



Groenten en Fruit Handelsplatform Nederland

Jaarverslag 2009



Inhoudsopgave

	pagina
Voorwoord Wim Tacken "Bedrijfsresultaten voortdurend onder druk"	4 - 5
Missie "Gezonde handel..."	6 - 7
Sector in vogelvucht	8 - 15
Prioriteit in beleidsplan voor nationale en internationale lobby	16 - 21
Paprika-export weer op gang na succesvolle lobby	22 - 25
"Het wordt moeilijk, maar niets doen is geen optie"	26 - 29
"Eerst faciliteiten, dan komt de winst vanzelf"	30 - 33
"Veel meer verantwoordelijkheid bij bedrijven leggen"	34 - 37
"Bedrijven verantwoorden zich meer richting maatschappij"	38 - 41
"We vinden het normaal, maar het is niet vanzelfsprekend"	42 - 45
"Collectieve contracten: prijsvoordeel en ondersteuning"	46 - 49
"Het is krachtiger om Europese aanpak voor te leggen"	50 - 53
"Verkopen omdat een product goed is, niet omdat je veel hebt"	54 - 57
Interne organisatie Frugi Venta per 1 januari 2010	58 - 59
Vijf Stichtingen 'onder' Frugi Venta	60 - 61
Bestuur Frugi Venta per 1 januari 2010	62
Externe vertegenwoordigingen per 1 januari 2010	63
Frugi Venta Commissie en Comit�es	64 - 65



Wim Tacken



Bedrijfsresultaten voortdurend onder druk

Het verslag over 2009 ligt voor u. Het leven lijkt haar normale ritme weer te hebben hervat. Gelukkig maar, de economische ontwikkelingen in 2008 gingen met grote spanningen gepaard, waarbij we soms het gevoel kregen dicht langs financieel onbekende afgronden te lopen. In de loop van het jaar tekende zich in de economie en op de beurzen eerst een stabilisatie en vervolgens een voorzichtig herstel af.

Qua volume bleef onze handel goed op niveau, bij de export een klein plusje voor het in Nederland zelf geteelde product, een kleine min bij de import. De lage prijzen voor een aantal producten hebben echter tot een gevoelig omzetverlies geleid. De resultaten van onze bedrijven stonden daardoor voortdurend onder druk. In vergelijking met andere sectoren uit de economie en zeker uit de groothandel, mochten we blij zijn met de mindere conjunctuurgevoeligheid van de voedingsmiddelensectoren. De prijsfluctuaties in onze traditionele afzetgebieden in West-Europa werden mogelijk in nog grotere mate veroorzaakt door de sterke toename van de lokale productie dan door de effecten van de economische recessie op de vraag naar onze producten.

Ondanks alle turbulentie gingen ontwikkelingen op een groot aantal andere terreinen gewoon door. Via interviews met betrokken personen geven we daar in dit jaarverslag een beeld van. Als leidraad hebben we hierbij gekozen voor de aandachtsgebieden zoals die zijn benoemd in het beleidsplan 'Gezonde Handel 2009 - 2011'.

De aandachtsgebieden zijn: logistiek en standaardisatie, kwaliteit, voedselveiligheid, duurzaamheid, arbeid, onze eigen dienstverlening aan de leden, onze netwerken, communicatie en promotie. Graag spreek ik onze waardering uit aan een ieder die op deze gebieden belangeloos zijn of haar medewerking heeft verleend.

Ten aanzien van Handelspolitiek bleef het motto 'alle hens aan dek' onverkort van kracht. De onderhandelingen met Rusland waren zeer intensief, iets van de spanning lijkt te

wijken, mogelijk mede door een geleidelijk betere score in onze export op de Russische MRL's. In onze export naar de VS zijn we bij de paprika's min of meer, 'met de schrik vrij gekomen', de tomaten vergen nu onze volle aandacht. Problemen en kansen waren er ook in onze handelsstromen van en naar andere landen. We stellen met dank vast dat de Nederlandse overheid middels het Ministerie van Landbouw, Natuurbehoud en Voedselveiligheid hard en in nauw overleg met het bedrijfsleven blijft werken aan het zo snel mogelijk opruimen van belemmeringen of juist het mede scheppen van nieuwe kansen in ons handelsverkeer.

Onze omgeving en de politiek blijven druk met discussies over bundeling, faire marges, andere structuren ,etc. Natuurlijk begrijpen we dat de confrontatie met lage prijzen in producentenkringen vraagt om alternatieven. In de handel ervaren wij iedere dag de realiteit van de markt, waar vraag en aanbod regeren. Binnen die werkelijkheid ordenen en bouwen wij, waar wenselijk en mogelijk, samen met andere partijen uit de keten aan voor- en achterwaartse allianties in de keten, teneinde de markt beter te bedienen.

Voor mij persoonlijk sluit ik hiermee mijn 3-jarige termijn als voorzitter af. Ik heb het met veel plezier en energie gedaan. Dank aan collega-bestuurders voor de fijne verhoudingen. Dank aan onze staf voor hun inzet om ons in deze bijzondere tijd telkens opnieuw professionele ondersteuning te bieden.

Wim Tacken



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.



Sector in vogelvlucht

Het jaar 2009 werd gekenmerkt door de diepste economische recessie sinds de Tweede Wereldoorlog. De ineenstorting van het internationale bankensysteem is door ingrijpen van de FED, het Amerikaanse Congres en de Europese Centrale Banken op het nippertje voorkomen. Na het dieptepunt op de aandelenbeurzen in maart 2009 is de economie in de eurozone in het derde en vierde kwartaal weer voorzichtig uit het dal gekropen.

Frankrijk en Duitsland slaagden er in het tweede kwartaal al in om weer te groeien. In Nederland neemt de productie sinds het derde kwartaal van 2009 weer toe na een forse krimp in de vier voorgaande kwartalen. Het Bruto Binnenlands Product is in 2009 uiteindelijk met 4 procent gedaald en de consumptie van de huishoudens met 2,5 procent. Onder invloed van de 12,5 procent daling van de wereldhandel is de Nederlandse uitvoer van goederen met 9,5 procent gedaald en de invoer met 10 procent.

De inflatie bedroeg in 2009 1,25 procent, een halvering vergeleken met 2008 door de gedaalde olie- en gasprijzen en de laagconjunctuur. De gemiddelde contractloonstijging bedroeg zo'n 3 procent. De koopkracht is derhalve in 2009 met 1,75 procent toegenomen.

Door de gedaalde belastinginkomsten en de gestegen overheidsuitgaven, vooral door meer uitkeringsgerechtigden is het tekort op de begroting in 2009 opgelopen tot 4,6 procent van het BBP ten opzichte van een 0,7 procent overschot in 2008. De stijging van de werkloosheid is gezien de omstandigheden meegevallen. Het aantal werklozen steeg van 3,9 procent naar 5 procent van de beroepsbevolking.

Verder herstel in 2010

De opleving van de Nederlandse economie is te danken aan het herstel van de uitvoer. Het CPB verwacht door de groei van de goederenexport met 6 procent in 2010 een economische groei met 1,5 procent. De binnenlandse gezinsconsumptie blijft naar verwachting stabiel, door het nog altijd lage consumentenvertrouwen en de verder oplopende werkloosheid naar 6,5 procent van de beroepsbevolking. De inflatie blijft laag in 2010, ongeveer 1 procent. Het CPB verwacht niettemin een lichte daling van de koopkracht door geringe loonstijging. Het tekort op de overheidsbegroting zal in 2010 oplopen tot 5,8 procent. Als het economisch herstel doorzet, moet vanaf 2011 worden begonnen met grootschalige bezuinigingen van circa € 35 miljard op de overheidsbegroting. Pas in de loop van 2012 zal het BBP weer op het niveau van 2008 staan.

Alle voorspellingen zijn met een grote onzekerheid omgeven, onder andere vanwege de risico's als gevolg van de enorme schuldenlasten van de EU-lidstaten Griekenland, Italië, Spanje en Portugal, die het vertrouwen in de euro hebben aangetast. Het herstel van de economische groei in de Verenigde Staten is tot heden te danken aan extra bestedingen door de overheid. De consumentenbestedingen en de bedrijfsinvesteringen in de USA zijn nog niet opgeveerd. Zolang dit niet gebeurt, blijft het herstel kwetsbaar.

Afzetcrisis

De voorspelling dat de economische malaise de groenten- en fruitelers en de groothandel niet hard zou raken, is niet uitgekomen. Met name de glastuinbouw is getroffen door een afzetcrisis, zowel in de voedingstuinbouw als in de sierteeltsector. Het aantal gedwongen bedrijfssluitingen in de glastuinbouw is in 2009 nog meegevallen, maar de grootste financier, de Rabobank, heeft verklaard dat kredieten ter grootte van € 1 miljard aan de glastuinbouw als onzeker te boek staan. Dat is 15 procent van het totaal uitstaand krediet.

De afzetcrisis is veroorzaakt door een overproductie in grote delen van Europa en tegenvallende vraag uit sommige exportmarkten zoals Rusland, het Verenigd Koninkrijk, Ierland en enkele Oosteuropese bestemmingen. Veel afnemers van de exporthandel kampen met betalingsproblemen of hebben de betalingstermijn eenzijdig verlengd. Kredietverzekeraars hebben eind 2008 de kredietlimieten drastisch verlaagd of ingetrokken.

Behalve door de economische recessie en de overproductie worden de lage marktprijzen ook verklaard door de versnipperde afzetstructuur. Ondanks dat 90 procent van de Nederlandse telers zijn georganiseerd in GMO-erkende telersverenigingen is het aantal aanbieders van producten aan supermarktorganisaties in het afgelopen decennium eerder gestegen dan gedaald. De roep om bundeling van de afzet in APO's (associatie van productenorganisaties volgens de GMO-regeling) heeft in 2009 veel discussie losgemaakt, maar heeft nauwelijks concrete resultaten opgeleverd. De APO kan worden ingezet om te komen tot afspraken over kwaliteit, geoorloofde aanbod- en prijsafstemming en promotieacties. Het aantal aanbieders en gelieerde handelspartijen verandert echter niet door een APO. Alleen een fusie van telersverenigingen kan leiden tot een structurele verbetering van de onderhandelingspositie door volledige concentratie. De telersverenigingen Westveg, Tradition, Unistar en Brassica hebben het goede voorbeeld gegeven door eind 2009 een fusie aan te kondigen.

Frugi Venta heeft namens de aangesloten handelshuizen herhaaldelijk gepleit voor verbetering van de verticale ketensamenwerking om de grootschalige supermarktorganisaties beter te kunnen bedienen. Horizontale bundeling in APO's is 'product georiënteerd' denken en handelen, terwijl de markt juist vraagt om producten en logistieke diensten waarmee de Europese retailers zich bij de consumenten kunnen onderscheiden. Een virtuele bundeling van het productaanbod door APO's leidt ons inziens niet tot een krachtiger marktpositie.

Verdeling van de marges

De noodsignalen van de primaire sector hebben de aandacht getrokken van politici in het Europese en Nederlandse parlement. Zij hebben vooral vraagtekens gezet bij het grote verschil tussen de opbrengstprijz van de teler en de prijs die de consument in de supermarkt voor verse groenten en fruit moet betalen. Voor de Europese Commissie en het Nederlandse kabinet vormde dit 'onverklaarbare' prijsverschil de aanleiding om onderzoek te doen naar mogelijk misbruik van de dominante marktpositie door supermarkten en/of hun leveranciers. In Nederland heeft de NMa met medewerking van het LEI eind 2009 een rapport gepubliceerd, waarin een poging wordt gedaan om de margeverdeling in de keten vanaf de tuinder tot het winkelschap te analyseren. Eén van de bevindingen is dat het grote prijsverschil 'grotendeels' wordt veroorzaakt door de hoge kosten van de tussenhandel. Frugi Venta heeft inmiddels bij de NMa inhoudelijke kritiek geleverd op deze uitkomst. De onderzoekers hebben naar onze mening de verzamelde opbrengstprijzen voor de telers, de ketenkosten en de consumentenverkoopprijzen onjuist geïnterpreteerd. De politieke stelling omtrent mogelijk scheefgegroeide verhoudingen is vanuit een tunnelvisie met een wetenschappelijk sausje overgoten, maar is daarmee nog niet bewezen. LTO heeft mede naar aanleiding van dit NMa-rapport gepleit voor de instelling van een 'marktmeester' die een eerlijker verdeling van de marges in de keten moet bevorderen. Deze oproep scoort bij de achterban van LTO, maar het realiteitsgehalte van zo'n uitspraak is minimaal. Frugi Venta gaat ervan uit dat de veelgeprezen vrije marktwerking in de groenten- en fruitsector niet ter discussie staat.

NMa-inval

Midden in de zomer van 2009, tijdens het dieptepunt van de afzetcrisis, werd de sector opgeschikt door een inval van NMa-controleurs bij afzetorganisaties en handelsbedrijven in Nederland en België. De aanleiding was een vermoeden van ongeoorloofde, onderlinge prijsafspraken bij de afzet van groenten en fruit in de eerste en tweede schakel van de keten. Later in het jaar hebben de bezochte en andere marktpartijen een uitgebreide vragenlijst van de NMa ontvangen. Het onderzoek door de NMa kan nog geruime tijd vergen. De uitkomst is onvoorspelbaar. De NMa spreekt tegen dat er een verband bestaat tussen het in 2009 gepubliceerde rapport en deze inval.

Productiewaarde en exportcijfers

De afzetcrisis heeft geleid tot een gevoelige daling van de productiewaarde van de voedingstuinbouw. Bij gelijkblijvende tot licht gestegen volumes is door de prijsdruk de productiewaarde met 15 procent gedaald tot € 2,1 miljard euro. De productiewaarde van de glasgroenten daalde met 15 procent door daling van de middenprijzen van tomaten, paprika en aubergine met 20 procent tot 30 procent en komkommer met 10 procent. Bij vollegrondsgroenten daalde de productiewaarde met 18 procent, bij paddenstoelen met 12 procent en bij vers fruit met 17 procent.

de export nog 9 procent achter op 2008.

Door de grote producties (globaal 10 procent meer) en het lage prijspeil is het exportvolume van tomaat +12 procent, paprika +9 procent, komkommer +3 procent en aubergine +11 procent duidelijk gegroeid. Deze vier glasgroenten vertegenwoordigen 72 procent van de groentenexport (exclusief uien). De export van witte en rode kool, peen, champignons, prei en sperziebonen is achtergebleven in vergelijking met 2008. De totale groentenexport, exclusief uien, steeg per saldo met 2,5 procent tot 2.032.000 ton.

Productiewaarde voedingstuinbouw (in mln euro's)

	2006	2007	2008	2009*	% mutatie t.o.v. 2008
Groenten onder glas	1.350	1.340	1.270	1.080	- 15%
Vollegrondsgroenten	430	400	400	330	- 18%
Uien	100	115	65	70	+ 8%
Paddenstoelen	230	250	260	230	- 12%
Vers fruit	375	370	470	390	- 17%
Totaal groenten en fruit	€ 2.485 mln	€ 2.475 mln	€ 2.465 mln	€ 2.100 mln	- 15%

*2009 = voorlopig

Bron: Productschap Tuinbouw

Toch waren er nog lichtpunten. De uiensector deed het relatief goed, ook asperges, prei, spinazie en aardbeien behaalden gemiddeld over het jaar behoorlijke prijzen. Door de halvering van de perenoogst in 2008/2009 werd de Conference in dat seizoen tegen goede prijzen afgezet.

De exportwaarde van groenten en fruit heeft voor het eerst in een lange reeks van jaren een daling te zien gegeven. Inclusief de reëxport daalde de totale exportwaarde in 2009 met 10 procent tot € 5.750 miljoen. Het Nederlandse exportvolume bestaat voor circa 50 procent uit eerder geïmporteerd product, met name vers fruit. De importwaarde daalde met 6 procent tot € 3.670 miljoen.

