



Frugi Venta

Groenten en Fruit Handelsplatform Nederland

Jaarverslag 2011



Inhoudsopgave

	pagina
Voorwoord Cees den Hollander "Investeren in duurzaamheid draagt bij aan gezonde handel"	6
Missie 'Gezonde handel...'	8
Eurocrisis en EHEC zetten rendement onder druk <i>Euro crisis and EHEC put returns under pressure</i>	10 20
Frugi Venta als verlengstuk van uw bedrijf <i>Frugi Venta as an extension of your company</i>	22 28
Productschap Tuinbouw en HBAG nog enkel kerntaken <i>Product Board for Horticulture and HBAG (Dutch Agricultural Wholesale Board) face key issues</i>	30 33
Hoge prioriteit voor toegang nieuwe markten <i>High priority for access to new markets</i>	34 37
Eric Bongaerts en Paul Schreurs: "Niet gewapend tegen microbiologische problemen" <i>"Unarmed against microbiological problems"</i>	38 41
Shawn Harris: "Frugi Venta moet met haar tijd mee gaan" <i>"Frugi Venta needs to keep evolving"</i>	42 46
Gert Mulder: "Structuur brengen in versnipperd speelveld" <i>"Bringing structure in a fragmented playing field"</i>	48 53
Jan Zegwaard: "Ketenintegratie kan sector vooruit helpen" <i>"Chain integration can help the industry forward"</i>	54 57
Arie van der Linden: "Belangrijk om collectief risico's te analyseren" <i>"It is important to analyse collective risks"</i>	58 61
Aad van der Windt: "We moeten het hebben van nieuw denken" <i>"The new way of thinking is our forte"</i>	62 67
Interne organisatie Frugi Venta per 1 januari 2012	68
Vijf Stichtingen 'onder' Frugi Venta	70
Bestuur Frugi Venta per 1 januari 2012	72
Externe vertegenwoordigingen per 1 januari 2012	73
Frugi Venta Commissie, Comit�es en (Net)werkgroepen	75



Cees den Hollander



Investeren in duurzaamheid draagt bij aan gezonde handel

Er zijn ondernemingen die het belang van duurzaamheid inzien, maar zeggen: nu even niet! In deze tijd met grote uitdagingen zoals het verminderen van overmatige overheidstekorten en het opkrikken van haperende consumentenbestedingen, lijkt het economisch gezien verstandig pas op de plaats te maken. Ondernemers die zeggen, nu even niet, gebruiken het economisch getij als argument om niet te investeren in duurzaamheid. Er is ook een groep ondernemers, weliswaar een minderheid, die duurzaamheid alleen maar luxe vindt. Een hype die weer voorbijgaat. Dus geen geld aan uitgeven, blijf doen waar je goed in bent en meer niet. Hoe hoog staat duurzaamheid bij ondernemingen binnen onze branche op het 'te-doen' lijstje?

Die ondernemingen zijn in 2011 met meer belangrijke zaken geconfronteerd. 2011 stond voor onze branche vooral in het teken van de EHEC. De onjuiste informatie die verspreid werd vanuit onze, qua volume, belangrijkste afzetmarkt Duitsland, leidde tot grote schade. Niet alleen de primaire sector werd zwaar getroffen, ook vrijwel al onze leden ondervonden financieel nadeel.

We werden met onze neus op de feiten gedrukt: een goede relatie met de overheid, grip op informatievoorziening aan de consument en proactief denken, zijn belangrijke elementen om dit soort calamiteiten in de toekomst het hoofd te bieden. Tijdens de crisis werd door een stafmedewerker van Frugi Venta zeer terecht opgemerkt dat het opvallend is dat wanneer er een calamiteit met een vliegtuig gebeurt, altijd wordt benadrukt hoe veilig vliegen is. Als er iets niet goed lijkt te zijn met AGF, wordt de consument direct gewaarschuwd om voorzichtig te zijn met de consumptie van AGF. Onder meer aan die perceptie zullen we als Frugi Venta, samen met andere ketenpartners, hard moeten werken om dit soort excessen te voorkomen.

Tijdens de EHEC-crisis werkten we goed samen in ons ketenplatform het Productschap Tuinbouw. Dit platform waar jarenlang (voor velen wellicht onzichtbaar) ook hele goede en wezenlijke zaken zijn gerealiseerd, wordt in opdracht van de politiek voor het grootste deel ontmanteld. We kunnen redeneren dat de lagere heffing die dat tot gevolg heeft ons van een

belangrijke kostenpost bevrijdt. Degenen onder ons die wat meer met het PT te maken hebben dan gemiddeld, realiseren zich dat er ook een groot gevaar schuilt als essentiële zaken en ontwikkelingen in het algemeen belang niet kortdaat opgepakt worden. Frugi Venta heeft het voornemen die handschoen, eventueel in samenwerking met andere ketenpartners, op te pakken in het belang van haar leden. Van verplichte heffing naar vrijwillige bijdrage?

Terug naar duurzaamheid, een rode draad door dit jaarverslag. Persoonlijk vind ik de aandacht voor duurzaamheid positief. Het streven naar duurzaamheid leidt tot nadenken, over eigen grenzen heen kijken en tot nader overleg met ketenpartijen, medewerkers, klanten en idealiter zelfs met burgers. Elke onderneming heeft haar eigen motivatie; er zijn ondernemingen die al jaren met duurzaamheid bezig zijn omdat zij het onderwerp zien als een maatschappelijke must; andere zien het als een kans zich op deze manier te onderscheiden en gebruiken het met name economisch als toegevoegde waarde; weer andere omdat zij gedwongen worden door hun klant(en). De motivatie is niet zo relevant. Belangrijk is dat onze sector in actie is en de deelnemende partijen zich proactief blijven gedragen.

Opvallend is dat ondernemingen die veel aandacht schenken aan duurzaamheid en het onderdeel hebben gemaakt van hun bedrijfsstrategie, ook de financiële vruchten plukken van hun inspanningen. Ook lijken zij de meest talentvolle jonge medewerkers aan te trekken. En of je nu levert aan verzadigde kapitaalcrachtige markten of markten die zich nog sterk aan het ontwikkelen zijn, overal streeft men naar vormen van duurzaamheid. Volgens mij leidt duurzaam tot een 'betere' wereld voor ons en toekomstige generaties. Daarnaast ga ik er vanuit dat onze eindklanten, de consumenten, steeds meer verantwoorde en gezonde voeding willen. Daar kunnen wij voor zorgen. Investeren in duurzaamheid leidt dan uiteindelijk tot gezonde handel.

Hoe hoog komt het bij u op de 'te-doen' lijstje?

Cees den Hollander,
Voorzitter



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.



Eurocrisis en EHEC zetten rendement onder druk

Ondanks het optimisme aan het begin van 2011 is Nederland onder invloed van de schulden crisis in de 17 Eurolanden in een milde recessie beland. In het derde en vierde kwartaal van 2011 is de economie gekrompen met 0,4 procent en 0,7 procent. De gezinsconsumptie is teruggelopen door het lage consumentenvertrouwen als gevolg van de verslechterde (pensioen-) vermogenspositie en de dalende huizenprijzen.

Over geheel 2011 bedroeg de economische groei 1,2 procent. Voor 2012 verwacht het Centraal Plan Bureau (CPB) een krimp van 0,75 procent. In 2013 trekt de economie weer aan met een groei van 1,25 procent.

Het tekort op de rijksbegroting is door lagere belastinginkomsten hoger dan verwacht en bedroeg eind 2011 5 procent van het Bruto Binnenlands Product (BBP) ofwel € 30 miljard op een begroting van € 250 miljard. Elke dag vermeerdert de staatsschuld met € 77 miljoen. Het geraamde tekort in 2013 is 4,5 procent BBP, 1,5 procent meer dan de 3 procent die 25 van de 27 EU-landen hebben afgesproken in het 'Stabiliteitsverdrag' om de eurocrisis te bezweren. Groot-Brittannië en Tsjechië hebben dit verdrag niet ondertekend. Het verdrag verplicht de landen binnen drie tot vijf jaar hun begroting in evenwicht te brengen. De eurocrisis is begin 2012 nog niet voorbij, maar na de ondertekening van het verdrag is de dreiging dat de eurozone uiteenvalt, drastisch gereduceerd. Het dieptepunt lijkt te zijn gepasseerd.

Het kabinet Rutte moet € 9 tot € 16 miljard aan bezuinigingen vinden om in 2013 onder de 3 procentgrens uit te komen.

Deze bezuiniging komt bovenop de sanering van de overheidsuitgaven met € 18 miljard, die in het regeerakkoord 2010-2014 is afgesproken. De totale Nederlandse overheidsschuld is sinds het uitbreken van de crisis in 2007 met 20 procent BBP toegenomen tot 65 procent in 2011. Bij ongewijzigd beleid zal de overheidsschuld in 2015 zijn toegenomen tot 76 procent BBP. De kans is groot, dat Nederland dan haar triple A status verliest. De financiële markten zullen dan een hogere rente vragen waardoor het tekort op de overheidsbegroting verder toeneemt. De oplopende staatsschuld kan niet worden doorgeschoven naar de volgende generatie, temeer omdat de beroepsbevolking na 2020 krimpt, waardoor het minder makkelijk is het tekort te reduceren.

Structurele hervormingen van de arbeidsmarkt, de woningmarkt en de zorgsector zijn noodzakelijk om het groeivermogen van de economie te vergroten. Op korte termijn zijn ombuigingen in de overheidsuitgaven onvermijdelijk om het begrotingstekort terug te dringen. Dit zal de economische groei in 2013 onmiskenbaar schaden, maar in onze kleine open economie zal de omvang van dit effect relatief klein zijn. Als de tekortreductie

in 2012/2013 snel wordt gerealiseerd zal dit een belangrijke bijdrage leveren aan het herstel van het consumentenvertrouwen. Het negatieve bestedingseffect van de bezuiniging is dan mogelijk spoedig gecompenseerd.

Duitse consument vrijgevig

De sombere consument in Nederland is de belangrijkste oorzaak, dat wij niet profiteren van de relatief gunstige ontwikkelingen in Duitsland. Voorheen liep Nederland altijd in de pas met Duitsland. In 2011 en 2012 groeit de Duitse economie behoorlijk, stijgen de huizenprijzen en maakt niemand zich zorgen over zijn pensioen. In Nederland is de koopkracht aangetast door hogere zorgpremies, minder subsidies en bevriezing van pensioenen. Door het lage consumentenvertrouwen in Nederland wordt er bovendien meer gespaard, terwijl de Duitse consument geld blijft uitgeven en overtollig spaargeld in zijn huis investeert. Het zal niet eenvoudig zijn om de achterstand op Duitsland snel in te lopen.

EHEC, menselijk drama

De gevolgen van de economische malaise, zinken voor de groente- en fruitsector in het niet, in vergelijking met de structurele afzetproblemen in 2011 door overaanbod in Europa en de EHEC-crisis. De EHEC-epidemie in Noord-Duitsland leidde tot circa 50 dodelijke slachtoffers en enkele duizenden zieken, waarvan honderden blijvend letsel hebben opgelopen. De identificatie van de gevaarlijke bacterie (EHEC O104) liet lang op zich wachten.

Rampjaar voor groentesector

Door trage en onjuiste informatie van overheidswege in Duitsland heeft de sector onnodig veel schade opgelopen. Op 24 mei was er in het getroffen gebied in Noord-Duitsland een officiële waarschuwing om voorlopig geen komkommers, sla, paprika en tomaten te eten. Op 26 mei kwam de Duitse melding, dat er op vier Spaanse komkommers EHEC zou zijn aangetroffen. Op 9 juni werden echter ziektegevallen getraceerd naar de kiemgroenten van Gärtnerhof Bienenbüttel en werd de eerste waarschuwing voor kiemgroenten gegeven. Op 15 juni was er in Frankrijk bij Bordeaux een clusterinfectie met dezelfde EHEC O104, die veroorzaakt werd door zelf gekweekte kiemgroenten. In beide gevallen ging het om fenegriekkiemen uit Egypte, die op 23 juni getraceerd werden

naar dezelfde Duitse importeur. Op 1 juli werden in Duitsland de fenegriekzaden uit Egypte van de markt gehaald.

Achteraf gezien was de berichtgeving op 24 en 26 mei volkomen onjuist. Er is in Nederland geen enkele EHEC-bacterie van het type O 104 aangetroffen in de duizenden monsters tijdens een sectoraal monitoringprogramma.

In zeer korte termijn heeft het PT een EHEC-crisisteam samengesteld dat gedurende circa 12 weken actief was. Het bestond uit vertegenwoordigers van Frugi Venta, DPA, LTO Glaskracht Nederland en PT. Via deze organisaties waren andere sectororganisaties direct betrokken bij de crisisaanpak: CBL, GroentenFruit Bureau, LLTB, LTO Groeiservice, LTO Noord, LTO Noord Glaskracht en ZLTO. Daarnaast is intensief samengewerkt met de NVWA en de Ministeries van EL&I en VWS. Op Europees niveau vond regelmatig afstemming plaats met Freshfel, de Europese koepelorganisatie.

Het crisismanagement was gebaseerd op drie uitgangspunten: actief optreden, openheid en betrouwbaarheid. Het crisisteam stemde voortdurend met betrokken sectororganisaties en autoriteiten de strategie, boodschap, aanpak en activiteiten af. Het calamiteitendraaiboek richtte zich vooral op communicatie: verzamelen, bewerken en (gericht) verspreiden van kennis en informatie naar betrokken ondernemingen in de sector, autoriteiten en de media. Dagelijks werden door Frugi Venta en het PT berichten verstuurd naar de aangesloten bedrijven over de actuele stand van zaken.

Het crisismanagement is niet los te zien van de situatie waarin moest worden geopereerd. Bepalend waren omgevingsfactoren waarop de Nederlandse groentesector geen of amper invloed had. De epidemie in Noord-Duitsland werd pas na enkele weken (h)erkend, het epidemiologisch onderzoek kwam laat op gang en de identificatie van de specifieke bacterie liet lang op zich wachten. Daarbij kwam de ongestructureerde en chaotische aanpak van de epidemie in Duitsland en een snel oplopend aantal slachtoffers. Zowel in Duitsland als in Nederland trok de crisis volop aandacht van de (sociale) media. De berichtgeving was vaak onjuist en/of ongenueanceerd en dat bleek nationaal en internationaal onbeheersbaar en onvoldoende tegenwicht te geven. Een echte onafhankelijke autoriteit ("Trusted Party") op voedselveiligheid diende zich niet aan.

Monitoringsprogramma

Het crisisteam startte direct een sectoraal monitoringsprogramma, in samenwerking met en aanvullend op de monitoring van de NVWA, ter onderbouwing van de sectorale EHEC-verklaring. De resultaten werden gedeeld met de NVWA en met Qualität und Sicherheit (QS). De ruim 1.000

monsters lieten een negatief testresultaat zien. Vrijwel alle overheidscontroles (bijna 650) hadden ook zo'n gunstig testresultaat, maar twee keer werden bij bietenkiemen wel EHEC-bacteriën aangetroffen. Dit betrof echter niet het gevaarlijke type EHEC O104.

Handelsbelemmeringen

Het uitblijven van duidelijkheid over de besmettingsbron leidde tot het sluiten van grenzen en handelsbeperkingen bij een significant aantal derde landen zoals Rusland en de Golfstaten. Monitoring en certificaten konden onvoldoende vertrouwen bieden. Frugi Venta speelde een centrale rol in de inventarisatie van de handelsbelemmeringen en afstemming met het Ministerie van EL&I, Landbouwraden en Freshfel over het opheffen hiervan. Op basis van de gunstige testresultaten van de landelijke monitoring werd een algemene EHEC-verklaring door het PT opgesteld voor internationale afnemers. Toen deze onvoldoende bleek stelde de NVWA, op verzoek van het crisisteam, een officiële verklaring op. Afhankelijk van de bestemming en de eisen van het derde land waren certificaten in verschillende talen verkrijgbaar.

De sector heeft op het hoogtepunt van de afzetcrisis via het PT € 600.000 geïnvesteerd in extra advertenties in Duitse media, om de consument te overtuigen dat de Nederlandse glasgroenten absoluut veilig waren.

Extreme vraaguitval

De begrijpelijke onrust onder consumenten door het snel oplopend aantal ziekten, leidde tot een extreme vraaguitval gedurende een aantal weken in Duitsland en de sluiting van de grenzen van Rusland en enkele bestemmingen in het Midden-Oosten.

De vraaguitval in Duitsland en de exportblokkade door Rusland hadden onmiddellijk een negatieve uitwerking op de andere afzetmarkten in Europa inclusief Nederland. Die markten werden overspoeld met extra aanbod, terwijl de consumptie eveneens, zij het in mindere mate, stagneerde. Het verlies aan consumentenvertrouwen trof het Nederlandse product niet meer dan het product van producenten in andere EU-landen. De grootste concurrent Spanje heeft wat meer reputatieschade opgelopen. Op de thuismarkt gaf de consument blijk van vertrouwen in het product van eigen bodem. De sympathie van de media en de burgers voor de sector was relatief goed. De 1.300 glasgroentelers hebben naar schatting een directe omzetschade van circa € 230 mln geleden. Via de noodmaatregelen op basis van de GMO-regeling, is door de

Europese Commissie een schadevergoeding van circa € 25 mln uitgekeerd. Frugi Venta heeft in juni diverse onderzoeken onder de leden uitgevoerd om de schade vast te stellen. De exporteurs werden geconfronteerd met een kopersstaking, retourvrachten vanwege grenssluitingen, voorraadverliezen en onderbezetting gedurende het hoogseizoen. De direct toerekenbare winstderving in de groothandel/exporthandel vanaf medio mei tot medio juli is geraamd op € 60 mln.

Ondanks intensieve lobby van Freshfel in Brussel en Frugi Venta in Den Haag is er aan de handel geen schadecompensatie uitgekeerd. Claims neerleggen bij Duitse autoriteiten is niet overwogen. Die processen duren jaren en zijn bovendien gericht tegen onze grootste klant. Frugi Venta heeft zich met name ingespannen om de export weer zo snel mogelijk op gang te brengen.

Zonder EHEC ook afzetproblemen

De EHEC-crisis betekende voor tientallen telers de nekslag omdat de rendementen al sinds 2008 onder druk staan. Het jaar 2011 was begonnen met extreem lage groenteprijzen. In mei werd door de handel een moeilijk afzetseizoen voorspeld vanwege de uitbreiding van het glasgroentenaal en een stagnerende consumptie. Slecht zomerweer in juli en augustus en de hoge productieopbrengsten in heel Europa zorgden voor lage prijzen tot aan het eind van het seizoen.

De crisis onderstreepte de noodzaak, dat bij de afzet van glasgroenten meer horizontaal en verticaal moet worden samengewerkt. Vanuit het EHEC-crisisteam werd in augustus door een aantal prominente glastuinders de "Stichting Versterking Afzetpositie Producenten van glasgroenten in Nederland" kortweg STAP opgericht. In oktober werd een actieplan voor de periode 2011-2013 gepresenteerd, dat in aanmerking kwam voor een substantiële subsidie van het Productschap Tuinbouw.

Het STAPpenplan vertoonde veel overeenkomsten met het Manifest Visie Afzet Glasgroente: "De consument centraal" waaraan Frugi Venta in 2010 een belangrijke bijdrage heeft geleverd. STAP heeft voor de glasgroentelers een aantal workshops over de afzet en het marktgedrag georganiseerd. De versnippering van het aanbod is in kaart gebracht en enkele voorstellen tot horizontale bundeling van telersverenigingen zijn uitgewerkt. De handelshuizen zijn door STAP benaderd met uitvoerige vragenlijsten onder andere om te komen tot een landelijk platform vanaf 2012. STAP speelt slechts een facilitaire rol. De telers moeten zelf tot bundeling besluiten. Volgens STAP wordt ketenintegratie en marktgericht werken pas mogelijk als er vier in plaats van de huidige 50 verkooporganisaties van

telers overblijven en als de handel gaat consolideren. De actuele stand van de uitvoering van het STAPpenplan is vermeld in het interview met voorzitter Jan Zegwaard (pagina 52).

Veranderingen in 2011

Mede onder druk van de crisis zijn er veranderingen in de afzetketen op gang gekomen. De telersverenigingen Best Growers Benelux (BGB) en Versdirect.nl zijn gefuseerd in de nieuwe telerscoöperatie Van Nature. Samen hebben de 120 telers 540 ha glasgroenten en 275 ha vollegrondgroenten. Van Nature heeft circa 15 procent aandeel in het Nederlandse aanbod van glasgroenten. Van Nature gelooft in de verticale ketensamenwerking met vier gelieerde handelshuizen Combilo, Levarht, Scherpenhuizen en Haluco.

