



Groenten en Fruit Handelsplatform Nederland

Jaarverslag 2010







# Inhoudsopgave

	pagina
Voorwoord Cees den Hollander <i>“Steeds meer erkenning voor ons vak”</i>	5
Missie <i>“Gezonde handel...”</i>	7
Sector in vogelvucht	9
<i>The sector in a nutshell</i>	16
Belangenbehartiging in 2010	19
<i>Representation in 2010</i>	28
Marius Varekamp: <i>“Frugi Venta staat op de kaart bij de Haagse politiek”</i>	31
<i>“Frugi Venta on the map in Dutch politics”</i>	33
Michel Jansen: <i>“Frugi Venta is misschien wel meer geworden dan we verwachtten”</i>	35
<i>“Frugi Venta may have become more than we ever expected”</i>	37
Jan de Groot: <i>“Vroeger was de saamhorigheid groot”</i>	39
<i>“There used to be a strong sense of solidarity”</i>	41
Hans van den Heuvel: <i>“Belangenbehartiging blijft de belangrijkste taak van Frugi Venta”</i>	43
<i>“Lobbying is still Frugi Venta’s most important task”</i>	45
Marc De Naeyer: <i>“Fruit zal niet meer automatisch naar Europa komen”</i>	47
<i>“Fruit will no longer automatically come to Europe”</i>	49
Mart Valstar: <i>“Iedereen begrijpt dat volle snelwegen vervelend zijn”</i>	51
<i>More CMO money for promotion</i>	53
Ben Vroegop <i>“Als individualisten hebben we een collectief nodig”</i>	55
<i>“As individualists we need a collective”</i>	57
Peter Beemsterboer: <i>“Samenwerking in de uiensector is toegenomen”</i>	59
<i>“Cooperation has intensified in the onion sector”</i>	61
Interne organisatie Frugi Venta per 1 januari 2011	63
Vijf Stichtingen ‘onder’ Frugi Venta	64
Bestuur Frugi Venta per 1 januari 2011	66
Externe vertegenwoordigingen per 1 januari 2011	67
Frugi Venta Commissie, Comit�es en (Net)werkgroepen	69





*Cees den Hollander*



# Steeds meer erkenning voor ons vak

**Wat gaan de tijd en de ontwikkelingen toch ontzettend snel. Tien jaar geleden werd er nog wel eens laatdunkend gesproken over de functie en de competenties van de agf-handel. Oneerbiedig werden we door partijen die geen helder beeld hadden van onze activiteiten wel eens ordinaire 'dozenschuivers' genoemd. We toonden ons niet al te assertief, schudden ons hoofd over zoveel onwetendheid en gingen over tot de orde van de dag: onze klanten en leveranciers zo goed en efficiënt mogelijk bedienen.**

In 2009 publiceerde het LEI een rapport over een NMA onderzoek naar prijsvorming in de agri-foodsector. Hierin kreeg de agf-handel het grote verschil tussen de opbrengstprijs van de teler en de consumentenprijs in haar schoenen geschoven. Toen was de maat vol. Het bestuur van Frugi Venta gaf SEO Economisch Onderzoek opdracht een wetenschappelijk onderzoek te doen naar de marges, kosten en toegevoegde waarde van de tussen- en groothandel in agf.

Het rapport dat eind 2010 werd uitgebracht, en overigens voor ieder Frugi Venta lid beschikbaar is, beschrijft heel duidelijk hoe het werkelijk zit. De brutomarge van de groothandel is slechts een klein deel van het verschil tussen wat de teler ontvangt en de consument betaalt. Maar dat wisten wij al langer. Wat ik persoonlijk erg mooi vind in het rapport, is dat de toegevoegde waarde van de groothandel duidelijk naar voren komt. En daarbij de functies die wij vervullen in de keten. Het is ons dagelijks werk, dus wij staan daar zelf niet echt bij stil. Toch als je op papier met zo'n opsomming wordt geconfronteerd, dan ben je trots dat je die schakel in de keten mag vertegenwoordigen.

Onze klanten en leveranciers maken dagelijks gebruik van onze competenties en erkennen onze functies. De trend dat met name grote retailers voor grote productstromen steeds meer contact met de 'bron' willen heeft zich ook in 2010 voortgezet. Daarbij laten ze blijken dat ze graag gebruik maken van de competenties van de intermediair, dus van

ons. Telersverenigingen en grote producenten in binnen- en buitenland zoeken weliswaar nadrukkelijk aansluiting met het afzetkanaal en de eindgebruiker, maar zien ook in dat samenwerking met professionals leidt tot betere resultaten.

Voor- en achterwaartse integratie en allianties in de keten zullen ook in 2011 plaatsvinden. Een aantal Frugi Venta-leden is internationaal actief. Het tempo van diverse ontwikkelingen zal nog hoger liggen dan in de afgelopen tien jaar. Frugi Venta blijft de belangen van leden en overige stakeholders zo goed mogelijk behartigen. Wij zullen u bijstaan op gebieden zoals het vrije verkeer van goederen en diensten, digitale standaarden voor efficiënte processen en het invullen van andere randvoorwaarden om u zo goed mogelijk te laten functioneren.

Frugi Venta neemt in 2011 afscheid van onze grote roerganger, directeur Willem Baljeu. Willem (wie kent hem niet?) was erbij vanaf de start. Hij heeft in die tien jaar veel voor onze organisatie en de tuinbouwsector betekend. We gaan hem daarvoor op gepaste wijze bedanken. Het staat buiten kijf dat het vertrek van Willem een aderlating is voor de organisatie. Maar het bestuur heeft het volste vertrouwen dat de huidige staf van uitermate betrokken en professionele medewerkers, samen met de nieuw aan te stellen directeur, uw belangen ook in de komende jaren zo goed mogelijk zal behartigen.

Wij spreken elkaar!

**Cees den Hollander**







# Missie

## Gezonde Handel...

Dat wil zeggen de bevordering van de handel in gezonde producten door goed renderende bedrijven. Frugi Venta wil de concurrentiekracht van haar leden versterken door:

- **Algemene belangenbehartiging** ten opzichte van de overheid (nationaal en internationaal), afnemers, leveranciers en vakbonden.
- **Collectieve en individuele dienstverlening** ter verhoging van de professionaliteit, slagkracht en flexibiliteit van de bedrijven en hun medewerkers.
- **Bevordering van de onderlinge relaties** tussen de leden.



# Sector in vogelvlucht

**Het ondernemersklimaat is in 2010 in vergelijking met het recessiejaar 2009 aanzienlijk verbeterd. De Nederlandse economie groeide met 1,7 procent, vooral dankzij het krachtig herstel van de wereldhandel door de invoergroei van China, India en andere opkomende economieën.**

De kredietcrisis is echter nog niet uitgewoed. Twee landen in het eurogebied hebben te maken gekregen met een regelrechte crisis rond hun staatsschuld: Griekenland en Ierland. Ondanks omvangrijke steunmaatregelen van de Europese Commissie, de Europese Centrale Bank en het IMF blijven de rentever schillen binnen Europa groot. De grootste onzekerheid op korte termijn is het kwetsbare vertrouwen in de overheidsfinanciën van diverse landen en het gevaar van besmetting voor Portugal en Spanje. Aan het eind van 2010 kan worden vastgesteld dat de gevreesde 'dubbele' dip is uitgebleven. Ondanks bezuinigingen op de overheidsuitgaven in Nederland en vele andere landen, blijft de economische groei volgens het CPB met 1,75 procent in 2011 en 1,5 procent in 2012 op peil.

## Duitsland motor van eurozone

De ontwikkeling van de economie van onze belangrijkste handelspartner Duitsland was in 2010 nog beduidend gunstiger. De economische groei bedroeg 3,6 procent, de krachtigste toename sinds de hereniging van de beide Duitslanden twintig jaar geleden. De Duitsers danken het herstel aan de met 14 procent gestegen export, maar ook aan de toename van de binnenlandse consumptie. De werkloosheid is sinds 1992 niet meer zo laag geweest, namelijk 7,4 procent van de beroepsbevolking. Op onderdelen van de Duitse arbeidsmarkt is een tekort aan geschoolde arbeidskrachten voelbaar.

De stemmingsgraadmeter van het vertrouwen van Duitse ondernemers in de economie is eind 2010 tot recordhoogte gestegen. Ook in Frankrijk is de stemming in het bedrijfsleven door de ruime orderpositie verder verbeterd.

## Renteontwikkeling

Het economisch herstel is mede mogelijk gemaakt door het rentebeleid van de Centrale Banken in de USA en de EU. De officiële beleidsrente van de ECB is in 2010 op 1 procent gehouden. De rente op tienjarige Nederlandse en Duitse staatsobligaties op de kapitaalmarkt bereikte in augustus 2010 door spanningen in de eurozone met 2,4 procent een ongekend dieptepunt. Onder invloed van het voortzettend economisch herstel en stijgende Amerikaanse rentes liep de tienjarige rente in het laatste kwartaal van 2010 op tot 3,3 procent. Dit tot grote opluchting van de pensioenfondsen die een stevig herstel van de dekkingsgraad van hun pensioenverplichtingen konden noteren.

De spanningen rondom de eurocrisis zijn verminderd. De sterke landen helpen de zwakke eurolanden. Verder is door hoge economische groei in Duitsland en de sterke stijging van de energieprijzen en grondstofprijzen als gevolg van misoogsten, de inflatie opgelopen. In de eurozone steeg de inflatie van 1,1 procent aan het begin van 2010 naar 2,2 procent in december. Hoewel deze geldontwaarding hoger is dan de

maximum doelstelling van de ECB - te weten iets onder de 2 procent - acht ECB-president Trichet de inflatiedruk op middellange termijn nog beheersbaar. In een groot deel van de euro-zone is er nog hoge werkloosheid, waardoor het gevaar van een loon-prijsspiraal gering blijft. Verkrapping van het monetaire beleid zou het kwetsbare economische herstel kunnen beschadigen, onder andere door een oplopende koers van de euro. Marktvoorspellers houden niettemin rekening met een verhoging van de officiële ECB-rentetarieven na de zomer van 2011.

## € 18 miljard bezuinigen

De Nederlandse uitvoerwaarde van goederen (exclusief energie) is in 2010 met 13 procent gestegen. Vooral de reëxport ontwikkelde zich met een groei van 18 procent zeer voorspoedig. De binnenlands geproduceerde uitvoer steeg met 8 procent.

De consumptie van Nederlandse huishoudens bleef na een daling van 2,5 procent in 2009 in 2010 ongeveer stabiel. De consument heeft volgens het CBS in de loop van het jaar meer vertrouwen in de toekomst gekregen. De werkloosheid is gedaald van 5,6 procent van de beroepsbevolking in februari naar 5 procent in december, maar de consument houdt de hand op de knip. Vooral in de bouwsector - kantoren, bedrijfsgebouwen en woningen - ging het erg slecht en zal naar verwachting in 2011 ook nog sprake zijn van krimp.

In het Regeerakkoord van het in oktober aangetreden kabinet Rutte, wordt een sanering van de overheidsuitgaven van € 18 miljard in de komende vier jaar aangekondigd. In 2015 hoopt het kabinet uitzicht te hebben op een begrotingsevenwicht. Het tekort in 2010 is, door de gedaalde belastinginkomsten als gevolg van de recessie en gelijkblijvende uitgaven, opgelopen tot 5,2 procent van het Bruto Binnenlands Product. In 2011 raamt het CPB, na verwerking van de maatregelen in de Miljoenennota en het Regeerakkoord, het tekort op 3,6 procent. De totale overheidsschuld die voor de recessie 45,3 procent bedroeg, is in 2010 mede door de overheidsondersteuning van banken en verzekeraars opgelopen tot circa 65 procent van het Bruto Binnenlands Product.

## Veel aandacht voor de Greenports

In het Regeerakkoord is verheugend veel aandacht besteed aan de positie van de tuinbouw en de ontwikkeling van de Greenports Venlo en Westland en de mainports Rotterdam en

Schiphol. Letterlijk stelt het kabinet dat het voor de economische ontwikkeling en innovatie belangrijk is dat bedrijven geclusterd kunnen opereren. Deze clusters worden maximaal gefaciliteerd. De internationale koppositie van de Nederlandse agrofoodsector wordt nadrukkelijk onderstreept. De land- en tuinbouw verdient versterking, nationaal, Europees en mondiaal. Gerichte investering in innovatie en verduurzaming in de agrofood-, tuinbouw- en visserijsector is nodig om de koppositie te behouden, aldus het Regeerakkoord.

De bundeling van de ministeries van LNV en EZ in het nieuwe ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (EL&I) onder leiding van vicepremier Verhagen is door Frugi Venta zeer positief ontvangen.

Het kabinet heeft ervoor gekozen om de bestaande middelen in te zetten op gebieden waar het Nederlandse bedrijfsleven in internationaal opzicht goed scoort. Er zijn negen 'Topgebieden' aangewezen, waaronder 'tuinbouw' en 'logistiek'. Voor leden van Frugi Venta een positief vooruitzicht, omdat de overheid aan de topgebieden minder regels en meer onderzoeksgeld heeft toegezegd. Dit kabinet geeft ruimte aan ondernemers om weer te ondernemen en uit te blinken op de wereldmarkt. Er is € 1,5 miljard beschikbaar om vraaggestuurd te besteden aan het bedrijfsleven in de topgebieden. Per topgebied wordt door het ministerie van EL&I een topteam, bestaande uit ondernemers, onderzoekers en overheidsvertegenwoordigers, geformeerd dat vóór 1 mei 2011 een innovatieagenda moet opstellen. Frugi Venta is via het Productschap Tuinbouw en via het Groothandelsplatform VNO-NCW betrokken bij de opstelling van de agenda's voor tuinbouw en logistiek.

## Tuinbouw toont veerkracht na crisisjaar

Hoewel veel telers in financieel opzicht nog in de gevarenzone verkeren, heeft de productiewaarde van de voedingstuinbouw zich in 2010 volledig hersteld van het crisisjaar 2009. De productiewaarde steeg met € 540 miljoen ofwel 26 procent tot het record van € 2.660 miljoen. De mate waarin de crisis is verwerkt, verschilt per deelsector.

Bij de glasgroenten steeg de productiewaarde met 33 procent tot € 1.455 miljoen. De prijzen lagen over de gehele linie, met uitzondering van paprika, hoger dan in 2009. Er wordt ook in Duitsland in de massamedia en door consumenten eindelijk weer positief geoordeeld over Hollandse tomaten, dankzij de grote diversiteit en de natuurlijke teeltwijze met hommels en biologische bestrijding. Echte kenners van de tomatenteelt en de Rabobank hebben niettemin in 2010 gewaarschuwd dat onder druk van de recessie, telers geneigd zijn om hoog productieve



rassen te kiezen. Dit gaat ten koste van het suikergehalte dat voor een belangrijk deel de smaak van de tomaat bepaalt.

Bij paddenstoelenkwekers was sprake van een omzetsdaling met 7 procent. De productiewaarde van fruit steeg licht met 3 procent. Door wereldwijde sterke vraag, werd de gestegen uienproductie tegen recordprijzen afgezet. De productiewaarde verdrievoudigde naar € 210 miljoen.

## Exportwaarde acht procent gegroeid

De totale exportwaarde, inclusief de reëxport van verse groenten en fruit is in 2010 met 8 procent gestegen tot een nieuw record van € 6,4 miljard. Ten tijde van de oprichting van Frugi Venta in 2001 bedroeg de exportwaarde nog geen € 4 miljard. De draaischijffunctie van de Nederlandse exporthandel in Europa blijkt uit het aandeel van de reëxport in de totale export. Dit aandeel schommelt de laatste tijd rond 50 procent. Nederland is een belangrijk doorvoerland gezien het feit dat 85 procent van de groentenimport en 70 procent van de fruitimport weer wordt geëxporteerd.

De totale invoerwaarde van verse groenten en fruit is in 2010 met 5 procent gestegen tot € 3,9 miljard. Het handelsoverschot verse groenten en fruit bereikte in 2010 met € 2,5 miljard eveneens een nieuw record.

## Exportvolume stijgt drie procent

De gestegen exportwaarde is te danken aan een toegenomen exportvolume en een gemiddeld hoger prijspeil. De exporthoeveelheid van in Nederland geteelde groenten en fruit, exclusief uien en industriekwaliteit is in 2010 met 3 procent gestegen in vergelijking met 2009 tot een totaal volume van 2.164.000 ton.

Producten waarvan de export in vergelijking met 2010 toenam, waren tomaten +2 procent, peer +43 procent, peen +18 procent, witte kool +27 procent en prei +10 procent.

Het exportvolume van komkommer, appel en champignon bleef ongeveer gelijk.

Exportafname deed zich voor bij paprika -3 procent, spruiten -9 procent, aubergine -5 procent, ijsbergsla -18 procent, witlof -4 procent en bloemkool -13 procent.

De exporthoeveelheid van de drie glasgroenten tomaat, paprika en komkommer bedroeg in 2010 gezamenlijk 1.407.000 ton, ofwel 65 procent van de totale groenten- en fruitexport, exclusief uien. In 2009 werd vrijwel dezelfde hoeveelheid uitgevoerd. De exporttoename is met name in het eerste halfjaar van 2010 gerealiseerd. In die periode bedroeg de exporttoename 14 procent. De export (exclusief uien) is met 89 procent vooral gericht op de andere 26 EU-lidstaten. Naar Duitsland, met 40 procent de grootste handelspartner, ging in totaal 868.000 ton groenten en fruit, 3 procent meer dan in 2009. De export naar het Verenigd Koninkrijk steeg met 2 procent, Frankrijk +9 procent, Zweden +8 procent en naar Polen kon

## Productiewaarde Nederlandse voedingstuinbouw (in mln euro's)

	2000	2005	2008	2009	raming 2010	% mutatie t.o.v. 2009
Verse groenten	1.971	1.850	1.995	1.722	2.255	31%
Groenten onder glas	1.259	1.275	1.270	1.095	1.455	33%
Vollegroendsgroenten	363	385	400	330	380	15%
Uien	33	20	65	72	210	192%
Paddenstoelen	316	230	260	225	210	- 7%
<b>Vers fruit</b>	<b>326</b>	<b>335</b>	<b>470</b>	<b>395</b>	<b>405</b>	<b>3%</b>
<b>Totaal voedingstuinbouw</b>	<b>2.297</b>	<b>2.185</b>	<b>2.465</b>	<b>2.117</b>	<b>2.660</b>	<b>+ 26%</b>

Bron: Productschap Tuinbouw

28 procent meer worden afgezet. De export naar Italië, Tsjechië en België is gedaald met respectievelijk 20 procent, 8 procent en 10 procent.

## Rusland

Bij bestemmingen buiten de EU is Rusland met een exportaandeel van 5 procent verreweg de belangrijkste markt voor in Nederland geteelde groenten en fruit. De groentenexport, exclusief uien naar Rusland, is in vergelijking met 2009, licht toegenomen van 48.000 naar 49.000 ton.

De fruitexport is gestegen met 12.000 ton tot 57.000 ton, vooral dankzij forse toename van de exporthoeveelheid peer tot 42.000 ton, met 13.000 ton. Daarmee is Rusland na Engeland de 2e exportbestemming voor peren, op grote afstand gevolgd door Zweden en Duitsland. Deze resultaten zijn extra bemoedigend, omdat Rusland sinds 17 mei 2010 formeel geen fyto-certificaten meer van het KCB accepteerde. De exporteurs hebben met name indirect, via Litouwen en in mindere mate via België, naar Rusland geëxporteerd.

