes van merken zoals Sheba en Rio Mare zijn terug te vinden.
- Alle weergegeven hoeveelheden betreffen producten met het MSC-keurmerk die in de schappen hebben gelegen en waarvan partners de verkoop in het afgelopen boekjaar hebben gerapporteerd. Voor de producthoeveelheden is er geen mogelijkheid om forecasts te berekenen. Dit betekent dat er in de hoofdstukken enkel op deze trends tot 2022/23 wordt gereflecteerd.
- Waar er in de grafieken wordt gerefereerd naar 'Gemengde' producten gaat het om verschillende vissoorten zijn verwerkt (bijv. paella met mosselen en garnalen).
- In de categorieën 'diepvries' en 'gekoeld' zijn zowel bewerkte als onbewerkte producten opgenomen. Bewerkte producten zijn producten die bijvoorbeeld zijn gepaneerd of gesneden, terwijl er bij onbewerkte producten niets is veranderd of toegevoegd.
- Ready Meal producten dienen als kant-en-klare maaltijd, zonder dat verdere bereiding nodig is. Voorbeelden hiervan zijn diepvriespizza's, opwarmmaaltijden, sushi of salades. Food to Go producten zijn bedoeld voor onmiddellijke en gemakkelijke consumptie, zoals voorverpakte belegde broodjes.

MSC in tijden van klimaatverandering

De klimaatverandering zorgt voor opwarming van de oceanen, compleet met steeds vaker voorkomende hittegolven (1). Dat maakt een noodzakelijk aanpassing van de visserij onvermijdelijk. Zo leidde de uitzonderlijke hittegolf in het noordelijke deel van de Atlantische Oceaan in 2023 tot watertemperaturen die tot 3 °C boven het gebruikelijke gemiddelde stegen (2). Volgens wetenschappers hebben deze veranderingen in de oceanen een vergaande impact op de wereldwijde vispopulaties (3,4). Niet alleen dwingt de opwarming de vissen om koelere wateren op te zoeken en veranderen daardoor de migratiepatronen, ook het voortplantingsvermogen van belangrijke vissoorten zoals blauwe wijting (*Micromesistius poutassou*), Atlantisch-Scandinavische haring (*Clupea harengus*) en makreel (*Scomber scombrus*) vermindert (3,4). Deze veranderingen bedreigen daardoor niet alleen de visstand en de gezondheid van mariene ecosystemen, maar ook de gebruikelijke aanvoer van visproducten in de keten (3,4). Dit zorgt voor nieuwe politieke uitdagingen in het visserijbeleid, zoals in de Noord-Atlantische regio. Belangrijke visserijen uit de EU, het VK, Noorwegen, IJsland, de Faeröer, Groenland en Rusland kunnen door de veranderende verspreidingspatronen van de visbestanden niet tot een overeenstemming komen over de verdeling van de vangstrechten (5). Omdat er geen overeenstemming is over de verdeelsleutel van de toegewezen quota, wordt er meer gevangen dan de duurzame niveaus die de wetenschappers hebben geadviseerd. En omdat daarmee niet langer wordt voldaan aan de MSC-standaard voor duurzaam beleid, is het certificaat voor blauwe wijting, Atlantisch-Scandinavische haring en makreel komen te vervallen (5). De deelname van de totale Nederlandse visserij aan het MSC programma daalde daarmee gevoelig van 80% naar 53% in 2022 (6). Veel consument ontdekten dat het gebruikelijke blauwe MSC-keurmerk plotseling niet meer op hun gerookte makreel in de supermarkt stond.

Dit soort concrete voorbeelden van falend beheer en overbevissing (7) benadrukken alleen maar dat regeringen de klimaatverandering bovenaan hun agenda moeten zetten voor het duurzaam beheren van de visbestanden. Als ze het niet eens kunnen worden over klimaatslimme strategieën voor het visserijbeheer, zullen de gevolgen voor de vispopulaties alleen maar ernstiger worden. Uit onderzoek is al gebleken dat door de opwarming van de zeeën, met inbegrip van mariene hittegolven, sommige Atlantisch-Scandinavische haringpopulaties tussen 2005 en 2015 met 40% zijn afgenomen (4).

Ook de visbestanden in de Noordzee ontkomen niet aan de gevolgen van klimaatverandering. Het kabeljauwbestand in de Noordzee herstelt niet van overbevissing, ondanks dat de visserijdruk nu heel laag is (8). Daarentegen komen andere vissoorten zoals poon, rode mul en zelfs pijlinktvis, steeds meer voor. De populatiegroei van deze soorten biedt de visserij nu alternatieve commerciële doelsoorten. De vangsten van pijlinktvis zijn de afgelopen dertig jaar continu toegenomen, zo laten cijfers van het Duitse Thüneninstituut (9) zien. Vooral in het Kanaal vissen Nederlandse en Vlaamse kotters in de winter nu massaal op pijlinktvis en zeekat (10). De vangst van deze ‘nieuwe’ soorten is tot nu toe nog ongereguleerd en kan onder meer door de bijvangst schadelijk zijn voor de wel gereguleerde soorten (11). Omdat het beheer nog onvoldoende is geregeld, zijn deze nieuwe soorten nog niet MSC gecertificeerd.

Internationale samenwerking is essentieel om overexploitatie en ineenstorting van visbestanden te voorkomen. Een goed voorbeeld is de Noordzeeharing, die in de jaren zeventig werd gered doordat de betrokken visserijlanden samenwerkten bij het instellen van een vangstverbod (12). Een veerkrachtig visserijbeheer dat zich aanpast aan klimaatverandering is daarom noodzakelijk om de toekomst van de visserijsector veilig te stellen. Dat geldt evenzeer voor regelgeving om de impact op het ecosysteem te beperken, mede cruciaal voor de nieuwe vissoorten die voor onze kusten verschijnen. Door ons rekenschap te geven van de lessen uit het verleden kunnen we ervoor zorgen dat het visserijbeheer zich aanpast aan de uitdagingen van het veranderende klimaat en duurzame praktijken bevordert.

1) Climate change making marine heat waves more common cited in *Front. Mar. Sci.*, 07 August 2019 Sec. Global Change and the Future Ocean Volume 6 - 2019 | <https://doi.org/10.3389/fmars.2019.00484>

2) Climate change indicators reached record levels in 2023: WMO. (2024, 18 maart). World Meteorological Organization. <https://wmo.int/news/media-centre/climate-change-indicators-reached-record-levels-2023-wmo>

3) Fernandes, J.A., Frölicher, T.L., Rutterford, L.A. et al. Changes of potential catches for North-East Atlantic small pelagic fisheries under climate change scenarios. *Reg Environ Change* 20, 116 (2020). <https://doi.org/10.1007/s10113-020-01698-3>

4) Tiedemann, M., Nash, R. D. M., Stenevik, E. K., Stiasny, M. H., Slotte, A., & Kjesbu, O. S. (2020). Environmental influences on Norwegian spring-spawning herring (*Clupea harengus* L.) larvae reveal recent constraints in recruitment success. *ICES Journal Of Marine Science*, 78(2), 640–652. <https://doi.org/10.1093/icesjms/fsaa072>

- 5) Marine Stewardship Council, Walmsley, S. F., Hull, S. C., & ABPmer. (2023). *Northeast Atlantic Pelagic Fisheries – Management Challenges for Straddling Fish Stocks*. In *Final Report (report R.4069)*. ABPmer. https://www.msc.org/docs/default-source/default-document-library/nea_pelagics_2023-06-21.pdf?sfvrsn=db6842a3_18
- 6) Marine Stewardship Council (MSC). (2020). *Stand in het water 2020 | Verduurzaming in de Nederlandse visserij in kaart gebracht*. https://www.msc.org/docs/default-source/nl-files/msc_nl-rapport-stand-in-het-water-2021.pdf?sfvrsn=98f49c6_10
- 7) *Climate change making marine heat waves more common cited in Front. Mar. Sci.*, 07 August 2019 *Sec. Global Change and the Future Ocean Volume 6 - 2019* | <https://doi.org/10.3389/fmars.2019.00484>
- 8) Koul, V., Sguotti, C., Årthun, M., Brune, S., Düsterhus, A., Bogstad, B., Ottersen, G., Baehr, J., & Schrum, C. (2021). *Skilful prediction of cod stocks in the North and Barents Sea a decade in advance*. *Communications Earth & Environment*, 2(1). <https://doi.org/10.1038/s43247-021-00207-6>
- 9) Thünen: *Tintenfische im Klimawandel*. (n.d.). <https://www.thuenen.de/de/themenfelder/klima-und-luft/was-der-klimawandel-fuer-die-fischereiwirtschaft-bedeutet/tintenfische-im-klimawandel>
- 10) VRT NWS. (2023, June 8). “Massaal veel” zeekat en pijlinktvis, minder kabeljauw: hoe het visbestand in onze Noordzee verandert. [vrtnws.be. https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2023/05/24/andere-vissen-in-de-noordzee/](https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2023/05/24/andere-vissen-in-de-noordzee/)
- 11) VIsWijzer. (2024, July 5). Pijlinktvis. <https://www.goodfish.nl/vissoort/gewone-pijlinktvis/>
- 12) Dickey-Collas, M., Nash, R. D. M., Brunel, T., Van Damme, C. J. G., Marshall, C. T., Payne, M. R., Corten, A., Geffen, A. J., Peck, M. A., Hatfield, E. M. C., Hintzen, N. T., Enberg, K., Kell, L. T., & Simmonds, E. J. (2010). *Lessons learned from stock collapse and recovery of North Sea herring: a review*. *ICES Journal Of Marine Science*, 67(9), 1875–1886. <https://doi.org/10.1093/icesjms/fsq033>



Blue Foods en de eiwittransitie

Eiwitten zijn essentiële bouwstenen voor ons lichaam en daarmee van cruciaal belang om te voldoen aan onze levensbehoeftes. Echter, de wereldwijde productie vindt plaats op een niet-duurzame wijze, terwijl de verdeling ervan niet eerlijk verloopt. Het gevolg is een onevenwichtige distributie van de eiwitten wereldwijd, met overconsumptie aan de ene en eiwittekorten aan de andere kant (1). Met de groeiende wereldbevolking zal de vraag naar voedsel en eiwitten ook nog eens toenemen (2). De uitdaging om deze problemen aan te pakken vereist een zogenaamde ‘eiwittransitie’: een verschuiving van dierlijke proteïnen naar meer plantaardige eiwitten, terwijl de beschikbare eiwitten beter moeten worden verdeeld (1,2). Een plantaardig dieet in lijn met de wereldwijde voedingsrichtlijnen, zou een deel van het antwoord kunnen bieden op de huidige crisis (1). Dierlijke eiwitten hoeven dan zelfs niet uit de voedingsketens te verdwijnen, zolang de productie maar op duurzame wijze plaatsvindt (2). FAO, de landbouw- en visserijorganisatie van de Verenigde Naties, spreekt in dit verband over de noodzaak van een Blue Transformation, een eiwittransitie met voedsel dat uit de oceanen komt (3). Tijdens de VN-top in 2021 over voedselsystemen, benadrukten de Verenigde Naties de enorme potentie van visserij en aquacultuur om de wereldbevolking te voeden. “Slechts 5% van ons voedsel komt uit de oceanen, terwijl 70% van de aarde uit oceanen bestaat” (4) zo werd opgemerkt. Meer dan 100 wetenschappers van 25 universiteiten werkten samen met de VN aan een Blue Food Assessment. Daaruit bleek dat de productie van aquatische voedingsmiddelen aanzienlijk minder milieubelastend is dan de productie van de meeste dierlijke voedingsmiddelen op het land (5).

Lage CO_{2e} uitstoot

De mariene eiwittransitie kan daarom naast voedselzekerheid ook bijdragen aan de VN Sustainable Development Goals (SDGs) door ondersteuning te bieden in het beëindigen van armoede, het beschermen van de planeet en het waarborgen van welvaart voor iedereen. Focus ligt daarbij op duurzame uitbreiding van de productie van “Blue Foods” (6). Deze Blue Foods omvatten vis, schaal- en schelpdieren, en algen met een aanzienlijk lagere milieubelasting in de vorm van CO_{2e}-emissies dan veel dierlijke en soms zelfs plantaardige eiwitten (7,8,9,10). Zeewier, tweekleppigen en in het wild gevangen kleine pelagische vis zoals sardines, makreel en haring hebben de laagste milieu-impact. De productie van in het wild gevangen zeevruchten vereist geen land, zoet water, meststoffen of voer (5). De totale CO_{2e}-uitstoot van zeevruchten is ook aanzienlijk lager dan die van de productie van rood vlees (rund, varken, schaap, etc.) en zelfs van kip. Meer eten van kleine pelagische vissen, wilde zalm en schelpdieren kan de uitstoot van broeikasgassen dan ook aanzienlijk verminderen vooral als het rood vlees vervangt (11).

Voedingswaarde

De hoge voedingswaarde van Blue Foods draagt ook bij aan de oplossing van meerdere voedselproblemen. Volgens de Oceanografische Commissie van UNESCO wordt dit vaak onterecht over het hoofd gezien, omdat de aandacht eenzijdig wordt gericht op de eiwitten afkomstig uit maritieme bron (12). Blue Foods zijn echter rijk aan veel andere essentiële voedingsstoffen zoals zink, ijzer en vitamines A, B12 en D3. Tekorten aan deze voedingsstoffen kunnen ernstige gezondheidsproblemen veroorzaken en de levensverwachting verlagen (5). Blue Foods kunnen daarnaast helpen om ernstige gezondheidsproblemen door ondervoeding te voorkomen (5).

Vis eten verliest terrein

Het is dus duidelijk dat vis en zeevruchten een relatief lage klimaatimpact hebben en tegelijk een zeer voedzame en gezonde bron van voedsel zijn. Uit onderzoek van de Future of Food Institute blijkt ook dat 31% van de Nederlanders vaker voor vis in plaats van vlees probeert te kiezen (13). Vleesvervangers worden door net zo veel Nederlanders als duurzaam beschouwd als vis (60%). Van de respondenten vindt 65% dat vis past in een duurzaam eetpatroon, een flink verschil met vlees (39%) (13). Dit vertaalt zich ook naar intentie voor gedrag: 31% zegt vaker vis dan vlees te proberen te eten in verband met duurzaamheid. Daarnaast geeft 27% aan vaker vis te eten dan een jaar geleden. Als belangrijkste redenen noemde men daarvoor dat men zich meer bewust is van vis als gezonde (62%) en als duurzame keuze (35%) (13).

Het behoud van onze rijke mariene voedselbronnen lijkt dus ook door de Nederlandse consument te worden erkent als een ‘win-win’ situatie. Het stelt meer mensen in staat de voedingsstoffen te krijgen die ze nodig hebben om gezond te leven. Dit helpt om levensonderhoud te verbeteren, mariene ecosystemen te beschermen en de milieu-impact van voedselproductie te verminderen (5). Het is daarbij van belang dat de essentiële rol van Blue Foods wordt erkend in de huidige eiwittransitie. Het MSC-label helpt daarbij de consument een product te kiezen dat de duurzaamheid van deze vis en zeevruchten respecteert. Hierdoor kan het voortbestaan van deze waardevolle maritieme bronnen ook voor de toekomst worden gegarandeerd.

- 1) WUR. (n.d.). De eiwittransitie: een beweging van iedereen. <https://www.wur.nl/nl/onderzoek-resultaten/onderzoekprogrammas/eiwittransitie.htm>
- 2) Flanders' FOOD. (n.d.). Eiwittransitie - Flanders' FOOD. <https://www.flandersfood.com/nl/new-and-shifting-resources/eiwittransitie>
- 3) FAO. (2022). Blue Transformation: Roadmap 2022-2030: A vision for FAO's work on aquatic food systems. <https://doi.org/10.4060/cc0459en>
- 4) United Nations. (n.d.). Sustainable blue foods play a vital role in nourishing people and planet | United Nations. <https://www.un.org/en/food-systems-summit/news/sustainable-blue-foods-play-vital-role-nourishing-people-and-planet>
- 5) MSC. (2023). Blue foods: The role of sustainable fishing in feeding a growing population. In Marine Stewardship Council Insights. <https://www.msc.org/docs/default-source/default-document-library/media-centre/msc-blue-foods-report.pdf>
- 6) MSC. (n.d.). What are Blue foods | Marine Stewardship Council. <https://www.msc.org/en-us/what-we-are-doing/blue-foods-seafood-feeding-growing-global-population>
- 7) Almeida, C., Loubet, P., Da Costa, T. P., Quinteiro, P., Laso, J., De Sousa, D. B., Cooney, R., Mellett, S., Sonnemann, G., Rodríguez, C. J., Rowan, N., Clifford, E., Ruiz Salmón, I., Margallo, M., Aldaco, R., Nunes, M. L., Dias, A. C., & Marques, A. (2021). Packaging environmental impact on seafood supply chains: A review of life cycle assessment studies. *Journal of Industrial Ecology*, 26(6), 1961–1978. <https://doi.org/10.1111/jiec.13189>
- 8) Denham, F. C., Howieson, J. R., Solah, V. A., & Biswas, W. K. (2015). Environmental supply chain management in the seafood industry: past, present and future approaches. *Journal of Cleaner Production*, 90, 82–90. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.11.079>
- 9) Farmery, A. K., Gardner, C., Green, B. S., Jennings, S., & Watson, R. A. (2015). Domestic or imported? An assessment of carbon footprints and sustainability of seafood consumed in Australia. *Environmental Science & Policy*, 54, 35–43. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2015.06.007>
- 10) Ziegler, F., Winther, U., Hognes, E. S., Emanuelsson, A., Sund, V., & Ellingsen, H. (2012). The carbon footprint of Norwegian seafood products on the global seafood market. *Journal of Industrial Ecology*, 17(1), 103–116. <https://doi.org/10.1111/j.1530-9290.2012.00485.x>
- 11) IOC-UNESCO. 2024. State of the Ocean Report. Paris, IOC-UNESCO. (IOC Technical Series, 190) <https://doi.org/10.25607/4wbg-d349>.
- 12) Bianchi, M., Hallström, E., Parker, R. W. R., Mifflin, K., Tyedmers, P., & Ziegler, F. (2022). Assessing seafood nutritional diversity together with climate impacts informs more comprehensive dietary advice. *Communications Earth & Environment*, 3(1). <https://doi.org/10.1038/s43247-022-00516-4>
- 13) Agentschap Landbouw en Zeevisserij. (2023, August 9). Consumptie van visproducten. Landbouw & Visserij. bookmark :~:text=Tegenover%20het%20coronajaar%202020%20is%20de%20consumptie%20zelfs%20met%2016%25%20gekrompen.&text=Download%20data-,Aan%20het%20thuisverbruik%20van%20visproducten%20besteedt%20de%20Vlaming%20in%202022,nemen%20daarvan%2051%20euro%20inhttps://landbouwcijfers.vlaanderen.be/visserij/totale-visserij/consumptie-van-visproducten#:~:text=Tegenover%20het%20coronajaar%202020%20is%20de%20consumptie%20zelfs%20met%2016%25%20gekrompen.&text=Download%20data-,Aan%20het%20thuisverbruik%20van%20vispr.



MSC en de Nederlandse visconsument: onderzoek Globescan 2024

Consumenten hechten waarde aan onafhankelijke waarborging van duurzame vis en zeevruchten. Dat blijkt uit het tweejaarlijkse Globescan consumentenonderzoek (1) dat in opdracht van MSC wordt uitgevoerd. De volgende infografiek laat enkele kerncijfers zien uit het onderzoek. De data zijn afkomstig uit drie verschillende steekproeven in verschillende onderzoeksgroepen: 1) de algemene bevolking, 2) de consument van vis en zeevruchten en 3) de consument die het MSC-label herkent.