Vertrek

Een ander voorbeeld van verticale ketensamenwerking is telerscoöperatie Coforta met haar handelshuis The Greenery. Eind 2011 stapte een belangrijke groep kasgroentetelers, zogeheten T-telers, over naar FresQ. De telers konden zich niet langer verenigen met de spelregels, die door Corforta aan de T-telers waren opgelegd, namelijk alleen verkoop aan de Nederlandse groothandel. De verkoop aan de retail verliep via The Greenery. De groep vertegenwoordigde een areaal van circa 600 ha met een omzet in 2011 van circa € 216 mln. FresQ is door deze overstap in 2012 de grootste marktpartij op

het gebied van glasgroenten in Nederland. The Greenery heeft nog altijd een omzet van € 300 mln van vruchtgroentetelers, waardoor de beschikbaarheid voor de retail voldoende is gewaarborgd.

De verkopers van Coforta Verkoop BV zijn met de telers overgestapt naar één van de verkoopdochteren van FresQ. Tot heden werkt FresQ voornamelijk samen met de Nederlandse exporthandel. Het aandeel van de rechtstreekse export door FresQ bedraagt minder dan 10 procent.

Opvallend is, dat de plannen van telersverenigingen om door middel van APO's (Associaties van Producenten Organisaties volgens de GMO-regeling) tot horizontale bundeling van het aanbod te komen in 2011 zijn vastgelopen. Volledige fusie werkt beter en eenvoudiger dan een APO.

Consolidatie

De in 2010 in het Manifest aanbevolen consolidatie van handelshuizen was in 2011 herkenbaar aanwezig. Het beursgenoteerde Total Produce heeft na een 60 procent belang in Haluco ook een 50 procent belang verworven in Frankort & Koning. De Staay Food Group heeft in 2010/2011 Frupaks, Hispafruit en Alexport overgenomen.

In de binnenlandse groothandel waren er door het verder afkalvende marktaandeel van de gespecialiseerde detailhandel relatief veel overnames en bedrijfsbeëindigingen.

In de sector groentebewerkingsbedrijven voltrok zich eveneens een concentratie door onderlinge overnames.

De Belgische Univeg-groep kondigde in 2011 een

Productiewaarde Nederlandse voedingstuinbouw (in mln euro's)

	2000	2005	2008	2009	2010	raming 2011	% mutatie t.o.v. 2010
Groenten onder glas	1.259	1.275	1.270	1.095	1.480	1.160	-22%
Vollegrondsgroenten	363	385	400	330	400	390	-3%
Uien	33	20	65	72	210	95	-55%
Paddenstoelen	316	230	260	225	220	250	14%
Verse groenten totaal	1.971	1.850	1.995	1.722	2.310	1.895	-18%
Vers fruit	326	335	470	395	405	440	9%
Totaal voedingstuinbouw	2.297	2.185	2.465	2.117	2.715	2.335	-14%

Bron: Productschap Tuinbouw

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

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	raming 2011	% mutatie t.o.v. 2010
Totale groothandelssomzet incl. dubbeltellingen*	10.356	11.319	12.300	12.458	12.203	13.058	NB	
Exportwaarde verse groenten (incl. reëxport)**	2.885	3.335	3.620	3.718	3.511	4.226	3.880	-8%
Exportwaarde vers fruit (incl. reëxport)**	1.824	1.965	2.303	2.664	2.420	2.668	2.800	+5%
Totale exportwaarde	4.709	5.300	5.923	6.382	5.931	6.894	6.680	-3%

Importwaarde verse groenten**	839	964	1.066	985	975	1.159	1.250	+8%
Importwaarde vers fruit**	2.083	2.396	2.594	2.927	2.740	3.012	3.200	+6%
Totale importwaarde	2.922	3.360	3.660	3.912	3.715	4.171	4.450	+7%

Handelsbalansoverschot verse gr. en fr.	1.787	1.940	2.263	2.470	2.216	2.723	2.230	-18%
---	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-------------

Omzet Binnenlandse Groothandel*	3.882	4.268	4.415	4.525	4.409	4.473	NB	
Omzet Verzendhandel (excl. veilingen)*	485	602	707	625	565	736	NB	

* Bron: HBAG groenten en fruit

** Bron: CBS/PT (2011: voorlopige cijfers)

strategiewijziging aan. Deze multinational met grote belangen in Nederland gaat zich meer richten op haar kernactiviteit de handel in groenten en fruit in Europa en de USA. De productieactiviteiten met name in Zuid-Amerika, Zuid-Afrika en Turkije worden gescheiden van de handel ondergebracht in Univeg-fruitpartners.

Forse daling productiewaarde

Na de opleving in 2010 is de productiewaarde van de voedingstuinbouw in 2011 met 14 procent, ofwel € 380 mln gedaald naar € 2.335 mln (zie tabel). De glasgroentetelers leverden het meeste in, namelijk € 320 mln, ofwel 22 procent minder onder invloed van het ruime aanbod in Europa, de EHEC-crisis en het slechte zomerweer in juli en augustus. De opbrengstprijzen lagen gemiddeld over het gehele jaar berekend 20 procent onder de kostprijs. De 'kopersstaking' bij glasgroenten was in de zomer gunstig voor de afzet van vollegroenten. De productiewaarde daalde slechts met 3 procent tot € 390 mln. Na drie goede jaren voor de uientelers én -handelaren kwam met het oogstseizoen 2011/2012 de ommekeer. In het tweede halfjaar van 2011 daalde de uienprijs

door sterk toegenomen aanbod (5 procent gestegen areaal tot 23.500 ha) en geringe exportvraag snel naar een absoluut minimum van enkele eurocenten per kilo.

De paddenstoelensector kroop in 2011 uit het dal met een 14 procent waardeinstijging. Het fruitbewaarseizoen 2010/2011 eindigde met name voor appels positief. De recordoogst 2011 van appels en peren werd in het tweede halfjaar moeizaam afgezet.

Exportwaarde stabiel

Ondanks het lage prijsniveau van Nederlandse glasgroenten, uien en hardfruit is de totale exportwaarde verse groenten en fruit met slechts 3 procent gedaald tot € 6.680 mln. De toegenomen re-export van geïmporteerd fruit heeft een grotere daling van de exportwaarde voorkomen. Op langere termijn gezien wordt het tuinbouwcluster in Nederland afhankelijker van het buitenlandse product en van de internationale handel. De importwaarde verse groenten en fruit steeg in 2011 met 7 procent tot € 4.450 mln. Het handelsbalansoverschot verse groenten en fruit daalde met 18 procent tot € 2.230 mln (zie tabel).

De omzetten in 2011 van de groothandel aan binnenlandse afnemers zijn nog niet bekend maar zijn volgens ingewijden met 5 á 10 procent gedaald. De geregistreerde totale omzet van alle groenten- en fruitgroothandelsbedrijven in Nederland bedroeg € 13 miljard in 2010. Volgens CBS/Statline is de omzet van de totale groothandel in groenten en fruit (SBI-code 4631) in 2011 9,6 procent lager dan in 2010. De omzetontwikkeling per kwartaal in 2011, in vergelijking met 2010, was: 1e kwartaal -1 procent, 2e kwartaal -11,9 procent, 3e kwartaal -9,7 procent, 4e kwartaal -14,9 procent.

Volgens HBAG zijn er 782 groothandelaren/expoiteurs/ importeurs met een omzet boven de € 0,5 mln. In de omzetgroepen vanaf € 25 mln bevinden zich 107 bedrijven (14 procent van het totaal aantal) die gezamenlijk 73 procent van de landelijke omzet in 2010 vertegenwoordigden. In de tabel op pagina 15 is de verdeling van de 408 Frugi Venta-leden over de omzetgroepen vergeleken. Frugi Venta organiseert 79 procent van de landelijke omzet. De 88 Frugi Venta-leden met een omzet boven de € 25 mln representeren 80 procent van de omzet van alle Frugi Venta-leden en 63 procent van de landelijke omzet van leden en niet-leden.

een daling van 13 procent tot 285.000 ton. De paprikaexport verminderde slechts met 1 procent tot 319.000 ton. De drie hoofdproducten zijn goed voor 66 procent van het exportvolume (excl. uien). De positieve uitspringers waren schaars: champignons +3 procent, aardbeien +7 procent, courgettes +8 procent en asperges +26 procent.

Bij Hollands fruit is de peer het belangrijkste exportproduct met 203.000 ton, een daling met 6 procent. De appelexport zakke in met 15 procent tot 89.000 ton. Vooral de export van Jonagold verliep slecht: 10.000 ton minder tot een totaal van 20.000 ton. Bij vollegrondsgroenten verliep de export slecht bij peen -22 procent, witte kool -10 procent, ijsbergsla -6 procent en witlof -17 procent.

Duitsland bleef met een aandeel van 44 procent verreweg de belangrijkste bestemming. Het exportvolume verminderde met 80.000 ton ofwel -9 procent tot 789.000 ton. Het Verenigd Koninkrijk is traditioneel de tweede bestemming. In 2011 322.000 ton, ook 9 procent minder. Naar Frankrijk ging 16 procent minder tot een totaal van 112.000 ton. Zweden met 110.000 ton (+2 procent) en Rusland met 106.000 ton (gelijk)

Groothandelsbedrijven totaal en per handelsfunctie

	2006	2007	2008	2009	2010
Aantal groothandelsbedrijven (> € 0,5 mln)	768	804	780	789	782
<i>Te verdelen in:</i>					
Aantal expoiteurs (> € 0,5 mln)	320	324	322	335	351
Aantal binnenlandse groothandelaren (> € 0,5 mln)	468	455	453	455	434
Aantal importeurs (> € 0,5 mln)	128	130	137	143	133

Bron: HBAG groenten en fruit

Exportvolume min 5 procent

De gevolgen van de EHEC-crisis zijn ook zichtbaar in de KCB-jaarcijfers betreffende de export van de uitsluitend in Nederland geteelde groenten en fruit. Het totale exportvolume, exclusief uien en industriekwaliteit daalde met 5 procent, ofwel 120.000 ton, in vergelijking met 2010 tot een totaal van 2.046.000 ton. Hiervan ging 88 procent naar de 26 andere landen in de Europese Unie en slechts 12 procent naar derde landen, waaronder 5 procent naar Rusland.

De export van tomaten daalde met 3 procent tot 738.000 ton. De komkommerexport kreeg de grootste klap te verwerken met

completeren de top vijf. Het gezamenlijk aandeel van deze vijf bestemmingen in de export van groenten en fruit bedroeg in 2011 70 procent ten opzichte van 72 procent in 2010. Italië bezet een stevige zesde plaats met 82.000 ton in 2011, een toename met 6 procent.

Bij de overige bestemmingen is een opvallende toename gerealiseerd bij Polen +12 procent, Tsjechië +10 procent, Litouwen +25 procent en de Verenigde Staten +17 procent. De expoiteurs naar Oostenrijk met -21 procent en Zwitserland met -12 procent hadden het moeilijk in 2011.

Export van groenten naar Duitsland

De samenstelling in 2011 van de groentenexport naar Duitsland wordt in de tabel op pagina 16 nader toegelicht. De invloed van de kopersstaking bij saladegroenten in de periode mei - juni is duidelijk zichtbaar. De waardedaling van de export van Nederlandse groenten is onder invloed van het lage prijspeil nog groter, maar kan nog niet nauwkeurig worden berekend.

Uienexport

De ui is in volume gemeten het belangrijkste exportproduct. De export is afhankelijk van de vraag- en aanbodsituatie op de wereldmarkt, de productie in Nederland en de bewaarkwaliteit. Nederland produceert maar 2 procent van de 60 miljoen ton uien in de wereld, maar exportmarkten worden voor 20 procent beheerst door de Nederlandse uien.

Door het overaanbod op de wereldmarkt en de matige kwaliteit is de uienexport in 2011 met 7 procent gedaald naar 872.000 ton. In het tweede halfjaar is de prijs ingestort. De afname is vooral opgetreden bij de export naar Rusland, 37 procent minder tot een totaal van 86.000 ton en Duitsland 32 procent

minder tot een totaal van 40.000 ton. De uitvoer naar Senegal, de belangrijkste bestemming in 2011, is daarentegen met 22 procent gestegen tot 134.000 ton.

Binnenlandse marktontwikkelingen

De totale omzet van de supermarkten in Nederland is volgens GfK met 2,6 procent gegroeid naar € 32,2 miljard. Jumbo domineerde het nieuws. Allereerst met de overname van C1000 eind november voor € 900 mln. Ten tweede door de snelle ombouw van Super de Boer winkels. Het aantal Jumbo-winkels groeide in 2011 van 174 naar 263. De omzet nam toe met 40 procent tot € 2,45 miljard.

De NMa heeft de overname van C1000 inmiddels goedgekeurd, onder de voorwaarde dat Jumbo in 18 plaatsen winkels afstoot. Daarmee springt het marktaandeel van de Jumbogroep van 10,1 procent naar 22,8 procent. De toekomst van de C1000 formule onder Jumbo is ongewis. De synergievoordelen zijn groter als er met één formule wordt gewerkt. Er zijn ook ingewijden die verwachten dat C1000 Rood naast Jumbo als actieformule blijft bestaan.

Omzet in mln euro	Totaal aantal geregistreerde groothandelsbedrijven*	
	Aantal per 1-1-12	Omzet 2010
tot € 0,5 mln	682	€ 60 mln
€ 0,5 tot € 2,5 mln	311	€ 400 mln
€ 2,5 tot € 5 mln	144	€ 520 mln
€ 5 tot € 7,5 mln	75	€ 458 mln
€ 7,5 tot € 10 mln	29	€ 252 mln
€ 10 tot € 12,5 mln	29	€ 325 mln
€ 12,5 tot € 25 mln	87	€ 1.543 mln
€ 25 tot € 50 mln	43	€ 1.562 mln
boven € 50 mln	64	€ 7.938 mln
Totaal	1.446	€ 13.058 mln
Aandeel omzetgroep > € 25 mln	107	73%

Frugi Venta leden		
Aantal per 1-1-12	Omzet 2010	Representativiteit op basis van omzet
56	€ 8 mln	13%
66	€ 95 mln	24%
61	€ 230 mln	44%
35	€ 215 mln	47%
18	€ 155 mln	62%
20	€ 228 mln	70%
64	€ 1.152 mln	75%
33	€ 1.216 mln	78%
55	€ 6.957 mln	88%
408	€ 10.256 mln	79%
88	80%	

* Bron: HBAG groenten en fruit

Export groenten van Nederlandse oorsprong naar Duitsland (x 1.000 kg)

	2008	2009	2010	2011
Tomaat	309.000	329.000	337.000	309.000
Komkommer	202.000	208.000	214.000	179.000
Paprika	108.600	126.600	121.400	115.300
Spruiten	30.300	31.300	27.800	25.300
Peen	30.200	25.800	29.300	24.700
Champignon	18.300	17.800	19.300	19.300
Radijs	13.100	13.400	14.000	13.600
Aubergine	12.000	13.800	13.400	13.600
Prei	9.300	6.600	9.400	7.600
Witte kool	5.400	4.400	5.700	7.600
IJsbergsla	8.200	8.200	5.000	4.100
Courgette	2.400	2.700	3.200	2.900
Overige groenten	57.200	55.400	73.500	49.000
Totaal	806.000	843.000	867.000	771.000

Bron: KCB excl. uien

De beste versverkopers in 2011 waren Deen en AH-supermarkten met een fair share van respectievelijk 110 en 109. Bij AGF staan Deen en AH met fair shares van 108 en 113 op de vijfde en derde plaats. Op 1 en 2 staan Nettorama, met een fair share van 128, gevolgd door Dekamarkt met 115. Lidl staat op de vijfde plek met 108. Albert Heijn is verreweg de grootste AGF-verkoper met 38 procent marktaandeel.

Sinds het begin van de economische crisis, eind 2008, eten consumenten minder vaak buiten de deur. Volgens het Food Service Instituut Nederland gaven Nederlanders in 2011 1,7 procent meer uit aan eten en drinken. Supermarkten en gemakformules zijn de winnaars. In de periode 2009 tot 2011 verloor de buitenhuismarkt € 827 mln aan omzet, terwijl de omzet die thuis werd genuttigd met € 1,23 miljard toenam.

Speciaalzaak grote verliezer

Bij economische tegenwind bezuinigen Nederlandse consumenten op voedsel. Zij gaan op zoek naar goedkopere winkels, merken en producten. Speciaalzaak hebben het in 2011 bijzonder moeilijk gehad. De bezoekerscijfers liepen sterk terug. In 2008 kwam volgens GfK 30 procent van

de huishoudens bij de groenteman, in 2011 nog geen 25 procent. Bij de slager een vergelijkbaar beeld: 37 procent ten opzichte van 31 procent. Sinds 2008 is het aantal foodspeciaalzaak met gemiddeld 6 procent gedaald. Bij de groentespeciaalzaak is de teruggang veel groter. Van de 1.500 winkels in 2008 waren er in 2011 nog 1.150 over, een daling met 22 procent. Het aantal slagerijen daalde met 19 procent en het aantal poeliers met 14 procent. Behalve het winkelgedrag van de consument zijn er veel andere oorzaken voor deze ontwikkeling: opvolgingsproblemen vanwege de lange werkweek en de geringe verdiensten, zwaardere eisen op het gebied van voedselveiligheid en locatieproblemen. Veel groentespeciaalzaak zijn gevestigd op B- en C-locaties en zelden in nieuwe winkelcentra.

Vier Frugi Venta leden hebben het plan opgevat om een nieuwe winkel formule voor de agf-speciaalzaak op franchisebasis te ontwikkelen, die een duidelijke trendbreuk met het verleden moet bewerkstelligen. Voor dit project is subsidie verkregen van het Productschap Tuinbouw en uit het Frugi Venta innovatiefonds. Het winkelconcept is inmiddels gereed. De uitrol van de pilotstore is vertraagd door problemen bij de keuze van een goede locatie. ■



In juli 2012 verschijnt er in aanvulling op dit jaarverslag een bijlage met statistieken betreffende import en export van groenten en fruit, aantallen groothandelsbedrijven, importeurs en exporteurs per omzetklasse, per productgroep en bestemmingslanden. Zie ook onze website: www.frugiventa.nl ■



Euro crisis and EHEC put returns under pressure

Despite the optimism felt at the beginning of 2011, the Netherlands is in a mild recession influenced by the debt crisis in the 17 European Union member states. In the third and fourth quarter of 2011, the economy shrunk by 0.4 percent and 0.7 percent. Household consumption has declined as a result of low consumer trust which has been caused by the worsened pensions and capital positions and falling house prices.

The effects of the economic malaise for the vegetable and fruit industry cannot be compared with the structural marketing problems in 2011 due to the overload in Europe and the EHEC crisis in the high season for the marketing of Dutch greenhouse vegetables.

The EHEC epidemic in Northern Germany led to approximately 50 deaths, with a few thousand victims experiencing illness, hundreds of who have been left with permanent damage. The late and incorrect information issued by the government in Germany caused much unnecessary damage to the industry. In the end fenugreek seeds from Egypt were the likely cause. In an extremely short period of time, the Product Board for Horticulture formed an EHEC crisis team that was active for approximately 12 weeks. It consisted of representatives from Frugi Venta, DPA, LTO Glaskracht Nederland and the Product Board for Horticulture. The crisis management was based on three principles: acting actively, transparency and reliability. Frugi Venta and the Product Board for Horticulture sent updates on the current state of affairs to the associated companies on a daily basis.

Trade restrictions

The absence of clarity concerning the source of infection led to the closing of borders and the imposition of trade restrictions by a significant number of third countries such as Russia and the Gulf states.

The sector invested € 600,000 in extra advertisements in the German media via the Product Board for Horticulture at the height of the marketing crisis to convince consumers that Dutch greenhouse vegetables were completely safe. Estimates suggest that the 1,300 greenhouse vegetable growers incurred direct damage to their turnover of approximately € 230 million. Via the emergency measures based on the CMO scheme, compensation of approximately € 25 million has been paid out by the European Commission.

The crisis emphasised the necessity of working together more horizontally and vertically in the marketing of greenhouse vegetables. From the EHEC crisis team, in August a number of

prominent growers founded the 'Stichting Versterking Afzetpositie Producten van glasgroenten in Nederland' (STAP), a foundation aimed at improving the marketing position of greenhouse vegetables in the Netherlands. The current status regarding the implementation of the plan compiled by STAP is outlined in the interview with chairman Jan Zegwaard. Partly under pressure from the crisis, a number of changes in the marketing chain are being made. The growers' associations Best Growers Benelux (BGB) and Versdirect.nl have merged to form the new growers' cooperation Van Nature. Another example is the transfer from an important group of greenhouse vegetable growers, so-called T-growers from The Greenery, to FresQ. The group represented a cultivated area of approximately 600 ha with a turnover of approximately € 216 million in 2011. This makes FresQ the largest market party in greenhouse vegetables in 2012. The consolidation of trading houses that was recommended in the Manifest in 2010 was recognizable in 2011. The listed Total Produce has, in addition to a 60 percent interest in Haluco, acquired a 50 percent interest in Frankort & Koning. The Staa Food Group acquired Frupaks, Hispafruit and Alexport in 2010/2011.

