



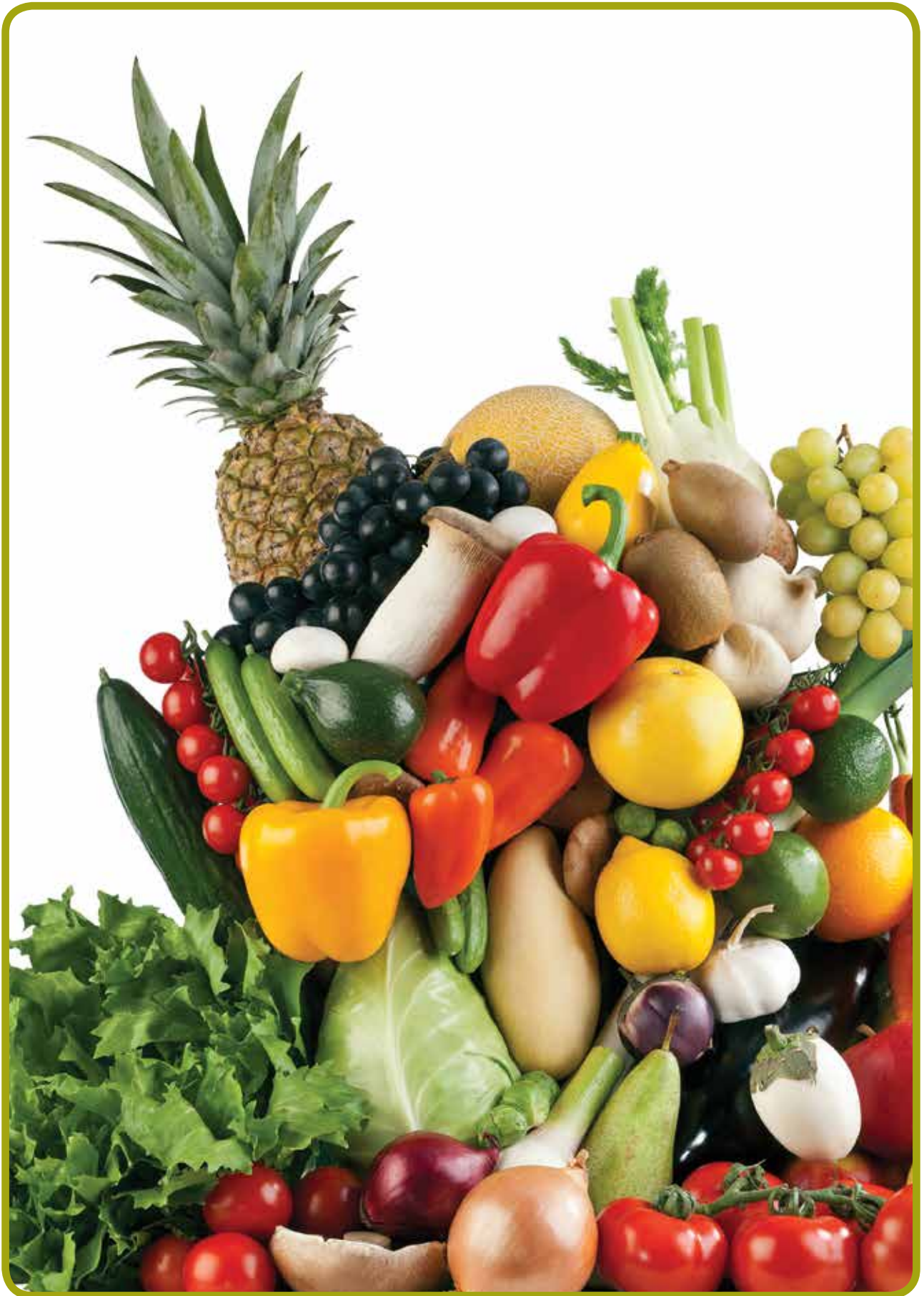
Frugi Venta

Groenten en Fruit Handelsplatform Nederland

JAARVERSLAG 2012







INHOUDSOPGAVE

	pagina
“Samen bevorderen we de afzet en consumptie en versterken de keten”	
Voorwoord Cees den Hollander	6
Missie	8
Hoop op einde recessie	10
Trendkaart Speelveld Leden	20
Trendkaart Speelveld Frugi Venta	26
Visiekaart Frugi Venta	32
Actiekaart Frugi Venta 1.0.	38
Interne organisatie Frugi Venta per 1 januari 2013	46
Vijf Stichtingen ‘onder’ Frugi Venta	48
Bestuur Frugi Venta per 1 januari 2013	50
Externe vertegenwoordigingen per 1 januari 2013	51
Frugi Venta Commissie, Comités en (Net)werkgroepen	52



Cees den Hollander

“Samen bevorderen we de afzet en consumptie en versterken de keten”

Dat staat in onze nieuwe missie, zoals te zien op de volgende pagina. Afgelopen jaar hebben leden, bestuur en staf van Frugi Venta, nagedacht over de toekomst. Onder begeleiding van De Argumentenfabriek is gediscussieerd over de strategie voor de komende jaren. Dat is op een vernieuwende manier gedaan, die door de deelnemers als leuk, leerzaam en inspirerend werd ervaren. Iedereen was actief en kwam bij toerbeurt aan bod. Daardoor werd veel kennis verzameld en gedeeld.

Het proces startte met het in kaart brengen van de ‘buitenwereld’. Het inventariseren van relevante trends en factoren op het speelveld van de leden. Nadat die vastgesteld waren, zijn ze gecategoriseerd binnen de onderwerpen: handel, communicatie, arbeidsmarkt, regelgeving, logistiek, keten en consument. Vervolgens is nagedacht over trends en factoren op het terrein van Frugi Venta zelf. Deze zijn gecategoriseerd onder: leden, rol, activiteiten, partners, financiën en organisatie. Met deze gegevens is een helder beeld geschetst van de wereld waarin de leden en de organisatie Frugi Venta opereren. De concrete voorbeelden hierbij vindt u elders in dit jaarverslag.

Daarna volgde de tweede stap: nadenken over de visie. Wat willen de leden met Frugi Venta bereiken? Belangrijke strategische vragen zijn beantwoord. De leden gaven aan dat Frugi Venta moet veranderen. De scope moet breder. We moeten er zijn voor alle schakels die zich bezighouden met afzet. De relevante kennis die wegvloeit door het steeds meer terugtrekken van de overheid en die verloren gaat nu het Productschap Tuinbouw verdwijnt, moet Frugi Venta namens de leden borgen. Ook mag de vereniging zich meer activistisch opstellen, meer voor de troepen uitlopen. Bij deze verandering en uitbreiding van taken hoort dan ook een nieuwe, aansprekende missie.

Ik ben blij dat de leden aangeven dat zij willen dat Frugi Venta mee verandert met de omgeving en die waar mogelijk zelfs mee beïnvloedt. Onze stakeholders

moeten ons niet alleen zien als een sector die van groot economisch belang is, maar ook van groot maatschappelijk belang. Wij doen tenslotte in voeding en gezondheid. Groente en fruit verdient meer aandacht!

Tijdens het proces hebben de leden zich positief uitgelaten over de bijeenkomsten op zich. Daarom hebben we in aanloop naar de Algemene Ledenvergadering van 10 april 2013 opnieuw een aantal regiobijeenkomsten georganiseerd. Hier hebben we stilgestaan bij het ‘Nieuwe Tijdperk’, een toekomst zonder Product- en Bedrijfschap. Gediscussieerd over wat behouden moet blijven, wat de kosten en de opbrengsten daarvan zijn. En waar we mee kunnen stoppen.

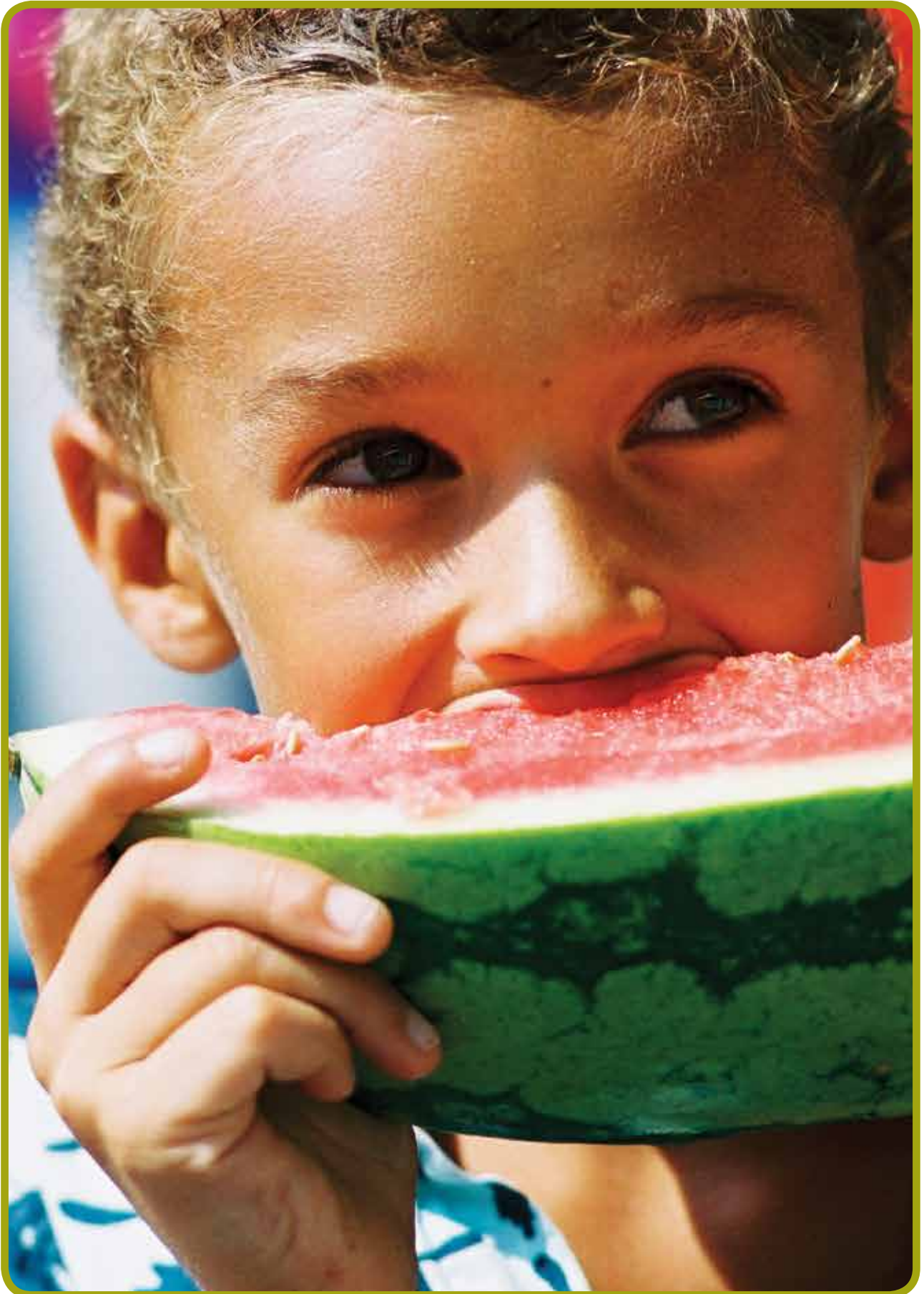
De input van de bijeenkomsten wordt op dit moment verwerkt in voorstellen die besproken zullen worden tijdens de ALV. Daar zullen we ook toestemming vragen aan de leden om relevante gezamenlijke onderwerpen op te pakken.