Van de visconsumenten is 81% bezorgd over de staat van de oceanen. 37% van deze groep is ook pessimistisch over de mogelijkheid dat ze binnen 20 jaar nog hun favoriete vis- en zeevruchten kunnen eten, een stijging van 4 procentpunt ten opzichte van het laatste onderzoek. Deze bezorgdheid verklaart ook waarom 60% van de consumenten vindt dat we enkel vis en zeevruchten mogen eten die afkomstig zijn van een duurzame bron. Opvallend is wel dat er een daling van 10 procentpunt is te zien in deze attitude. Dit benadrukt het belang dat de consument blijft worden voorzien van de meetbare impact dat het aanbod van MSC gecertificeerde duurzame producten kan hebben op de staat van onze oceanen. 54% van de consumenten heeft ook aangegeven dat ze zeker willen weten dat duurzame producten ook te herleiden zijn naar een duurzame bron. Ook in deze attitude is een daling van 7 procentpunt te zien. Volgens Globescan (2024) is er in Nederland relatief meer pessimisme over de duurzaamheid van producten dan in andere landen. Er is, echter, genoeg bewijs dat duurzaam handelen het antwoord biedt tegen de zorgen die de consument hebben over de staat van de oceanen. Deze ontwikkeling onderstreept het belang van voortdurende communicatie en educatie om consumenten te informeren over het belang van duurzame visserij en de impact van hun keuzes. Samen kunnen we werken aan een toekomst waarin onze oceanen floreren en consumenten kunnen blijven genieten van hun favoriete vis- en zeevruchten.

De bekendheid met het MSC-label blijft stijgen en bereikte een absoluut hoogtepunt in 2024: 62% van de Nederlandse bevolking geeft aan dat ze het label soms of vaak gezien hebben. Dit is het resultaat van groeiende marktpenetratie van de MSC-gelabelde producten, en de communicatie vanuit MSC en onze partners. Het begrip van wat het label betekent, is wel significant gestegen met 7 procentpunt en bedraagt 47% in 2024. Hoewel dit een positieve ontwikkeling is, kan de communicatie over het MSC-label verbeterd worden en vaker plaatsvinden om meer begrip over het MSC programma te creëren.

Ondanks een daling van 74% naar 67% in de houding van consumenten ten opzichte van de noodzaak van onafhankelijke verificatie van duurzaamheidsclaims, erkent nog steeds een grote meerderheid van de visconsumenten het belang hiervan. Dit toont aan dat er nog steeds een sterke vraag en waardering is voor de rol van onafhankelijke organisaties zoals MSC in het waarborgen van de duurzaamheid van visproducten. 80% van de consumenten die het MSC-label herkennen, geeft aan dat het keurmerk hen helpt om snel en gemakkelijk een duurzame keuze te maken. 48% antwoordt dat het keurmerk een positieve invloed heeft op hun koopplannen. 27% neemt zich voor om volgend jaar meer producten met een ecolabel te kopen. Daarnaast geeft 21% aan dat ze zullen overschakelen naar een merk dat claimt de oceanen en natuurlijke bronnen te beschermen.

Consumenten zijn dus op zoek naar duurzaamheid bij hun aankopen, verwachten dat marktpartijen hier juiste informatie over bieden en zien het MSC-keurmerk als een garantie voor onafhankelijke waarborging ervan. Aangezien de herkenning van het label ook de kans vergroot dat een consument een product koopt, vertaalt een MSC gecertificeerd product en de bijbehorende communicatie over het MSC-programma zich ook in een versterking van de commerciële strategie. Het actief uitdragen van de MSC certificatie en het daarbij behorende programma is voor marktpartners dan ook nuttig om de betrouwbaarheid van de duurzaamheid claims te garanderen en de verkoop van hun product te stimuleren.

1) GlobeScan Incorporated onderschrijft de normen van de World Association of Opinion and Marketing Research Professionals (ESOMAR). De onderzoeksresultaten zijn gebaseerd op een representatieve steekproef van alle Belgische visconsumenten.



MSC en de Nederlandse visconsument : Globescan onderzoek 2024

Houding rond duurzaamheid van oceanen en vis²



81% (-3%*)

Is bezorgd over de staat van onze oceanen

37% (+4%)

Denkt niet dat een favoriet vis- en zeevrucht product over 20 jaar nog kan worden gegeten

60% (-10%)

Vindt dat om de oceanen te beschermen, we enkel vis en zeevruchten mogen consumeren uit een duurzame bron

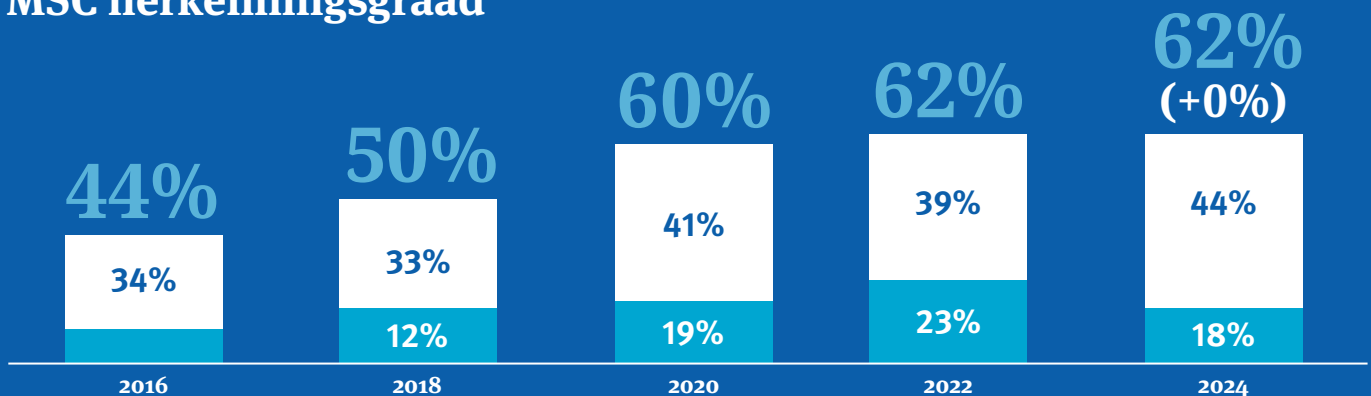


54% (-7%)

Wil graag zeker weten dat de gekochte vis ook te herleiden is naar een betrouwbare en duurzame bron



MSC herkenningsgraad¹



■ Vaak gezien

■ Soms gezien

(XX%) Procentuele verandering t.o.v. 2022

* Statistisch geen significant verschil

Houding rond vis en zeevruchten met een ecolabel



67%
(-7%)

Vindt dat supermarkten en merken duurzaamheidsclaims moeten laten staven door een onafhankelijke organisatie²

Kocht/zal meer vis en zeevruchten kopen met een ecolabel op de verpakking²

14%

27%

Schakelde/zal schakelen naar een merk dat zegt de oceanen en natuurlijke bronnen te beschermen²

9%

21%

■ Ondergenomen acties in het afgelopen jaar

■ Voorgenomen acties voor het aankomende jaar

Begrip van MSC²

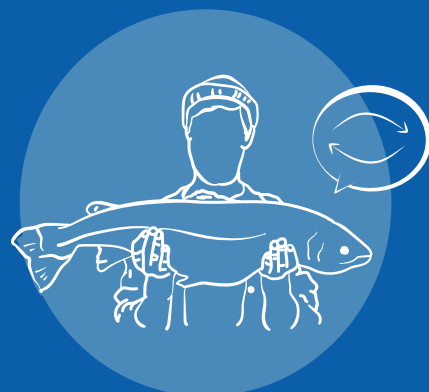


80%
(-1%*)

Geeft aan dat het MSC-label hen helpt om snel en gemakkelijk een duurzame keuze te maken³

48%
(+7%)

Vermeldt duurzaamheid en/of certificatie als kernbegrippen in het MSC programma



48%

Zegt dat het zien van het MSC-label de kans vergroot dat ze een product kopen²

MSC en de Europese Green Deal

Niet alleen consumenten hebben steeds meer behoefte aan duurzame producten, ook de overheidsinstanties zien het steeds meer als een eis bij bedrijven. De Green Deal van de Europese Commissie vormt de blauwdruk voor een ingrijpende transformatie richting duurzaamheid: alle 27 EU-lidstaten hebben zich gecommitteerd om de EU voor 2050 om te vormen tot het eerste klimaat-neutrale continent (1). Hiervoor zijn wettelijk bindende klimaatdoelstellingen opgesteld om de circulaire economie te bevorderen en de overgang naar een groenere economie en duurzame voedselsystemen te stimuleren. Daarnaast zijn er initiatieven om herstel en bescherming van ecosystemen na te streven en investeringen in duurzame activiteiten aan te moedigen (1). Bedrijven zullen daartoe steeds meer verantwoordelijkheid moeten nemen om hun duurzame handelen te garanderen en te bewijzen.

In praktijk wordt de aandacht voor duurzaamheidsclaim in de Green Deal op verschillende niveaus uitgewerkt. Zo is de EU Green Claims Directive (ECG) bedoeld voor de aanpak van greenwashing, misleidende claims van bedrijven over de duurzaamheid of het verantwoorde karakter van hun producten of diensten (2). Consumenten hebben vaak moeite om hun weg te vinden in de vele milieulabels en -claims, wat leidt tot verwarring en wantrouwen (2). De Europese richtlijn moet betrouwbare, vergelijkbare en controleerbare groene claims in de EU waarborgen, consumenten beschermen tegen misleiding en een gelijk speelveld voor milieuprestaties creëren. Bedrijven moeten hun milieucclaims onderbouwen met robuuste, wetenschappelijke methoden (2). De richtlijn stelt ook duidelijke criteria op waaraan groene claims moeten voldoen (2). De ECG is daarvoor nauw verbonden met de EU Directive on Empowering Consumers for the Green Transition (ECGT). Deze ECGT staat alleen keurmerken toe die gebaseerd zijn op onafhankelijke auditsystemen of zijn opgericht door publieke autoriteiten (3). Het is dus te verwachten dat de ECG en de ECGT de hoeveelheid keurmerken in de Europese markt aanzienlijk zal verminderen en dat overblijvende groene keurmerken aan erkenning zullen winnen.

Naast de verplichting om alle claims rondom duurzaamheid te onderbouwen met geloofwaardig bewijs, is de verwachting dat bedrijven überhaupt steeds meer de verantwoordelijkheid dragen voor hun socio-ecologische impact. Dit volgt uit de EU Corporate Sustainability Due Dilligence Directive (CSDDD), die vereist dat grote bedrijven en hun leveranciers en afnemers (incl. de aanvoer, productie en distributie) mogelijke negatieve impact op mensenrechten en het milieu voorkomen, verminderen of stoppen (4). Al deze bedrijven dienen een plan op te stellen met maatregelen die het Klimaatakkoord van Parijs direct ondersteunen (4). Ook worden grote bedrijven verplicht om over hun duurzame praktijken te rapporteren in de vorm van concrete en transparante informatie, die openlijk beschikbaar moeten zijn voor investeerders, klanten en de maatschappij. Deze rapporten worden verplicht gesteld vanuit de EU Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) en moeten gebaseerd zijn op de European Sustainability Reporting Standards (ESRS) die op het moment van schrijven nog in ontwikkeling zijn (5).

Transparantie en de mogelijkheid voor consumenten om bewuste keuzes te maken zijn ook belangrijke principes in het MSC-programma. Visserijen worden beoordeeld op hun duurzaamheid door te voldoen aan de strenge voorwaarde van de MSC Visserijstandaard. Met de MSC Traceerbaarheidsstandaard (Chain of Custody) kunnen marktpartijen garanderen dat wat er als duurzaam verkocht wordt, ook echt afkomstig is van MSC gecertificeerde visserijen (6). De certificatie van een visserij wordt uitgevoerd door onafhankelijke auditeurs (Conformity Assessment Bodies ofwel CABs), die expert zijn op het gebied van visserij en -beheer (7). De CABs die de Chain of Custody beoordelen, zijn eveneens onafhankelijk van de marktpartijen en van MSC en moeten voldoen aan ISO 17065, een internationale standaard die zekerstelt dat auditeurs competent, consistent en onpartijdig handelen. De CABs worden op hun beurt weer beoordeeld door Assurance Services International (ASI) op de kwaliteit en onafhankelijkheid van hun processen (7). De robuustheid van het geheel van deze processen draagt ertoe bij dat MSC breed erkend wordt als het certificatieprogramma dat met recht iets over de duurzaamheid van vis en zeevruchten kan zeggen.

MSC volgt deze politieke ontwikkelingen op de voet. Onze marktpartners zullen moeten voldoen aan de nieuwe regels voor grotere transparantie en onafhankelijke beoordeling van duurzaamheid, en dit is waar MSC ondersteuning kan bieden. MSC blijft daarom deelnemen aan de sociale dialoog en de politieke discussies, binnen en buiten de beleidsontwikkeling van de EU.

1) Green Finance Observatory, & Hache, F. (2020). 50 Shades of Green Sustainable Finance 2.0. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23098.13767>

European Commission. (2024, June 24). Green claims. https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_en

Proposal for a Directive on empowering consumers for the green transition and annex. (2022, March 30). European Commission. https://commission.europa.eu/publications/proposal-directive-empowering-consumers-green-transition-and-annex_en

ISEAL. (2023, September). Briefing note on the EU Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) and implications for sustainability systems [Press release]. ISEAL Alliance. https://www.iseal.org/sites/default/files/resource/2023-10/ISEAL_%20EUCSDD_Policy%20Briefing_FINAL.pdf

European Commission. (n.d.). Corporate sustainability reporting. Finance. https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

MSC. (n.d.-a). Wat voor organisatie is MSC. <https://www.msc.org/nl/over-msc/wat-is-msc>

MSC. (n.d.-b). How we meet best practice.. <https://www.msc.org/about-the-msc/how-we-meet-best-practice>



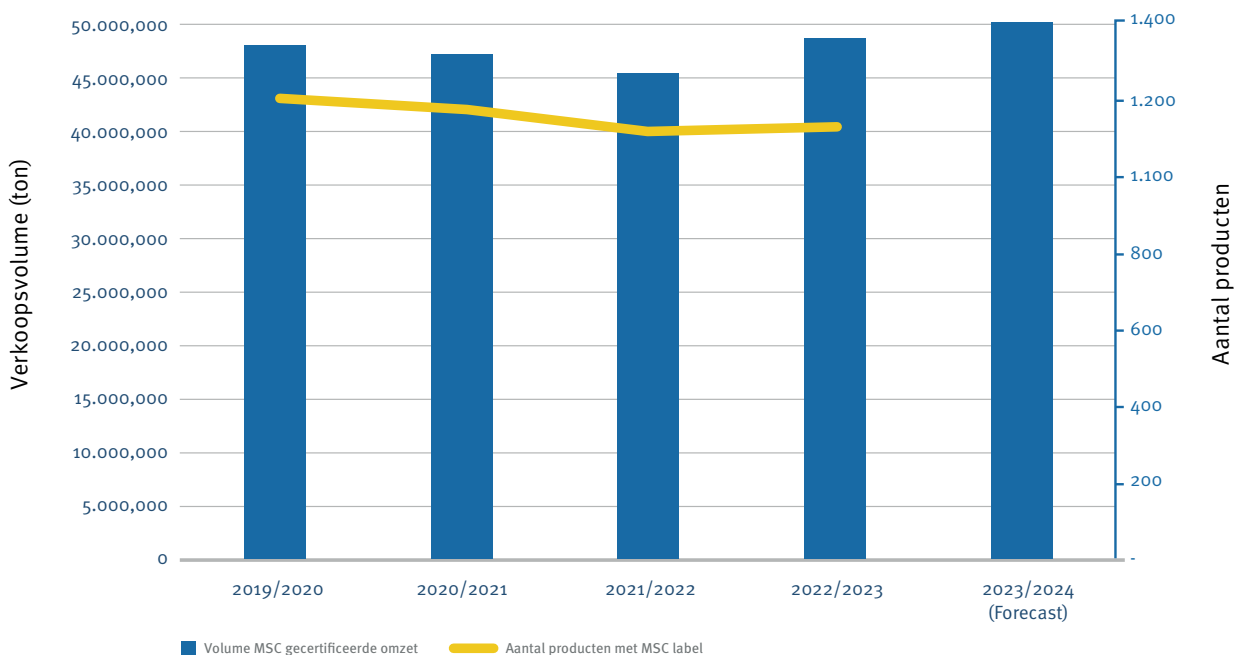
Marktoverzicht

Het volume van de MSC gecertificeerde verkoop laat door de jaren heen een algehele groei zien. Ondanks enkele fluctuaties in de afgelopen jaren, lijkt er een algemeen stijgende trend te zijn in de verkoopvolumes van MSC-gelabelde producten. Ook tussen 2022/23 en 2023/24 is deze groei doorgezet met 3,1%, wat resulteerde in een recordverkoop van 50.043 ton. Deze trend duidt op een groeiend consumentenbewustzijn en een toenemende vraag naar duurzame vis-, schaal- en schelpdierproducten, aangezien de MSC certificering garandeert dat producten voldoen aan strenge milieunormen. Dit gebeurde in een periode waarin ook de effecten van COVID-19 op consumptie en aanbod merkbaar waren. Het consumentengedrag veranderde aanzienlijk tijdens de pandemie. Zo waren consumenten tijdelijk verplicht om enkel vis en zeevruchten thuis te consumeren. Daarnaast, konden sommige visserijen niet uitvaren en kwamen de prijzen van producten onder druk te staan. Sommige van deze trends zijn onafhankelijk van de MSC certificering, maar hebben desalniettemin een significante invloed gehad op de marktvolumes.

De recordverkoop in volume in 2023/23 is ook vertaald naar een recordomzet van de MSC gecertificeerde marktpartijen, met een totaal van 323.862.527 EUR. Deze stijging van 5,1% sinds 2022/23 volgt echter ook in een tijd met een bovengemiddelde inflatie in de Nederlandse markt. Deze gestegen omzet over de verkoop van MSC-gelabelde producten kan dus ook deels volgen uit een algemene stijging van de productprijzen.

De lichte daling in de MSC-gelabelde volumes in 2021/22 en daaropvolgende opleving kan worden toegeschreven aan de toegenomen kosten van levensonderhoud, maar bevestigt ook de Globescan (2024) resultaten. Het onderzoek liet namelijk zien dat duurzaamheid het zesde belangrijkste aankoopcriterium was voor vis en zeevruchten, uit een totaal van 19 criteria. Daarnaast toont hetzelfde onderzoek ook aan dat meer dan 48% van de consumenten aangeeft dat de aanwezigheid van een MSC-label op een product de aankoopintentie vergroot.

Het aantal producten met MSC-keurmerk ligt aanzienlijk hoger dan in 2014/15, toen er nog 703 producten waren. De afgelopen jaren is er echter wel een geleidelijke daling te zien, van 1.375 producten in 2019/20 naar 1.294 producten in 2022/23. De dalende trend in het aantal MSC-gelabelde producten is vooral toe te schrijven aan het feit dat partners zowel hun MSC gecertificeerde als non-MSC gecertificeerde productassortiment verkleinen.



Grafiek 1. Aantal en volume verkochte producten met een MSC keurmerk in de Nederlandse markt

Labeldekking per soort

Een evolutie die als eerste opvalt is de exponentiële groei van tonijnvolumes, waardoor het nu de meest geconsumeerde soort met een MSC-label is in Nederland. We zien deze groei al sinds 2020/21, in de hand geholpen door een groter aanbod en grotere vraag. Aan de vraagzijde hebben we de laatste vijf jaar belangrijke toezeggingen gezien van commerciële partners in Nederland, waardoor er in 2023/24 de grootste volumes tonijn met het MSC-label ooit in de Nederlandse markt werden verkocht: 12.439 ton. Over de evolutie van tonijn kunt u later meer lezen.

De indrukwekkende groei van tonijn heeft er dan ook in geresulteerd dat Alaska pollak van de troon is gestoten als de meest geconsumeerde soort met een MSC-label in Nederland, in 2022/23. De volumes hebben sinds het voorgaande jaar een kleine daling gezien en staan momenteel op 9.709,39. Toch blijft het een populaire soort op de Nederlandse markt, al is de resterende groeipotentie in de Retail relatief kleiner dan bij tonijn. Verder in het rapport is deze evolutie ook in meer detail beschreven.

De MSC-gelabelde haringvolumes fluctueerden de afgelopen jaren. Er is geen éénduidige verklaring voor deze fluctuatie. De inflatiecrisis en een verminderde interesse bij jonge consumenten heeft de groei waarschijnlijk wel in de weg gezeten. Ook de ontwikkelingen van de haringvolumes worden verderop nog meer besproken.