De uienexport is de afgelopen drie jaar een verhaal apart. In 2010 werd op jaarbasis een exporttoename gerealiseerd met 2 procent tot 930.000 ton, terwijl in 2008 en 2009 ook al

## Kengetallen groothandel groenten en fruit (in mln euro's)

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	raming 2010	% mutatie t.o.v. 2009
Totale groothandelssomzet incl. dubbeltellingen*	9.900	10.356	11.319	12.300	12.458	12.203	NB	
Exportwaarde verse groenten (incl. reëxport)**	2.695	2.885	3.335	3.620	3.718	3.511	3.900	11%
Exportwaarde vers fruit (incl. reëxport)**	1.157	1.824	1.965	2.303	2.664	2.420	2.500	3%
<b>Totale exportwaarde</b>	<b>3.852</b>	<b>4.709</b>	<b>5.300</b>	<b>5.923</b>	<b>6.382</b>	<b>5.931</b>	<b>6.400</b>	<b>8%</b>
Importwaarde verse groenten**	659	839	964	1.066	985	975	1.040	7%
Importwaarde vers fruit**	1.397	2.083	2.396	2.594	2.927	2.740	2.870	5%
<b>Totale importwaarde</b>	<b>2.056</b>	<b>2.922</b>	<b>3.360</b>	<b>3.660</b>	<b>3.912</b>	<b>3.715</b>	<b>3.910</b>	<b>5%</b>
Handelsbalansoverschot verse gr. en fr.	<b>1.796</b>	<b>1.787</b>	<b>1.940</b>	<b>2.263</b>	<b>2.470</b>	<b>2.216</b>	<b>2.490</b>	<b>12%</b>
Binnenlandse Groothandel*	2.817	3.882	4.268	4.415	4.525	4.409	NB	
Verzendhandel (excl. veilingen)*	360	485	602	707	625	565	NB	

\* Bron: HBAG groenten en fruit

\*\* bron: CBS/PT (2010: voorlopige cijfers)

	2006	2007	2008	2009
Aantal groothandelsbedrijven (> € 0,5 mln)	768	804	780	789
<i>Te verdelen in:</i>				
Aantal exporteurs	320	324	322	335
Aantal binnenlandse groothandelaren	468	455	453	455
Aantal importeurs	128	130	137	143

Bron: HBAG groenten en fruit

exportrecords werden gevestigd.

De meeste uien gaan naar bestemmingen buiten de EU.

In 2010, 556.000 ton, 3 procent minder dan in 2009.

Naar Afrika werd 282.000 ton (-10 procent) geëxporteerd, naar Rusland 136.000 ton (+103 procent) en naar Midden-Amerika 56.000 ton (idem in 2009).

## Afzetstructuur

De verbeterde inkomsten van de voedingstuinbouw zijn te danken aan over het algemeen stabiele productiehoeveelheden en toegenomen buitenlandse vraag onder invloed van misoogsten door extreme weersomstandigheden - onder andere in Spanje en Rusland - en de gedaalde eurokoers.

De afzetstructuur is na crisisjaar 2009, ondanks diverse fusiepogingen en discussies over de oprichting van Associaties van Producenten Organisaties (APO's) volgens de GMO-regeling, niet structureel gewijzigd.

Er is een APO opgericht voor komkommers door drie telersverenigingen in het zuiden (ZON, Komosa, Sun Quality). Begin 2011 wordt deze APO uitgebreid met de komkommers van telersvereniging Best Growers Benelux (BGB). APO-Kompany vertegenwoordigt nu 47 procent van het komkommerareaal. De fusiebesprekingen tussen The Greenery en Funghi in de paddenstoelensector zijn mislukt. Ook ZON en Fruitmasters hebben in een vroeg stadium hun fusiepogingen vanwege weerstand bij de leden gestaakt.

Het doel van de APO's en echte fusies van afzetorganisaties is primair horizontale bundeling en minder verkooppunten. In 2010 waren er tegenovergestelde bewegingen. Bij The Greenery is in 2010 een gewijzigd afzetmodel ingevoerd. Naast het handelshuis The Greenery kregen de bij Coforta aangesloten telersgroepen toestemming om via de verkopers van de coöperatie rechtstreeks product af te zetten aan de Nederlandse groothandel en exporteurs. Deze democratisering van de afzet is de telersgroepen in 2010 goed bevallen. Er ontstond behoefte aan nog meer commerciële ruimte. De telersgroepen onder Coforta wilden in 2011 rechtstreeks zaken doen met afnemers in het buitenland. De ledenraad van Coforta heeft dit verzoek niet ingewilligd. Handelshuis The Greenery blijft verantwoordelijk voor de afzet aan buitenlandse klanten en de retail. Ook bij de grootste fruitafzetorganisatie de Koninklijke Fruitmasters Groep is een vergelijkbaar samenwerkingsmodel goedgekeurd. Bij de tweede afzetorganisatie in omzetgrootte FresQ, wordt al vanaf de oprichting een 'multi-channel' afzetstrategie toegepast. De zes verkoop BV's van FresQ bedienen verschillende marktsegmenten.

## Geloof in vaste ketens

De directe koppeling van grootschalige (glas)teeltbedrijven aan een retailer met zo kort mogelijke communicatie- en distributielijnen is een duidelijk herkenbare afzetmethode bij meerdere coöperatieve telersverenigingen. De retailer wil in verbinding staan met de bron. De producent wordt extra gemotiveerd, wanneer deze weet voor wie zijn product bestemd is.

Horizontale bundeling is dan geen werkbare oplossing, vooral niet als het bedoeld is om de markt te dwingen.

Frugi Venta geeft de voorkeur aan vaste verticale ketensamenwerking waarbij de teler via zijn afzetorganisatie en/of handelaar specifieke afspraken met de retailer maakt over de innerlijke en uiterlijke kwaliteit, verpakking, gebruik van gewasbeschermingsmiddelen, aanvoerprognoses, levertijden en prijscalculaties. Door te werken aan ketenoptimalisatie worden de kosten van teler naar winkelschap verlaagd.

Bij dergelijke samenwerkingsverbanden komt op diverse markten ook 'local for local' aan de orde: lokale productie voor buitenlandse supermarktorganisaties door Nederlandse telers aldaar om onder andere logistieke problemen te omzeilen en kosten te reduceren.

## 'Beter met Minder'

De crisissituatie in 2009 vormde de aanleiding voor een reeks strategienota's, afzetvisies en actieplannen om het perspectief van de (glas)tuinbouw te verbeteren.

De Rabobank trapte af met het rapport 'Beter met Minder', waarin telers werd aanbevolen om beter te gaan samenwerken, dat wil zeggen minder vrijblijvend. GMO-telersverenigingen en APO's zijn volgens de Rabobank schijnbewegingen om echte samenwerking te ontlopen en GMO-subsidies binnen te halen. Het franchisemodel werd aanbevolen met bindende afspraken over het te telen ras, de kwaliteit, de kwantiteit van de producten en de te volgen afzetstrategie.

LTO-Glaskracht Nederland presenteerde het actieplan 'Samen Marktgericht vooruit', waarin werd gepleit voor de herinvoering van een Hollandlabel om de herkenbaarheid van het eigen product op de exportmarkten te vergroten. De concurrentiepositie staat te veel onder druk omdat we de marketing hebben verwaarloosd. Een ander zwak punt volgens LTO is het ondernemerschap van de tuinder. Zij zijn te veel productgericht, constant bezig met het drukken van de kostprijs. Ontwikkeling van marktgericht ondernemen en financieel management door gerichte scholing is een belangrijk onderdeel van het actieplan. LTO wil zich ook meer dan voorheen gaan bemoeien met de afzet. De sector boekt te weinig voortgang met horizontale en verticale bundeling.

Greenport Nederland presenteerde een strategische agenda 'Denken en Doen' 2010-2013, waarin een brede visie op de ontwikkeling van het tuinbouwcluster, dus inclusief afzet- en handelsbedrijven wordt geschetst.

## De Consument Centraal

Frugi Venta heeft meegewerkt aan de opstelling van een gezamenlijke visie en actieplan om de afzet van kasgroenten te versterken. De kerngroep die dit manifest heeft opgesteld bestond verder uit vertegenwoordigers van DPA, LTO Glaskracht, ZLTO, ministerie van EL&I, Rabobank, enkele handelsbedrijven en afzetorganisaties. De kerngroep was in maart door de toenmalige minister G. Verburg ingesteld en presenteerde haar rapport op 25 november tijdens de ontvangst 'De Glazen Tafel on tour' voor Tweede Kamerleden in Nieuwspoor.

De kerngroep presenteert in 'De Consument Centraal' drie oplossingsrichtingen om te komen tot structureel hogere rendementen op bedrijven: opvoeren consolidatie, versterken van de ketensamenwerking en het ontwikkelen en vermarkten van meer onderscheidende producten en concepten. Consolidatie bij telers en handel onderling, ketenintegratie en ketensamenwerking zullen volgens de kerngroep leiden tot meer schaalgrootte en minder schakels in de keten. Hierdoor ontstaan financieel sterkere partijen die kunnen investeren in professionelere ketens.

Uit de visie blijkt dat de wijze waarop de prijs tot stand komt, onvoldoende transparant is voor de verschillende schakels. Ook de kwaliteit en beschikbaarheid van producten zijn onvoldoende doorzichtig. Met een vervolg op de tien actiepunten wil de kerngroep toe werken naar een gezondere markt en evenwichtiger verhoudingen in de keten. De uitvoering van de tien actiepunten is verdeeld onder de kerngroepleden. LTO Glaskracht, Frugi Venta en DPA hebben de regie in handen. Periodiek zal de voortgang van het actieplan worden gerapporteerd. Actiepunten zijn onder andere de ontwikkeling van een duurzaamheidsmeetlat, meer promotie - collectief en individueel - van het Nederlandse product, overleg met de overheid over de GMO-uitvoering en de mededingingsregels en vooral vernieuwing van de vermarkting in ketenverband van Nederlandse groenten, met de nadruk op duurzaamheid en authenticiteit.

## Binnenlandse marktontwikkelingen

De supermarkt omzet verse groenten in Nederland bedroeg in 2010 ongeveer € 1.450 miljoen. Voorbewerkte of panklare verse groenten zijn goed voor een omzetaandeel van 40 procent. De supermarkt omzet vers fruit bedroeg ruim € 1,1 miljard. In vergelijking met 2005 is de groentennomzet in de supermarkt 25 procent hoger en de fruitomzet 30 procent. In 2010 is het marktaandeel van Albert Heijn verder gestegen naar 39 procent, terwijl het overall marktaandeel van AH in de supermarkt omzet steeg van 32,8 procent naar 33,6 procent. Bij vers fruit bedroeg het marktaandeel van AH eveneens 39 procent. Een tweede winnaar was Jumbo, die in 2009 Super de Boer heeft overgenomen. Het marktaandeel van Jumbo bedroeg 5,5 procent.

Verliezers in 2010 waren C1000 en Aldi. De harddiscounters Aldi, Lidl en Dirk van der Broek hebben gezamenlijk hun marktaandeel in de totale supermarkt omzet op 18 procent kunnen handhaven, maar onderling waren er verschuivingen. Lidl zag de klantenkring flink toenemen en passeerde concurrent Aldi. De veertien Superunie-leden hebben per saldo hun marktaandeel gehandhaafd 29,6 procent.

## Marktverdeling detailhandel

De 4.800 filialen van de gezamenlijke supermarkten hebben 85 procent marktaandeel in de detailhandelsomzet verse groenten en fruit. Het marktaandeel van de agf-speciaalzaken is gedaald naar 5 procent. Slechts 27 procent van de Nederlandse huishoudens koopt nog bij de groentewinkel. Klanten zijn in 2009/2010 gevoeliger geworden voor de lagere prijzen in de supermarkt. De speciaalzaken kampen met een vergrijzend publiek. Bij de bakker is het aantal kopende huishoudens gedaald naar 44 procent en bij de slager naar 32 procent. Het marktaandeel van de markten in de groenten- en fruitverkoop is eveneens licht dalend en bedraagt nog 7 procent. Het aantal Nederlanders boven de 18 jaar dat maandelijks minstens één keer bij een groenten- en fruitkraam inkoop, schommelt tussen de 25 en 35 procent, afhankelijk van het seizoen.

Er zijn in Nederland volgens het HBD nog 1.200 agf-speciaalzaken en 8.500 ambulante handelaren die food op de warenmarkten verkopen.

Volgens CBS lagen de Nederlandse winkelprijzen voor verse groenten in 2010 3,8 procent boven het niveau van 2009. In 2000 lagen de groenteprijzen nog 25 procent lager. De fruitprijzen stegen in 2010 met gemiddeld 1,3 procent. Duidelijk is dat de prijzen in de winkels minder sterk fluctueren dan



de producentenprijzen gezien de toename in 2010 van de productiewaarde van Nederlandse groenten met 31 procent en van fruit met 3 procent.

## Omzet binnenlandse groothandel

De supermarkt, de agf-detailhandel, de etno-winkels en de foodservicemarkt kunnen volgens HBAG Commissie Groenten en Fruit voor wat betreft hun inkoop van verse groenten terecht bij 450 binnenlandse groothandelaren, inclusief 50 groentebewerkingsbedrijven.

De totale omzet van de binnenlandse groothandel bedroeg in 2009 € 4,4 miljard. Voor 2010 raamt het HBAG, gezien de verbeterde prijzen voor de binnenlandse groothandel

een omzetgroei van 5 procent. Ongeveer 65 procent van de landelijke omzet wordt in 2009/2010 gerealiseerd door slechts 35 groothandelaren met een gemiddelde omzet van € 80 miljoen per bedrijf. De enorme schaalvergroting in de afgelopen tien jaar blijkt uit vergelijkbare cijfers uit 2001: de landelijke omzet bedroeg destijds € 2,8 miljard, 65 procent van deze omzet werd gerealiseerd door 64 binnenlandse groothandelaren met een gemiddelde omzet van € 28 miljoen.

In juli 2011 verschijnt er in aanvulling op dit jaarverslag een gedetailleerder statistisch overzicht van de export- en importcijfers, aantallen groothandelaren, importeurs en exporteurs per omzetklasse.

Zie ook onze website: [www.frugiventa.nl](http://www.frugiventa.nl).





## **The sector in a nutshell**

***In 2010 the entrepreneurial climate was a good deal better than in the recession year 2009. The Dutch economy grew 1.7 percent, largely thanks to the strong recovery of global trade resulting from the import growth of China, India and other emerging economies.***

The main uncertainty in the short term is the weak confidence in the public finances of various countries. Germany, our most important trading partner, noted 3.6 percent economic growth. The economic recovery was partly the result of the interest policy of the Central Banks in the USA and the EU.

### **The Netherlands to cut spending by € 18 billion**

*In 2010 the Dutch export value of goods (excluding energy) increased 13 percent while Dutch household consumption remained more or less stable. The coalition agreement of the Dutch Prime Minister Rutte's cabinet that took up office last October announced a reconstruction of public expenditure amounting to € 18 billion in the coming four years. The coalition agreement also pays a lot of attention to the development of the Venlo and Westland Greenports and the Rotterdam and Schiphol Mainports. The leading international position of the Dutch agro-food sector is underlined. Two of the nine designated 'top areas' are 'horticulture' and 'logistics'. A positive prospect for Frugi Venta's members, because the government has promised fewer regulations and more research funds for those top areas. Frugi Venta is involved in the formulation of the agendas for horticulture and logistics via the Productschap Tuinbouw (Dutch Commodity Board for Horticulture) and the Groothandelsplatform VNO-NCW (Wholesale Platform).*

### **Horticulture proves resilient after crisis year**

*The production value of the Dutch food-horticulture sector made a full recovery in 2010, increasing € 540 million to the record total of € 2,660 million. The total export value, including the re-export of fresh fruit and vegetables, rose 8 percent last year, to a new record of € 6.4 billion, thanks to a greater export volume and on average higher prices. 89 percent of the export of fruit and vegetables grown in the Netherlands is focused on the other EU member states. Germany is our greatest trading partner, with a share of 40 percent.*

*Of the destinations outside the EU, Russia is by far the largest market for fruit and vegetables grown in the Netherlands, with an export share of 5 percent. Since 17 May 2010 Russia formally no longer accepts phytosanitary certificates issued by the KCB inspection service. The exporters have exported their produce to Russia mostly indirectly, via Lithuania and to a lesser extent Belgium.*





In July 2011 a more detailed statistical survey of the export and import figures and numbers of wholesalers, importers and exporters per turnover class will be published to supplement this annual report.

See also our website: [www.frugiventa.nl](http://www.frugiventa.nl).

### **Sales structure**

The sales structure has not changed structurally. An APO (Association of Producers Organisation) has been established for cucumbers. Merger talks between The Greenery and Funghi in the mushroom sector did not lead to a satisfactory outcome. ZON and Fruitmasters also ended their merger efforts because of their members' protests. The primary aim of the APOs and successful mergers of sales organisations is horizontal pooling, with fewer sales outlets – the opposite of trends in 2010. Frugi Venta is more in favour of permanent vertical chain cooperation.

### **'Better with Less'**

The crisis in 2009 triggered a series of strategy statements, sales visions and action plans intended to improve the perspectives of the (greenhouse) horticultural sector. The Rabobank was the first to take action with its *Beter met Minder* (Better with Less) report. LTO-Glaskracht Nederland (organisation representing greenhouse growers) presented an action plan arguing in favour of reintroduction of a Holland label to increase the recognisability of Dutch produce in the export markets. Greenport Nederland presented a strategic agenda for 2010-2013 outlining a broad vision on the development of the horticultural cluster, including sales and trade companies, to promote the sale of greenhouse vegetables. Frugi Venta was involved in formulating a joint vision and action plan focusing on consumers, which proposes three ways of arriving at systematically higher profits: by increasing consolidation, intensifying chain cooperation and developing and marketing more distinctive products and concepts.

### **Trends in the home market**

In 2010 the supermarket turnover of fresh vegetables in the Netherlands amounted to about € 1.4 billion and that of fresh fruit to € 1.1 billion. Processed or ready-to-cook fresh vegetables represented a share of 40 percent of total fresh vegetables. The 4,800 supermarket branches together have an 85 percent share in the retail turnover of fresh fruit and vegetables. The market share of Dutch greengrocers dropped to 5 percent. Only 27 percent of Dutch households still buy fruit and vegetables at greengrocers'. The data of the Dutch Central Bureau of Statistics show that the Dutch shop prices of fresh vegetables were in 2010 3.8 percent higher than those in 2009 while those of fresh fruit were 1.3 percent higher.

The total turnover of domestic wholesale amounted to € 4.4 billion in 2009. The HBAG, the Dutch Agricultural Wholesale Board, envisages a 5 percent increase in turnover for Dutch wholesale in 2010 on the basis of the improved prices. In that year about 65 percent of the domestic wholesale turnover was realised by only 35 wholesalers.







# Belangenbehartiging in 2010

**Het Beleidsplan 2009 - 2011 'Gezonde Handel' vormt de leidraad voor de werkzaamheden in het belang van onze 422 leden. De voornaamste opdracht aan het bestuur is het voorkomen of afbreken van internationale handelsbelemmeringen. Niet alleen bij het grensverkeer met derde landen, maar bijvoorbeeld ook in nationale en Europese regelgeving.**

Een sterk opkomend thema is Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, gezien de omvangrijke aandacht voor projecten als Fresh Corridor, CO<sub>2</sub>-footprint, Mobiliteitscentrum AGF-Handel en Food Compass. Frugi Venta is verder betrokken bij activiteiten om de afzet van groenten en fruit te versterken door collectieve promotie, deelname aan beurzen en strategische marketinginitiatieven. Daarnaast vergen onderwerpen zoals arbeidsvoorwaardenoverleg, collectieve inkoopcontracten, belastingperikelen en de PBO-discussie, veel inzet.

In dit hoofdstuk wordt op hoofdlijnen een overzicht geboden van lobbyactiviteiten en de bereikte resultaten. In de hiernavolgende vraaggesprekken met de bestuurders ten tijde van de oprichting van Frugi Venta per 1 januari 2001, worden sommige activiteiten uitgediept. Aanvullende informatie is te vinden op onze onlangs volledig vernieuwde website en in onze maandelijks digitale nieuwsbrief.

## Fytosanitaire handelsbelemmeringen

Bij de handel in groenten en fruit met landen buiten de EU is in 2010 - wellicht onder druk van de wereldwijde recessie - het aantal fytosanitaire handelsbelemmeringen fors toegenomen. De betrokken exportlanden zijn vooral Rusland (alle producten), USA (paprika, peper en tomaten) en Indonesië (uien). Export naar China is door fytosanitaire eisen nog nimmer toegestaan.

Frugi Venta werkt in samenwerking met de NFO al twee jaar aan een fyto-protocol voor de export van Conferenceperen naar China. Uien en kasgroenten komen later aan de orde.