Tijdens de regiobijeenkomsten werd wederom bevestigd dat onze leden steeds meer ketenbreed denken. Het belang van de voorgaande en de volgende schakel wordt in de overwegingen terdege meegenomen.

Dat zie ik als heel positief en mede daarom roep ik de andere belangenorganisaties in de groente- en fruitketen op om samen met Frugi Venta de handschoen op te pakken. Het is bewezen dat goed georganiseerde sectoren beter presteren. Vooral samen kunnen we een organisatie van formaat vormen die als volwaardig partner van leden en overheid fungeert en in het belang van de consument functioneert.

Op die manier bevorderen we de afzet en de consumptie en versterken we de keten als geheel!

Cees den Hollander,
Voorzitter



Missie

Frugi Venta behartigt belangen in de groente- en fruitketen ter bevordering van afzet en consumptie en versterkt de keten als geheel.



Hoop op einde recessie

De Nederlandse economie zit in een moeilijke fase. Voor de derde keer in vier jaar tijd bevindt Nederland zich eind 2012 volgens het CBS in een recessie. In 2012 bedroeg de teruggang van de economie 0,9 procent. De particuliere consumptie daalt al acht kwartalen op een rij. In 2012 daalden de consumptieve bestedingen in het eerste kwartaal met 0,2 procent, in het tweede en derde met 0,4 procent en in het laatste kwartaal was de consumptie 1,1 procent lager dan een kwartaal eerder. Ten opzichte van eind 2011 is de consumptie 2,3 procent lager en ten opzichte van einde 2010 4,2 procent.

De uitvoer is over geheel 2012 nog wel met 3,2 procent gegroeid. Vooral de wederuitvoer droeg hier aan bij met een stijging van 8,8 procent. De uitvoer van in Nederland geproduceerde goederen groeide licht na een krimp in het derde kwartaal.

De werkloosheid is de laatste vier maanden van 2012 met 73.000 personen gestegen naar 592.000. In procenten van de beroepsbevolking van 6,6 procent naar 7,5 procent.

Europese norm niet gehaald

Het consumentenvertrouwen stond begin 2013 op een historisch laag peil onder invloed van de stijgende werkloosheid en de pessimistische beoordeling van de eigen financiële situatie. De inflatie is begin 2013 met 3 procent op jaarbasis op het hoogste niveau in vier jaar gekomen, terwijl veel loontrekkers en pensioengerechtigden netto minder te besteden hebben. De oorzaak ligt vooral bij de maatregelen die het kabinet

Rutte II heeft doorgevoerd zoals BTW-verhogingen in oktober en verhoging van de energie- en assurantiebelastingen. De daling van de huizenprijzen heeft zich versneld doorgezet. Begin 2013 waren de huizenprijzen 9,6 procent lager dan begin 2011. Voedingsmiddelen waren in januari 2013 3,8 procent duurder; de prijsstijgingen bij groente en fruit met 9,3 procent en aardappelen 6,2 procent sprongen eruit.

Gemiddeld bedroeg de inflatie in Europa 2 procent. Nederland heeft nu één van de hoogste inflatiepercentages. Ook wat de ontwikkeling van het begrotingstekort betreft, presteert Nederland slechter dan het EU-gemiddelde. De tegenvallende economische groei zorgt ervoor dat het tekort in 2012 van 4 procent van het BBP langzaam terugloopt naar 3,3 procent in 2013 en zonder aangepast beleid ook 3,4 procent in 2014. De Europese norm van 3 procent tekort wordt lang niet gehaald, mede door de nationalisatie van de SNS-bank.

Vertrouwen Duitse ondernemers

De Europese Commissie verwacht dat na een teleurstellende tweede helft van 2012 de economische activiteit geleidelijk zal versnellen. De eurozone krimpt in 2013 met 0,3 procent. Tegen einde 2013 volgt weer groei. Het Centraal Plan Bureau verwacht voor Nederland in 2013 nog een krimp van 0,5 procent en in 2014 een groei van 1 procent.

De eurozone zal onder Duitse aanvoering uit de recessie komen. Ook in Duitsland kromp in het laatste kwartaal van 2012 de economie onverwacht met 0,6 procent. De IFO-index voor het vertrouwen onder Duitse ondernemers steeg echter begin 2013 naar het hoogste punt in tien maanden. In het eerste kwartaal van 2013 wordt in Duitsland weer groei verwacht. Over 2012 is er in Duitsland sprake van een begrotingsoverschot van 0,2 procent, voor het eerst sinds 2007.

Euro-schuldencrisis

Het grootste winstpunt van 2012 is dat de eurozone niet is uiteengevallen. Als dit wel zou zijn gebeurd, zouden de gevolgen voor Nederland rampzalig zijn geweest. De exporten zouden met 25 procent kelderen en de waarde van onze beleggingen en bezittingen in de Europese Unie zou met een paar honderd miljard euro kunnen dalen. Door ingrijpen van ECB-bankpresident Draghi in de zomer van 2012 is de euro-schuldencrisis bezworen.

De euro is sinds juli 2012 ten opzichte van de dollar en het Britse pond zelfs 10 procent in waarde gestegen. Dit zet een rem op de export en dus op het herstel. Een blijvende 10 procent waardestijging van de euro kost na één jaar een half procent aan economische groei, maar het drukt de inflatie door goedkopere import.

Ondanks alle zorgen over het begrotingstekort staat de Nederlandse economie er relatief goed voor. Nederland is, gemeten naar het gemiddelde inkomen per hoofd van de bevolking, na Luxemburg, het rijkste land van de eurozone. Onze concurrentiekracht is, getuige het structurele handelsbalansoverschot en de groeiende export, voldoende. Er is € 900 miljard gespaard in pensioenfondsen om de vergrijzing op te vangen. De werkloosheid is flink gestegen maar laag ten opzichte van het gemiddelde van 12 procent in de EU. Kortom, de fundamenten van onze economie zijn ijzersterk.

Herstel productiewaarde groente- en fruitsector

Het algemene beeld bij de productie en de export van de Nederlandse groente- en fruitsector in 2012 was belangrijk gunstiger dan het desastreuze jaar 2011. De schade als gevolg van de EHEC-crisis is echter nog niet ingelopen. De

productiewaarde van de totale tuinbouw bedroeg in 2012 € 7,9 miljard, 4 procent meer dan in 2011. De tuinbouw is met, 37 procent van de totale Nederlandse agrarische productie, de belangrijkste agrarische sector. De productiewaarde van de voedingstuinbouw steeg in 2012 met 9 procent tot € 2.610 mln. In vergelijking met het recordjaar 2010 bedroeg het omzetverlies echter nog 4 procent.

Het herstel van de glasgroentesector was met een plus van 14 procent het meest opvallend. Met uitzondering van de aubergineprijzen waren de prijzen voor met name tomaten, komkommers en paprika in de eerste drie kwartalen duidelijk beter, mede door een licht gekrompen areaal.

De rendementsverschillen per glasgroentebedrijf waren groot. De bedrijven die in de periode 2007-2009 fors hebben geïnvesteerd, hebben het door hoge financieringslasten en oplopende energiekosten moeilijk. Bedrijven met een lagere kostprijs in combinatie met hoge productie per vierkante meter haalden wel een beter rendement.

De vollegrondsgroentesector boekte gemiddeld een waardestijging van 7 procent. De weersomstandigheden waren lastig: extreem lage temperaturen in februari, een koud en donker voorjaar, een extreem natte julimaand en ook in het najaar weer veel regen. De weersomstandigheden elders in Europa werkten gunstig uit op de vraag naar onze glas- en vollegrondsgroente.

Bij vers fruit werd 2012 gekenmerkt door een kleine appelen- en perenoogst als gevolg van vorstschade. De prijzen van de laatste bewaarappelen (Jonagold) waren beter dan verwacht. In de loop van het bewaar seizoen 2012-2013 liepen de prijzen na de jaarwisseling snel op tot boven de € 1 per kg. De productie van champignons bleef stabiel. Dankzij een hoger prijsniveau steeg de productiewaarde met 2 procent.

Importwaarde gedaald

De totale importwaarde daalde in 2012 met 1 procent tot € 4.223 mln. De import bestaat voor driekwart uit vers fruit en vertoonde in de periode 2008 t/m 2012 qua volume een redelijk stabiele ontwikkeling rond de 3,2 à 3,3 miljoen ton. De importwaarde fruit bedroeg in 2012 € 3,1 miljard, gelijk aan 2011. De importhoeveelheid groente is in de periode 2008 t/m 2012 geleidelijk gegroeid van een kleine 1 mln ton naar 1,2 mln ton. De importwaarde verse groente bedroeg in 2012 € 1,1 miljard, 70 tot 80 procent van de geïmporteerde volumes groente en fruit wordt geëxporteerd.

Exportwaarde € 6,35 miljard

De totale exportwaarde van de tuinbouw (inclusief sierteelt) bleef in 2012 stabiel met € 16,5 miljard. De exportwaarde verse groente en fruit daalde met 2 procent tot € 6,35 miljard. Ten opzichte van het recordjaar 2010 bedroeg de achterstand 8 procent. Ongeveer de helft van deze export bestaat uit in Nederland geteelde groente en fruit, de andere helft is re-export van geïmporteerde producten.

De exportwaarde was in 2012 verdeeld in € 3,7 miljard verse groente en € 2,7 miljard vers fruit. De groenteporthoeveelheid was 15 procent kleiner dan in 2011, maar wel tegen gemiddeld 13 procent hogere prijzen, per saldo een waardedaling van 3 procent. De fruitexportwaarde bleef in de periode 2010 t/m 2012 stabiel rond circa € 2,7 miljard. De fruitexport bestaat voor 85 procent uit importproduct.

Het handelsbalansoverschot verse groente en fruit bedroeg in 2012 € 2.135 mln, € 103 mln minder dan in 2011 en € 588 mln minder dan in 2010.

Exportontwikkeling Nederlands product

De exporthoeveelheden per product en per land van in Nederland geteelde groente en fruit worden nauwkeurig geregistreerd door het Kwaliteits Controle Bureau en bewerkt door het Productschap Tuinbouw.

In 2012 is 2 procent minder groente en fruit van Nederlandse origine (exclusief uien en producten voor industrie) uitgevoerd dan in 2011. De uitvoer bedroeg in 2012 2.013 mln kg, bestaande uit 1.708 mln kg groente (-1 procent) en 305 mln kg vers fruit (-4 procent).

Daarboven zijn er in 2012 936 mln kg uien geëxporteerd, 64 mln kg, ofwel 7 procent meer dan in 2011.

Export per bestemmingsland

Nagenoeg alle belangrijke bestemmingen, met uitzondering van Italië (+10 procent) en België/Luxemburg (+40 procent), hebben minder Nederlandse groente en fruit afgenomen.