De categorie 'Gemengd' omvat producten waar verschillende MSC gecertificeerde soorten in terug te vinden zijn. Dit kan bijvoorbeeld in een zeevruchtenmix, maaltijdsalade, maar ook in diervoeding. De groei van deze categorie is te verklaren door een inspanning van commerciële partners om de niet-traditionele viscategorieën (zoals diepvries, vers, conserven) ook gecertificeerd duurzaam aan te bieden. Hierdoor zijn de volumes binnen deze categorie ook al jaren continu aan het stijgen, wat resulteerde in een record van 8.114 ton in 2023/24.

Het zalmvolume schommelt ook al een aantal jaren, maar steeg in 2023/24 wel met 16,9% in 2023/24 tot 4.275 ton. Wilde zalm met het MSC-label is vooral terug te vinden in de conserven categorie. In deze categorie zien we over het algemeen een vergroting van de aanwezigheid van het MSC-label.

De laatste vijf jaar zijn de volumes MSC-gelabelde mosselen op de Nederlandse markt relatief stabiel gebleven. Ook hier eet de jongere generatie minder mosselen. Desondanks kochten in 2023/24 de Nederlandse consumenten meer mosselen met het blauwe label dan ooit, namelijk 4.530 ton. Dit vertaalt zich ook in een stijging naar een record van 57 producten in 2022/23. Meer over deze evolutie kan u terugvinden in het hoofdstuk dat dieper ingaat op mosselen.

Voor kabeljauw liet 2019/20 een enorme uitschieter zien in de MSC gecertificeerde volumes. Dat jaar werd er namelijk 4.991 ton kabeljauw verkocht. De fluctuaties in de kabeljauwvolumes zijn voornamelijk toe te kennen aan grote jaarlijkse prijsverschillen. Met name de inflatie had een groot effect op de verkoop van kabeljauw, wat resulteerde in de laagste volumes ooit in 2022/23. Verder viel ook het MSC certificaat voor de Noorse kustvisserij van kabeljauw tijdelijk weg (1), wat resulteerde in een mindere aanvoer. In 2023/24 laten de MSC-gelabelde kabeljauwvolumes in Nederland nog weinig herstel zien.

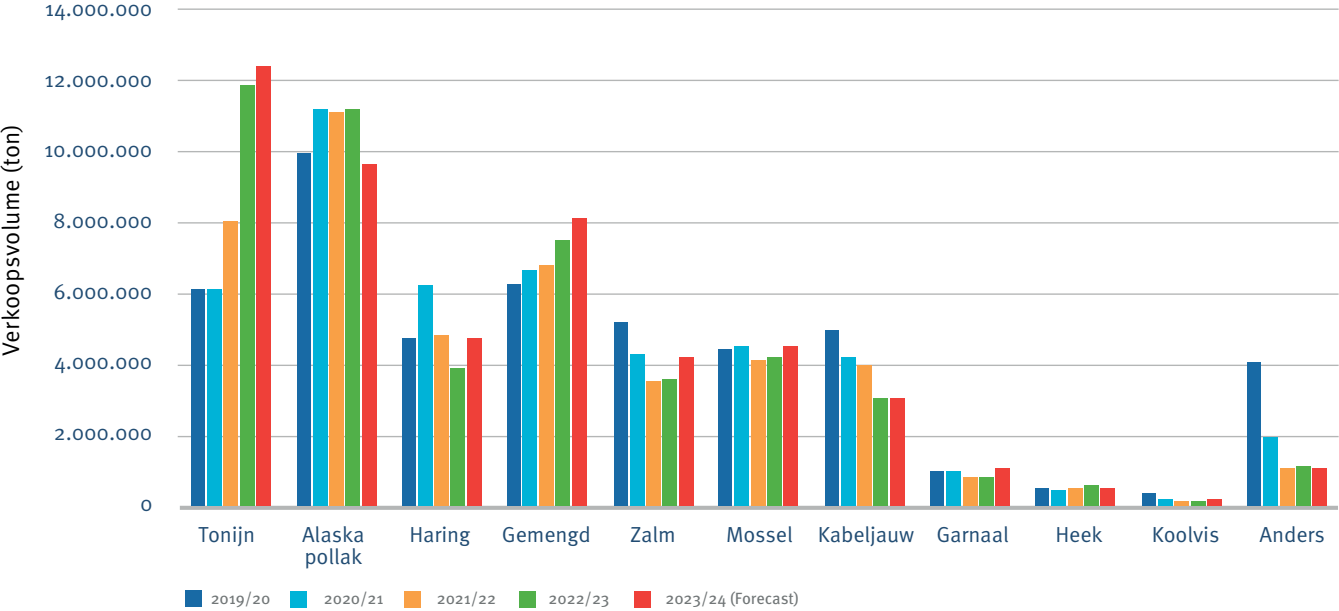
Het merendeel van de volumes MSC-gelabelde garnalen zijn grijze (Noordzee)garnalen, die de laatste jaren ook erg onderhevig waren aan prijsschommelingen. Door deze schommelingen daalde de afname met 11,7% tussen 2020/21 en 2021/22. De grote variaties in de garnalenstand beïnvloeden de prijzen. De aanvoer uit de vrieshuisvoorraad dempt dit nog enigszins. Toch was de aanvoer in 2023 historisch laag door een extreme lage garnalenstand. Ook de ingevroren voorraad was op. De aanvoer herstelde wel in het voorjaar van 2024 (2). Opvallend genoeg zijn er het boekjaar van MSC (1 april 2023 - 31 maart 2024) ook de meeste garnalen met MSC-label in de Nederlandse markt verkocht, met een totaal van 1.097 ton.

De verkoop van MSC gecertificeerde heek en (Zwarte) koolvis schommelt door de jaren heen. Ondanks dat koolvis in de Noordzee wordt gevangen, is deze witvissoort op de Nederlandse markt veel minder te vinden dan Alaska pollak (Alaska koolvis). Heek is vooral te vinden in de MSC-gelabelde lekkerbekjes. Koolvis zien we veel terug in MSC-gelabelde diervoeding.

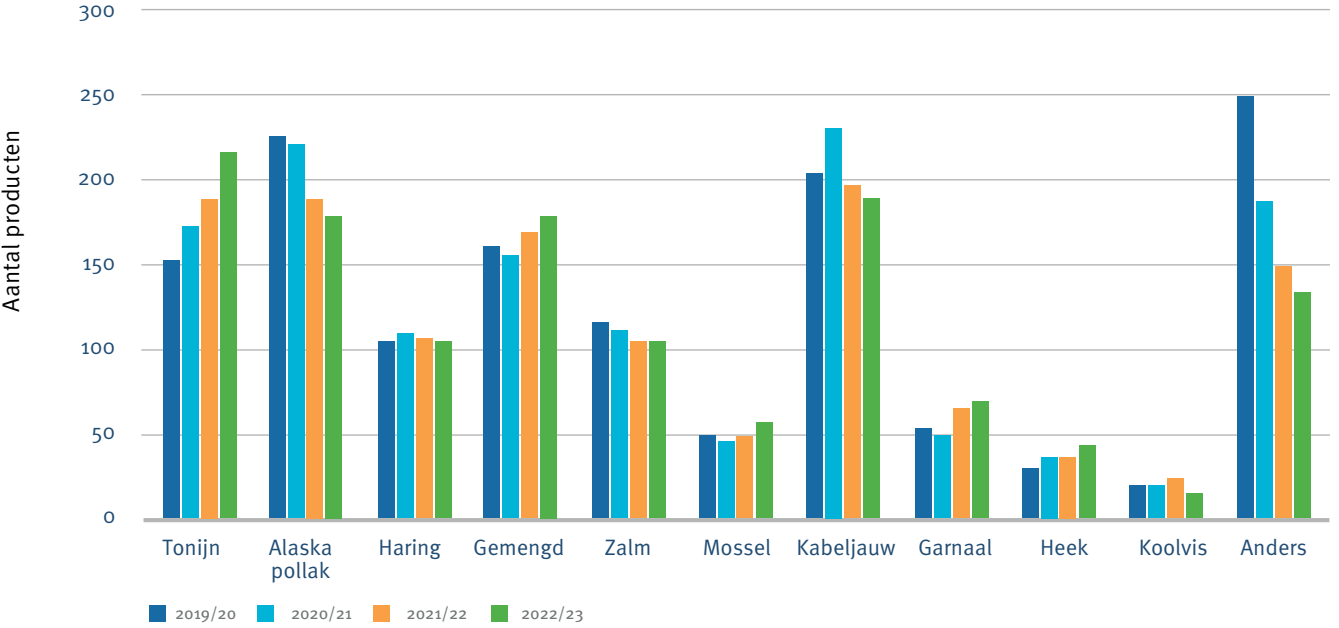
1) MSC. (2023, December 20). Skrei heeft weer MSC certificaat [Press release]. Netherlands - Dutch. <https://www.msc.org/nl/media-pers/nieuwsartikelen/skrei-heeft-weer-msc-certificaat>

2) MSC. (2024, June 24). Garnalenvisserij in gevaar [Press release]. Netherlands - Dutch. <https://www.msc.org/nl/media-pers/nieuwsartikelen/garnalenvisserij-in-gevaar>

In de categorie ‘Anders’, zagen we in 2022/23 ook nog 135 gecertificeerde producten terugkomen. Hoewel deze per soort in volume niet erg doorwegen, laat dit wel de grote variëteit aan gecertificeerde producten zien in de Nederlandse markt.



Grafiek 2. Volume verkochte producten met een MSC keurmerk per soort



Grafiek 3. Aantal producten met een MSC keurmerk per soort

Soort-specifieke case studies

Focus op Alaska pollak

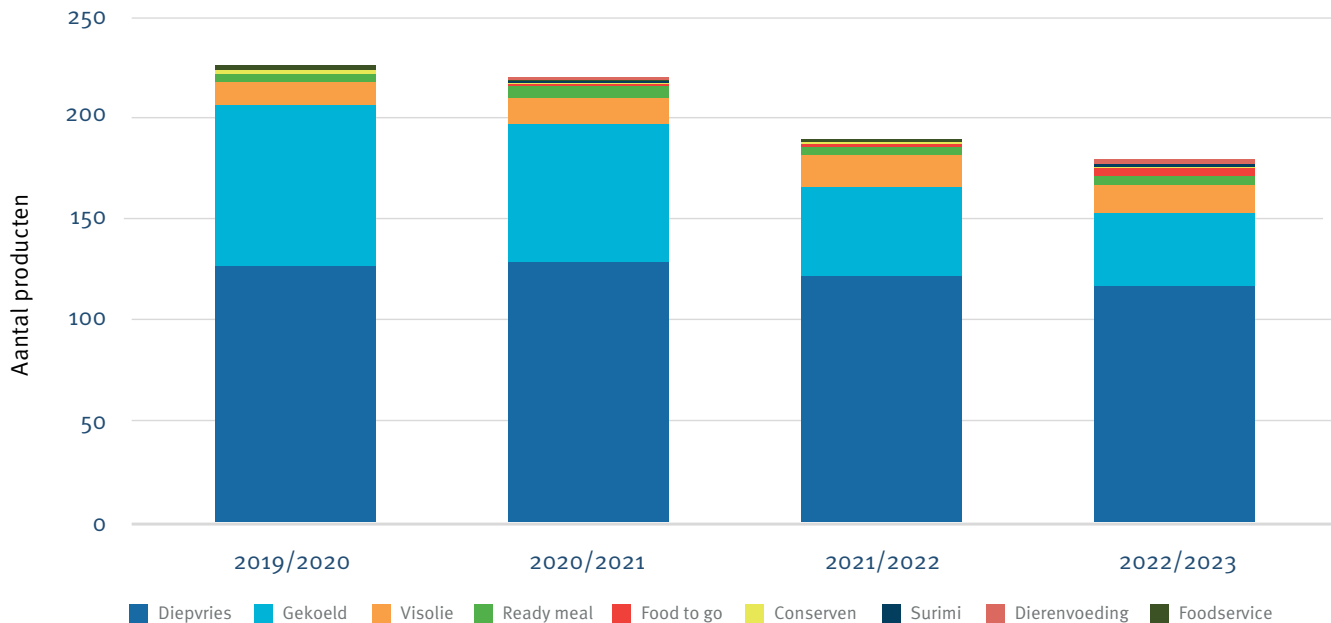
Alaska pollak is een populaire vissoort in de Nederlandse markt, als goedkoper alternatief voor kabeljauw en andere witvissen. Toch daalt het aantal MSC-gelabelde producten met deze soort al een aantal jaar gestaag van 226 producten in 2019/20 naar 179 producten in 2022/23. Ook de totale hoeveelheid aan MSC-gelabelde Alaska pollak volumes is gedaald met 12,2% tussen 2022/23 en 2023/24. Hoewel er geen volledige en eenduidige verklaring te geven is voor de daling in volume in de laatste jaren, heeft de Russisch-Oekraïense Oorlog vermoedelijk hier een directe impact gehad. Rusland is een grote bron van herkomst van Alaska pollak voor de Europese markt. Sinds de start van het conflict tussen Rusland en Oekraïne heerst er veel onzekerheid rondom de waarborging van de leveranciersketen. Dit zorgde ervoor dat commerciële partijen op zoek zijn gegaan naar alternatieven, wat waarschijnlijk een effect heeft gehad op de verkochte volumes in de markt.

Deze daling is dan ook vooral te vinden in de diepvriescategorie, welke ook bijna synoniem is met de Alaska pollak in de Retail. Hier is deze soort in verscheidene bereidingen te vinden, zoals in vissticks. In 2023/24 zijn dan ook 88,8% van de totale Alaska pollak volumes vertegenwoordigd binnen de diepvriescategorie.

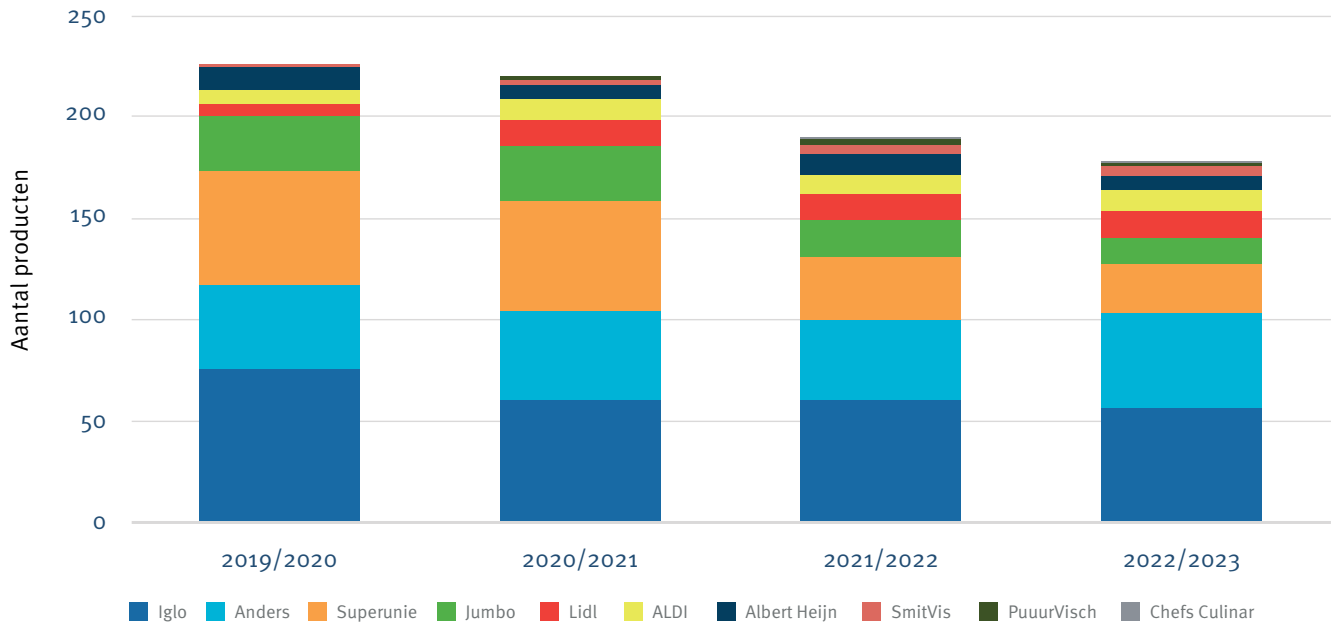
Ook zijn 7,7% van de MSC-gelabelde Alaska pollak volumes te vinden in de gekoelde Retail producten. Dit betreffen vooral kibbelingproducten. Niet geheel opvallend, eet de Nederlands visconsument echter vooral kibbeling bij viskraam en de visspeciaalzaak. Zo bleek uit een visconsumptie onderzoek dat GfK in 2022 voor MSC uitvoerde dat er in datzelfde jaar 20.300 ton aan kibbeling was geconsumeerd. Hiervan was 42% gekocht bij de viskraam, 24% bij de visspeciaalzaak en 9% bij de supermarkten. Al is het erg lastig om te achterhalen hoeveel van deze kibbeling Alaska pollak bevat, laat het wel zien dat de Nederlandse visdetaillisten flink achterblijven op de Retail als het aankomt op de MSC-gelabelde Alaska pollak volumes. Echter, een aanzienlijke toename van de verkochte MSC-gelabelde volumes in viswinkels wordt niet snel verwacht. Vaak worden hier het MSC certificeringsproces en licentiekosten voor het logo beschouwd als obstakels voor de communicatie over duurzaamheid. Des te indrukwekkender is de inzet van de huidige 11 MSC gecertificeerde Nederlandse visdetaillisten, die een belangrijke ambassadeursrol spelen in het MSC programma. Dit geldt ook voor de meest recente gecertificeerde detaillist, Vishandel Wennekes, die in deze rol ook het belang van duurzame MSC gecertificeerde visproducten promoot in de Nederlandse Achterhoek.



Iglo is veruit het grootste merk met Alaska pollak-volumes in de Nederlandse markt en verhoudingsgewijs nemen ze ook de meeste producten voor hun rekening. Ze worden gevolgd door private label merken zoals Vis Marine (die in meerdere supermarkten te vinden zijn die lid zijn van inkoopcoöperatie Superunie), Albert Heijn, ALDI, Jumbo en Lidl. Nagenoeg alle Alaska pollak in het diepvries assortiment bij deze partners heeft het MSC-label.



Grafiek 4. Aantal Alaska pollak producten met een MSC keurmerk per categorie



Grafiek 5. Aantal Alaska pollak producten met een MSC keurmerk per partner



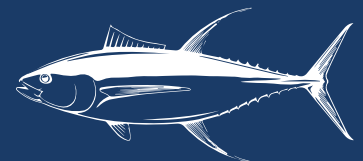
Focus op tonijn

Tonijn is een belangrijke drijfveer voor verdere groei van MSC gecertificeerde marktvolumes. Meer en meer tonijnvisserijen sluiten zich aan bij het programma. De meeste van de tonijnvolumes in de markt bestaan uit skipjack tonijn (97,2% in 2023/24). De resterende volumes zijn bijna gelijk verdeeld over witte tonijn en geelvintonijn.

Volgens marktonderzoek van GfK (2023) (1) voor de periode april 2022 - maart 2023 eten we vooral tonijn in blik (50,5%), als salade (33,2%) en op de pizza (15,1%). Binnen de categorie ingeblikt is tonijn ook de meest geconsumeerde soort (goed voor 50,2%). Haring, zalm, sardines en ansjovis maken de top vijf compleet. Voornamelijk A-merken zoals Princes, Statesman, John West, Deep Blue, Rio Mare en Fish Tales zijn de drijvende kracht achter de bliktonijnvolumes met een totaal marktaandeel van 68,2%. Deze volumes worden aangevuld met huismerken van retailers zoals Lidl, ALDI, Jumbo en inkoopcoöperatie Superunie.