### KCB onbevoegd bij Ruslandexport

Nederland en Rusland hadden per 1 juli 2009 volledige overeenstemming bereikt over de fyto-inspecties en certificeringen voor export naar Rusland. Daarmee was met twee jaar vertraging ook het Plantkeursysteem door Rusland aanvaard. Vanaf juli 2009 tot en met maart 2010 maakte de Russische controledienst Rosselkhoznadzor bij de Nederlandse PD melding van een groot aantal overschrijdingen, met name trips op Nederlandse producten en importproducten via Nederlandse exporteurs. Het gevolg was dat medio mei zes exporteurs op een zwarte lijst werden geplaatst en dat het KCB door Rusland niet meer bevoegd werd verklaard om fyto-inspecties uit te voeren op zendingen naar Rusland. Het toenmalige ministerie van LNV heeft meteen bij Rusland geprotesteerd omdat de maatregel in strijd was met het Plantkeur memorandum. Tot eind 2010 is deze maatregel, ondanks regelmatig overleg van LNV met Rusland, niet ingetrokken. Het KCB is wel doorgedaan met de afgifte van fyto-certificaten voor Rusland, met uitzondering van enkele risicoproducten. Daar is door de handel weinig gebruik van gemaakt. De Ruslandexporteurs hebben sinds mei, om problemen aan de Russische grens te voorkomen, meestal gekozen voor indirecte export via andere lidstaten, met name via Litouwen en België. Vooral de export van uien,

hardfruit, sluitkool en enkele importproducten per schip, werd ernstig belemmerd door deze kostenverhogende situatie.

Een vertegenwoordiging van de Ruslandexporteurs heeft sinds medio 2010 overleg gevoerd over een privaatrechtelijke controle van zendingen bij Ruslandexporteurs, om zo te voldoen aan de Russische eisen. Begin 2011 heeft het ministerie van EL&I op basis van een 'verbeterplan' voor de fyto-inspecties door het KCB met Rosselkhozadzor overeenstemming bereikt over de hervatting van de KCB-werkzaamheden, voorlopig uitgevoerd door de nVWA.

De betrokken leden zijn via e-mail en diverse bijeenkomsten constant op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen bij de export naar Rusland. De in 2009 opgerichte Ruslandwerkgroep onder voorzitterschap van Alexander Visser (Alexport B.V.) en beleidsmedewerkster Inge Ribbens heeft hierbij een waardevolle functie vervuld.

### Fyto-problemen met de USA

Begin 2010 werd het exportverbod sinds 1 oktober 2009 voor paprika's en pepers naar de USA opgeheven. Eendrachtige samenwerking tussen de P8 (paprika-telersverenigingen), PD en LNV onder regie van Frugi Venta en met financiering van € 150.000 door het Productschap Tuinbouw, heeft geleid tot een protocol voor de teelt en logistieke bedrijven. Met dit protocol wordt het bewijs geleverd dat de False Codling Moth (Afrikaanse fruitmot) niet voorkomt. De grens met de USA is het gehele jaar 2010 opengebleven. Er is 18.600 ton Nederlandse paprika geëxporteerd, 20 procent meer dan in 2009 en 75 procent meer dan in 2007/2008.

Een ernstiger probleem betrof het verbod op de export van tomaten naar de USA vanaf 1 februari 2010, als gevolg van de vondst van Tuta Absoluta (mineermot). Export zal pas weer mogelijk zijn als de zending wordt voorzien van een fyto-certificaat waaruit blijkt dat de tomaten afkomstig zijn uit een 'pest free area' of dat deze zijn geteeld volgens een door de VS goedgekeurd teeltsysteem. De creatie van de pest free area's is gezamenlijk door DPA, LTO-Groeiservice, KCB, Frugi Venta en USA-exporteurs intensief onderzocht. Op basis van de exorbitante kosten en de risico's is medio 2010 in goed onderling overleg geconcludeerd dat deze collectieve oplossing om de tomatenexport naar de VS weer open te stellen, niet rendabel is. Per 13 mei heeft de VS de regels met betrekking tot Tuta Absoluta verder aangescherpt. Alle EU-landen werden tot besmet gebied verklaard. Voor al deze landen gelden de aanvullende fyto-eisen. Tot heden beschikt slechts één tomatenteeltbedrijf in

Nederland over een gesloten teeltsysteem dat de goedkeuring heeft gekregen van de Amerikaanse Fyto Inspectie. De export van Nederlandse tomaten naar de USA is in 2010 gedaald naar slechts 500 ton ten opzichte van 4.200 ton in 2009 en 2.500 ton in 2008.

### Indonesië

De Nederlandse uienexporteurs kunnen niet voldoen aan de gewijzigde landeneis van Indonesië (onder andere begassing met methylbromide). LNV en de PD hebben overleg gehad met de Indonesische autoriteit over de ingediende procesbeschrijving van de uienketen in Nederland. Helaas tot op heden zonder resultaat. In 2008/2009 werd jaarlijks 15.000 ton naar Indonesië verscheept. In 2010 nihil.

### Canadese importhemming op NL-paprika

De ultieme handelsbelemmering in 2010 was de importhemming van 95 procent die de Canadese overheid vanaf 21 juni heeft opgelegd op de import van Nederlandse paprika. De Canadese paprikatelers hadden Nederlandse exporteurs beschuldigd van dumpingpraktijken in de periode 1 januari 2007 tot en met 31 maart 2010.

Volgens de Canadese wetgeving is er sprake van dumping als de exportprijs lager is dan de verkoopprijs in Nederland of lager dan de kostprijs van de teler in Nederland. Het jaar 2009 was een extreem jaar, waarin de paprika gedurende bepaalde periodes onder de kostprijs is verkocht. Tevens waren de transportkosten naar Canada zeer laag.

Het bestuur heeft besloten om de importhemming via een juridische procedure aan te vechten. In overleg met een aantal Canada-exporteurs is het Canadese advocatenkantoor Bennet Jones LLP ingehuurd. Dit was noodzakelijk om toegang te krijgen tot de vertrouwelijke informatie bij het onderzoek naar de vermeende dumping. Deze procedure is gefinancierd door het Productschap Tuinbouw (€ 75.000 op verzoek van Frugi Venta, DPA en LTO Glaskracht Nederland) en de betrokken Canada-exporteurs. De Canada International Trade Tribunal (CITT) heeft onderzocht of de dumping schade heeft toegebracht aan de Canadese paprikatelers of dat er mogelijk schade kan ontstaan in de toekomst. Hiertoe zijn in september gedurende vijf dagen hoorzittingen gehouden waaraan de Canadese advocaat, een vertegenwoordiger van Frugi Venta en drie exporteurs hebben deelgenomen. Onder andere is beargumenteerd dat er vele andere factoren zijn, die een veel grotere invloed hebben op de Canadese markt, dan de Nederlandse exporteurs die voornamelijk als 'gatenvullers' moeten worden beschouwd en grotendeels 'op aanvraag' paprika's leveren. Deze NL-paprika's worden door Canadese importeurs in veel gevallen weer doorgevoerd naar de VS.

### Teleurstellende uitkomst

Ondanks onze forse inspanningen en de optimale samenwerking met de Canadese advocaat Darrel Pearson is het beoogde resultaat niet behaald. Het CITT heeft in oktober beslist dat weliswaar gedurende de onderzochte periode door de dumping geen schade aan de Canadese industrie is toegebracht (heeft dus de Nederlandse argumenten 'gehonoreerd'), maar hierbij tevens aangegeven dat er geen zekerheid is dat er in de toekomst ook geen schade door de dumping zal ontstaan. Het CITT heeft dit risico met name gebaseerd op het groeiende areaal paprika in Nederland. Het gevolg is dat voor de komende vijf jaar een importheffing van 193 procent geldt voor paprika's 'originated from or exported from the Netherlands' (ook voor biologische paprika's), waardoor de export van paprika's naar Canada nagenoeg onmogelijk is gemaakt. Na bestudering van de uitspraak hebben wij moeten besluiten om niet in beroep te gaan. De kans op succes is te gering in verhouding tot de zeer kostbare procedure. Hierna is er nog met het ministerie van EL&I gesproken over deze uitspraak, waarin wij machteloos staan. De politieke, protectionistische grondslag is overduidelijk. Precedentwerking ten aanzien van andere producten en landen is niet denkbeeldig. Een politieke reactie van Nederland en/of de EU leek ons gewenst. Het Ministerie heeft aangegeven dat de WTO heel veel ruimte biedt aan landen om bij dumping tegenmaatregelen uit te vaardigen. De regels om te bepalen of er sprake is van dumping en of deze dumping schade heeft toegebracht/ in de toekomst mogelijk schade gaat toebrengen, kunnen door de landen zeer ruim worden toegepast, en het is dan ook zeer lastig om hier bezwaar tegen te maken. Afsproken is dat Frugi Venta het dossier aanlevert aan het Ministerie, waarna het Ministerie dit zal voorleggen aan de Europese Commissie (DG Trade) met het verzoek dit te toetsen aan de WTO-regels. De export van Nederlandse paprika naar Canada bedroeg in 2009 nog 5.500 ton en in 2010 tot 21 juni 1.800 ton.

### Voedselveiligheid

Groenten en fruit zijn bij uitstek gezonde producten die absoluut veilig zijn. Door consumenten wordt het risico van residuen van gewasbeschermingsmiddelen veel te hoog ingeschat. Wetenschappers zien een ongebalanceerd dieet als grootste risico voor de gezondheid. Zij achten het risico van residuen van gewasbeschermingsmiddelen verwaarloosbaar tot klein. Frugi Venta-leden hebben in de afgelopen tien jaar vanwege eisen van de nationale en Europese supermarktformules fors geïnvesteerd in de preventieve monitoring op residuen om

overschrijdingen van MRL's te voorkomen. De werkzaamheden van Food Compass met inmiddels 320 deelnemers hebben hieraan een belangrijke bijdrage geleverd. Naar schatting worden jaarlijks door Food Compass en de handelsbedrijven in totaal circa 20.000 monsters geanalyseerd. De uitslagen worden opgeslagen in het Early Warning Response System (EWRS). Overschrijdingen worden aan alle deelnemers gemeld.

In 2010 zijn er in Nederland en andere EU-lidstaten overschrijdingen aangetroffen van het groeiremmingsmiddel chloormequat (CCC) op druiven uit India. Voor dit toegelaten middel in India bleek geen importtolerantie in de EU te bestaan. Door spoedoverleg met de betrokken importeurs, de nVWA en de Europese Commissie met steun van Freshfel en het PT is de schade beperkt gebleven. In de loop van 2010 en begin 2011 is er veel overleg geweest met de Indiase autoriteiten om herhaling in 2011 te voorkomen. Het doorlopen van de volledige procedure voor een EU-importtolerantie vergt twee à drie jaar. Door de genomen maatregelen in India zal CCC naar verwachting in 2011 niet meer boven de MRL worden aangetroffen.

In het najaar zijn er problemen geweest met Carnaubawas op mango en morpholine op appels en peren. Beide additieven vormen geen gevaar voor de volksgezondheid, maar waren niet opgenomen in de EU-additievenverordening. Leveranciers werd gevraagd om wel toegelaten alternatieven toe te passen. In deze kwesties hebben Food Compass/EWRS hun nuttige rol meer dan bewezen.

### Extra controle bij import uit derde landen

De importeurs zijn vanaf 25 januari 2010 geconfronteerd met extra bemonstering en analyses door de nVWA van hoog risicoproducten afkomstig uit enkele derde landen - onder andere Egypte en Thailand - aan de buitengrens van de EU (Verordening 669/2009). Frugi Venta heeft onder andere via vragen van Tweede Kamer leden aan de betrokken bewindslieden gepleit voor een meer risico gestuurde aanpak in plaats van ad random. Ook is gepleit voor uitbreiding van het aantal 'Aangewezen Punten van Binnenkomst' (APB's). Inschakeling van het KCB bij de monsternamen en analyses door particuliere laboratoria in plaats van de nVWA is voorlopig afgewezen. Importeren van onveilige producten is voor Frugi Venta ook uit den boze. Maar de starre aanpak van de nVWA doet geen recht aan de professionaliteit van de Nederlandse importeurs en hun afladers in de herkomstlanden. De verschillende interpretatie van de EU-verordening 669 in de diverse lidstaten heeft al geleid tot verschuivingen van handelsstromen.

## Transparantie

Frugi Venta heeft geen bezwaar tegen de openbaarmaking van de VWA-controleresultaten per product en per land van herkomst. De openbaarmaking van de controle-uitslagen op bedrijfsnaam is wel bezwaarlijk, omdat de gegevens ongeschikt zijn om er de voedselveiligheid tussen bedrijven, met name tussen winkelformules, mee te vergelijken. Op basis van deze ongeschikte gegevens worden individuele supermarkten door NGO's als Milieudefensie, Food Watch en Greenpeace onder druk gezet. Bij de consument wordt door de ongenuanceerde publicaties van bijvoorbeeld [www.weetwatjeeeet.nl](http://www.weetwatjeeeet.nl) de indruk gewekt dat zij met het eten van groenten en fruit een groot gezondheidsrisico lopen. Het tegendeel is waar. De druk van de NGO's op de supermarkten brengt hen ertoe om strenge bovenwettelijke residu-normen te stellen. De voedselveiligheid is hiermee niet gebaat. Wettelijke MRL's zijn 100 procent veilig. Na een uitzending van het televisieprogramma Radar op 1 november met Milieudefensie was de maat vol. De sector heeft via het PT de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport en de nVWA gevraagd om inhoudelijk te reageren op de onterechte beschuldigingen. Het misbruik van de openbaar gemaakte controlegegevens moet een halt worden toegeeroepen. Tevens heeft Frugi Venta staatssecretaris Bleker en de commissie voor Economische Zaken, Landbouw en Innovatie van de Tweede Kamer hierover geïnformeerd.

## Goed werkgeverschap

Frugi Venta streeft naar goed werkgeverschap in de sector. Daartoe wordt al tientallen jaren gewerkt met een CAO voor de primaire arbeidsvoorwaarden, een verplichte basispensioenregeling en een vut-regeling. In het afgelopen decennium zijn daaraan toegevoegd een opleidingsfonds i.c. AGF-Groothandelsfonds, het verzuimloket Remedium Agrarische Groothandel en een goedgekeurde Arbocatalogus. Het verslagjaar was op het gebied van arbeidsvoorwaarden bijzonder intensief. In december 2009 is de CAO AGF-Groothandel afgesloten tot en met 31 maart 2010. Naast een éénmalige uitkering van 1 procent over het jaarsalaris is de oprichting van het Mobiliteitscentrum AGF-Handel afgesproken. Het doel was om vakbekwame medewerkers, die als gevolg van de recessie boventallig waren geworden, voor de sector te behouden door bemiddeling, advies, opleidingstrajecten en begeleiding van werk naar werk. Alle werkgevers kunnen vacatures melden op de speciaal ingerichte website.

Het Mobiliteitscentrum was 1 juni 2010 volledig operationeel, dankzij de samenwerking met het Mobiliteitscentrum Glasuinbouw. De financiering is geregeld via het AGF-Groothandelsfonds. De werkwijze is gepresenteerd op de CAO-Klankbordbijeenkomst op 3 juni voor 70 HRM-managers uit de sector. Het gebruik van het Mobiliteitscentrum door werknemers en werkgevers in de AGF-Handel is tot heden onder de verwachting gebleven. De dienstverlening is vlekkeloos verlopen, echter de gevolgen van de recessie, met andere woorden het aantal boventallige medewerkers en reorganisaties in de sector is meegevallen. Als deze situatie niet verandert, zullen CAO-partijen in 2011 besluiten om het Mobiliteitscentrum weer op te heffen.

## CAO 2010/2011

In juli werd een nieuwe CAO afgesloten met een looptijd vanaf 1 april 2010 tot 1 juli 2011. Behalve een salarisverhoging van 1,3 procent per 1 september en een extra periodiek voor jeugdigen zijn er geen ingrijpende veranderingen doorgevoerd. Het onderzoek naar de chauffeursbeloning in onze CAO in vergelijking met het beroepsgoederenvervoer is afgerond. Conclusie: geen grote verschillen.

De CAO voor de vervroegde uitstroom van werknemers geboren voor 1 januari 1950 (55-plusregeling) is verlengd tot eind 2014. De vut-bijdrage is op 1 procent gehandhaafd.

## Pensioenregeling

Het besturen van een bedrijfstakpensioenfonds is in deze jaren een veeleisende zaak. Frugi Venta is mede verantwoordelijk voor de gang van zaken bij Bpf-AVH. Onder invloed van de sterk gedaalde rente is de contante waarde van de pensioenverplichtingen in de loop van 2010 bij Bpf-AVH sterk gestegen. Het gevolg was dat de dekkingsgraad van deze pensioenverplichtingen in augustus was gedaald naar een dieptepunt van 90 procent. Aan het eind van het kalenderjaar was de dekkingsgraad weer gestegen naar 99 procent. Het Bpf-AVH heeft in 2010 circa 7 procent rendement op het belegd vermogen ad € 607 miljoen gerealiseerd. Aangezien de vereiste dekkingsgraad volgens het bij de DNB ingediende Herstelplan eind 2010 108,7 procent had moeten bedragen, heeft het Bpf-AVH moeten besluiten om de opgebouwde pensioenaanspraken en ingegane pensioenuitkeringen per 1 januari 2011 niet te indexeren. De pensioenpremie (20 procent) en het pensioenopbouwpercentage (1,9 procent) bleven ongewijzigd. De lage dekkingsgraad is mede veroorzaakt door de gestegen levensverwachting. Dit kostte in 2010 8 procentpunten van de dekkingsgraad. Voor een solide financiële toekomst van het Bpf-AVH moeten er in 2011 door CAO-partijen keuzes worden gemaakt. Het Pensioenakkoord dat in juli 2010 is afgesloten



in de Stichting van de Arbeid zal hierbij het richtsnoer zijn. Uitgangspunt is bevrozing van de pensioenpremie voor werkgever en werknemer. De pensioenleeftijd gaat in 2020 waarschijnlijk omhoog naar 66 jaar. De pensioenuitkeringen zullen in de toekomst voor een deel minder goudgerand zijn dan nu. De CAO-Klankbordgroep van Frugi Venta zal medio 2011 worden geraadpleegd over de noodzakelijke aanpassingen in de basispensioenregeling vanaf 1 januari 2012.

### Eerlijk oogstwerk

Tuinbouwsectoren waar sprake is van arbeidsintensieve oogstwerkzaamheden worden al jarenlang gekenmerkt door incidenten met dubieuze arbeidsconstructies met medewerkers uit Polen, Bulgarije en Roemenië. Deze ondoorzichtige constructies zijn een bron van oneerlijke concurrentie tussen telers en bezorgen de tuinbouw een slecht imago. Het verschijnsel neemt jaarlijks toe. De hele keten heeft er last van. Het is in beginsel op basis van de EU-Dienstenrichtlijn mogelijk om arbeidskrachten in Nederland te laten werken die in dienst zijn van een buitenlandse werkgever. Maar dan dient een aantal wettelijke regels te worden nageleefd. Deze mogelijkheid wordt in de praktijk aangegrepen om via oneerlijke schijnconstructies financieel voordeel te behalen. De Arbeidsinspectie, de FIOD en de SIOD hebben deze constructies wel in het vizier, maar kunnen er weinig grip op krijgen. Bewijsvergaring is lastig.

In de paddenstoelensector is medio 2010 op initiatief van Limax, Banken Champignons, PrimeChamp en Lutèce, in samenwerking met Frugi Venta en LTO-Paddenstoelen een plan opgezet voor een vrijwillig keurmerk voor eerlijke oogst. Het keurmerk 'Fair Produce.nl' heeft als doel om in de paddenstoelenketen ondoorzichtige constructies met buitenlandse werknemers uit te bannen. Het keurmerk verbiedt ondernemers om arbeidskrachten aan het werk te hebben die via of door een buitenlandse intermediair salaris ontvangen. De organisatie van de arbeid bij de oogst van champignons moet transparant en volledig in overeenstemming zijn met de Nederlandse wet op het gebied van beloning, sociale zekerheid en huisvesting. Het verbiedt dus niet de inzet van buitenlandse werknemers. De ondernemer kan met uitzendorganisaties werken, mits zij in het bezit zijn van een NEN-4401 of NEN-4402 certificaat. Nederlandse retailers hebben belangstelling getoond voor het keurmerk, omdat zij van hun leveranciers garanties verlangen dat de Nederlandse regels zoals de Wet Minimum Loon, de arbeidstijdenwet en de huisvestingsnormen worden nageleefd. Zij hebben Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen hoog in het vaandel staan. De belangrijkste financier van tuinbouwbedrijven, de Rabobank, is in de praktijk eveneens geconfronteerd met de concurrentievervalsing. In januari 2011 zijn de initiatiefnemers en de werknemersorganisaties door

de Rabobank uitgenodigd voor de bespreking van het plan. De Stichting Fair Produce.nl zal een startsubsidie aanvragen bij het Productschap Tuinbouw en het arbeidsmarktfonds van Colland. De paddenstoelensector begint, maar de keurmerkopzet is ook geschikt voor andere producten.