Major decrease in production value

Following the recovery in 2010, the production value of the fruit and vegetables destined for consumption dropped by 14 percent in 2011, which in monetary terms is a fall of € 380 million to € 2,335 million. Despite the low price level of Dutch greenhouse vegetables, onions and hard fruit, the total export value of fresh vegetables and fruit has only fallen by 3 percent to € 6,680 million.

The registered total turnover of all vegetable and fruit wholesale businesses in the Netherlands amounted to € 13 billion in 2010. According to the Dutch Agricultural Wholesale Board (HBAG) there are 782 wholesalers/exporters/importers with a turnover of over € 0.5 million. In the turnover bracket from € 25 million upwards, there are 107 companies (14 percent of the total amount) which jointly represent 73 percent of the national turnover in 2010. In table compares the distribution of the 408 Frugi Venta members over the different turnover brackets. Frugi Venta organises 79 percent percent of the national turnover.

Export volume declines by 5 percent

The consequences of the EHEC crisis are also reflected in the annual figures of the Quality Control Board (KCB) concerning the export of fruit and vegetables which have been solely produced in the Netherlands. The total export volume, excluding onions and processing quality produce dropped by 5 percent, or 120,000 tonnes, in comparison with 2010, to a total of 2,046,000 tonnes. Of this figure, 88 percent went to the 26 other countries in the European Union and only 12 percent to

third countries, including 5 percent to Russia. Tomato exports dropped by 3 percent to 738,000 tonnes. Cucumber exports had to recover from the biggest setback with a decrease of 13 percent to 285,000 tonnes. The export of sweet peppers decreased by just 1 percent to 319,000 tonnes. With Dutch fruit, the pear is the most important export product with 203,000 tonnes, a decrease of 6 percent. Apple exports went down by 15 percent to 89,000 tonnes. Exports of Jonagold, in particular, were poor: 10,000 tonnes less, to a mere total of 20,000 tonnes. Germany remained far and away the best export destination with a share of 44 percent. Measured by volume, the onion is the most important export product. Export is dependant on the supply and demand situation on the global market, production in the Netherlands and the storage quality. The Netherlands produces only 2 percent of the 60 million tonnes of onions in the world, but 20 percent of the export market is dominated by Dutch onions.

Domestic market developments

The total turnover of supermarkets in the Netherlands has grown by 2.6 percent to € 32.2 billion according to GfK. Supermarket chain Jumbo dominated the news, initially with the takeover of C1000 at the end of November for € 900 million, and secondly by the rapid refurbishment of Super de Boer stores. The number of Jumbo stores grew in 2011 from 174 to 263. The turnover increased by 40 percent to € 2.45 billion. The best fresh produce sellers in 2011 were Deen and AH supermarkets with a fair share of 110 and 109 respectively. For sales of potatoes, fruit and vegetables, Deen and AH noted fair shares of 108 and 113 to take the fifth and third place. At the number 1 and 2 spots are held by Nettorama, with a fair share of 128, followed by Dekamarkt with 115.

Specialty green grocers had an exceptionally difficult 2011, with the number of consumers buying at these shops decreasing rapidly. Four Frugi Venta members have initiated an idea to develop a new store formula for specialty green grocers on a franchise basis, which will make a clear break with past trends. Subsidies have been granted for this project by the Product Board for Horticulture and the Frugi Venta innovation fund. ■



Frugi Venta als verlengstuk van uw bedrijf

Over het algemeen zijn de activiteiten die Frugi Venta uitvoert in het collectief belang. Er is een grote diversiteit aan dossiers die door de afzonderlijke medewerkers van Frugi Venta worden behandeld. In dit hoofdstuk een weergave van een aantal belangrijke onderwerpen. Overige activiteiten worden elders in dit jaarverslag beschreven.

Pas in oktober is na vijf onderhandelingsrondes overeenstemming bereikt over de nieuwe CAO voor de groothandel in groenten en fruit, die loopt van 1 juli 2011 tot en met 30 juni 2012. De onderhandelingen waren in juni/juli opgeschort vanwege de EHEC-crisis. Behalve een salarisverhoging van 1,75 procent per 1 november en de uitbreiding van de loonschalen voor jeugdigen met een tweede ervaringsjaar, zijn er afspraken gemaakt om de duurzame inzetbaarheid van de medewerkers te bevorderen.

Preventiefonds

Sociale partners zullen in 2012 de Stichting Preventiefonds oprichten. Met financiële steun van WGA-verzekeraar Zilveren Kruis Achmea kunnen medewerkers te zijner tijd via dit preventiefonds gebruikmaken van een loopbaancheck door een arbeidsdeskundige en trainingen of preventiemiddelen om langer werken mogelijk te maken.

De Arbocatalogus van onze sector, www.gezondehandel.nl, geeft in combinatie met de Branche RI&E al langer belangrijke informatie over noodzakelijke maatregelen om de werkomstandigheden en daarmee de inzetbaarheid van de medewerkers te verbeteren. In 2011 is de Arbocatalogus uitgebreid met de onderwerpen kwaliteit en geluid. Verder is er met het landelijk opererende UWV-Werkbedrijf een

plan opgesteld om gedurende een periode van twee jaar 100 Wajongers te plaatsen bij de aangesloten leden. Dit plan wordt in het tweede kwartaal van 2012 voorgelegd aan de CAO-Klankbordgroep van Frugi Venta, waar circa 120 leden actief betrokken zijn bij het arbeidsvoorwaardenbeleid in de sector. Bij het plaatsen van Wajongers zijn voorzieningen van toepassing zoals jobcoaching, loondispensatie, proefplaatsing en instrumenten zoals premiekorting en no-riskpolis. Wij kennen al Frugi Venta leden die gunstige ervaringen hebben met de tewerkstelling van Wajongers. Deze leden worden ingezet om ook andere werkgevers in onze sector te overtuigen.

Pensioenregeling Bpf-AVH

De verplichte basispensioenregeling in de sector wordt uitgevoerd door Bpf-AVH. Frugi Venta staat mede aan het bewind van dit pensioenfonds dat in 2011 weer voor een lastige opgave stond. Het behaalde rendement op het belegd vermogen ad € 725 miljoen was met 11,1 procent relatief goed. De verplichtingen, dat wil zeggen de contante waarde van de opgebouwde pensioenaanspraken zijn in 2011 echter met circa 20 procent gestegen door de gedaalde rente en de langere levensverwachting. Het gevolg is dat de dekkingsgraad van de verplichtingen eind 2011 94,4 procent bedroeg ten opzichte van 99,3 procent eind 2010.

Sinds 2008 is het Bpf-AVH, vanwege de lage dekkingsgraad, gebonden aan een herstelplan dat bij de toezichthouder DNB is ingediend. Eind 2013 moet de dekkingsgraad volgens dit herstelplan 105 procent bedragen. Als de situatie op de financiële markten, met name de lage rentestand, in 2012 ongewijzigd blijft, wordt het onmogelijk om deze doelstelling te halen. Het Bpf-bestuur heeft een beperkt aantal sturingsmiddelen om het tijt te keren. Werknemersorganisaties stelden voor om de pensioenpremie - thans 20 procent van de grondslag - per 1 januari 2012 drastisch te verhogen. Frugi Venta heeft dit afgewezen, omdat een dergelijke arbeidskostenstijging niet was meegenomen bij de besteding van de loonruimte tijdens de CAO-onderhandelingen in 2011. Bovendien bood DNB de mogelijkheid om gebruik te maken van een 'adempauze' bij de vaststelling van de kostendeckende premie in 2012. Het Bpf-bestuur heeft uiteindelijk besloten om de premie per 1 januari 2012 niet te verhogen en de inhoud van de pensioenregeling niet te wijzigen. Dat betekent gelijktijdig dat het Bpf-bestuur en CAO-partijen in 2012 voortvarend moeten zoeken naar een structurele oplossing voor een solide, financiële opzet, die uiterlijk bij de premiestelling voor 2013 moet functioneren. Medio 2012 zal de studiecmissie van AVH hierover advies uitbrengen aan CAO-partijen. Mogelijke aanpassingen zijn de verhoging van de pensioenrekenleeftijd naar 66 of 67 jaar, verlaging van de jaarlijkse pensioenopbouw en een premieverhoging. Het Bpf-bestuur streeft naar een evenwichtige belangenafweging van alle stakeholders bij de pensioenregeling. Als bovenstaande aanpassingen niet mogelijk zijn of onvoldoende herstel opleveren en de rentestand niet fors gaat stijgen, moet uiteindelijk per 1 april 2013 worden gekort op de pensioenuitkeringen en opgebouwde aanspraken. Het Bpf-AVH heeft in februari 2012 de deelnemers geïnformeerd dat de korting per 1 april 2013 in dat geval naar verwachting circa 5 procent zal moeten bedragen. Eind 2012 wordt hierover een definitief besluit genomen.

Bevordering leercultuur

Een gezonde leercultuur in een bedrijf bevordert de duurzame inzetbaarheid van onze medewerkers. Het resultaat van een gezonde leercultuur is, dat werknemers leren op het werk en zodoende nieuwe kennis, vaardigheden en gedrag ontwikkelen. Duurzame inzetbaarheid is van belang vanwege de dreigende krapte op de arbeidsmarkt door de lagere instroom van jongeren en de vergrijzing van de beroepsbevolking. Bovendien moeten medewerkers langer doorwerken vanwege de afschaffing van Vut/prépensioen en de verhoging van de pensioenleeftijd naar 66 jaar in 2020 en 67 jaar in 2025. Verbeteren van de leercultuur sluit ook aan op de Human

Capital Agenda, die is opgesteld door de topsectoren Tuinbouw & Uitgangsmaterialen en Agro & Food. De HCA zet onder andere in op aantrekkelijk werkgeverschap en een goed imago van de sectoren alsmede op een verbeterde aansluiting van het MBO-onderwijs op het werk in de sectoren.

Frugi Venta heeft meegedaan aan de stimuleringsmaatregel 'Excelleren Nu', die door MKB Nederland is georganiseerd om de leercultuur te verbeteren. In recordtijd hebben 22 Frugi Venta-leden zich gemeld als projectdeelnemer. Bij het project is samengewerkt met TNO en het AGF Groothandelsfonds. TNO heeft de 22 bedrijven op maat bediend met de analyse van hun leercultuur en met individuele adviezen om deze te verbeteren. Tevens zijn door TNO voor Frugi Venta een stappenplan en instrumenten ontwikkeld om andere bedrijven te helpen bij verbetering van de leercultuur. De adviseurs van het AGF Groothandelsfonds gaan vanaf 2012 bedrijven met deze hulpmiddelen assisteren bij de ontwikkeling van hun leercultuur. Het project is in februari 2012 afgesloten. Het eindrapport met de resultaten bij de 22 deelnemers gaf aan, dat de bedrijven tevreden waren over het uitgebrachte advies en de impact voor het bedrijf. Collega-bedrijven wordt aangeraden om kennis te nemen van deze vernieuwende aanpak.

Fair Produce van start

Na anderhalf jaar intensieve voorbereiding heeft minister H. Kamp van Sociale Zaken op 27 februari 2012 de eerste Fair Produce keurmerkcertificaten uitgereikt aan vier paddenstoelentelers.

De Stichting Fair Produce, in september 2011 officieel opgericht door Frugi Venta, LTO Nederland en de vakbonden FNV Bondgenoten en CNV Vakmensen, staat als een huis onder leiding van onafhankelijk voorzitter Bert Jan Krouwel. De audits worden professioneel uitgevoerd door VRO. Er is een Raad van Advies met deskundigen, onder andere van Max Havelaar. Deelnemers die bezwaar willen maken tegen een bestuursbesluit, kunnen terecht bij een College van Beroep, dat bestaat uit vooraanstaande juristen. Fair Produce is in de aanloopfase tot heden gefinancierd door het Productschap Tuinbouw, het AGF Groothandelsfonds, Colland en de Rabobank. In 2012 zal een verdienmodel worden ontwikkeld zodat de stichting op eigen benen kan staan. Andere productsectoren in de tuinbouw hebben inmiddels belangstelling getoond voor deelname aan Fair Produce. Verbreding met andere maatschappelijke thema's staat naast goed werkgeverschap op middellange termijn op het programma. De werving van deelnemers in de paddenstoelenteelt en onder de champignonhandelsbedrijven is op gang gekomen en zal in 2012 worden geïntensiveerd.

Verpakkingenbelasting: eind in zicht

Tot grote opluchting van het verpakkende bedrijfsleven werd bij de Miljoenennota op Prinsjesdag 2011 de afschaffing van de Verpakkingenbelasting per 1 januari 2013 aangekondigd. Het milieueffect van deze belasting is te verwaarlozen. De perceptiekosten voor de Belastingdienst zijn hoog in relatie tot de opbrengst van deze 'groene belasting', te weten € 330 mln. De ergernis bij het bedrijfsleven vanwege de administratieve lasten bij de aangifte zijn sinds de start in 2008 nauwelijks afgenomen.

Frugi Venta en DPA hebben voor de groenten- en fruitketen met het Ministerie van Financiën in 2009 een Uitvoeringsbesluit geregeld, dat gedeeltelijk een oplossing biedt voor de administratieve kosten. Vanwege het grote aandeel van de directe en vooral indirecte export van groenten en fruit, mag de hoeveelheid verpakkingen in onze sector standaard met 71 procent (2011) worden verminderd. Exporteurs die meer dan 71 procent van hun verpakkingen in het buitenland afzetten, zijn ontevreden over dit besluit, dat via de Wet Belastingen op Milieugrondslag verplicht is gesteld. In 2011 heeft Frugi Venta met het ministerie overleg gevoerd over aanpassing van het Uitvoeringsbesluit. Dit overleg is door het ministerie afgebroken na de aankondiging, dat de Verpakkingenbelasting vanaf 2013 wordt afgeschaft. De leden zijn in 2011 en 2012 voorzien van een Handleiding voor de toepassing van de Verpakkingenbelasting in onze sector.

De afschaffing van de Verpakkingenbelasting per 1 januari 2013 is voorwaardelijk. Het bedrijfsleven dient met het Ministerie van Infrastructuur en Milieu en met de gemeenten begin 2012 een akkoord te bereiken over de invulling van de verplichtingen uit het Besluit Beheer Verpakkingen en papier en karton voor de periode 2013 tot en met 2022. Het bedrijfsleven moet onder andere de financiering regelen van een fonds, dat voorziet in een vergoeding aan de gemeenten voor de gescheiden inzameling van huishoudelijk verpakkingsafval, de aanpak van zwerfafval en de "Nederland Schoon" campagne. Hiervoor is jaarlijks € 115 mln nodig. Nedvang zal deze gelden vanaf 2013 bij het bedrijfsleven collecteren. De bijdrage van de groente- en fruitsector aan dit fonds is nog niet bekend. Ook de grondslag waarover de heffing wordt berekend is nog onduidelijk. Frugi Venta en DPA hebben Nedvang voorgesteld om onze brancheafpraak ten tijde van de Verpakkingenbelasting te continueren, zij het niet op alle onderdelen. Van belang is dat onze sector niet wordt belast met de kosten die verband houden met de (mogelijke) afschaffing van het statiegeld op pefflessen.

Nationale strategie GMO

Na consultatie van erkende telersverenigingen en brancheorganisaties waaronder Frugi Venta, heeft het Productschap Tuinbouw de Nationale Strategie voor de Toepassing van de Gemeenschappelijk Marktordening (EGnr. 1234/2007) voor groenten en fruit in Nederland herzien. De eindverantwoordelijkheid berust bij het Ministerie van EL&I. De Nationale Strategie voor de periode 2009-2013 is het kader waaraan de operationele programma's van de erkende telersverenigingen moeten voldoen.

De EU wil door middel van de GMO het concurrentievermogen en de marktgerichtheid van de voedingstuinbouw in de gehele Gemeenschap vergroten. Voorts moet dit beleid de duurzaamheid van de productie bevorderen, de productkwaliteit verbeteren, de schommelingen in inkomens van producenten beperken en de consumptie van groenten en fruit vergroten. In verhouding is de groenten- en fruitmarktordening in vergelijking met de GMO's in de zuivel-, graan-, en suikersector een 'lichte' GMO. De totale EU-uitgaven voor de GMO groenten en fruit bedragen jaarlijks circa € 800 mln. De Nederlandse telersverenigingen ontvangen een relatief groot deel van deze subsidiestroom namelijk € 100 mln dankzij de hoge organisatiegraad. Zo'n 92 procent van de Nederlandse groenten- en fruitproductie wordt via telersverenigingen afgezet. De GMO-subsidie kan maximaal 4,1 procent van de omzet van de telersverenigingen bedragen.

Handelsbedrijven komen niet in aanmerking voor de GMO-subsidies. Dit is helaas in de EU een politiek gegeven, dat heel moeilijk te veranderen is. Bij het ontstaan van de GMO in 1997 waren er 11 telersverenigingen, anno 2007 waren er 22 en in 2011 zijn er 17 officieel erkend. De afname is veroorzaakt door een fusie van vier telersverenigingen in 'Best of Four'.

Weinig promotie

Uit de evaluatie van de Nationale Strategie sinds 2007 is gebleken, dat telersverenigingen er niet in zijn geslaagd om een sterker blok te vormen tegen grote retailketens. Er is ook weinig geïnvesteerd in promotie en innovatie van het productaanbod. Naar aanleiding van audits door de Europese Commissie heeft de centrale regie door telersverenigingen over de afzet van hun aangesloten telers meer aandacht gekregen.

Eén van de belangrijkste aanbevelingen bij de herziening van de Nationale Strategie is, dat de telersverenigingen zich maximaal dienen in te spannen om meer acties op het gebied van promotie, samenwerking, innovatie en productaanbod op te nemen. Indien bij de evaluatie van de operationele programma's over 2012 blijkt, dat deze inspanningsverplichting niet tot het

gewenste resultaat heeft geleid, zal de Nederlandse overheid voor investeringen in afzetbevordering voor elke telersvereniging in 2013 een minimumpercentage vaststellen.

De telersverenigingen hebben de afgelopen tien jaar vooral geïnvesteerd in infrastructuur, distributiecentra en pakstations. Men heeft erkend, dat het tijd is voor verschuiving in de bestedingen. Er is op initiatief van DPA een onderlinge afspraak gemaakt, waarin de telersverenigingen toezeggen tenminste 10 procent van de GMO-gelden te gebruiken voor marketing, promotie, innovatie en ketensamenwerking. Nationaal gaat het om een investering inclusief de 50 procent telersbijdrage van circa € 20 mln per jaar. Frugi Venta heeft al enkele jaren gepleit voor een soortgelijk besluit, omdat de consumptie van groenten en fruit in de EU stagneert. Met de voortdurende inzet van GMO-gelden in 'meer stenen' en productiviteitsverbetering is het productaanbod structureel toegenomen. Door verschuiving van GMO-uitgaven naar promotie en marketing, kan het evenwicht in vraag en aanbod worden hersteld.

GLB na 2013

De Europese Commissie is bezig met de voorbereiding van een totale herziening van het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid (GLB) na 2013.

De Nederlandse overheid en de telersverenigingen gaan ervan uit, dat er weinig aanleiding is om de GMO groenten en fruit ingrijpend te wijzigen. Nederland is tegenstander van de wens van Zuid-Europese lidstaten betreffende de herinvoering van interventie als instrument om vraag en aanbod op elkaar af te stemmen. Ook de Europese agrokoepel COPA-COGECA streeft naar voortzetting van de huidige GMO-regeling, die is gebaseerd op de structuur van erkende telersverenigingen. Onze Europese handelskoepel Freshfel heeft herhaaldelijk de Europese Commissie gewezen op de concurrentievervalsende aspecten van de GMO-subsidies voor de handel.

Van Taskforce naar Bionext

Jarenlang investeerde de overheid met de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw (TFMBL) en de daarbij behorende subsidie, aanzienlijk in ontwikkeling van het marktaandeel biologische producten in Nederland. Naast massa mediale promotiecampagnes werden ketenmanagers ingezet om vanuit een neutrale positie het gesprek met retailers aan te gaan. Dit is gedurende de gehele periode als bijzonder positief ervaren. Op het moment dat het einde van de TFMBL in zicht was (2011), hebben producenten, handelsbedrijven en distributeurs gezocht naar een andere manier om zich te

organiseren. Dit heeft geresulteerd in de oprichting van Bionext de ketenorganisatie voor duurzame, biologische landbouw en voeding. Bionext heeft onder andere de taken van de Task Force MBL overgenomen.

Bionext wordt gefinancierd door het aangesloten bedrijfsleven via de Vereniging van Biologische Producenten, het Biohuis (producenten, met name boeren), PBS en derden. De overheid draagt nog bij op projectbasis tot 2013. Bionext houdt zich onder andere bezig met de internationale wetgeving, regelgeving, onderzoek, communicatie en lobby, internationaal is dat in samenwerking met IFOAM EU.

Collectieve inkoopcontracten

Frugi Venta organiseert voor haar leden de collectieve inkoop van elektriciteit, gas, dieselolie alsmede van vaste en mobiele telecomdiensten via de eigen Stichting Frugi Tel.