Door het donkere voorjaarsweer is de productie en de export wat trager op gang gekomen. Deze achterstand kon later niet meer worden ingelopen. De glasgroente ondervonden op de belangrijke exportmarkten meer concurrentie van Spanje. De Spaanse groente-export is in 2012 stevig gegroeid door gunstige weersomstandigheden.

Productiewaarde Nederlandse voedingstuinbouw (in mln euro's)

	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	% mutatie t.o.v. 2011
Groente onder glas	1.259	1.275	1.270	1.095	1.480	1.170	1.335	14%
Vollegroondsgroente	363	385	400	330	400	395	422	7%
Uien	33	20	65	72	210	98	68	-31%
Paddenstoelen	316	230	260	225	220	290	295	2%
Verse groente totaal	1.971	1.850	1.995	1.722	2.310	1.953	2.120	9%
Vers fruit	326	335	470	395	405	445	490	10%
Totaal voedingstuinbouw	2.297	2.185	2.465	2.117	2.715	2.398	2.610	9%

Bron: Productschap Tuinbouw, 2012 is een raming

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

	2007	2008	2009	2010	2011	raming 2012	% mutatie t.o.v. 2011
Totale groothandelsomzet incl. dubbeltellingen*	12.300	12.458	12.203	13.058	12.557	N.B.	N.B.
Exportwaarde verse groente (incl. re-export)**	3.620	3.718	3.511	4.226	3.806	3.681	-3,3%
Exportwaarde vers fruit (incl. re-export)**	2.303	2.664	2.420	2.668	2.708	2.677	-1,2%
Totale exportwaarde	5.923	6.382	5.931	6.894	6.514	6.358	-2,4%
Importwaarde verse groente**	1.066	985	975	1.159	1.153	1.101	-4,5%
Importwaarde vers fruit**	2.594	2927	2.740	3.012	3.123	3.122	
Totale importwaarde	3.660	3.912	3.715	4.171	4.276	4.223	-1,2%
Handelsbalansoverschot verse groente en fruit	2.263	2.470	2.216	2.723	2.238	2.135	-4,7%
Omzet Binnenlandse Groothandel*	4.415	4.525	4.409	4.473	4.369	N.B.	
Omzet Verzendhandel (excl. veilingen)*	707	625	565	736	600	N.B.	

* Bron: HBAG groenten en fruit

** Bron: CBS/PT (2012: voorlopige cijfers)

Duitsland voornaamste handelspartner

De export (exclusief uien) wordt voor bijna 90 procent in andere lidstaten van de EU afgezet. Buiten de EU zijn Rusland met 104 mln kg, Noorwegen met 40 mln kg, USA met 22 mln kg en Zwitserland met 17 mln kg van belang.

Binnen de EU is Duitsland met 785 mln kg ofwel 39 procent van de totale groente- en fruitexport (exclusief uien) de voornaamste handelspartner. De export naar deze bestemming daalde met 1 procent. De tomatenexport naar Duitsland vertoonde een licht herstel met 2 procent groei tot een totaal van 314 mln kg. Ook de komkommeruitvoer naar Duitsland herstelde met een plus van 8 procent tot 194 mln kg. Paprika bleef achter met 105 mln kg, een vermindering met 10 mln kg in vergelijking met 2011 en 16 mln kg minder dan in 2010. Deze drie producten zijn goed voor bijna 80 procent van de totale uitvoerhoeveelheid naar Duitsland.

Meer naar Italië

De tweede bestemming voor Nederlands product is het Verenigd Koninkrijk met in 2012 309 mln kg, een daling met 4 procent. Vooral minder glasgroente, peren, champignons en aardbei, maar wel meer appel, aubergine en ijsbergsla. De uitvoer naar Frankrijk is met 5 procent afgenomen tot 106 mln kg. Minder glasgroente, maar wel meer appel en ijsbergsla. De uitvoer naar Zweden is met 6 procent gedaald tot 103 mln kg.

Italië is met een exporttoename van 10 procent tot 90 mln kg de al genoemde positieve uitzondering. Deze uitvoer bestond uit onder andere 49 mln kg tomaten, 7 mln kg meer dan in 2011. Het tweede product op deze bestemming is ijsbergsla met 14 mln kg, daarna 6,5 mln kg witlof. De uitvoer naar Polen is met 24 procent gedaald naar 49 mln kg.

Veel peren naar Rusland

De exporthoeveelheid naar Rusland was stabiel rond 105 mln kg excl. uien. Verreweg het grootste product naar Rusland is de peer. In 2012 53 mln kg, 3 mln kg meer dan in het recordjaar 2011, ondanks de hogere prijzen in het tweede halfjaar. De peer wordt gevolgd door de tomaat met 20 mln kg (+ 5 mln kg), peen 8.2 mln kg, appel 7,8 mln kg, witte kool 5,5 mln kg, paprika 4 mln kg en een hele reeks andere producten.

De potentie van de Russische markt is enorm, zeker met de opkomst van supermarkten, niet alleen in de grote steden. De toetreding van Rusland tot de WTO vermindert de kans op handelsbelemmeringen.

De genoemde zes EU-bestemmingen plus Rusland zijn in 2012 goed voor 77 procent van de totale export van in Nederland geteelde groente en fruit.

Export per product

De export van de belangrijkste groentesoorten is in 2012 gedaald (zie tabel). Niet alleen bij de vruchtgroente tomaten en paprika, maar ook bij de export van peer, appel, champignons en witte kool. Positieve uitzonderingen waren komkommer, aubergine, prei en peen. De groei van de komkommerexport is te danken aan het herstel na de EHEC-crisis. Maar de komkommerexport is nog niet op het niveau van vóór de EHEC-affaire. In 2009-2010 bereikte de komkommeruitvoer een omvang van 330 mln kg, 10 procent meer dan in 2012. De export van paprika zit sinds 2009 in een dalende lijn. In 2012 in totaal 294 mln kg, 25 mln kg minder dan in 2011 ofwel een daling met 8 procent. Nagenoeg alle landen, met uitzondering van Zweden, Noorwegen en Japan, namen in 2012 minder paprika af. Het Nederlandse product ondervindt in het voorjaar op de Europese markt sterke concurrentie van Spanje en Israël.

Uienexport plus 7 procent

De export van Nederlandse uien is in 2012 met 7 procent toegenomen tot 936 mln kg. In de eerste vijf maanden van 2012 liep de uienexport 5 procent achter bij 2011, maar vooral de maanden september (+42 procent), oktober (+12 procent) en december (+39 procent) verklaren de toename op jaarbasis. De uienexport was in 2012 voor 70 procent gericht buiten de EU. De lagere uitvoer naar Rusland (-73 procent) is gecompenseerd door meer export naar Guinee, Mauritanië, Brazilië, Maleisië en Sierra Leone.

Uitvoer van in Nederland geteelde verse groente en vers fruit

(x 1.000 kg) excl. uien en industriebestemming

	2011	2012	mutatie
Tomaat	738.189	721.384	-2%
Paprika	318.562	301.663	-8%
Komkommer	285.291	301.663	6%
Peer	203.276	189.392	-7%
Appel	88.757	87.023	-3%
Champignons	69.520	68.167	-2%
Peen	57.924	60.639	5%
Spruitkool	38.713	38.697	0%
Aubergine	35.378	36.050	2%
Prei	28.509	32.558	14%
Witte kool	41.858	34.270	-18%
Ijsbergsla	28.397	33.750	19%
Aardbei	21.622	23.866	10%
Witlof	14.392	15.366	7%
Radijs	13.625	13.249	-3%
Rode kool	8.858	7.812	-12%
Courgette	7.611	7.015	-8%
Salanova sla	5.646	6.302	12%
Bloemkool	6.694	6.092	-9%
Broccoli	3.599	5.031	40%
Chinese kool	4.659	4.379	-6%
Spitskool	3.395	4.047	19%
Kropsla	3.515	2.850	-19%
Asperge	3.193	2.530	-21%
Sperzieboon	1.504	2.105	40%
Overige groente	13.495	14.602	8%

Bron: Productschap Tuinbouw

Uitvoer van in Nederland geteelde verse groente en vers fruit per land in de EU

(x 1.000 kg) excl. uien en industriebestemming

	2011	2012	mutatie
Totale export	2.046.182	2.012.949	-2%
Europese Unie	1.804.172	1.765.763	-2%
Duitsland	788.740	784.622	-1%
Ver. Koninkrijk	322.507	309.230	-4%
Frankrijk	111.777	106.227	-5%
Zweden	109.563	103.351	-6%
Italië	81.528	90.015	10%
België/Luxemburg	44.900	62.492	39%
Polen	64.668	48.921	-24%
Tsjechië	55.182	47.740	-13%
Denemarken	52.908	45.501	-14%
Spanje	29.636	33.772	14%

Uitvoer van in Nederland geteelde verse groente en vers fruit naar landen buiten de Europese Unie

(x 1.000 kg) excl. uien en industriebestemming

	2011	2012	mutatie
Totale export	242.009	247.188	2%
Rusland	105.838	104.542	-1%
Noorwegen	38.858	40.365	4%
Ver. Staten	26.469	21.461	-19%
Zwitserland	17.719	16.785	-5%
Kroatië	0	9.271	
Ver. Arabische Emiraten	6.147	9.230	50%
Japan	6.026	7.996	33%
Wit-Rusland	7.620	6.687	-12%
IJsland	4.492	4.296	-4%
Oekraïne	7.866	4.117	-48%
Maleisië	3.219	3.459	7%
Hong Kong	2.254	2.099	-7%
Overige landen	12.350	16.878	37%

Structuur sector groothandel groente en fruit

Bij de HBAG Commissie groente en fruit zijn eind 2012 in totaal 1.446 bedrijven op het gebied van de groothandel en tussenpersonen geregistreerd. Hieronder bevinden zich 691 bedrijven met een omzet in groente en fruit van minder dan € 0,5 mln. Hun aandeel in de landelijke groothandelsomzet is minder dan 1 procent. De resterende 755 bij het HBAG geregistreerde bedrijven realiseerden in 2011 een totale omzet van € 12.492 mln, een omzetzak van 4 procent onder andere als gevolg van de EHEC-omzetschade in 2011.

De 108 geregistreerde bedrijven in de omzetgroepen boven € 25 mln realiseerden in 2011 73 procent van de landelijke omzet. Dus de overige 647 bedrijven slechts 27 procent. De 755 bedrijven boven de € 0,5 mln vervullen meerdere groothandelsfuncties. Het totaal aantal bedrijven is in vergelijking met 2008 zeer geleidelijk gedaald (zie tabel). Onder de 755 bedrijven bevinden zich 350 bedrijven met exportomzet, 427 bedrijven met afzet aan binnenlandse afnemers en 133 importeurs van groente en fruit.

Representativiteit Frugi Venta

Frugi Venta telde eind 2012 402 leden, 6 minder dan eind 2011. De representativiteit van Frugi Venta, uitgedrukt in het procentuele aandeel van de leden in de landelijke omzet, is niettemin gestegen van 79 procent naar 81 procent. De 402 leden realiseerden in 2011 een gezamenlijke omzet van € 10.154 mln, slechts € 102 mln minder dan in 2010. De representativiteit is het hoogst in de omzetgroepen vanaf € 12,5 mln. De 50 leden in de omzetcategorie meer dan € 50 mln realiseerden gezamenlijk € 6.724 mln omzet, tweederde van de totale omzet van de Frugi Venta-leden.