Stijging export Nederlands product

De uitvoer van verse groenten en fruit van Nederlandse origine, exclusief uien, eindigde in 2009 toch licht in de plus. De exporthoeveelheid groeide met 1 procent tot 2.336.000 ton. De groei kwam tot stand in de tweede helft van het jaar. Tot juli liep

De export van vers fruit van Nederlandse origine is over het hele jaar gezien met 10 procent gedaald tot 304.000 ton. De uitzonderlijk kleine perenoogst in 2008 en de moeizame afzet van appels door grote Europese voorraden waren de oorzaak. De perenexport daalde met 15 procent tot 154.000 ton, de appelafzet met 4 procent tot 126.000 ton. De aardbeienexport verminderde met 4 procent tot 20.500 ton.

Bestemmingen wisselend beeld

De export naar de belangrijkste bestemming Duitsland steeg in 2009 met 4 procent tot 914.000 ton, ofwel 39 procent van de totale export, exclusief uien. Deze groei was geheel te danken aan de glasgroenten. Ook naar Frankrijk +6 procent en met name Italië +43 procent en Spanje +15 procent kon belangrijk meer worden afgezet. Hiertegenover stond een exportvermindering naar Engeland -3 procent, België -9 procent, Zweden -10 procent en Ierland -12 procent.

Buiten de EU werd 220.000 ton groenten en fruit afgezet, een vermindering met 5 procent, die vooral werd veroorzaakt door

de exportdaling met 17 procent naar Rusland tot 94.000 ton. Er ging vooral minder hard fruit, tomaat, komkommer, peen en witte kool naar Rusland, maar wel meer paprika en aubergine. Vanaf augustus trok ook de perenuitvoer naar Rusland weer aan. Andere dalers waren Oekraïne -42 procent en Kroatië -18 procent.

Noorwegen is, na Rusland, de tweede bestemming buiten de EU met 37.500 ton, een groei met 2 procent.

Ondanks de exportstop van paprika in het najaar, steeg de groentexport naar de USA en Canada met respectievelijk 54 procent en 39 procent. Een andere positieve uitschieter was de exporttoename van 55 procent naar Japan.

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

	2006	2007	2008	2009	% mutatie t.o.v. 2008
Totale omzet incl. dubbeltellingen*	11.319	12.300	12.458	NB	
Exportwaarde verse groenten (incl. reëxport)**	3.335	3.620	3.718	3.400	- 9%
Exportwaarde fruit (incl. reëxport)**	1.965	2.303	2.664	2.350	- 12%
Totale exportwaarde	5.300	5.923	6.382	5.750	- 10%

Importwaarde verse groente**	964	1.066	985	970	- 2%
Importwaarde fruit**	2.396	2.594	2.927	2.700	- 8%
Totale importwaarde	3.360	3.660	3.912	3.670	- 6%

Binnenlandse Groothandel*	4.268	4.415	4.525	NB	
---------------------------	-------	-------	-------	----	--

Verzendhandel (incl. veilingbem.)*	766	875	768	NB	
------------------------------------	-----	-----	-----	----	--

* Bron: HBAG groenten en fruit

** Bron: CBS/PT (2009: voorlopige cijfers)

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

Bron: HBAG groenten en fruit

* Per groothandelsbedrijf zijn meerdere handelsfuncties mogelijk

Nieuw exportrecord uien

De uienafzet is de speelbal van vraag en aanbod op wereldschaal. De export van Nederlandse uien bereikte in 2009 een nieuw record met een volume van 935.000 ton, 12 procent meer dan in 2008 en liefst 38 procent meer dan in 2007.

De uitvoer buiten de EU is met 571.000 ton belangrijk groter dan de 364.000 ton export naar andere EU-lidstaten. Vooral de verre bestemmingen in Afrika met 312.000 ton (+28 procent), Midden-Amerika 56.000 ton (+14 procent) en Maleisië 55.000 ton (+26 procent) deden het in 2009 erg goed. De wellicht tijdelijke inzinking met 31 procent bij de uienexport naar Rusland tot een hoeveelheid van 67.000 ton werd dus meer dan goedgehaakt door andere verre bestemmingen. Een nieuwe, verre markt in opkomst is Brazilië: vóór 2008 vrijwel nihil, in 2008 8.000 ton en in 2009 16.000 ton.

Binnen de EU is het Verenigd Koninkrijk met 115.000 ton verreweg de grootste afnemer, een toename van 15 procent. Duitsland volgt met 52.000 ton (-2 procent). De verwachtingen voor de tweede helft van het afzetseizoen voor uien 2009/2010 zijn wederom positief gestemd.

Binnenlandse omzet onder druk

De consumptieve bestedingen aan verse groenten en fruit via de supermarkten bedroegen in Nederland circa € 2,6 miljard, bestaande uit € 850 miljoen onbewerkte groenten, € 585 miljoen bewerkte groenten en € 1.100 miljoen vers fruit, inclusief € 35 miljoen bewerkt fruit (bron: PT). De supermarktomzet vertegenwoordigt 78 procent van de totale bestedingen via de detailhandel in verse groenten en fruit, ter waarde van € 3,35 miljard. Daarboven komen nog de consumptieve uitgaven in het foodservicesegment (horeca, grootverbruik, bedrijfsrestaurants, instellingen). De foodserviceomzet verse groenten en fruit wordt geraamd op € 850 miljoen.

In 2009 lagen de uitgaven zeker niet boven het niveau van 2008. Consumenten zijn terughoudender geworden op het gebied van de meer exotische en duurdere producten. Daarnaast stonden de prijzen in 2009 onder druk. De consumentenprijsindex vers fruit was in 2009 gemiddeld 2,5 procent lager. De gemiddelde groenteprijs was in het eerste kwartaal nog fors hoger, namelijk zo'n 11 procent, maar daarna 5 tot 7 procent lager dan in 2008. De groei van het panklare assortiment is in 2009 afgeremd. De laatste jaren was de omzetgroei van deze categorie dubbelcijferig, in 2009 is die niet hoger dan 3 procent. Dit houdt ook verband met het prijseffect.

Overname Super de Boer

De overname van Super de Boer door Jumbo heeft de grondvesten in de Nederlandse supermarktwereld weer flink doen schudden. Daarnaast heeft Jumbo de inkooporganisatie Superunie verlaten om samen met Schuitema/C1000 de nieuwe inkoopcombinatie 'Bijeen' op te richten. In eerste instantie zal alleen de inkoop van kruidenierswaren worden gebundeld. AGF volgt later in 2011/2012. 'Bijeen' heeft een marktaandeel van circa 23 procent in de supermarktomzet. Uitgaande van € 2,6 miljard groenten- en fruitomzet en 35 procent brutomarge kan deze bundeling grofweg een potentiële omzetverschuiving in de groothandelsfase veroorzaken van zo'n € 400 miljoen in groenten en fruit.

De totale omzet voedings- en genotmiddelen van de supermarkten is in 2009 met 5 procent gestegen tot € 31,7 miljard. De opmars van marktleider Albert Heijn is voortgezet; hun marktaandeel groeide mede door overname van C1000-vestigingen van 31,3 procent naar 32,8 procent. De formules die vanaf 2010 de inkoopcombinatie Bijeen vormen, zagen hun marktaandeel teruglopen van 24,8 procent naar 23,1 procent: C1000 en Super de Boer verloren marktaandeel. Jumbo groeide aanmerkelijk minder dan vorige jaren van 4,8 procent naar 4,9 procent. De Superunie-leden hebben, na het vertrek van Jumbo, nog 29,6 procent. Lidl is, volgens Nielsen, na AH de grootste stijger. De discounter kwam uit op 5,4 procent tegen 4,8 procent in 2008. Aldi verloor opnieuw marktaandeel en bleef steken op 8,3 procent. In 2004 zat Aldi nog op 9,7 procent.

De gestegen supermarktomzet is ten koste gegaan van de foodserviceomzet en de foodspeciaalzaken. In beide kanalen samen is, volgens FSIN, ruim € 1 miljard aan consumentenomzet verdwenen. In foodservice alleen al € 650 miljoen. Volgens het HBD is het aantal agf-speciaalzaken in 2009 met 160 teruggelopen tot 1.270. Daarnaast zijn er nog 1.200 ambulante handelaren. Het HBD schat het marktaandeel van de agf-speciaalzaken op 9 procent (2008) en van de ambulante handel op 10 procent.

Duurzaamheid belangrijker

Terugkijkend naar de ontwikkelingen over het afgelopen jaar valt op dat het thema duurzaamheid in verschillende uitingsvormen is doorgebroken op de agf-afdeling in de supermarkt. De aandacht voor lokale teelt is daar één van. Het nieuwe concept Willem & Drees waarbij regionale seizoensproducten vanuit een apart meubel worden aangeboden is een succes. Eind 2010 mikt men op 250 verkooppunten. Authentieke producten uit de regio bieden een interessante aanvulling op het reguliere assortiment, dat jaarrond in het schap ligt. Marqt is een vergelijkbare formule, die inspeelt op deze trend. Duurzaamheid valt onder het begrip Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, waarbij ook gedacht wordt aan het beperkter inzetten van gewasbeschermingsmiddelen, CO₂-voetafdruk, fair trade ofwel een eerlijke prijs voor de (buitenlandse) teler en biologisch afbreekbare verpakkingen. Kortom, er zijn volop kansen om de verkoop van agf in de supermarkt en bij de agf-speciaalzaak meer kwaliteit en beleving mee te geven.

In juni 2010 verschijnt er in aanvulling op dit jaarverslag een gedetailleerder statistisch overzicht van de export- en importcijfers, aantallen groothandelaren, importeurs en exporteurs per omzetklasse.
Zie ook onze website: www.frugiventa.nl.







Prioriteit in beleidsplan voor nationale en internationale lobby

Op 26 maart 2009 heeft de Algemene Ledenvergadering het Beleidsplan 2009-2011 'Gezonde Handel' goedgekeurd. De themagebieden waarop Frugi Venta zich in de komende drie jaar vooral zal richten, zijn: nationale en internationale lobby ter preventie of afbraak van handelsbelemmeringen, de ontwikkeling van strategische ketensamenwerking met behulp van innovatieve logistiek en standaardisatie en de bevordering van duurzaamheid bij de bedrijfsvoering door de bedrijven in de sector.

In dit hoofdstuk wordt op hoofdlijnen een overzicht geboden van de bereikte resultaten. Een aantal specifieke activiteiten per themagebied komt aan de orde in de hiernavolgende vraaggesprekken met betrokken leden en vertegenwoordigers van Freshfel en het Productschap Tuinbouw.

Lobby centraal

Stilvallende handelstromen zijn zeker in deze recessieperiode aanleiding voor 'alarmfase 1' bij Frugi Venta. Helaas hebben

we in 2009 veel aandacht moeten besteden aan de lobby in Nederland en internationaal om blokkades te voorkomen. Frugi Venta ontpopt zich hierbij in toenemende mate als de spin in het web van alle overheidsdiensten en organisaties om handelsbelemmeringen te matigen. Er wordt intensief samengewerkt met het Ministerie van LNV, de PD, het KCB, het Productschap Tuinbouw, Food Compass en private belangenorganisaties zoals de NFO, LTO-Glaskracht en de NAO. Er wordt daarnaast regelmatig een beroep gedaan op de landbouwattachés bij de Nederlandse ambassades in de betrokken exportlanden.

Veel overleg met Rusland

De export naar Rusland vroeg de meeste aandacht. In maart 2008 is de Europese Commissie met Rusland een 'memorandum of understanding' overeengekomen. De lidstaten hebben toegezegd dat zij de Russische wetgeving op het gebied van maximale residuen van gewasbeschermingsmiddelen en nitraatgehalte zullen respecteren. Sindsdien zijn er vele overlegsituaties geweest met Russische autoriteiten en met de lidstaten onderling om te komen tot een EU-protocol waarin deze toezeggingen praktisch worden vertaald. Hierover is tot heden geen overeenstemming bereikt tussen de EU en Rusland. Het aantal producten dat via Nederland uitsluitend met een safety certificate, inclusief laboratoriumtestuitslag naar Rusland kan worden verzonden, is geleidelijk uitgebreid tot twaalf, waaronder tomaat, appel, peer, wortel en ui. De logistieke problemen en administratieve lasten als gevolg van deze maatregelen zijn vooral voor pakketexporteurs lastig te overwinnen. Niettemin is de export nimmer geblokkeerd. De daling van het exportvolume met 17 procent wordt mede veroorzaakt door de wankelende financiële positie van de Russische debiteuren.

Nederland en Rusland hebben per 1 juli 2009 wel volledige overeenstemming bereikt over de fytosanitaire inspectie en certificering van planten en plantaardige producten voor export naar Rusland. Daarmee is het systeem van Plantkeur dat al op 1 september 2007 in werking is getreden, aanvaard door Rusland, dankzij de afspraak dat de PD duidelijker zichtbaar de verantwoordelijkheid neemt voor de afgifte van fyto-certificaten bij de export naar Rusland.

De problematiek inzake Rusland vormde voor het bestuur aanleiding om een afzonderlijke werkgroep voor betrokken handelaren op te richten.

Exportblokkade USA

De export van Nederlandse groenten naar de USA is wel volledig geblokkeerd: paprika vanaf 2 oktober tot 15 januari 2010, tomaten vanaf 11 februari 2010 voor onbepaalde tijd. Het betreft in beide gevallen fytosanitaire problemen die een extra controleregime bij Nederlandse teelt- en handelsbedrijven vergen. Het overleg met de teeltorganisaties, DPA, LNV en PD om deze problemen te overwinnen, verloopt zeer constructief. Een ander voorbeeld van exportblokkade was de verscherpte landeneis van Indonesië bij de import van Nederlandse uien. Deze export is gestaakt sinds 1 november. Op jaarbasis betreft dit 15 á 20.000 ton uien. Frugi Venta en de PD zoeken naar een oplossing.

Onze lobby is ook gericht op het openbreken van nieuwe markten. China lijkt aantrekkelijk maar dit land verbiedt de import van groenten en fruit uit Nederland op fytosanitaire gronden. Het overleg met China over de Pest Risk Analysis ten behoeve van de Conference is in 2009 gevorderd maar het wachten is nog op een doorbraak.

Het knoflookinvoerregime van de EU heeft met name ook betrekking op China. De Nederlandse handel heeft een groot belang bij de verruiming van de import van Chinese knoflook in de EU. Freshfel en de afdeling Medebewind van het PT bieden adequate steun om dit doel te bereiken.

Logistiek en standaardisatie

De Nederlandse handel heeft ten opzichte van de buitenlandse concurrentie een voorsprong op logistiek gebied. Rotterdam, Schiphol, het Westland, Barendrecht/Ridderkerk, Venlo en de Betuwe bieden een logistiek netwerk voor efficiënte import- en exporttransacties. Om deze logistieke voorsprong te behouden, is onderhoud en innovatie een absolute noodzaak. In het Beleidsplan van Frugi Venta staan twee projecten centraal, namelijk Fresh Corridor en Frug I Com. Aanpalende projecten zijn CLIENT Export en Tuinbouw Integraal Digitaal.

Het meerjarige project Fresh Corridor is in 2009 goed uit de startblokken gekomen met tien deeltrajecten. De stand van zaken is te raadplegen op www.freshcorridor.nl. Het verminderen van het aantal vrachtwagenkilometers door de inzet van bijvoorbeeld binnenvaart vereist een aanmerkelijke mentaliteitsverandering bij de agf-bedrijven. Daartoe wordt vanaf 2010 een 'roadshow' georganiseerd om de verworven kennis en de goede praktijkvoorbeelden binnen het project Fresh Corridor te delen met de geïnteresseerde handelsbedrijven en logistieke dienstverleners.

De eerste binnenvaartverbinding is inmiddels operationeel namelijk van de Maasvlakte naar de Ridderhaven nabij Barendrecht. Medio 2010 wordt deze verbinding door het Havenbedrijf Rotterdam opgeschaald naar het achterland. Marktpartijen hebben al interesse getoond.