Bij de inkoop van energie wordt samengewerkt met Hellemans Consultancy. Elektriciteit en gas zijn tot en met 2013 ingekocht op basis van een raamovereenkomst met Eneco Business. De belangstelling onder de leden vertoont een gestage groei. Ook de oprichting van de Frugi Venta Schadeverzekeringsdienst in samenwerking met Meeùs is een goede zet gebleken.

Met Zilveren Kruis Achmea worden al meer dan tien jaar collectieve afspraken gemaakt over inkomensverzekeringen bij arbeidsongeschiktheid. De werknemers van onze leden kunnen ook gebruik maken van kortingen op de premies voor de verplichte en aanvullende zorgverzekeringen van Zilveren Kruis Achmea en Ohra. De branchepolisovereenkomst op het gebied van kredietverzekering met Atradius is in 2010 vernieuwd. Dit heeft echter nauwelijks geleid tot nieuwe deelnemers. ■





Frugi Venta as an extension of your company

In general, the activities which Frugi Venta performs are in the collective interest. There is a wide variety of files which are processed by the individual Frugi Venta employees. A number of important topics will be covered in this chapter.

In October, following five rounds of negotiations, an agreement was reached concerning the new Collective Labour Agreement for the wholesale trade in fruit and vegetables, which runs from 1 July 2011 up to and including 30 June 2012.

The social partners - the trade unions and the employers- will set up the Stichting Preventiefonds (Prevention Fund Foundation) in 2012. With financial support from WGA (Resumption of Work for the Partially Disabled Regulation) insurer Zilveren Kruis Achmea, employees can in due time use this prevention fund to have a career check by an occupational assessor and training or prevention methods to enable them to work longer.

For some time now, the Arbocatalogus (the Occupational Health & Safety catalogue) of our sector, www.gezondehandel.nl in combination with the Branch RI&E, has offered important information about the necessary measures aimed at improving labour working conditions and therefore improving the employability of employees. In addition, a plan has been drawn up with the national UWV-Werkbedrijf (a public employment services organisation) to place 100 people falling under the Invalidity Insurance (Young Disabled Persons) Act (Wajong) with the associated members during a period of two years.

Pension scheme Industrial Pension Fund (Bpf-AVH)

The obligatory basic pension scheme in the sector is carried out by Bpf-AVH. Frugi Venta is jointly in power of this pension fund that again faced a difficult task in 2011. The obligations, namely the cash value of the accumulated pension agreements, have risen in 2011 by approximately 20 percent due to the decreasing interest rate and longer life expectancy. The effect of this is that the coverage of the obligations amounted to 94.4 percent at the end of 2011 compared with 99.3 percent at the end of 2010. The coverage must be 105 percent by the end of 2013, according to this recovery plan.

Promoting a culture of learning

A healthy culture of learning promotes sustainable deployment of our staff members. The consequence of a healthy culture of learning is that employees learn at work and therefore develop new knowledge, skills and behaviour. Improvement of the learning culture is also in line with the Human Capital Agenda, which is drawn up by the top sectors Horticulture & Propagating

Materials and Agro & Food.

Frugi Venta has cooperated with the 'Excel Now' incentive organised by the Dutch Federation of Small and Medium-sized Enterprises to improve the learning culture. Twenty two Frugi Venta members signed up as to participate in the project in record time. TNO and the AGF Groothandelsfonds (collaborated on the project. TNO served the 22 companies by analysing their learning culture and providing individual advice about how to improve it.

Fair Produce has commenced

After 18 months of intensive preparation, Mr H. Kamp, Minister of Social Affairs and Employment, awarded the first Fair Produce quality certificates to four mushroom growers on 27 February 2012. The Fair Produce Foundation was officially set up in September 2011 by Frugi Venta, LTO Nederland and the FNV Bondgenoten and CNV Vakmensen trade unions.

Expanding with other societal themes in addition to good employment practices is the mid to long term objective of the programme.

To the genuine relief of packaging businesses, the scrapping of the Packaging tax was announced at the Budget Memorandum on the opening day of the Dutch parliament in 2011, to take effect from 1 January 2013. The environmental effect of this tax can be ignored. The costs of collection for the Dutch Tax authorities are high in relation to the benefits of this 'green tax', namely € 330 million. The frustration felt by businessmen, stemming from the administrative burden relating to this tax return, has barely reduced since the start in 2008.

National CMO strategy

Following consultation with renowned growers' associations and industry organisations including Frugi Venta, the Product Board for Horticulture has revised the National Strategy for the Application of the Common Market Organisation (EC nr. 1234/2007) for fruit and vegetables in the Netherlands. The final responsibility rests with the Ministry of Economic Affairs, Agriculture and Innovation.

The National Strategy for the 2009-2013 period is the framework which the operational programmes of the renowned growers associations must adhere to. Approximately 92 percent of the Dutch fruit and vegetable production is marketed via growers' associations. The CMO subsidy can amount to a maximum of 4.1 percent of the turnover of the growers' associations.

Trading houses are not eligible to receive CMO subsidies. From the evaluation of the National Strategy, it appears that since 2007 there has been little investment in promotion and innovation of the produce on offer. A mutual agreement has been





made on the initiative of DPA, where the growers' associations commit to use at least 10 percent of the CMO funding for marketing, promotion, innovation and chain cooperation. The European Commission is preparing a comprehensive revision of the Common Agricultural Policy (CAP) after 2013. The Dutch government and the growers' associations are assuming that there will be little cause to drastically change the CMO for fruit and vegetables.

From Taskforce to Bionext

For many years the government has invested substantially in the development of the market share of organic products in the Netherlands by way of the Taskforce Market Development for Organic Agriculture and the associated subsidy. In addition to mass media promotion campaigns, chain managers were deployed to commence talks with retailers from a neutral position. This was experienced as being very positive during the entire period. At the moment that the end of the Taskforce was in sight (2011), producers, businesses and distributors searched for another way to organise themselves. This has resulted in the founding of Bionext, the chain organisation for sustainable, organic agriculture and food.

Collective purchasing contracts

Frugi Venta organises the collective purchase of electricity, gas, diesel oil as well as telecom services for mobiles and landlines for its members via its own Frugi Tel Foundation.

The interest among the members has shown steady growth. The establishment of the Frugi Venta Damage insurance company in collaboration with Meeùs has also proven to be a good move. ■



Productschap Tuinbouw en HBAG nog enkel kerntaken

Door de gewijzigde politieke verhoudingen in de Tweede Kamer sinds 2010 is de discussie over de toekomst van de Publiekrechtelijke Bedrijfsorganisatie (PBO) in 2011 in een stroomversnelling geraakt. In 2010 was nog met instemming van Frugi Venta een Toekomstagenda van het Productschap Tuinbouw (PT) 2010-2015 opgesteld.

De Tweede Kamer verzocht echter in februari 2011 het Kabinet Rutte om een standpunt over de toekomst van de PBO. Vooruitlopend hierop organiseerde het PT een ondernemerspeiling door middel van een internetenquête waaraan alle aangesloten ondernemingen konden meedoen. Uitgangspunt was de in 2010 geformuleerde Toekomstagenda. De uitslag liet begin juni zien, dat de diverse geledingen in de tuinbouw sterk van mening verschillen over het nut om gezamenlijk via het PT te investeren in activiteiten. De waardering was met een rapportcijfer 4,8 lager dan verwacht. De glasgroentelers gaven het hoogste rapportcijfer: 5,2. De 210 respondenten uit de groenten- en fruithandel gaven met 4,4 een relatief laag cijfer. De Frugi Venta-leden waren positiever dan de niet-leden. Vooral de grote bedrijven gaven een gemiddeld hoger cijfer, namelijk 4,8. Slechts vier op de tien handelaren willen nog via het PT investeren in fyto-sanitair beleid, drie op de tien in gezamenlijke promotie en één op de vier in marktonderzoek. Ook de waardering voor de inspraak van de ondernemers in de besluitvorming en de transparantie bij de besteding van de heffingen scoorde laag. De uitslag is waarschijnlijk negatief beïnvloed door de EHEC-crisis, die ten tijde van de peiling uitbrak. De buitengewoon

negatieve opstelling van de NVAF-sympathisanten was eveneens zichtbaar. Veertien procent van de respondenten gaf voor elk onderdeel het rapportcijfer 1.

Moderniseringsproces

Het Frugi Venta-bestuur was teleurgesteld over de uitslag van de ondernemerspeiling. De uitkomst was voor het PT-bestuur onder leiding van de per 1 juli aangetreden voorzitter mevrouw A. van Ardenne aanleiding een moderniseringsproces in gang te zetten. Bijeenkomsten met ondernemers, bestuurders en PT-medewerkers gaven input voor het ontwerpplan.

Naast de uitslag van de ondernemerspeiling gaven het op 5 oktober 2011 gepresenteerde kabinetsstandpunt en de Topagenda Tuinbouw en Uitgangsmaterialen richting aan het nieuwe PT. In november werd het moderniseringsplan 'Met minder meer' door het PT-bestuur aanvaard. Het nieuwe PT krijgt een kleiner kernpakket van taken, wordt aangestuurd door ondernemingsplatforms en een veel compacter bestuur, krijgt een veel kleinere werkorganisatie en zal de heffingen substantieel kunnen verlagen.

Het kernpakket van het moderne PT omvat de thema's:

- Voeding en gezondheid
- Plantgezondheid en fytosanitaire zaken
- Duurzame ketens

Binnen die thema's zijn enkele programma's van belang voor de groothandel in groenten en fruit, te weten:

- Verhoging groenten- en fruitconsumptie door generieke voorlichting/promotie
- Beschikbaar maken van betrouwbare informatie over groenten en fruit (inhoudsstoffen, voedingsclaims, gezondheids-campagnes)
- Beheersing van voedselveiligheid en crisismanagement
- Voorkomen van fytosanitaire handelsrestricties en restricties als gevolg van residuen
- Bevordering van goed werkgeverschap.

Het nieuwe PT investeert niet langer in marktactiviteiten als productpromotie, marktonderzoek, (informatie) logistiek en sectorspecifieke projecten. Het nieuwe PT is geen subsidieketel meer voor ad hoc-projecten en verstrekt geen exploitatie-subsidies. Het aantal bestuurders wordt van 130 naar 30 verminderd. Het aantal medewerkers daalt van 140 naar 80 Fte's in 2014 inclusief 30 Fte's voor het medebewind, dat door de overheid wordt gefinancierd.

In het eerste kwartaal van 2012 is het PT voortvarend begonnen met de uitvoering van het moderniseringsplan.

Kabinetstandpunt inzake PBO

Na raadpleging van het standpunt van de centrale ondernemersorganisaties, een EIM-onderzoek en een Commissie van wijze bestuurders onder leiding van mevrouw Jorritsma, presenteerde minister H. Kamp van Sociale Zaken op 5 oktober het kabinetstandpunt. De conclusie van de minister was dat het PBO-stelsel kan worden gehandhaafd, maar alleen in afgeslankte vorm. PBO's mogen uitsluitend nog taken uitvoeren met een publiek belang, te weten:

- Bevordering van plant- en diergezondheid en dierenwelzijn
- Voedselveiligheid en -gezondheid
- Medebewindstaken (uitvoering Brusselse regelgeving).

De verantwoordelijkheid voor het PBO-stelsel zal van SZW naar EL&I verschuiven. Onder bijzondere omstandigheden mag een schap van het kabinet aanvullende taken uitvoeren om zwartrijdersgedrag te voorkomen, indien dat problemen in de sector oplevert.

Gegeven dit kabinetstandpunt is het onvermijdelijk, dat bedrijfschappen in ieder geval verdwijnen, omdat zij geen taken met een publiek belang uitvoeren en ook geen medebewind.

Kamermeerderheid voor opheffing

Het kabinetstandpunt en alle moderniseringsplannen van de Productschappen -o.a. een gezamenlijke back office- weerhield de Tweede Kamer er niet van om op 20 december een motie aan te nemen die het kabinet vraagt om de schappen op te heffen. Wettelijke en publieke taken van de Productschappen moeten van de Tweede Kamer elders worden ondergebracht. Het kabinet heeft tot heden (medio maart 2012) geen standpunt bepaald over deze met ruime meerderheid (90 zetels) aangenomen motie. Alleen PvdA, CDA, SGP en Christen Unie steunden het oorspronkelijke regeringsstandpunt. Begin 2012 hebben LTO-Nederland en enkele grote agribusines coöperaties alsnog een lobby gestart voor handhaving van een publiekrechtelijke ketenorganisatie voor alle agrarische sectoren. Daarin worden alle productschappen geïntegreerd.

Het Frugi Venta-bestuur houdt er rekening mee dat de schappen definitief verdwijnen. Wij moeten ons voorbereiden op een toekomst zonder PBO door onder andere een inventarisatie van de collectief gefinancierde werkzaamheden bij PT en HBAG, die in de toekomst noodzakelijk blijven voor de Frugi Venta-leden. Daarbij wordt ook gekeken naar samenwerking met andere private organisaties in de voedingstuinbouw.

De uitgavenbegroting 2012 van het PT voor de voedingstuinbouw bedraagt in totaal € 14 mln. Hiervan wordt € 6,3 mln besteed aan zaken die direct voor de primaire sector van belang zijn. De overige € 7,7 mln uitgaven zijn min of meer keten gerelateerd, dus ook van belang voor de groothandel in groenten en fruit. De financiering van de ketenprojecten is verdeeld over de handel 47 procent, teelt 49 procent en industrie 4 procent. Deze verdeling kan per project verschillen. De belangrijkste uitgavenrubriek in het algemeen- en ketenfonds is promotie, marketing en marktonderzoek met € 5,2 mln, daarna kwaliteitsaangelegenheden € 0,8 mln, technisch onderzoek € 0,5 mln, arbeid € 0,3 mln en milieu € 0,2 mln.

Vooruitlopend op het nieuwe PT is de algemene heffing voor de handel met ingang van 1 januari 2011 met 30 procent verlaagd. De totale heffingsopbrengst wordt geraamd op € 3,5 mln. De uitgavenbegroting HBAG groenten en fruit bevindt zich op een veel lager niveau namelijk € 0,75 mln inclusief promotie. Frugi Venta bezint zich op de mogelijkheden om (een deel van) de werkzaamheden van het HBAG groenten en fruit vanaf 2013/2014 privaat te continueren. Medio 2012 zal het bestuur hieromtrent haar standpunt bepalen. ■

Product Board for Horticulture and HBAG (Dutch Agricultural Wholesale Board) face key issues

Due to the changing political relations in the Dutch House of Representatives since 2010, the discussion concerning the future of the PBO (Sectoral organisation under public law,) was accelerated in 2011. In 2010, a Future Agenda of the Product Board for Horticulture 2010-2015 was compiled with the approval of Frugi Venta.

However, in February 2011 the House of Representatives requested the administration under PM Mark Rutte to take a standpoint on the future of the PBO. Anticipating this, the Product Board for Horticulture organised an entrepreneur's poll by way of an online questionnaire that all associated businesses could participate in. The assessment was lower than expected with a mark of 4.8 out of 10. Only four out of ten traders want to invest in phytosanitary policy, three out of ten in joint promotion and one in four in market research via the Product Board for Horticulture.

Modernisation process

The outcome was a reason for the board of the Product Board for Horticulture to commence a modernisation process. In November, the modernisation plan 'More from less' was accepted by the board of the Product Board for Horticulture. The new Product Board for Horticulture will receive a smaller core package of tasks, will be managed by enterprise platforms and a much smaller board, will be given a much smaller work organisation and will be able to substantially reduce the duties.

The core package of the modern Product Board for Horticulture includes these themes:

- Food and health
- Plant health and phytosanitary issues
- Sustainable chains

The new Product Board for Horticulture will no longer invest in market activities such as product promotion, market research, (information) logistics and sector specific projects.

Government's position concerning PBO

Minister H. Kamp of Social Affairs presented the government's position on sectoral organisations under public law on 5 October 2011. The Minister's conclusion was that the system of PBOs can be continued, but in a reduced form. PBOs must only carry out tasks in the public interest, namely:

- Promoting plant and animal health and animal welfare
- Food safety and health
- Co-administration tasks (implementing legislation from Brussels).

House of Representatives majority for abolition

On 20 December the Dutch House of Representatives adopted a motion which requested the administration to abolish the Product Boards. The legal and public tasks of the Product Boards must be delegated elsewhere, according to the House of Representatives. Until now (mid-March 2012), the administration has not assumed a position on this motion that was adopted by a large majority (90 out of 150 votes). Frugi Venta is considering the possibility of continuing the activities, or part of them, of the HBAG vegetables and fruit privately from 2013/2014. The board will determine its position on this in mid-2012. ■



Hoge prioriteit voor toegang nieuwe markten

Frugi Venta houdt zich, naast het beslechten van handelsbelemmeringen in bestaande markten, intensief bezig met het verkrijgen van toegang tot nieuwe afzetmarkten, waaronder groeiende wereldmachten als China, India en Brazilië. Samenwerking met het Ministerie van EL&I, NVWA en bedrijfsleven is hierbij essentieel.

Het verkrijgen van markttoegang is in de meeste gevallen, naast politieke aspecten, afhankelijk van 'fyto-sanitaire eisen en garanties', waarbij door Nederland en het 'ontvangende' land een Pest Risico Analyse (PRA) moet worden uitgevoerd.

Voor China zijn in 2009 Conference peren als pilot product verkozen. Er wordt voorzichtig de hoop uitgesproken dat eind 2012 een exportvergunning verkregen zal worden. Na inventarisatie bij de leden van Frugi Venta zijn, in navolging van de Conference peren, in China tevens dossiers ingediend voor de markttoegang van appels, paprika, tomaat en uien. Voor dezelfde vijf producten is het Ministerie van EL&I ook in overleg met de autoriteiten in India. Van groot belang hierbij is tevens de inzet van de Nederlandse *Landbouwraden*, die door hun lokale kennis en contacten druk kunnen blijven uitoefenen op de voortgang van de dossiers.

Voor appels en peren wordt ook ingezet op markttoegang tot de Verenigde Staten, Brazilië en Israël. Voor de uiensector ligt de focus op toegang tot Midden- en Zuid-Amerika, met name Panama en Costa Rica. Via collectieve promotie tijdens beurzen in Berlijn en Hong Kong is de kwaliteit van de Nederlandse uien extra onder de aandacht gebracht. In 2010 en 2011 is veel tijd

besteed aan toegang tot Indonesië (gesloten sinds november 2009), wat heeft geleid tot een openstelling van de grens in april 2011.

Geen directe export mixladingen

In mei 2010 is het KCB door de Russische autoriteiten onbevoegd verklaard. Na bilaterale onderhandelingen en inmenging van Staatssecretaris Bleker, voert de NVWA met ingang van 10 maart 2011 de exportinspecties voor Rusland uit, waardoor directe export van Nederland naar Rusland weer mogelijk werd. Hiervoor is echter wel een hoge prijs betaald. De Nederlandse overheid heeft, in verband met de Russische nultolerantie van *Californische trips*, een verzwaaard inspectieregime ingesteld. Frugi Venta heeft vóór de invoering van deze werkwijze grote bezwaren geuit tegen de gevolgen hiervan, onder andere in de praktijk uitsluiting van bepaalde producten voor export (zoals Nederlandse paprika), stijging van de inspectiekosten en de problemen die door de 'risicobedring' met name voor exporteurs van mixladingen zouden ontstaan. Tevens is bezorgdheid uitgesproken over de beperkte

inspectiecapaciteit van de NVWA en aangedrongen op uitbreiding van het aantal inspecteurs.

Bezwaar tegen lastenverzwaring

De mixverladere blijken in de praktijk geen gebruik te (kunnen) maken van de directe export naar Rusland. Voor diverse 'bulk' producten, zoals uien, kool, appels, peren en tomaten, is hiertoe wel een mogelijkheid. Naar schatting betreft de directe export vanuit Nederland slechts 15 procent van de totale Nederlandse export naar Rusland.

Het geringe aantal inspecteurs heeft, naast beperkingen met betrekking tot het service-level, geleid tot een aankondiging eind 2011 van een zeer forse verhoging van het starttarief. Frugi Venta heeft tegen deze lastenverzwaring bezwaar aangetekend bij het Ministerie van EL&I. Volgens de overeenkomst met Rusland zou het overnemen van de inspecties door de NVWA een tijdelijke oplossing betreffen (maximaal 3 tot 6 maanden) waarna het KCB, na goedkeuring door Rusland, de taken weer op zich zou nemen. Eind 2011 was dit echter nog niet het geval en de verwachting is niet dat hier in 2012 spoedig verandering in zal komen.