Werkgelegenheid

Begin 2012 waren er landelijk 14.051 werknemers in vaste dienst bij de groothandel in groente en fruit, slechts 2 procent minder dan een jaar eerder. Sinds 2004 is de vaste werkgelegenheid in de sector volgens het HBAG met 550 arbeidsplaatsen toegenomen. Daarnaast zijn er 4.200 werknemers in dienst met een kort contract voor seizoenswerk, een toename van 50 procent in vergelijking met 2004. Ook het beroep op inleenarbeid via uitzendbureaus is de afgelopen jaren fors gegroeid. Circa 66 procent van dit uitzendwerk wordt ingevuld door Polen. Bij de Frugi Venta-leden waren begin 2012 10.513 vaste arbeidsplaatsen geregistreerd ofwel 75 procent van de totale werkgelegenheid in de sector.

Exportwaarde groente en fruit Spanje: € 9,6 miljard

Het exportseizoen van onze grootste concurrent Spanje wordt steeds verder verlengd. Tomaten, paprika en sla worden jaarrond geproduceerd. Komkommer en aubergine ontbreken alleen in juli en augustus op de verkoopkalender. Het exportseizoen voor courgette stopt in juni. De totale export van groente en fruit door Spanje groeide vorig jaar volgens FEPEX met 6 procent naar 11 mln ton met een waarde van € 9,6 miljard (+13 procent). Van groente werd 4,2 mln ton geëxporteerd met een waarde van € 3,9 miljard. In volume daalde de Spaanse groente-export met één procent in vergelijking met 2011, maar door de betere prijzen groeide de exportwaarde met 11 procent. Tomaat was met een exportwaarde van € 925 mln (+10 procent) het grootste product, gevolgd door paprika (€ 606 mln, +4 procent) en sla (€ 589 mln, +27 procent). De export concentreert zich op de traditionele bestemmingen. Van de totale Spaanse export van groente en fruit ging 91 procent naar EU-landen, vooral naar Duitsland, Frankrijk, Groot Brittannië en Nederland. De exportwaarde naar Duitsland en Nederland groeide opvallend: naar Duitsland met 15 procent (€ 2.268 mln), naar Nederland met 16 procent (€ 850 mln). Frankrijk was goed voor € 1.801 mln (+11 procent) en Groot Brittannië voor € 1.227 mln (+7 procent).

Trends op de Nederlandse markt

De omzetgroei in 2012 van de supermarktbranche in Nederland was met 1,1 procent de laagste sinds 2005. De omzet bedroeg € 32,6 miljard. De agf-verkoop bij de supermarkten wordt geraamd op € 3.430 mln, € 100 mln meer dan in 2011. In totaal telt Nederland 4.200 supermarkten. De branche verwacht dat 900 veelal kleinere vestigingen onvoldoende in staat zijn om op de veranderende wensen van de klanten in te spelen en de komende jaren zullen verdwijnen. Het marktaandeel van de grote supermarktformules zal verder toenemen.

Volgens IRI en Nielsen is het marktaandeel van de discounters Aldi en Lidl in 2012 met een half procentpunt toegenomen tot bijna 15 procent. Beide prijsvechters hebben ongeveer een even groot marktaandeel. Aldi heeft 501 vestigingen en Lidl 363. Lidl wint duidelijk terrein op Aldi en is met name bij de agf-verkoop succesvol met een fair share van 107.

Albert Heijn boekte in 2012 ook een bescheiden groei van

het marktaandeel van 33,5 tot 33,7 procent, deels door de overname van 15 C1000-winkels. De omzet in groente en fruit groeit harder dan AH zelf door meer dan ooit het accent op prijs te leggen. AH voert prijsverlagingen door en verhaalt die elders in de keten. De focus bij de marktleider is schaalvergroting en efficiëntie. Seizoenintroductions zullen meer gevierd worden zoals nieuwe oogst appels en het aspergeseizoen. Lokale inkoop is bij AH geen belangrijk onderwerp, maar de klant heeft wel interesse om te weten wie de producent is. AGF is bij veel supermarkten, maar zeker bij AH, de belangrijkste versgroep. AH heeft een fair share van 115.

Het verlies van marktaandeel voor C1000 is in 2012 nog beperkt gebleven van 12,1 procent naar 12 procent. Het aantal C1000-vestigingen daalde van 422 naar 385.

Het marktaandeel van Jumbo, sinds 2011 de nieuwe eigenaar van C1000, nam toe van 7,6 procent naar 9,6 procent. Een belangrijk deel van de groei komt door de afronding van de ombouw van Super de Boer naar Jumbo en het begin van de transfer van C1000 naar Jumbo. Inclusief C1000 heeft Jumbo een marktaandeel van 21,6 procent. Superunie, het inkoopverband van Plus, Emté, Spar en regionale supermarkten zag haar marktaandeel dalen van 29,5 procent naar 29,2 procent. De grootste groeiers binnen de Superunie waren Emté en Coöp.

Binnen de versgroep agf lijkt de ontwikkeling naar voorverpakt onstuitbaar, evenals de uitbreiding van het gekoelde winkelschap op de agf-afdeling. Consumenten worden kritischer als het gaat om de herkomst van producten. Bovendien vertrouwen ze erop, dat groente en fruit absoluut veilig zijn. De bereidheid om hiervoor wat extra te betalen is niet of nauwelijks aanwezig.

Het aantal groentespecialzaken is sinds het begin van de 21ste eeuw bijna gehalveerd tot ca. 1.100. Hun marktaandeel is gedaald tot 8 à 9 procent. De ruimere openingstijden van de supermarkten en de prijsgevoeligheid van de klanten verzwakken de concurrentiepositie van de specialzaak en de markt.

Aantallen bedrijven

	2008	2009	2010	2011	2012
Aantal groothandelsbedrijven (> € 0,5 mln)	804	780	789	782	755
<i>Te verdelen in:</i>					
Aantal exporteurs (> € 0,5 mln)	324	322	335	351	350
Aantal binnenlandse groothandelaren (> € 0,5 mln)	455	453	455	434	427
Aantal importeurs (> € 0,5 mln)	130	137	143	133	133

Bron: HBAG groenten en fruit

Afzetstructuur weinig veranderd

De wijzigingen in de afzetstructuur waren in 2012 beperkt. De fusie tussen de erkende telersverenigingen BGB en Vers Direct Nederland in Van Nature is succesvol verlopen. Een groep van 80 Prominenttelers van The Greenery is begin 2012 overgestapt naar FresQ. The Greenery is gestopt met het bundelen van aanbod door niet meer te streven naar fusies met andere telersverenigingen. Daardoor ontstaat geen betere prijs. Afzetbundeling om de verkoop en marketing te verbeteren, verdient de voorkeur.

In België is een grote fusie tussen de Mechelse Veilingen in Sint Katelijne-Waver en Coobra te Zelik-Asse tot stand gekomen. Hun 1.100 leden waaronder 125 Nederlandse producenten hebben een gezamenlijke omzet van € 310 mln, zo'n 55 procent van de Belgische productiewaarde van groente.

Eind 2012 zijn gesprekken op gang gekomen tussen Belgische, Franse en Nederlandse telersverenigingen over de oprichting van een Europese Unie van producentenorganisaties (APO). Hiervoor is ook interesse uit Italië, Spanje, Zweden en het Verenigd Koninkrijk. Deze samenwerking krijgt in 2013

Organisatiegraad Frugi Venta

Omzet in mln euro	Totaal aantal geregistreerde groothandelsbedrijven*		Frugi Venta-leden		
	Aantal per 1-1-13	Omzet 2011	Aantal per 1-1-13	Omzet 2011	Representativiteit op basis van omzet
tot € 0,5 mln	691	€ 65 mln	57	€ 9 mln	14%
€ 0,5 tot € 2,5 mln	296	€ 395 mln	65	€ 96 mln	24%
€ 2,5 tot € 5 mln	141	€ 517 mln	62	€ 239 mln	46%
€ 5 tot € 7,5 mln	61	€ 375 mln	28	€ 174 mln	46%
€ 7,5 tot € 10 mln	37	€ 320 mln	23	€ 200 mln	63%
€ 10 tot € 12,5 mln	29	€ 319 mln	17	€ 187 mln	59%
€ 12,5 tot € 25 mln	83	€ 1.452 mln	61	€ 1.088 mln	75%
€ 25 tot € 50 mln	53	€ 1.935 mln	39	€ 1.437 mln	74%
boven € 50 mln	55	€ 7.179 mln	50	€ 6.724 mln	94%
Totaal	1.446	€ 12.557 mln	402	€ 10.154 mln	81%
Aandeel omzetgroep > € 25 mln	108	73%	89	80%	

* Bron: HBAG groenten en fruit

voorzichtig gestalte door uitwisseling van markt informatie en verbetering van de operationele programma's vanuit de GMO.

NMa-boetes

Het overleg om tot meer samenwerking te komen tussen telersverenigingen/afzetcoöperaties onderling en met handelshuizen in de keten is vrijwel tot stilstand gekomen als gevolg van de uitspraken van de NMa in 2012. Coöperaties van paprikatelers zijn met € 14 mln beboet vanwege overtreding van het kartelverbod door onderlinge prijsafspraken.

Verwerkers van zilveruien kregen een boete van € 9 mln vanwege onderlinge afspraken over het maximaal in te zaaien areaal. Telers/handelaren van eerstejaars plantuien hebben begin 2013 een boete van € 4 mln gekregen vanwege onderlinge afspraken over vernietiging van plantuien en informatie-uitwisseling om de markt te beïnvloeden. In alle zaken lopen hoger beroepsprocedures.

Mededingingsrecht biedt ruimte

Prijsafspraken, marktverdelingsafspraken en productieafspraken zijn duidelijke overtredingen van mededingingsregels. Frugi Venta staat op het standpunt, dat het mededingingsrecht voldoende ruimte biedt om samen te werken op het gebied van productkwaliteit, duurzaamheidsinitiatieven, promotie en afzetbevordering. Binnen een volledige fusie van telersverenigingen geldt het mededingingsrecht niet, maar zonder fusie is ook veel mogelijk. De kritiek op de mededingingsregels verbloemt dikwijls de geringe bereidheid om een deel van de zelfstandige positie bij de afzet op te geven. Frugi Venta heeft meegewerkt aan overleg in een landelijke werkgroep met DPA, LTO Nederland en STAP om de samenwerking tussen telersverenigingen en/of afnemers bij de marketing van groente en fruit te bevorderen zonder fusies en zonder in strijd te komen met de mededingingsregels. Door middel van een gezamenlijk paraplumerk zijn er mogelijkheden om de kwaliteit en duurzaamheid van de producten te borgen. Een gezamenlijk promotiebudget kan het positieve onderscheid van deze producten en marktpartijen bij directe afnemers en consumenten in binnen- en buitenland ondersteunen. Hiermee wordt de lijn in het eerder verschenen Afzetmanifest 'De consument centraal' voortgezet. Het draagvlak voor de uitgewerkte voorstellen van de gezamenlijke werkgroep bij telers, telersverenigingen en handelsbedrijven is onduidelijk.