Het grootste deel van de consumptie van MSC-gelabelde producten is in de productcategorieën ingeblikt (40,6%), gekoeld (30,0%), Food to Go (17,1%) en diepvriesproducten (6,5%), Ready Meal (6,5%) en diepvries (5,4%). In totaal kochten Nederlanders in 2023/24 12.439 ton tonijn met het MSC-keurmerk. Dit is het resultaat van voortdurende groei met een toename van ca. 102,79% ten opzichte van het niveau in 2020/2021. De marktpenetratie van tonijn met MSC-keurmerk in Nederland staat ook op een recordhoogte! Dit volgt ook uit de relatieve verhouding tussen de verkochte volumes MSC-gelabelde visconserven en de totale verkochte volumes visconserven in de Nederlandse markt. Zo steeg deze van 20,4% van de totale 5.000 ton verkochte visconserven in 2020/2021 naar 78% van 4.775 ton in 2023/24.

De Albert Heijn, Lidl en Princes voorzien de top drie meeste MSC gecertificeerde tonijnvolumes in de markt. Daarnaast zorgen de toezeggingen van merken zoals Fish Tales en Princes om 100% MSC gecertificeerde tonijn te gebruiken, ook voor meer MSC gecertificeerde volumes. Deze ontwikkeling wordt ook versterkt doordat Jumbo en inkoopcoöperatie Superunie alleen MSC gecertificeerde tonijn in blik verkopen met hun huismerk. ALDI en Lidl hebben ook een belangrijke stap gezet met 100% MSC gecertificeerde tonijn voor hun vaste (niet-promotioneel) assortiment. De wereldmarkt heeft nog nooit zo'n grote beschikbaarheid van MSC gecertificeerde tonijn gezien. Dat is dus geen belemmering meer om alle bliktonijn in Nederland uit een duurzame bron te krijgen.

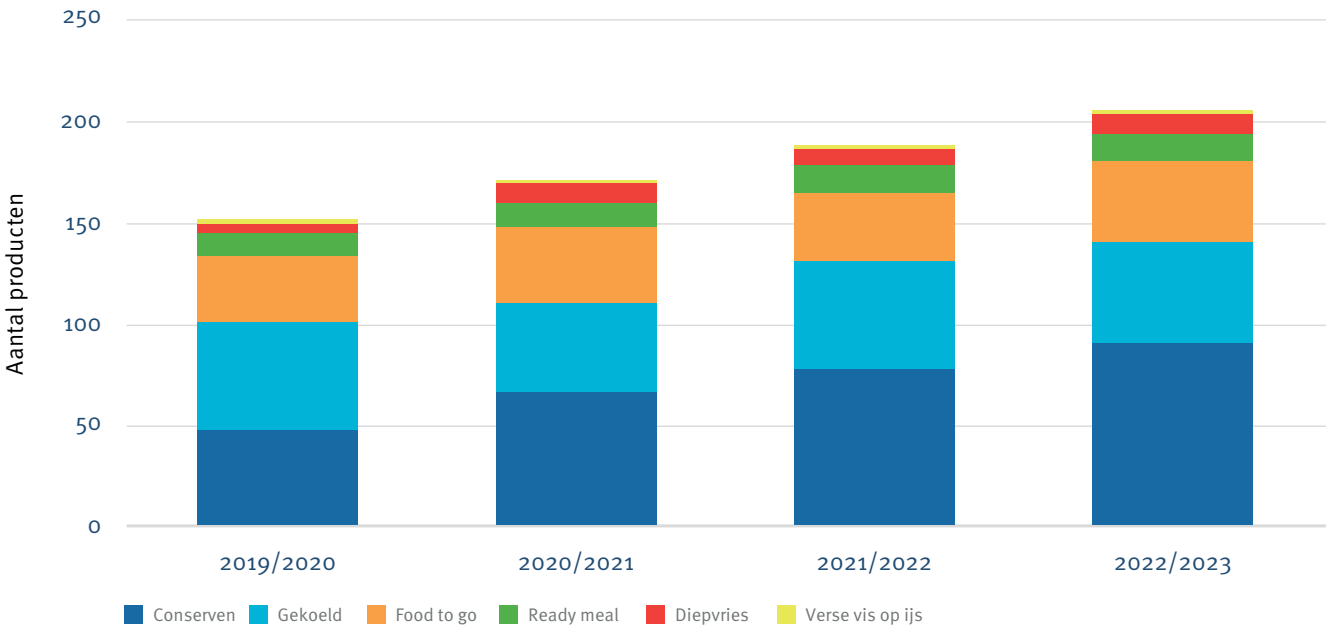


1) Drie punten vallen op bij het vergelijken van de MSC gegevens met de GfK-gegevens:

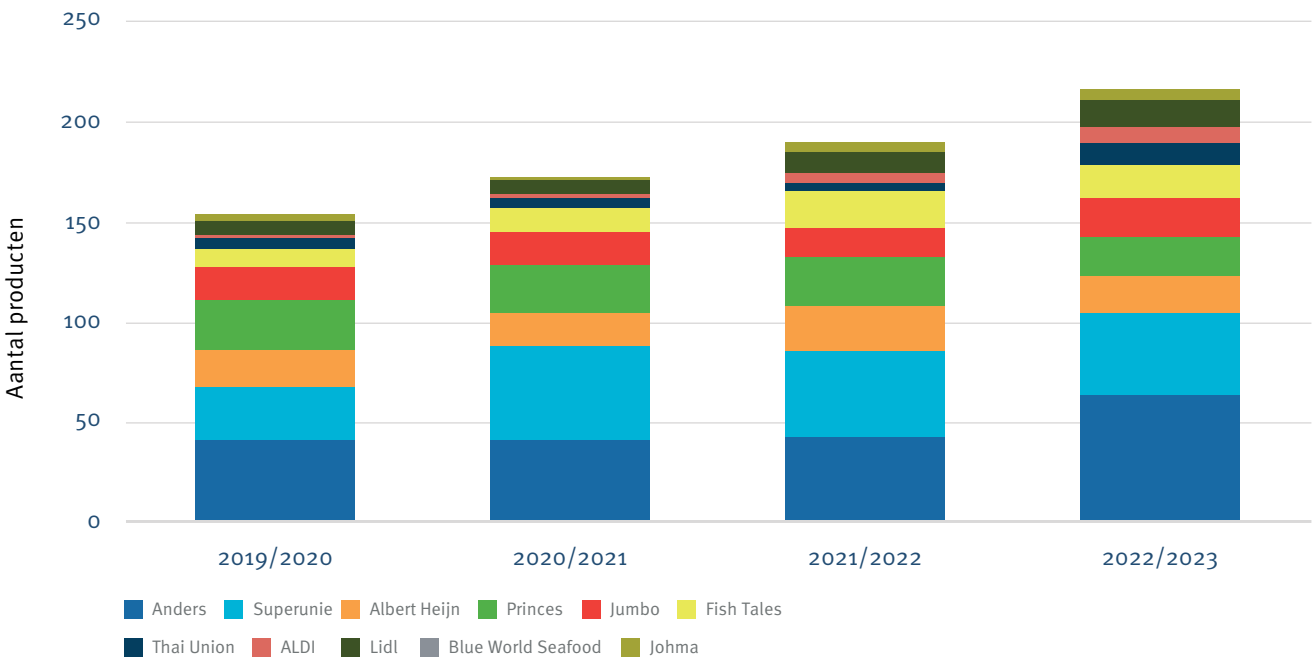
GfK-gegevens hebben betrekking op consumptie thuis, terwijl MSC gegevens zowel thuis- als buitenshuisconsumptie omvat, hoewel het merendeel thuis plaatsvindt.

GfK-gegevens zijn gebaseerd op verkochte volumes, terwijl MSC-gegevens gebaseerd zijn op opgegeven volumes (verkocht en voorraad).

GfK-gegevens hebben betrekking op FY22/23, terwijl de MSC-gegevens betrekking hebben op FY23/24.



Grafiek 6. Aantal tonijnproducten met een MSC keurmerk per categorie



Grafiek 7. Aantal tonijnproducten met een MSC keurmerk per partner

Tonijn, barometer van duurzaam beheer

Kan de consument nog met een gerust hart een blikje tonijn kopen? Tonijn geldt als de barometer van duurzaamheid voor alle vis. We visten in 2021 zeker 5 miljoen ton tonijn uit de oceanen, 10 procent minder dan in 2019. Tonijn is daarmee een van de belangrijkste consumptievissen. Wie de slag om de duurzaamheid van het beheer van de oceanen wil winnen, moet de tonijn op een duurzame manier in stand houden.

Volgens de laatste cijfers in het rapport van de FAO, bleek in 2020 nog maar 62 procent van de populaties van grote soorten consumptievis binnen de veilige biologische grenzen te zitten. In 1974 was dat nog 90 procent. De trend voor vis en dus ook tonijn is dus niet geruststellend.

Het beheer van de tonijn is wereldwijd in handen van de zogenaamde RFMOs, landenorganisaties waarin kuststaten en visserijstaten bijeenkomen. De beheerorganisatie die over de Atlantische Oceaan gaat, de ICCAT, kreeg twintig jaar geleden te maken met de blauwvintonijn in Europa die onder zijn neus werd weggevisht. Onder druk van een grote campagne van NGOs en wetenschappers legde de ICCAT in 2010 strakke vangstbeperkingen op. Het resultaat was een spectaculair herstel van de populatie in de tien jaar die volgde.

Wetenschappelijk gestuurd beheer van een tonijnpopulatie is in praktijk dus mogelijk. Nu worden de tonijnsoorten in onze blikjes voor het grootste deel gevangen in de Stille Oceaan en de Indische Oceaan. De MSC certificatie van duurzame tonijnvisserij in deze vangstregio's heeft sinds 2010 een spectaculaire groei doorgemaakt. De MSC-standaard vereist daarbij dat de betreffende tonijn goed wordt beheerd.

Nederland en België behoren tot de landen waar supermarkten het hoogste aandeel MSC gecertificeerde tonijn in de schappen heeft staan. Nederland is zelfs internationaal koploper: 78 procent van de ingeblikte tonijn had in 2023 het blauwe label. En België maakt een rappe inhaalslag door de certificatie in drie jaar tijd te laten stijgen van 34 naar 53 procent in 2023. Hoe dit zich in de toekomst verder zal ontwikkelen is moeilijk te voorspellen. Certificaties moeten vernieuwd worden, de MSC Standaard wordt op gezette tijden aangepast en de normen van de duurzaamheid veranderen. Maar het MSC-label bedient de consument in Nederland en België vooralsnog ruim met een tonijn die een stap richting duurzaam beheer heeft gemaakt.

Steven Adolf, tonijn expert en Senior Advisor on Sustainable Fisheries and Ocean Policies



Focus op haring

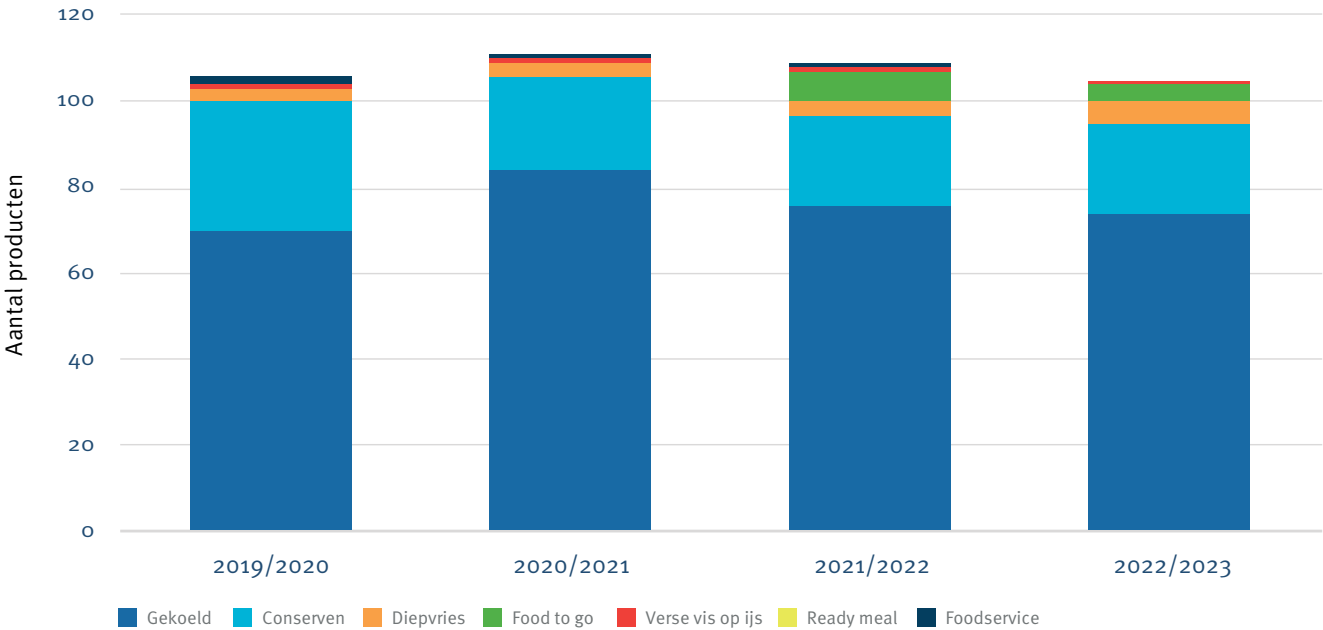
Het totale aantal producten varieerde licht van 2019/20 tot 2023/24, maar is over het algemeen relatief stabiel gebleven. Hetzelfde geldt zeker niet voor de MSC-gelabelde haringvolumes, die door de jaren heen redelijk veel fluctuatie laten zien. Zo stond de totale hoeveelheid van deze volumes in 2020/21 nog op een indrukwekkende 6.203 ton, waarna ze geleidelijk daalde naar een 3.903 ton in 2022/23. Momenteel zijn deze volumes weer terug op een soortelijk niveau als in 2019/2020, met 4.778 ton in 2023/24 – 22,4% meer dan het voorgaande jaar.

Verreweg de meeste MSC-gelabelde haringvolumes (75,2%) zijn te vinden in de gekoelde viscategorie van de Nederlandse supermarkten. Dit wordt gevolgd door de haringconserven met 22,9% van de totale MSC-gelabelde haringvolumes. Toch zijn er dus in beide categorieën wel aanzienlijk minder MSC-gelabelde volumes te vinden dan in 2020/21. Met het oog op de Globescan (2024) onderzoeksresultaten en het feit dat de Nederlandse supermarkten vrijwel enkel MSC-gelabelde haringproducten verkopen, is het niet aannemelijk dat er sprake is van een verminderde interesse in het MSC keurmerk. De schorsing van het MSC certificaat van Atlantisch-Scandinavische haring heeft geen effect gehad, aangezien de MSC gecertificeerde haring in de Nederlandse schappen uit de Noordzee komt. De verklaring is waarschijnlijk eerder te vinden in de huidige inflatiecrisis en een algemene vermindering van interesse bij consumenten in de aankoop van haring. Dit volgt ook uit gesprekken met de MSC gecertificeerde marktpartijen, die aangeven dat de jongere generaties steeds minder haring eten. Dit is zorgwekkend, omdat haring en andere kleine pelagische vissoorten en schelpdieren met hun hoge voedingswaarde en lage klimaatimpact perfect de Blue Foods principes vertegenwoordigen en een belangrijke rol kunnen spelen in de eiwittransitie.

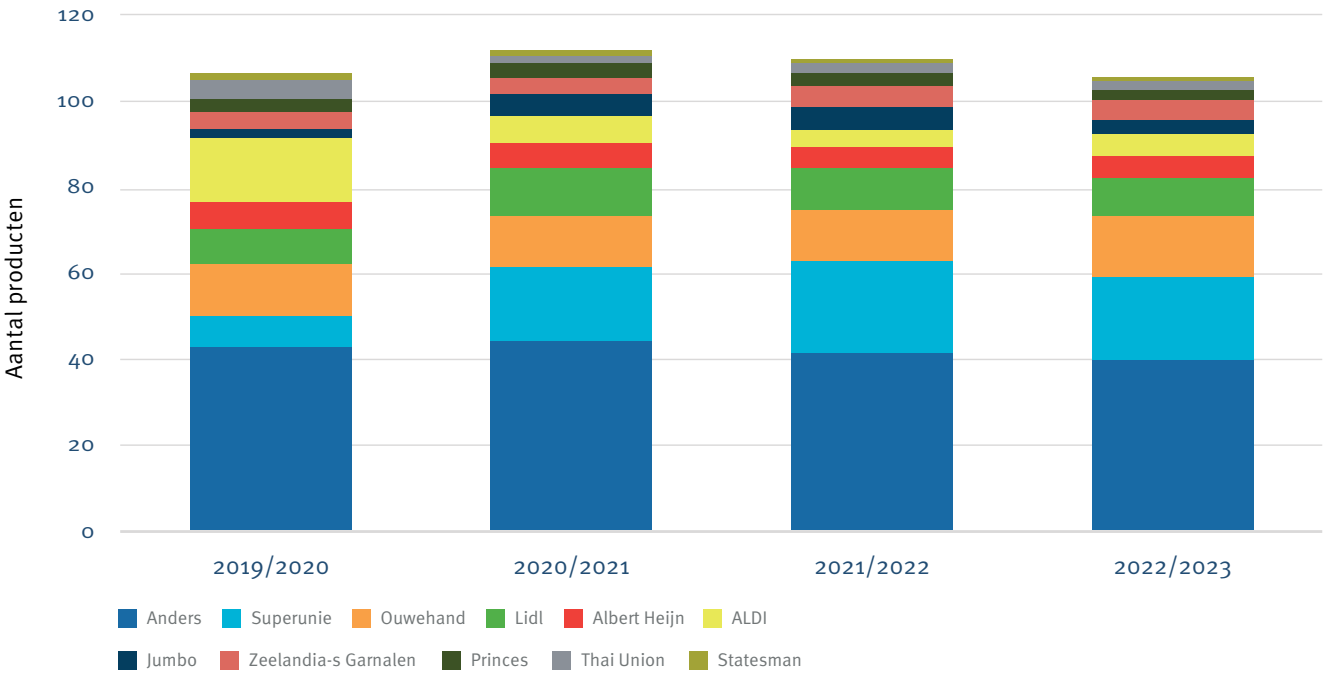
De meeste MSC-gelabelde haringvolumes zijn te vinden onder het Golden Seafood huismerk van de ALDI. Toch is er bij ALDI wel een flinke daling te zien in de laatste paar jaren. De meeste van deze huismerkproducten produceert Ouwehand Visverwerking, die ook met hun eigen producten, zoals de 'Ouwehand Sea You rolmops', 'Ouwehand Sea You zure haring' en 'Ouwehand Sea You braadharing', een belangrijk aandeel van de totale MSC-gelabelde haringvolumes voorzien. Kijkend naar de totaalvolumes, lijken alle retailers de laatste paar jaren de verminderde consumenteninteresse in haring te merken. Toch laten Superunie en Lidl een interessant herstel zien in deze algemene dalende haringvolumes. Superunie steeg tussen 2022/23 en 2023/24 met 63,4%, terwijl Lidl in dezelfde periode een stijging van 119,4% zag. Hierdoor is Lidl in één keer doorgegroeid naar de tweede plek van marktpartners met de meeste MSC-gelabelde haringvolumes.

Volgens GfK verkochten de Nederlandse supermarkten 32% van alle haring in 2022. De visdetaillisten namen 54% voor hun rekening. De expertise van visdetaillisten en de passie voor de kwaliteit van hun producten zouden consumenten nog meer kunnen helpen de unieke gezondheids- en duurzaamheidsvoordelen van haring te begrijpen. Viswinkels hebben echter dezelfde eerder besproken uitdaging: het MSC-certificeringsproces is in deze sector relatief wat complexer, wat de groei van MSC-gelabelde haringvolumes beperkt.





Grafiek 8. Aantal haringproducten met een MSC keurmerk per categorie



Grafiek 9. Aantal haringproducten met een MSC keurmerk per categorie

Focus op mosselen

De MSC-gelabelde mosselvolumes zijn de laatste jaren redelijk stabiel gebleven rond het niveau in 2023/24 van 4.530 ton. Kijkend naar het visconsumptie onderzoek dat GfK voor MSC uitvoerde, was er in 2022 ongeveer 15.400 ton mosselen op de Nederlandse markt. De supermarktvolumes waren MSC gecertificeerd. Meer dan 99% van de MSC-gelabelde mosselvolumes waren in 2023/24 in de markt te vinden als gekoelde mosselen en de rest als conserven. Zo produceren Roem van Yerseke en Prins en Dingemanse bijvoorbeeld MSC-gelabelde gerookte mosselen in azijn. Alle mosselen met MSC-label worden in Nederland gekocht voor thuisconsumptie. De supermarkten spelen daarom een belangrijke rol in de informatievoorziening over de duurzaamheid en gezondheid van mosselen.