Een ander deeltraject, de verplaatsing van de Rotterdamse fruitterminal aan de Merwehaven naar het Waal-Eemhavengebied aan de zuidoever van de Maas, is planmatig ver gevorderd. Een groot knelpunt is de financiering door de gemeente Rotterdam van het grote stadsontwikkelingsgebied dat op de oude locatie beschikbaar komt. De nieuwe locatie is geschikt voor co-modaal vervoer. Daarbij gaat het om doorvervoer over de weg, per spoor, via binnenvaart en via kustvaart voor ingaande en uitgaande vervoerstromen.

Een ander initiatief van Frugi Venta is de Stichting Frug I Com, die inmiddels vijf jaar bestaat. Uitgaande van het Businessplan 2009-2011 is, door financiële bijdragen van het Productschap Tuinbouw en HBAG groenten en fruit, voldoende financiële armslag verkregen. Er was onder andere ruimte voor uitbreiding met twee specialisten op het gebied van gestandaardiseerde data-uitwisseling in de keten van teler tot en met het winkelschap. De interesse bij bedrijven is sterk gestegen doordat met name Duitse retailers het gebruik van het Global Location Number (GLN) op verpakkingen gaan eisen. Frug I Com kan de leden bij de invoering bijstaan.

Duurzaamheid

De derde prioriteit in het Beleidsplan was de bevordering van duurzaamheid waarmee een breed scala van onderwerpen wordt aangeduid. De activiteiten op dit gebied zijn te verdelen in productgeoriënteerde onderwerpen en thema's gericht op de bedrijfsvoering.

In de navolgende vraaggesprekken komen onder andere de ontwikkeling van een objectieve rekenmethode van de CO₂-footprint, deelname aan het 'Convenant Gezond Gewicht', beperking vrachtkilometers, opwaardering van restafval, intensieve residubewaking door Food Compass, het Mobiliteitscentrum Groothandel Groenten en Fruit en de verbetering van de arbeidsomstandigheden aan de orde. Zonder uitzondering initiatieven waarbij het duurzaamheidsaspect aan de orde is.

Ledenbinding

Een vereniging staat of valt met de kwaliteit van de relatie tussen het bestuur, de medewerkers en de leden. Naast de collectieve belangenbehartiging zoals boven omschreven, is de individuele dienstverlening aan de bedrijven van grote betekenis voor de ledenbinding. In het Beleidsplan Gezonde Handel is de vraagbaakfunctie een belangrijke plaats toegekend. De staf, bestaande uit de directeur, drie beleidsmedewerkers en de communicatiemanager, besteden dagelijks veel tijd aan de beantwoording per e-mail of telefoon van de vragen op velerlei gebied. De CAO-toepassing en het arbeidsrecht in het algemeen scoren hoog op de vragenlijst. De exportproblemen met Rusland en de USA en de verscherpte VWA-controle bij de import uit sommige derde landen gaven ook aanleiding tot vele individuele vragen of commentaren van de leden.

Andere veel terugkerende vragen betroffen de Verpakkingenbelasting in Nederland en Duitsland, de intrekking

van 26 van de 36 EU-handelsnormen, de verlaagde of ingetrokken kredietlimieten van de kredietverzekeraars en de inhoud van de Europese Marktordening voor de groenten- en fruitsector (GMO).

De informatievoorziening aan de leden wordt ondersteund met de maandelijkse digitale Nieuwsbrief en in toenemende mate door onze website. Voor 2010 staat een renovatie van de website en van ons relatieregistratiesysteem op het programma. Naast de algemene ledenvergadering fungeren de regelmatige ledenvergaderingen van de Comités als sluitstuk van de contacten met de leden. Met name de uienhandel en de fruithandel hechten zeer aan deze vorm van communicatie.

Collectieve contracten

Frugi Venta biedt de leden interessante kortingen bij de collectieve inkoop van talrijke verzekeringen van Zilveren Kruis Achmea, brandstof, elektriciteit en telecomdiensten (Frug I Tel). Met hun deelname aan deze inkoopcontracten kunnen de leden een groot deel (en soms meer dan dat) van de contributie terugverdienen. De belangstelling per inkoopcontract loopt uiteen, maar vertoont over de gehele linie een stijgende tendens. Nieuw in 2009 waren de collectieve inkoop van gas bij Eneco in combinatie met elektriciteit en de oprichting van een Frugi Venta Schadeverzekeringdienst in samenwerking met Meëus.

Ontwikkeling ledenbestand en representativiteit

Het aantal leden is in 2009 netto met 26 gedaald tot 417 per 1 januari 2010. De opzeggingen betreffen voornamelijk bedrijfsbeëindigingen, fusies of overnames van bedrijven. Het zijn over het algemeen bedrijven in de lagere omzetgroepen. De representativiteit van Frugi Venta is met slechts 1,3 procent gedaald tot 77,3 procent.

Er zijn bij het HBAG per 1 januari 2010 780 groothandelaren in groenten en fruit met een omzet boven de € 0,5 mln. geregistreerd. Hun gezamenlijke omzet bedroeg in 2008 € 12.458 mln. De 417 Frugi Venta leden vertegenwoordigden in 2008 een omzet van € 9.628 mln. In de tabel op de volgende bladzijde staat de ontwikkeling van het ledenbestand sinds 2006.

	2006	2007	2008	2009
Aantal Frugi Venta-leden	471	457	443	417
Gezamenlijke omzet	€ 8.816 mln	€ 9.667 mln	€ 9.628 mln	NB
In % van de landelijke omzet	77,90%	78,60%	77,30%	NB

In onderstaande tabel wordt de representativiteit van de Frugi Venta leden per 1 januari 2010 per omzetgroep vermeld op basis van de omzet in 2008. Frugi Venta heeft naar verhouding in de hoogste omzetgroepen de meeste leden. Dat verklaart de hoge totale representativiteit.

Omzet in mln euro	Totaal aantal geregistreerde groothandelsbedrijven*		Frugi Venta leden		
	Aantal per 1-1-10	Omzet 2008	Aantal per 1-1-10	Omzet 2008	Representativiteit op basis van omzet
tot € 0,5 mln	718	€ 61 mln	54	€ 10 mln	16%
€ 0,5 tot € 2,5 mln	327	€ 418 mln	77	€ 113 mln	27%
€ 2,5 tot € 5 mln	147	€ 531 mln	68	€ 245 mln	46%
€ 5 tot € 7,5 mln	55	€ 331 mln	37	€ 225 mln	68%
€ 7,5 tot € 10 mln	37	€ 320 mln	25	€ 218 mln	68%
€ 10 tot € 12,5 mln	32	€ 355 mln	19	€ 211 mln	59%
€ 12,5 tot € 25 mln	72	€ 1.294 mln	51	€ 920 mln	71%
€ 25 tot € 50 mln	49	€ 1.744 mln	34	€ 1.181 mln	68%
boven € 50 mln	61	€ 7.404 mln	52	€ 6.505 mln	88%
Totaal	1.498	€ 12.458 mln	417	€ 9.628 mln	77%

* Bron: HBAG groenten en fruit

4.99 lb

Prioriteit in beleidsplan voor nationale en internationale lobby





Gerrit Bergwerff



Paprika-export weer op gang na succesvolle lobby

“In de handel is het altijd wat. Te duur, te goedkoop, te vroeg, te laat, geen goede kwaliteit, te groot, te klein enzovoort. Dat is leuk, maar je moet er wel tegen kunnen.” Aan het woord is Gerrit Bergwerff, bij The Greenery verantwoordelijk voor de verkoop naar Amerika. In september 2009 was er ook wat: een motje, aangetroffen in de habanero pepers. Met als gevolg een exportverbod naar de VS voor paprika's en pepers per 1 oktober. Mede dankzij de lobby van Frugi Venta werd eind 2009 bekend gemaakt dat het exportverbod begin 2010 wordt opgeheven.

Eigenlijk hoeft Gerrit Bergwerff niet met zijn hoofd in een 'blaadje'. Uit respect voor Inge Ribbens, beleidsmedewerker bij Frugi Venta en verantwoordelijk voor het dossier Amerika, wilde hij toch graag zijn medewerking verlenen. “Inge is een kanjer. Ze heeft de gave om correct, helder en duidelijk met alle partijen op de juiste momenten te communiceren en ook zodanig dat er iets gebeurt. Hoewel het succes zonder medewerking van de overige partijen – LNV, PD en P8 – niet tot stand had kunnen komen, kan 95 procent aan haar inzet worden toegeschreven. Frugi Venta is de spil in het verzamelen van kennis en argumenten van alle betrokken partijen en zet het vervolgens goed op een rijtje”, meent Gerrit Bergwerff. Frugi Venta werkt daarbij nauw samen met de medewerkers van het ministerie van LNV op de Nederlandse ambassade in Washington.

Goed protocol

Het is niet voor het eerst dat Amerika de grenzen sloot voor Nederlandse paprika's. Een aantal jaar geleden hadden we een soortgelijk incident en heeft Amerika ook maatregelen geëist. Jarenlang werden de zendingen voorzien van fytocertificaten. Ook al is de fruitmot gevonden in de pepers en niet in de paprika's, in Amerika wordt dat beschouwd als één familie. “Fytosanitair gedacht is dat ook zo”, erkent Gerrit Bergwerff. “Handelstechnisch zie je paprika's en pepers als 2 afzonderlijke producten. Gezien de ervaringen uit het verleden was de verwachting dat LNV en de PD nog een toelichting zouden moeten geven in Amerika. Maar dat bleek niet nodig. Er ligt een goed analyserapport van de PD en een goed onderbouwd protocol om te bewijzen dat de False Codling Moth bij de start

van de teelt niet aanwezig is in de kas. Ook tijdens de teelt en het logistieke traject daarna vindt voortdurend monitoring plaats door middel van vallen bij telers en exporteurs om blijvend te bewijzen dat de False Codling Moth niet aanwezig is. Dat is goed aangekomen in Amerika en heeft er in geresulteerd dat de grenzen weer open gaan.”

Lobbywerkzaamheden

“Helaas moeten we alle zendingen wel weer voorzien van fytosanitaire certificaten. Dat brengt extra kosten met zich mee en maakt ons minder concurrerend ten opzichte van andere landen. Misschien dat we met een beetje lobbywerkzaamheden volgend jaar de situatie weer kunnen veranderen. We hopen dat de regels versoepelen als we hebben aangetoond dat het echt om een incident ging en de zaak nu onder controle is.” Prijsstechnisch gezien kan Gerrit Bergwerff zich geen jaar herinneren dat zo slecht was voor paprika's als 2009. “Het was een bijzonder groeizaam jaar waardoor er gemiddeld tien procent meer productie was. Tel daar de gekrompen koopkracht op belangrijke markten als Groot-Brittannië en Rusland bij op en de aanzienlijke uitbreiding van areaal de laatste jaren en je begrijpt dat er gewoon te veel product is geweest.” In 2009 werd tot 1 oktober 15.500 ton Nederlandse paprika's geëxporteerd naar de VS. In 2008 was dit ruim 10.000 ton. Inclusief Canada bedroeg de export naar Noord-Amerika in 2008 15.000 ton en tot 1 oktober 2009 20.700 ton.

Goedgekeurd

Het goede nieuws voor de paprika-export werd ongeveer gelijktijdig gecommuniceerd met het slechte nieuws voor de export van tomaten naar Amerika. Hier is Tuta absoluta de boosdoener. “Dat is een probleem dat we al heel lang zagen aankomen en dat moeilijker te tackelen is dan de fruitmot in de pepers. Dat was echt een incident, Tuta absoluta is op meerdere plekken aangetroffen. Probleem is dat Tuta absoluta afkomstig is uit Spanje waar ze het niet onder controle krijgen. Zolang er product uit Spanje blijft komen, blijft de kans bestaan dat er Tuta absoluta meekomt.” Om te voorkomen dat Tuta absoluta de VS bereikt, heeft het land strenge eisen opgesteld ten aanzien van de export van tomaten. Bedrijven mogen alleen tomaten naar de VS exporteren als de zending is voorzien van een fytosanitair certificaat waaruit blijkt dat de tomaten afkomstig zijn uit een gebied vrij van Tuta absoluta of waaruit blijkt dat deze geteeld zijn volgens een door de VS goedgekeurd teeltsysteem. Nederland kan aan beide eisen niet voldoen met als gevolg geen export meer naar Amerika per 1 februari 2010. Frugi Venta werkt in samenwerking met alle betrokken partijen aan een oplossing. Er gaan enkele maanden overheen voor een gebied vrij van Tuta absoluta kan worden verklaard. Pas dan kan de export naar Amerika ook voor tomaten weer op gang komen.



Nationale en Internationale lobby in 2009

Naast het op gang houden van export van paprika's en tomaten naar Amerika, waren er in 2009 diverse andere onderwerpen die de nodige aandacht vroegen van Frugi Venta op het gebied van lobby. Niet voor niks hebben lobbywerkzaamheden een hoge prioriteit gekregen in het beleidsplan 'Gezonde Handel 2009 – 2011'.

Exportbelemmering Rusland

In 2009 heeft veel overleg plaatsgevonden met diverse Nederlandse partijen en de Russische autoriteiten. Frugi Venta heeft een aantal informatiebijeenkomsten georganiseerd voor leden en niet-leden om te informeren over de stand van zaken met betrekking tot het in 2008 ingevoerde Russische Memorandum of Understanding. Hierin worden strenge MRL-eisen gesteld. De leden werden ook geïnformeerd per e-mail, via de nieuwsbrief en website. In 2009 is de Werkgroep Rusland opgericht met daarin vertegenwoordigers van aangesloten bedrijven. Meer informatie over Rusland en wat er gedaan is aan lobbywerkzaamheden is te vinden op www.frugiventa.nl.

Indonesië

Met ingang van 1 november 2009 geeft de Plantenziektenkundige Dienst géén fytocertificaten meer af voor uien naar Indonesië. Sinds die datum worden geen uien meer naar Indonesië geëxporteerd. De exportstop is het gevolg van nieuwe landeneisen van Indonesië waaraan Nederlandse uien niet kunnen voldoen. Frugi Venta heeft haar uiterste best gedaan om, in samenwerking met het ministerie van LNV en de PD, zo snel mogelijk een oplossing te vinden. Hiertoe is in samenwerking met enkele bedrijven een volledige procesbeschrijving over Nederlandse uien opgesteld. De verwachting is echter dat een lange adem vereist is voor er een reactie komt vanuit Indonesië.

TASK kredietverzekering

In 2009 heeft de ministerraad op voorstel van de ministers van Financiën en Economische Zaken ingestemd met het instellen van een tijdelijke, aanvullende staatsverzekering (TASK). Frugi Venta was indirect betrokken bij de lobby door VNO-NCW bij de overheid. TASK biedt ondernemers de kans om

de verlaagde kredietlimieten die bedrijven hebben onder hun kredietverzekeringen aan te vullen. De regeling is in 2010 gecontinueerd en zelfs verbeterd.

Toelating Citrex op importproducten

Citrex wordt toegepast ter voorkoming van kroonrot bij bananen en bestaat voornamelijk uit organische zuren. Frugi Venta heeft er in 2009 hard aan getrokken om toelating te krijgen voor Citrex in de bijlage met toegestane gewasbeschermingsmiddelen van verordening 889/2008. De inspanningen zijn uiteindelijk beloond.

NMa op zoek naar prijsafspraken

In 2009 publiceerde de NMa een rapport met bevindingen van een onderzoek naar de margeverdeling in de keten. Hieruit is het beeld ontstaan dat het grote verschil tussen de opbrengstprijzen voor de teler en de consumentenprijs voornamelijk te wijten is aan de hoge kosten van de tussenhandel. Frugi Venta heeft kanttekeningen geplaatst bij de manier waarop de berekeningen tot stand zijn gekomen en overweegt een tweede onderzoek te laten uitvoeren waarbij de marges binnen de handel beter in beeld worden gebracht.

De NMa heeft tevens onderzocht of er sprake is van prijsafspraken bij handelsbedrijven en telersverenigingen. Frugi Venta heeft voor de betrokken partijen juridische bijstand georganiseerd en specialisten ingeschakeld op het gebied van Europese mededingingswetgeving.