### Mededinging

Frugi Venta streeft naar eerlijke concurrentieverhoudingen tussen de leden onderling en in de keten. De groenten- en fruitsector wordt gekenmerkt door vrije marktwerking. De prijsvorming komt tot stand op basis van vraag en aanbod op Europese en in veel gevallen op wereldschaal. Des te groter was de verbazing dat de NMa medio 2009 in Nederland en België een inval deed bij afzetorganisaties en handelsbedrijven. De aanleiding was een vermoeden van ongeoorloofde, onderlinge prijsafspraken bij de afzet van groenten en fruit in de eerste en tweede schakel van de keten. In 2009 en 2010 hebben de bezochte en andere marktpartijen uitgebreide vragenlijsten van de NMa ontvangen. Frugi Venta heeft in die periode gespecialiseerde mededingingsjuristen geraadpleegd over de te verwachten vervolgcacties. De Belgische mededingingsautoriteit heeft het onderzoek na ruim een half jaar, zonder aanklacht, beëindigd. Pas eind 2010 kwam de NMa met een nadere mededeling. Er is sprake van een vermoeden van een kartel in de paprikasector. Drie paprikatelersverenigingen hebben een rapport van de NMa ontvangen over de periode 2006 - 2009. De betrokken bedrijven vertegenwoordigen een groot aandeel in de productiewaarde van paprika's die in 2008 € 400 miljoen bedroeg. De bedrijven beraden zich op een reactie. In maart 2011 worden door de NMa hoorzittingen gepland. Daarna beslist de NMa of er inderdaad sprake is van een overtreding en welke sanctie wordt opgelegd.

### Margeonderzoek

In het jaarverslag over 2009 hebben wij ons ongenoegen geuit over het rapport dat NMa en LEI hebben gepubliceerd over de prijsvorming en de margeverdeling, onder andere in de groenten- en fruitsector. Het grote verschil tussen de winkelprijs en de opbrengstprijs voor de teler zou volgens NMa grotendeels worden veroorzaakt door de hoge kosten van de tussenhandel. NMa en daarna de Tweede Kamer hebben begin 2010 hoorzittingen over de conclusies in het rapport georganiseerd. Frugi Venta heeft daar een geheel andere margeverdeling, op basis van CBS-Statline, gepresenteerd.

Onze stellingname kreeg bij politici, andere marktpartijen en de media onvoldoende gehoor. Het bestuur heeft

daarom besloten om een onafhankelijk, wetenschappelijk onderzoek te laten uitvoeren naar de toegevoegde waarde van de groothandelsfunctie en de margeverdeling in de keten. De opdracht is verstrekt aan SEO Economisch Onderzoek, gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Het onderzoek is begeleid door een werkgroep bestaande uit Ron de Greeff, Kees Rijnhout, Pieter Vroegop en de beleidsmedewerkers Inge Ribbens en Leo Welschen.

Het rapport 'Van teelt tot schap, waardecreatie door de groothandel in groenten en fruit' verscheen in december en geeft inzicht in de kosten die worden gemaakt tussen teelt en schap. Er is gekeken naar de opbouw van de consumentenprijs. Conclusie is dat de supermarkt een groter deel van de consumentenprijs verklaart dan de groothandel. Openbare gegevens laten zien dat bijvoorbeeld voor rode paprika de brutomarge (de som van kosten en bedrijfsresultaat) van de supermarkt minstens vier keer hoger is dan de brutomarge van de groothandel. De brutomarge van de supermarkt op rode paprika kan oplopen tot 63 procent van de prijs die de consument betaalt. De rest komt terecht bij groothandel (7 procent), teler (24 procent) en B.T.W. (6 procent). Gekeken naar een bredere range van producten, blijkt dat de brutomarge van de groothandel als percentage van de omzetwaarde bij de groothandel tussen 13 en 17 procent ligt, voor de supermarkt ligt dit tussen 20 en 34 procent. Brutomarge is uiteraard nog geen winst. Retailers hebben de marge nodig om de hoge kosten voor distributie, promotie, uitaal en winkelschapruimte te bekostigen. De NMa heeft ons rapport ontvangen, maar een officiële reactie is tot op heden uitgebleven. De bevindingen van SEO kunnen mogelijk van nut zijn op de hoorzittingen over het vermoeden van een kartel in de paprikasector.

### Prijs- en markt-informatiesysteem appel en peer

Om het onderlinge vertrouwen tussen fruitteler en fruithandelaar bij hun ketensamenwerking te bevorderen, hebben de NFO en Frugi Venta een markt- en prijsinformatiesysteem opgezet voor Nederlandse appels en peren. Dit was één van de aanbevelingen uit het rapport dat de NFO naar aanleiding van de crisissituatie in de fruitafzet door Bureau Berenschot had laten opstellen. Sinds september 2010 ontvangen fruittelers en ongeveer 250 bij Frugi Venta aangesloten fruithandelaren wekelijks een digitaal weekbericht. Hierin worden minimum- en maximumprijzen en hoeveelheden voor de belangrijkste soorten appels en peren vermeld, die in de voorgaande week zijn verhandeld. De informatie wordt geleverd door afzetorganisaties en voldoende handelaren. AMI Agrarmarkt in Hamburg verwerkt de prijsgegevens en voorziet deze van commentaar. Het is een pilot van één jaar.

De kosten worden volledig gefinancierd door NFO en Frugi Venta. Het systeem is door AMI toegelicht op de jaarlijkse ledenbijeenkomst van het Comité Fruithandel in oktober. Op verzoek van het bestuur en enkele leden is door Loyens & Loeff een mededingingsrechtelijke toets uitgevoerd. De vraag was of deze uitwisseling van prijsinformatie niet in strijd zou zijn met het Nederlandse en Europese kartelverbod. Na ontvangst van het juridisch oordeel hebben NFO en Frugi Venta het prijsbericht op ondergeschikte punten aangepast. Met name de fruittelers zijn tevreden over deze dienstverlening. Bij Frugi Venta-leden begint na enige aarzeling ook de waardering te groeien. Medio 2011 wordt besloten of en zo ja hoe en tegen welke individuele vergoeding het weekbericht kan worden voortgezet in het seizoen 2011/2012.

### Nationale strategie voor GMO

De eerlijke concurrentieverhoudingen tussen de ketenschakels staan al jarenlang onder grote druk door de GMO-subsidies voor erkende telersverenigingen. De GMO-regeling is in de EU tot en met 2013 een politiek gegeven. Jaarlijks ontvangen de Nederlandse telersverenigingen circa € 100 miljoen subsidie uit Brussel voor hun operationele programma's. Frugi Venta is van mening dat het GMO-geld voor een belangrijk deel niet wordt besteed aan het doel waarvoor het is bestemd, namelijk de versterking van de marktpositie van producenten ten opzichte van de internationale retail door samenwerking in de keten en promotie van afzet van groenten en fruit. De GMO-subsidies worden hoofdzakelijk gebruikt voor investeringen in gebouwen, sorteer- en verpakkingsinstallaties, koelcellen en andere logistieke hulpmiddelen om de efficiëntie te verbeteren en de kostprijs te verlagen. Dezelfde investeringen worden door handelsbedrijven zonder GMO-subsidie verricht. DPA, ITO, NFO en Frugi Venta hebben in 2010 onder leiding van de afdeling Medebewind van het Productschap Tuinbouw langdurig overleg gevoerd over bijsturing van de operationele programma's door aanpassing van de 'Nationale Strategie' die door het ministerie van LNV in Brussel ter goedkeuring wordt ingediend. Het voorstel was om af te spreken dat tenminste 10 procent van de GMO-subsidies - dus een totaalbudget van € 20 miljoen, inclusief de eigen bijdrage van de telers - zou worden besteed aan marketing, promotie, productinnovatie en ketensamenwerking. Deze intentieverklaring was voor DPA, de koepelvereniging van vijftien telersverenigingen, toen niet aanvaardbaar. De DPA-leden hebben begin 2011 een onderling convenant getekend, dat zij gezamenlijk 10 procent van de GMO-gelden besteden aan promotie, innovatie en samenwerking. Het Ministerie heeft hierna besloten om de Nationale Strategie in 2011 ongewijzigd te verlengen. In het voorjaar van 2011 staat de bijstelling van de Nationale Strategie vanaf 2012 weer op de agenda.

## Verpakkingenbelasting

Frugi Venta en DPA hebben met het ministerie van Financiën in 2009 overeenstemming bereikt over een Algemene Maatregel van Bestuur voor de uitvoering van de Verpakkingenbelasting in de groenten- en fruitsector. Deze is pas per 23 december 2009 gepubliceerd en met terugwerkende kracht vanaf 1 januari 2008 ingevoerd. Frugi Venta heeft de AMvB toegelicht in een praktische handleiding, die ruim is verspreid in de sector. In 2010 zijn er bij de erkende telersverenigingen en bij handelsbedrijven die meer dan 72 procent van hun omzet in het buitenland afzetten, bezwaren gerezen tegen de AMvB. Daarnaast bestaan er veel weerstanden en irritaties bij het bedrijfsleven over de Verpakkingenbelasting in het algemeen. Na diverse bijeenkomsten met belanghebbende leden, hebben wij, samen met DPA, het overleg met de Belastingdienst en het ministerie van Financiën heropend. Doel: aanpassing van de AMvB. Intussen gloort er hoop dat het Kabinet zal voorstellen om in het kader van de vereenvoudiging van belastingheffingen, de Verpakkingenbelasting vanaf 2012 af te schaffen of te vervangen door een heffing die minder administratieve lasten met zich meebrengt.

## Toekomstgerichte winkelformule

De concurrentiepositie van de agf-specialzaken is zwak. Frugi Venta heeft in samenwerking met vier binnenlandse groothandelaren een project opgezet om een innovatieve winkelformule voor de agf-specialist te ontwikkelen. Het Productschap Tuinbouw heeft € 55.000 subsidie verleend. Frugi Venta heeft € 30.000 bijgedragen uit haar Innovatiefonds. De resterende ontwikkelingskosten en de exploitatie van een pilotwinkel worden door de vier groothandelaren gefinancierd. Projectleider is de heer T. den Hertog van Q-Point B.V. In 2011 zal met enige vertraging de eerste pilotwinkel worden geopend. De eerste winkels worden in eigen beheer door de groothandel geëxploiteerd. Als de formule succesvol is, wordt gestreefd naar 100 tot 150 verkooppunten op franchisebasis.

## De organisatie

In 2010 zijn twee Algemene Ledenvergaderingen georganiseerd. Op 25 maart in de Efteling te Kaatsheuvel stond de vergadering in het teken van innovatieve marketing met inleidingen van Dirk Duijzer, directeur Food en Agri van de Rabobank en Paul Beck, directeur Floriade 2012. Op deze ALV viel ook het startschot voor de Arbeidsmarkt imagocampagne It's Alive van het PT. Het was de laatste jaarvergadering

van voorzitter Wim Tacken, die na drie jaar deze functie op buitengewoon kundige wijze te hebben vervuld, geen nieuwe termijn meer ambieerde. Zijn functie is tot de ledenvergadering op 17 juni in Rotterdam waargenomen door vicevoorzitter Ron de Greeff. Op deze extra ledenvergadering is op voordracht van het bestuur met algemene stemmen Cees den Hollander tot voorzitter gekozen. Daarnaast is op deze ledenvergadering de wijziging van artikel 22 in de statuten betreffende de inkomsten van de vereniging goedgekeurd. De vergadering werd afgesloten met twee presentaties van Dutch Greenport International en van het GroentenFruit Bureau. De samenstelling van het bestuur en de bezetting van het bureau bleven in 2010 ongewijzigd. Zie pagina 66 voor het overzicht.

## Ontwikkeling ledenbestand en representativiteit

Het aantal leden is in 2010 netto met vijf gestegen tot 422. In vergelijking met de oprichting van Frugi Venta eind 2000 is het aantal leden met 202 ofwel 32 procent gedaald. Bij de oprichting van Frugi Venta was een aantal bedrijven nog lid van meerdere organisaties. Een aantal handelsconglomeraten besloot om lidmaatschappen van dochterondernemingen te beëindigen. In 2010 is hiervoor een groepscontributieregeling ingevoerd. De representativiteit van Frugi Venta heeft er niet onder geleden. De 422 leden vertegenwoordigden in 2009 gezamenlijk een groothandelssomzet van € 9.548 miljoen ofwel 78,3 procent van de landelijke omzet zoals geregistreerd bij het HBAG groenten en fruit. Eind 2000 bedroeg de organisatiegraad 75 procent.

## Collectieve inkoopcontracten

Door middel van collectieve inkoopcontracten met Zilveren Kruis Achmea, Atradius, Eneco, Galaxy en diverse brandstofleveranciers kunnen wij de leden al jarenlang belangrijke financiële voordelen bieden bij de inkoop van verzekeringen, elektriciteit en gas, mobiele en vaste telecomdiensten (Frugi Tel) en dieselolie. De belangstelling van de leden voor deze dienstverlening is verder toegenomen. Nieuw in 2010 was de oprichting van een Schadeverzekeringdienst, in samenwerking met Meeüs en een vernieuwde opzet van de branchepolis overeenkomst met Atradius.

## Productschap Tuinbouw en HBAG

De politieke verschuivingen na de vervroegde verkiezingen voor de Tweede Kamer zijn mede de oorzaak dat de toekomst van de product- en bedrijfschappen weer hoog op de agenda staat. In de gewijzigde Wet op de Publiekrechtelijke Bedrijfsorganisatie was al opgenomen dat het bedrijfsleven zich eens in de vier jaar via een draagvlaktoets zou kunnen uitspreken over de voortzetting van de schappen. Het Productschap Tuinbouw en het HBAG willen deze

	2000	2006	2007	2008	2009	2010
Aantal Frugi Venta-leden per 31/12	624	471	457	443	417	422
Gezamenlijke omzet (in mln euro)	€ 6.525	€ 8.816	€ 9.667	€ 9.628	€ 9.547	N.B
In % van de landelijke omzet	75%	77,9%	78,6%	77,3%	78,25%	N.B

Omzet in mln euro	Totaal aantal geregistreerde groothandelsbedrijven*		Frugi Venta leden		
	Aantal per 1-1-11	Omzet 2009	Aantal per 1-1-11	Omzet 2009	Representativiteit op basis van omzet
tot € 0,5 mln	690	€ 61 mln	55	€ 8 mln	13%
€ 0,5 tot € 2,5 mln	342	€ 433 mln	80	€ 111 mln	26%
€ 2,5 tot € 5 mln	138	€ 504 mln	69	€ 261 mln	52%
€ 5 tot € 7,5 mln	64	€ 383 mln	38	€ 232 mln	61%
€ 7,5 tot € 10 mln	27	€ 232 mln	19	€ 163 mln	70%
€ 10 tot € 12,5 mln	39	€ 433 mln	21	€ 232 mln	54%
€ 12,5 tot € 25 mln	79	€ 1.451 mln	59	€ 1.084 mln	75%
€ 25 tot € 50 mln	35	€ 1.257 mln	25	€ 910 mln	72%
boven € 50 mln	65	€ 7.449 mln	56	€ 6.547 mln	88%
<b>Totaal</b>	<b>1.479</b>	<b>€ 12.203 mln</b>	<b>422</b>	<b>€ 9.548 mln</b>	<b>78%</b>

\* Bron: HBAG groenten en fruit

draagvlaktoets in het laatste kwartaal van 2011 organiseren.

Frugi Venta heeft in 2010 meegewerkt aan de opstelling van de Toekomstagenda voor het PT.

De Sectorcommissie Groenten en Fruit beslist over de besteding van de heffingsgelden. In totaal wordt jaarlijks € 12 miljoen PT-heffing door de groenten- en fruitsector opgebracht. Het aandeel van de handel bedraagt hierin ruim € 2,9 miljoen. Op verzoek van Frugi Venta investeert het PT onder andere in marktonderzoek, promotie, arbeidsmarktplannen, elektronische gegevensuitwisseling (Frug I Com), voedselveiligheid (Food Compass) en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (CO<sub>2</sub>-footprint).

Frugi Venta waardeert de belangrijke rol van het Productschap en HBAG bij onze belangenbehartiging voor de leden. Zonder de steun van het PT en HBAG zou Frugi Venta over

een groter apparaat moeten beschikken en dus met een hogere uitgavenbegroting moeten werken om dezelfde taken te kunnen uitvoeren. Ter illustratie van de bijdrage van het PT aan onze werkzaamheden geven wij een overzicht van de projecten die het PT in 2010 financieel mede mogelijk heeft gemaakt. Wij vertrouwen erop dat de politiek een zorgvuldige procedure zal volgen bij de beoordeling van de voor- en nadelen van het voortbestaan van de PBO. Vooraf moeten de ondernemers de gelegenheid krijgen om hun oordeel over de schappen uit te spreken. Frugi Venta zal voorafgaand aan de draagvlaktoets uitgebreid met de leden communiceren over de betekenis van het PT en HBAG voor de sector.

## Financiële bijdragen van het Productschap Tuinbouw aan projecten in 2010

### Op aanvraag van Frugi Venta

Fresh Corridor	€	50.000
Frug I Com	€	360.000
Ontwikkeling winkelformule	€	55.000
CO <sub>2</sub> -footprint (rekentool)	€	36.000
Procedure antidumpingmaatregel Canada	€	75.000
Monitoring Afrikaanse fruitmot (paprika)	€	150.000
Promotiefonds ui (GFB)	€	162.000
Stichting Afzetbevordering Ui	€	52.500
Project elektronisch factureren	€	25.000
Risk Plaza (eenmalig)	€	50.000

---

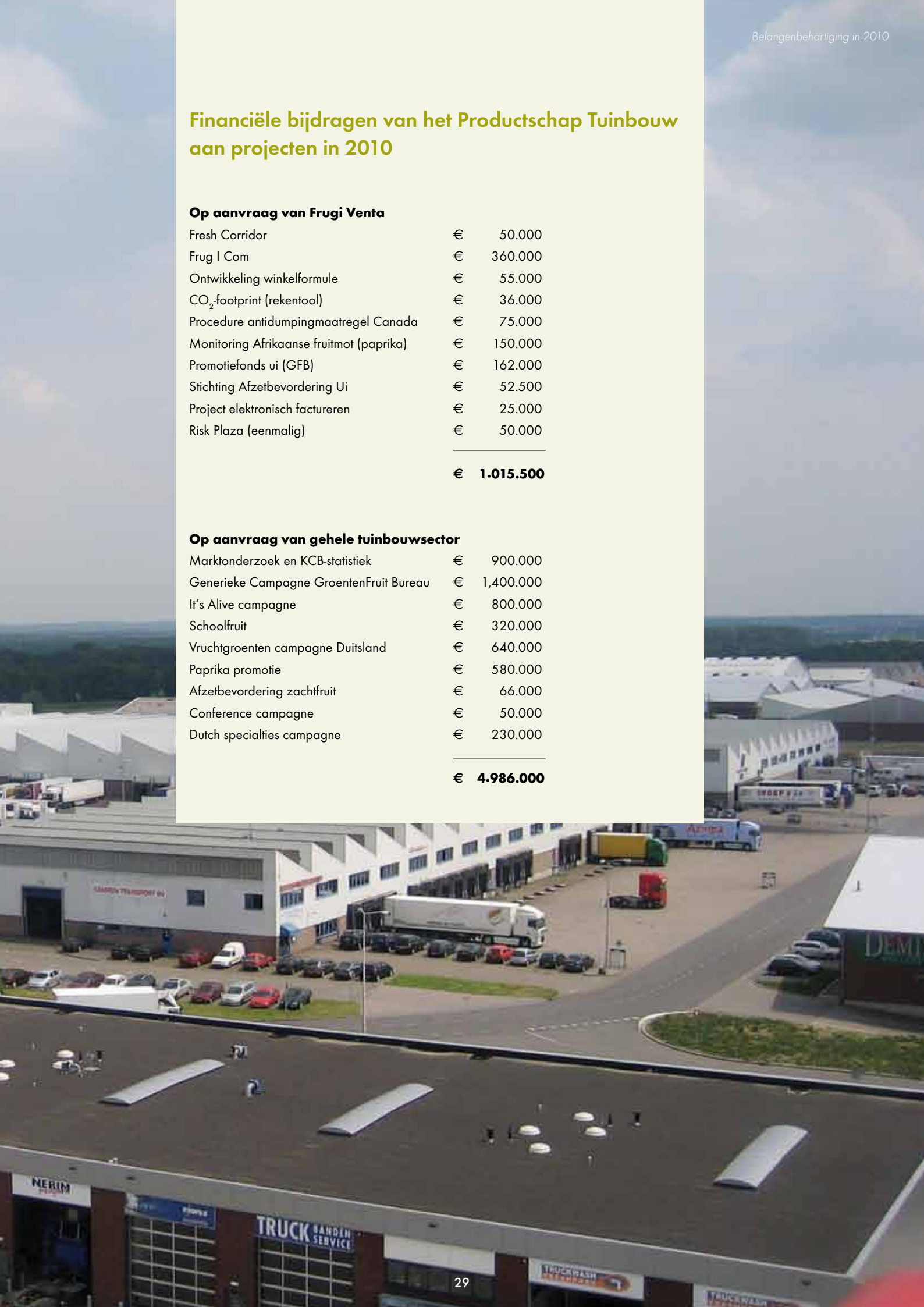
**€ 1.015.500**

### Op aanvraag van gehele tuinbouwsector

Marktonderzoek en KCB-statistiek	€	900.000
Generieke Campagne GroentenFruit Bureau	€	1,400.000
It's Alive campagne	€	800.000
Schoolfruit	€	320.000
Vruchtgroenten campagne Duitsland	€	640.000
Paprika promotie	€	580.000
Afzetbevordering zachtfruit	€	66.000
Conference campagne	€	50.000
Dutch specialties campagne	€	230.000

---

**€ 4.986.000**





## Representation in 2010

**The 'Healthy Trade' 2009 - 2011 Policy Plan is the guiding principle for the activities serving the interests of our 422 members. The main task of the Executive Board is to prevent or break down international trade barriers. This section provides a global overview of the lobbying activities and the results achieved.**

In 2010 the trade in fruit and vegetables with countries outside the EU experienced a major increase in the number of phytosanitary trade barriers. The main export countries that this involved were Russia (all products), the USA (sweet peppers, peppers and tomatoes) and Indonesia (onions). Export to China has never been permitted due to phytosanitary regulations.