Export paprika VS verdubbeld

De export van Nederlandse paprika's naar de Verenigde Staten is de afgelopen jaren verdubbeld, naar circa 21.000 ton in 2011. Dit is opmerkelijk te noemen gezien de hoge kosten waarmee de sector vanaf 2010 geconfronteerd wordt. Sinds een vondst in de VS van de *Afrikaanse fruitmot* (AFM) op een zending Nederlandse habanero pepers, waardoor de grens eind 2009 voor een aantal maanden voor Nederlandse 'Capsicum' gesloten werd, geldt een strikt monitoringprogramma in Nederland. Het KCB voert in opdracht van de NVWA een monitoring uit bij geregistreerde telers, pakstations en exportbedrijven, om zo de bedrijven 'VS geschikt' te kunnen verklaren. De vondst in de VS betrof duidelijk een incident (was gerelateerd aan import van pepers uit Oeganda). Voor Frugi Venta reden om bij het Ministerie van EL&I aan te dringen op hernieuwd overleg met de VS en het stopzetten van het monitoringprogramma.

Risico's import voor NL exportpositie

Hoe groot de gevolgen van (fyto)sanitair risicovolle importstromen voor onze exportpositie kunnen zijn, blijkt met name bij de export van Nederlandse tomaten naar de VS. Door

de insleep van de *Tuta absoluta*, een zeer schadelijke mineermot, is de export naar de VS vanaf 2010 nagenoeg onmogelijk geworden. De exportcijfers laten een daling zien van 6.700 ton in 2005 naar 4.200 ton in 2009 tot 351 ton in 2011. *Tuta absoluta* komt van oorsprong uit Zuid-Amerika en werd in 2007 voor het eerst in Europa (Spanje) vastgesteld, waar hij vermoedelijk al enkele jaren daarvoor is geïntroduceerd en sindsdien is uitgebreid. Via met name handelsstromen van tomaten uit besmette gebieden in Spanje wordt *Tuta absoluta* nu ook regelmatig in Nederland aangetroffen.

Ondanks zeer intensief overleg tussen bedrijfsleven, NVWA en KCB is het niet mogelijk gebleken in Nederland tot 'pest free area's' te komen. Slechts een enkel teeltbedrijf kan voldoen aan de Amerikaanse eisen met betrekking tot een 'gesloten bedrijf'.

Vertragingstactiek

Vanaf 2009 trekt Europa gezamenlijk op in het dossier inzake markttoegang VS voor appels en peren. In 2010 is een gezamenlijk protocol opgesteld door een zestal lidstaten, waaronder Nederland, waarin garanties worden geboden tegen verspreiding van een aantal schadelijke organismen. Pas een jaar later, eind 2011, heeft de VS gereageerd en heeft de lijst met organismen waarover zij informatie wenst te ontvangen aanzienlijk uitgebreid van 5 naar 34. Tevens is nog steeds onduidelijk of het traject in de VS slechts een administratief proces betreft of zal leiden tot nieuwe wetgeving, wat een vertraging van enkele jaren met zich mee zal brengen. Via de Europese koepelorganisatie Freshfel wordt druk uitgeoefend op de EU en VS om het dossier prioriteit te geven. De VS exporteert momenteel circa 40.000 ton appels en peren naar Europa. Een ruwe schatting van Freshfel is dat de Europese export van appels en peren naar de VS uiteindelijk zo'n 50.000 ton zou kunnen bedragen, met een waarde van circa € 50 miljoen. ■

High priority for access to new markets

Next to settling trade restrictions in existing markets, Frugi Venta is extremely busy gaining access to new markets such as China, India and Brazil. For this, full collaboration with the Ministry of Economic Affairs, Agriculture and Innovation, the Netherlands Food and Consumer Product Safety Authority and the business world is essential.

Gaining market access is in the majority of cases, apart from political aspects, dependant on 'phytosanitary requirements and guarantees', where a Pest Risk Analysis (PRA) must be carried out by the Netherlands and the 'receiving' country.

Conference pears were chosen as a pilot product for China in 2009. There is a quiet hope that an export permit would be granted by the end of 2012. In China, files were also submitted for the market access of apples, sweet peppers, tomatoes and onions. For apples and pears market access is also being sought in the USA, Brazil and Israel. For the onion industry, the focus is on access to Central and South America, specifically Panama and Costa Rica.

No direct export of mixed cargo

In May 2010, the Quality Control Board KCB was declared as being unauthorised to carry out export inspections for Russia by the Russian authorities. Following bilateral discussions and interference by State Secretary Bleker, the Netherlands Food and Consumer Product Safety Authority implemented the export inspections for Russia from 10 March 2011, which resulted in the resumption of direct exports from the Netherlands to Russia. The Dutch government has, in relation to the Russian zero tolerance of Californian thrips, commenced a stricter inspection regime. In practice, mixed cargo companies appear to not be able to directly export to Russia. Estimates suggest that the direct export from the Netherlands is only 15 percent of the total Dutch export to Russia.

Risky import streams

The export of Dutch sweet peppers to the USA has doubled in recent years to approximately 21,000 tonnes in 2011. This is remarkable in light of the high costs which the industry has been faced with since 2010. Since a discovery in the USA of the False codling moth on a consignment of Dutch habanero chili peppers, which led to the border being closed for a number of months to the Dutch 'Capsicum' at the end of 2009, a strict monitoring programme was put in place in the Netherlands.

The extent of the effects of (phytosanitary) risky import streams to our export position is particularly shown in the export of Dutch tomatoes to the USA. With the introduction of the Tuta absoluta, an extremely damaging Gelechiidae moth, export to the USA has been rendered almost impossible from 2010. The export figures show a decrease of 6,700 tonnes in 2005 to 4,200 tonnes in 2009 to 351 tonnes in 2011.

Delaying tactics

From 2009, Europe has united in the issue concerning the USA's market access for apples and pears. In 2010, a joint protocol was compiled by six member states, including the Netherlands, where guarantees were made against the spreading of a number of harmful organisms.

Pressure was placed on the EU and the US via the European fresh produce organisation Freshfel to give the issue priority. The USA currently exports approximately 40,000 tonnes of apples and pears to Europe. A rough estimation by Freshfel is that the European export of apples and pears to the USA could eventually amount to 50,000 tonnes, with a value of approximately € 50 million. ■



*Eric Bongaerts (L) en Paul Schreurs (R),
Frankort & Koning*



fotograaf: E. Lameijer

“Niet gewapend tegen microbiologische problemen”

Terugkijkend op 2011, een jaar waarop EHEC een duidelijk stempel heeft gedrukt, vragen operationeel directeur Eric Bongaerts en kwaliteitsdeskundige Paul Schreurs van Frankort & Koning uit Venlo zich af wat we als sector hebben geleerd van de EHEC-crisis. “Er is adequaat gereageerd, maar weten we wat we moeten doen bij een eventuele volgende crisis?”

De financiële impact van EHEC op de bedrijven was groot. Voor het ene bedrijf weliswaar groter dan voor het andere, afhankelijk van het productenpakket, maar door de bank genomen heeft EHEC wel degelijk invloed gehad op de financiële resultaten van veel bedrijven. Niet verwonderlijk als je je realiseert dat de totale schade voor handelsbedrijven is geschat op 80 miljoen euro.

Crisisteam

“De impact op ons bedrijf is heel groot geweest”, zegt Eric Bongaerts. “We hebben er alles aan gedaan om onze klanten zo goed mogelijk te bedienen en de schade voor de leveranciers proberen te beperken. We hebben gesprekken met hen gevoerd, bestellingen teruggehaald, DC’s leeggehaald en er zijn bestellingen afgezegd. We hebben lange tijd in andere patronen gewerkt. De vraag in Duitsland, een belangrijke afzetmarkt, viel terug en de prijzen voor komkommers bleven laag. De afzet van tomaat was nog moeilijker en kwam pas heel laat weer op gang. Het grote aanbod van afgelopen zomer

heeft daar zeker ook aan bijgedragen.” Frankort & Koning heeft zelf ook een crisisteam in het leven geroepen met daarin medewerkers uit alle disciplines binnen het bedrijf.

Morgen

Beide heren zijn het er over eens dat Frugi Venta de leden tijdens de crisis goed heeft geïnformeerd via mail en website. Ook het crisisteam van het PT kan hun goedkeuring wegdragen. “Maar wat doen we als morgen hetzelfde gebeurt?”, vraagt Paul Schreurs. “Hoe regelen we de communicatie, hoe komen we in contact met de Duitse overheid, wat doen we aan microbiologisch onderzoek en gaan we beter met de situatie om of niet?”, vraagt Eric Bongaerts aanvullend. Hij is van mening dat organisaties goed in beeld moeten zijn. Door nu te praten met Duitse ministeries kun je ten tijde van een crisis snel schakelen. “We waren er met zijn allen al snel achter dat de oorzaak van het probleem niet in Nederland zat. Dat zet je aan het denken over de herkenbaarheid van onze producten. Hoe zie je aan een komkommer in een willekeurige koelkast waar die vandaan

komt? Een stuk vlees is tot op de koe te traceren. Wij komen niet verder dan de colli waarin het product verpakt is.”

Monitoring

Paul Schreurs geeft aan dat Frankort & Koning de producten direct de eerste week heeft laten testen op E.coli. “De crisis brak uit op donderdag en zaterdag wisten we al dat er geen sprake was van E.coli in onze komkommers. Voor MRL's hebben we de monitoring als sector goed op de rit. De activiteiten van Food Compass op het gebied van residuen, zijn goed. Maar er zijn vaker microbiologische problemen, als sector wapenen we ons daar echter niet tegen. Microbiologie is nu een onbeheerst iets. Daar zou Frugi Venta zeker een rol in kunnen spelen. We zouden een initiatief uit de sector zoals Food Compass bijzonder toejuichen.”

Frankort & Koning heeft zelf een analyseplan ontwikkeld met Groen Agro Control. Hierin is vastgelegd welke acties moeten worden uitgevoerd als er sprake is van een uitbraak. Ook wordt geanalyseerd hoe de bron zo snel mogelijk kan worden achterhaald.

Minder CO₂-uitstoot

Maar 2011 was meer dan EHEC alleen. Zo zoekt Frankort & Koning altijd naar manieren om duurzamer te werken. “We denken hierbij grote stappen te kunnen maken in de logistiek”, zegt Eric Bongaerts. Hij laat direct weten dat Frankort & Koning daarbij geen bedrijf is van dikke rapporten en langdurige analyses, maar liever de proef op de som neemt in een pilotproject. Zo deed Frankort & Koning afgelopen jaar mee met een pilot om containers te vervoeren per binnenvaartschip in plaats van over de weg. Onderdeel van het project Fresh Corridor waar Frugi Venta penvoerder van is. “Door meer te transporteren via het water of per spoor kunnen we een bijdrage leveren om de druk op het wegennet te verminderen en de CO₂ uitstoot terug te dringen. Bij uitgaande stromen richting Italië, maken we ook gebruik van het spoor. We hebben de intentie uitgesproken om in de toekomst meer gebruik te maken van deze duurzame logistieke mogelijkheden.”

Standaardisatie

Naast duurzaamheid ziet Frankort & Koning ook veel toegevoegde waarde in standaardisatie. Niet voor niets neemt Paul Schreurs deel in de werkgroep standaardisatie van Frug I Com. “Hier ontmoet je sectorgenoten om gezamenlijk

communicatie binnen de sector te standaardiseren en verbeteren. Met twee leden zijn we tevens vertegenwoordigd in de Expertgroep GS1 in Duitsland. Nederland zou wat dat betreft een voorbeeld kunnen nemen aan Duitsland. Hier zit ook de retail aan tafel om de communicatie tussen retail en handel te optimaliseren. We spreken onder andere over ketenintegratie, wensen van de klanten en hoe wij onze automatisering moeten inrichten. Je zou verwachten dat meer bedrijven hierin zouden participeren. Als keten moeten we meer denken in standaarden en transparantie.” ■

Diverse mijlpalen

Fresh Corridor, het project dat een lans breekt voor multimodaal vervoer, heeft in 2011 diverse mijlpalen bereikt. Zo is in Rotterdam de Coolport Shuttle van start gegaan waarbij containers van vijf importeurs die binnenkomen op de Maasvlakte de eerste 45 kilometer richting Barendrecht afleggen per binnenvaartschip en alleen de laatste zes kilometer per vrachtwagen.

In augustus merkte bij Stena Line in Hoek van Holland het eerste binnenvaartschip aan waarmee de verbinding Maasvlakte – Westland een feit was. Deze gebeurtenis werd op de voet gevolgd door de pers die in grote getale was komen opdagen. Importeur Frankort & Koning heeft meegewerkt aan een pilot voor het vervoer van meloenen van Rotterdam naar Venlo per binnenvaartschip. ■

Tien miljoen subsidie

Staatssecretaris Henk Bleker heeft in 2011 een bedrag van 10 miljoen euro beschikbaar gesteld voor de ontsluiting van Rotterdam Cool Port in de Rotterdamse haven, maatregelen voor duurzame energie en economische ontwikkeling en ongestoorde verbinding met handelsgebieden in de omgeving. Rotterdam Cool Port is cruciaal om de doelstelling van Fresh Corridor te bereiken: de internationale concurrentiepositie van de verssector versterken en de duurzaamheid van het vervoer verbeteren. ■

Expertgroep Logistiek

In de tweede helft van 2011 is de Expertgroep Logistiek gestart. Hierin worden zowel actuele thema's als strategische visies gedeeld. De leden vertegenwoordigen een brede doorsnede van de Frugi Venta achterban. Hiermee heeft Frugi Venta een waardevol instrument om de agrologistieke praktijk en het daarbij behorende toekomstig beleid optimaal met elkaar te verbinden. ■

Eric Bongaerts and Paul Schreurs, Frankort & Koning:

"Unarmed against microbiological problems"

Looking back on 2011, a year EHEC has left a clear mark on, operational director Eric Bongaerts and quality expert Paul Schreurs of Frankort & Koning from Venlo ask themselves what we as an industry have learnt from the EHEC crisis.

"The response was sufficient, but are we genuinely aware of what we should do when faced with a possible subsequent crisis?" asks Eric Bongaerts. The financial impact of EHEC on the companies was significant. It was clearly more significant for certain companies than others, depending on the product package, but on average EHEC has certainly had an impact on the financial results of many companies. It is perhaps not surprising when you consider that the total damage to businesses is estimated at € 80 million.

Crisis team

"We did everything within our power to serve our clients as well as possible and tried to limit the damage for the suppliers. We held consultations with them, retrieved orders, cleared DCs and orders were cancelled", says Bongaerts. Both he and his colleague Paul Schreurs are in agreement that Frugi Venta informed the members well during the crisis via mail and on the website. The PT crisis team also gets their support. "But what should we do if the same thing occurs tomorrow?", asks Paul Schreurs. "How do we organise communication, how do we come into contact with the German government, what microbiological research do we carry out and are we handling the situation better or not?"

Lower CO₂ emission

However, there was more to 2011 than just EHEC. Frankort & Koning is always looking towards ways of working in a more sustainable way. "We think we can make major steps in logistics for this", states Eric Bongaerts. This is why Frankort & Koning participated in a pilot last year to transport containers by inland waterways as opposed to by road. In addition to sustainability Frankort & Koning also sees much added value in standardisation. There is a clear reason why Paul Schreurs participates in the Frug I Com standardisation work group. "It is important to jointly standardise and improve communication within the sector."

Fresh Corridor milestones

Fresh Corridor, the project that advocates multimodal transport of fresh produces, reached various milestones in 2011.

For example, the launch of the Cool Port Shuttle in Rotterdam and the Maasvlakte - Westland connection was completed in August. Importer Frankort & Koning also cooperated on a pilot to transport melons from Rotterdam to Venlo by inland waterway. State Secretary Henk Bleker made € 10 million available in 2011 for the opening of Rotterdam Cool Port in the Rotterdam port, measures for sustainable energy and economic development and unhindered connections with trading areas in the region.





*Shawn Harris,
directeur Nature's Pride en bestuurslid Frugi Venta*



“Frugi Venta moet met haar tijd mee gaan”

Als directeur van Nature's Pride is Shawn Harris gewend om sollicitanten aan de tand te voelen. Het bedrijf groeit gestaag, waardoor regelmatig nieuwe vacatures ontstaan. Dit jaar had zij een bijzondere opdracht. Vanuit haar rol als bestuurslid van Frugi Venta maakte zij deel uit van de selectiecommissie die een nieuwe directeur koos. Halverwege het jaar gaf Willem Baljeu na tien jaar Frugi Venta het stokje over aan opvolger Gert Mulder.

‘Door de wol geverfd’. Een spreekwoord dat zeker van toepassing is op Shawn Harris. Zelf heeft ze het gevoel dat ze nog maar net komt kijken in vergelijking met ‘oude rotten’ in het vak. Binnen het bestuur is er grote waardering voor haar zakelijke kijk op te bespreken onderwerpen en de manier waarop zij hierover communiceert: duidelijk en recht door zee.

Niet wachten

Met oog voor detail en gevoel voor de wensen van haar klanten is zij al jarenlang in staat samen met haar medewerkers Nature's Pride te laten groeien. Haar bestuursfunctie binnen Frugi Venta is de enige rol die zij buiten haar bedrijf vervult. “Toen ik werd gevraagd voor het bestuur, ben ik eerst bij mezelf nagegaan of die rol mij past. Op het moment dat je hierover positief beslist, vind ik het ook een verplichting om deze taak te vervullen in het collectief belang. Bijkomend voordeel is dat je ‘dicht op het vuur zit’ en zo beter weet wat Frugi Venta doet en voor je bedrijf kan

betekenen”, zegt Shawn Harris. “En dat zouden alle leden moeten weten.” Haar advies: ga niet zitten wachten tot Frugi Venta naar jou toekomt, maar investeer tijd en maak gebruik van de kennis en het netwerk van Frugi Venta. “Ondernemers doen er goed aan om hun medewerkers de gelegenheid te geven om bijeenkomsten te bezoeken. Door het jaar heen organiseert Frugi Venta diverse bijeenkomsten, onder andere op het gebied van logistiek, MVO, voedselveiligheid en HRM.”

Belangen van alle leden

Terugkijkend naar de selectieprocedure voor de nieuwe directeur merkt Shawn Harris op dat het even zoeken was naar de juiste kandidaat. Met de eerste kandidaten was niet direct een match. “Het is onmogelijk om in een uur tijd veel over een kandidaat aan de weet te komen. Intuïtie en gevoel spelen dus een belangrijke rol bij de selectie”, zegt Shawn Harris. De zoektocht naar de juiste kandidaat was een gewichtige en

moeilijke taak, die zij met plezier heeft vervuld. Zij wist zich daarbij gesteund door voorzitter Cees den Hollander, bestuurslid Rian Verwoert en vice-voorzitter Ron de Greeff.

“Bij Gert Mulder hadden we alle vier direct het gevoel dat het goed zat.” Wat het bestuur vooral verwacht van de nieuwe directeur is dat hij de belangen van alle leden in de diverse geledingen verdedigt en met de tijd mee gaat, zodat de activiteiten van Frugi Venta aansluiten bij de belangen van de leden.” Als voorbeeld noemt Shawn Harris het waarborgen van de taken die voorheen bij het PT waren ondergebracht. Dus, welke taken vinden de leden belangrijk en hoe zorgen we ervoor dat hier voldoende aandacht aan besteed wordt. Neem bijvoorbeeld voedselveiligheid, ketenborging, MVO, promotie etc.

MVO-beleid

Voor Nature's Pride is Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) een tweede natuur. In 2006 maakte Nature's Pride een 'ethical trading agreement' met haar leveranciers. Al daarvoor was het voor het bedrijf vanzelfsprekend lokale goede doelen te steunen die de leveranciers van Nature's Pride en hun omgeving ten goede komen. Shawn Harris juicht het dan ook van harte toe dat Frugi Venta het initiatief heeft genomen om MVO collectief op de agenda te zetten. “Wij delen onze kennis daarbij graag met anderen.”

Promotie

Ook over collectieve promotie heeft Shawn Harris een duidelijke mening. “Als bestuurslid van Frugi Venta ben ik absoluut voorstander van generieke promotie. In ieder vrouwenblad dat je opent, lees je iets over groenten en fruit en het effect dat het heeft op onze gezondheid. Als sector zelf doen we er bar weinig aan om daar een bijdrage aan te leveren.” Als directeur van Nature's Pride ziet ze het belang van collectieve promotie minder. De omvang stelt het bedrijf in staat om promotie zelf op te pakken en deel te nemen aan evenementen als de Libelle Zomerweken en de Margriet Winterfair. Daarbij realiseert ze zich heel goed dat niet iedereen in die positie is. Een collectieve campagne heeft in haar ogen zeker toegevoegde waarde. Mits de gebruikte middelen goed worden ingezet en de boodschap zowel voor de sector als richting consument goed over het voetlicht wordt gebracht.” ■



MVO

Duurzaamheid speelt een steeds grotere rol binnen veel bedrijven. Als sector hebben we een bijdrage geleverd aan het Internationale MVO jaarverslag. Hierin wordt weergegeven wat we als sector doen op het gebied van duurzaamheid. Het rapport is te downloaden via www.frugiventa.nl/dossiers ■

Initiatief Duurzame Handel

Medio 2010 is de groente- en fruitsector, in navolging op bijvoorbeeld cacao- en koffie, aangehaakt bij het IDH. Zij wil samen met het bedrijfsleven de internationale keten verduurzamen. Deelnemers zijn grote Nederlandse retailketens en importeurs. In 2012 wordt een convenant getekend waarin partijen zich committeren om volgens vastgelegde stappen, per 1 januari 2020 100 procent van het geïmporteerde volume groente en fruit uit Latijns Amerika, Afrika en Azië door de deelnemende handels- en retailbedrijven in het convenant een stap te hebben verduurzaamd. Als duurzaamheidscriterium geldt dat de producten op meerdere punten een duidelijke 'plus' op het gebied van sociaaleconomische- en milieucriteria hebben ten opzichte van gangbare product en/of wettelijke eisen. De referentie code van het Global Social Compliance Programma (GSCP) geldt hierbij als minimale ondergrens. ■

Promotie zet agf in de schijnwerpers

Om de consumptie van groenten en fruit te bevorderen zijn ook in 2011 diverse promotiecampagnes gevoerd.