Pest Risk Analysis peren China

In 2008 hebben vertegenwoordigers van het ministerie van LNV in China een Pest Risk Analysis aangeboden voor peren, om de export naar China mogelijk te maken. In 2009 zijn hierover vervolggesprekken geweest. China heeft serieus naar de aanvraag gekeken. Er is een lijst opgesteld met 132 soorten plagen, schimmels en insecten, vijftien hiervan zouden een probleem kunnen opleveren. China heeft aanvullende vragen en eisen opgesteld aan Nederland. Frugi Venta is in overleg met de Plantenziektenkundige Dienst over de mogelijke vervolgstategie.



Erik Postuma



“Het wordt moeilijk, maar niets doen is geen optie”

Frugi Venta wil een bijdrage leveren aan het creëren van meer toegevoegde waarde voor de groothandel in groenten en fruit door studie en onderzoek en door bevordering van onderlinge verticale samenwerking. Hoewel de groothandel volgens Erik Postuma van de gelijknamige groothandel uit IJsselmuiden niet zo veel waarde hecht aan netwerken, is hij goed te spreken over de bijeenkomsten die Frugi Venta in 2009 organiseerde voor de binnenlandse groothandel.

Deze stonden in het teken van het ontwikkelen van een nieuwe winkelformule. De groothandel hoopt hiermee een bijdrage te kunnen leveren aan een gezonde detailhandel. Groothandel Postuma uit IJsselmuiden richt zich volledig op groentespecialisten, zowel ambulante handelaren als speciaalzaken. Nog altijd een formule waar groei in zit, zo blijkt uit de verbouwingsplannen van Postuma. “Eigenlijk zijn jullie een half jaar te vroeg”, zegt Erik Postuma. Hij doelt daarmee op de verbouwing die gaande is en over een half jaar zal zijn afgerond. “We waren al jarenlang een stabiel bedrijf, maar te klein voor de toekomst. Daarom zijn we jaren geleden gestart om ons afzetgebied te vergroten. We onderscheiden ons door ons speciaal te richten op het detailhandelskanaal. Wij zijn van mening dat we die groep daardoor onze volledige aandacht kunnen geven. Het is belangrijk dat de speciaalzaken goed slagen. Als klanten goed presteren, dan komt de inkoop vanzelf”,

zegt Erik Postuma. Om hun klanten extra toegevoegde waarde te kunnen leveren, sloot Postuma zich aan bij VAST, een groep groothandelaren die gezamenlijk producten inkoop en diverse marketingacties ontwikkeld voor de aangesloten bedrijven.

Concurrentie is goed

Volgens Erik Postuma is de tijd rijp om een volgende stap te zetten. Het initiatief om gezamenlijk met andere groothandels te kijken wat de mogelijkheden zijn voor het ontwikkelen van een toekomstgerichte winkelformule, komt volgens hem dan ook precies op tijd. Aanleiding voor de bijeenkomsten was een onderzoek dat in opdracht van AGF Detailhandel Nederland (ADN) en het Centrum voor Kennis en Ontwikkeling (CKO) is uitgevoerd door studenten van Avans Hogeschool in Den Bosch naar toekomstgerichte winkelformules. De groep studenten

maakte in gezelschap van een aantal groothandelaren en groentespecialisten een excursie naar onder andere Groot-Brittannië om een aantal winkels te bekijken. Erik Postuma was een van de groothandelaren die de reis maakte. "Tijdens de gesprekken die we met elkaar voerden, is het idee ontstaan om een winkelformule in de markt te zetten. Het is goed dat Frugi Venta het initiatief heeft genomen om de binnenlandse groothandelaren bij elkaar te roepen en de interesse te peilen. Ik geloof helemaal in het verhaal, maar zie ook dat we als groothandelaren zelf de grootste belemmering zijn. Als je naar de markt kijkt, weet je dat het moeilijk wordt. Maar dat wil niet zeggen dat we het niet moeten doen. Ik hoop dat we er uitkomen en er iets moois ontstaat. Onderlinge concurrentie is goed, dat houdt je scherp. Zolang er een eerlijk spel wordt gespeeld, is er niets aan de hand."

Projectontwikkelaars

Alle initiatieven voor winkelformules die er de afgelopen jaren zijn geweest ten spijt, het aantal specialzaken loopt al jaren terug. Heeft het nu wel kans van slagen? "Het is zeker niet de bedoeling om met andere formules te concurreren. Maar het is wel belangrijk om landelijke dekking te realiseren", zegt Erik Postuma. Ook hecht hij er veel waarde aan om iets in de markt te zetten waardoor jonge ondernemers kunnen starten, waarbij ze zich gesteund voelen. Ook ziet hij een taak voor een collectief om aan tafel te komen bij projectontwikkelaars. "Nu zitten de supermarkten op de eerste rij als er nieuwe winkelruimte te vergeven is. Daar moeten wij als groentehandel in de toekomst ook aan tafel zitten. Toch voelt Erik Postuma er weinig voor om een vergadercultuur in het leven te roepen. Hij erkent dat iemand het voortouw moet nemen. "Wie dat gaat worden en hoe de nieuwe winkelformule er uit komt te zien, dat zullen we in 2010 met een groepje van vijf groothandelaren en professionele adviseurs onderzoeken en naar verwachting implementeren." Commercieel gezien zijn de verwachtingen van Erik Postuma voor 2010 nog niet echt hoog gespannen. "Het bestedingspatroon van consumenten is nog steeds heel anders dan twee jaar geleden. De meeste consumenten geven moeilijker geld uit. Gelukkig blijft er een groep over die meer te besteden heeft en wil genieten."



Ketensamenwerking

Een project dat goed past onder het kopje ketensamenwerking is de IPC-studie die is uitgevoerd. Maar ook het project Fresh Corridor waarbij diverse ketenpartijen samenwerken, Horizontaal Toezicht Douane en gezamenlijke beursinzendingen vallen onder het kopje ketensamenwerking. Alleen op de IPC-studie wordt hier een nadere toelichting gegeven. De andere onderwerpen komen elders in dit jaarverslag aan bod.

Innovatie Prestatie Contract

In 2009 is een Pré Innovatie Prestatie Contract-studie voor fruitbewerkingsbedrijven uitgevoerd in het kader van IPC-subsidies. Het ministerie van Economische Zaken stelt subsidie beschikbaar voor innovatieve projecten. Frugi Venta is penvoerder van het project. De uitvoering komt voor rekening van adviesbureau TDI. De pré IPC studie heeft geleid tot een daadwerkelijke subsidieaanvraag van 25 bedrijven. Deze is begin 2010 ingediend bij Senter Novem. Onder de deelnemers zijn veel toeleveranciers van fruitbewerkingsbedrijven.





Rein Osinga



“Eerst faciliteiten, dan komt de winst vanzelf”

Op het gebied van logistiek geeft Frugi Venta van 2009 – 2011 prioriteit aan het project Fresh Corridor. Het project is in 2008 officieel van start gegaan en levert een bijdrage aan het terugdringen van de verkeerscongestie en CO₂-uitstoot. Onder andere door middel van vervoer via binnenvaart in plaats van over de weg. In 2009 startte een pilot. Bijna 300 containers werden per schip vervoerd van de Rotterdamse haven naar de Ridderhaven of zelfs nog verder, naar Venlo.

Rein Osinga, voorzitter van Fresh World Barendrecht, en werkzaam bij T. van Noort op het handelscentrum in Ridderkerk, laat er geen onduidelijkheid over bestaan. “Congestie op het wegennet is een groot probleem. Hoewel het tijdelijk iets minder lijkt als gevolg van de economische crisis, staat op de A15 een groot deel van de dag file. Vooruitkijkend verwachten we dat het over vijf jaar nog veel erger is. Hetzelfde geldt voor andere wegen rondom de diverse handelscentra. Fresh World Barendrecht was daarom in samenwerking met de Provincie Zuid-Holland, Maersk Line, APM-terminals en Groeneboom BV met ondersteuning van Amsterdam Consultants een pilot gestart om te kijken of er meer containers over water vervoerd kunnen worden naar de Ridderhaven. Dat project bleek veel overlap te vertonen met Fresh Corridor, het project waar Frugi Venta penvoerder van is. In 2009 is het project ondergebracht in Fresh Corridor en maakt daar deel uit van het deelproject de Maasroute Rotterdam - Venlo.”

Binnenvaart

Fresh Corridor is opgebouwd uit tien deeltrajecten. Wie meer wil weten over de stand van zaken van deze deeltrajecten kan www.freshcorridor.nl raadplegen. Met de ontwikkeling van deze website, die november 2009 online is gegaan, heeft Frugi Venta een belangrijke stap gezet in de informatievoorziening met betrekking tot Fresh Corridor.

In de tweede helft van 2009 is een pilot gestart waarbij 264 containers vanuit Rotterdam via binnenvaartschepen zijn vervoerd naar de Ridderhaven. Bedrijven die aan deze pilot hebben meegewerkt zijn 4Fruit Company, Bakker Barendrecht, Hagé/The Greenery, Hispafruit, Jaguar the fresh company, Solfruit, Van Ooijen Citrus, Verdi Import, Bakker & Leenheer, Zoutewelle en H.M. de Jong, koel- en vrieshuis. “Vervoer via binnenvaart heeft hen in ieder geval tijdswinst opgeleverd.

Containers die 's nachts om drie uur aankomen op de Maasvlakte, varen direct door naar de Ridderhaven en arriveren hier om 6.00 uur 's morgens. Daar worden direct de douane en fytosanitaire zaken geregeld, waarna de producten beschikbaar zijn", aldus Rein Osinga.

Betuwelijn

Belangrijk onderdeel van Fresh Corridor is het verplaatsen van de Fruitport van de Merwehaven naar de Waal-Eemhaven. "Concentratie van alle logistiek op de Zuidoever sluit perfect aan bij de ontwikkeling van de Maasroute. Dat geldt ook voor de Greenports Venlo en Geldermalsen. Als er voldoende faciliteiten worden aangebracht op de Maasroute, dan komt de winst vanzelf", is de overtuiging van Rein Osinga. Voor de mogelijkheden van transport per trein via de Betuwelijn ziet hij iets meer hobbels op de weg. "In principe bestaat de mogelijkheid om producten via de Betuwelijn te vervoeren, maar het spoornetwerk rond Barendrecht mist de faciliteiten om treinen af te pikken. Het schijnt technisch erg moeilijk te zijn om een aftakking te maken. Via binnenvaart zijn we veel flexibeler." Hoewel de pilot in 2009 veelbelovend was, is Osinga van mening dat recessie wel voor een zekere terughoudendheid heeft gezorgd bij bedrijven om binnenvaart toe te passen in hun logistieke plaatje. "Maar als de economie weer aantrekt, kunnen de ontwikkelingen wel eens heel snel gaan."

Kopschuw

In 2009 heeft Frugi Venta ook haar steentje bijgedragen aan het organiseren van een voorlichtingsbijeenkomst over herstructurering van het gebied Nieuw-Reijerwaard, grenzend

aan het handelscentrum in Barendrecht/Ridderkerk. In hetzelfde jaar is een bestuursovereenkomst getekend door de ministeries van Economische Zaken en VROM, de provincie Zuid-Holland en de gemeentes Rotterdam, Ridderkerk en Barendrecht met betrekking tot de ontwikkeling van het gebied. "De gemeenteraad van Ridderkerk heeft zich duidelijk uitgesproken over het karakter van de bedrijven die zich in Nieuw-Reijerwaard mogen vestigen. Die moeten een relatie hebben met de agf-sector. Helaas maakt de economische situatie handelaren enigszins kopschuw om zich uit te spreken over de hoeveelheid ruimte die ze binnen enkele jaren nodig hebben."

Hub in Duitsland

Ondanks alle ontwikkelingen van Greenports ziet Rein Osinga Fresh World Barendrecht ook in de toekomst als centrum van distributie voor groenten en fruit. "Onlangs is Greenport Westland Oostland uitgebreid met Barendrecht en Ridderkerk. Westland is heel belangrijk voor lokale productie. Veel producten die in Noord-Holland worden geteeld, worden opgereden naar het Westland voor verpakking en distributie. Oostland, het gebied Bergschenhoek, Bleiswijk en Berkel Rodenrijs, is eveneens gericht op lokale productie. In Barendrecht en Ridderkerk ligt de focus op import met een deel lokale productie."

Tien jaar vooruit kijkend is Rein Osinga nog niet zo zeker of de exportgebieden in Oost-Europa nog steeds voor een belangrijk deel vanuit Barendrecht/Ridderkerk zullen worden bediend. "Misschien moet er wel een hub komen in Duitsland, bereikbaar via binnenvaart, waarna producten verder per vrachtauto naar de eindbestemming worden getransporteerd. Fresh Corridor is hiervoor een goed uitgangspunt."



Logistiek en standaardisatie

Nummer 2 in Vers Top 100

Tijdens vakbeurs Fresh Rotterdam is Fresh Corridor onderscheiden met een tweede plaats in de VersTop 100. Deze lijst geeft een overzicht van de crème de la crème van de Nederlandse versgerelateerde sector. De bedrijven en/of samenwerkingsverbanden die in de VersTop 100 voorkomen, zijn niet alleen innovatief of succesvol maar gelden ook als voorbeeld en voortrekker voor anderen.

Agro Peper 2009

Maandag 23 november heeft Willem Baljeu, penvoerder van het project Fresh Corridor, op het afsluitende congres van het Jaar van de Agrologistiek, de Publieksprijs Agro Peper 2009 in ontvangst genomen. In totaal waren 34 projecten genomineerd. Fresh Corridor was één van de achttien projecten die zich presenteerden in de AgroParade. De Agro Peper is een initiatief van het Platform Agrologistiek om het meest innovatieve en pittige project op het gebied van Agrologistiek te onderscheiden.

Roadshows Fresh Corridor

In 2009 organiseerde Frugi Venta twee roadshows met betrekking tot het project Fresh Corridor. De roadshow beoogt achtergronden (Awareness) en algemene informatie te verstrekken over het project Fresh Corridor aan potentiële stakeholders. Het verminderen van het aantal vrachtwagenkilometers door de inzet van bijvoorbeeld binnenvaart, vereist een aanmerkelijke 'mentall shift' op het operationele niveau van agf-bedrijven. Daarnaast biedt de roadshow de mogelijkheid om met elkaar van gedachten te wisselen over de te volgen strategie.

Frug I Com

Standaardisatie is het paradepaardje van stichting Frug I Com. In 2009 lag de nadruk op implementatie van standaardisatie binnen de bedrijven. Hiervoor zijn twee medewerkers aangenomen. Het secretariaat van Frug I Com verhuisde in 2009 naar Zoetermeer bij het Productschap Tuinbouw. Meer informatie via www.frugicom.nl.





Miguel Gonzalez (L)

Frank Vermeeren (R)



“Veel meer verantwoordelijkheid bij bedrijven leggen”

Op het gebied van kwaliteit en voedselveiligheid heeft Nederland een naam hoog te houden. Evenals voor fytosanitaire aspecten, geldt dat het borgen van al die normen veel administratieve handelingen met zich meebrengt. Er zijn diverse projecten opgestart om de administratie te vereenvoudigen en te digitaliseren. Denk aan Horizontaal Toezicht Douane, Plantkeur en CLIENT Import. Een bedrijf dat vaak meedoet aan pilotprojecten is Hispafruit in Barendrecht.

Voor importeur Hispafruit uit Barendrecht is ananas een van de belangrijkste producten. “In het hoogseizoen krijgen we regelmatig vijftig containers per week binnen”, vertelt Miguel Gonzalez, directeur van Hispafruit. Om een constante kwaliteit te kunnen garanderen, heeft Hispafruit eigen productiegebieden in Costa Rica. “Daardoor hebben wij het hele traject vanaf de teelt in kaart. Bij retailers opent dat soms deuren die anders gesloten zouden blijven. De retail hecht veel waarde aan traceerbaarheid. Wij weten waar onze producten vandaan komen, wanneer ze geoogst zijn, bij welke temperaturen ze zijn vervoerd en welke middelen tijdens de teelt zijn toegepast.” Andere belangrijke producten voor Hispafruit zijn onder andere meloenen, druiven en citrus.