### Trade barriers

At the beginning of 2010 the export ban on sweet peppers and peppers to the USA was lifted. However, the ban since 1 February 2010 on the export of tomatoes to the USA remained in place due to the discovery of Tuta Absoluta (leafminer). On 13 May all EU member states were declared infected areas. The Canadian government imposed an import duty of 95 percent on the import of sweet pepper from the Netherlands. Canadian sweet pepper growers accused Dutch exporters of dumping practices during the period from 1 January 2007 up to and including 31 March 2010. Frugi Venta appealed against this in conjunction with DPA and LTO Glaskracht. Unfortunately, to no avail, the import duty was increased to 193 percent for the next five years.

### Food safety

Fruit and vegetables are absolutely safe. Scientists believe that an imbalanced diet represents the greatest risk to health. In the autumn there were problems with Carnauba wax on mango and morpholine on apples and pears. Both additives do not present a danger to public health but were not included in the EU regulation on food additives. Since 25 January 2010 importers have been faced with additional sampling and analyses at EU border crossings by nVWA on high-risk products originating from a number of third countries, including Egypt and Thailand (Regulation 669/2009). Amongst other things, Frugi Venta lobbied the relevant ministers via questions from members of the Lower Chamber for a more risk-driven approach to be adopted rather than an ad random approach.

### Good employer practices

In December 2009 the CAO AGF-Groothandel [collective labour agreement for the vegetable and fruit wholesale sector] was

concluded for the period up to and including 31 March 2010. In July, a new CAO was concluded for the period from 1 April 2010 up to 1 July 2011. Apart from a salary increase of 1.3 percent on 1 September and an additional increment for young workers, no major changes were implemented. Limax, Banken Champignons, PrimeChamp and Lutèce have worked with Frugi Venta and LTO-Paddenstoelen to establish a plan for a voluntary hallmark for fair produce. The aim of the 'Fair Produce.nl' hallmark is to banish non-transparent arrangements with foreign workers in the mushroom chain.

### Competition

The Executive Board of Frugi Venta arranged for an independent, scientific study to be undertaken into the added value of the wholesale function and the margin distribution in the chain. The report, entitled 'Van teelt tot schap, waardecreatie door de groothandel in groenten en fruit' [From cultivation to shelf; value creation by the fruit and vegetable wholesale trade] was published in December and provides insight into the costs incurred between cultivation and shelf. The conclusion is that the supermarket accounts for a larger share of the consumer price than the wholesaler. NFO and Frugi Venta have established a market and price information system for Dutch apples and pears. Each week since September 2010 the fruit growers and approximately 250 Frugi Venta affiliated fruit traders have been receiving a digital weekly update. This contains the minimum and maximum prices and volumes for the more important types of apples and pears that were traded in the preceding week.

### Changes to legislation

Frugi Venta believes that a large amount of GMO funds are not spent on the purpose for which they are intended: strengthening the market position of producers with regard to international retail through collaboration in the chain and promoting the sale of fruit and vegetables. In 2010, under the leadership of the Horticultural Commodity Board Co-administration Department, the DPA, EL&I, NFO and Frugi Venta undertook a lengthy consultation regarding adjustment of the operational programmes by amending the 'National Strategy' which was to be submitted to Brussels by the Ministry for Agriculture, Nature and Food Quality (LNV) for approval. In addition to this, there is much resistance and irritation in the business community about the Packaging Tax. Following various meetings with the members concerned, Frugi Venta and DPA re-opened dialogue with the Tax Authority and the Ministry of Finance. Aim: to amend the General Administrative Order (AMvB).





### **Collective purchasing contracts**

*In 2010 the number of members increased by five to a net number of 422. Compared with the establishment of Frugi Venta at the end of 2000, the number of members has dropped by 202 or 32 percent. Frugi Venta's representation has not suffered as a result of this and in 2010 this amounted to 78 percent of national sales.*

*With collective purchasing contracts with Zilveren Kruis Achmea, Atradius, Eneco, Galaxy and various fuel suppliers, Frugi Venta has for many years been offering members major financial benefits for the purchase of insurance, electricity, gas, mobile and landline telecom services (Frugi Tel) and diesel.*

*In 2010, Frugi Venta collaborated on the establishment of the Future Agenda for the Product Board (PT).*

*The Fruit and Vegetable Sector Committee will be deciding on how to spend the levies. Each year a total of € 12 million of PT levies are raised by the fruit and vegetable sector. The share of the trade in this amounts to in excess of € 2.9 million. Without the support of the PT and HBAG (the Agricultural Wholesale Trade Council), Frugi Venta would have to employ more people in order to be able to perform the same tasks.*





*Marius Varekamp,  
eerste voorzitter Frugi Venta*



# “Frugi Venta staat op de kaart bij de Haagse politiek”

Na de oprichting van Frugi Venta, ruim tien jaar geleden, ontbrak een sterke voorzitter met goede lijnen richting politiek. Dat werd Marius Varekamp, destijds tevens voorzitter van aardappelorganisatie NAO en lid van de Eerste Kamer. “De belangenbehartiging was versnipperd. Het was tijd voor een herkenbare organisatie”, zegt Marius Varekamp.

De keuze voor Marius Varekamp als voorzitter was een heel strategische keuze en niet alleen vanwege politieke redenen. “Enkele bestuursleden hadden op termijn een fusie tussen Frugi Venta en de NAO voor ogen. Een gezamenlijke voorzitter zou het begin kunnen zijn”, zegt Marius Varekamp. Hij vindt het echter ook begrijpelijk dat het nooit zo ver is gekomen aangezien de ketens van de aardappelhandel en van de handel in groenten en fruit, totaal verschillend zijn in zowel productie als handel.

## Completeren

De discussies over wat publiek georganiseerd zou moeten worden en wat privaat, staan Marius Varekamp nog helder voor de geest. “Waar vroeger nog een belangrijker rol was weggelegd voor het Bedrijfschap, is het nu de private organisatie die meer op de voorgrond treedt”, zegt Varekamp. “En daar ben ik het helemaal mee eens. Een bedrijfschap heeft een belangrijke rol om te faciliteren en te completeren. Ik vraag me wel af of het

intensieve toezicht van de SER op de bedrijven niet overdone is. Als er geen publiekrechtelijke organisaties zouden bestaan, die het recht hebben om heffingen op te leggen en te innen, zou het in veel gevallen heel moeilijk worden om een aantal zaken collectief te regelen. Het draagt er bovendien toe bij dat ook de ‘free riders’ een bijdrage leveren aan ontwikkelingen voor het algemeen belang.

## Positief

Met het oog op de politieke discussie met betrekking tot het voortbestaan van de Product- en Bedrijfschappen, roept Marius Varekamp de achterban van Frugi Venta op positief te reageren op de draagvlaktoets zodra die gaat plaatsvinden. “Je moet als ondernemer goed weten wat je gaat missen als je zulke organisaties over boord gooit.”

Marius Varekamp meent dat Frugi Venta er in is geslaagd zichzelf als organisatie op de kaart te zetten bij de Haagse politiek. Directeur Willem Baljeu heeft daarin zeker een grote rol

gespeeld. “Dat is belangrijk voor het belang van de sector. Je ziet een soortgelijke ontwikkeling bij de Greenports. Met de aanstelling van Loek Hermans heeft de Greenport een spreekbuis naar de politiek.”

## Open wereld

Richting toekomst ziet Marius Varekamp een aantal onderwerpen dat van belang is voor onze sector. “Schaalvergroting zal blijven toenemen, daarnaast zal er steeds meer aandacht zijn voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en de CO<sub>2</sub>-footprint. Je ziet verder dat de infrastructuur van Nederland te klein is voor de economie die we hebben. Dat levert spanning op. Het transport van vers product heeft belang bij een goede doorstroom van goederen. Het is goed dat op dit gebied initiatieven worden ontwikkeld. Daarnaast spelen internationale ontwikkelingen en ontstaan regelmatig problemen op fytosanitair gebied. Dat zou niet meer mogelijk moeten zijn in een wereld die zo open is als deze, maar het wordt nog altijd gebruikt als handelswapen. Dit brengt een grote onberekenbaarheid mee voor bedrijven en zal continu aandacht vergen van Frugi Venta.” ■

## Sector heeft MVO Platform opgericht

In 2010 zijn de voorbereidingen getroffen voor het oprichten van een MVO Platform met vertegenwoordigers vanuit verschillende deelsectoren in de tuinbouw.

Gezamenlijk monitoren zij ontwikkelingen op het gebied van MVO in markt en maatschappij waar de sector op in kan of moet spelen. Het uitdragen van duurzame ontwikkelingen in de tuinbouw naar markt en maatschappij is een belangrijke taak van het platform. Onderdeel daarvan is het uitbrengen van een jaarlijks internationaal MVO-ketenverslag. In 2010 is een eerste ketenverslag uitgebracht. Dit is op te vragen bij het secretariaat van Frugi Venta







Marius Varekamp, Frugi Venta's first chairman:

## "Frugi Venta on the map in Dutch politics"

**After the establishment of Frugi Venta just over ten years ago, all that was missing was a powerful chairman with good political contacts. Frugi Venta found what it needed in Marius Varekamp.**

Marius Varekamp still clearly remembers the discussions about what should be organised publicly and what privately. "If there were no statutory trade organisations entitled to impose and collect levies it would in many cases be very difficult to organise various things collectively."

### Positive

When asked about the political discussion relating to the continuing existence of the product and industrial boards, Marius Varekamp answers: "Entrepreneurs should fully realise what they would miss if such organisations were to be abolished. That's something that should be given a lot of thought."

Marius Varekamp is of the opinion that Frugi Venta has succeeded in placing itself on the map in Dutch politics. The organisation's director Willem Baljeu certainly played an important role in achieving that aim.

As far as the future is concerned, Mr Varekamp refers to a number of issues that will be important for our sector, such as socially responsible entrepreneurship, our CO<sub>2</sub> footprint, logistics, international developments and phytosanitary requirements. Phytosanitary and trade barriers in particular imply a high degree of uncertainty for companies and will demand Frugi Venta's continuous attention."

### Platform

In 2010 the Dutch horticultural sector introduced a Socially Responsible Entrepreneurship Platform with representatives of the various horticultural subsectors. One of those representatives is Frugi Venta. The platform's main task is to communicate sustainable horticultural developments to the market and society at large. ■



*Michel Jansen,  
directeur Total Produce BV*



# “Frugi Venta is misschien wel meer geworden dan we verwachtten”

**Michel Jansen, directeur bij Total Produce BV, kan zich de discussies over een fusie tussen de drie belangenorganisaties nog levendig voor de geest halen. “Als importeurs waren we wel bang voor conflicterende belangen. De praktijk heeft echter uitgewezen dat daar totaal geen sprake van is.”**

Terugkijkend merkt Michel Jansen op dat de vorming van Frugi Venta een hele goede stap is geweest. “Nu is er één loket. We zijn er in geslaagd om als sector een vuist te maken bij de Nederlandse overheid en in Brussel. Ook kan Frugi Venta haar leden nu breder informeren en is het mogelijk initiatieven te ontplooiën die met afzonderlijke organisaties waarschijnlijk niet van de grond waren gekomen.” Hij doelt daarbij op projecten als Frug I Com, Food Compass en Fresh Corridor. “De activiteiten die Frugi Venta heeft opgepakt, zijn niet alleen goed voor de leden, maar voor de hele sector.

## Sector verder helpen

Als oud-bestuurslid, weet Frugi Venta Michel Jansen nog altijd te vinden en waardeert zijn visie. Michel Jansen is van mening dat het voor Frugi Venta belangrijk is om de inbreng van leden te blijven verbreden en ook nieuwe mensen te interesseren voor een actieve rol binnen de organisatie. Tegenwoordig is hij betrokken bij Fresh Corridor, het project dat een brug slaat voor Synchronodaal vervoer, een combinatie van transport via weg, water en spoor. “Als vereniging kunnen we er trots op zijn dat we

een project hebben geïnitieerd waar zoveel partijen aan mee doen zoals provincie, overheid, rederijen, terminals en groenten- en fruithandelsbedrijven. Hier gaan zaken uitkomen waar we de sector verder mee gaan helpen. Je merkt in discussies dat het een atypisch project is. Niet alleen voor ons als handelsbedrijven maar ook voor de bedrijven in de logistieke sector. Normaal gesproken hebben zij alleen contact met scheepvaartmaatschappijen of terminals, nu ook met verladers. Dat werpt een ander licht op de zaak.”

## Nieuwe markten

Als importbedrijf is Total Produce, evenals collega-importeurs, gebaat bij het openen van nieuwe markten. Michel Jansen ziet zeker een taak voor Frugi Venta als dit op overheidsniveau moet worden geforceerd. Dit is bijvoorbeeld het geval met China. In 2010 heeft Frugi Venta verder gewerkt aan de Pest Residue Analysis (PRA). Ook zijn voorbereidingen getroffen om een Chinese delegatie uit te nodigen zodat zij met eigen ogen kunnen zien hoe hoog de Nederlandse standaards zijn voor kwaliteit, voedselveiligheid en fytosanitaire zaken.



## Toelating

Een probleem dat in 2010 ineens uit de lucht kwam vallen was de aanwezigheid van CCC op druiven uit India. Hiervoor is geen toelating aangevraagd omdat daar nooit aanleiding toe was. Probleem met CCC is dat het lange tijd in de plant aanwezig blijft. De procedure voor toelating neemt minstens zo veel tijd in beslag. Gevolg was echter dat Duitse supermarkten druiven uit India massaal in de ban deden. "Als bedrijf word je hier ineens mee geconfronteerd. Individueel kan je geen gewicht in de schaal leggen. Dankzij bundeling kan je veel meer voor elkaar krijgen." Desondanks slaagt ook het collectief er niet in om altijd op heel korte termijn een oplossing te bereiken. In nauwe samenwerking met het Productschap Tuinbouw heeft Frugi Venta er wel alles aan gedaan om de schade voor bedrijven zoveel mogelijk te beperken. Begin 2011 is een delegatie afgereisd naar India om samen met Indiase overheden tot een oplossing te komen.

Voor de toekomst voorziet Michel Jansen dat de mondiale vraag verder zal groeien. "Exporteurs zoeken alternatieven en vinden die ook. In een aantal ontwikkelende markten zal de vraag naar groenten en fruit toenemen. Voor een aantal producten zal dit leiden tot een betere balans waardoor prijzen hoger of stabielere zullen worden. Dan heb ik het over overzeese import", besluit Michel Jansen. ■

## Frug I Com Service Packs geïntroduceerd

In de tweede helft van mei introduceerde Frug I Com in samenwerking met GS1 Nederland twee Service Packs. Hiermee konden ondernemers snel en afgestemd op de eigen situatie aan de slag met het gebruik en de implementatie van informatiestandaards.

De Service Packs bestaan uit wereldwijde informatiestandaards van GS1 en sectorspecifieke dienstverlening van Frug I Com. Retailers als Aldi en Lidl eisen betrouwbare informatie in de vorm van identificatie van de teler of verwerker via GLN-coderingen. Ook andere grote Europese retailconcerns eisen steeds meer informatie over product, herkomst en logistiek. Het volgen van GlobalGAP normen vraagt eveneens het gebruik van standaards om betrouwbare informatie te kunnen leveren. Raadpleeg [www.frugicom.nl](http://www.frugicom.nl) voor meer informatie over Frug I Com.



## **"Frugi Venta may have become more than we ever expected"**

**Michel Jansen, director of Total Produce, still vividly remembers the merger discussions. "As importers we were afraid of conflicting interests. But nothing like that actually happened in practice."**

Looking back, Michel Jansen concludes that the establishment of Frugi Venta was an excellent move. "Now we have a single contact point, Frugi Venta is able to provide wider information to its members, and initiatives can be developed that individual organisations would most probably never get started by themselves."

### **Help the sector**

Frugi Venta's corporate staff members still regularly consult their former board member Michel Jansen and appreciate his opinions. Michel Jansen believes that it is important for Frugi Venta to continue its efforts to solicit more input from its members and to try and interest new people in an active role within the organisation. He himself is nowadays involved in Fresh Corridor. Like other import companies, Total Produce will benefit from the opening of new markets. Michel Jansen is convinced there is a task here for Frugi Venta if this should have to be enforced on a government level. A case in point is China. In 2010 Frugi Venta continued its work on Pest Residue Analysis (PRA) for Conference pears and other fruit.

### **Approval**

An unforeseen problem in 2010 was the presence of CCC on grapes from India. "As an individual company you carry no weight, but a collective can take action in such cases." Michel Jansen believes that global demand will continue to grow in the future. "In some developing markets the demand for fruit and vegetables will increase."

### **Frug I Com Service Packs introduced**

In the second half of May, Frug I Com and GS1 Nederland introduced two Service Packs with which entrepreneurs can quickly start using and implementing information standards on the basis of their own specific situation. ■





Jan de Groot,  
C. de Groot & Zn. BV



# “Vroeger was de saamhorigheid groot”

**Jan de Groot van groothandel C. de Groot & Zn BV uit Barendrecht is één van de Frugi Venta bestuursleden van het eerste uur. Sinds hij geen bestuurslid meer is, ervaart hij een grotere afstand tussen de organisatie en de leden. Daarmee onderschrijft hij het nut van een actieve rol binnen een organisatie.**

Over het algemeen kijken we liever vooruit dan terug. Voor deze keer, in het kader van tien jaar Frugi Venta en de ontwikkelingen die daartoe hebben geleid, is het geoorloofd ook even terug te kijken. “Vroeger had je de koopliedenverenigingen. Je zat met 50-60 man in de afmijnzaal, had allemaal de neuzen dezelfde kant op en streed tegen een gezamenlijke ‘tegenstander’ de veiling en meer nog het Centraal Bureau van Tuinbouwveilingen”, zegt Jan de Groot. “Nu je elkaar niet meer dagelijks ziet in de veilingbanken is het contact minder geworden. De afstand tussen organisatie en leden is voor mensen die niet actief betrokken zijn in een bestuur, comité of werkgroep groter dan voor hen die daar wel toe behoren.”