Deze worden gecoördineerd door het GroentenFruit Bureau. De sector investeert zelf in deze campagnes middels heffingen van het PT.

Conference

In 2011 is op de Nederlandse en Duitse markt een voorloopcampagne gehouden voor Conference peren waarin hoofdzakelijk is benadrukt dat Conference zowel knapperig als zacht kan worden gegeten. De sector heeft om promotieactiviteiten gevraagd omdat de productie van Conference de laatste jaren sterk is toegenomen. Ook is samen met België een voorstel ingediend voor een campagne met EU-subsidie.

Elstar altijd raak

Met deze campagne slogan is bij Nederlandse consumenten bij de start van de oogst aandacht gevraagd voor Elstar appels. Aftrap voor deze campagne vond plaats in de boomgaard van Theo Vernooij waar kinderen zelf appels konden plukken. Door een strengere selectie worden de beste Elstar appels als premium product gepositioneerd. Bannering rond het RTL-weerbericht was onderdeel van de campagne.

Ik doe mee met 2x2

2x2 is de generieke promotiecampagne om de consumptie van groenten en fruit in Nederland te verhogen. In 2011 zijn diverse commercials uitgezonden op tv. Kern van de campagne is de interactieve website www.2x2.nl. Hier vind je tips, recepten en ervaringen van anderen. Allemaal ouders die op zoek zijn naar zinvolle ervaringen van anderen in dezelfde situatie. Op [2x2.nl](http://www.2x2.nl) kunnen consumenten elkaar inspireren.

Zomerfruitfiets

Zomerfruit was dit jaar te bewonderen bij de aftrap van het multimediale platform 24Kitchen in oktober in Houten. In de zomermaanden was de Zomerfruitfiets onderweg door Nederland. In een aantal grote steden kregen consumenten de kans hun ongezonde snack in te ruilen voor een lekker bakje zomerfruit.

Vruchtgroenten

Na het EHEC-drama is behoorlijk geïnvesteerd in een campagne in de Duitse krant Bildzeitung. Hierin werd benadrukt dat Nederlandse producten veilig en gezond zijn. Ook is een start gemaakt voor een EU-campagne waarbij Nederland, België en Duitsland samenwerken om vruchtgroenten te promoten. ■

Shawn Harris, Nature's Pride Director and Frugi Venta Board member:

"Frugi Venta needs to keep evolving"

As Nature's Pride Director, Shawn Harris is used to interviewing job applicants. The company is showing steady growth, which often leads to new vacancies. This year she had an exceptional assignment that arose from her role as Frugi Venta Board member.

Shawn was part of the selection committee that chose the new director. Halfway through the year, Willem Baljeu handed over to successor Gert Mulder after ten years of service at Frugi Venta. With an eye for detail and an understanding of the wishes of its clients, Shawn and her team have been able to drive Nature's Pride's growth for many years. Her executive role at Frugi Venta is the only role that she fulfils outside her company. "When I was asked to join the Board, I asked myself firstly if this role would suit me. From the moment that you decide in favour, I see it as a commitment to carry out this role in the collective interest." Her advice: do not sit and wait for Frugi Venta to come to you, rather, invest time and make use of the knowledge and the network.

Interests of all members

Looking back at the selection procedure for the new director, Shawn Harris states that it took a while to find the right candidate. There was no direct connection with the first candidates. "Intuition and instinct therefore play an important role during the selection", says Shawn Harris. "With Gert Mulder, all four of us immediately had the feeling that he was the one." What the Board primarily expects from the new Director is that he defends the interests of all members at the various levels and keeps evolving, so the Frugi Venta activities match the interests of the members."

CSR policy

For Nature's Pride, Corporate Social Responsibility (CSR) is second nature. In 2006, Nature's Pride agreed an ethical trading agreement with its suppliers. Shawn Harris therefore praises the fact that Frugi Venta has taken the initiative to put CSR on the agenda collectively. "We are happy to share our knowledge with others." Shawn Harris also has a clear opinion when it comes to collective promotion. "As member of the Frugi Venta Board, I am unquestionably an advocate of generic promotion. In every women's magazine you can find a feature about fruit and vegetables and the effect they have on our health. As an industry sector we make very little to contribute to this. That a point that needs improvement." ■

Sustainability gaining in importance

Sustainability is playing an increasingly important role at many companies. As an industry we have contributed to the ICSR annual report.

It portrays what we do as an industry in the area of sustainability. The report can be downloaded via www.frugiventa.nl/dossiers. In the area of the Sustainable Trade Initiative (Initiatief Duurzame Handel), an agreement will be signed in 2012 whereby parties commit to following outlined steps, from 1 January 2020, to improve the sustainability of 100 percent of the imported volume of fruit and vegetables from Latin America, Africa and Asia by the participating trading and retail companies in the agreement, by one step. The reference code of the Global Social Compliance Programme (GSCP) serves as the minimum lower limit. ■

Promotion shines spotlight on fruit and vegetables

Various promotional campaigns were run out in 2011 to promote the consumption of fruit and vegetables.

These were coordinated by the GroentenFruit Bureau. The industry itself invests in these campaigns by way of levies from the Product Board for Horticulture. In 2011, campaigns were carried out for Conference pears, Elstar apples, summer fruit, onions, fruiting vegetables and 2x2, the campaign which encourages consumers to eat more fruit and vegetables. ■





*Gert Mulder,
directeur Frugi Venta*



“Structuur brengen in versnipperd speelveld”

De wisseling van directeur halverwege 2011, was voor Frugi Venta als organisatie zeker een belangrijke gebeurtenis. In Gert Mulder vond Frugi Venta een enthousiaste directeur met passie voor ondernemen. Zijn kennismaking met de sector heeft hij als bijzonder positief ervaren. “Na jarenlang in de bloemensector te hebben gewerkt, ben ik verrast door de innovatiekracht van deze sector”, aldus Gert Mulder.

“Om iets te kunnen verdienen in deze sterk dynamische sector is het een randvoorwaarde dat binnen de bedrijven en bij de organisaties daar omheen alles goed is geregeld”, zegt Gert Mulder. Zijn kennismaking met de groente- en fruitsector kwam in een periode dat het ‘speelveld’ volop in beweging is. Een situatie die de veranderingsgezinde directeur past als een handschoen. “De sector is bijzonder dynamisch. Het is nog niet altijd even duidelijk hoe de keten er in de toekomst uit komt te zien. Vanuit Frugi Venta zien wij het als onze taak om de enorme versnippering en de talloze overlegvormen te structureren. De brede bestuurlijke drukte draagt niet bij aan het verkondigen van één duidelijke boodschap naar buiten als sector.” Om zowel de sector als de leden goed te leren kennen, bezoekt Gert Mulder regelmatig leden. “Hoewel ik geen ervaring heb binnen de groente- en fruitsector heb ik ervaren dat mijn gevoel voor ondernemen goed aansluit bij hetgeen de leden van ons verwachten. Ik zie dan ook volop kansen voor Frugi Venta om een waardevolle bijdrage te kunnen leveren, als verlengstuk van de bedrijfsvoering van onze leden.”

Gert Mulder wil nog graag kwijt dat hij terecht is gekomen bij een fijne club mensen, met hart voor de organisatie, die alles oppakken wat werkelijk nodig is. “Dezelfde mentaliteit die heerst bij onze leden, zit ook in het team medewerkers van Frugi Venta.”

Erkenning als topsector

In het lopende regeerakkoord is de sector Tuinbouw & Uitgangsmaterialen benoemd tot een van de negen topsectoren. Als bestuurslid van Greenport Holland heeft Gert Mulder zich opgeworpen als ‘Thematrekker’ voor het thema Holland Branding. Een van de zes thema’s naast Kennis & Innovatie, Voedselveiligheid, Gezondheid, Logistiek en Internationalisering. Binnen Greenport Holland is hard gewerkt om een uitvoeringsagenda samen te stellen waarbij actiepunten en projectvoorstellen zijn gedefinieerd voor alle zes de thema’s. “We mogen blij zijn met deze erkenning van de overheid voor

onze sector. Dat hebben we niet alleen te danken aan de glastuinbouw, maar ook aan de sterke positie van importeurs en exporteurs die een belangrijke bijdrage leveren aan de Nederlandse betalingsbalans. Een benoeming als topsector wil echter niet zeggen dat onze toekomst daarmee verzekerd is. Als het aankomt op financiële ondersteuning, geeft de overheid haar geld liever uit aan een sector die in het verleden heeft bewezen te beschikken over grote innovatiekracht. Wat dat betreft zitten we goed, maar het geeft geen enkele garantie."

Samenwerking

Gert Mulder is van mening dat er ruimte is voor een organisatie als Greenport Holland met als boegbeeld Loek Hermans. "We kunnen alleen maar ons voordeel doen met een boegbeeld richting politiek als dat boegbeeld op pad gaat met een duidelijke boodschap die ons verder kan helpen."

Al jaren spreken Frugi Venta en DPA over een nauwere samenwerking. Tot op heden bleef het daarbij. In 2011 zijn echter gerichtere stappen gezet om banden te verstevigen. "Willen we als sector een krachtig geluid laten horen richting politiek dan moeten we de vrijblijvendheid opgeven."

Beter rendement

Collectiviteit is een belangrijk kenmerk van brancheorganisaties. Op dat gebied is in 2011 het nodige veranderd. Zoals in een eerder hoofdstuk van dit jaarverslag wordt vermeld, heeft de sector onvoldoende draagvlak getoond om de activiteiten van het Productschap Tuinbouw te handhaven. "Maar er zijn dingen die je als bedrijf niet alleen kan en wil doen. Onderzoek heeft aangetoond dat sectoren die collectiviteit goed hebben geregeld, beter renderen dan sectoren die dit niet hebben geregeld", zegt Gert Mulder.

"Jarenlang was collectiviteit binnen onze sector vanzelfsprekend geregeld binnen het PT en het HBAG. Bedrijven waren gewend dat alles voor hen werd geregeld. Nu staan we op een punt dat het fundament onder die collectiviteit gaat verdwijnen. Bedrijven moeten in de nabije toekomst een bewuste keuze maken voor vormen van collectiviteit."

'Ownership'

Een ontwikkeling die je bij de overheid ziet, is een nauwere samenwerking met het bedrijfsleven. Een goed voorbeeld van ondernemerschap bij uitvoering van een project noemt Gert Mulder Frug I Com. Deze stichting werkt met een business

council die toeziet op het werk dat binnen de stichting wordt uitgevoerd. "Dat zouden we bij meer projecten moeten doen. Het is aan ons om ervoor te zorgen dat ondernemers op het juiste moment worden gehoord", zegt Gert Mulder. Hij heeft veel inspiratie opgedaan over de wijze waarop je een brancheorganisatie kunt organiseren bij de Produce Marketing Association in Amerika. Hier viel hem de grote betrokkenheid van de leden op. "Dat is waar ik ook meer naar toe wil met Frugi Venta. Leden die zich mede-eigenaar voelen van Frugi Venta en een bijdrage leveren in de vorm van deelname aan werkgroepen of commissies. Meer 'ownership' van de leden bij de organisatie." ■



Goed begin

Hét AGF Debat in het Rotterdamse Zalmhuis is inmiddels een nieuwjaarstraditie. Frugi Venta organiseert dit samen met DPA en N&S Quality Consultants. In 2011 pakten Hein Deprez van Univeg en Nico van Ruiten van LTO Glaskracht de handschoen op. Zij gingen in debat over de slechte prijsvorming voor Nederlandse vruchtgroenten. Meiny Prins van Priva en Frugi Venta voorzitter Cees den Hollander gingen in debat over de toegevoegde waarde van het PT. Na afloop van Hét AGF Debat werd Volkert Engelsman verkozen tot AGF Man van het Jaar. ■

Eosta wint AGF Innovatieprijs

Tijdens Hét AGF Debat werd de AGF Innovatieprijs uitgereikt. Deze ging naar Eosta. De jury was onder de indruk van de consistente wijze waarop Eosta duurzaamheid heeft doorgevoerd in haar bedrijfsstrategie. De twee andere genomineerden waren Sensational Flavours van Rijk Zwaan en het project Fresh Corridor. Zij werden eerder uitgeroepen tot winnaars in respectievelijk de categorieën Marketing & Concepten en Techniek & Logistiek. De AGF Innovatieprijs wordt financieel mogelijk gemaakt dankzij HBAG en PT. ■

Jubileumjaar Frugi Venta

Op 26 maart 2011 vierde Frugi Venta op de SS Rotterdam haar 10-jarig jubileum. Tijdens het huishoudelijk deel werd onder andere afscheid genomen van bestuurslid Rian Verwoert, tegelijkertijd werd Joop Vernooij benoemd als vertegenwoordiger van de fruithandel.

Na de pauze werd stilgestaan bij hetgeen Frugi Venta de afgelopen tien jaar heeft bereikt. Een stevige organisatie die met één stem spreekt richting overheid. Food Trendwatcher Hans Steenbergen nam de aanwezigen mee op een ontdekkingsreis door 50 jaar groente- en fruitsector. Dit liep parallel aan de carrière van Willem Baljeu die deze dag officieel afscheid nam van de sector. Hans Steenbergen liet tevens zien welke ontwikkelingen in het buitenland gaande zijn op het gebied van food en hospitality. Een wervelende presentatie die door de aanwezigen goed werd ontvangen. ■

Onderscheiding Willem Baljeu

Willem Baljeu is tijdens zijn directeurschap van handelsplatform Frugi Venta, maar ook daarbuiten, van grote betekenis geweest voor de ontwikkeling van de groente- en fruitsector. Zo had hij een initiële rol bij de toepassing van innovatieve ICT-oplossingen en het versterken van de logistieke dienstverlening. Ook is hij van grote betekenis geweest voor de voedselveiligheid en de promotie van groenten en fruit uit Nederland in binnen- en buitenland. Als dank hiervoor werd hij door Sjaak van der Tak, burgemeester van het Westland, onderscheiden als Officier in de Orde van Oranje Nassau. Willem Baljeu werd tevens benoemd tot erelid van Frugi Venta en ontving hiervoor de Frugi Venta speld van verdienste. ■

Glazen Tafel on Tour

Sinds enkele jaren organiseren Frugi Venta en DPA De Glazen Tafel on Tour in perscentrum Nieuwspoor in Den Haag. Met De Glazen Tafel voeden we de dialoog tussen bedrijfsleven en politiek. We informeren politici over ontwikkelingen in de sector en de maatregelen die worden genomen om alle burgers in Nederland en ver daarbuiten te voorzien van verse, gezonde, smakvolle groenten- en fruitproducten die aan alle veiligheidseisen voldoen. In 2011 kwam dit evenement juist voor het Tuinbouwdebat in de Tweede Kamer. Dit stond in het teken van de EHEC-crisis. ■

Nieuwsvoorziening

In november 2011 verscheen het eerste exemplaar van CHAIN Magazine, dit blad brengt de lezer zes maal per jaar achtergrondinformatie uit de totale groenten- en fruitketen. Frugi Venta levert een financiële bijdrage aan de verspreiding van het blad richting leden. Wekelijks brengt Frugi Venta actuele zaken onder de aandacht van haar leden middels de Frugi Flash, een opsomming van actuele feiten die zowel goed kan worden gelezen via smartphones als de PC. ■



ROTTERDAM

Gert Mulder, Frugi Venta director:

"Bringing structure in a fragmented playing field"

The change of director mid-2011 was unquestionably an important event for Frugi Venta as an organisation. In Gert Mulder, Frugi Venta found an enthusiastic director with a passion for business. He has experienced his introduction to the industry as being extremely positive.

"To be able to earn anything in this very dynamic sector, a well-organised structure within the companies and the related service industries is essential", says Gert Mulder. His introduction to the fruit and vegetable industry came in a period that the 'playing field' is rapidly evolving. "The sector is extremely dynamic. The future picture of the chain is not always clear. As Frugi Venta we see it as our task to structure the enormous fragmentation and the many forms of consultation."

Recognition as top sector

In the current governmental agreement the Horticulture & Propagating Material industry has been named as one of the nine top sectors. As member of the Board of Greenport Holland, Gert Mulder has stepped up as 'Theme leader' for the Holland Branding theme. "We can be happy with this recognition from the government for our sector."

For many years, Frugi Venta and DPA have been discussing closer collaboration. Until now it was only a subject of discussion. In 2011 however, more focused steps were taken to strengthen the ties. "If we as an industry want to be able to send a strong message to the politicians we have to give up the non-committal attitude." Collectivity is an important feature for industry organisations. In that area, a lot has changed in 2011. As stated in chapter 3 of this annual report, the sector has shown insufficient support to maintain the activities of the Product Board for Horticulture.

"We are at the point that the foundation under this collectivity will disappear. Companies must make a conscious decision about collectivity forms in the near future."

'Ownership'

A development that you see with the government is closer collaboration with business. "It is up to us to ensure that entrepreneurs are listened to at the right time", says Gert Mulder. He has been greatly inspired by the Produce Marketing Association in America, about the way in which it is possible to organise an industry organisation. He was impressed by the high level of involvement of the members. "That is where I also want to take Frugi Venta, increased 'ownership' of the members of the organisation."

Frugi Venta events

Frugi Venta organises various events throughout the year. These have an important network function and also serve to inform members about current events.

The AGF (Potatoes, Vegetables and Fruit) Debate, also the New Year's reception, has become a tradition. Here the trend-setters from the sector take their place in the ring and enter the debate. At the same meeting, the AGF Innovation prize is awarded. In 2011 this was won by Eosta, an organic products business. In 2011, the AGM had an extra celebratory atmosphere due to the 10th anniversary and departure of director Willem Baljeu. That special afternoon saw the departing director named as honorary member of Frugi Venta and was he was decorated as an Officer in the Order of Orange-Nassau. In order to bridge the gap between politics and business, Frugi Venta and DPA organised the Glass Table on Tour, a buffet dinner where politicians and entrepreneurs had the opportunity to meet.





Jan Zegwaard,
directeur Soly International, voorzitter STAP



foto: ECT

“Ketenintegratie kan sector vooruit helpen”

Er wordt veel over gesproken. Een nauwere samenwerking tussen teelt en handel kan het rendement voor beide partijen vergroten. In de markt is voor- en achterwaartse ketenintegratie al langer aan de gang, op diverse manieren. Steeds meer telers breiden hun productiebedrijf uit met een handels BV en zien toegevoegde waarde in het lidmaatschap van Frugi Venta.

Een voorbeeld daarvan is Soly International, het handelsbedrijf van Greenco, beter bekend als de producent van snack-tomaatjes ‘Tommies’. Jan Zegwaard, een van de directieleden van Greenco, kwam afgelopen jaar bovendien regelmatig in het nieuws vanwege STAP, initiatief van een aantal telers om nauwer samen te werken en zo meer marktgericht te kunnen werken. Directe aanleiding hiervoor was de EHEC-crisis, waarover elders in dit jaarverslag meer.

Succesvolle voorbeelden

De intentie van STAP is krachtbundeling bij telers om vervolgens samen met handelsbedrijven de juiste bestemming te zoeken voor de diverse producten. “Dat is een bewustwordingsproces”, zegt Jan Zegwaard. “STAP is niet alleen gericht op bundeling, maar wil ook ketenintegratie bewerkstelligen, meerwaarde creëren en een bijdrage leveren aan de kanteling van product-naar marktgericht denken en werken. De meest succesvolle voorbeelden in de markt zijn die combinaties waar een goede samenwerking is tussen diverse schakels in de keten.” Denk daarbij aan de combinatie tussen Albert Heijn, Bakker

Barendrecht en de daaraan gelieerde telers. Een voorbeeld dat ook werd aangehaald door Hein Duprez, directeur van Univeg, tijdens Hét AGF Debat dat werd gehouden op 5 januari 2011 in Rotterdam.

De vraag die Jan Zegwaard zichzelf regelmatig stelt, is: “Hoe kunnen we als sector zo veranderen dat we de markt optimaal kunnen bedienen?” Hij ziet Frugi Venta en DPA nog liever vandaag als morgen de krachten bundelen. “In oktober zijn we heel Amerika doorgereisd en hebben ervaren hoe daar de keten in elkaar steekt. Teelt en handel liggen daar dicht bij elkaar en versterken elkaar om zo de retail optimaal te kunnen beleveren en een zo groot mogelijk rendement te realiseren. Ik verwacht dat dit de komende jaren ook in Nederland een grote vlucht zal nemen.”