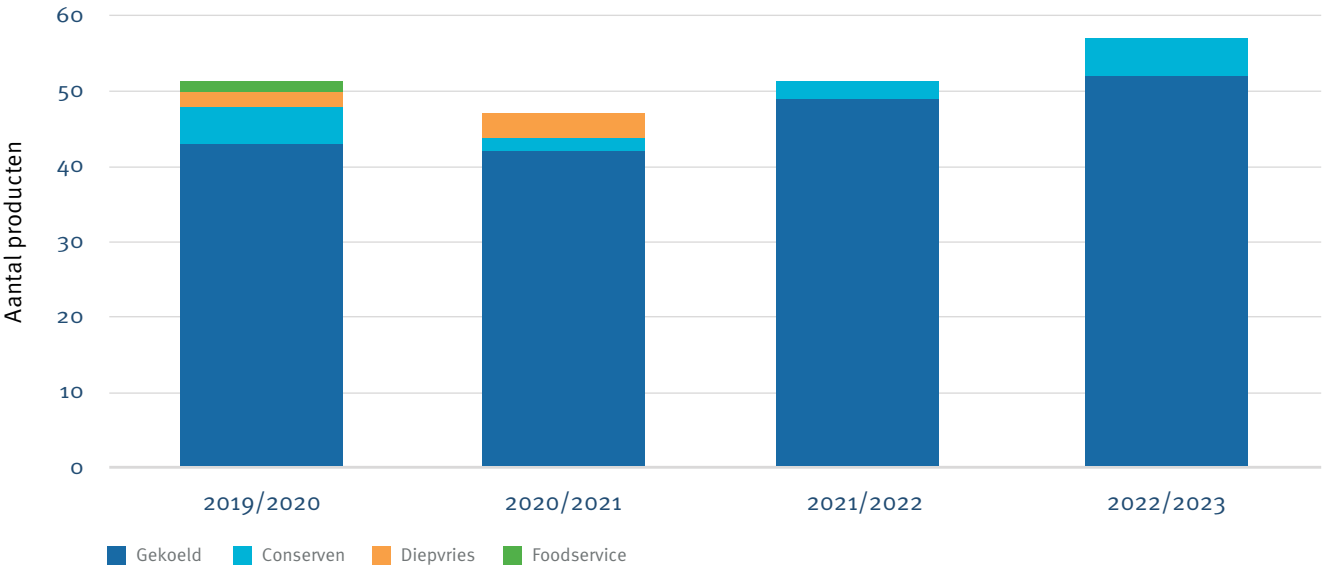
Mosselkweek bevordert ook de waterkwaliteit, vanwege de filterende biologische eigenschappen. Tevens is het bewezen dat mosselgemeenschappen de biodiversiteit in de ecosystemen vergroten. Verder is de CO₂e uitstoot voor mosselproductie relatief laag in vergelijking met andere dierlijke eiwitten. Deze gezondheidsvoordelen, gepaard met het duurzame karakter, maken de mossel ook een mooi voorbeeld van een Blue Food en een product dat partners met trots kunnen promoten.

Albert Heijn en Jumbo zijn de grootste mosselverkopers, met respectievelijk 39,1% en 26,2% van de totale MSC-gelabelde mosselvolumes. Vooral door een indrukwekkende groei van de mosselvolumes van de Jumbo van 45,2% tussen 2022/23 en 2023/24, zijn de totale volumes stabiel gebleven.

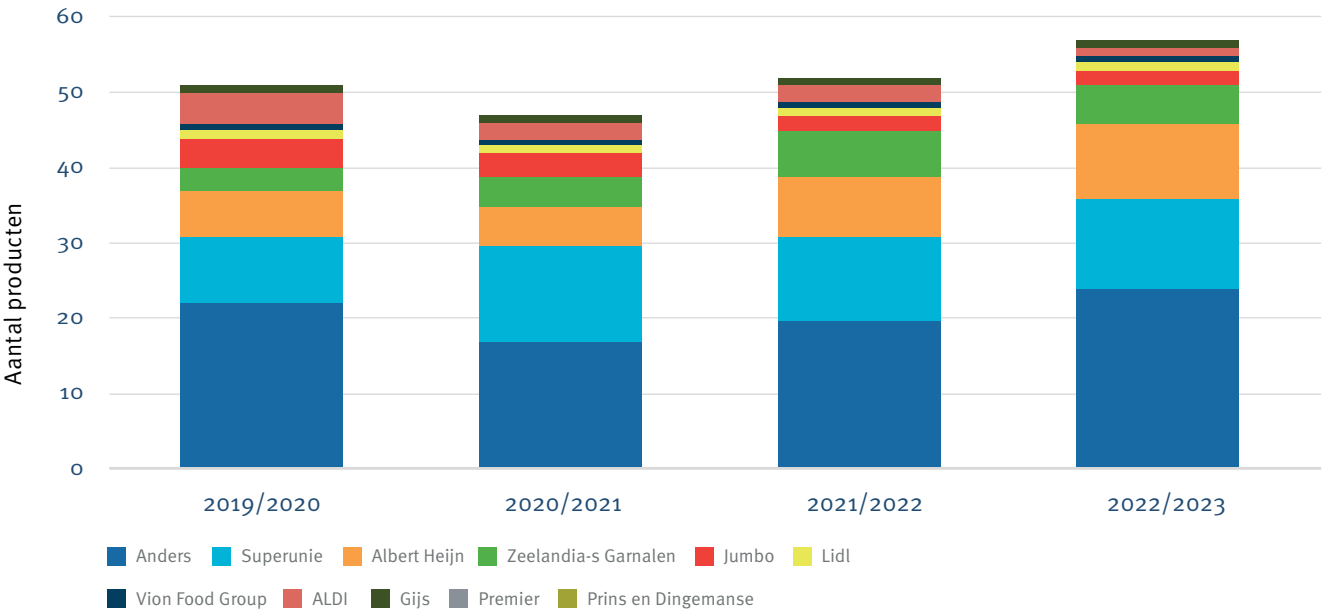
“De Nederlandse mosselvisserij is sinds 2011 MSC gecertificeerd en heeft sindsdien drie succesvolle hercertificeringen achter de rug. Kweek van mosselen is natuurlijk, ze filteren alg en plankton, er wordt niet bijgevoerd. Ze kennen daarmee een zeer lage footprint. De kweek in bodemriffen en in beschutte hangcultuur levert een grote bijdrage aan de biodiversiteit in de kustwateren. Tegelijk kan het opvissen van te veel mosselzaad de beschermde Eidereend in gevaar brengen. De MSC certificering garandeert dat er voldoende voer wordt gereserveerd voor de Eidereend. De bijdrage aan klimaat en biodiversiteit is de reden waarom de visserij twee keer is erkend als de belangrijkste visserij voor België, tijdens de jaarlijkse MSC BE Awards voor duurzame vis. De Nederlandse mosselsector biedt nog steeds veel groeimogelijkheden, zo constateert de EU-commissie. Zij spelen dan ook een belangrijke rol in de EU Green Deal. Mosselen bieden ook een noodzakelijke aanvulling op de gezondheid, omdat Europeanen gemiddeld een tekort aan omega-3-vetzuren in hun dieet hebben, waardoor ze een belangrijk onderdeel zijn van de Blue Foods-strategie.”

Wouter van Zandbrink – Voorzitter Vereniging van Schelpdierhandelaren





Grafiek 10. Aantal mosselproducten met een MSC keurmerk per categorie



Grafiek 11. Aantal mosselproducten met een MSC keurmerk per partner

Labeldekking per productcategorie

De meeste van de MSC gecertificeerde volumes zijn aanwezig in de vorm van gekoelde producten in de Nederlandse supermarkten. Zowel de producthoeveelheden als de volumes vertoonden echter een consistente daling tussen 2019/20 en 2022/23, van 690 producten met 19.241 ton in 2019/20 tot een 567 producten met een 15.494 ton in 2022/23. Toch lieten de volumes van de gekoelde producten met het MSC-label wel een mooi herstel zien naar 17.061 ton in 2023/24. Verder in het rapport worden deze ontwikkelingen verder toegelicht.

Het volume in de diepvriescategorie schommelt, met een daling van 8.3% tot 11.854 ton, een absoluut laagtepunt in de laatste vijf jaar. Een groot deel van deze daling is te verklaren met de dalende consumptie van Alaska pollak en wordt later in het rapport nog verder uitgelegd.

Het volume van conserven vertoont een constante groei en bereikt in 2023/24 een piek van 6.908 ton. Deze stijging wijst op een toenemende consumentenvraag naar vis-, schaal- en schelpdierproducten in blik. Deze stijging is ook te danken aan de grote inspanningen van commerciële partijen om meer producten met het MSC-label aan te bieden binnen deze categorie. Zo was er ook een recordhoeveelheid van 185 MSC-gelabelde producten in blik te vinden in 2022/23. De ontwikkelingen binnen deze categorie worden verder in het rapport nog meer toegelicht.

De productcategorie Food to Go voorziet nog altijd een belangrijke rol in de totale MSC-gelabelde Nederlandse marktvolumes. Dit weerspiegelt de waarde die de consument hecht aan kant-en-klare producten (voorverpakte sandwiches, salades, pasta's, sushi, etc.), die tegemoetkomen aan drukke levensstijlen en op gemak gerichte consumentenvoorkeuren. Albert Heijn voorziet van alle Nederlandse retailers verreweg de meeste MSC-gelabelde volumes binnen deze categorie, gevolgd door Jumbo, inkoopcoöperatie Superunie en Lidl.

Dierenvoeding heeft een opmerkelijke stijging van 67,1% meegemaakt tussen 2022/23 en 2023/24, tot 6.611 ton. Door deze groei heeft de dierenvoeding de Food to Go producten van de derde plek gestoten in de rangorde van productcategorieën met de meeste MSC-gelabelde volumes. Deze groei weerspiegelt een groeiende trend van huishouders die duurzame en voedzame opties voor hun huisdieren zoeken, waaronder dierenvoedingsproducten met duurzaam gevangen vis. Jumbo verkocht in 2023/24 de meeste MSC-gelabelde dierenvoeding, gevolgd door inkoopcoöperatie Superunie, Albert Heijn en ALDI.

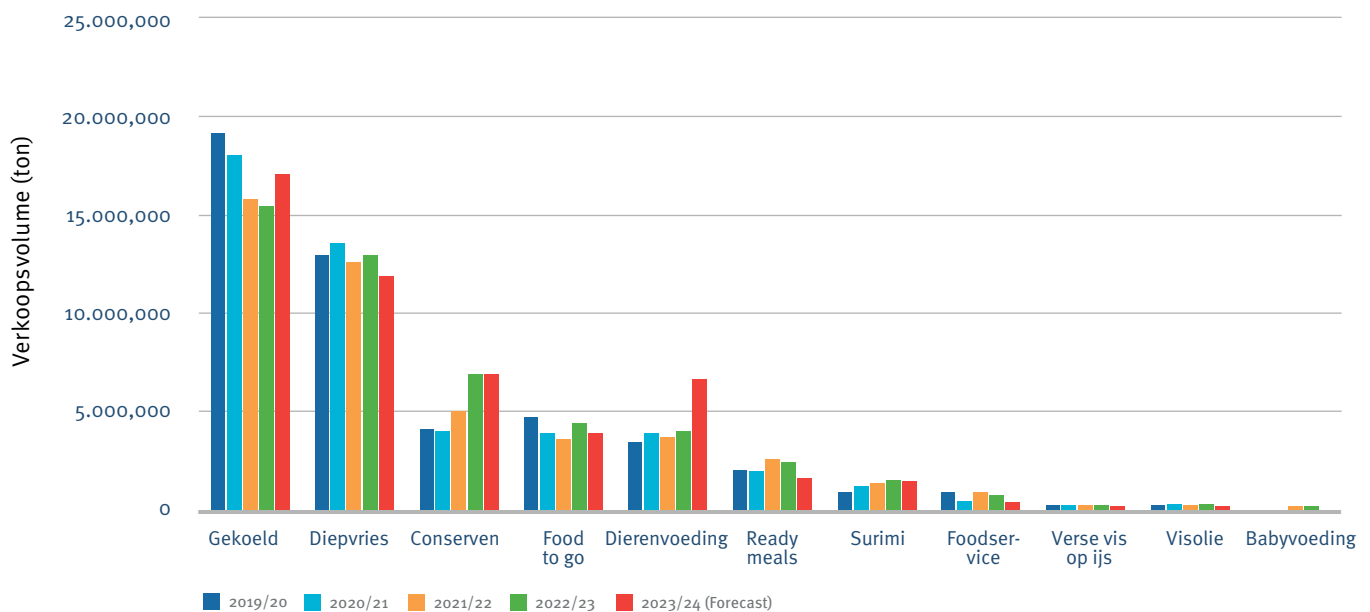
De categorie Ready Meal (diepvriespizzas, magnetronmaaltijden, enz.) toonde in de periode tussen 2019/20 en 2021/2022 een opmerkelijke stijging van 24,9%. Het is aannemelijk dat deze stijging volgde uit een groeiende vraag naar kant-en-klare maaltijden en algemene groei in thuisconsumptie tijdens de coronapandemie. Dit zou ook deels de daling van 32,1% tussen 2022/23 en 2023/24 kunnen verklaren, als gevolg van de hernieuwde vrijheid die de Nederlanders weer hadden om uit te gaan eten.

Surimi, ook bekend als imitatiekrab, bestaat vooral uit een mengsel dat gepureerde kabeljauw, koolvis of blauwe wijting bevat. De MSC-gelabelde volumes surimi schommelen door de jaren heen, maar blijven relatief stabiel met 1.492 ton in 2023/24. De veelzijdigheid van surimi en het gebruik ervan in verschillende visgerechten dragen bij aan de constante vraag, ondanks de volumeschommelingen.

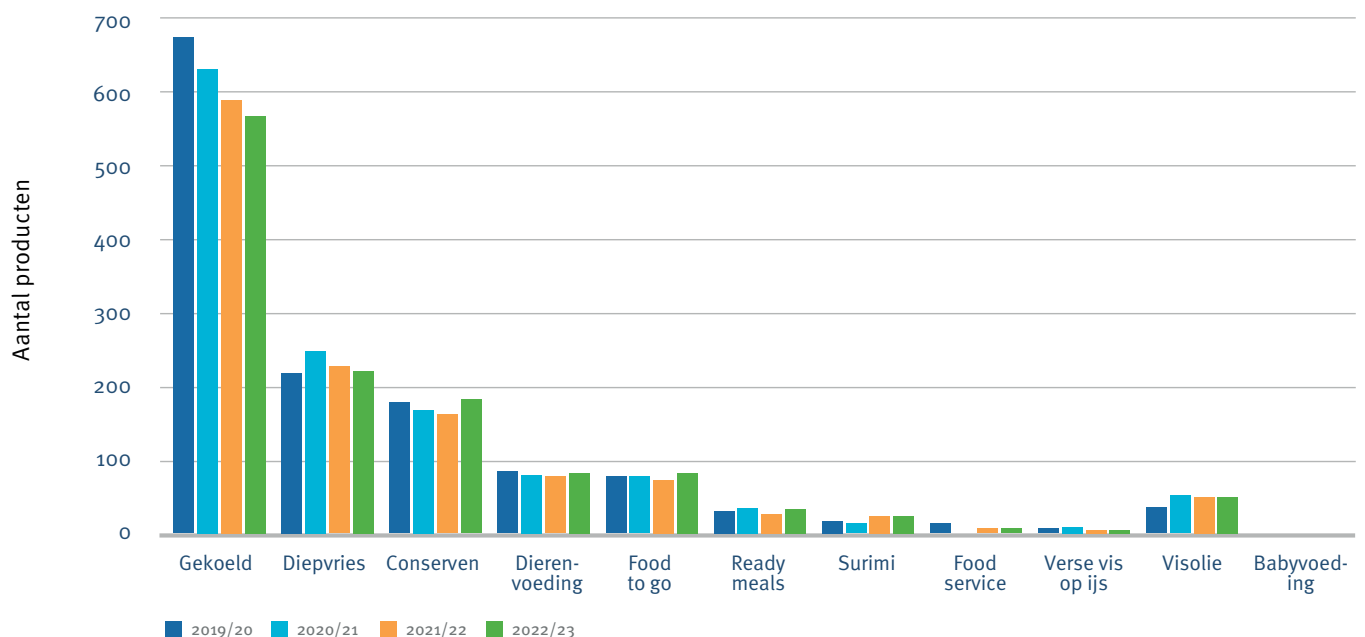


Foodservice blijft een categorie waar het MSC-label minimaal in terug is te vinden. Desalniettemin blijven de marktpartijen met een groot marktaandeel binnen de Nederlandse foodservice wel betrokken partners. Zo bieden McDonald's, IKEA, cateraar Sodexo en KLM het gehele jaar MSC gecertificeerde vis en zeevruchten aan. Ook zijn er nog altijd 11 visdetaillisten die het belangrijk vinden om de duurzaamheid van hun producten te kunnen bewijzen en promoten met het MSC-label. Deze partners mogen met trots vieren dat ze op kop lopen binnen de foodservice en het ecologisch verantwoorde voorbeeld voor alle andere foodserviceketens, cateraars en individuele restaurants bieden.

Er zijn ook nog pioniers in categorieën waar relatief weinig MSC-gelabelde volumes te vinden zijn, maar waar sinds een aantal jaar meer groei te zien is. Zo waren er in 2022/23 52 MSC-gelabelde visolieproducten in de Nederlandse markt te vinden van merken zoals Green Pasture, Arctic Blue, Bonusan, OmegaFlow en Etos. Daarnaast levert Sligro als enige marktpartij verse vis op ijs in vitrine. Ook zien we de introductie van de eerste MSC-gelabelde babyvoeding producten door merken zoals Bon Bebe.



Grafiek 12. Volume verkochte producten met een MSC keurmerk per categorie



Grafiek 13. Aantal producten met een MSC keurmerk per categorie

Specifieke productcategorie case studies

Focus op gekoeld

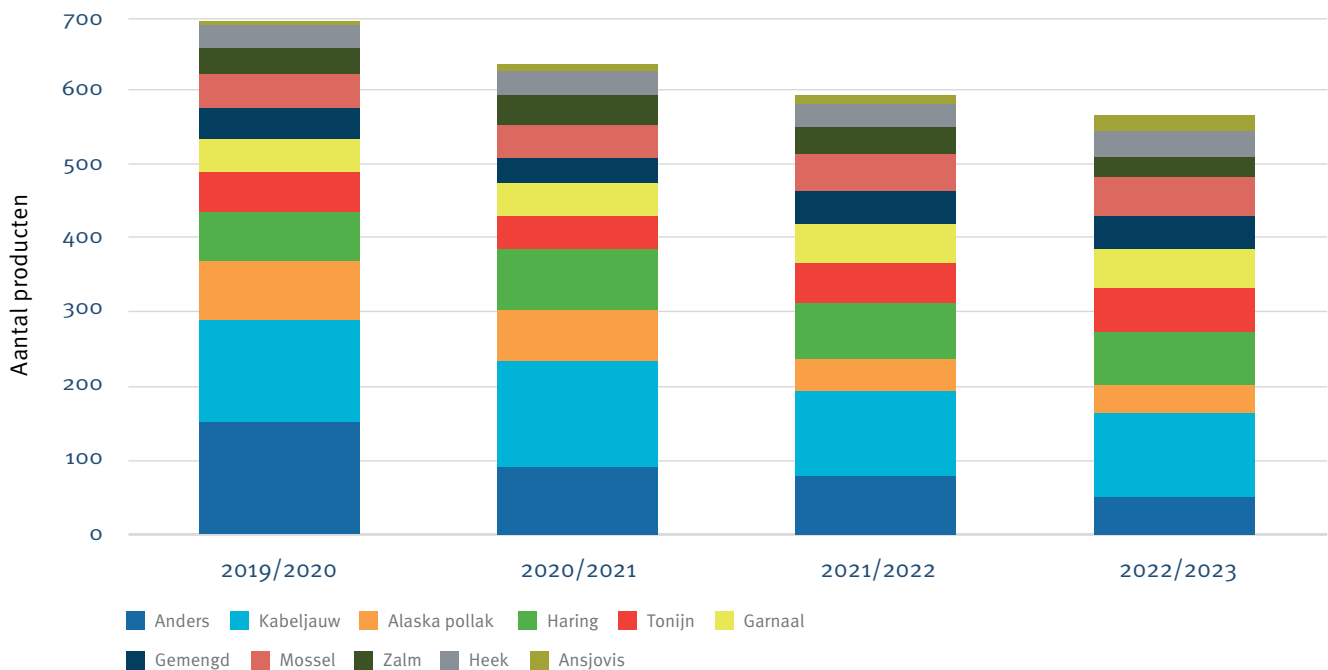
De categorie gekoelde vis bevat zowel onbewerkte producten, zoals verse vis in verpakking, als bewerkte producten, zoals smeersalades of gepaneerde visfilets. Het is belangrijk om dit onderscheid voor te houden wanneer we de trends binnen de categorie bespreken. Zowel de producthoeveelheden als volumes daalden dus tussen 2019/20 en 2022/23, met herstellende MSC-gelabelde volumes van gekoelde producten in 2023/24.