## Advies

Jan de Groot was bestuurslid in het eerste bestuur van Frugi Venta. Daarvoor maakte hij deel uit van het VGT-bestuur. Bij de oprichting van Frugi Venta zijn een aantal Comités opgericht om er zo voor te zorgen dat iedere specifieke doelgroep binnen Frugi Venta een overlegorgaan heeft dat in contact staat met de achterban en indien gewenst een advies kan uitbrengen aan het bestuur van Frugi Venta. “We hebben er destijds over gesproken om een commissie Nederlandse Veilingen te maken. Je ziet nu

dat het totale landschap is veranderd en dat een dergelijke commissie geen functie zou hebben.”

## Collectieve afspraken

Hoewel voordelen die kunnen worden behaald dankzij collectieve contracten en mantelovereenkomsten van Frugi Venta en dienstverleners volgens Jan de Groot zeker niet de enige redenen zouden moeten zijn voor een bedrijf om lid te worden van Frugi Venta, vindt hij het zeker goed dat ze er zijn. “Iedereen die een beetje kan rekenen, kan uitrekenen dat de contributie uiteindelijk weinig kost als je gebruik maakt van een aantal van deze collectieve overeenkomsten.” Frugi Venta heeft afspraken met onder andere verzekeraars, aanbieders van energie, telefonie en brandstof.

Kijkend naar de toekomst, is Jan de Groot van mening dat Frugi Venta goed de balans in de gaten moet houden tussen de hoogte van de contributie en de diensten die hiervoor worden geleverd. “Met name grote bedrijven krijgen meer mensen in dienst die zelf over specialistische kennis beschikken bijvoorbeeld met betrekking tot Arbo, kwaliteit of juridische zaken. Maar er blijven altijd genoeg problemen om op te lossen.”



## Contributieregeling

De balans tussen de hoogte van de contributie en de geleverde diensten, heeft uiteraard de aandacht van Frugi Venta en het bestuur. In 2010 werd een nieuwe groepscontributieregeling van kracht. Deze is speciaal in het leven geroepen omdat er steeds meer conglomeraten van bedrijven ontstaan. Op die manier kan Frugi Venta alle bedrijven van de benodigde informatie voorzien en wordt voorkomen dat binnen één groep van bedrijven voor een aantal zaken dubbel wordt betaald. De contributieregeling voor conglomeraten werd goedgekeurd tijdens de extra ledenvergadering in juni 2010. ■

## Commissies, Comités en netwerkgroepen

**Een van de doelstellingen van Frugi Venta is het bieden van een platform voor onderlinge uitwisselingen van ervaringen en informatie door en voor leden. Hiertoe zijn een aantal Comités en netwerkgroepen in het leven geroepen.**

Een overzicht van de Comités en netwerkgroepen is te vinden in de bijlage achter in dit jaarverslag. In 2010 organiseerde de Frugi Venta Young Management Club drie excursies. Er werd een bezoek gebracht aan de ECT terminal in Europoort, een managementtraining georganiseerd en het seizoen werd afgesloten met een slijpcursus.

### Maatschappelijk Verantwoord

De Agri Ladies, een netwerk van vrouwen werkzaam in de agf-sector, waren te gast bij Driscoll's en Van der Put Logistics. In november kwam de Commissie Import Export Derde Landen bijeen in Ridderkerk, waar werd gesproken over actuele ontwikkelingen bij Freshfel en fytosanitaire risico's bij import en export. Het Comité Champignonhandel vergaderde een aantal maal in het kader van promotie voor champignons en de ontwikkeling van een keurmerk voor maatschappelijk verantwoord oogsten.

### Prijsinformatie

Het Comité Fruithandel hield in november haar jaarlijkse ledenvergadering. Hier werd onder andere een lezing gegeven over het prijs- en marktinformatiesysteem voor appels en peren. Dit is in samenwerking met de NFO ontwikkeld door het Duitse Marktinformatiebureau AMI.

## Protocol brengt uienketen in kaart

**Het Comité Uienhandel heeft direct inspraak bij Ministeries, Productschap, keuringsdiensten en landelijke en regionale belangenorganisaties.**

Het Comité richt zich op behartiging van belangen en collectieve activiteiten van de totale uiensector. Een deel van de bestuursleden houdt zich bezig met onderzoek, een deel met promotie. In 2010 is onder andere een beursnoteringssysteem ontwikkeld.

Eens per jaar houdt het Comité uienhandel haar jaarvergadering. In december 2010 vond deze plaats in Heinkenszand. Op de agenda stonden onder andere handelsontwikkelingen, Algemene Voorwaarden Zaaiuien, promotie en heffingssystematiek.

De Stichting Afzetbevordering Ui houdt zich vooral bezig met wetenschappelijk onderzoek en uitvoering van projecten ten behoeve van afzetbevordering van uien. Er is onder andere een Protocol (exportmonitoring) opgesteld en een procesbeschrijving opgesteld van de hele uienketen.

## Comité Biohandel initieert onderzoek bioplastics

**Het Comité Biohandel vergaderde in 2010 vier maal. Terugkerende onderwerpen op de agenda zijn nationale en internationale marktontwikkelingen, promotiecampagnes en nieuws uit de productwerkgroepen.**

Op verzoek van het Comité Biohandel is in 2010 een onderzoek gestart naar de milieueffecten van bioplastics. Hiertoe is een stuurgroep in het leven geroepen met vertegenwoordigers vanuit de biologische handelsbedrijven, Nedvang, het CBL, BCPN en leveranciers van bioplastics. Het rapport is begin 2011 gepubliceerd.

In 2010 zijn twee nieuwe leden toegetreden tot het Comité Biohandel: Erik Jan van den Brink van Udea en Paul Fischer van Vroegop Windig. Kees de Kievit heeft afscheid genomen vanwege zijn pensioen.

## **"There used to be a strong sense of solidarity"**

**Jan de Groot of wholesale company C. de Groot & Zn BV in Barendrecht has been a member of Frugi Venta's board from the very start. His experience is that people who play an active role in an organisation feel greater commitment towards it.**

Jan de Groot was a member of Frugi Venta's first board of directors. Until then he had been a member of the vegetable growers' association VGT. When Frugi Venta was established a number of committees were created to ensure that each specific target group within Frugi Venta would have its own consultative body that is in contact with the affiliated companies and that can advise Frugi Venta's board if so desired.

### **Balance**

Although the advantages that can be realised thanks to Frugi Venta's collective contracts and skeleton agreements should in Jan de Groot's opinion not be the only reason for a company to join Frugi Venta he thinks those advantages are certainly worthwhile.

As far as the future is concerned, Jan de Groot thinks that Frugi Venta will have to keep a close eye on ensuring a good balance between the height of the contributions and the level of service provided in exchange. In 2010 a new group contribution scheme was introduced.

## **Committees and networking groups**

**Frugi Venta provides a platform for the exchange of experiences and information by and for its members. A number of committees and networking groups have been created for this purpose.**

You will find a survey of the various committees and networking groups in the annex at the end of this annual report.

In 2010 the Frugi Venta Young Management Club organised three excursions.

The Agri Ladies, a network of women active in the fruit and vegetable sector, visited Driscoll's and Van der Put Logistics.

In November the Committee for Import and Export to and from Third Countries met in Ridderkerk. The Mushroom Trade Committee held a few meetings to discuss the promotion of mushrooms and the development of a quality mark for socially sound harvesting.

### **Price information**

The Fruit Trade Committee held its annual members' meeting in November. This meeting included a presentation on the price and market information system for apples and pears that was introduced in 2010. The Onion Trade Committee is represented in the stock market listing committee and is involved in research and efforts to promote the sale of onions. And last year the Biotrade Committee initiated research into the environmental effects of bioplastics. ■







*Hans van den Heuvel,  
directeur Hillfresh*



# “Belangenbehartiging blijft de belangrijkste taak van Frugi Venta”

Hans van den Heuvel van Hillfresh was tot 2005 namens Hagé/The Greenery bestuurslid van de Bond van Exporteurs, later Frugi Venta. Hij was destijds een ‘vreemde eend in de bijt’ en werd vooral gezien als importeur. “Nu zijn die scheidslijnen helemaal verdwenen. Je ziet handelskanalen die parallel lopen aan elkaar. Dat is de enige manier om efficiënt en tegen lage kosten te kunnen werken.”

Ten tijde van het tienjarig jubileum van Frugi Venta constateert Hans van den Heuvel dat de fusie van de drie organisaties tot Frugi Venta een absolute noodzaak was. Hij is zeer tevreden over de organisatie die de afgelopen tien jaar een vaste plaats in de markt heeft verworven. “Alle credits daarbij voor directie en medewerkers van Frugi Venta. Vanaf de start zaten de juiste mensen op de juiste plaats met Willem Baljeu als ervaren ‘rot’ in de handel, Leo Welschen met een jarenlange staat van dienst voor de binnenlandse groothandelaren en Tim van der Knaap vanuit de importeurs. Als bestuur hadden we weinig van doen met de dagelijkse gang van zaken, maar fungeerden we voornamelijk als klankbord. Dat zal nog steeds wel zo zijn.”

## Zakenman

“De grootste toegevoegde waarde van Frugi Venta zit voor ons in belangenbehartiging”, zegt Hans van den Heuvel. “Of het nu is op maatschappelijk gebied om samen met bijvoorbeeld CBL

een weerwoord te geven aan NGO’s of gezamenlijk als sector een gesprek aan te gaan met Rusland of Amerika. Ook in overleg met Brussel bijvoorbeeld voor harmonisatie van het MRL-beleid, sta je als collectief sterker. Dat zijn allemaal zaken waar je je als ondernemer niet mee kan en wil bezighouden. Het is goed om als één organisatie een stem te hebben richting overheden in Den Haag en Brussel.” Daarnaast is Hans van den Heuvel zakenman genoeg om ook gebruik te maken van de collectieve contracten die Frugi Venta heeft afgesloten met diverse leveranciers, bijvoorbeeld op het gebied van verzekeringen en energie. Ook waardeert hij de inspanningen die worden gedaan om projecten als Fresh Corridor, Frug I Com en Food Compass van de grond te krijgen. “De wereld verandert. Als binnen afzienbare tijd alle overzeese producten op de Tweede Maasvlakte worden afgeleverd, moeten we er met zijn allen voor zorgen dat ze niet massaal afgevoerd hoeven te worden over de A15. Het is goed dat Frugi Venta het voortouw neemt in een project als Fresh Corridor.” Ook op het gebied van digitalisering ziet Hans van den Heuvel



de wereld om hem heen snel veranderen. "Alles draait om een efficiënte keten. Daarnaast is tracking & tracing tegenwoordig onlosmakelijk verbonden met onze handel. Het is goed dat er projecten zijn die het bedrijfsleven daarbij ondersteunen."

## Schaalvergroting

Kijkend naar de huidige markt constateert Hans van den Heuvel dat de coöperatie zijn langste tijd heeft gehad. "Je ziet dat de toekomst van de Nederlandse Tuinbouw wordt bepaald door grote telers en telersgroepen. De schaalvergroting zal de komende jaren alleen maar verder toenemen. Het is dé uitdaging voor Frugi Venta voor de komende vijf jaar om deze groep een stem te geven binnen het bestuur." ■





Hans van den Heuvel, director of Hillfresh

## "Lobbying is still Frugi Venta's most important task"

**Hans van den Heuvel of Hillfresh was a member of the board of the Bond van Exporteurs (Exporters' Union) and later that of Frugi Venta on behalf of Hagé/The Greenery until 2005. "You see trade channels running parallel to one another. That's the only way of working efficiently at low costs."**

Hans van den Heuvel states that the merger of the three organisations into Frugi Venta was absolutely necessary. He is very satisfied with the organisation that has in the past ten years acquired a permanent position in the market.

### Business man

"The greatest added value for us lies in lobbying," says Hans van den Heuvel. "Whether in a social respect, to respond to NGOs together with, for example, CBL (Dutch Food Retail Association), or to enter into talks with Russia or America jointly as a sector. A collective is also in a much stronger position in negotiations with Brussels, for example concerning harmonisation of the MRL policy. They are all issues with which individual entrepreneurs don't have the desire or the time to concern themselves. It's good for a single organisation to have the power to enter into negotiations with authorities." He also appreciates the efforts that are being made to get projects such as Fresh Corridor, Frug I Com and Food Compass off the ground. "It's all about ensuring an efficient chain. And nowadays tracking & tracing has become indispensable in our field of trade. It's good to know that there are projects that support all the parties involved in this respect."

### Increase in scale

"You see that the future of Dutch horticulture will be determined by large growers and groups of growers. Frugi Venta's challenge for the next five years will be to give this group a say in the board." ■





*Marc De Naeyer,  
directeur Trofi BV*



# “Fruit zal niet meer automatisch naar Europa komen”

“Als bestuurder van een branchevereniging gaat het algemeen belang voor het bedrijfsbelang”, zegt Marc De Naeyer. “Dat is mijn uitgangspunt en vanuit die filosofie is Frugi Venta ontstaan. Het fusieproces heeft lang geduurd, maar uiteindelijk hadden we de juiste mensen op de juiste plaats. Complimenten aan de staf van Frugi Venta met de huidige positie. Die overtreft de verwachtingen.”

Een belangrijk punt van discussie tijdens het fusieproces was hoe de individuele belangen van de drie ‘bloedgroepen’ konden worden behartigd in een groter geheel. “Naar de achterban toe is het belangrijk dat de bestuursleden evenredig zijn verdeeld over de diverse disciplines uit de branche. Vanaf dag 1 hebben we nooit teruggekeken en is gekeken naar het algemene belang van de groenten- en fruitsector”, zegt Marc De Naeyer. Bij de start van Frugi Venta is een aantal Comités opgericht en één Commissie: de Commissie Import Export Derde Landen. Deze Commissie heeft een aparte status binnen Frugi Venta en het recht om het bestuur gevraagd en ongevraagd van advies te voorzien. “Van het begin af aan zijn de belangen van zowel importeurs, exporteurs en groothandelaren goed behartigd waardoor het nooit nodig is geweest om daar een beroep op te doen. Daarnaast waren de Comités ook wel bedoeld als talentpool voor toekomstige bestuurders.”

## Sterk in Brussel

Marc De Naeyer heeft opgevangen dat er binnen het huidige bestuur van Frugi Venta een discussie wordt gevoerd over het begrip handel. Een begrip dat met de veelzijdigheid aan activiteiten die worden uitgevoerd om product van A naar B te krijgen de lading niet meer helemaal dekt. “Het is goed om daar creatief naar te kijken. In Engeland wordt onze sector omschreven als Fresh Produce Industry dat is veelomvattender, maar niet zo door te vertalen naar het Nederlands.” Kort na het ontstaan van Frugi Venta ontstond Freshfel Europe uit CIMO, de internationale bond van importeurs, waar Marc De Naeyer eveneens bestuurslid was, en Eucofel, de Europese koepel van brancheorganisaties. “Ook dat is een goede beslissing geweest. Freshfel is uitgegroeid tot een sterke vereniging, gedragen door bedrijven en brancheverenigingen. Zonder sterke vertegenwoordiging in Brussel heb je als nationale vereniging weinig in te brengen.”



## 'Emerging markets'

Fresh Corridor is een veelomvattend project waar diverse bestuursleden van het eerste uur bij betrokken zijn. "Er zijn enkele projecten geweest zoals de trein naar Milaan die niet hebben gebracht wat we er van hadden verwacht. Uiteindelijk ontwikkelt zich Fresh Corridor. Het is boeiend om daar bij betrokken te zijn. Het gaat veel betekenen voor de groenten- en fruitsector waar logistieke stromen zeker gaan veranderen." En dat is volgens Marc De Naeyer niet de enige verandering die ons te wachten staat. "We gaan een leuk decennium tegemoet met 'emerging markets' zoals China, Korea, Brazilië, Vietnam en Zuid-Afrika. Ruim 2,5 miljard mensen die steeds meer fruit zullen gaan consumeren. Fruit zal niet meer automatisch naar Europa komen. Wat import betreft zal dat waarschijnlijk leiden tot een betere balans en een sterkere positie van overzeese producten. De komende jaren zal formatie van vaste ketens een rol gaan spelen en volgt er een herbezinning over het jaarrond leveren van producten. Misschien zijn producten over een aantal jaar zo duur, dat retailers bereid zijn een lagere marge te nemen om ze toch in het assortiment te kunnen hebben." Dat is echter op de muziek vooruit lopen. ■

## Food Compass is goed instrument

"Vanuit de sector is Food Compass een goed instrument. Het houdt problemen bij door middel van het Early Warning Response System. Voedselveiligheid is een competitieve marketingtool. De discussie die de laatste vijf jaar is gevoerd over MRL's heeft geleid tot zekerder fruit dan ooit", zegt Marc De Naeyer. Op bedrijfsniveau gezien is de enige toegevoegde waarde van Food Compass voor Trofi het gezicht naar de buitenwereld. "Onze klanten eisen van iedere levering testrapporten. Daar is Food Compass niet voor bedoeld."

## Fresh Corridor verandert logistieke stromen

In 2010 is Fresh Corridor, het project dat de inzet van vervoer over weg, water en spoor combineert, verder op de kaart gezet.

Na het overlijden van voorzitter Jo van Nunen, heeft het projectbestuur een opvolger gevonden in Jan Fransoo. In een brochure die eind 2010 is uitgegeven wordt een update gegeven over de stand van zaken in het project. Tevens worden betrokkenen geïnterviewd waarbij zij hun visie geven op de waarde van Fresh Corridor voor de complete groenten en fruitsector.

In het kader van communicatie is een aantal roadshows georganiseerd. Tijdens deze bijeenkomsten worden betrokkenen en belangstellenden bijgepraat over de ontwikkelingen van Fresh Corridor. De brochure kan worden opgevraagd bij het secretariaat van Frugi Venta.



Marc De Naeyer, director of Trofi

## **"Fruit will no longer automatically come to Europe"**

**"Boardmembers of trade associations should place general interests above company interests," says Marc De Naeyer. "That is at least my viewpoint, and that was also the philosophy behind the establishment of Frugi Venta ten years ago."**

"For our members it is important that our board represents the various disciplines in our sector on an equal basis. Our policy from the outset has always been to focus on the general interests of the fruit and vegetable sector," explains Marc De Naeyer.

### **Strong in Brussels**

It has come to Marc De Naeyer's notice that Frugi Venta's board has been discussing the concept of trade, and how what it entails has changed somewhat. "It's good to adopt a creative attitude towards this issue." Shortly after Frugi Venta was established Freshfel Europe was formed from CIMO, the Confederation of Importers and Marketing Organizations in Europe of Fresh Fruit and Vegetables, of whose board Marc De Naeyer was also a member, and Eucofel, the European Union of the Fruit and Vegetable Wholesale, Import and Export Trade. Freshfel has evolved into a powerful association, supported by companies and trade associations. Without strong representation in Brussels a national association has little say in matters."

### **Emerging markets**

"The Fresh Corridor project is going to be important for the fruit and vegetable sector, in which logistic flows are certainly going to change." And according to Marc De Naeyer that's not the only change ahead of us. "We are facing an exciting decade with emerging markets such as China, Korea, Brazil, Vietnam and South Africa. More than 2.5 billion people who will consume more and more fruit. Fruit will no longer automatically come to Europe." ■

## **Fresh Corridor changes logistic flows**

**In 2010 the Fresh Corridor project combining transport by road, water and rail made further progress.**

A brochure published at the end of 2010 gives an update of the project's progress. It also contains interviews with people involved in the project who explain their views on Fresh Corridor's importance for the overall fruit and vegetable sector.

A number of roadshows were organised for the purpose of communicating Fresh Corridor's message to the public.





*Mart Valstar,  
directeur Best Fresh Group*



*foto: ECT*

# “Iedereen begrijpt dat volle snelwegen vervelend zijn”

Het had tot de mogelijkheden behoord om in 2011 het vijftienjarig jubileum te vieren van Frugi Venta. In 1996 deden de drie afzonderlijke organisaties al een poging tot een fusie. Het was nog te vroeg. Terugkijkend constateert Mart Valstar dat er destijds sprake was van drie compleet gescheiden werelden. “Nu zijn veel commissionairstaken verdwenen en liggen import en export veel dichterbij elkaar.”