Deconcentratie aanbod dreigt

De GMO-erkende telersverenigingen hebben nog niet gereageerd, mede door hun acute problemen met de aanscherping van de controle op de naleving van de GMO-regels. Diverse erkenningen zijn opgeschort. In sommige gevallen worden GMO-subsidies teruggevorderd door de overheid c.q. de Europese Commissie. Deconcentratie van het aanbod dreigt door het uiteenvallen van telersverenigingen of opzeggingen van prominente leden.

Het knelpunt bij de interpretatie van de GMO-regelgeving is de regie over de verkoop. Als individuele telers grip willen houden op de verkoop van hun producten, kunnen zij geen beroep doen op de GMO-subsidie. Ook is door het ministerie van Economische Zaken duidelijk het signaal gegeven, dat GMO-telersverenigingen minstens 10 procent van de uitgaven in het Operationele Programma moeten investeren in promotie, marketing en innovatie.

Consumptie vers fruit daalt

De aankopen van verse groente in Nederland groeiden in 2011 met 1 kg per huishouden naar 73,4 kg per huishouden ten opzichte van 2010, maar zijn daarmee nog niet op het peil van 2009 (74 kg per huishouden). De consumptie van groente lag in 2011 op hetzelfde niveau als in 2007.

Ook in Duitsland groeide de consumptie van groente licht, van 61,4 kg per huishouden in 2010 naar 61,9 kg in 2011.

De aankoop van vers fruit daalde in Nederland van 87,8 kg per huishouden in 2010 naar 85,5 kg per huishouden in 2011.

In 2007 bedroeg de consumptie per huishouden nog 95,6 kg.

In Duitsland is in de afgelopen vijf jaar ook een daling te zien van ongeveer 10 kg fruit per huishouden. Van 85,9 kg per huishouden in 2007 naar 81,5 kg in 2010 en 76,7 kg in 2011.

In juli 2013 verschijnt er in aanvulling op dit jaarverslag een bijlage met statistieken betreffende import en export van groente en fruit, aantallen groothandelsbedrijven, importeurs en exporteurs per omzetklasse, per productgroep en bestemmingslanden. Zie ook onze website: www.frugiventa.nl



Deze kaart geeft samen met de Trendskaart Speelveld Frugi Venta een rekening moet houden bij het formuleren van haar strategie en indelen in trends bij de leden (het bestaansrecht van Frugi Venta) overzicht van de trends en factoren

Welke trends
storten op het
speelveld van de leden
van Frugi Venta rekening
houdend met het formuleren
van de strategie
voor 2012-2015?

HANDEL

De mondiale concurrentie intensiveert

- Importeurs strijden vaker op wereldschaal met niet-Europese importeurs om inkoop van producten.
- Niet-Europese landen werpen vaker handelsbelemmeringen op om hun eigen producenten te beschermen.
- De introductie van koelcontainers versterkt de concurrentiepositie van kleine en middelgrote fruitimporteurs.

De concurrentiepositie van Nederlandse handelsbedrijven verslechtert

- Supermarkten binnen Europa hebben marktmacht omdat ze geconcentreerd zijn en grote volumes afnemen.
- De handelssector is versnipperd en heeft onvoldoende antwoord op de marktmacht van supermarkten.
- De positie van Nederlandse im-/exportbedrijven verzwakt door opkomst van partijen van buiten de EU.
- Het kwaliteitsverschil tussen Nederlandse en in het buitenland geteelde groente en fruit wordt kleiner.

Handelsbedrijven concentreren zich en zoeken nieuwe markten

- Door schaalvergroting daalt het aantal kleine handelsbedrijven.
- Handelsbedrijven verkennen nieuwe markten omdat traditionele markten verzadigd raken.
- Nederlandse handelsbedrijven kopen en verkopen vaker volledig buiten Nederland om.
- Online verkoop van groente en fruit staat nog in de kinderschoenen.

COMMUNICATIE

Communicatie met de consument is door de hele keten heen voor verbetering vatbaar

- De groente en fruitsector doet weinig aan marketing.
- De toegankelijkheid van informatie over voedselveiligheid is onvoldoende.
- Consumenten maken, in tegenstelling tot bedrijven, intensief gebruik van moderne ICT.
- Bij crises verspreidt juiste en onjuiste informatie zich razendsnel via moderne communicatiemiddelen.

ARBEIDSMARKT

Nederlanders zien de groente en fruitsector niet als aantrekkelijke werkgever

- De productiesector heeft een slecht imago op de arbeidsmarkt.
- De (groot)handel is onbekend als werkgever en heeft geen imago op de arbeidsmarkt.
- De sector kenmerkt zich door veel eenvoudig werk dat Nederlanders niet willen doen.
- In de sector werken veel Oost-Europeanen en steeds meer Zuid-Europeanen.
- Door vergrijzing verliezen handelsbedrijven mensen met verstand van zaken.

Werknemers hebben relatief weinig kennis over groente en fruit

- Er is geen beroepsopleiding voor jongeren tot ondernemer in de handel in groente en fruit.
- Er zijn weinig bijscholingsmogelijkheden voor mensen in de groente en fruitsector.
- Werknemers bij afnemers hebben weinig productkennis van groente en fruit.

REGELGEVING

Europa en Nederland hebben relatief strenge regelgeving rond groente en fruit

- Producenten van buiten Europa mijden Europa steeds vaker in verband met strenge regelgeving.
- Nederland vult EU-regels soms strenger in dan vereist, dit verstoort concurrentie en leidt tot hogere lasten.
- Van overheidswege worden kwaliteitscontroles soms dubbel uitgevoerd (met dubbele kosten).

Frugi Venta een overzicht van de trends en factoren waarmee Frugi Venta rekening moet houden voor de periode 2012-2015. De relevante trends en factoren laten zich aflezen van de trends op het speelveld van Frugi Venta zelf. Deze kaart geeft een overzicht van het speelveld van de leden van Frugi Venta.

CONSUMENT

- **Consumenten hebben doorgaans weinig kennis van de kwaliteit van groente en fruit**

GENERIEKE PROMOTIE

Generieke promotie voor groente en fruit wordt tot januari 2014 gefinancierd middels PT-heffingen. De uitvoering van deze projecten is veelal in handen van het GroentenFruit Bureau. Campagnes waar in 2012 onder andere in is geïnvesteerd, zijn de Conference peer, Vruchtgroenten Duitsland, 2x2, Zachtfruit en uien. Meer informatie over de campagnes is te vinden op de website van het GroentenFruit Bureau.

Het hoogtepunt op het gebied van consumentencommunicatie was het Huis van de Smaak op de Floriade 2012 in Venlo van 4 april tot en met 7 oktober. Hier hebben 1,2 miljoen consumenten in de rij gestaan om te proeven van al het goede dat de groente- en fruitsector te bieden heeft. De functie van de handel werd goed zichtbaar in de speciale Frugi Venta hoek waar ook Frug I Com en Fresh Corridor zich presenteerden. Tijdens de slotceremonie van de Floriade is het Huis van de Smaak uitgeroepen tot Beste Inzending van de Floriade 2012.



Jochem Wolthuis, directeur Internationaal GroentenFruit Bureau:

“De EU-billboardcampagne ‘Frische ist Leben’ was genomineerd voor de Fruit Logistica Innovation Award 2013. De campagne is in 2012 met stip beland in de top 10 van opvallendste en effectiefste billboards in Duitsland. De billboard hing van mei tot juli 2012 op bijna 2.500 parkeerplaatsen bij supermarkten in 900 Duitse steden. Bijna 20 miljoen Duitse consumenten (22%) herkent de campagne, zo blijkt uit de Holland Imago Monitor van het Productschap Tuinbouw. De EU-campagne ‘Frische ist leben’ is een doelgroep overstijgende voorlichtingscampagne om de Duitse consument te overtuigen van het nut van het regelmatig eten van groente en fruit. Mede-initiatiefnemer GroentenFruit Bureau werkt hierin samen met de Duitse telersorganisatie BVEO, het Duitse handelsplatform DFHV en het Belgische VLAM onder de paraplu van 5 am Tag. Vanuit de sector lopen meerdere grote EU-campagnes in Duitsland, zoals ‘Sicher ist lecker’ voor alle kasgroente, ‘My Tomato’ voor tomaten en ‘Colourfultaste’ voor paprika. Ook is Nederland dit najaar een EU-campagne gestart voor Conference peren, samen met België.”



LOGISTIEK

- Nederland is goed in logistiek

SUCCESSVOL CONGRES FRESH CORRIDOR

Op 27 september vond in het Scheepvaart Transport College in Rotterdam het Fresh Corridor congres 'Verslogistiek in Beweging' plaats. Voor minister Maxime Verhagen een mooi podium om acte de préséance te geven en het belang te onderschrijven van het programma dat mede dankzij financiering van het ministerie van EZ tot stand is gekomen. Het doel van Fresh Corridor is het stimuleren van multimodaal containervervoer. Het congres trok ruim tweehonderddertig belangstellenden. Uniek was het gebruik van een ultramoderne Fresh Corridor Animatie die nog steeds kan worden bekeken op de website www.freshcorridor.nl. Geanimeerde ketengesprekken en de uitgesproken intentie van Havenbedrijf Rotterdam, ECT en Kloosterboer om in 2015 Cool Port Rotterdam operationeel te hebben, waren de overige ingrediënten voor een geslaagd congres.

Sofie Tolk,
Business Manager Breakbulk,
Havenbedrijf Rotterdam:

"Fresh Corridor biedt een platform om alle spelers in de versketen met elkaar te laten samenwerken. Het heeft een grote meerwaarde als terminals, rederijen, fruitimporteurs en dienstverleners met elkaar in dialoog gaan en concreet projecten oppakken om modal shift en (kosten)efficiency in de keten te bereiken. Fresh Corridor faciliteert dit. De marktpartijen zorgen uiteindelijk dat een project succesvol wordt. Fresh Corridor heeft de basis gelegd onder de ontwikkeling van Rotterdam Cool Port. Deze ontwikkeling versterkt de positie van Rotterdam als belangrijkste haven voor vers- en vrieslading. Met de komst van Maasvlakte 2 en de beoogde groei in containervolume, richt Rotterdam zich op het aantrekken van meer gecontaineriseerde vers- en vrieslading. Naast innovatieve faciliteiten in de haven en het creëren van een draaischijf en bundeling van volume voor intermodale shuttles, zal worden ingezet op een goede verbinding naar de Greenports."



HANDEL

- **Handelsbedrijven concentreren zich en zoeken nieuwe markten**

INTERNATIONALE BEURSDEELNAME ONDER HOLLANDSE VLAG

Onder de vlag van de Holland Fresh Group werden ook in 2012 diverse collectieve beursdeelnames georganiseerd. Spin in het web hierin is Ger van Burik van het HBAG. De grootste operatie is de Fruit Logistica in Berlijn waar niet alleen standbouw en catering collectief wordt ingekocht, maar ook wordt bemiddeld bij de hotelovernachtingen. Daarnaast heeft de Holland Fresh Group zich gepresenteerd op de PMA in Amerika, de Asia Fruit Logistica en de Fruit Attraction in Madrid.