De jarenlange dalende trend in MSC-gelabelde producthoeveelheid en volumes is vooral te verklaren door een verminderde vraag naar onbewerkte gekoelde vis. Opvallend is dat de onbewerkte gekoelde producten lang hogere MSC-gelabelde volumes hadden dan de bewerkte gekoelde producten, totdat de bewerkte volumes in 2019/20 de overhand namen. Dit is mogelijk te verklaren door het duurdere karakter van de onbewerkte producten in de huidige inflatiecrisis en een verminderde vraag naar verse vis.

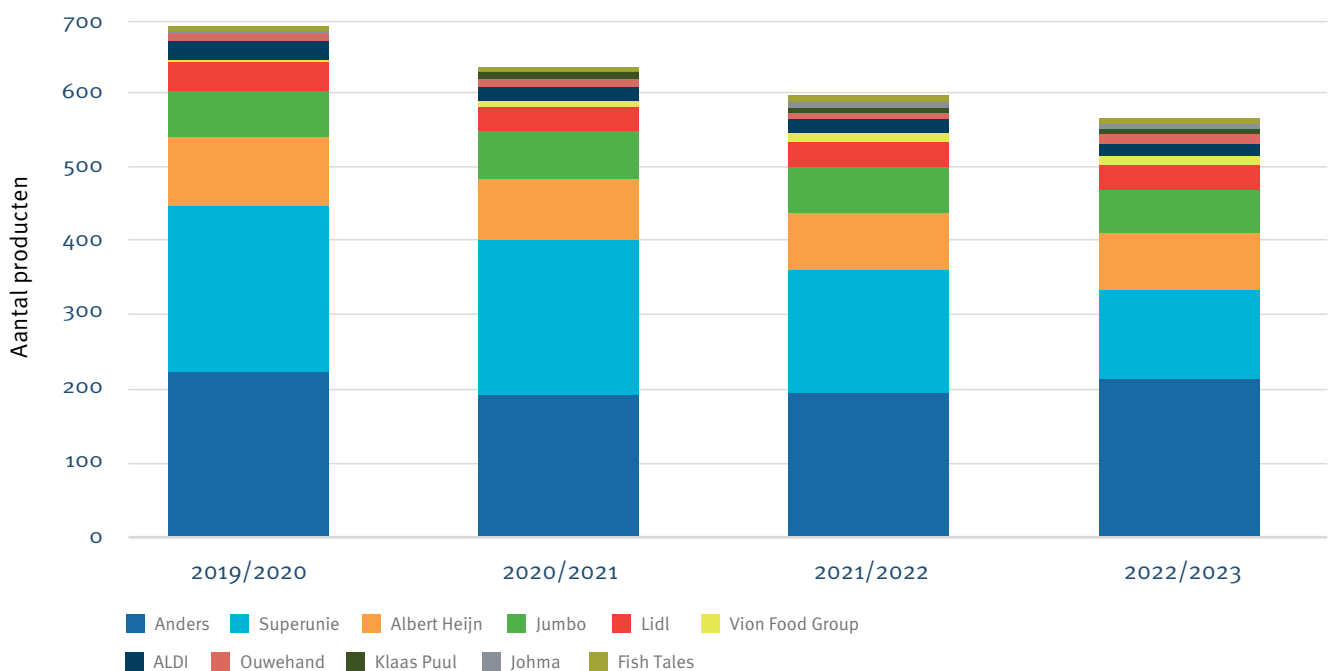


Veruit de meest populaire MSC-gelabelde soort in het gekoelde assortiment zijn mosselen. Dit wordt gevolgd door tonijn (meestal verwerkt in smeersalades, e.d.), waar een groei van 26% is gerealiseerd tussen 2022/23 en 2023/24. Daarna volgen haring (het meeste geconsumeerd in gekoelde potten), kabeljauw, Alaska pollak, garnalen, heek, zalm en ansjovis.

Voor het meest uitgebreide aanbod aan verse vis, namelijk 76 producten in 2022/23, kon je het beste bij Albert Heijn terecht. Hier zijn ook proportioneel verreweg de meeste MSC-gelabelde volumes verkocht binnen deze categorie, namelijk 34% van het totaal in 2023/24. Jumbo, inkoopcoöperatie Superunie, Lidl en ALDI volgen in de top vijf op basis van volume.



Grafiek 14. Aantal gekoelde producten met een MSC keurmerk per soort



Grafiek 15. Aantal gekoelde producten met een MSC keurmerk per partner



Focus op diepvries

Het MSC-gelabelde volume in de diepvriescategorie van de Nederlandse supermarkten schommelt in de laatste vijf jaar. Sinds het recordniveau van 13.567 ton in 2020/21 zijn deze gedaald naar een absoluut laagtepunt van 11.854 ton in 2023/24.

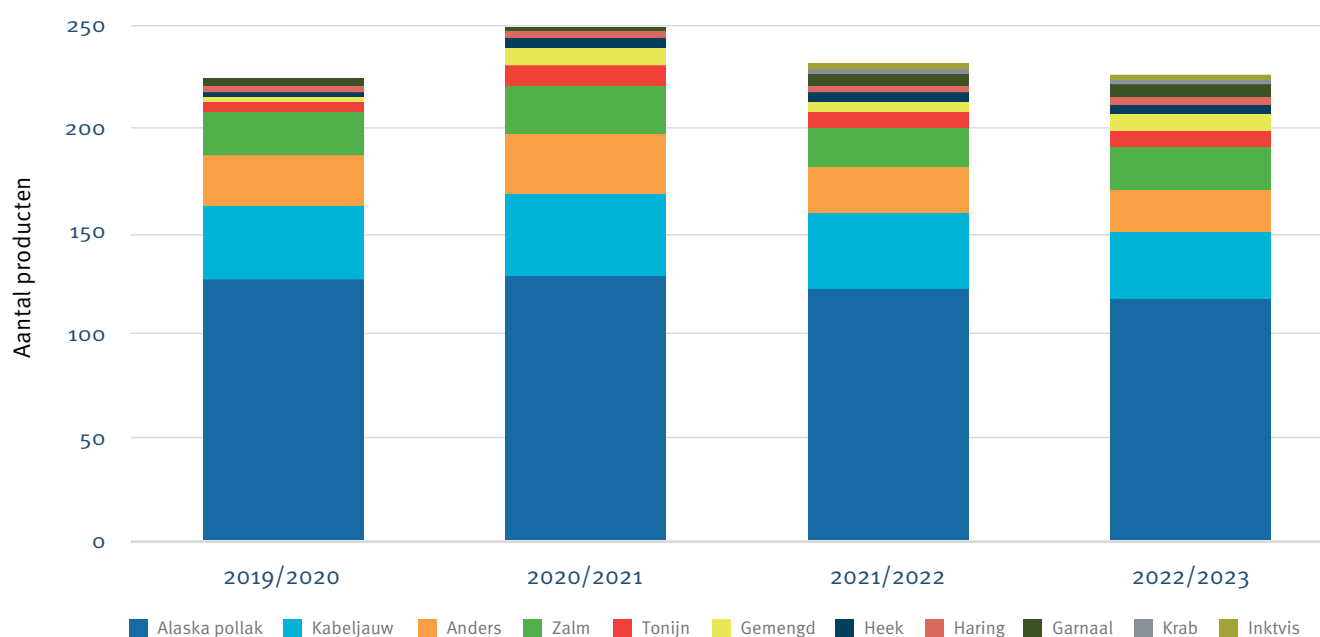
Deze daling is voornamelijk door toedoen van de daling in Alaska pollak, wat bij uitstek de meest populaire soort is binnen deze categorie. Sinds 2021/22 wordt er 1.399 ton minder van deze soort met het MSC-label geconsumeerd in Nederland; een totaal van 8.677 ton in 2023/24. Aangezien Alaska pollak bijna exclusief met het MSC-label aangeboden wordt, duidt deze daling op een algemeen dalende trend van de consumptie, niet een vermindering van het MSC-label in de markt. Dit wordt ook duidelijk wanneer we kijken naar de aanwezigheid van het MSC-label in de diepvriescategorie. Deze is vrij stabiel gebleven, zo waren er 224 producten in 2019/20 met het label te vinden en in 2022/23 waren dit er 226.

Naast Alaska pollak is ook kabeljauw een populaire soort binnen de diepvriescategorie. Net als pollak kende deze soort ook een dalende trend in de laatste jaren. Waar er in 2019/20 nog 1.403 ton diepvries kabeljauw werd geconsumeerd, was dat slechts 1.065 ton in 2023/24. Echter, in tegenstelling tot de relatief goedkopere pollak, waar er verschillende uitdagingen zijn in de aanvoer vanuit Rusland door het langdurige conflict met Oekraïne, is de daling aan kabeljauw waarschijnlijk meer te wijten aan de prijsinflatiecrisis die we de laatste jaren hebben gekend.

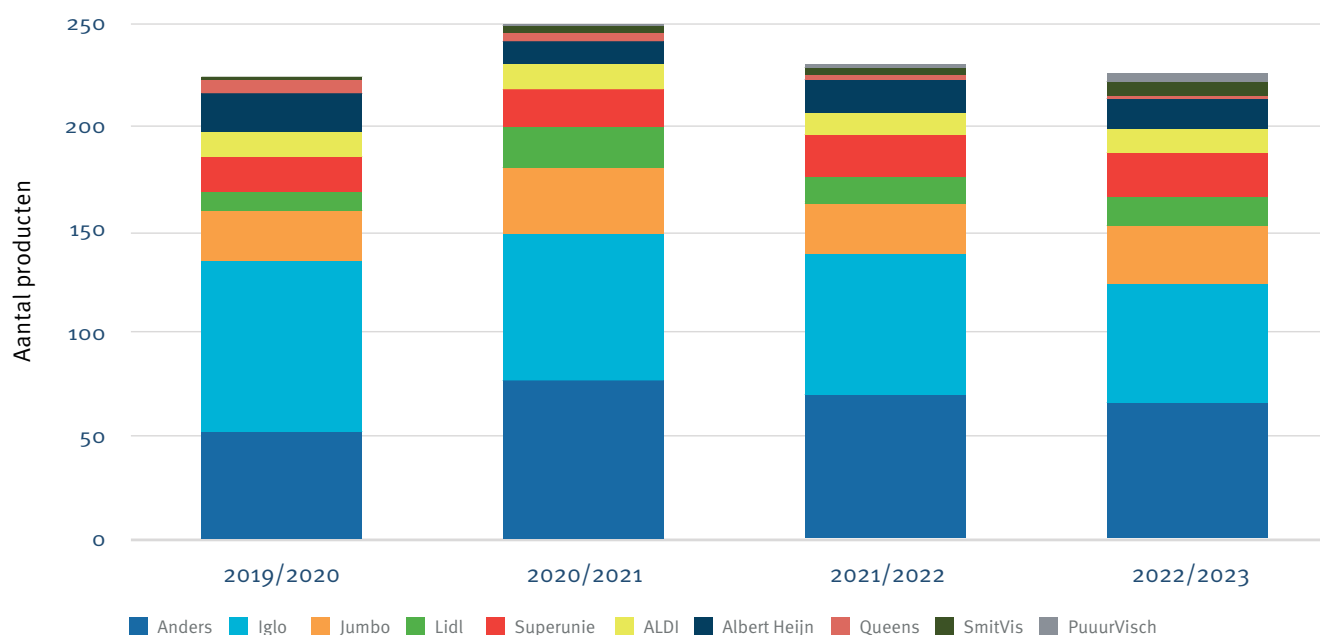


Andere populaire soorten binnen deze categorie in 2023/24 zijn tonijn (899 ton), zalm (875 ton), inktvis (97 ton) en heek (81 ton). Het meest noemenswaardige over deze soorten en hun evolutie, is dat zalm maar voor de helft wordt geconsumeerd in vergelijking met 2019/20. Hier is niet meteen een éénduidige verklaring voor. Ook belangrijk binnen de diepvries categorie, zijn producten waar er meerdere soorten aanwezig zijn, denk bijvoorbeeld aan een zeevruchtenmix. Deze staan qua volume op de vierde plek met 132 ton verkochte volumes in 2023/24. Vaak is het uitdagend om deze producten verder te ontwikkelen met MSC-label door de beperkte beschikbaarheid van MSC gecertificeerde soorten als inktvis of vongole.

Als we kijken naar commerciële bedrijven, dan is Iglo veruit de grootste partij binnen deze categorie, zowel op basis van MSC-gelabelde volumes als aantal producten. Lidl en Jumbo volgen in de top drie. De MSC-gelabelde volumes en producthoeveelheden zijn bij Iglo de laatste jaren wel flink gedaald. Zo lagen er in 2022/23 30,1% minder producten in de supermarkt dan in 2019/20. Dit is ook het gevolg van een groeiende concurrentiedruk en producthoeveelheid vanuit de private labels van de Nederlandse supermarkten. Zo zijn er al bij Jumbo, ALDI, Albert Heijn meer MSC-gelabelde diepvriesvolumes te vinden in 2023/24 dan in het voorgaande jaar. Vooral Lidl heeft een indrukwekkende groei doorgemaakt in deze categorie, met volumes die 85% hoger liggen dan in 2019/20.



Grafiek 16. Aantal diepvriesproducten met een MSC keurmerk per soort



Grafiek 17. Aantal diepvriesproducten met een MSC keurmerk per partner



Focus op conserven

De categorie conserven is de op twee na grootste categorie voor producten met een MSC-label. Sinds 2019/20, is de categorie toegenomen met 69,6% tot een absoluut record van 6.908 ton in 2023/24. GfK-data voor de periode april 2022- maart 2023 tonen consumptie van ongeveer 7.482 ton aan conserven met en zonder MSC-label in Nederland voor de top vijf soorten. Binnen deze soorten zorgde tonijn proportioneel voor veruit het grootste aandeel (55%), gevolgd door haring, zalm, sardines en makreel.

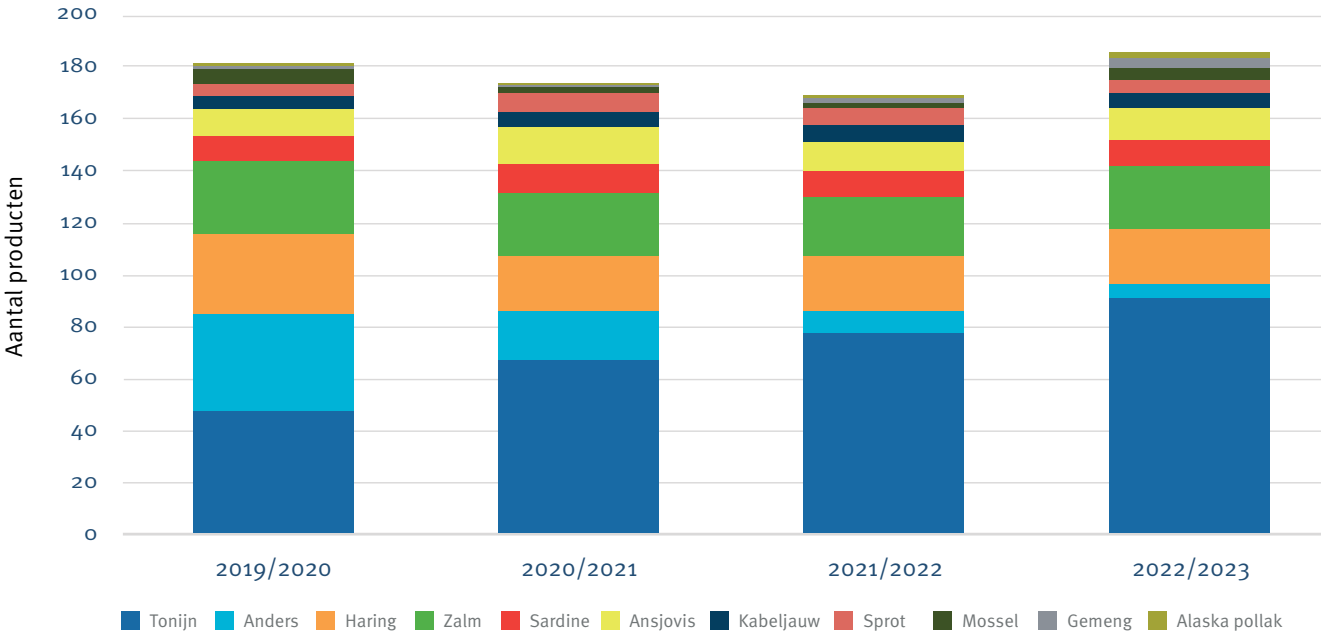
MSC-data tonen soortgelijke resultaten: van alle Nederlandse verkoop van conserven met een MSC-label is het aandeel tonijn veruit het grootste en bedraagt dit zelfs 72,4% in 2023/24. Dit is gevolgd door haring, zalm, sardines en 'gemengde' visproducten.

Atlantische makreel, die op de vijfde plek staat in de algehele consumptie van conserven in Nederland, ligt niet meer met een MSC-label in de Nederlandse schappen, na de schorsing van het certificaat van de Noord-Atlantische makreelvisserij. Wel is er een gecertificeerd duurzaam alternatief beschikbaar voor deze soort, de horsmakreel uit Chili. Enkele partners in Nederland hebben deze ondertussen ook geïntroduceerd, waaronder Fish Tales.