Afstemming

Als importeur heeft Hispafruit er groot belang bij dat alle douaneformaliteiten, fyto- en kwaliteitscontroles goed op elkaar aansluiten en tegen zo laag mogelijke kosten kunnen worden gerealiseerd. Wat Miguel Gonzalez en Frank Vermeeren betreft, mogen daarvoor meer verantwoordelijkheden bij de bedrijven worden neergelegd. Kwaliteitsmanager Frank Vermeeren weet als geen ander dat een efficiënte afhandeling van formaliteiten en controles kan bijdragen aan een optimale logistiek en kostenbeheersing. “De afstemming van fytosanitaire controles op kwaliteitscontroles speelt al jaren. Frugi Venta heeft daar de afgelopen jaren veel in ondersteund”, zegt Frank Vermeeren. Hij doelt daarmee op CLIENT Import en Plantkeur. Hispafruit maakt

al jaren gebruik van CLIENT Import en tot volle tevredenheid. Plantkeur heeft ervoor gezorgd dat er niet langer twee controleurs komen voor één en dezelfde partij, maar dat fyto- en kwaliteitscontrole door dezelfde persoon wordt uitgevoerd. Dat betekent één controleur minder op het erf. Hispafruit heeft nog geen ervaring met CLIENT Export, maar wil graag starten met de pilot. In december 2009 werd een contract ondertekend door de overheid en diverse marktpartijen waaronder Frugi Venta. In 2010 wordt CLIENT Export ingezet bij een aantal pilotbedrijven.

Originele documenten

Veel producten die in Nederland worden geïmporteerd, hebben een uitgebreide kwaliteitscontrole gehad in het land van herkomst. Dat geldt ook voor fytosanitaire controles. "Het probleem is dat producten met containers tegelijk aankomen. Die piek kan door het aantal controleurs niet op heel korte termijn worden weggewerkt. Daardoor kan het voorkomen dat het soms lang duurt voor je de benodigde papieren hebt", licht Frank Vermeeren toe. "Bij de retail daarentegen geldt een strakke 'dienstregeling'. Zes uur is zes uur. Je kan het vergelijken met de lijnbus, als wij niet op tijd zijn, missen we de logistieke aansluiting op DC-niveau en moeten de goederen met speciaal transport alsnog nabezorgd worden. Als er meer verantwoordelijkheid bij de bedrijven komt te liggen, heb je de logistieke stroom zelf beter in de hand, kan je ook betrouwbaarder zijn richting je afnemers en kan je kosten reduceren." Toezichhouders eisen originele documenten op papier. Dat is Frank Vermeeren een doorn in het oog. "Dat past niet bij het digitale tijdperk waarin we tegenwoordig leven." Die mening is ook Frugi Venta toegedaan. Het onderwerp wordt regelmatig aangekaart in overleg met overheidsinstanties zoals de PD en het KCB.

Frank Vermeeren ziet ook wel iets in het project Horizontaal Toezicht Douane (HTD). Uitgangspunt van dit project is om systemen van de overheid te koppelen aan de logistieke systemen van de bedrijven met als doel tijdwinst en kostenreductie. "Dat heeft toegevoegde waarde, zeker als daar ook de AEO-status in wordt meegenomen. Wij zijn in een vergevorderd stadium met betrekking tot AEO-certificering. Een belangrijke drijfveer om hier aan mee toe doen was onder andere de garantie dat een container binnen 24 uur gescand zou zijn. HTD heeft alleen kans van slagen als deelnemende gecertificeerde bedrijven meer vrijheid krijgen."

Handelsnormen

Ondanks felle protesten van Frugi Venta en de overkoepelende Europese organisatie Freshfel, werden in 2009 de handelsnormen voor 26 van de 36 producten afgeschaft. Doelstelling van deze actie van de Europese landbouwministers was lastenvermindering en de mogelijkheid bieden om ook vruchten die vanwege hun uiterlijk als Klasse 2 bestempeld werden, op de markt te kunnen brengen. In de praktijk is gebleken dat er juist een lastenverzwaring heeft plaatsgevonden. Voor 26 producten zijn per 1 juli 2009 de kwaliteitseisen dan wel afgeschaft, daar is een algehele keuring voor in de plaats gekomen. "Mijn ananassen, waar al jaren geen importkeuring voor vereist was, moet ik nu ter keuring aanbieden", zegt Frank Vermeeren. "En dat geldt voor veel meer producten die voorheen geen keuring vereisten. Het behoeft geen verder uitleg om te snappen dat dit extra kosten met zich meebrengt." Frugi Venta heeft de problematiek onder de aandacht gebracht van de overheid. De controlefrequentie van producten die alleen onder de algemene handelsnormen vallen, is in december 2009 verlaagd. Klachten van Frugi Venta-leden zijn hierdoor verminderd, maar nog niet verdwenen.



Weinig verstoring internationale handel

Bevordering van de kwaliteit van verse groenten en fruit in het handelskanaal en voor de consument.

Beheersing van de voedselveiligheid en bewaking van de plantgezondheid met zo weinig mogelijk verstoring van de internationale handel staan genoemd als speerpunt in het beleidsplan 'Gezonde Handel 2009 - 2011' van Frugi Venta. Logisch dat Frugi Venta projecten op dit vlak initieert en/of ondersteunt. Waar nodig treedt Frugi Venta ook op als bemiddelaar bij financiële vraagstukken.

Financiering kwaliteitscontroles

In 2009 is besloten dat de kwaliteitscontroles niet langer gefinancierd worden uit de heffingen die door het PT worden geïnd. Bedrijven krijgen rechtstreeks een factuur voor de controleverrichtingen bij import en export derde landen. Daarnaast ontvangen de bedrijven op basis van hun risicoklasse een nota van het KCB voor het structureel toezicht.

Ondertekening CLIENT Export

Eind december ondertekenden Secretaris Generaal Van der Zande (LNV), Willem Baljeu (Frugi Venta), Robert Rodenburg (VGB), Martien de Graaf (KCB) en Jan Lanning (HBAG bloemen) het Memorandum of Understanding CLIENT bloemen, groenten, fruit. De partijen zagen de ondertekening als een mijlpaal waarbij zowel overheid als bedrijfsleven zich committeren aan de bouw en uitrol van CLIENT Export voor deze sectoren. "Als handelsorganisatie onderschrijven wij het belang van CLIENT Export", aldus Willem Baljeu. "Als sector houden we ons ook bezig met logistieke trajecten." Een van de deeltrajecten hiervan betreft het aan elkaar koppelen van informatiesystemen waarmee we onze internationale concurrentiepositie kunnen versterken. Internationaal gezien moeten we nu echt een slag maken, CLIENT Export kan daar bij helpen."





Anneke van de Kamp



“Bedrijven verantwoorden zich meer richting maatschappij”

Ieder bedrijf dat zich verantwoordelijk voelt voor de 3 P's 'people, planet, profit' stelt zich regelmatig de vraag welke plaats duurzaamheid inneemt in de bedrijfsvoering. Onderwerpen die daarmee samenhangen zijn onder andere Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en de CO₂-footprint. Typisch onderwerpen waar je als sector collectief een oplossing voor kan zoeken.

Collectieve projecten worden in 99 procent van alle gevallen gefinancierd met heffingen die worden geïnd door het Productschap Tuinbouw (PT). Frugi Venta werkt nauw samen met het PT. De voorzitter van Frugi Venta heeft zitting in het bestuur van het PT en de directeur en secretaris in de Sectorcommissie Groenten en Fruit. Alle projecten die worden ingediend en die worden gefinancierd door middel van heffingen, passeren de Sectorcommissie en worden pas goedgekeurd als hier groen licht is gegeven.

Verantwoorden

Anneke van de Kamp, hoofd Markt & Innovatie en plaatsvervangend secretaris bij het Productschap Tuinbouw, weet alles van de projecten die in 2009 hebben gelopen op het gebied van duurzaamheid. “Voor bedrijven wordt het steeds belangrijker om zich te verantwoorden richting maatschappij. Duurzaamheid en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) spelen daarbij een belangrijke rol. Dat geldt niet alleen

voor de groenten- en fruitsector, maar ook voor bloemen, planten, bollen en bomen. Door als sectoren geld bij elkaar te leggen, kunnen omvangrijke projecten worden gefinancierd, die individueel veel te duur zijn”, licht Anneke van de Kamp toe.

Elementen

In 2009 is onder andere gewerkt aan een MVO-verkenning van de sector. Het Productschap Tuinbouw werkte hierbij samen met vertegenwoordigers van alle brancheorganisaties in de keten om een goed beeld te krijgen van de activiteiten die per sector plaatsvinden. “Het is een eerste start om ons als tuinbouwketen te verantwoorden richting de maatschappij. In de toekomst zal dit verder worden geprofessionaliseerd. Het rapport voldoet nu niet aan de internationale standaarden op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Deze zijn samengevat in de zogenaamde GRI richtlijnen. Er zijn steeds meer partijen die eisen dat er verantwoording wordt afgelegd volgens die richtlijnen.”

Voor de teelt heeft het PT de tool MVOnderglas.nl ontwikkeld. Wie hier meer over wil weten kan www.mvoonderglas.nl raadplegen. Met alle ketens is gekeken welke elementen van belang zijn om duurzaamheid aan te geven richting afnemers. "Voor de handel beschikken we nog niet over een dergelijke tool, maar het kan een zeer nuttig instrument zijn voor bedrijven om verantwoording af te leggen aan de maatschappij", zegt Anneke van de Kamp

Boontjes uit Kenia

Een tweede 'hot item' is de CO₂-footprint. Het begrip is overgewaaid uit Groot-Brittannië, dat als voorloper kan worden beschouwd met betrekking tot vermelding van de CO₂-footprint. Er gaan steeds meer geluiden op dat retailers eisen dat producten worden voorzien van een CO₂-footprint. De CO₂-footprint geeft aan hoeveel broeikasgasemissie heeft plaatsgevonden bij de productie en gedurende transport van het product. Gefinancierd door het Productschap Tuinbouw en het ministerie van LNV, heeft het onderzoeksconsortium Wageningen Universiteit & Research, Blonk Milieu Advies en Agri Information Partners daarom een rekenmethode ontwikkeld voor de tuinbouw waarbij de broeikasgasemissie voor producten kan worden berekend. De afgelopen twee jaar heeft Frugi Venta, met andere betrokken partijen meegedacht over hoe deze rekenmethode er uit moet zien. Het resultaat is een internetapplicatie die alle bedrijven kunnen toepassen en

waarmee ze de broeikasgasemissie kunnen berekenen van ananas uit de Ivoorkust, boontjes uit Kenia, appels uit Nieuw-Zeeland tot Hollandse tomaten en komkommers. "Tesco heeft al interesse getoond voor de CO₂-footprint en ook Frankrijk wil het verplichten", zegt Anneke van de Kamp. Diverse andere supermarktorganisaties stellen zich voorlopig gereserveerd op als hen wordt gevraagd of zij de CO₂-footprint op het etiket willen vermelden.

Gezondheid

Vers van de pers is de themavisie 'Puur en Gezond' een uitgave van het Productschap Tuinbouw en GroentenFruit Bureau, mede mogelijk gemaakt door Frugi Venta. "Voeding en gezondheid staan volop in de belangstelling van politiek en maatschappij. Als sector is het belangrijk om hier op in te spelen. Het is goed dat het Productschap Tuinbouw en het GroentenFruit Bureau partner zijn in het Convenant Gezond Gewicht. Daardoor kunnen we op politiek niveau de aandacht vestigen op de gezonde eigenschappen van groenten en fruit. De visie gaat in op de manier waarop de sector tot op heden is omgegaan met voeding en gezondheid en hoe dit in de toekomst nog beter kan. Een van de conclusies is dat de voordelen van de consumptie van groenten en fruit actiever onder de aandacht gebracht kunnen worden."



Andere projecten in het kader van duurzaamheid

Milieueffecten composteerbare verpakkingen

Op verzoek van het Comité Biohandel van Frugi Venta, is in 2009 door de WUR een onderzoek gestart naar de milieueffecten van composteerbare verpakkingen. De eerste resultaten hiervan zijn in januari 2010 gepresenteerd aan een werkgroep met vertegenwoordigers van een aantal handelsbedrijven. Het rapport brengt in kaart of composteerbare verpakkingen een milieuvoordeel hebben ten aanzien van traditionele verpakkingen.

Fresh Corridor

In het hoofdstuk over Logistiek en Standardisatie wordt uitgebreid ingegaan op het project Fresh Corridor. Dat streeft naar vervoer per binnenvaart en short-sea verbindingen om zo verkeerscongestie en CO₂-uitstoot terug te dringen.

Uienpellencompost benutten als duurzame energie

De Stichting Afzetbevordering Ui (begin 2009 opgericht door Frugi Venta) heeft een aantal projecten opgestart om de reststromen van uien te verwaarden. Onderzoek heeft uitgewezen dat uienpellencompost een belangrijke bijdrage kan leveren aan de bodemverbetering. Een stap verder is om reststroom in te zetten voor hoogwaardiger opties als de extractie van natuurlijke kleurstoffen, toepassing als bestrijdingsmiddel en het ontwikkelen van duurzame energietoepassingen. In 2010 worden de eerste resultaten verwacht.

Versnelde afbraak residuësten op hardfruit

In 2008 is een onderzoek gestart naar de mogelijkheden om residuen op vruchten na bewaring versneld af te breken. Het onderzoeksvoorstel is door DPA met ondersteuning van Frugi Venta en NFO ingediend bij het PT. Er is onder andere onderzocht of toevoegingen aan het waswater een verhoogd effect geven bij afbraak van residuen. Dit kan een gunstig effect hebben om te kunnen voldoen aan de Russische MRL-eisen. Er zijn reeds positieve ervaringen met UV, O₃ en H₂O₂. Het project loopt door in 2010.





Ron de Greef (U)

Lydia Duijvestein (R)



“We vinden het normaal, maar het is niet vanzelfsprekend”

Goede arbeidsomstandigheden, doorgroeimogelijkheden en een passende beloning spelen een grote rol bij het werven en behouden van medewerkers in onze sector. De economische omstandigheden zorgden echter voor stroeve CAO-onderhandelingen met de vakbonden in 2009. Op het gebied van Arbeidsomstandigheden en scholing is daarentegen vanuit diverse invalshoeken vooruitgang geboekt. Lydia Duijvestein en Ron de Greeff van Langfruit BV spreken over de activiteiten in 2009.

Ron de Greeff is directeur van Langfruit BV, bestuurslid van Frugi Venta en als zodanig betrokken bij de CAO-onderhandelingen. Lydia Duijvestein is als kwaliteitsmanager van Langfruit onder andere betrokken geweest bij het ontwikkelen van de Arbocatalogus. Samen met de andere leden van het Comité CAO-onderhandelingen heeft Ron de Greeff diverse malen onderhandeld met de vakbonden. De resultaten hiervan worden altijd eerst voorgelegd aan de klankbordgroep CAO-onderhandelingen. Pas als het merendeel instemt met de voorgenomen CAO, wordt het definitieve eindbod goedgekeurd.

Vinden

In 2009 heeft Ron de Greeff ervaren wat de effecten zijn van recessie op de onderhandelingspositie. “We hebben te maken met een economische crisis, dat heeft zijn weerslag in de CAO-discussie. De sector bevindt zich in een moeilijke fase.

Daardoor is er geen loonruimte en dat onderhandelt niet fijn. We hebben elkaar wel snel kunnen vinden in overige aspecten zoals de oprichting van een Mobiliteitscentrum voor het geval er noodgedwongen ontslagen gaan vallen. Vergeet niet dat de loonkosten een groot deel van de productprijs bepalen. Eén procent loonsverhoging kost 0,5 procent marge. Dat laat de markt niet toe.” Ron de Greeff geeft verder aan dat er ook altijd naar andere CAO's wordt gekeken. “Er moet altijd een balans zijn tussen wat de business toelaat en wat er in de markt gebeurt. Met het resultaat, éénmalig 1 procent van het vaste jaarsalaris, kan het gros goed leven.” De goedgekeurde CAO is geldig tot 1 april 2010.