Kees Oskam,
directeur Jan Oskam BV:

“De waarde van deelname aan beurzen en handelsmissies is niet eenvoudig uit te rekenen in geld, maar het verruimt in ieder geval je blik en het vergroot je netwerk. En in de hedendaagse business is het niet zo belangrijk wie je bent maar veel belangrijker wie je kent. Terugkijkend op de laatste 10 jaren, waarbij ik aan een 8-tal missies heb meegedaan, kan ik stellen dat er ik er altijd wel iets aan overhoudt. Dat kan een waardevol contact zijn, maar ook een goed idee.”



ARBEIDSMARKT

- **De productiesector heeft een slecht imago op de arbeidsmarkt**

IT'S ALIVE TRAVEL

Er is drie jaar meegewerkt aan de campagne It's Alive om het imago van werken in de tuinbouwketen te bevorderen. In 2012 heeft 54 procent van de doelgroep, jongeren van 16 tot 24 jaar, een positief beeld van het Nederlandse tuinbouwcluster als werkgever. Dit was 21 procent in 2010. In 2012 zijn internationale werkvakanties aangeboden. Ruim 40.000 jongeren in het MBO, HBO en WO hebben belangstelling getoond. 1.050 jongeren hebben een motivatiebrief en een CV ingestuurd. De 15 bedrijven die werkvakanties aanboden, hebben de kandidaten zelf uitgekozen. Achteraf waren alle deelnemende bedrijven en de jongeren enthousiast. Het PT staakt noodgedwongen de financiering.

Rob Baan,
directeur Koppert Cress BV:

“Als Koppert Cress BV zijn we zeer actief in marketing. Mijn keuze viel op een Master student van de Erasmus Universiteit in marketing. Zij heeft voor mij zaken in de USA uitgezocht die we daar, maar ook in Europa inmiddels toepassen. In de tuinbouw kunnen we heel veel afgestudeerden van dit niveau gebruiken.”



COMMUNICATIE

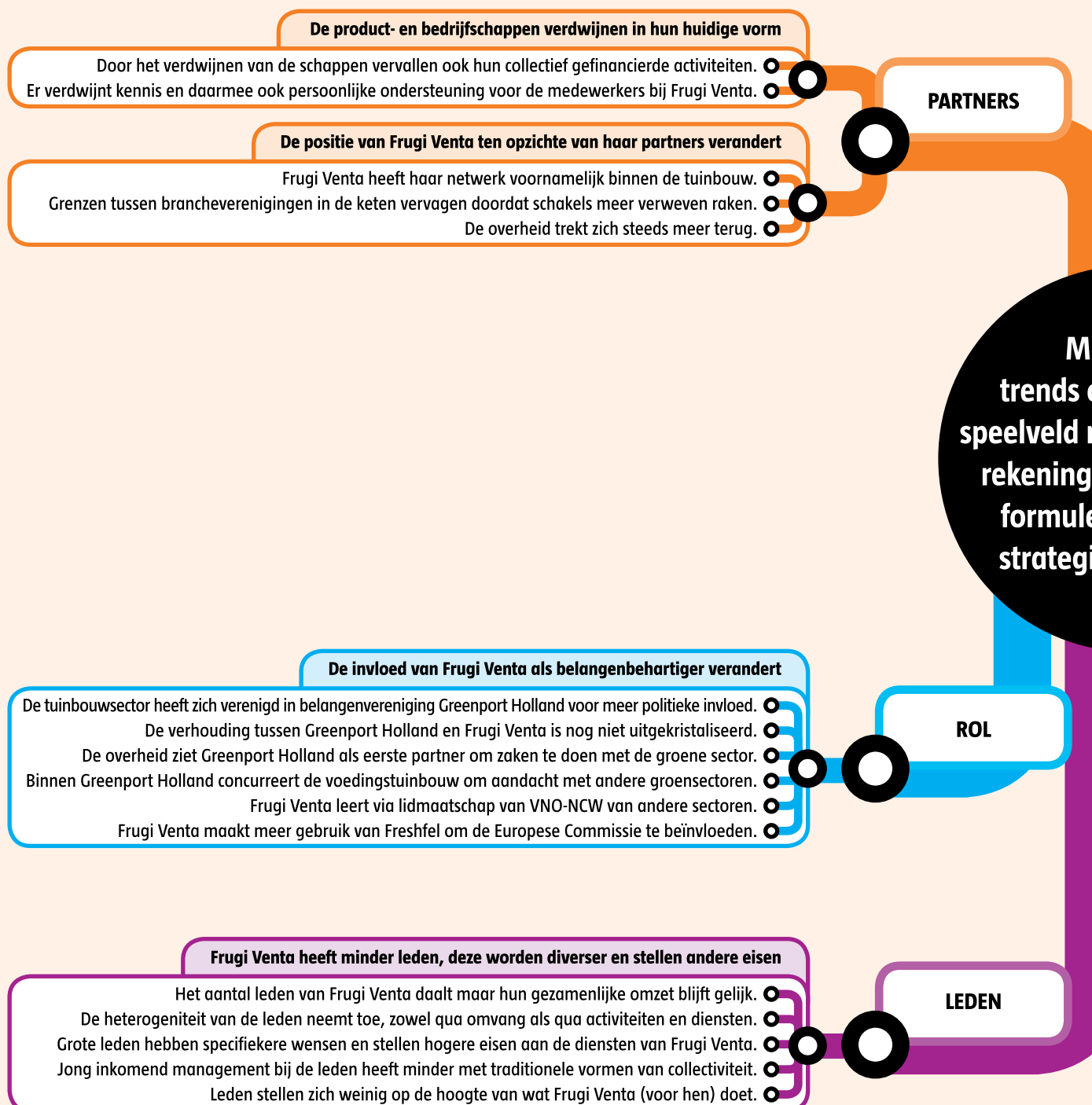
APP MET PRODUCTINFO GROENTE EN FRUIT

In 2012 is gewerkt aan de app '2x2- Veggipedia'. Tijdens het Frug I Com congres in november 2012 en een speciale ledenbijeenkomst in december 2012 is de app gepresenteerd aan het bedrijfsleven. De app ontsluit via barcodescanning allerhande informatie over groente- en fruitproducten, voedingsstoffen, beschikbaarheid en recepten. Maar ook herkomst wordt gemakkelijk beschikbaar voor de consument op elk willekeurig moment en locatie. Productinformatie uit de gehele groente- en fruitketen kan met behulp van barcodes, GTINS gekoppeld met GPC, gebundeld worden getoond in de app na scanning van de code op de verpakking. Het betreft hier de barcode die bij de kassa wordt gescand. Doel van de applicatie is consumenten te informeren over groente en fruit, vertrouwen te vergroten en ten tijde van een crisis aan het stuur te zitten. Het is belangrijk voor onze sector om gezamenlijk content beschikbaar te maken voor het grote publiek. Voor bedrijven is het ook mogelijk zelf informatie toe te voegen aan de database. Wie hier meer over wil weten, kan te rade gaan bij Frug I Com.

Jan Willem Verloop,
Marketing Manager Nature's Pride:

“Met de 2x2- Veggipedia app kan elk individueel bedrijf/teler zijn eigen unieke verhaal vertellen over zijn producten: herkomst, smaak, productiewijze, etc. Indien al deze verhalen gebundeld worden in één gebruiksvriendelijk app, dan hebben we een fantastisch marketing instrument in handen, waarmee de sector zelf de regie houdt over de informatievoorziening naar de consument. In een tijd waarin meer en meer getwijfeld wordt aan de betrouwbaarheid van voedingsmiddelen is dit van groot belang.”





Deze kaart geeft samen met de Trendskaart Speelver
 Venta rekening moet houden bij het formuleren van l
 factoren laten zich indelen in trends bij de leden en t
 overzicht van de trends en fact

Met welke
op haar eigen
moet Frugi Venta
houden bij het
eren van haar
e 2012-2015?

ACTIVITEITEN

De taken van Frugi Venta zijn niet helder afgebakend waardoor het steeds drukker wordt

- De bestuurlijke drukte bij Frugi Venta stijgt, er zijn meer tafels waar belangen behartigd moeten worden.
- Frugi Venta wordt vaker gedwongen tot crisismanagement maar is hierop nog onvoldoende toegerust.
- Frugi Venta houdt behalve comitébijeenkomsten weinig (netwerk)bijeenkomsten.
- Frugi Venta ontplooit meer werkgeversactiviteiten rond cao, pensioenen en arbeidsmarktbeleid.

FINANCIËN

De bekostiging van Frugi Venta staat onder druk

- Frugi Venta wordt voornamelijk bekostigd via contributie.
- Door het verdwijnen van de schappen is minder geld beschikbaar voor sectorbrede activiteiten.

ORGANISATIE

De organisatie van Frugi Venta is kwetsbaar

- Frugi Venta heeft zeven werknemers en is afhankelijk van hun individuele kennis en kunde.
- De kennis en kunde van Frugi Venta medewerkers is lastig over te dragen op nieuwe medewerkers.
- Frugi Venta maakt maar beperkt gebruik van social media.

Id Leden een overzicht van de trends en factoren waarmee Frugi
haar strategie voor de periode 2012-2015. De relevante trends en
trends op het speelveld van Frugi Venta zelf. Deze kaart geeft een
oren op het speelveld van Frugi Venta zelf.

PARTNERS

De product- en bedrijfschappen verdwijnen in hun huidige vorm.

Deze uitspraak is versneld bewaarheid door een passage in het regeerakkoord 'Bruggen Slaan' van het kabinet Rutte II. Vanaf 2014 mogen de Product- en Bedrijfschappen geen heffingen meer opleggen. Medebewind (GMO, licenties) en andere onmisbare publieke taken, worden in 2014 overgeheveld naar het Ministerie van Economische Zaken. Denk hierbij aan taken op het gebied van voedselveiligheid, gezondheid en plantgezondheid inclusief fyto.

Medio 2013 beslist de minister over wat publieke taken zijn en hoe die taken en medewerkers worden overgedragen naar EZ. De niet-publieke taken van het PT en HBAG groenten en fruit kunnen desgewenst worden overgedragen aan Greenport Holland, brancheorganisaties, marktpartijen of kunnen definitief worden beëindigd.

Inventarisatie taken

Het bestuur en de directie van Frugi Venta hebben in nauwe samenspraak met de leden het voortouw genomen bij de inventarisatie van een select aantal PT-taken, dat in aanmerking komt voor overname zoals: sectorstatistiek en marktinformatie, crisismanagement, residubewaking, lobby inzake levensmiddelenwetgeving, monitoring microbiologische besmettingen, Veggipedia, het Groenten en Fruit Portaal, standaardisatie berichtenverkeer (Frug I Com), e.d. Het vertrek uit de sector van deskundige PT-medewerkers en dus verlies van hun netwerk in Den Haag en Brussel zou pure kapitaalvernietiging zijn.

Frugi Venta zoekt samenwerking met andere brancheorganisaties in de tuinbouwketen zoals DPA, LTO Nederland, NFO en Vigef om de private financiering mogelijk te maken.