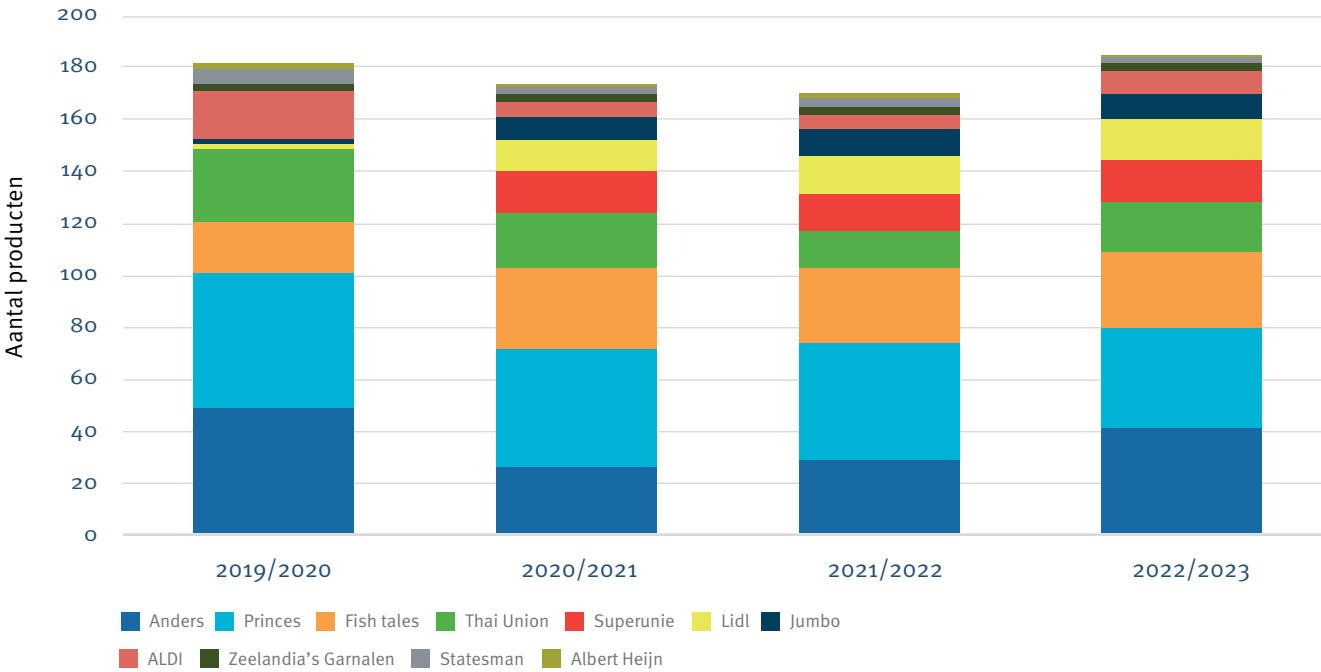
"Fish Tales heeft als missie om iedereen te laten genieten van de lekkerste vis, nu én in de toekomst. Om dit te bereiken, moet de wereld van de visserij veranderen. Dit kan alleen als de hele sector de juiste keuzes maakt. We kijken ernaar uit om nog meer consumenten te inspireren te koken met heerlijke vis, terwijl we tegelijkertijd de oceanen en visserijgemeenschappen steunen".

Irene Kranendonk, Impact Manager bij Fish Tales





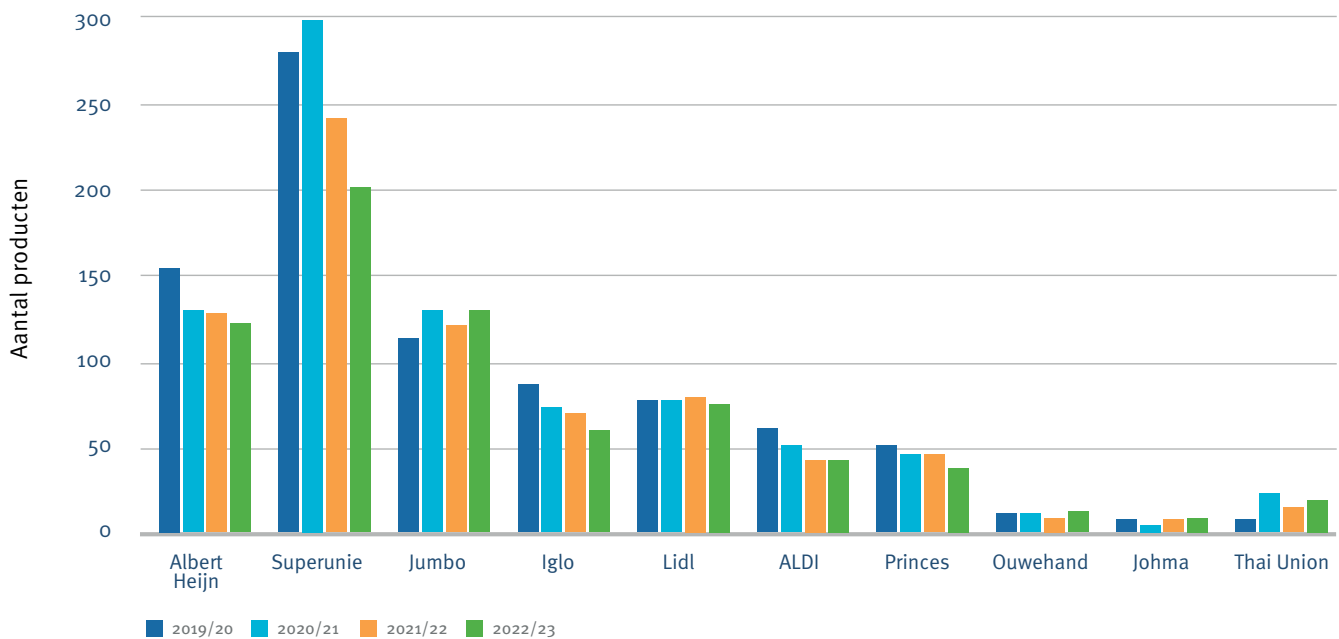
Grafiek 18. Aantal geconserveerde producten met een MSC keurmerk per soort



Grafiek 19. Aantal geconserveerde producten met een MSC keurmerk per partner

ALDI ervaart al een aantal jaar een geleidelijke daling van het aantal aangeboden producten met MSC-label, van 61 stuks in 2019/20 naar 44 stuks in 2022/23. Deze vermindering kan een strategische beslissing weerspiegelen om het productaanbod te stroomlijnen of de operationele efficiëntie binnen ALDI te optimaliseren. De MSC-gelabelde volumes zijn de laatste paar jaren ook redelijk continu gedaald en stonden in 2023/24 26,2% lager dan in 2019/20. De meeste van de daling is te vinden in de gekoelde haringproducten.

Princes blijft een erg geëngageerde partner binnen het MSC programma. Zo zorgt de toezegging van dit karakteristieke merk in de conserven, om enkel 100% MSC gecertificeerde tonijn te gebruiken, ook voor een belangrijke motivatie in de aanvoer van MSC gecertificeerde tonijnvangst. Hun commitment vertaalde zich ook naar een record in de MSC-gelabelde volumes in 2022/23, waarvan er 14,2% meer waren verkocht dan in 2019/20. Deze volumes zijn tussen 2022/23 en 2023/24 wel enigszins gedaald met 6,6%. Dit volgt mogelijk ook uit de verkleining van hun productassortiment van 52 stuks naar 39 stuks in 2022/23.



Grafiek 20. Aantal producten met een MSC keurmerk per partner

Merk-specifieke case studies

Focus op Albert Heijn

Albert Heijn is nog altijd de marktleider als het aankomt op verkochte volumes van producten met het MSC-label. De retailer heeft deze plek behouden door een sterk duurzaamheidsbeleid. Dit volgt ook uit het feit dat Albert Heijn in 2019 nog 70% visproducten met het MSC/ASC label in de schappen had liggen, waar dit in 2023 is gestegen naar 91%. MSC en Albert Heijn vinden elkaar ook regelmatig in constructieve gesprekken waarin wordt gekeken hoe het inkoopbeleid van vis en zeevruchten verder kan worden verduurzaamt, om te komen tot een algemene vermindering van de ecologische voetafdruk van het gemiddelde winkelmandje.

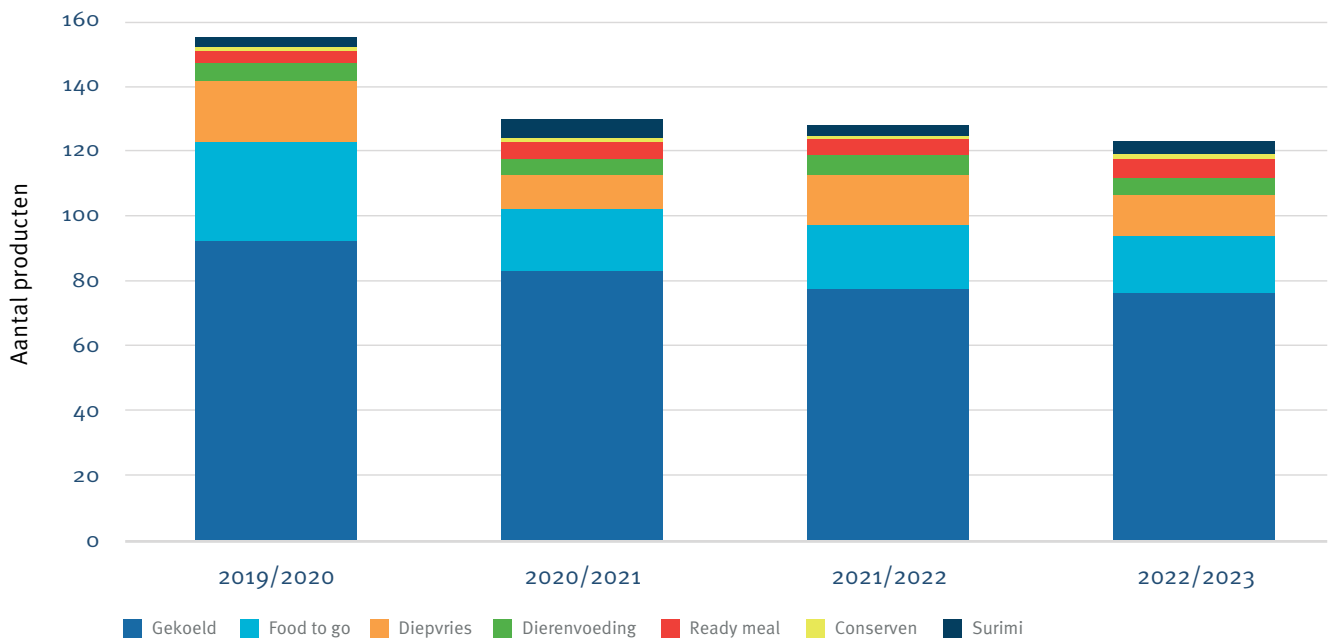
Het grootste deel van de MSC-gelabelde volumes van AH volgt uit de huismerkproducten met tonijn. Deze volumes zijn ook gestegen met 14% sinds het voorgaande jaar. Met het marktleiderschap dat ze voorzien in de MSC-gelabelde tonijnvolumes, kan er ook gezegd worden dat zij een belangrijke reden bieden voor de algemene groei van de volumes van deze soort-specifieke producten. Na de tonijnvolumes, voorzien de huismerkproducten met mosselen de meeste totale MSC-gelabelde volumes. Daarnaast is Albert Heijn ook marktleider in de 'Gemengde' producten, met meer dan twee keer de volumes als de nummer twee in deze soort-specifieke categorie. Deze MSC-gelabelde volumes worden gevolgd door huismerkproducten met Alaska pollak, kabeljauw, haring, zalm en garnaal. Ook zorgt de verkoop van hun luxe 'AH Excellent salades' voor een unieke marktpositie, aangezien Albert Heijn verantwoordelijk is voor vrijwel alle MSC-gelabelde volumes van de relatief-onbekende Hoki in de Nederlandse Retail. Enkel Picnic verkoopt deze producten ook, maar verhoudingsgewijs in veel mindere mate.

De meeste MSC-gelabelde AH huismerkproducten zijn gekoelde producten, met 54,7% van de totale hoeveelheid binnen deze categorie. Proportioneel gezien, voorzien de MSC-gelabelde volumes van deze producten ook een soortgelijk aandeel van de totale MSC-gelabelde volumes van Albert Heijn. De Food to Go productcategorie staat op de tweede plek met 17% van de totaalvolumes, gevolgd door de diepvriescategorie - die 13,9% van de volumes voorzien. Albert Heijn laat ook al een aantal jaar een continue groei in de volumes van MSC-gelabelde diervoeding zien en hebben deze groei ook indrukwekkend doorgezet met 27% tussen 2022/23 en 2023/24. Toch moeten ze wel Jumbo en Vis Marine (totaalvolumes van inkoopcoöperatie Superunie) voor laten gaan als marktleiders in de productcategorie.

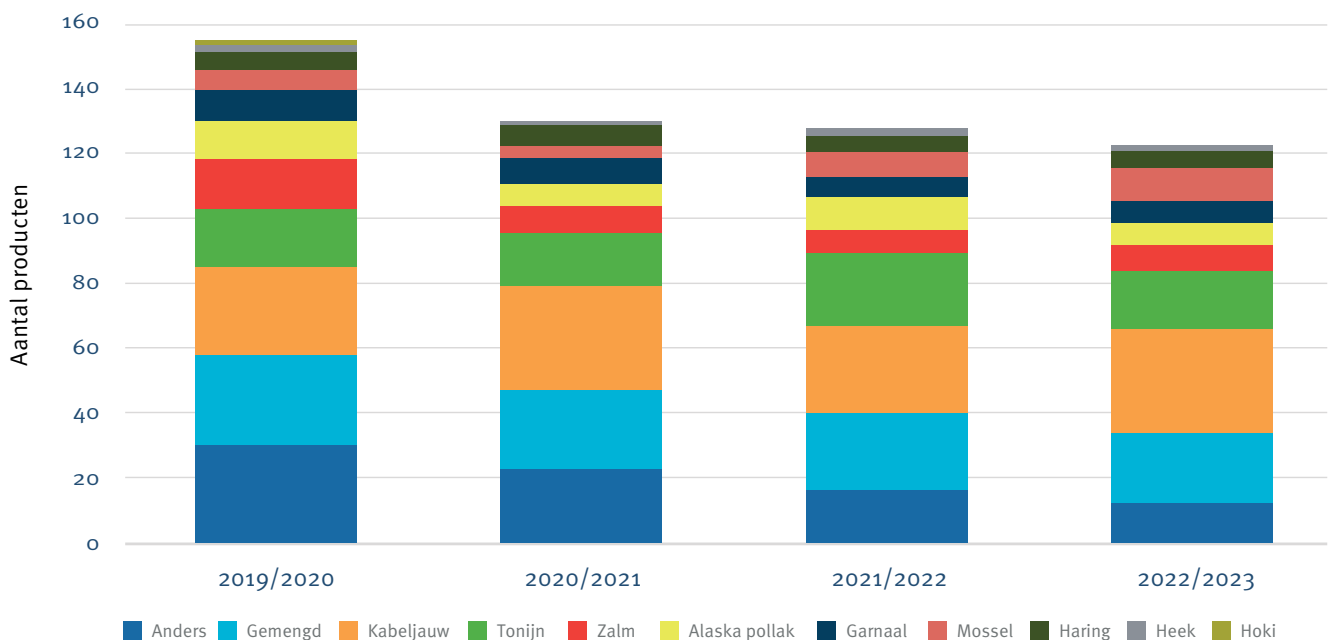


“Samen met onze kennispartners en leveranciers werken we continu aan verbeteringen in onze visketens. We kiezen daarom voor duurzamer gevangen en verantwoord gekweekte vis, waardoor er voldoende vis in de wateren overblijft en de ecosystemen in onze oceanen worden beschermd. 100% van onze vis en schaaldieren is duurzamer gevangen of gekweekt. In 2023 was 91% van onze vis MSC of ASC gecertificeerd, 4% biologisch. De overige 5% is afkomstig uit een betrouwbaar verbeterprogramma (een zogenoemd Fishery of Aquaculture Improvement Project), of onderzocht door een externe partij zoals het Instituut voor Landbouw- en Visserijonderzoek.”

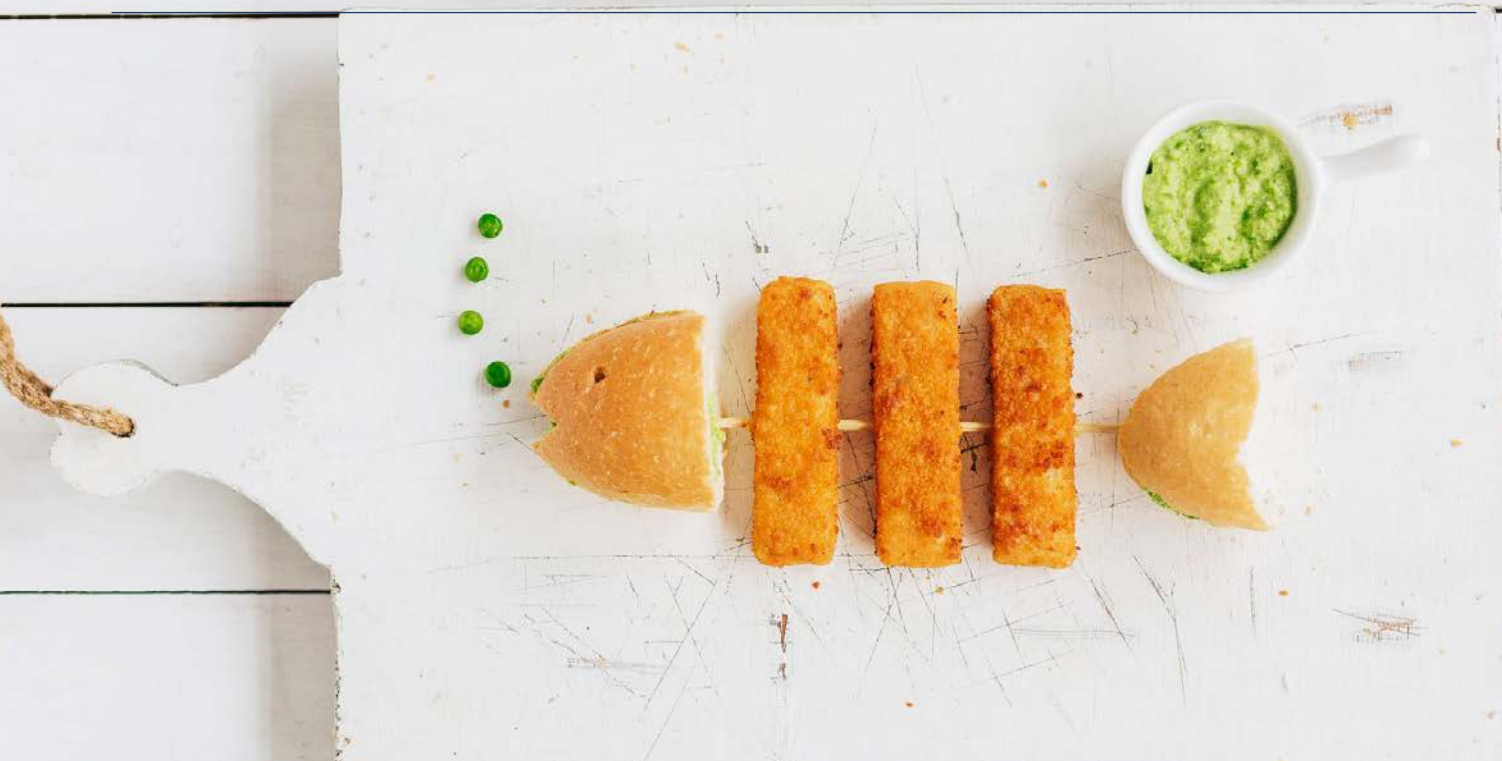
Anita Scholte op Reimer - Kwaliteit en Duurzaamheid Albert Heijn



Grafiek 21. Aantal producten bij Albert Heijn met een MSC keurmerk per categorie



Grafiek 22. Aantal producten bij Albert Heijn met een MSC keurmerk per soort



Focus op Iglo

Iglo is op het vlak van MSC gecertificeerde volumes de op vier na grootste onderneming in Nederland en veruit het grootste nationale merk. Buiten een uitschieter in 2020/21, is het volume gedaald met 36,5% in de afgelopen jaren. Als we kijken naar het aantal producten met het MSC-label, zien we dat Iglo ook de op vier na grootste partij is in de Nederlandse markt. In de evolutie van het MSC-gelabelde assortiment van Iglo, merken we wel een verkleining van 87 producten in 2019/20 tot 61 producten in 2022/23.