“Gezien de schaalgrootte van telers en klanten is het de juiste beslissing geweest om te fuseren”, zegt Mart Valstar. “Met de huidige structuur van de keten is het een must dat zowel importeurs, exporteurs als binnenlandse groothandelaren aan één tafel zitten.” Naar de toekomst toe ziet hij meer in een nauwere samenwerking met buitenlandse zusterorganisaties dan verticale samenwerking met een telersorganisatie. Het gesprek komt daarmee al snel op GMO. Frugi Venta directeur Willem Baljeu heeft ook in 2010 diverse malen geroepen dat GMO-geld voor bakstenen oneerlijke concurrentie is voor leden van Frugi Venta die niet verbonden zijn aan een telersvereniging en hier geen gebruik van kunnen maken. Het was tevens onderwerp van één van de AGF-debatten begin 2010. Het AGF Debat is onderdeel van de gezamenlijke nieuwjaarsreceptie van Frugi Venta, DPA en N&S. Mart Valstar licht toe dat de regeling wel goed werkt voor Mediterrane landen. “In Nederland en België zijn teelt en handel twee gescheiden disciplines en in de vorige eeuw in beide ketenfuncties naar professioneel niveau doorontwikkeld. In Zuid- en Oost-Europese landen zie je veel

meer dat grote telerscoöperaties zelf ook de handel doen. In die situatie werkt de GMO-regeling goed. Het zou goed zijn als Frugi Venta in Brussel pleit voor aanpassing van de regeling zodat het marketingdeel van de GMO door de handel aangewend kan worden.”

## Promotie

Mart Valstar is er voor om meer GMO-geld te besteden aan promotie. “Daar is het uiteindelijk ook voor bedoeld. Als je het budget voor generieke promotie van twintig jaar geleden vergelijkt met dat van vijf jaar geleden, dan zou het zeker omhoog mogen en dat is ook deels gebeurd. Het is wel belangrijk dat generieke promotie voor producten die de helft van het jaar niet uit Nederland komen op het juiste tijdstip wordt ingezet.” Mart Valstar is positief over de activiteiten van het GroentenFruit Bureau. “Zij hebben een enorme slag gemaakt. Een groot deel van de producten die door de achterban van Frugi Venta wordt verhandeld, gaat naar het buitenland.” In

2010 is veel promotie gemaakt in Duitsland voor vruchtgroenten, tomaten en peren. Middels vertegenwoordiging van Frugi Venta in het bestuur van het GroentenFruit Bureau en diverse productwerkgroepen worden de belangen van de handelsbedrijven vertegenwoordigd in de promotieactiviteiten.

## Containerisatie

**Het staat buiten kijf dat de opkomst van containerisatie het handelskanaal beïnvloedt. “Dankzij containers is het voor importeurs mogelijk om kleinere hoeveelheden te kopen. Overzee is het gevolg dat er meer afladers ontstaan omdat zij in kleinere hoeveelheden kunnen exporteren”, zegt Mart Valstar. Ook hij is betrokken bij Fresh Corridor en dan met name het deelproject dat zich richt op ontwikkelingen in het Westland. “Met het verhuizen van de haven naar de zuidoever neemt de afstand die een vrachtwagen moet afleggen van de haven tot het handelsterrein behoorlijk toe. Een retourtje Hoek van Holland – ABC Westland is ongeveer 20 kilometer, een retour Tweede Maasvlakte al snel zes maal zo veel. Iedereen begrijpt dat volle snelwegen vervelend zijn en dat het goed is om daar oplossingen voor te zoeken.” Mart Valstar voelt er wel voor om een haven te ontwikkelen in het Westland. “Het is een duurzame oplossing voor het fileprobleem.”**

## Standaardisatie

Tenslotte wil Mart Valstar nog wel iets kwijt over ICT. “Dat is een belangrijke factor binnen de bedrijfsvoering. De verplichting om een recall te kunnen organiseren stelt bijzonder hoge eisen aan tracking & tracing. Wereldwijde standaardisatie van productcodes is een groot voordeel en kan bijdragen aan kostenreductie en een hogere efficiency. Dat zijn twee belangrijke onderdelen geworden van de handel.” De Best Fresh Group werkt met de General Product Code (GPN), de wereldwijde productstandaard die internationale berichtuitwisseling mogelijk maakt.

## Perfect vertaald

Willem Baljeu heeft een zeer belangrijke rol gespeeld in de vorming van Frugi Venta. Komend vanuit de handel heeft hij de stem van zijn leden perfect vertaald in ‘het Haagse’ en daarbuiten. Wetend hoe groot het belang is van een goede behartiger wens ik Bestuur en zijn opvolger alle succes toe. ■

## Sector gebaat bij promotie

Frugi Venta is vertegenwoordigd in diverse werk- en stuurgroepen die worden geïnitieerd door het GroentenFruit Bureau. In 2010 is op diverse fronten promotie gemaakt voor groenten en fruit.

### Consument confronteren met zomerfruit

Proeverijen op de winkelvloer hebben in 2010 bijgedragen aan de campagnedoelstelling voor zomerfruit, namelijk het verhogen van het aantal aankopen per huishouden door de doelgroep te confronteren met het product. De stand van Zomerfruit ‘De lekkerste verleiding’ stond op het Verspaviljoen op de Libelle Zomerweek en in juni en juli zijn tastings georganiseerd bij diverse supermarkten.

### Champignons onder aandacht

De afzet van champignons staat onder druk. Evenals het promotiebudget. Toch is de werkgroep Champignonpromotie er in geslaagd om ook in 2010 een aantal activiteiten te organiseren waarvan de strijd om de Zilveren Champignon het belangrijkste evenement is. Ook is gesproken over deelname aan het paviljoen op de Floriade in 2012.

### Conference peren

In 2010 is een start gemaakt voor een meerjarige campagne voor de Conference peer. Dit met het oog op verwachte groei van de productie. De aftrap vond plaats op de Fruit Logistica 2010 in Berlijn. In de loop van het jaar is samen met de Belgische collega’s een plan ontwikkeld waarvoor een financieringsaanvraag is ingediend bij de EU. Mits de aanvraag wordt goedgekeurd, loopt dit plan van 2011 – 2013.

### Werkfruit

In januari 2010 is een actie gevoerd op diverse grote stations in Nederland om werknemers en werkgevers te attenderen op werkfruit. Halverwege 2010 stond de teller van het aantal bedrijven dat werkfruit aanbiedt op 13.715 bedrijven. De campagne werkfruit krijgt een vervolg tot 2012 en wordt nadrukkelijker gekoppeld aan de campagne 2x2.

### Kinderen aan het Schoolfruit

Er zijn diverse initiatieven om de consumptie van groenten en fruit op scholen voor kinderen aantrekkelijker en gemakkelijker te maken. Een hiervan is de Europese Schoolfruit campagne. In



2010 hebben diverse bedrijven zich sterk gemaakt als leveranciers van schoolfruit.

### Imagocampagne Duitsland

In 2010 werd in de Duitse pers melding gemaakt van een omslag in perceptie ten aanzien van de Nederlandse tomaat. Een mooi resultaat van diverse inspanningen om Hollandse groenten en fruit in Duitsland weer in een positief daglicht te plaatsen.

### Partner 2x2

Ook Frugi Venta heeft in 2010 een 2x2 licentieovereenkomst getekend met het GroentenFruit Bureau. Frugi Venta schaarst zich hiermee achter het initiatief en zal waar mogelijk haar achterban inspireren om ook zelf actief het 2x2 label te gebruiken.

Mart Valstar, director of Best Fresh Group

## More CMO money for promotion

**Frugi Venta could have celebrated its fifteenth anniversary. Looking back, Mart Valstar concludes that there were at the time three completely separate worlds. "Now a lot of brokerage tasks have disappeared and the gap between import and export has narrowed substantially."**

*"With the chain's structure being the way it is today it has become absolutely essential for importers, exporters and domestic wholesalers to get together to discuss things." Frugi Venta's director Willem Baljeu has in 2010 pointed out several times that the CMO subsidies for bricks imply unfair competition for Frugi Venta members who are not affiliated with a growers' association and are hence unable to benefit from them. Mart Valstar is very much in favour of more CMO money being spent on promotion. "That's after all what it is ultimately intended for. He is also enthusiastic about the activities of the GroentenFruit Bureau (Bureau for Fruit and Vegetables).*

### Sustainable

*Containerisation has an influence on trade channels. "Containers enable importers to buy smaller volumes. Mart Valstar is involved in Fresh Corridor, and in particular in the project focusing on developments in the Westland horticultural area. He believes it would be a good idea to develop a harbour in the Westland area. "That would be a sustainable solution to the present traffic-congestion problems."*

*Mart Valstar concludes with a comment on ICT. "Global standardisation of product codes is a great advantage that can help cut costs and boost efficiency. They have become two important commercial aims."* ■

## Sector benefits from promotion

**Frugi Venta is represented in several working groups initiated by the GroentenFruit Bureau.**

In 2010 Frugi Venta was involved in a number of projects, for example a project to promote the sale of summer fruit and a project to promote mushrooms by means of a cooking contest. A promotional campaign focusing on Germany was launched for Conference pears. The year started with a fruit-at-work campaign at various large train stations throughout the Netherlands, further progress was made with the image campaign in Germany and efforts were made to encourage pupils to eat fruit at schools.



*Ben Vroegop,  
Vroegop-Windig BV*





# “Als individualisten hebben we een collectief nodig”

Ben Vroegop was jarenlang bestuurslid van de VGT en later van Frugi Venta. Ook is hij sinds lange tijd actief betrokken bij de CAO-onderhandelingen en Food Compass. Hij ziet dat de problemen de laatste jaren specialistischer zijn geworden en bedrijven groter. “Begeleiding vanuit de brancheorganisatie heeft een ander karakter gekregen. Als collectief hebben we Frugi Venta heel hard nodig.”

“Bedrijven zijn allemaal individualistisch bezig”, zegt Ben Vroegop. “Desondanks is er grote behoefte aan een collectief dat de belangen behartigt waar je als individueel bedrijf geen prioriteit aan geeft. Die functie stond mij tien jaar geleden voor ogen en zo heeft Frugi Venta zich ook ontwikkeld. Als er geen fusie had plaatsgevonden, was de vereniging, zeker bij de binnenlandse groothandel ongetwijfeld doodgebloed.”

## Veranderen

De Collectieve Arbeids Overeenkomst (CAO) is een belangrijk goed voor een sector. Sinds jaar en dag is Ben Vroegop betrokken bij de onderhandelingen die worden gevoerd met de vakbonden CNV Dienstenbond, FNV Bondgenoten en RMU. Ook in 2010 hebben er diverse onderhandelingsrondes plaatsgevonden voordat in augustus de CAO van 1 april 2010

tot en met 30 juni 2011 definitief bekend werd gemaakt. “

Er is altijd sprake van een bepaald spanningsveld waarbinnen je opereert met de belangen van werknemers, vertegenwoordigd door de bonden enerzijds en belangen van werkgevers anderzijds. Ook hier zie je de wereld veranderen. Tien jaar geleden dacht niemand aan pensioenen. Door alle aandacht voor het pensioen in de media, zijn er veel meer mensen die daar over nadenken. Medewerkers zijn zich steeds meer bewust wat het pensioen inhoudt en wat ze zelf nog kunnen doen om het pensioen aan te vullen.”

Ben Vroegop hecht veel waarde aan scholing van medewerkers. “We moeten ons als bedrijven afvragen of we bereid zijn om te investeren in scholing. Dat is heel belangrijk, zeker om in de toekomst voldoende personeel te kunnen vinden.” Daar ziet Ben Vroegop meer in dan in de Arbeidsmarkt imagocampagne It’s Alive die in 2010 van start is gegaan. Maar ik behoor niet tot de doelgroep, dus de campagne gaat deels aan mij voorbij. De



officiële aftrap vond gelijktijdig plaats met de opening van het evenement Kom in de Kas en de Algemene ledenvergadering van Frugi Venta op 25 maart 2010 in De Efteling.

## Mobiliteitscentrum

In het kader van de CAO is per 1 juni 2010 het Mobiliteitscentrum AGF Handel opgericht. Dit is gericht op het ondervangen van de gevolgen van de economische crisis voor werknemers en werkgevers in de handel in groenten en fruit. Werknemers met kennis van de AGF Handel kunnen op deze manier worden behouden voor de sector. Al met al bleek er voor de handel in groenten en fruit niet echt een overschot te zijn aan arbeidskrachten. Het aanbod aan vacatures was groter dan het aantal werkzoekenden. "Het Mobiliteitscentrum is een goed initiatief. Het is niet duidelijk of er te weinig gebruik van wordt gemaakt omdat het niet bekend genoeg is of omdat er gewoon geen ervaren arbeidskrachten beschikbaar komen", zegt Ben Vroegop.

## Spreekbuis

Ben Vroegop meent dat Frugi Venta zich in de nabije toekomst moet richten op collectieve zaken als voedselveiligheid, CAO, de Europese wetgeving en de wijze waarop de sector goed kan inspelen op de huidige 24-uurs economie. "Als bedrijven hebben we een platform nodig dat als spreekbuis kan dienen voor algemene zaken. Dat is Frugi Venta." ■

## Imagocampagne It's Alive

**Eind maart 2010 vond de aftrap plaats van de Arbeidsmarkt imagocampagne It's Alive. Een campagne voor jongeren tussen 16 en 24 jaar om hen te laten zien dat de sector aantrekkelijk en uitdagend is om in te werken.**

Het tuinbouwcluster heeft jaarlijks behoefte aan 10.000 arbeidskrachten. Jongeren zien de tuinbouw vooral als slechte werkgever met slechte werkomstandigheden en zwaar werk. Om het beeld aan te passen aan de werkelijkheid, investeert de tuinbouwsector via het Productschap Tuinbouw € 4 miljoen in 2010 en 2011 in de campagne, ondanks de huidige crisis. In 2010 en 2011 verbeeldt een plantachtig wezen de tuinbouwwereld, die springlevend is en overal haar vertakkingen en invloed heeft. Via de thema's duurzaamheid, logistiek, techniek, internationale handel, wetenschap, creatie en voeding

leren jongeren de veelzijdigheid van de sector kennen.

Uit de één-meting, die een half jaar na de start van de campagne is gehouden, is gebleken dat jongeren die kennis hebben gemaakt met de campagne positiever zijn gaan denken over de sector.

De commercial en de slogan van It's Alive zijn door een vijfde van de scholieren opgemerkt. Ze vinden de campagne opvallend en leuk. De helft vindt dat de campagne duidelijk maakt dat de tuinbouw boeiende carrièremogelijkheden biedt. 60 procent van de scholieren die de campagne kennen, heeft een positiever beeld van de tuinbouw door de campagne.





Ben Vroegop, Vroegop-Windig:

## **"As individualists we need a collective"**

**Ben Vroegop was for many years a member of the board of the vegetable growers' association VGT and he later joined Frugi Venta's board. He is also actively involved in labour contract negotiations and Food Compass. He sees that problems in the past few years have become more specialised while companies have grown.**

"Companies are all active on an individualistic basis," says Ben Vroegop. "Nevertheless, there is a great need for a collective organisation to promote the interests that individual companies don't give priority to. That's something that I started to realise ten years ago, and Frugi Venta has evolved to meet that need."

### **Change**

In 2010 various negotiations took place before the collective labour agreement covering 1 April 2010 until 30 June 2011 was definitively announced. Ben Vroegop considers education to be very important. He believes education can be more effective than the "It's Alive" labour market image campaign that was launched in 2010. "But then again I don't belong to the target group, so the campaign doesn't have that much impact on me." In the context of the collective labour agreement, a mobility centre for the trade in potatoes, fruit and vegetables was introduced on 1 June 2010. Its aim is to allow the sector to benefit from the experience of employees with knowledge of this specific trade. In Ben Vroegop's opinion, in the near future Frugi Venta will have to focus on collective issues such as food safety, collective labour agreement, European legislation and ways in which the sector can benefit from the present 24-hour economy. ■

## **It's Alive image campaign**

**At the end of March 2010 a campaign was launched to boost the image of the labour market under the name of "It's Alive". The aim is to show young people just how appealing and challenging our sector is to work in.**

Our horticultural cluster has an annual workforce demand of 10,000. Young people nowadays tend to see the horticultural sector as a poor employer, with poor working conditions and strenuous work. Through the Dutch Product Board, the horticultural sector is investing in this campaign,

in spite of the present crisis, in an attempt to alter the image so that it is a better reflection of reality. A survey conducted six months after the campaign was launched has revealed that young adults who are familiar with the campaign now have more positive views of our sector.







*Peter Beemsterboer,  
directeur Handelmaatschappij J.P. Beemsterboer BV*





# “Samenwerking in de uiensector is toegenomen”

Het verhaal van Peter Beemsterboer over het ontstaan van Frugi Venta wijkt niet veel af van zijn twee collega-importeurs Michel Jansen en Marc De Naeyer die eerder in dit jaarverslag aan het woord zijn. “Aanvankelijk heerste er angst dat er te veel stromingen zouden ontstaan binnen Frugi Venta. Maar daar is totaal geen sprake van geweest.”

“Als afzonderlijke organisaties hadden we veel minder te vertellen in Brussel”, zegt Peter Beemsterboer. “Met Willem Baljeu hebben we als vereniging vanaf de start een boegbeeld in huis gehad met veel kennis van de sector en een enorme drive om vooruit te komen. Dat in combinatie met voorzitter Marius Varekamp, eveneens een man met veel ervaring in de sector en een goede staf, heeft Frugi Venta gemaakt tot de stevige organisatie die er nu staat.”

## Grillige markt

Handelmaatschappij J.P. Beemsterboer BV, het bedrijf van Peter Beemsterboer, is sterk in onder andere uien. Met name Afrika is een belangrijke afzetmarkt voor uien. “Het is het grootste afzetgebied en de sterkste groeiemarkt. Overige afzetmarkten zijn onder andere Rusland, het verre Oosten, Midden- en Zuid-Amerika. Je ziet dat landen als Panama, Indonesië en Rusland veel fytosanitaire eisen stellen die mijns inziens worden gebruikt als dekmantel voor protectionistische maatregelen. Rusland is een erg grillige en grote markt. Het voordeel van Afrika is dat het bestaat uit vele kleinere landen. Als er met één land een

probleem is, blijven er nog voldoende andere landen over om naar toe te exporteren. Als Rusland de grenzen dicht houdt, dan geldt dat direct voor een heel groot gebied en volume.”

## Samenwerking

Frugi Venta is in nauw overleg met de Nederlandse overheid om zo overeenstemming te kunnen bereiken met de Russische overheid om toch producten te kunnen verzenden. Hoewel de uitkomst van de onderhandelingen niet altijd direct het gewenste resultaat oplevert, maar vaak een kwestie is van lange adem, is het in ieder geval mogelijk om te onderhandelen. Voor problemen die in Afrika spelen, kan Frugi Venta geen rol van betekenis spelen meent Peter Beemsterboer. “Dat is een politieke zaak die vanuit Brussel moet worden geregeld.”

In 2009 is het Comité Uienhandel van Frugi Venta meer gaan samenwerken met de Zeeuwse uienorganisatie Zuver. “Een gunstige ontwikkeling”, aldus Beemsterboer. “De samenwerking in de uiensector is daardoor zeker toegenomen. Voorheen hing de uiensector meer als los zand aan elkaar. Er is nu meer begrip voor elkaar. Frugi Venta speelt daar zeker een belangrijke rol in.



## Manifest

Peter Beemsterboer heeft het gevoel dat met name in de glastuinbouw meer wordt bijgebouwd dan de markt kan verwerken. Hij denkt dat het goed is als Frugi Venta meer begrip en onderlinge samenwerking kan stimuleren, maar vraagt zich tegelijkertijd af of het een taak is van Frugi Venta om zich daarmee bezig te houden. Frugi Venta was in 2010 actief in overleg met onder andere telersorganisaties zoals DPA, ZLTO, het ministerie, de Rabobank en enkele handelsbedrijven met het ontwikkelen van een visie gericht op versterking van de afzet. Hieruit is het Manifest 'De Consument Centraal' ontstaan dat eind november werd gepresenteerd tijdens een ontmoeting tussen bedrijfsleven en politiek 'De Glazen Tafel on tour', in perscentrum Nieuwspoor. ■

Peter Beemsterboer, director of Handelmaatschappij J.P. Beemsterboer BV:

## **"Cooperation has intensified in the onion sector"**

**Peter Beemsterboer's account of Frugi Venta's establishment is very similar to that of his two fellow importers Michel Jansen and Marc De Naeyer, whom you have already come across in this annual report.**

"As individual organisations we had much less to say in Brussels," says Peter Beemsterboer. "Supported by our chairman Marius Varekamp and a good corporate staff, our standard bearer Willem Baljeu has turned Frugi Venta into the powerful organisation it is today."