Winst

De economische ontwikkelingen in 2010 zijn belangrijk voor de CAO-onderhandelingen die voor de zomer van 2010 weer zullen worden opgestart. “Laten we hopen dat we de krimp

achter de rug hebben. Maar daarmee hebben we nog geen groeiende en bloeiende economie", stelt Ron de Greeff nuchter vast. Geld dat er niet is, kan je niet uitgeven." Ron de Greeff constateert dat het pensioen in Nederland redelijk is geregeld in vergelijking tot veel anderen landen. "Het probleem schuilt in de rendementen van het belegde vermogen. De discussie is nu: uitkeringen omlaag, premies omhoog of langer doorwerken. "Laten we maar beginnen met iedereen te laten doorwerken tot zijn 65e, daar zit de grootste winst. De overheid geeft wat mij betreft precies het voorbeeld hoe het niet moet door veel mensen nog voor hun 65e te laten stoppen met werken."

De agf-sector heeft een eigen pensioenfonds, het Bpf AVH. Frugi Venta secretaris Leo Welschen is hier voorzitter van. In 2009 is de dekkinggraad van de pensioenverplichtingen bij Bpf AVH opgelopen van 104 procent in het begin van het jaar naar 110,8 procent aan het einde van het jaar. Door gestegen levensverwachting moest deze dekkinggraad in januari 2010 met 4 procent worden verlaagd. Niettemin is er ruimte om de pensioenaanspraken voor actieve deelnemers per 1-1-2010 met 1,95 procent te indexeren.

Instemming Arbeidsinspectie

Naast CAO en pensioen zijn de arbeidsomstandigheden, zeker zo belangrijk voor het werven en behouden van personeel. Bij Langfruit is dit vooral het 'pakkie-an' van Lydia Duijvestein. Op haar kaartje staat Kwaliteitsmanager, maar dat dekt de lading niet. "Eigenlijk komt alles buiten logistiek, commercie en inkoop, bij mij terecht", zegt Lydia Duijvestein. "Daar hoort uiteraard kwaliteit bij, maar ook Arbo, BHV, opleidingen en stagebegeleiding. Dat houdt mijn werk bijzonder afwisselend." Lydia Duijvestein was een van de deelnemers aan de werkgroep Arbocatalogus. Specifieke aandacht werd daarbij gegeven aan een oplossing voor het probleem 'hoog tillen'. "Bij Langfruit waren we al jaren in de weer met twee leveranciers van heftrucks om de mogelijkheden te onderzoeken voor heftrucks met flexibele lepels of een opstap. Nadat de Arbeidsinspectie heeft geconstateerd dat hoog tillen bij veel bedrijven een probleem is, hebben de betreffende bedrijven zich gemeld bij Frugi Venta en is gekozen voor een gezamenlijke aanpak." Hiervoor is adviesbureau VHP uit Den Haag ingeschakeld. Zij zijn specialist op het gebied van ergonomie. Dat heeft geresulteerd in het opleveren van de digitale arbocatalogus www.gezondehandel.nl. Vooralsnog worden hier twee problemen bij de kop gepakt: intern transport en hoog tillen. In 2009 is de ontwikkeling van het zogenaamde 'opstapbordes' verder opgepakt. In producent Matador is een partner gevonden die slagvaardig met de doorontwikkeling van het opstapbordes aan de gang is gegaan. De Arbeidsinspectie heeft meegekeken

in praktijksituaties of het bordes aan alle verwachtingen voldoet. Er is nu een goedgekeurd opstapbordes beschikbaar. Aangeslotenen bij het AGF-Groothandelsfonds kunnen dit via Frugi Venta tegen inkoopprijs aanschaffen. De ervaringen met het opstapbordes verschillen per bedrijf. Het biedt in ieder geval een oplossing voor het probleem hoog tillen, waar de Arbeidsinspectie mee heeft ingestemd. "Ons opstapbordes bewijst goede diensten op kleine schaal", zegt Lydia Duijvestein.

Interesse

In Venlo is eind 2008 de Fresh Park Business School van start gegaan. In 2009 heeft dit verder vorm gekregen. De oprichting en de uitvoering van de Fresh Park Business School is mede mogelijk gemaakt door de inzet van Cees Schoenmakers en Erik Zwiers van het AGF-Groothandelsfonds. Ook Langfruit is hierbij betrokken geweest. "Op het handelsterrein ging ieder zijn eigen weg op het gebied van opleidingen", zegt Ron de Greeff. Om de behoefte aan opleidingen op Fresh Park Venlo beter te faciliteren, zijn we gestart met de Fresh Park Business School. Uitgangspunt was dat bedrijven maar één persoon hoeven te bellen die hen kan adviseren over alle mogelijke vormen van cursussen en opleidingen die op de bedrijven gewenst zijn en die ook de deelname kan regelen al dan niet binnen het bedrijf, op het handelsterrein of daarbuiten. Het aanbod is zeer divers. Zo zijn er mogelijkheden voor de Bedrijfs Begeleidende Leerweg (BBL). Hierbij krijgen leerlingen een kans om te studeren en te werken tegelijk. Medewerkers die al werkzaam zijn bij een van de handelsbedrijven biedt het mogelijkheden om zich verder te ontwikkelen", zegt Ron de Greeff. Hij signaleert dat er vergeleken met vroeger veel meer kennis nodig is. "Vroeger was het voldoende om een kistje tomaten van een dekkelnetje te voorzien. Nu hebben we te maken met tracking & tracing, GLN-codes, EDI, Frugi I Com en residucontroles. We vinden het allemaal heel normaal, maar het is niet vanzelfsprekend. Ook op commercieel gebied is er het nodige veranderd. Vroeger voldeed het om te verkopen, nu moet je klanten eerst veel meer bewerken. Scholing kan daar bij helpen. Daarnaast proberen we mensen van buiten de sector te interesseren voor de agf-handel." Fresh Park Business School heeft voor drie jaar subsidie ontvangen. Inmiddels is anderhalf jaar verstreken. "Het uitgangspunt is dat er over anderhalf jaar iets staat dat zonder subsidie verder kan", zegt Ron de Greeff.

"We vinden het normaal, maar het is niet vanzelfsprekend"





v.l.n.r. Willem Baljeu, Fruji Venta; Shawn Harris, Nature's Pride; Leo Welschen, Fruji Venta en Tom den Hertogh, Fruji Com.

Collectieve contracten: prijsvoordeel en ondersteuning


Met collectieve dienstverlening probeert Frugi Venta op diverse fronten voordeel te bereiken voor haar leden. Het mes snijdt daarbij aan twee kanten. Voor leveranciers is Frugi Venta met ruim vierhonderd aangesloten leden een interessante partij om klanten te werven. Voor de leden kan deelname aan een van de vele collectieve contracten een manier zijn om een deel van, zo niet meer dan, de contributie terug te verdienen.

Er zijn voorbeelden genoeg van bedrijven die meer korting ontvangen op de collectieve contracten die Frugi Venta met leveranciers en dienstverleners heeft afgesloten, dan dat ze contributie betalen. Met name de telefoonabonnementen via Frugi Tel leveren een aantal leden veel voordeel op. Als Frugi Venta zijn we van mening dat het bestaansrecht van de organisatie niet moet afhangen van het ledenvoordeel, maar het is wel mooi meegenomen dat we op die manier ook financieel iets voor onze leden kunnen betekenen. Er zijn collectieve contracten op het gebied van verzekeringen, telefonie, brandstof, kredietverzekeringen, ongevallenverzekeringen, elektriciteit en kantoorartikelen.

De collectieve telecomcontracten zijn ondergebracht in de stichting Frug I Tel (zie pagina 60, 61). Daarnaast heeft Frugi Venta de afgelopen jaren initiatieven ontwikkeld op het gebied van residumonitoring, digitale keteninformatie en begeleiding van arbeidsongeschikte werknemers. Deze zijn allen ondergebracht in afzonderlijke stichtingen. In 2009 heeft Frugi Venta samen met Zuver de Stichting Afzetbevordering Ui (SAU) opgericht.

Afhankelijk van telefoon

Bedrijven kunnen fors op hun telefoonkosten besparen door deel te nemen aan het collectieve telefoonabonnement via Frug I Tel. Een van de bedrijven die daar al sinds jaar en dag gebruik van maakt, is im- en exportbedrijf Total Produce uit Rotterdam. Marja Roodenburg is bij Total Produce, voorheen Velleman en Tas, al vijftien jaar verantwoordelijk voor de telefooncontracten. "Ik weet eigenlijk niet beter dan dat we gebruik maken van Frug I Tel zowel voor de vaste als mobiele telefoons. Kort geleden zijn we voor de mobiele telefoons overgegaan op Galaxy. Hoewel iedere overstap de nodige kinderziektes met zich meebrengt, is die vrij soepel verlopen. In het begin moet je altijd even goed afstemmen of de manier waarop zij werken goed aansluit bij de manier waarop wij administreren. De service vanuit Galaxy is goed. Wij hebben wel gehoord dat de vergoedingen waarschijnlijk weer veranderen, ik neem aan dat Frug I Tel hier op terug komt." Marja Roodenburg houdt providers van mobiele telefonie regelmatig tegen het licht en is tot de conclusie gekomen dat het schaalvoordeel van gezamenlijke inkoop via Frug I Tel wel



zoveel voordeel biedt, dat het nog altijd interessant is om aan deel te nemen. De prijs is overigens niet het allerbelangrijkst, dat is de kwaliteit. "In onze business zijn we afhankelijk van onze telefoons. Door deelname aan Frugi I Tel profiteren we ook van ons lidmaatschap van Frugi Venta. Ik vraag me wel eens af of andere bedrijven daar ook genoeg gebruik van maken. Richting de toekomst verwacht ik dat het telefoonsysteem verandert waarbij iedereen één telefoon heeft voor vast en mobiel bellen. Dat wordt dan geïntegreerd in het IT-systeem en dat valt niet binnen mijn verantwoordelijkheid", zegt Marja Roodenburg.

Scherpe prijs

Op het gebied van verzekeringen voor zorg, verzuim en inkomen heeft Frugi Venta een collectief contract afgesloten met Zilveren Kruis Achmea. Hierdoor kunnen leden profiteren van aantrekkelijk kortingen op de verzekeringspremies en verlichting van administratieve werkzaamheden. De verzekeringen waar collectieve afspraken voor gelden zijn: zorgverzekering, verzuimverzekering, verzuimsteunpunt Remedium Agrarische Groothandel, de WGA-Uitstapverzekering en een arbeidsongeschiktheidsverzekering. Van Rijn Trading uit 's Gravenzande is een van de deelnemers in de collectieve contracten. Jan Langenberg die zich bij Van Rijn bezig houdt met het afsluiten van verzekeringen ziet als grootste voordelen de scherpe prijs en het laagdrempelige contact met de accountmanager van Zilveren Kruis Achmea. "Het is zeker niet zo dat alles heel soepel verloopt, maar het contact met Willem Schonenberg van Zilveren Kruis Achmea is erg prettig. Hij is gemakkelijk te benaderen als er iets aan de hand is en zoekt naar een oplossing." Van Rijn neemt voor vijf van de zeven werkmaatschappijen deel aan de ziekteplanverzekering en heeft onlangs twee werkmaatschappijen aangemeld voor de WGA-Uitstapverzekering.

Ondersteuning

Het Verzuimsteunpunt Remedium Agrarische Groothandel, kortweg RAG neemt bedrijven veel administratieve lasten uit handen. RAG geeft professionele hulp bij het voldoen aan de Wet Verbetering Poortwachter, reageert en anticipeert snel op ziekmeldingen, adviseert en regelt deskundige begeleiding gedurende het re-integratieproces, regelt indien nodig wachtlijstbemiddeling en regelt indien nodig de bijdragen van

de verzekeraar of UWV voor de geboden begeleiding. Valstar Holland, onderdeel van de Best Fresh Group, maakt vanaf het eerste moment gebruik van het Verzuimsteunpunt RAG. Dit tot volle tevredenheid van Diane van der Valk, medewerker P&O bij Valstar. "Het is heel prettig om ondersteuning te krijgen inzake de wet Poortwachter. Daarbij is de proactieve houding van Remedium een groot voordeel. Het biedt goede handvatten om het ziekteverloop van een medewerker in de gaten te houden."

Voordeel

Nast de genoemde collectieve contracten heeft Frugi Venta een overeenkomst gesloten met Atradius op het gebied van kredietverzekering. Hoewel kredietverzekering in 2009 onderwerp was van veel discussie, valt er nog altijd een zeker voordeel te behalen. Hetzelfde geldt voor de brandstofcontracten waarbij bedrijven een tankpas kunnen aanvragen waarmee met korting kan worden getankt bij Esso, Tamoil, BP en Total. Voor kantoorartikelen bestaat een raamovereenkomst met Staples Express. De meest gebruikte kantoorartikelen kunnen hier met korting worden besteld. Een lijst met nettoprijzen is op te vragen bij het secretariaat van Frugi Venta.

Aangifte Vpak

Verpakkingenbelasting valt niet echt onder het kopje collectieve dienstverlening. Desondanks heeft Frugi Venta de nodige tijd gestoken in een sectorbrede afspraak met betrekking tot aangifte van de Verpakkingenbelasting. Een bedrijf dat dankbaar gebruik heeft van de expertise van secretaris Leo Welschen is T. van Noort uit Ridderkerk. "Al toen de Verpakkingenbelasting zich aandienende, hadden we direct door dat het een onmogelijke regeling voor de branche is", zegt Hans Flach, bij Van Noort verantwoordelijk voor de financiën. "Een werkgroep heeft zich gebogen over een collectieve regeling. Zelf was ik daar niet meer bij betrokken. In de loop van het jaar zijn meerdere malen veranderingen doorgevoerd. Ondanks de hulp van de website bleef de aangifte voor mij een onduidelijk geheel. Leo Welschen heeft die onduidelijkheid volledig kunnen wegnemen", zegt Hans Flach. Hij blijft er bij dat de Verpakkingenbelasting een onmogelijke regeling is. "Maar daar kan Frugi Venta ook niets aan doen."



Scheer
Punch

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

SUDTIRAC

the Greenery
QUALITY
FRESH



Product of Holland

FRESTEEM
Paprika - Capsicum

100% Nieuw
100% Nieuw

the Greenery
QUALITY
FRESH



Product of Holland

FRESTEEM
Paprika - Capsicum

100% Nieuw
100% Nieuw

the Greenery
QUALITY
FRESH



Product of Holland

FRESTEEM
Paprika - Capsicum

100% Nieuw
100% Nieuw

Barcode: 8 710147 280554

the Greenery
QUALITY
FRESH



Product of Holland

FRESTEEM
Paprika - Capsicum

100% Nieuw
100% Nieuw

Barcode: 8 710147 280554

the Greenery
QUALITY
FRESH



Product of Holland

FRESTEEM
Paprika - Capsicum

100% Nieuw
100% Nieuw

Barcode: 8 710147 280554

Product of Holland

FRESTEEM
Paprika - Capsicum

100% Nieuw
100% Nieuw

Barcode: 8 710147 280554



Philippe Binard



“Het is krachtiger om Europese aanpak voor te leggen”

Het is goed om als Europese groenten- en fruithandelssector één stem te laten horen. Om onderlinge afstemming te bereiken met andere Europese lidstaten is Frugi Venta lid van de Europese handelskoepel Freshfel, gevestigd in Brussel. Afgelopen jaar was er regelmatig overleg inzake de Russische MRL-eisen, het Europese Schoolfruitprogramma, harmonisatie van de MRL's en de nieuwe handelsnormen die in 2009 van kracht werden. Philippe Binard, directeur van Freshfel, licht toe wat Freshfel in 2009 heeft bijgedragen om haar leden te ondersteunen.