Natuurlijke beweging

Een van de activiteiten van STAP was het verzamelen van kennis over de markt en producten. “We zijn er achter gekomen dat het Productschap Tuinbouw over een schat aan informatie beschikt.” En dat uitgerekend in een jaar dat het PT door de politiek wordt

gedwongen flink in te krimpen en activiteiten op het gebied van promotie en marktonderzoek niet langer kan uitvoeren. "Eeuwig zonde", zegt Jan Zegwaard hierover. Wel is hij van mening dat zaken die niet collectief worden georganiseerd, automatisch door een andere partij worden opgepakt. "Het is een natuurlijke beweging dat sterke partijen in de markt zaken naar zich toetrekken. Wat telt is dat de activiteiten op dié plaats terechtkomen, waar ze het best kunnen worden uitgevoerd." Jan Zegwaard ziet hierbij in de nabij toekomst zeker een taak voor Frugi Venta.

Gezonde producten

Duurzaamheid noemt Jan Zegwaard een randvoorwaarde om te mogen leveren, maar tevens een aspect waarmee een bedrijf zich kan profileren. "Voor ons speelt duurzaamheid een rol binnen alle disciplines van het bedrijf. We hebben door het hele bedrijf heen in kaart gebracht wat we doen in het kader van duurzaamheid. Dit betreft zowel de manier van produceren, beleid ten aanzien van gewasbeschermingsmiddelen, personeelsbeleid, de manier waarop we omgaan met energie. Bij het belichten houden we er rekening mee dat de omgeving geen last heeft van onze lichtuitstoot. Daarnaast zijn we van mening dat alleen al onze gezonde producten een bijdrage leveren aan een duurzaam leven van de consumenten die onze producten kopen." ■

Meer media-aandacht Voedselveiligheid

Het thema voedselveiligheid heeft in toenemende mate belangstelling. Voor de media is het een dankbaar onderwerp.

Onze sector besteedt veel aandacht aan verdere verbetering van voedselveiligheid. Enkele voorbeelden zijn: Food Compass, het sectorale monitoringssysteem residuen; het project Focus Fruit, waar in de naaogstfase wordt gewerkt aan het verwijderen van residu's op appels en peren; het project Focus Glasgroenten, waar actief gewerkt wordt aan oplossingen voor de steeds stringenter bovenwettelijke MRL's en de lancering van het groentenenfruitportaal, waarmee alle PT aangeslotenen op zeer eenduidige en overzichtelijke wijze toegang hebben tot de meest actuele informatie over dit thema.

De aandacht rond microbiologische risicobeheersing is in 2011 in een hogere versnelling gekomen. De EHEC crisis als lakmoesproef gaf een goed beeld van onze capaciteiten. Veel zaken bleken goed te zijn geregeld of bleken vlot aan deze specifieke situatie aanpasbaar. Helaas werd ook duidelijk dat de gebruikte schema's en certificeringen die in nog steeds toenemende mate gebruikelijk zijn in onze processen, niet volstonden om het consumenten-vertrouwen te waarborgen. Dit is bij velen hard aangekomen en noodzaak tot verdere actie is duidelijk. Zowel wat betreft pro-actieve communicatie als het verhogen van het feitelijk kennisniveau van onze sector.

Ook op operationeel niveau zijn er volop kansen. Tracking en tracing in de meer complexere ketens kan op bedrijfsniveau verder verbeteren. Wanneer u zelf een recall nabootst komen vaak belangrijke leerpunten naar voren. Bij Frug I Com is veel kennis op dit vlak beschikbaar. ■

Jan Zegwaard, Soly International director:

"Chain integration can help the industry forward"

It is a trending topic. Closer collaboration between growers and traders can increase the return for both parties. In the market both backward and forward chain integration has been underway for some time, in different ways. More and more growers are expanding their production company with a trading company and are recognising the added value of membership of Frugi Venta.

An example of this is Soly International, the Greenco trading company, better known as the producer of 'Tommies' snack tomatoes. Jan Zegwaard, one of the Greenco Board members, was often in the news last year due to STAP, the initiative of a number of growers to be able to work together more closely and therefore work in a more market focussed way. The direct reason for this was the EHEC crisis (covered in more detail in this annual report).

Successful examples

STAP's objective is to join forces among growers to subsequently find the right destination for the various products with the trading companies. The question that Jan Zegwaard frequently asks himself is: "How can we change as an industry to optimally serve the market?" One of the activities of STAP was gathering knowledge about the market and products. "We have discovered that the Product Board for Horticulture has a wealth of information." Now that the Product Board for Horticulture is threatening to dissolve, he sees an opportunity for Frugi Venta to adopt a number of activities in the collective interest.

Jan Zegwaard cites sustainability as a prerequisite to be able to supply, but also an aspect which a company can use to market themselves. "For us, sustainability plays a role within all disciplines of the company. And with our healthy produce we offer the consumers who buy our products a contribution to a sustainable life."

Increased media attention for food safety

The theme of food safety is receiving increased interest. Our industry pays great attention to the further improvement of food safety.

A number of examples are: FoodCompass, the industry monitoring system of residues; the Focus Fruit and Focus Greenhouse Vegetables projects, where much work is being carried out on solutions for the ever more stringent extrajudicial MRLs and the launch of the fruit and vegetable portal.

The attention surrounding microbiological risk management exploded in 2011. The EHEC crisis as the ultimate test provided a good overview of our capacities. Many issues appeared to have been well taken care of, or turned out to easily be adjusted to this specific situation. Unfortunately it also became clear that the schemes and certificates that are increasingly common in our processes were insufficient to guarantee the consumer confidence.





*Arie van der Linden, directeur
Kwaliteit & Milieu The Greenery*



“Belangrijk om collectief risico’s te analyseren”

Voedselveiligheid voor groenten en fruit moet een vanzelfsprekendheid zijn. Volgens Arie van der Linden, directeur Kwaliteit & Milieu bij The Greenery, kan het eigenlijk geen discussie zijn of een bedrijf al dan niet concurrentievoordeel heeft als het voedselveiligheid goed heeft geregeld. Het geheim van een unieke positie in de markt schuilt volgens hem echter vooral in het goed op orde hebben van de traceerbaarheid.

In 2011 richtte Frugi Venta samen met DPA een fyto-werkgroep op. Een positieve ontwikkeling volgens Arie van der Linden. “Het onderwerp residuen blijft altijd aandacht houden. We hebben dat voortvarend aangepakt en het staat goed op de rails. Fyto is wat onderbelicht gebleven. Niet bij Frugi Venta, maar wel bij de handelsbedrijven. Je merkt meer en meer dat fytosanitaire zaken handelsmogelijkheden beïnvloeden. Het is goed om met elkaar de denkracht te vergroten. De bijeenkomsten zijn zeer informatief. Het is ook nuttig om gezamenlijke kennis over dit onderwerp op te bouwen zodat je weet wat er speelt.” Als voorbeeld noemt Arie van der Linden de Drosophila Suzuki. “Ineens duikt er een bericht op in de pers. Om risico’s te kunnen inschatten, moet je weten dat er informatie beschikbaar is en waar je het kunt vinden. Je werkt proactief.”

Risico’s inventariseren

“Met alle producten die we importeren, heb je ook meer risico op de import van organismen die je eigen producten bedreigen. Ook telers krijgen een steeds actievere rol bij de import van groenten en fruit. Dat brengt risico’s met zich mee. We hebben dat kunnen ervaren in 2009 toen de Tuta absoluta voor het eerst in de Nederlandse tomatenteelt werd gevonden. Het aantreffen had onder meer tot gevolg dat de VS na verloop van tijd de grenzen sloot voor tomaten uit Nederland. Bij een vondst van de Afrikaanse fruitmot in habanero-pepers ging de Amerikaanse grens per direct dicht voor alle Capsicum uit Nederland”, zegt Arie van der Linden. “Het is daarom belangrijk om collectief de risico’s te inventariseren. Zo kunnen we preventief inspelen op fytosanitaire risico’s.” De samenwerking met de overheid, in dit geval de NVWA, is goed volgens Arie van der Linden. “De NVWA anticipeert goed en ziet het als een kans om door middel

van nauwe samenwerking risico's op een uitbraak te beperken. Als zaken met de overheid goed zijn geregeld, is het ook makkelijker om toegang te krijgen tot andere landen die waarde hechten aan het oordeel van een overheid."

Fair Produce

Een totaal ander onderwerp waar Arie van der Linden wel iets over wil zeggen, is het ketenkeurmerk Fair Produce. Dit keurmerk moet een einde maken aan arbeidsconstructies in de paddenstoelensector. Frugi Venta heeft samen met de vakgroep paddenstoelen van LTO en de vakbonden inhoud gegeven aan het keurmerk. The Greenery voelt echter weinig voor lokale keurmerken. "Wij vinden het zonder meer belangrijk dat er over dergelijke zaken wordt nagedacht. Wat dat betreft staan we volledig achter de aandacht voor dit onderwerp", zegt Arie van der Linden. "Binnen The Greenery gaan we voor een wettelijke handhaving. The Greenery volgt de wettelijke richtlijnen inzake de bedrijfsvoering van haar aangesloten leden. Daarnaast hebben we te maken met internationale klanten. Engelse retailers vragen bijvoorbeeld naar het Ethical Trade Initiative. Een Nederlands initiatief kan je niet communiceren met buitenlandse klanten. Als internationaal bedrijf is dat echter wel een voorwaarde." Arie van der Linden denkt dat Fair Produce zich meer zou moeten oriënteren en richten op de bestaande internationale systemen, zoals BSCI, ETI en Rainforest Alliance. ■

Werkgroep Fytosanitair Beleid

Begin 2011 hebben Frugi Venta en DPA deze werkgroep opgericht, waarin ook het KCB als vaste adviseur deelneemt. De doelstellingen van de werkgroep zijn: communicatie en kennisoverdracht aan de bedrijven in de sector, opstellen visie fytosanitair beleid, stimulering markttoegang derde landen en signalering van actuele en toekomstige risico's. In de praktijk blijkt dat binnen de aangesloten bedrijven de bewustwording en kennis over fytosanitaire risico's steeds groter wordt, maar dat er nog veel winst te behalen valt. Om de bedrijven (wederzijds) gericht te kunnen informeren, heeft Frugi Venta de leden verzocht een contactpersoon voor fytosanitaire zaken aan te stellen. De lijst bedroeg eind 2011 ruim honderd contactpersonen. ■

Ketenkeurmerk Fair Produce van start

Na anderhalf jaar intensieve voorbereiding heeft minister Henk Kamp van Sociale Zaken op 27 februari 2012 de eerste Fair Produce keurmerkcertificaten uitgereikt aan vier paddenstoelentelers. Fair Produce is een sociaal ketenkeurmerk om ondernemers die zich niet bedienen van dubieuze arbeidsconstructies bij het oogstwerk door buitenlandse medewerkers, een voorsprong in de markt te geven. (Zie ook: www.fairproduce.nl) Nederlandse en buitenlandse retailers hebben belangstelling getoond voor het keurmerk. De leveranciers van de retail moeten garanderen, dat de arbeidsomstandigheden, de huisvesting en de beloning van buitenlandse medewerkers in overeenstemming zijn met de wet. De Arbeidsinspectie en de SIOD hebben al vele jaren gerichte controles uitgevoerd in de sector. De concurrentievervalsing in de keten en de negatieve publiciteit over bedenkelijke incidenten zijn desondanks niet uitgebannen. ■

Arie van der Linden,
Quality & Environment Director at The Greenery:

"It is important to analyse collective risks"

Proper food safety for fruit and vegetables is clearly crucial. According to Arie van der Linden, Quality & Environment Director at The Greenery, it cannot be a point for discussion whether a company has an advantage over its competitors or not if it has properly organised food safety. However, the secret of a unique position in the market is, he believes, largely in having well organised traceability.

In 2011, Frugi Venta founded a phytosanitary work group in collaboration with DPA. This was a positive development, according to Arie van der Linden. "It is useful to develop joint knowledge about this subject in order to know what is happening." As an example Arie van der Linden cites the Drosophila Suzuki. "Suddenly there was a report in the media. To be able to assess risks, you need to know that there is information available and where you can find it. You work proactively." "With all produce that we import, you also have more risks of importing organisms that pose a threat to your own produce. We experienced this in 2009, when the Tuta absoluta was found in Dutch tomatoes for the first time. One of the effects was that the USA eventually decided to close the borders for tomatoes from the Netherlands. The discovery of the False codling moth in habanero chili peppers meant the American border immediately closed for all Capsicum from the Netherlands", says Arie van der Linden. In order to gain access to other countries which attach value to the judgement of a government.

Fair Produce

A totally different subject that Arie van der Linden wants to comment on is the Fair Produce chain certificate. The certificate should signal an end to labour constructions in the mushroom growing sector. In collaboration with the Mushroom Department of LTO and the trade unions, Frugi Venta has contributed to the guidelines of the certificate. However, The Greenery does not attach much importance to local certificates. "A Dutch initiative cannot be translated to foreign clients. However, as an international company that is certainly a prerequisite." Arie van der Linden thinks that Fair Produce should focus more on the current international systems, such as BSCI, ETI and Rainforest Alliance. ■

Phytosanitary Policy Work group

Frugi Venta and DPA founded this work group at the start of 2011, where the KCB is a permanent advisor.

The objectives of the work group are: communication and exchange of knowledge with and to the companies in the industry, creating a vision on phytosanitary policy, stimulating market access for third countries and flagging up current and future risks. ■

Chain certificate Fair Produce has commenced

Following 18 months of intensive preparation, Minister Henk Kamp of Social Affairs awarded the first Fair Produce certificates to four mushroom growers on 27 February 2012.

Fair Produce is a social chain certificate which aims to give entrepreneurs who do not use dubious working agreements that use foreign labour for harvesting activities, an advantage in the market. (See also: www.fairproduce.nl) ■



*Aad van der Windt,
directeur Van Rijn Group*



“We moeten het hebben van nieuw denken”

Volgens Aad van der Windt is de oplossing voor de lage marges in onze sector zo simpel als wat. Al luisterend naar zijn betoog kan je daar alleen maar mee instemmen. Dat ervaart hij zelf ook keer op keer, als hij er met sectorgenoten over spreekt. “Maar om daadwerkelijk iets te veranderen aan de werkwijze en manier van denken die we al jarenlang hanteren, is een heel ander verhaal.”

De toekomst van onze sector moet het hebben van nieuwe ideeën, is de heilige overtuiging van Aad van der Windt. “Als we jaar na jaar concluderen dat we onze kostprijs niet kunnen doorberekenen, dan moeten we ons afvragen of de kostprijs wel juist is. En met we bedoel ik de hele sector en niet alleen de Van Rijn Group. We zijn wereldkampioen telen, WK veredelen, WK kassenbouwer, WK logistiek en WK commercieel netwerkbeheerder, desondanks hebben we grote problemen om een goed rendement te realiseren. Als je bedenkt dat we produceren in het duurste stuk van de wereld en die producten vervolgens exporteren naar gebieden waar de grond vaak nog geen 10 procent kost van de grondprijzen die we hier betalen, dan kan je concluderen dat we met zijn allen misschien niet zo slim bezig zijn.”

Ontzorgen

Het nieuwe denken beperkt zich wat Aad van der Windt betreft niet tot productie alleen, maar moet een plaats krijgen in de volledige keten. “Vandaag is het product leidend in het proces maar morgen de logistiek, het nieuwe concept, de nieuwe

verpakking of willekeurig welke andere complementaire factor. Allemaal afhankelijk van welke bestemming, welke klant, moment in het seizoen, beschikbaarheid, etc. etc. Met alle respect gesproken, het product is belangrijk maar moet gewoon kwalitatief 100 procent zijn en is niet meer of minder dan een onderdeel van hetgeen wij de uiteindelijke klant aanbieden, te weten totale service bestaande uit onder andere logistiek, nieuwe verpakkingen, innovatieve concepten en soms ‘financing’. De klant nu en in de toekomst wil ‘ontzorgd’ worden, goed zijn voorgelicht en op de hoogte gebracht van de nieuwste ontwikkelingen. Hij wil vooral jaarrond zeker kunnen zijn van beschikbaarheid van een veilig product.”

Wereldwijde jaloezie

Aad van der Windt onderbouwt zijn betoog met een tekening op het whiteboard en rekent voor dat 3 procent rendement aan het begin van de keten, veel minder gewicht in de schaal legt dan 3 procent rendement aan het eind van de keten. “Als je weet dat de marges in alle schakels in de keten laag zijn en dat op de winkelvloer 20 - 30 procent wordt ingecalculeerd voor uitval, zie

je direct waar we nog winst kunnen boeken.” Aad van der Windt kan bogen op een lange carrière in de agf-sector. “Ik begon in de tijd dat er veel collectieve activiteiten waren. Een model waar wereldwijd met jaloezie naar werd gekeken. In de loop der jaren is dat verdwenen omdat bedrijven groter werden en zelf die activiteiten hebben opgepakt. Maar dat heeft niet geleid tot een nieuw model waar de hele wereld jaloers op is. Het is de kunst om een verdienmodel te creëren om promotie-activiteiten te financieren en aan te tonen wat je er mee verdient.”

Hij is een voorstander van collectieve activiteiten. Medewerkers van de Van Rijn Group nemen deel aan diverse commissies en werkgroepen binnen Frugi Venta zoals de Expertgroep Logistiek en het bestuur waarin Ron de Greeff, directeur van dochterbedrijf Langfruit, is vertegenwoordigd. “Wij delen graag onze ideeën en visie met anderen om zo als sector meer te kunnen bereiken.”

Regisseur

Collectief optreden in geval van calamiteiten is volgens Aad van der Windt essentieel. Hij trekt een vergelijking met de brandweer. “Die oefent zich suf om in tijden van nood direct en adequaat te kunnen reageren. In de toekomst zullen zich vast weer calamiteiten voordoen zoals EHEC, laten we hopen dat dit nog lang op zich laat wachten. Als sector hebben we dan een sterk lobbyapparaat nodig. Reageren op momenten dat zich iets voordoet, is niet voldoende. We moeten proactief communiceren. In de huidige tijd waarin we beschikken over snelle media, moeten we deze inzetten om onze boodschap voor het voetlicht te brengen. Denk aan het meegeven van productinformatie, calorieën, vitamines en andere gezonde eigenschappen. Dat past in een nieuwe manier van denken.” Hier voorziet Aad van der Windt een belangrijke rol voor de jonge generatie binnen Van Rijn. “Ik zie de ontwikkeling en ik zie dat we er iets mee moeten doen. De invulling laat ik aan hen over.”

Grootste productstroom

Hoewel Aad van der Windt grote mogelijkheden ziet voor productie op locatie, en dan bedoelt hij die locaties waar zich belangrijke exportmarkten bevinden, ziet hij de tuinbouw niet verdwijnen uit Nederland. “Met alle kennis die we in huis hebben, zijn we goed in staat een regiefunctie te vervullen. Na olie is groenten en fruit de grootste productstroom ter wereld.” Op dit moment zou Aad van der Windt verwachten dat in de tuinbouw de banken de regie naar zich toe zouden trekken.

“Die hebben het grootste belang bij een gezonde tuinbouwsector. Je ziet nu dat de grondprijzen zich dramatisch negatief hebben ontwikkeld. Werden nog niet zo lang geleden percelen verkocht tot ver boven de 100 euro per m², momenteel worden wel eens stukken verkocht voor 40 euro en minder. Dat zorgt voor concurrentie die je niet wilt en het biedt geen oplossing voor de lange termijn. Wij hebben voorgesteld een ‘grondbank’ in het leven te roepen waar bedrijven die het (even) niet redden tijdelijk, geregisseerd, gestald kunnen worden. Dat vermindert de druk op de markt en biedt wellicht even ruimte en tijd om te werken aan datgene waar het echt om gaat, kwantitatieve en kwalitatieve afzet aan het eind van de keten.”

Regie

Als Aad van der Windt zich moed wil inpraten, rekent hij zichzelf voor dat er 500 miljoen Europeanen zijn en 7 miljard andere mensen die met elkaar steeds meer koopkracht ontwikkelen. In zeldzame, meer sombere buien gelooft hij er niet in dat we als sector in staat zijn op zo’n manier samen te werken dat we het hoogste rendement uit de markt kunnen halen.