ROL

De overheid ziet Greenport Holland als eerste partner om zaken te doen met de groene sector

TOPSECTOR TUINBOUW & UITGANGSMATERIALEN

De gezamenlijke lobbyorganisatie van de tuinbouw, Greenport Holland (GPH), onder voorzitterschap van Loek Hermans, heeft haar eerste volle jaar gehad. De totstandkoming van deze koepel bleek cruciaal voor een gecoördineerde deelname aan het door de regering geformuleerde topsectorbeleid Tuinbouw & Uitgangsmaterialen. T&U is één van de negen benoemde topsectoren die samen met de kennisinstellingen de mogelijkheid krijgen versneld innovaties in gang te zetten. Een eenvoudig doel dat in de praktijk niet eenvoudig te realiseren was. De zichtbaarheid van het topsectorenbeleid voor individuele ondernemingen was niet zo groot. Ook de beperkte vrij te besteden financiële middelen hebben tot afwijzing van vele praktische voorstellen geleid. De verwachting is dat het proces zich, als de ervaringen verwerkt zijn, duidelijk zal verbeteren. De inzet die Greenport Holland daarin pleegt, is sterk teruggebracht en overgedragen naar de T&U board. Voor 2013

richt GPH zich vooral op de gemeenschappelijke lobbyagenda. Het bestuur van Frugi Venta heeft besloten dat GPH in 2013 daarin haar meerwaarde moet bewijzen.

Michel Jansen, directeur Total Produce

"Via het topsectorenbeleid kan het bedrijfsleven rechtstreeks meepraten én meebeslissen over de inzet van overheidsmiddelen. Een prima initiatief."

LEDEN

o **Frugi Venta heeft minder leden, deze worden diverser en stellen andere eisen**

In verband met de aanstelling van de nieuwe directeur Gert Mulder in 2011 en de dreigende opheffing van het PT en het HBAG groenten en fruit, gaf het Frugi Venta-bestuur opdracht tot opstelling van een nieuw beleidsplan. De strategie 2012-2015 is in nauwe samenspraak met de leden opgesteld. Hierbij is een beroep gedaan op de methode die De Argumentenfabriek, in het bijzonder Frank Kalshoven, heeft ontwikkeld. Op inspirerende wijze zijn het bestuur met de staf, eerst onderling en later met de leden tijdens vijf sessies in het land, onder leiding van De Argumentenfabriek in discussie gegaan.

Eerst is nagedacht over de trends en de factoren die het speelveld van de leden bepalen. Vervolgens is nagedacht over de trends op het terrein van Frugi Venta zelf. Op basis van deze trendkaarten en de discussies met de leden is een visie 2012-2015 geformuleerd. Tenslotte is geschetst welke acties op korte termijn nodig zijn om de visie van het bestuur en de leden in de praktijk te brengen. De Strategienota 2012-2015 is uiteindelijk gepresenteerd op de Algemene Ledenvergadering op 10 mei 2012 op de Floriade.



ACTIVITEITEN

o **De bestuurlijke drukte stijgt, er zijn meer tafels waar belangen behartigd moeten worden**

FAIR PRODUCE NL

Dit keurmerk voor goed werkgeverschap in de paddenstoelensector is in 2012 goed van de grond gekomen. Het is in 2011 opgezet om de uitbuiting van met name Poolse werknemers bij de oogst van handgeplukte champignons uit te bannen. Het keurmerk garandeert dat paddenstoelen onder eerlijke arbeidsomstandigheden worden geoogst, dus tegen het wettelijk minimumloon op basis van deugdelijke urenregistratie, zonder excessief overwerk, met fatsoenlijke huisvesting en zonder extreme inhoudingen op het netto loon. Fair Produce-normen voor teeltbedrijven en handelsbedrijven omvatten behalve wettelijke ook bovenwettelijke eisen. De audit bij de

bedrijven wordt uitgevoerd door het deskundig en onafhankelijk certificeringsbureau VRO. Het Fair Produce-bestuur beslist uiteindelijk over de toelating van bedrijven tot het keurmerk. De doorbraak voor Fair Produce kwam nadat de sector door twee uitzendingen van de Keuringsdienst van Waarde zeer negatief in beeld kwam. Supermarkten schrokken van de reacties van publiek en politici en eisten van hun leveranciers deelname aan Fair Produce. Na C1000, Coöp, Deli XL en Kruidenier Foodservice vroegen ook Lidl, Deen, Jan Linders en Albert Heijn om Fair Produce-champignons. De vermelding van het keurmerk op de verpakking is niet verplicht en bleef op verzoek van de klant dikwijls achterwege. Dit is geen probleem, omdat de herkomst van het product door middel van een verpakkerscode traceerbaar is. Oneigenlijk gebruik van het keurmerk wordt aangepakt door het bestuur. Inmiddels wordt door het Fair Produce-bestuur de oprichting van een klankbordgroep van alle gecertificeerde bedrijven

overwogen. Tot februari 2013 zijn 50 bedrijven gecertificeerd. Supermarkten vragen om uitbreiding van Fair Produce bij andere arbeidsintensieve teelten zoals aardbeien en asperges. Het overleg met de vertegenwoordigers van deze telers is gaande.

Bart Jan Krouwel, voorzitter bestuur Fair Produce:

“Na een moeizaam en weerbarstig begin is rondom Fair Produce eind 2012 sprake van een radicale ommekeer. Telers en handelaren meldden zich massaal aan voor certificering. Vertegenwoordigers van Frugi Venta - met name Tom van Walsem - hebben een actieve en positieve bijdrage geleverd in dit proces. In bestuurlijk opzicht was het voor Frugi Venta binnen Fair Produce niet altijd gemakkelijk om de rechte lijn vast te houden bij het bereiken van de doelstelling, namelijk het uitbannen van misstanden in aanvulling op de intensieve controle door de Arbeidsinspectie. De bestuurlijke spanningen zijn op een goede wijze opgelost.”

○ Frugi Venta is helder over activiteiten en kosten

Van Verpakkingenbelasting naar bijdrage Afvalfonds

Het voornemen van het kabinet Rutte I om de Verpakkingenbelasting per 1 januari 2013 af te schaffen is uitgevoerd. Het Besluit Beheer Verpakkingen en Papier en Karton van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu op basis van EU-richtlijnen is echter gecontinueerd. Op grond van dit besluit blijven producenten en importeurs verantwoordelijk voor de preventie, de inzameling en recycling van verpakkingen, die zij als eerste op de Nederlandse markt aanbieden.

Frugi Venta was samen met DPA betrokken bij de raamovereenkomst 2013-2022, die het verpakkende bedrijfsleven met de Staatssecretaris van I en M in juni heeft gesloten ter uitvoering van het Besluit Verpakkingen. In oktober 2012 is door het bedrijfsleven een algemeen verbindend verklaarde overeenkomst gesloten ter financiering van de afvalbeheerstructuur. De bijdragen van het bedrijfsleven worden gecollecteerd door het Afvalfonds Verpakkingen. Er is gestreefd naar een geruisloze overgang tussen de Verpakkingenbelasting en de bijdragen aan het Afvalfonds door de methodiek van de Belastingdienst vrijwel compleet over te nemen. Het goede nieuws is, dat de tarieven per materiaalsoort drastisch - gemiddeld met 50 procent - zijn verlaagd, dankzij de

omstandigheid dat er geen middelen meer in de Rijksschatkist behoeven te worden gestort. De heffingsvrije drempel van 50.000 kg is gehandhaafd. Ook de definitie van logistieke hulpmiddelen die geen verpakking zijn, is ongewijzigd. Voor de groente- en fruitsector was dit een groot winstpunt, omdat open kartonnen dozen, houten en plastic kratten, alsmede de pallets niet belast worden.

Het bestuur van Frugi Venta heeft besloten om geen maatwerkafpraak voor onze sector meer te maken. Vanaf 2008 t/m 2012 mocht 73 tot 75 procent van het totale verpakkingsvolume naar alle bestemmingen door de importeurs/verpakkers van groente en fruit in mindering worden gebracht op de aangifte Verpakkingenbelasting. Dit was een compensatie voor de omvangrijke indirecte export. De exporteurs die meer dan 73 procent van het volume exporteren, hebben bezwaar gemaakt tegen deze afspraak van Frugi Venta met de Belastingdienst. Hoewel het Afvalfonds de maatwerkafpraak graag wilde continueren, heeft het bestuur geluisterd naar de bezwaren van de exporteurs. Voortaan is uitsluitend de afzet van verpakkingen op de Nederlandse markt belast.

De vele veranderingen zijn in het eerste kwartaal van 2013 op ledenbijeenkomsten toegelicht. De conclusie is helaas, dat de administratieve lasten bij de uitvoering van de afvalbeheersbijdrage aan het Afvalfonds, in vergelijking met de Verpakkingenbelasting, niet zijn verminderd.

○ Frugi Venta houdt Comité-bijeenkomsten

COMITE BIOHANDEL BEHOUDT KETENMANAGER

Het Comité Biohandel is een actief Comité binnen Frugi Venta. In 2012 hebben de Comité-leden besloten gezamenlijk te investeren in behoud van de ketenmanager in de persoon van Arend Zeelenberg. Hij verzamelt relevante markt informatie over biologische producten en is de link naar de biologische ketenorganisatie Bionext. Het Comité Biohandel komt vier keer per jaar bijeen. In november 2012 is bovendien een succesvolle bijeenkomst georganiseerd in het kader van de 'Marketing van biologische agf'. Tijdens deze bijeenkomsten hebben de leden van het Comité Biohandel, samen met de bioleden van de Nederlandse Aardappel Organisatie, vertegenwoordigers van Bionext en leden van de productwerkgroepen, ketenbreed gediscussieerd over biologische agf. Aan het eind van de

sessie werd geconcludeerd dat er behoefte is aan generieke campagnes voor biologische producten met daarbij de mogelijkheden voor bedrijven om individueel aan te haken.

Gijsbrecht Gunter,
voorzitter Comité Uienhandel:

“Frugi Venta heeft in 2009 met de Zeeuwse Uienbewerdersvereniging (Zuver) geïnvesteerd in het opzetten van de Stichting Afzetbevordering Ui (SAU). Hierdoor konden inhoudelijke projecten structureel en goed georganiseerd worden opgepakt. Na een korte aanloopperiode waarin het bestuur en de directie van Frugi Venta de ruimte gaven aan de SAU om zich te bewijzen, wordt de stichting nu gefinancierd op basis van vrijwillige bijdragen vanuit de sector en ook rechtstreeks aangestuurd door die bedrijven. Die directe aansturing zorgt voor focus, maar ook draagvlak en voeding vanuit de praktijk. Dat laatste is ontzettend belangrijk voor het bestaansrecht van een organisatie en scheidt het kaf van het koren. In het verleden heeft de sector het te vaak laten gebeuren dat organisaties

of projecten losweekten van de dagelijkse praktijk. Dat is niet alleen de organisaties te verwijten die aan de lat stonden voor uitvoering, maar ook de sector zelf. Er werd veel gemopperd vanuit het bedrijfsleven, maar slechts een enkeling stak zijn nek uit om bestuurlijke verantwoordelijkheid te nemen in het algemeen sectorbelang. Frugi Venta heeft als kleine, maar slagvaardige brancheorganisatie een cruciale rol gespeeld om het wezenlijke doel van de handel scherp te krijgen en ook broodnodige aansluiting bij de praktijk van alle dag te vinden. Dat vind ik knap en is zeker op conto te schrijven van een kleine club mensen, die letterlijk dag en nacht voor de sector klaarstaan! Dat mag best weleens gezegd worden, vind ik.”