De leden van Freshfel zijn nationale brancheorganisaties en grote internationale handelsconglomeraten zoals Fyffes. Freshfel heeft in 2009 veel tijd gestoken in het coördineren van overleg tussen haar leden met betrekking tot de aanpak van export naar Rusland. Op 1 juli 2008 werd een zogenaamd Memorandum of Understanding van kracht. Ieder land dat naar Rusland wil exporteren, moet dit ondertekenen en legt daarmee vast te voldoen aan de extreem strenge eisen die Rusland stelt ten aanzien van MRL's. Uiteraard is in gesprekken met Russische autoriteiten geprobeerd de eisen te versoepelen. “Aanvankelijk was er veel onduidelijkheid”, stelt Philippe Binard. “Uit ieder land kwamen weer andere berichten. Natuurlijk is het mogelijk om als lidstaat zelf naar Rusland te gaan en een bilateraal overleg aan te vragen. Als Freshfel zijn we van mening dat het krachtiger is om de Russische autoriteiten een Europese aanpak voor implementatie van het Memorandum of Understanding voor te leggen. Hoewel de export nog altijd moeilijk is, heeft de

gezamenlijke aanpak er in ieder geval toe geleid dat de grens nog geen dag gesloten is geweest.”

Recordjaar

De aanpak van Freshfel was in eerste instantie vooral gericht op uitvinden wat er precies aan de hand was met betrekking tot Rusland. “We hebben veel telefonische vergaderingen georganiseerd waar onder andere Frugi Venta input voor heeft geleverd. Daarnaast was er veel behoefte aan technische analyses. Rusland verandert de wet regelmatig, dat moet wel geanalyseerd worden. Verder is het belangrijk om in perspectief te plaatsen wat Rusland zou doen in het kader van het bestaande protocol, waarbij moet worden aangemerkt dat Rusland zelf zich ook niet altijd aan het protocol houdt. Dat maakt het extra lastig.”

Ondanks de kredietcrisis en de nieuwe MRL-eisen was 2009 Europees gezien een recordjaar qua volume. “We zien daarbij dat de klassieke West-Europese exporteurs terrein hebben verloren aan landen die dichterbij Rusland liggen zoals Polen. Polen heeft vorig jaar heel veel appels naar Rusland geëxporteerd. De appel heeft daarbij de banaan van de troon gestoten als nr. 1 importproduct. Helaas bleef de prijs van het geëxporteerde volume aan de lage kant waardoor de totale exportwaarde achter bleef in vergelijking tot vorig jaar”, stelt Philippe Binard.

Slim spel

Een tweede onderwerp waar Freshfel veel aandacht aan heeft besteed, zijn de nieuwe handelsnormen die sinds 1 juli 2009 van kracht zijn. “Tegen de mening van de meeste lidstaten in heeft de Europese Commissie de beslissing genomen om de handelsnormen te ‘vereenvoudigen’. Meer keus voor consumenten, goedkoper en makkelijker waren hun argumenten. Dat de sector in vrijwel alle afzonderlijke lidstaten tegen was, werd niet gehoord. Freshfel heeft, gesteund door de leden, duidelijk aangegeven bij de Europese Commissie dat de sector tegen was en dat de voorgestelde besparingen niet realistisch waren. Volgens de berichtgeving zou het een besparing van 900 miljoen euro per jaar opleveren. Het levert eerder meer kosten op. Producten die voorheen niet werden gekeurd, moeten nu wel worden voorzien van een document. Binnen Europa is geen eenduidige aanpak met betrekking tot de kwaliteitsnormen. De aanpak in Nederland verschilt van die in andere lidstaten. We volgen de ontwikkelingen en kijken wat er gebeurt. Er is zelfs discussie of de tien overgebleven kwaliteitsnormen moeten blijven.” Philippe Binard stelt dat er een slim spel is gespeeld door grote retailers. “Er werd bedreigd met de rechter. Omdat nu veel producten ongesorteerd en zonder klasseaanduiding mogen worden verkocht, is er nu veel meer product beschikbaar met lage prijzen tot gevolg.”

Eetgewoonten

De Europese Commissie heeft in 2009 90 miljoen euro beschikbaar gesteld ter stimulering van schoolfruit. Dit geld is niet bedoeld ter vervanging van bestaande initiatieven zoals het Schoolgruutproject of Campina op school, maar ter stimulering van andere initiatieven. Nederland heeft ingeschreven voor 1,25 miljoen euro Europees geld. Hier moet wel eenzelfde bedrag aan ‘Nederlands’ geld tegenover staan. In 2009 heeft een aantal maal overleg plaatsgevonden bij het Productschap Tuinbouw met vertegenwoordigers van LNV, diverse

brancheorganisaties en het GroentenFruit Bureau. De regelgeving wat wel en niet gefinancierd mag worden met geld uit Brussel, blijkt zo ingewikkeld dat het bijna niet haalbaar lijkt om de campagne ook daadwerkelijk van de grond te krijgen. Tijdens overleg van de Working Group on Promotion van Freshfel bleek dat Nederland hier niet alleen in staat. Ook in andere landen blijft implementatie van projecten die met Europees geld worden gefinancierd uit.

“Het belangrijkste doel van het schoolfruitprogramma is een verandering van eetgewoontes te realiseren”, zegt Philippe Binard. Ter ondersteuning heeft de Europese Commissie in 2009 hard gewerkt aan een website die in veel talen beschikbaar is en waar veel best practices op worden gecommuniceerd. De kosten van ongezond eten worden voor de Europese Unie geschat op 130 biljoen euro. Het is dus goed de gezondheidsaspecten van groenten en fruit veelvuldig onder de aandacht te brengen.”

Platforms en netwerken

Om leden met elkaar in contact te brengen en om als organisatie in contact te blijven met de leden, organiseert Frugi Venta regelmatig bijeenkomsten. Een aantal daarvan zijn puur informatief van aard. Regelmatig wordt het nuttige met het aangename verenigd en worden bijeenkomsten afgesloten met een borrel of een informeel diner.

Hét AGF-Debat 2009

Frugi Venta startte het ‘netwerk’-jaar met de nieuwjaarsreceptie tijdens Hét AGF-Debat 2009 dat voor de tweede keer werd gehouden in Het Zalmhuis in Rotterdam. In de boxing werden drie stellingen verdedigd. Willem Baljeu debatteerde met Thijs Jasperse, Uli Schnier van Biologica met Simon Rozema van Elsevier en Dick Meulblok van ADN met Franklin Ginus van Chiquita.

Algemene Ledenvergadering

In 2009 werd de ALV van Frugi Venta gehouden in De Lindenhof in Delft. Thema was ‘kansen in crisistijd’, hoe winnen we de strijd om de gunst van consument en retail? Jan Willem Grievink, directeur van het Food Service Instituut leidde het onderwerp in. Aansluitend vond een paneldiscussie plaats onder leiding van Felix Meurders. In het panel waren alle schakels van de keten vertegenwoordigd van veredeling tot aan consument.

Agri Ladies Day

In januari en in november organiseerde Frugi Venta in samenwerking met Vakblad Agf en Weekblad Groenten en Fruit een Agri Ladies Day. In januari bezochten vijftig Agri Ladies

Kruidenier Foodservice in Rotterdam. Hier werd ook een lezing verzorgd door cateraar Albron. In november stonden een bezoek aan Priva uit De Lier en Koppert Cress in Monstere op het programma. Bij Priva gaf Meiny Prins, directeur van Priva en Zakenvrouw van het jaar, een presentatie over haar bedrijfsfilosofie.

Comité Uienhandel naar tomatenverpakker

In december hield het Comité Uienhandel haar jaarlijkse ledenvergadering bij Greenpack in Maasdijk. Na de vergadering werd een rondleiding gegeven door het pakstation. Hier kregen de uienhandelaren alles te horen over onder andere traceerbaarheid. De bijeenkomst werd afgesloten met een buffet waarbij voldoende ruimte was om op informele wijze met elkaar van gedachten te wisselen.

Inzicht in Britse Biomarkt

Tijdens Fresh Rotterdam hield het Comité Biohandel een bijeenkomst voor alle biologische handelaren. Hier gaf Jan Groen, voorzitter van het Comité Biohandel, een presentatie over de activiteiten van het Comité Biohandel. Speciale gast was Jeremy Deacon van marktonderzoekbureau Deacon Endeavour. Hij bevestigde het beeld dat Britse consumenten als gevolg van de crisis hun hand op de knip houden. “In Engeland zijn de gevolgen van de crisis veel beter merkbaar dan in Nederland. 48 procent van de consumenten zegt minder of geen bio meer te kopen.” Deacon constateerde verder dat de concurrentie voor bio toeneemt vanuit diverse hoeken: Britse biologische productie, de eigen moestuin en Fair trade producten. “Tot 2007 importeerde retailer ASDA alle biologische appels. Nu is 100 procent afkomstig uit Groot-Brittannië”

Ledenvergadering Fruithandel in teken van Rusland

Het Comité Fruithandel organiseerde in november haar jaarlijkse ledenbijeenkomst in Enspijk. De Belgische exporteur Kris Wouters informeerde de deelnemers openhartig over het grootste obstakel voor export naar Rusland: bureaucratie. Volgens Wouters is dit erger nog dan de opgelegde residueisen. Henk Schouten van Plant Research International vertelde over cisgenese en de voordelen hiervan bij het ontwikkelen van nieuwe appel- en perenrassen.

Comité Champignonhandel

De bijeenkomsten van het Comité Champignonhandel stonden hoofdzakelijk in het teken van financiële ondersteuning voor de plannen van de European Mushroom Foundation. Het is (nog) niet gelukt met alle partijen overeenstemming te bereiken over financiële deelname. De stemming bij de handelaren is allemaal

of niemand. Ondertussen zijn de eerste activiteiten wel opgestart, gefinancierd door teelt en industrie.

CIEDL per e-mail geïnformeerd

De leden van de Commissie Import Export Derde Landen werden in 2009 voornamelijk per e-mail op de hoogte gehouden van actuele onderwerpen zoals export naar Rusland en de VS. Met het vertrek van Bram Verbaas bij Fruitmasters ontstond er een vacature voor de voorzitter die is ingevuld door Miguel Gonzalez van Hispafruit. De Commissie wil in 2010 weer een ledenbijeenkomst organiseren.

Voorzitterswissel bij Groentebewerkers

Ook de groentebewerkers kregen in 2009 een nieuwe voorzitter. De vertrekkende voorzitter Simon Tol, tevens jarenlang bestuurslid van Frugi Venta, werd op de Algemene Ledenvergadering in maart onderscheiden met de Frugi Venta diamant. Deze wordt uitgereikt aan personen die zich bijzonder verdienstelijk hebben gemaakt voor Frugi Venta. Edwin Noordermeer van Tuinderij Vers uit Brielle is gekozen als nieuwe voorzitter van het Comité Groentebewerkingsbedrijven.

Informatiebijeenkomsten

Een aantal onderwerpen vraagt er om zo nu en dan leden te informeren. Zo werd in mei een bijeenkomst gehouden voor de deelnemers aan Food Compass en kwamen later in het jaar de deelnemers aan Remedium Agrarische Groothandel bij elkaar.

Young Frugi Venta Management Club

In 2009 werden drie bijeenkomsten georganiseerd voor de YFVMC. Zo werd een bezoek gebracht aan conservenfabrikant HAK, een managementtraining gegeven door Berendsen en Partners met als thema Time-management en stond de sportieve afsluiting dit jaar in het teken van zeilen en waterskiën op de Kagerplassen.

Comité Holland Fresh Group

Met het oog op collectieve inzendingen op internationale beurzen als de PMA, de Asia Fruit Logistica en mogelijk World Food in Moskou, heeft Frugi Venta in 2008 het Comité Holland Fresh Group opgericht. Een of twee maal per jaar overleggen vertegenwoordigers van aangesloten bedrijven, Frugi Venta, HBAG, GroentenFruit Bureau en LNV over de strategie met betrekking tot beursdeelname. Doel hiervan is waar mogelijk kostenreductie te realiseren en herkenbaar naar buiten te treden als Hollands bedrijf zonder daarbij de identiteit van de afzonderlijke bedrijven aan te tasten.



Alexander Visser



“Verkopen omdat een product goed is, niet omdat je veel hebt”

De hele sector is gebaat bij een goed imago van Nederland als handels- en productieland voor groenten en fruit. Er zijn diverse plaatsen en manieren om als sector je visitekaartje af te geven. Op diverse internationale handelsbeurzen is Nederland goed vertegenwoordigd. Denk aan Duitsland, Hong Kong en Rusland, maar ook aan de binnenlandse markt. Een bedrijf dat op bijna alle beurzen is vertegenwoordigd, is Alexport uit Alblasserdam.

“Beurzen zijn heel belangrijk. Beursdeelname is voor ons altijd een belangrijk onderdeel geweest van onze aanpak. Mede daaraan hebben wij onze groei te danken”, is de stellige overtuiging van Alexander Visser, directeur van Alexport. In 1998 startte hij zijn im- en exportbedrijf in Barendrecht. Twee jaar geleden verhuisde Alexport naar industrieterrein Nieuwland in Alblasserdam waar hij als groenten- en fruithandelaar een vreemde eend in de bijt is.

“Het is simpel, we wilden wel iets bouwen in Barendrecht, maar er was geen grond beschikbaar en de prijzen zijn torenhoog. We hebben toen naar een alternatieve locatie gezocht en zijn hier in Alblasserdam terechtgekomen. Het was even wennen. We moesten iets regelen om onze producten van Barendrecht hier te krijgen. Dat iets werd eerst één vrachtauto en later zelfs twee om ook zelf de producten te kunnen laden bij onze telers. Sinds we het transport in eigen beheer hebben, heb ik mijn producten eerder in huis dan toen we nog in Barendrecht zaten.”

Collectief

Om aan klanten te laten zien wat het bedrijf in huis heeft, staat Alexport regelmatig op beurzen. “We zijn echte beurstijgers”, zegt Alexander Visser lachend. “Met een stand kun je de identiteit van je bedrijf uitstralen. Daar zien wij meer in dan met een stapel folders onder je arm op reis gaan. We hebben ervaren dat klanten het ook waarderen.” Alexport neemt al jaren deel aan de Fruit Logistica in Berlijn en de World Food in Moskou. “Daarnaast hebben we twee jaar op de beurs gestaan in Engeland, twee maal in Polen, op de AGF Detail, AGF Totaal en de Asia Fruit Logistica in Hong Kong. In 2010 doen we samen met De Groot uit Hedel voor het eerst mee in het collectief op de Fruit Logistica, zoals dat geregeld wordt door het HBAG. Beursdeelname brengt veel geregeld met zich mee. Als veel zaken collectief worden geregeld, scheelt je dat als bedrijf veel rompslomp. Wat ik een nadeel vind aan de collectieve deelname

zijn de restricties qua standbouw. Ik snap dat er regels moeten zijn, maar wellicht kunnen die worden aangepast." Alexander Visser heeft die mening overigens al eerder ingebracht tijdens een vergadering van het Comité Holland Fresh Group, waarin diverse vertegenwoordigers van handelsbedrijven zitting hebben naast vertegenwoordigers van Frugi Venta, GroentenFruit Bureau, HBAG en het ministerie van LNV. In 2009 is de succesvolle samenwerking tussen bedrijfsleven, LNV en HBAG voortgezet met beursdeelnames in Hong Kong en Anaheim, waar in 2009 de PMA werd gehouden.

