

Onderzoek naar vers versus convenience



Koks moeten steeds vaker op het kostentechnische plaatje letten. Ze moeten steeds efficiënter omgaan met factoren als tijd, inkoop en personeel. Het gebruik van convenienceproducten ligt dan voor de hand. Onderzoeksbureau Foodinc. deed onder een panel van koks onderzoek naar het gebruik van convenienceproducten.

Foodinc. doet samen met Het Nederlands Kokspanel continu onderzoek binnen de foodservicemarkt, genaamd FoodServicePeil (FSP). In de FSP vers versus convenience worden trends en ontwikkelingen meegenomen en wordt bekeken hoe de toekomst op gebied van voeding binnen de verschillende segmenten eruit gaat zien.

Fastservice

Het fastservicekanaal werkt veel met diepvriesproducten. Uit het onderzoek blijkt dat 84 procent van de cafetariahouders de friet voorbewerkt en voorgesneden aangeleverd krijgt. Zestien procent krijgt de friet vers binnen waarvan zeven procent deze zelf snijdt. Op het gebied van snacks wordt gemiddeld 81 procent aangeleverd vanuit de diepvries. Bijna een vijfde van de snacks is ambachtelijk geproduceerd. Negen procent van de snacks wordt volledig zelf gemaakt binnen het cafetaria en tien procent van de snacks wordt ambachtelijk geleverd, vaak door een plaatselijke leverancier als poelier of slager. Van de chef-koks koopt 97 procent vlees

(weleens) vers in en bijna een kwart vriesvers. Vis daarentegen wordt door 86 procent vers ingekocht en in bijna de helft van de gevallen ook wel vriesvers. Met name eetcafés krijgen vis in bijna tweederde van de gevallen vanuit de diepvries aangeleverd. Voor dressings wordt in 67 procent van de gevallen een convenienceproduct gebruikt en 42 procent maakt de dressings ook wel vers. Wederom maken eetcafés gemiddeld meer gebruik van convenienceproduct voor dressings en saus dan (hotel-) restaurants. Bijna zeventig procent van de eetcafés gebruikt een basisproduct voor dressings en gemiddeld negentig procent gebruikt een halfabricaat voor saus. Tachtig procent van de horecagelegenheden maakt saus vanuit een convenienceproduct, met name een poeders en fonds. Het overgrote deel van de chefs krijgt brood kant-en-klaar aangeleverd (94 procent), of via een groothandel of bakker. Elf procent van de horecagelegenheden bakt zelf wel eens brood. Op het gebied van deegwaren maakt ongeveer een derde van de horecagelegenheden de pasta zelf. Gemid-

deld gebruikt twee derde van de chefs een kant-en-klaar of halfabricaat voor deegwaren.

Als het gaat om nagerechten koopt iets minder dan driekwart van de horecamarkt minimaal één nagerecht kant-en-klaar in. Naarmate het prijsniveau van de nagerechten in de horeca hoger ligt, hoe meer men zelf bereidt. Kant-en-klaar inkoop wordt het meest ingezet voor kaasdesserts en taarten. Ijs wordt door meer dan de helft van de chef-koks kant-en-klaar ingekocht, twaalf procent bereidt nog volledig zelf. Van de chefs koopt 87 procent fruit voor desserts vers in, 99 procent maakt gebruik van seizoensfruit.

Toekomst

Of horecagelegenheden in de toekomst verwachten meer convenienceproducten te gaan gebruiken of juist meer ambachtelijk gaan produceren danwel ambachtelijk inkopen, zal blijken uit de FSP onderzoeken die in de zomer geanalyseerd worden. Voor meer informatie over de FSP onderzoeken: www.foodinc.nl > **HorecaEntree** <