### **Fickle market**

Africa is an important outlet for onions. "It is the largest outlet and the strongest growth market. Examples of other markets are Russia, the far East and Central and South America." Frugi Venta is in close consultation with the Dutch government with the aim of securing Russia's permission for us to export produce to them after all. Problems in Africa are in Mr Beemsterboer's opinion political issues that will have to be solved in Brussels. In 2009 Frugi Venta's Onion Trade Committee started to work together more with the onion organisation Zuver in the Dutch province of Zeeland.

### **Manifesto**

In 2010 Frugi Venta was in active consultation with various growers' organisations such as DPA and ZLTO, the ministry of EL&I, the Rabobank and some trading companies with respect to the development of a vision focusing on ways to boost sales. This led to a manifesto entitled De Consument Centraal (Focus on Consumers). ■



# Interne organisatie per 1 januari 2011



### FRUGI VENTA

voorzitter  
**C. den Hollander**  
9 bestuursleden

### STAF

directeur **W. Baljeu**  
secretaris **L. Welschen**  
**W. van den Oever**  
**I. Ribbens**  
**P. Verbaas**

### adm. / secr.

**M. Meyer**  
**P. Nijhuis**  
**M. Verheijen**

### Comité CAO-overleg

4 leden  
voorzitter **B.A. Vroegop**  
secretaris **L. Welschen**  
adviseur **I. Ribbens**  
adviseur **E. van Tongeren**

### P & O Klankbordgroep

70 leden  
voorzitter **L. Welschen**  
adviseur **I. Ribbens**

### Commissie Import/ Export Derde Landen

7 leden  
voorzitter **M. Gonzalez**  
secretaris **I. Ribbens**  
lid **W. Baljeu**

### Comité Uienhandel

6 leden  
voorzitter **G. Gunter**  
secretaris **I. Ribbens**  
lid **W. Baljeu**

### Comité Fruithandel

7 leden  
voorzitter **J. Timmermans**  
secretaris **L. Welschen**  
lid **W. Baljeu**

### Comité Biohandel

5 leden  
voorzitter **J. Groen**  
secretaris **W. van den Oever**  
lid **W. Baljeu**  
adviseur **D. Vreedzaam**  
adviseur **A. Zeelenberg**

### Comité Groente- bewerkingsbedrijven

6 leden  
voorzitter **E. Noordermeer**  
secretaris **P. Verbaas**  
lid **W. Baljeu**  
adviseur **F. Huis in 't Veld**

### Comité Champignonhandel

3 leden  
voorzitter **T. van Walsem**  
secretaris **L. Welschen**  
lid **W. Baljeu**

### Comité Holland Fresh Group

9 leden  
voorzitter **W. Baljeu**  
secretaris **W. van den Oever**

### Werkgroep Kwaliteitsmanagers

16 leden  
voorzitter **P. Verbaas**  
adviseur **F. Huis in 't Veld**

### Werkgroep Fytosanitair Beleid

8 leden  
voorzitter **A. Klaassen**  
secretaris **I. Ribbens**

### Werkgroep Export Rusland

10 leden  
voorzitter **A. Visser**  
secretaris **I. Ribbens**

### Deelnemingen Frugi Venta

- Stichting Frugi Tel
- Stichting Remedium Agrarische Groothandel
- Stichting Food Compass
- Stichting Frug I Com
- Stichting Afzetbevordering Ui

# Vijf Stichtingen 'onder' Frugi Venta

Frugi Venta heeft initiatieven genomen tot meer individuele dienstverlening aan de leden. Daartoe zijn onder andere vijf 'eigen' stichtingen opgericht:

## Frug I Tel: Kortingen op telecommunicatie

Frugi Venta heeft sinds 1994 voor de leden Frug I Tel, een aparte Stichting Telecomdiensten opgericht. Deelnemers aan Frug I Tel (voorheen Groentel) krijgen forse kortingen op vaste en mobiele telecommunicatiekosten.

**Meer informatie: (070) 33 55 010**



## REMEDIUM Agrarische Groothandel

## Verzuimsteunpunt (verzuimbegeleiding, arbo, reïntegratie)

Frugi Venta is initiatiefnemer van Remedium Agrarische Groothandel, een stichting die werkgevers en P&O-functionarissen veel werk uit handen neemt op het gebied van de begeleiding van arbeidsongeschikte werknemers.

De dienstverlening is 'Poortwachterproof' en inclusief de wettelijk verplichte Arbo-deskundigheid. In 2003, twee jaar na de oprichting, hebben de Vereniging van Groothandelaren in Bloemkwekerijproducten (VGB) en de Nederlandse Aardappel Organisatie (NAO) besloten om eveneens deel te nemen. Circa 80 werkgevers met 1.500 medewerkers nemen al deel aan dit verzuimsteunpunt. De Stichting is mede mogelijk gemaakt door Achmea. Er wordt samengewerkt met Zilveren Kruis Achmea en Achmea Vitale, Maetis en ArboNed.

**Meer informatie: (070) 33 55 010 of [www.frugiventa.nl](http://www.frugiventa.nl)**

**(rubriek: Diensten / Kortingen).**



## Food Compass: Voedselveiligheid / residumonitoring

Op het gebied van voedselveiligheid nam Frugi Venta acht jaar geleden een succesvol initiatief. Food Compass (Stichting Monitoring Voedingstuinbouw) zorgt landelijk voor een onafhankelijke, op risicoanalyse gebaseerde uitvoering van residu-onderzoek.

Bedrijven die werken volgens de nieuwe Hygiënecode en in dat kader verplicht zijn residu-onderzoek uit te voeren, kunnen gebruikmaken van de diensten van Food Compass. Food Compass heeft tevens een rol gespeeld in de onderhandelingen met de Russische autoriteiten inzake MRL's. Ook andere (handels)bedrijven, die in het kader van een eigen HACCP-plan residu-onderzoek laten uitvoeren, kunnen deelnemen. Na een onafhankelijke monstername vinden de analyses plaats in geaccrediteerde laboratoria. Deze nieuwe stichting telt al 320 deelnemende bedrijven. In Food Compass wordt intensief samengewerkt met het Productschap Tuinbouw.

**Meer informatie: [foodcompass@tuinbouw.nl](mailto:foodcompass@tuinbouw.nl) of [www.foodcompass.nl](http://www.foodcompass.nl) of bel (079) 347 06 01.**



## Frug I Com: Platform AGF Keteninformatie

Frug I Com is de 'roepnaam' van de Stichting Platform AGF Keteninformatie. Het doel is om standaardisatie van elektronisch berichtenverkeer binnen de keten en tussen ketens onderling te bevorderen.

Frug I Com biedt een platform voor de uitwisseling van ervaringen en nieuwe ontwikkelingen tussen de gebruikers en exploitanten van keteninformatiesystemen. Het gebruik van elektronische berichten is onontbeerlijk om te kunnen voldoen aan de traceerbaarheidseisen van de (inter)nationale afnemers en de overheid (General Food Law).

Er wordt nauw samengewerkt met GS1 Nederland.

**Meer informatie: [www.frugicom.nl](http://www.frugicom.nl) of telefoon (079) 34 70 620.**



## Stichting Afzetbevordering Ui

Nederland is wereldwijd de grootste exporteur van uien. Om de afzetmarkt voor ui nog verder te verbreden heeft Frugi Venta, in nauw overleg met Zuver, de Stichting Afzetbevordering Ui (SAU) opgericht.

De Stichting heeft een aantal onderzoeksvorstellen ingediend bij het Productschap Tuinbouw (PT) waarvoor het PT haar fiat heeft gegeven. In totaal worden vijf projecten uitgevoerd waarvoor Gijsbrecht Gunter is aangesteld als projectmanager. De projecten hebben betrekking op het verwerken van reststromen tot duurzame energietoepassing; natuurlijke kleurstoffen en functional foods; ontwikkeling van een kennisdatabank en kennisnetwerk; duurzaam beleid en het ontwikkelen van een standaardformulier voor de uienpellencompost.

Samenwerking door de hele keten wordt van steeds groter belang in de uiensector. Zo is het doel van de kennisdatabank het creëren van een digitaal kennisnetwerk waardoor kennis en trends die zich voordoen snel en efficiënt door de verschillende schakels in de keten kunnen worden opgepakt.



## Bestuur Frugi Venta per 1 januari 2011

Naam	Bedrijf en plaats	Telefoon	E-mail
<b>Frans van Aarle</b>	Gebr. van Aarle BV, Schijndel	(073) 547 46 85	frans@aarlegebrs.nl
<b>Ron de Greeff</b>	Langfruit BV, Venlo (vice-voorzitter)	(077) 323 66 66	rdgreeff@langfruit.nl
<b>Shawn Harris</b>	Nature's Pride BV, Maasdijk	(0174) 52 59 00	Shawn@naturespride.nl
<b>Thijs van den Heuvel</b>	Olympic Fruit BV, Barendrecht	(0180) 64 39 39	mb.vandenheuvel@olympicfruit.com
<b>Edwin Noordermeer</b>	Tuinderij Vers BV, Brielle	(0181) 48 51 12	e.noordermeer@tuinderij-vers.nl
<b>Harro van Rossum</b>	Combilo BV, Waddinxveen	(0180) 44 67 00	h.van.rossum@combilo.nl
<b>Philip Smits</b>	The Greenery BV, Barendrecht	(0180) 65 77 70	p.smits@thegreenery.com
<b>Rian Verwoert</b>	Kon. Fruitmasters Groep, Geldermalsen	(0345) 57 88 00	ha.verwoert@fruitmasters.nl
<b>Jaap Wiskerke</b>	Wiskerke Onions BV, Kruijningen	(0113) 38 22 10	jwk@wiskerke-onions.nl
Voorzitter	Cees den Hollander		denhollander@frugiventa.nl
Directeur	Willem Baljeu		baljeu@frugiventa.nl
Secretaris	Leo Welschen		welschen@frugiventa.nl
Beleidsmedewerkers	Wilma van den Oever		vandenoever@frugiventa.nl
	Inge Ribbens		ribbens@frugiventa.nl
	Peter Verbaas		verbaas@frugiventa.nl
Administrateur	Paul Nijhuis		nijhuis@frugiventa.nl



vlnr: Frans van Aarle, Ron de Greeff, Leo Welschen, Rian Verwoert, Edwin Noordermeer, Harro van Rossum, Willem Baljeu en Cees den Hollander.

## Externe vertegenwoordigingen per 1 januari 2011

### Hoofdbedrijfschap Agrarische Groothandel (HBAG)

- Bestuur
- HBAG Commissie Groenten en Fruit
- Holland Fresh Group
- Werkgroep Recallverzekering

### Productschap Tuinbouw (PT)

- Bestuur
- PT-Begrotingscommissie
- PT-Sectorcommissie Groenten en Fruit
- PAC Eetbare Paddenstoelen
- PAC Fruit
- PAC Glasgroenten / Bloemisterij
- PAC Groenten - Vollegrond
- PT-Stuurgroep Marktonderzoek
- PT-Global GAP College van Deskundigen
- PT- Communicatie Draagvlaktoets
- PT-Imagocampagne Arbeid
- PT-Sociaal-Economische Commissie
- MVO-Tuinbouwplatform
- Klankbordgroep Brancheorganisaties inzake Gemeenschappelijke Marktordening (GMO)
- PT-Overleg CO<sub>2</sub> Voetafdruk
- Werkgroep Residu Management Glasgroenten
- Werkgroep Residu Management Fruit

### GroentenFruit Bureau

- Bestuur
- GroentenFruit Bureau Commissie Generieke Promotie
- GroentenFruit Bureau Zachtfruit Collectief
- GroentenFruit Bureau Commissie Ui
- GroentenFruit Bureau Commissie Fruit  
(voorheen Werkgroep Appel Promotie)
- GroentenFruit Bureau Werkgroep Promotie Champignons

### Stuurgroep Promotie Vruchtgroenten Duitsland

- Floriade 2012
- Stuurgroep

### Stichting Innovatie Flowers en Food

- Bestuur

### VNO-NCW

- Tuinbouwplatform
- Groothandelsplatform

### Nederlands Verbond van de Groothandel (NVG)

- Bestuur

### Kwaliteits-Controle-Bureau voor Groenten en Fruit (KCB)

- Bestuur
- KCB-Commissie Toezicht Kwaliteitsvoorschriften Groenten en Fruit

### Agro Quality Support (AQS)

- Bestuur

### Freshfel Europe

- Board of Directors
- Export Division
- Working group on promotion

### Floriade

- Stuurgroep

### Stichting Bedrijfspensioenfonds voor de Agrarische en Voedselvoorzieningshandel (Bpf AVH)

- Bestuur
- Bpf AVH Beleggingscommissie

### Stichting Vrijwillig Vervroegd Uittreden / Stichting AGF Groothandelsfonds

- Bestuur
- Scholingscommissie AGF-Groothandelsfonds

### Stichting Opleidingsfonds Groothandel (SOG)

- Bestuur

### Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

- Stuurgroep Platform Agrologistiek

### Plantenziektenkundige Dienst

- Klankbordgroep Tuinbouw Handel / PD Werkgroep Inspectieregime

### Fytosanitair Programma Overleg LNV

### Fresh Corridor

- Stuurgroep

### Greenports Nederland

- Bestuur
- Stuurgroep Mobiliteit Greenports Nederland

### Klankbordgroep Greenport Zuid-Holland

### Fruitpact

- Stuurgroep
- Themagroep Markt
- Themagroep Logistiek

### CLIENT Export

### Gebbruikersgroep EV-PD

### PEX

### Kamer van Koophandel Rotterdam

Welke personen van Frugi Venta in bovengenoemde organisaties vertegenwoordigd zijn kunt u lezen op [www.frugiventa.nl/brancheorganisatie/externevertegenwoordigingen](http://www.frugiventa.nl/brancheorganisatie/externevertegenwoordigingen)





## Frugi Venta Commissie, Comités en (Net)werkgroepen

### Commissie Import/Export Derde Landen

Willem Baljeu	Frugi Venta
Ton Feelders	Total Produce BV
Miguel Gonzales Perez	(voorzitter) Hispafruit
Thijs van den Heuvel	Olympic Fruit BV
Richard Kamstra	Staa Food Group BV
Frank Pijpers	J.M. Levarht & Zn. BV
Inge Ribbens	(secretaris) Frugi Venta
Corrie Visbeen	The Greenery BV

### Comité Fruithandel

Michael Aagaard	Fruitworld Breda VC
Zweer van Aalsburg	Fruitmasters Holland
Willem Baljeu	Frugi Venta
Gert Bouman	S.C. van Ravenswaaij BV
Gerrit van Leeuwen	Frupaks Fruit BV
Floor van Os	Fa. J.C. van Os
Jan Timmermans (voorzitter)	C.G. Timmermans & Zn. CV
Michael Aagaard	Best Fresh Group
Corrie Verheij-Hofs	Hofs Fruit Company
Cees Verheij	VOF Corn. Verheij en Zn.
Joop Vernooij	Fruitbedrijf J.C. Vernooij BV
Leo Welschen	(secretaris) Frugi Venta
Bert Wilschut	The Greenery BV

### Comité Champignonhandel

Willem Baljeu	Frugi Venta
Rob Banken	Banken Champignons BV
Piet Hein van den Oord	Champoord BV
Tom van Walsem	(voorzitter) Limax BV
Leo Welschen	(secretaris)

### Comité Groentebewerkingsbedrijven

Andries van den Bogert	Ready Fruit Hedel BV
Willem Baljeu	Frugi Venta
Nico Fitters	Verhaaren Tilburg BV
Fabianne Huis in 't Veld	(adviseur) Productschap Tuinbouw
Marcel van den Meerendonk	Groentehof BV
Edwin Noordermeer	(voorzitter) Tuinderij Vers BV
Kees Pingen	W. Heemskerk BV
Chris Rietveld	Hessing Uden BV
Peter Stavasius	Stavasius Grootverbruik BV
Peter Verbaas	(secretaris) Frugi Venta

### Comité Uienhandel

Willem Baljeu	Frugi Venta
Jan Beemsterboer	Beemsterboer BV,
Handelmaatschappij J.P.	
Jan Broersen	Gourmet BV
Gijsbert Gunter	(voorzitter) Monie Nieuwdorp BV
Gerard Hoekman	Mulder Onions
Piet Jansen	VOF Arjazon Uienhandel
Jan van der Lans	Van der Lans Int. BV
Lijn Moerdijk	MSP Uienhandel BV
Inge Ribbens	(secretaris) Frugi Venta
Jaap Wiskerke	Wiskerke Onions BV

### Comité Biohandel

Willem Baljeu	Frugi Venta
Erik Jan van den Brink	Udea
Jan Groen	(voorzitter) Green Organics BV
Paul Fischer	Vroegop Windig

Cindy van der Velde-Kremer	Naturelle BV
Gert K�geler	Eosta BV
Wilma van den Oever	(secretaris) Frugi Venta
Fabianne Huis in 't Veld	(adviseur) Productschap Tuinbouw
Arend Zeelenberg	(adviseur) Ketenmanager Taskforce Biologisch

### Comité Holland Fresh Group

Willem Baljeu (voorzitter)	Frugi Venta
Ad Berendsen	GroentenFruit Bureau
Ger van Burik	HBAG
Harm Jan Eikelenboom	The Greenery BV
Marg�t Hart	FresQ
Auke Heins	GroentenFruit Bureau
Wilma van den Oever	(secretaris) Frugi Venta
Alexander Visser	Alexport

### Young Frugi Venta Business Club

Lennart van den Heuvel	Hoofdman-Roodzand BV
Tim van der Knaap	Knaap Fruits BV
Wilma van den Oever	(secretaris) Frugi Venta
Simone Varekamp	Tuinderij Vers
Marco Vijverberg	(voorzitter) Euro West BV

### Comité CAO-overleg

Ron de Greeff	Langfruit BV
Izaak Havenaar Jr.	Haluco BV
Leon Mooijman	(adviseur) AWWN
Kees Pingen	W. Heemskerk BV
Ed van Tongeren	(adviseur) AWWN
Cindy van de Velde-Kremer	The Greenery BV
Ben Vroegop	(voorzitter) Vroegop-Windig BV
Leo Welschen	(secretaris)

### P & O Klankbordgroep CAO-overleg

Leo Welschen	(voorzitter)
Inge Ribbens	(adviseur)
70 leden Frugi Venta	

### Werkgroep Export Rusland

Celeste Booij	Koninklijke Fruitmasters Groep
Lennart van den Heuvel	Hoofdman Roodzand BV
Elena Malkova	Hillfresh VC
Lukas Meints	Staa Food Barendrecht BV, Van der Beemsterboer BV., Handelmaatschappij J.P.
Klaas Wijdenes	(secretaris) Frugi Venta
Inge Ribbens	The Greenery BV
Rien Simonse	Roveg Fruit BV
Jan Willem van Spithoven	Ravex International BV
Lilia Trutnyeva	(voorzitter) Alexport
Alexander Visser	Wiskerke Onions BV
Jaap Wiskerke	

### Werkgroep Fytosanitair Beleid (samen meet DPA)

Celeste Booij	Koninklijke Fruitmasters Groep
Ed Jansen	De Jong Coldstores BV
Ad Klaassen	(voorzitter) DPA
Dennis Kraaijeveld	Productschap Tuinbouw
Arie van der Linden	The Greenery BV
Henk Nelisse	Total Produce BV
Inge Ribbens	(Secretaris) Frugi Venta
Jacco Vooijs	DPA/FresQ
Mark Zevenhuizen	Van Rijn Trading BV















Bezuidenhoutseweg 82, Postbus 90410, 2509 LK Den Haag  
T (070) 33 55 010, F (070) 33 55 020  
E [info@frugiventa.nl](mailto:info@frugiventa.nl), I [www.frugiventa.nl](http://www.frugiventa.nl)