Imago

Alexander Visser is van mening dat het krachtig overkomt om als groep van Nederlandse bedrijven bij elkaar in de buurt te staan. "Nederland als handelsland heeft hier en daar misschien een slecht imago, mede gevormd door ervaringen in het verleden dat er te veel van A naar B werd geschoven met pallets. Maar ondanks de kritiek weten buitenlandse bedrijven heel goed dat er in Nederland iets goeds te halen valt." Dat ook het imago van Hollandse producten soms nog wat te wensen over laat, heeft Alexander Visser ook zelf ervaren. Zo heeft hij nog altijd een Duitse retailer als klant die geen Hollandse producten van hem wil afnemen vanwege de waterbombe-affaire, nu bijna 15 jaar geleden. "Ik probeer hem steeds te overtuigen door hem te laten proeven, maar hij wil er niet aan. Voor mij de uitdaging om hem op een dag toch zo ver te krijgen. Dan moeten de Hollandse producten uiteraard wel waarmaken waar ze voor staan. Ik vind het een heel goed plan om de Hollandse producten te promoten, waarbij het logo .NL een goede ondersteuning kan zijn, maar dan moeten de producten wel aan bepaalde minimeisen voldoen. Een label alleen als herkomstaanduiding heeft geen

toegevoegde waarde. Er moet een kwaliteitsstandaard achter zitten, zoals bij Flandria in België." En dat is precies waar Frugi Venta bij het GroentenFruit Bureau op heeft aangedrongen.

Cultuurverschillen

Het lijkt Alexander Visser heel zinvol om te investeren in goede richtlijnen. Zeker nu het Kwaliteits Controle Bureau (KCB), steeds minder toezicht houdt sinds de kwaliteitsnormen voor 26 producten zijn komen te vervallen. "Ik vind het een slechte zaak dat het KCB zich steeds meer afzijdig houdt. Telers zijn nog altijd van mening dat ze een superieur product in handen hebben. Als ik het vergelijk met bijvoorbeeld Spaanse producten, zie ik dat die steeds beter worden, terwijl de lat in Nederland steeds een beetje lager wordt gelegd. Zoals ik het zie, moeten we dus eerst goed investeren in kwaliteitseisen en de controle daarop en vervolgens een campagne starten om het Hollandse product te promoten. We hebben genoeg in huis: gezond, residuvrij, traceerbaar en eerlijk. Het lijkt me goed om daar een keer een reclamecampagne aan te wagen. Je moet een product verkopen omdat het een goed product is, niet omdat je er veel van hebt. Als je producten verkoopt waarvan je de kwaliteit niet kan garanderen, is het afbreukrisico enorm groot. Er is genoeg te verzinnen om dat te voorkomen. Wat mij betreft ontwikkelen we een garantiesysteem." Uiteindelijk draait alles om een tevreden klant. En dat je die klant in Duitsland heel anders moet aanspreken dan in Nederland, België en Frankrijk, staat voor Alexander Visser als een paal boven water. "De verschillen tussen Nederlanders en Duitsers lijken klein, maar zijn gigantisch groot. Je moet wel de kunst verstaan om die op het oog kleine cultuurverschillen te overbruggen."



Communicatie en promotie

Frugi Venta was in 2009 bij diverse projecten betrokken op het gebied van promotie. Veelal zijn dit projecten die worden gefinancierd door middel van PT-heffingen en waarin diverse brancheorganisaties en vertegenwoordigers van het bedrijfsleven namens de achterban vertegenwoordigd zijn. Ter promotie van de eigen organisatie produceerde Frugi Venta in 2009 een serie leaflets met haar activiteiten

Arbeidsmarktimagocampagne

Campagne, geregisseerd vanuit het Productschap Tuinbouw, om het imago van de tuinbouwketen te verbeteren en meer jongeren te interesseren voor een baan in de tuinbouwketen. Officiële aftrap: 25 maart 2010.

Stuurgroep Floriade

In 2012 wordt in Venlo de wereldtuinbouwtentoonstelling Floriade gehouden. Hier presenteren de groenten- en fruitsector zich in een gezamenlijk paviljoen. In totaal is een budget van 2,2 miljoen euro begroot. Het grootste deel wordt betaald via de heffingen die door het PT worden geïnd, verdeeld over de diverse sectoren. Ook zal een deel worden gefinancierd door middel van sponsoring.

Campagne Werkfruit

Onder de noemer 'Appel, vrucht van alle plezier' is in 2009 de Campagne Werkfruit voortgezet. De campagne wordt gecoördineerd door het GroentenFruit Bureau. Werkfruit nam deel aan de 'Week van de ondernemer' in de Utrechtse jaarbeurs, er werd een nieuwe folder ontwikkeld en een enquête gehouden onder 130 leveranciers die gezamenlijk ruim 1500 bedrijven voorzien van werkfruit. Werkfruit presenteerde zich in september 2009 tevens op Fresh Rotterdam in Ahoy Rotterdam.

Campagne Zomerfruit

In de Zomerfruitcampagne 2009, gecoördineerd door het GroentenFruit Bureau, zijn drie middelen ingezet met als belangrijkste doel 'bewustwording' en consumptieverhoging. Gedurende één week zijn in augustus abri's opgehangen

rondom 450 supermarkten. Ook werd in augustus gebannerd op de websites vrouwonline.nl en buienradar.nl. Tevens is er een actie gevoerd in samenwerking met het Hoofdbedrijfschap Detailhandel.

Promotie champignons

Het grootste deel van het promotiebudget voor champignons werd in 2009 besteed aan het 25-jarig jubileum van de Zilveren Champignon. Acht teams met topkoks presenteerden hun culinaire kunsten met gerechten waarin champignons, oesterzwammen en andere paddenstoelen de hoofdrol spelen. Ook werd een jubileumboek uitgegeven. Daarnaast is Frugi Venta betrokken geweest bij overleg met de Mushroom Promotion Foundation over de opzet van een internationale reclamecampagne. Een deel van de Nederlandse champignonkwekers heeft een bijdrage toegezegd. Over de bijdrage van de handel is tot op heden geen overeenstemming.

Vruchtgroentencampagne

Frugi Venta is betrokken geweest bij de vruchtgroentencampagne, gecoördineerd door het GroentenFruit Bureau. Doel van de campagne was het imago van Nederlandse vruchtgroenten in Duitsland naar een hoger niveau te tillen. Een miniatuur Hollandse kas deed hiervoor diverse Duitse steden aan. Hier werden consumenten direct aangesproken. Ze konden producten proeven en kregen meer te horen over de kenmerken van Nederlandse producten zoals betrouwbaarheid, veiligheid en kwaliteit.

Collectieve Beursdeelname

Traditiegetrouw deelt Frugi Venta een stand met HBAG op de jaarlijkse Fruit Logistica in Berlijn en tijdens Fresh Rotterdam in Ahoy Rotterdam. In 2008 is een succesvolle start gemaakt met samenwerking met het ministerie van LNV voor collectieve inzendingen op de Asia Fruit Logistica in Hong Kong en de PMA in Amerika. In 2009 werd de PMA in Anaheim gehouden. Het aantal deelnemers neemt ieder jaar iets toe. De beursdeelname wordt gecoördineerd door het HBAG groenten en fruit. In het Comité Holland Fresh Group worden plannen voor nieuwe beurzen ingebracht en besproken.



Interne organisatie per 1 januari 2010



FRUGI VENTA

voorzitter
W.L.A.G. Tacken
9 bestuursleden

STAF

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

adm. / secr.

M. Meyer
P. Nijhuis
M. Verheijen

Comité CAO-overleg

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

P & O Klankbordgroep

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

Commissie Import/ Export Derde Landen

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

Comité Uienhandel

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

Comité Fruithandel

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

Comité Biohandel

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

Comité Groenten- bewerkingsbedrijven

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

Werkgroep Kwaliteitsmanagers

16 leden
voorzitter **L. Welschen**
adviseur **F. Huis in 't Veld**

Comité Champignonhandel

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

Comité Holland Fresh Group

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

Deelnemingen Frugi Venta

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

Vijf Stichtingen 'onder' Frugi Venta

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

Frug I Tel: Kortingen op telecommunicatie

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

Meer informatie: (070) 33 55 010



REMEDIUM Agrarische Groothandel

Verzuimsteunpunt (verzuimbegeleiding, arbo, reïntegratie)

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

De dienstverlening is 'Poortwachterproof' en inclusief de wettelijk verplichte Arbo-deskundigheid. In 2003, twee jaar na de oprichting, hebben de Vereniging van Groothandelaren in Bloemkewerijproducten (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, Maefis en ArboNed.

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

(rubriek: Diensten / Kortingen).

Food Compass: Voedselveiligheid / residu monitoring

Op het gebied van voedselveiligheid nam Frugi Venta zes 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 Hygiëncode 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 monsternamen vinden de analyses plaats in geaccrediteerde laboratoria. Deze nieuwe stichting telt al 240 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. In 2009 nam Frug I Com onder andere deel aan Fresh Rotterdam en presenteerde zich uitgebreid tijdens de afsluitende conferentie van het Platform Agrologistiek.

Meer informatie: www.frugicom.nl of telefoon (079) 34 70 620.



Stichting Afzetbevordering Ui

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

De Stichting heeft een aantal onderzoeksvoorstellen 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 2010

Naam	Bedrijf en plaats	Telefoon	E-mail
Frans van Aarle	Gebr. van Aarle BV, Schijndel	(073) 547 46 85	frans@aarlegebrs.nl
Ron de Greeff	Langfruit BV, Venlo (vice-voorzitter)	(077) 323 66 66	rdgreeff@langfruit.nl
Shawn Harris	Nature's Pride BV, Maasdijk	(0174) 52 59 00	Shawn@naturespride.nl
Thijs van den Heuvel	Olympic Fruit BV, Barendrecht	(0180) 64 39 39	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 77 70	p.smits@thegreenery.com
Rian Verwoert	Kon. Fruitmasters Groep, Geldermalsen	(0345) 57 88 00	ha.verwoert@fruitmasters.nl
Jaap Wiskerke	Wiskerke Onions BV, Kruijningen	(0113) 38 22 10	jwk@wiskerke-onions.nl
Voorzitter	Wim Tacken		wimtacken@hotmail.com
Directeur	Willem Baljeu		baljeu@frugiventa.nl
Secretaris	Leo Welschen		welschen@frugiventa.nl
Beleidsmedewerkers	Wilma van den Oever		vandenoever@frugiventa.nl
	Inge Ribbens		ribbens@frugiventa.nl
	Peter Verbaas		verbaas@frugiventa.nl
Administrateur	Paul Nijhuis		nijhuis@frugiventa.nl



vlnr: Paul Nijhuis, Peter Verbaas, Inge Ribbens, Maryse Verheijen, Wilma van den Oever, Willem Baljeu en Leo Welschen.

Externe vertegenwoordigingen per 1 januari 2010

Hoofdbedrijfschap Agrarische Groothandel (HBAG)

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

Productschap Tuinbouw (PT)

- Bestuur
- PT-Begrotingscommissie
- PT-Sectorcommissie Groenten en Fruit
- PAC Eetbare Paddenstoelen
- PAC Fruit
- PAC Glasgroenten / Bloemisterij
- PAC Groenten - Vollegrond
- PT-Stuurgroep Marktonderzoek
- PT-Global GAP College van Deskundigen
- PT-Sector-PR Glastuinbouw
- PT-Imagocampagne Arbeid
- PT-Sociaal-Economische Commissie
- Klankbordgroep Brancheorganisaties inzake
- Gemeenschappelijke Marktordening (GMO)
- PT-Overleg CO₂ Voetafdruk

GroentenFruit Bureau

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

Stuurgroep Promotie Vruchtgroenten Duitsland

Stichting Innovatie Flowers en Food

- Bestuur

VNO-NCW Tuinbouw Platform

VNO-NCW Handels Platform / Nederlands Verbond van de Groothandel (NVG)

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

- Bestuur
- KCB-Commissie RIK

Agro Quality Support (AQS)

- Bestuur

Freshfel Europe

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

Vakbeurs Fresh Rotterdam / Innofresh - Freshtec

- Adviescomité

Stichting Bedrijfspensioenfonds voor de Agrarische en Voedselvoorzieningshandel (Bpf AVH)

- Bestuur
- Bpf AVH Beleggingscommissie

Stichting Vrijwillig Vervroegd Uittreden / Stichting AGF Groothandelsfonds

- Bestuur
- Scholingscommissie AGF-Groothandelsfonds

Stichting Opleidingsfonds Groothandel (SOG)

- Bestuur

Bedrijfscommissie voor de Groothandel (Ondernemingsraden)

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

- Stuurgroep Platform Agrologistiek

Plantenziektenkundige Dienst

- Klankbordgroep Tuinbouw Handel / PD Werkgroep Inspectieregime

Fytosanitair Programma Overleg LNV

Fresh Corridor

- Stuurgroep

Greenports Nederland

- Bestuur
- Stuurgroep Mobiliteit Greenports Nederland

Klankbordgroep Greenport Zuid-Holland

Fruitpact

- Stuurgroep
- Themagroep Markt
- Themagroep Logistiek

CLIENT Export

Gebruikersgroep EV-PD

PEX

Kamer van Koophandel Rotterdam

Welke personen van Frugi Venta in bovengenoemde organisaties vertegenwoordigd zijn kunt u lezen op www.frugiventa.nl/brancheorganisatie/externevertegenwoordigingen



Frugi Venta Commissie en Comités

Commissie Import/Export Derde Landen

Willem Baljeu	Frugi Venta
Thijs van den Heuvel	Olympic Fruit BV
Miguel Gonzalez	(voorzitter) Hispafruit BV
Richard Kamstra	Staat Food Group BV
Frank Pijpers	J.M. Levarht & Zn. BV
Inge Ribbens	(secretaris)
Corrie Visbeen	Bud Holland BV

Comité Fruithandel

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

Comité Champignonhandel

Willem Baljeu	Frugi Venta
Andries van den Bogert	Ready Fruit Hedel BV
Rob Banken	Banken Champignons BV
Piet Hein van den Oord	Champoord BV
Tom van Walssem	(voorzitter) Limax BV
Leo Welschen	(secretaris)

Comité Groentebewerkingsbedrijven

Willem Baljeu	Frugi Venta
Nico Fitters	Frank Verhaaren BV
Fabianne Huis in 't Veld	Productschap Tuinbouw
Marcel van den Meerendonk	Groentehof BV
Edwin Noordermeer	(voorzitter) Tuinderij Vers BV
Kees Pingen	W. Heemskerk BV
Chris Rietveld	Hessing Uden BV
Peter Stavasius	Stavasius Grootverbruik BV
Leo Welschen	(secretaris)

Comité Uienhandel

Willem Baljeu	Frugi Venta
Jan Broersen	Gourmet BV
Gijsbrecht Gunter	(voorzitter) Monie Nieuwdorp BV
Piet Jansen	VOF Arjazon Uienhandel
Jan van der Lans	Van der Lans International BV
Lijn Moerdijk	MSP Uienhandel BV
Inge Ribbens	(secretaris) Frugi Venta
Jaap Wiskerke	Wiskerke Onions BV

Comité Biohandel

Willem Baljeu	Frugi Venta
Jan Groen	(voorzitter) Green Organics BV
Peter Jacobs	Kroon BV
Kees de Kievit	AgroFair Benelux BV
Gert Kögeler	Eosta BV
Wilma van den Oever	(secretaris) Frugi Venta
Ronald Tax	Naturelle BV
Daniëlle Vreedzaam	(adviseur) Productschap Tuinbouw
Arend Zeelenberg	(adviseur) Ketenmanager
	Taskforce Biologisch

Comité Holland Fresh Group

Willem Baljeu (voorzitter)	Frugi Venta
Ad Berendsen	GroentenFruit Bureau
Ger van Burik	HBAG
Harm Jan Eikelenboom	The Greenery BV
Margôt Hart	FreshQ
Auke Heins	GroentenFruit Bureau
Martijn Homan	Ministerie van LNV
Wilma van den Oever	(secretaris) Frugi Venta
Alexander Visser	Alexport

Young Frugi Venta Management Club

Zweer van Aalsburg	Fruitmasters Holland BV
Tim van der Knaap	Knaap Fruits BV
Inge Ribbens	(secretaris) Frugi Venta
Simone Varekamp	Tuinderij Vers
Marco Vijverberg	(voorzitter) Euro West BV
Edward Vroegop	Vroegop-Windig BV

Comité CAO-overleg

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

P & O Klankbordgroep CAO-overleg

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