Hij is een voorstander van proactief werken. “Laat je niet verrassen door dingen die je van tevoren kunt weten”, is zijn filosofie. “We gaan pas oplossingen zoeken op momenten dat we echt niet verder kunnen. We zijn verrast dat Mexico een groot deel van de Amerikaanse markt naar zich toetrekt, maar dat hadden we al lang kunnen zien aankomen. Als we proberen meer regie te krijgen door te spelen met ‘windows’ dan kunnen we verschil maken. Het kan heel veel schelen of je twee weken eerder of later op een bepaalde markt aanwezig bent”, besluit Aad van der Windt. ■



Fresh Factoring

Halverwege 2011 tekenden vertegenwoordigers van Frugi Venta, ZLTO, Frug I Com, EDI-Circle en ZET Solutions een overeenkomst met betrekking tot elektronisch factureren in de AGF keten. Fresh Factoring biedt een ketenoplossing voor elektronische facturatie waarmee besparingen kunnen worden gerealiseerd. Naar schatting kan de Agri-Food sector jaarlijks 300 miljoen euro besparen met elektronische facturatie. ■

Meerwaarde van netwerken

Om onderling contact tussen leden te stimuleren en als organisatie in nauw contact te blijven met onze leden, worden door het jaar heen diverse netwerkbijeenkomsten georganiseerd. Dit varieert van themabijeenkomsten over een actueel onderwerp tot de reguliere bestuursvergaderingen van de Comités van Frugi Venta. Zo worden jaarlijks alle P&O managers uitgenodigd voor een informatieve bijeenkomst. In bijlage B vindt u een overzicht van Comités en Commissies van Frugi Venta. Daarnaast organiseert Frugi Venta één- of tweemaal per jaar een bijeenkomst voor Agri Ladies. De basis is een interessante excursie. In 2011 werd een bezoek gebracht aan veredelingsbedrijf Rijk Zwaan. Na afloop werd gekookt, waarbij de zelf geoogste producten werden verwerkt. Jonge managers ontmoeten elkaar regelmatig tijdens bijeenkomsten van de Young Frugi Venta Business Club. In 2011 werd onder andere Food Center Amsterdam bezocht. ■

Succesvol protest Soloknoflook

In het voorjaar van 2010 wijzigde de zienswijze van de Nederlandse douane aangaande de indeling van soloknoflook. Frugi Venta heeft tegen dit standpunt en de abrupte wijze waarop zij werd geïmplementeerd, namens haar leden succesvol protest aangetekend. Medio 2011 werd als eindresultaat bereikt dat aangiften soloknoflook tot 1 juli 2010 onder het oude regime van lage heffing vallen. Daarna is de nieuwe Europese indeling gerespecteerd. Ook eventuele strafrechtelijke procedures zijn door de douane ingetrokken. De deelnemende bedrijven brachten 62 aangiften in, waarvan er 54 op positieve wijze onder de afspraken vallen en waarmee in totaal een bedrag van bijna een miljoen euro is gemoeid. Alle deelnemers zijn voor hun aanspraken inmiddels door de douane gecompenseerd. ■

Internationale beurzen

Als exportland is deelname aan buitenlandse beurzen een goede manier om op een efficiënte wijze buitenlandse relaties te ontvangen of nieuwe contacten op te doen. Jaarlijks organiseert het HBAG onder de noemer Holland Fresh Group gezamenlijke beursdeelnames aan de Fruit Logistica in Berlijn, de PMA in Amerika en de Asia Fruit Logistica in Hong Kong. Bij de beurzen in Amerika en Hong Kong zijn de deelnemers één avond te gast bij de plaatselijke landbouwraad. ■



Aad van der Windt, Van Rijn Group Director:

"The new way of thinking is our forte"

According to Aad van der Windt the solution for low margins in our industry is really straightforward. By hearing him speak you can only agree. He experiences this himself time after time, as he talks to industry colleagues on the subject. "But to actually change something in a way of working and thinking that has common practice for many years, is something totally different."

Aad van der Windt is convinced that the future of our industry requires new ideas. "If we conclude year after year that we cannot recoup our cost price, we must ask ourselves if the cost price is correct. If you consider that we produce in the most expensive part of the world and then subsequently export these products to areas where the land often does not cost even 10 percent of the land value that we pay here, you can conclude that we are maybe not playing the game as cleverly as we could."

Relieving stress

According to Aad van der Windt the new thinking is not just limited to production, but should be implemented in the entire chain. "Today the product may be leading in the process, tomorrow it can be logistics, new concepts, new packaging or any other complementary factor. All depending on which destination, which client, the time of the season, availability etc.. With all due respect, the product is important, but not more or less than a part of what we offer the end client, namely total service, which means logistics, new packaging, innovative concepts, sometimes financing, among other things. Aad van der Windt is an advocate of collective activities. Staff members of the Van Rijn Group take part in various Frugi Venta committees and work groups. "We are happy to share our ideas and vision with everyone to achieve more as an industry." Collectively acting in the case of emergencies is essential, says Aad van der Windt. We must communicate proactively. Now that we have access to fast media, we should use these to share our message. Consider being able to offer product information, percentages of fat, calories, vitamins and other healthy characteristics. The actual details are left to them."

Largest product flow

While Aad van der Windt sees great opportunities for production on location, meaning the locations where the most important export markets are, he does not see horticulture disappearing from the Netherlands. "With our wealth of knowledge we are in a good position to fulfil a directive role." ■

Added value from networks

Over the course of the year various network meetings are organised to promote mutual contact between members and to keep the organisation in close contact with our members.

This varies from theme meetings about a specific current subject to the regular Board meetings of the Frugi Venta Committees. ■

Successful protest Solo garlic

In the spring of 2010, the view of the Dutch customs authorities altered regarding the classification of solo garlic.

Frugi Venta, on behalf of its members, successfully protested against this view and the abrupt manner in which it was implemented. The participating companies submitted 62 statements in opposition, of which 54 positively were covered by the agreements and which in total amount to almost one million euro. ■



Interne organisatie per 1 januari 2012



FRUGI VENTA

voorzitter
C. den Hollander
9 bestuursleden

STAF

directeur **G. Mulder**
secretaris **L. Welschen**
H. Molenaar
W. van den Oever
I. Ribbens
P. Verbaas

adm. / secr.

M. Meyer
M. Verheijen

Comité CAO-overleg

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

Commissie Import/ Export Derde Landen

7 leden
voorzitter **M. Gonzalez**
secretaris **I. Ribbens**
lid **G. Mulder**

Comité Uienhandel

6 leden
voorzitter **G. Gunter**
secretaris **I. Ribbens**
lid **G. Mulder**

P & O Klankbordgroep

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

Comité Fruithandel

7 leden
voorzitter **J. Timmermans**
secretaris **L. Welschen**
lid **G. Mulder**

Comité Biohandel

5 leden
voorzitter **J. Groen**
secretaris **W. van den Oever**
lid **G. Mulder**
adviseur **F. Huis in 't Veld**
adviseur **A. Zeelenberg**

Comité Groente- bewerkingsbedrijven

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

Comité Champignonhandel

3 leden
voorzitter **T. van Walsem**
secretaris **L. Welschen**
lid **G. Mulder**

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:

Frugi Tel: Kortingen op telecommunicatie

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

Meer informatie: (070) 33 55 010, Kris Charan



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 Bloemwekerijproducten (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 en ArboNed.

Meer informatie: (070) 33 55 010 of www.frugiventa.nl/diensten

Food Compass: Voedselveiligheid / residumonitoring

Op het gebied van voedselveiligheid nam Frugi Venta negen 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 stichting telt al 320 deelnemende bedrijven. In Food Compass wordt intensief samengewerkt met het Productschap Tuinbouw.

Meer informatie: foodcompass@tuinbouw.nl of 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



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 2012

Naam	Bedrijf en plaats	Telefoon	E-mail
Frans van Aarle	Gebr. van Aarle BV, Schijndel	(073) 544 19 19	frans@aarlegebrs.nl
Ron de Greeff	Langfruit BV, Venlo (vicevoorzitter)	(077) 323 66 66	rdgreeff@langfruit.nl
Shawn Harris	Nature's Pride	(0174) 52 59 00	shawn@naturespride.nl
Thijs van den Heuvel	Olympic Fruit BV, Barendrecht	(0180) 64 62 00	mb.vandenheuvel@olympicfruit.com
Edwin Noordermeer	Tuinderij Vers BV, Brielle	(0181) 48 51 12	e.noordermeer@tuinderij-vers.nl
Harro van Rossum	Combilo BV, Waddinxveen	(0180) 44 67 00	h.van.rossum@combilo.nl
Philip Smits	The Greenery BV, Barendrecht	(0180) 65 59 11	p.smits@thegreenery.com
Joop Vernooij	Fruitbedrijf J.C. Vernooij BV, Vleuten	(030) 677 18 59	j.vernooij@vernooij-vleuten.nl
Jaap Wiskerke	Wiskerke Onions BV, Kruieningen	(0113) 38 22 10	jwk@wiskerke-onions.nl
Cees den Hollander	Voorzitter		denhollander@frugiventa.nl
Gert Mulder	Directeur		mulder@frugiventa.nl
Leo Welschen	Secretaris		welschen@frugiventa.nl
Wilma van den Oever	Beleidsmedewerker		vandenoever@frugiventa.nl
Inge Ribbens	„		ribbens@frugiventa.nl
Peter Verbaas	„		verbaas@frugiventa.nl
Henk Molenaar	Administrateur		molenaar@frugiventa.nl
Monique Meyer	Secretaresse		info@frugiventa.nl
Maryse Verheijen	„		info@frugiventa.nl



vlnr: Peter Verbaas, Leo Welschen, Maryse Verheijen, Monique Meyer, Gert Mulder, Wilma van den Oever en Inge Ribbens.

Externe vertegenwoordigingen per 1 januari 2012

Hoofdbedrijfschap Agrarische Groothandel (HBAG)

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

Productschap Tuinbouw (PT)

- Bestuur
- Begrotingscommissie
- Sectorcommissie Groenten en Fruit
- PAC Eetbare Paddenstoelen
- PAC Groenten - Vollegrond
- Stuurgroep Marktonderzoek
- Global GAP College van Deskundigen
- Communicatie Draagvlaktoets
- Stuurgroep Imagocampagne It's Alive / Groen Werkt
- Sociaal-Economische Commissie
- MVO-Tuinbouwplatform
- Klankbordgroep Brancheorganisaties inzake Gemeenschappelijke Marktordening (GMO)
- Overleg CO2 Voetafdruk
- Werkgroep Residu Management Glasgroenten
- Werkgroep Residu Management Fruit

GroentenFruit Bureau

- Bestuur
- Commissie Generieke Promotie
- Zachtfruit Collectief
- Commissie Ui
- Commissie Fruit
- Commissie Champignons
- Stuurgroep Promotie Vruchtgroenten Duitsland
- Werkgroep Facebility
- Floriade stuurgroep 2012

Nationale Tuinbouw Raad (NTR)

- Bestuur

Stichting Innovatie Flowers en Food

- Bestuur

VNO-NCW

- 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

Stichting Bedrijfspensioenfondsvoor de Agrarische en Voedselvoorzieningshandel (Bpf AVH)

- Bestuur
- Bpf AVH Beleggingscommissie
- Studiecommissie

Stichting Vrijwillig Vervroegd Uittreden Stichting AGF Groothandelsfonds

- Bestuur
- Scholingscommissie AGF-Groothandelsfonds

Stichting Opleidingsfonds Groothandel (SOG)

- Bestuur

Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (EL&I)

- Stuurgroep Platform Agrologistiek
- Fytosanitair Programma Overleg EL&I

Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit (NVWA)

- Klankbordgroep Tuinbouw Handel/
PD Werkgroep Inspectieregime

Fresh Corridor

- Projectbestuur
- Diverse stuurgroepen

Greenport Holland

- Bestuur

Topteam Tuinbouw en Uitgangsmaterialen

- Bestuur
- Themagroep Holland Branding

Green Rail Stuurgroep

Klankbordgroep Greenport Zuid-Holland

Fruitpact

- Stuurgroep
- Themagroep Markt
- Themagroep Logistiek

Client Export

Gebruikersgroep EV-PD

Kamer van Koophandel Rotterdam

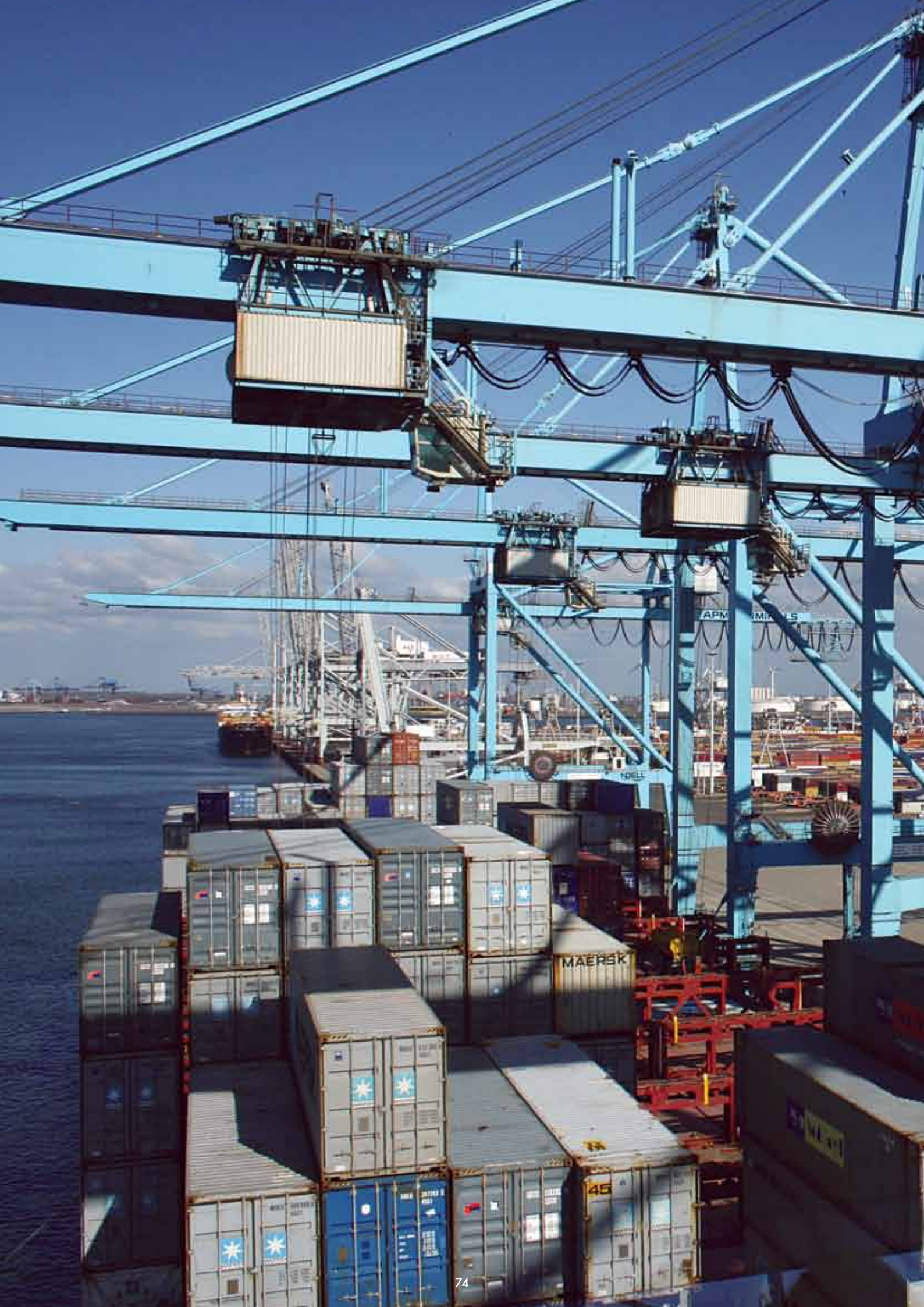
Stichting Fair Produce

- Bestuur

M/V van het Jaar

AGF Innovatieprijs

Indien u geïnteresseerd bent in wie waarin zitting heeft:
info@frugiventa.nl



Frugi Venta Commissie, Comités en (Net)werkgroepen

Comité Biohandel

Erik Jan van den Brink	Udea
Paul Fischer	Vroegop-Windig BV
Jan Groen (voorzitter)	Green Organics BV
Gert Kögeler	Eosta BV
Gert Mulder	Frugi Venta
Clariss ten Napel	Leo de Kock & Zn. BV
Wilma van den Oever (secretaris)	Frugi Venta
Fabianne Huis in 't Veld (adviseur)	Productschap Tuinbouw
Cindy van de Velde-Kremer	Naturelle BV
Arend Zeelenberg (adviseur)	Ketenmanager Taskforce Biologisch

Comité Champignonhandel

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

Comité Fruithandel

Zweer van Aalsburg	Fruitmasters Holland BV
Wout van Es	Fruit World Breda BV
Gerrit van Leeuwen	Frupaks Fruit BV
Gert Mulder	Frugi Venta
Floor van Os	Fa. J.C. van Os
Jan Timmermans (voorzitter)	C.G. Timmermans & Zn. CV
Cees Verheij	VOF Corn. Verheij en Zn.
Corrie Verheij-Hofs	Hofs Fruit Company BV
Joop Vernooij	Fruitbedrijf J.C. Vernooij BV
Leo Welschen (secretaris)	Frugi Venta
Bert Wilschut	The Greenery BV

Comité Groentebewerkingsbedrijven

Andries van den Bogert	Ready Fruit Hedel BV
Fabianne Huis in 't Veld (adviseur)	Productschap Tuinbouw
Marcel van den Meerendonk	Groentehof BV
Gert Mulder	Frugi Venta
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

Commissie Import/Export Derde Landen

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

Comité Uienhandel

Jan Beemsterboer	Handelmaatschappij J.P. Beemsterboer BV
Rinus van den Berge	Van den Berge Handelsonderneming BV
Gijsbert Gunter (voorzitter)	Monie Nieuwdorp BV
Gerard Hoekman	Mulder Onions BV
Piet Jansen	VOF Arjazon Uienhandel
Jan van der Lans	Van der Lans International BV
Lijn Moerdijk	MSP Uienhandel BV
Gert Mulder	Frugi Venta
Inge Ribbens (secretaris)	Frugi Venta
Erik Waterman	Waterman Onions BV
Jaap Wiskerke	Wiskerke Onions BV

Comité CAO-overleg

Ulla Ellens	The Greenery BV
Ron de Greeff	Langfruit BV
Izaak Havenaar Jr.	Haluco BV
Kees Pingen	W. Heemskerk BV
Inge Ribbens (adviseur)	Frugi Venta
Jan-Willem Tieleman (adviseur)	AWVN
Ben Vroegop (voorzitter)	Vroegop-Windig BV
Leo Welschen (secretaris)	Frugi Venta

P & O Klankbordgroep CAO-overleg

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

Young Frugi Venta Business Club

Lennart van den Heuvel	Hoofdman-Roodzant BV
Wilma van den Oever (secretaris)	Frugi Venta
Simone Varekamp	Tuinderij Vers BV
Marco Vijverberg (voorzitter)	Euro West BV

Werkgroep Export Rusland

Lennart van den Heuvel	Hoofdman Roodzant BV
Michel Hoogendoorn	The Greenery BV
Elena Malkova	Hillfresh BV
Lukas Meints	Van der Staa Barendrecht BV
Klaas Wijdenes	Handelmaatschappij J.P. Beemsterboer BV

Inge Ribbens (secretaris)	Frugi Venta
Rien Simonse	The Greenery BV
Jan Willem van Spithoven	Roveg Fruit BV
Alexander Visser (voorzitter)	Alexport BV
Maartje Vullings	Fruitmasters BV
Jaap Wiskerke	Wiskerke Onions BV

Werkgroep Fytosanitair Beleid (met DPA)

Ad Klaassen	DPA
Dennis Kraaijeveld	Productschap Tuinbouw
Arie van der Linden	The Greenery BV
Henk Nelisse	Total Produce BV
Inge Ribbens (secretaris)	Frugi Venta
Jacco Vooijs	FresQ
Maartje Vullings	Fruitmasters BV
Dik de Winter (adviseur)	KCB

Werkgroep Kwaliteitsmanagers Groentebewerkingsbedrijven

Mevr. K. Baar	W. Heemskerk BV
Mevr. H. Berkvens	Groentehof BV
Mevr. M.E. Cornelissen	Vezet BV
T. van Delden	T. van der Plas BV
A. Dijkstra	W. Heemskerk BV
G.J. Eggers	QPI BV
Mevr. T. Gijsen	Van Gorp Greenfood BV
Mevr. F. Guffens	Chiquita Food Innovation BV
M. Heythuizen	Hessing Uden BV
J. Hoogland	Vroegop-Windig BV
Mevr. F. Huis in 't Veld (adviseur)	Productschap Tuinbouw
J. Klein Swormink	Hessing Groente BV
J. van der Leer	Hillfresh International BV
K. van der Marel	Fresh Care Convenience BV
L. Meints	Staa Food Group BV
G. Mulder	Frugi Venta
Mevr. S. Varekamp-Van Vliet	Tuinderij Vers BV
P. Verbaas (voorzitter)	Frugi Venta

Expert Groep Logistiek

P. van Antwerpen	Van Rijn Trading BV
F.P. Dekaestecker	De Groot International BV
S. van Erven	Nature's Pride BV
P. Verbaas (voorzitter)	Frugi Venta







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