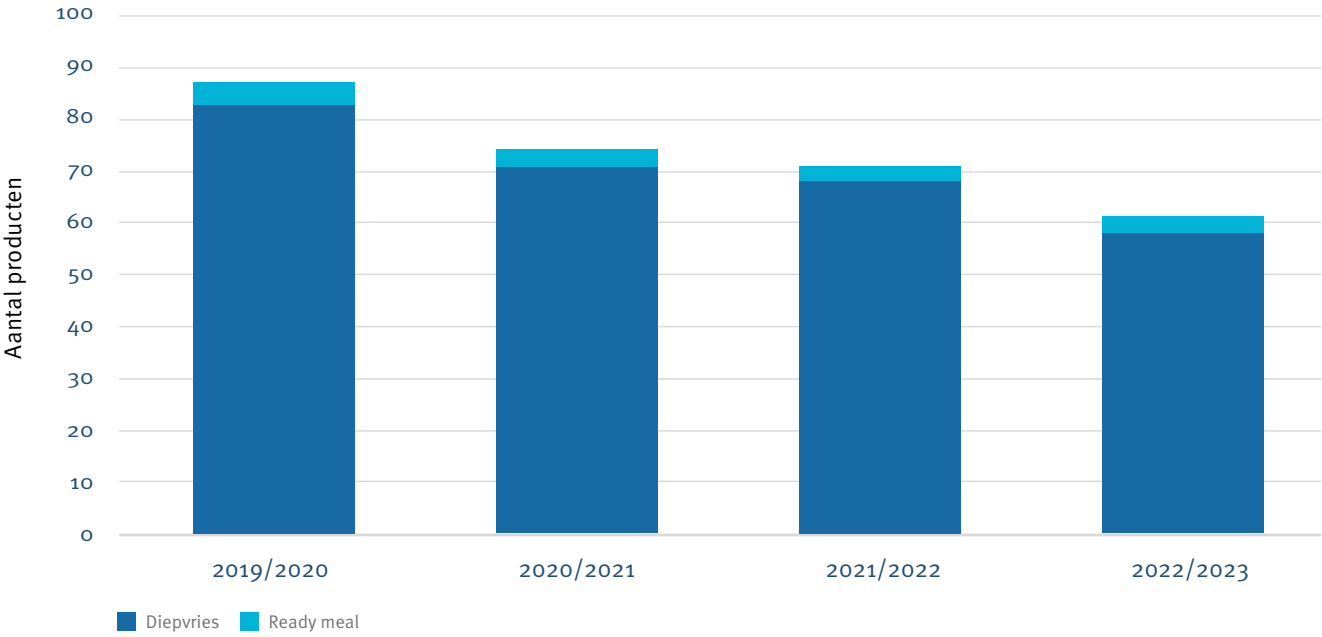
Binnen het assortiment van Iglo vertegenwoordigt witvis het merendeel van de producten. In 2022/23, was Alaska pollak te vinden in 56 MSC gecertificeerde producten en 1 product met 'gemengde' soorten met het MSC-label. Deze twee samen staan in voor 93,4% van het assortiment. Dit is niet onlogisch, aangezien witvis, en specifiek Alaska pollak, een stevige textuur heeft die ideaal is om gepaneerd verwerkt te worden. De resterende 4 producten in 2022/23 bevatten zalm. Niet geheel verrassend, zijn in 2023/24 ook verreweg de meeste MSC-gelabelde volumes van de Iglo te vinden in de producten met Alaska pollak (88,27%), gevolgd door zalm (9,7%) en de 'gemengde' producten (2%).

Binnen de diepvries categorie, is Iglo ook de grootste commerciële partij in Nederland. Deze verwezenlijking is mede mogelijk gemaakt door het feit dat het merk sinds 2022 al hun diepvriesproducten met visinhoud enkel nog met een ASC- en/of MSC-label aanbieden.

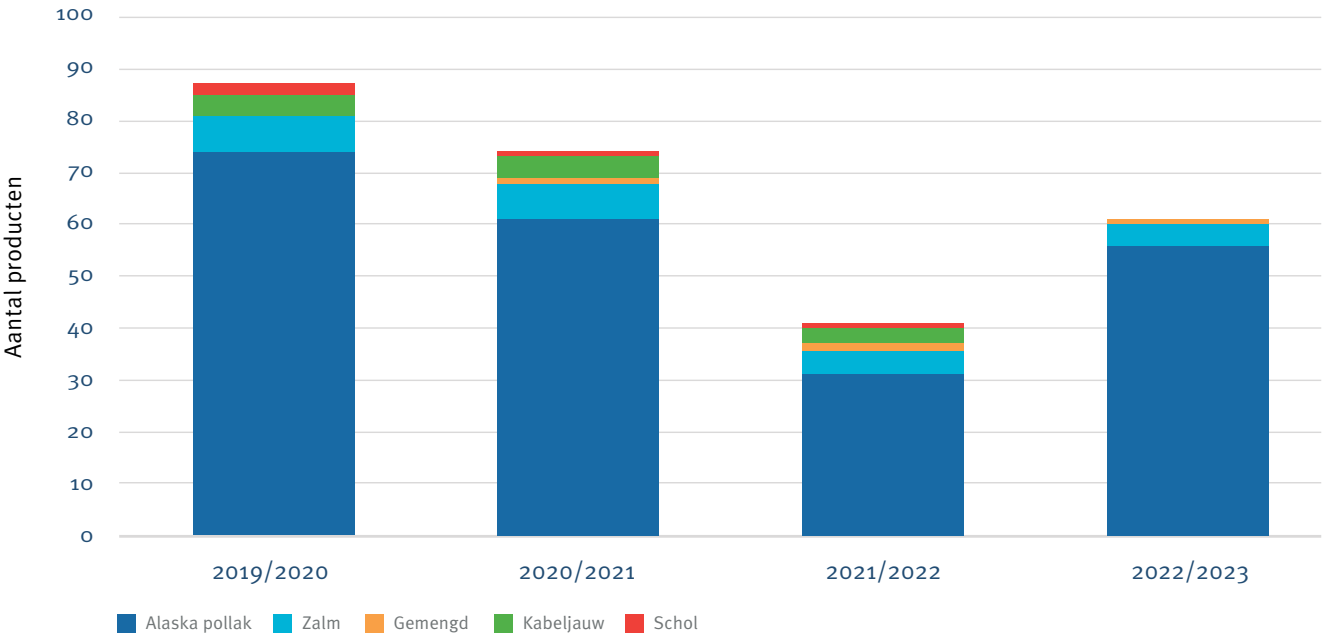
"The world's consumption of fish and Seafood has increased significantly in recent years and is expected to continue to do so, with the FAO estimating it will rise by 15% by 2030. At the same time, a third of global fish stocks are currently being fished at unsustainable rates. This makes our drive for providing consumers with sustainable fish and seafood more pressing than ever. We're proud to share that in the Netherlands, Iglo's fish and seafood portfolio is 100% sourced from sustainable fishing or responsible farming. Our brands have been working with the Marine Stewardship Council (MSC) since it was founded over 25 years ago to help build a sustainable fishing supply chain, looking at issues surrounding over-fishing and unsustainable fishing practices and helping to find solutions to overcome them."

Tim van Romondt – Country Manager Netherlands Nomad Foods





Grafiek 23. Aantal producten bij Iglo met een MSC keurmerk per categorie



Grafiek 24. Aantal producten bij Iglo met een MSC keurmerk per soort

Focus op Jumbo

Jumbo is in volume de derde grootste marktpartners op het vlak van producten die het MSC-label dragen en moet enkel Albert Heijn en Superunie aan zich voor laten gaan. Het is goed om hierbij te benoemen dat volumes van Superunie volgen uit de inkoop van de meerdere supermarkten die lid zijn van deze inkoopcoöperatie. De volumes van Jumbo fluctueren licht door de jaren heen, maar in 2023/24 was er een stijging van 14,2% ten opzichte van het jaar ervoor. Daarnaast is Jumbo, na Superunie, de tweede grootste als het aankomt op het aantal producten met het MSC-label. Zo waren er in 2022/23 bij Jumbo 130 en bij Superunie 202 producten te tellen.

Jumbo introduceerde in 2020 als eerste supermarkt in Nederland een volledige eigen huismerklijn visconserven met het MSC-keurmerk. Sindsdien heeft de supermarkt ook blijvende stappen genomen, waaronder bijvoorbeeld in hun tonijnconserven assortiment, om meer producten met het MSC-label aan te bieden. Dit heeft er ook in geresulteerd dat Jumbo een continue groei heeft doorgemaakt in de volumes binnen deze categorie. De volumes binnen deze categorie staan nu op een recordniveau met meer dan 17 keer de volumes van het niveau in 2021/22. Er is nog een verdere groei te realiseren voor Jumbo door hun sterke commitment om enkel MSC gecertificeerde tonijn in blik verkopen met hun huismerk, ook kracht bij te zetten door ook enkel A-merk producten aan te bieden met het MSC-label.

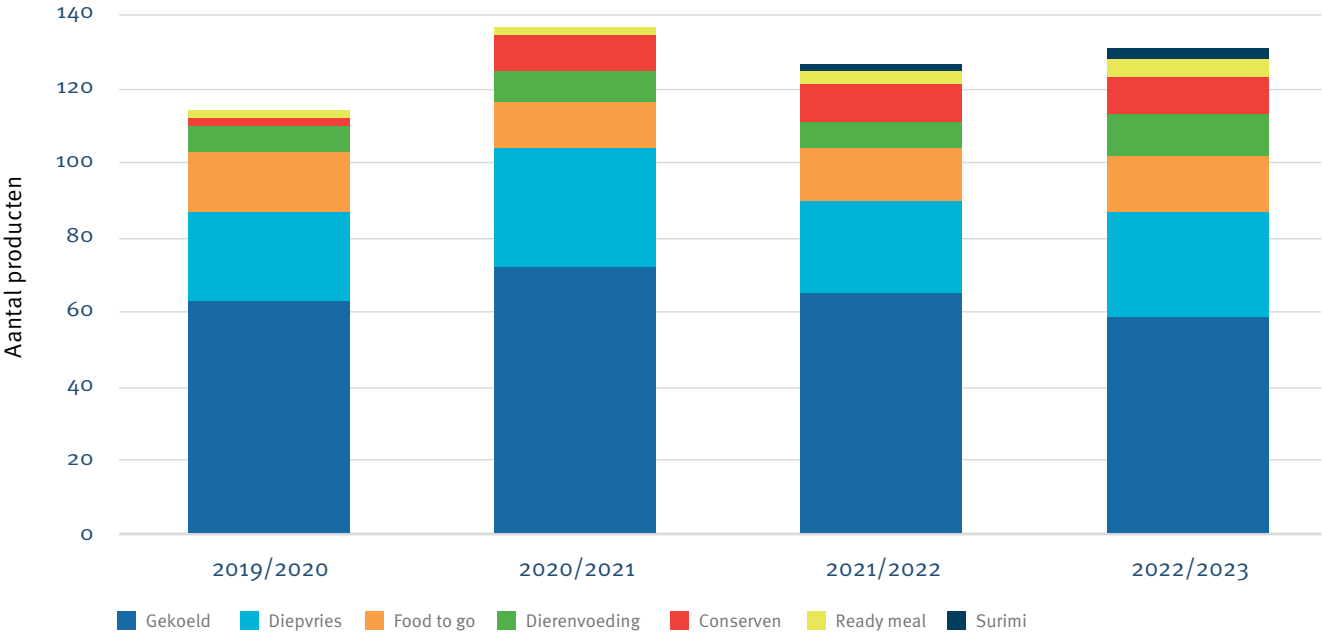
Jumbo behoudt sinds 2018/19 het marktleiderschap in het aantal en de volumes van wildgevangen zalmproducten met het MSC-label. In 2023/24 voorzien ze 27,9% van alle volumes. Deze voorsprong op de rest van de markt is gestegen, aangezien het aandeel in 2022/23 nog 20,6% was. Ten slotte is Jumbo ook de grootste supermarkt in opzicht van de volumes dierenvoeding producten met een MSC-label. Binnen deze categorie is er ook een indrukwekkende groei te vinden van 67,2% in de volumes ten opzichte van 2022/23.

“Bij Jumbo werken we vanuit verschillende invalshoeken aan de verduurzaming van ons assortiment. We doen dit in nauwe samenspraak met onze ketenpartners, maar ook met maatschappelijke organisaties en natuurlijk onze klanten. We zetten ons in voor gezonde visstanden, met aandacht voor milieuaspecten, dierenwelzijn en goede werkomstandigheden. De samenwerking met MSC/ASC helpt ons bij het nastreven van ons doel: 100% verantwoorde vis in het schap. Inmiddels is vrijwel alle verse én verwerkte vis in de Jumbo huismerkproducten gecertificeerd volgens een GSSI-erkende certificering, waaronder ook MSC/ASC, inclusief maaltijden en dierenvoeding. Meer informatie hierover is te vinden in het online Jumbo Jaarverslag.”

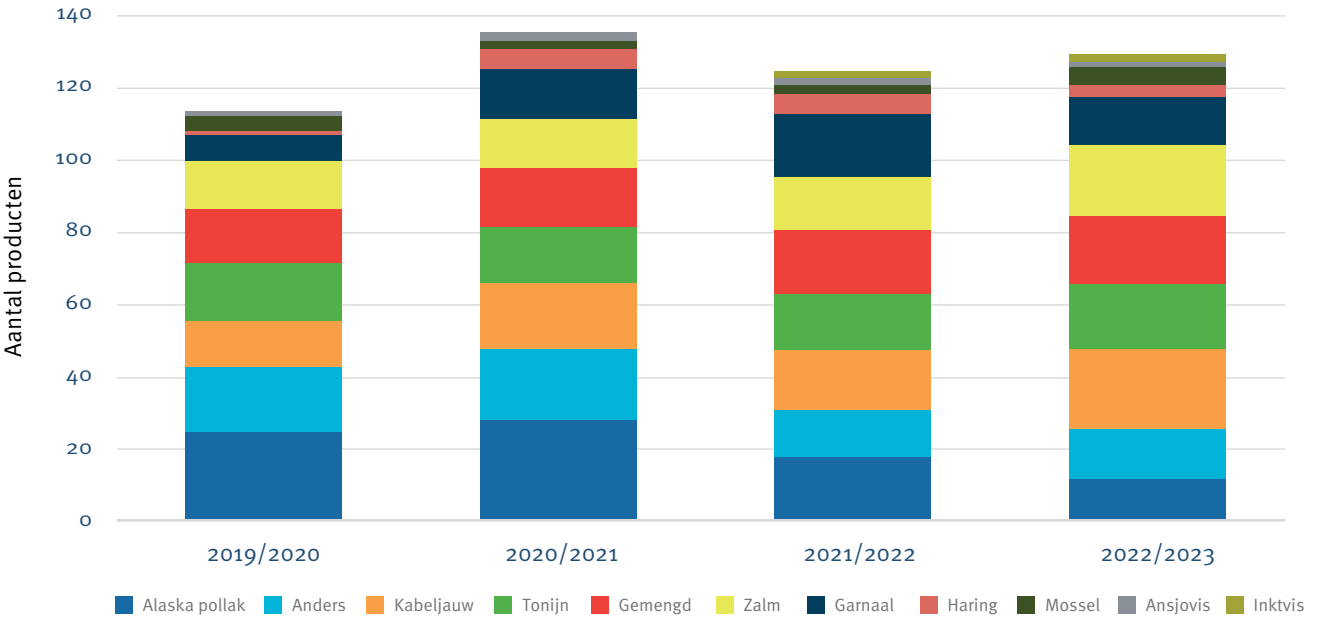
Ernst de Graaf - Inkoper vis / Buyer fish Jumbo Supermarkten B.V.

JUMBO





Grafiek 25. Aantal producten bij Jumbo met een MSC keurmerk per categorie



Grafiek 26. Aantal producten bij Jumbo met een MSC keurmerk per soort

Slotwoord en vooruitblik

In het algemeen zullen de voorkeuren en het aankoopgedrag van consumenten zich het komende jaar blijven ontwikkelen en aanpassen in reactie op groeiende bezorgdheid over milieukwesties en geopolitieke en economische onzekerheid. Daarnaast toont Globescan (2024) onderzoek aan dat 81% van de consumenten bezorgd zijn over de staat van de oceanen en dat overbevissing één van de belangrijkste redenen hiervoor is. Ook heeft 80% het gevoel dat het MSC-label hen helpt om snel en gemakkelijk een duurzame keuze te maken. Dit benadrukt het belang dat de consument kan kiezen uit een ruim aanbod van MSC gecertificeerde duurzame producten. Er is genoeg bewijs dat duurzaam handelen het antwoord biedt tegen de zorgen die de consument heeft over de staat van de oceanen. Voortdurende communicatie en educatie om consumenten te informeren over het belang van duurzame visserij en de impact van hun keuzes, kan de consument weer hoop geven dat het tij te keren valt met verantwoord koopgedrag.

De vis-, schaal- en schelpdiersector bevindt zich in een goede positie om in te spelen op deze groeiende interesse in de staat van de oceanen, door actiever in te spelen op het 'Blue Foods framework'. Vanuit een milieuoogpunt liggen er ook kansen om de lagere CO₂ impact van veel soorten vis, schaal- en schelpdieren ten opzichte van andere eiwitten te promoten, en om verder de hulpmiddelen zoals het blauwe MSC-keurmerk te benutten om consumenten te verzekeren van de duurzaamheid van de producten die ze kopen.

Voor supermarkten, merken en foodservicebedrijven zullen de 'grote vijf' soorten – zalm, mosselen, haring, kabeljauw en tonijn- waarschijnlijk het populairst blijven. MSC (en ASC) gecertificeerde opties zijn al wijd beschikbaar voor al deze soorten, met uitzondering van tonijn, waar zeker nog vooruitgang geboekt kan worden. In het jaar 2024/25 zou de trend verder gezet kunnen worden wat betreft de toename in beschikbaarheid van duurzaam geproduceerde tonijnproducten. Voornamelijk A-merken zijn de drijvende kracht achter de ingeblikte tonijnvolumes met een totaal marktaandeel van 68,2% en voorzien daarmee een belangrijke motivatie voor verder groei van de MSC gecertificeerde tonijnvangst. Toezeggingen van merken om enkel 100% MSC gecertificeerde tonijn te gebruiken zijn cruciaal in deze ontwikkeling. Deze ontwikkeling wordt ook versterkt doordat het tonijn huismerk van Jumbo en inkoopcoöperatie Superunie volledig MSC gecertificeerd is. ALDI en Lidl hebben ook een belangrijke stap gezet met 100% MSC gecertificeerde tonijn voor hun vaste assortiment. We moedigen partners aan om de huidige recordhoeveelheden MSC gecertificeerde tonijn te benutten in de Nederlandse supply-chain om te garanderen dat alle tonijnproducten (ook de promotionele artikelen) ook daadwerkelijk met het MSC-label worden verkocht. MSC werkt graag met de partners om te kijken hoe we kunnen streven naar 100% duurzaam gecertificeerde tonijn in de Nederlandse markt.

Ten slotte gaat MSC een nieuwe strategische periode in. Onze focus is erop gericht om in 2030 meer dan een derde van alle visserijen ter wereld bij ons programma betrokken te hebben. Dit is een belangrijke hoeksteen van ons werk geworden en het succes ervan is mede afhankelijk van de verdere vooruitgang in de verkoop van vis met het MSC keurmerk. We zijn dankbaar voor de voortdurende steun van al onze MSC partners en we kijken ernaar uit om in 2024/25 voort te bouwen op de successen van het afgelopen jaar.





Contact informatie

Weet ons te vinden:

Commercieel:

Nils Kroon, Commercial Outreach Officer Nederland

nils.kroon@msc.org

William Morré, Commercial Outreach Manager Benelux

william.morre@msc.org

Stakeholders en Visserijen:

Christien Absil, Senior Stakeholder and Fisheries Manager Benelux

christine.absil@msc.org

Pers:

Fabienne Van Den Broecke, Marketing and Communications Manager Benelux

Fabienne.vandenbroecke@msc.org

Auteurs

- Menno Bax: Program Director, MSC DACH & Benelux
- Nils Kroon: Commercial Outreach Officer, MSC Nederland
- William Morré: Commercial Manager, MSC Benelux

Data Analyst

- Matthew Bamping: Outreach Analysis Officer, MSC International

Editors

- Christien Absil: Senior Fisheries and Stakeholders Manager, MSC Benelux
- Steven Adolf: Senior Advisor on Sustainable Fisheries and Ocean Policies

Designer

- Laura Corbilla: Consultant, Creative Designer for MSC International

Denk graag aan het milieu voordat u het rapport print

Alle gegevens in dit rapport zijn geverifieerd op 2 juli 2024, tenzij anders wordt vermeld. Het rapportagejaar betreft de periode van 1 april 2022 t/m 31 maart 2023.

Voor meer en andere informatie over het MSC-programma:

msc.org/nl

benelux@msc.org



@MSCkeurmerk



@MSC in Nederland
Marine Stewardship Council



@Marine Stewardship Council (MSC)



@msckeurmerk

© Marine Stewardship Council 2024