FINANCIËN

○ Door het verdwijnen van schappen is minder geld beschikbaar voor sectorbrede activiteiten

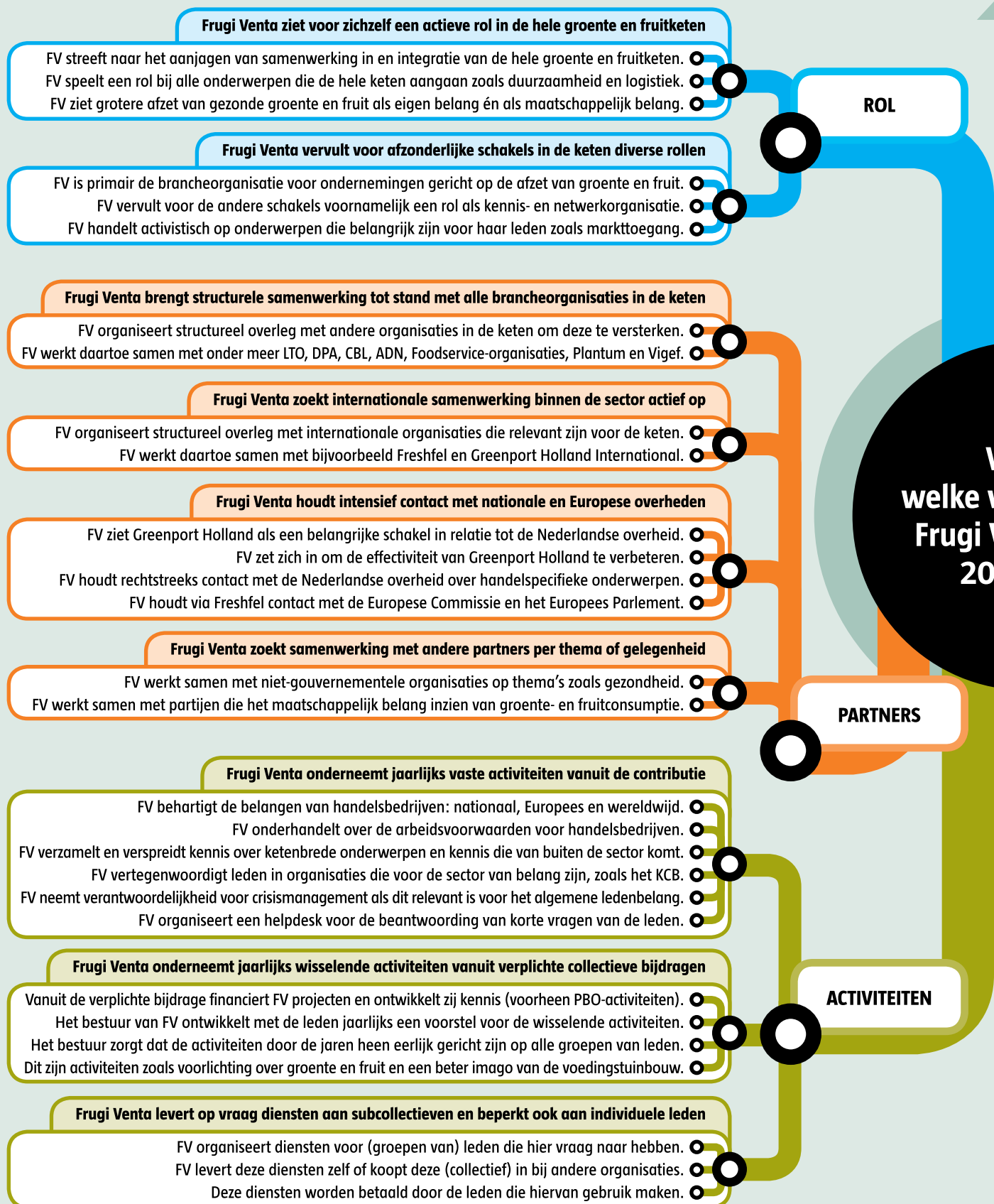
Lagere collectieve lasten

De ledenvergadering in 2013 zal een besluit nemen over de maximale verhoging van het budget vanaf 2014. Het uitgangspunt is, dat de collectieve lasten voor de Frugi Venta-leden vanaf 2015 belangrijk lager dienen te zijn dan de som van de PT- en HBAG-heffingen plus de contributie in 2011/2012. Een deel van de taken zal niet meer collectief worden gefinancierd, maar uitsluitend door de betrokken bedrijven. De hoogte van de PT-handelsheffing over 2012 (incasso 2013) bedraagt 0.003 procent algemeen en 0,035 procent bestemmingsheffing over de aankoopwaarde. De handelsheffing over 2013 (incasso 2014) wordt lager, maar is nog niet exact vastgesteld. Over 2014 wordt geen heffing meer berekend.

‘Free riders’ belasten

De versnelde afbouw van het PT en HBAG groenten en fruit gaat gepaard met kosten voor het Sociaal Plan voor de medewerkers en de versnelde afschrijving van de vaste activa. De Intrekkingwet van alle Product- en Bedrijfschappen zal waarschijnlijk in het derde kwartaal van 2014 worden goedgekeurd door de Tweede en Eerste Kamer. Dan zal ook de vereffenaar worden aangewezen. Intussen wordt er gezocht naar alternatieven om ‘free riders’ te belasten bij projecten en activiteiten, die ook vanaf 2014 voor de gehele sector van belang zijn.

Frugi Venta behartigt belangen in de groente en fruitketen te



Op deze kaart staat de visie van w
 staat op hoofdlijnen beschreven we
 de relevante trends. De relevante t
 van Frugi Venta zelf, sta

MISSIE

...r bevordering van afzet en consumptie en versterkt de keten als geheel.

Vanuit de visie handelt Frugi Venta (FV)? 2012-2015

LEDEN

Frugi Venta maakt lidmaatschap mogelijk voor alle bedrijven in de groente en fruitketen

- FV beschouwt als haar kernleden de bedrijven die zich bezighouden met de afzet van groente en fruit.
- FV maakt lidmaatschap ook mogelijk voor producenten en detailhandel, nationaal en internationaal.

FINANCIËN

De leden bekostigen Frugi Venta op vier manieren

- Alle leden betalen jaarlijks contributie voor hun lidmaatschap.
- Alle leden betalen een verplichte collectieve bijdrage.
- Subcollectieven betalen voor aan hen geleverde facultatieve diensten.
- Individuele leden betalen voor aan hen geleverde facultatieve diensten.

Frugi Venta zoekt indien opportuun naar aanvullende bekostiging

- FV zoekt naar andere geldbronnen zoals subsidies.

ORGANISATIE

Frugi Venta heeft een bestuur en een staf

- FV heeft een bestuur, afkomstig uit de leden, dat verantwoordelijk is voor alle activiteiten.
- FV heeft een staf die voorloopt in kennis van specifieke thema's en ontwikkeling van de sector.
- FV heeft een staf die groot genoeg is om de goedgekeurde activiteiten uit te voeren.

Frugi Venta werkt met comités van leden voor inhoudelijke samenwerking

- FV werkt met verschillende comités waarin leden elkaar vinden op thema, productgroep of handelsfunctie.
- Deze comités leveren een bijdrage aan het beleid van FV en de uitvoering hiervan.
- De comités waarborgen de herkenbaarheid voor en betrokkenheid van de leden bij Frugi Venta.

COMMUNICATIE

Frugi Venta houdt persoonlijk contact met haar leden

- FV beantwoordt e-mail snel en adequaat.
- FV is telefonisch goed bereikbaar.
- FV organiseert thema- en netwerkbijeenkomsten en bedrijfsbezoeken in het hele land.

Frugi Venta communiceert digitaal

- FV zorgt dat haar website actueel en toegankelijk is.
- FV maakt voor (medewerkers van de) leden informatie-op-maat elektronisch beschikbaar.

CULTUUR

Frugi Venta is van de leden en voor de leden

- FV luistert naar de leden en handelt hiernaar voor zover het algemene ledenbelang dit toelaat.
- FV verwacht van haar leden actieve deelname aan de vereniging.
- FV handelt daadkrachtig als belangen van leden in het geding zijn, het resultaat telt.
- FV deelt informatie en kennis met andere organisaties als dit in het belang is van de leden.

Frugi Venta maakt helder waar ze voor staat

- FV is open en transparant, onder meer over haar activiteiten en hoe deze betaald worden.
- FV heeft een onderbouwde mening over relevante onderwerpen en brengt deze actief naar buiten.

...aaruit Frugi Venta tot 2015 handelt. In de visie
...ke positie Frugi Venta inneemt ten aanzien van
...rends, zowel op het speelveld van de leden als
...an op de twee aparte Trendskaarten.

ROL

Frugi Venta ziet voor zichzelf een actieve rol in de gehele groente- en fruitketen

SAMENWERKING FRUGI VENTA EN DUTCH PRODUCE ASSOCIATION

Inkrimpings van het Productschap Tuinbouw is in 2012 al ingezet en leidde tot het afstoten van taken per 2013. Dit betrof voornamelijk ketengerelateerde zaken zoals standaardisatie van berichtenverkeer in de keten, promotie en afzetstatistiek van groente en fruit. De financiering van dit soort projecten werd deels gedaan uit de heffingen, opgebracht door de groente- en fruithandelaren en door de diverse teeltfondsen.

Uit de achterban van Frugi Venta en DPA zijn in totaal 10 bedrijven actief geweest in een koplopersoverleg om te bezien of de voortzetting van de beëindigde activiteiten op een andere, gezamenlijke, manier gefinancierd kon worden. Het resultaat van dit overleg is dat er draagvlak is om een aantal activiteiten op te pakken. In welke vorm dat het beste zou kunnen, is nog niet uitgekristalliseerd. Inmiddels is door beide besturen wel besloten om de activiteiten van Frug I Com vanuit beide verenigingen te financieren.

FRUGI COM IN HUIS BIJ FV

De keuzes die het Productschap Tuinbouw-bestuur rond de jaarwisseling 2012 maakte, hadden tot gevolg dat de financiering vanuit het PT voor Frug I Com opdroogde.

Frug I Com is een zeer kennisgedreven stichting met een beperkt aantal medewerkers. Snel acteren was vereist om kennisbehoud te waarborgen. De keuze is gemaakt om de medewerkers in dienst te nemen en te huisvesten bij Frugi Venta en vervolgens te detacheren bij de stichting. Financiering vindt nu plaats vanuit DPA, GS1 Nederland en Frugi Venta.

PARTNERS

Frugi Venta brengt structurele samenwerking tot stand

MARKTTOEGANG CHINA

Inzake het dossier 'markttoegang voor peren China', gestart in 2006, zijn in 2012 belangrijke stappen voorwaarts gezet.

In augustus heeft een Chinese overheidsdelegatie een bezoek gebracht aan de perensector, een noodzakelijk onderdeel van de 'Pest Risico Analyse' die wordt uitgevoerd door China.

Gedurende een week is de gehele perensector, van boomkwekerij tot exporteur, in beeld gebracht. Mogelijke fytosanitaire risico's spelen de hoofdrol in dit dossier, maar ook voedselveiligheid krijgt steeds meer aandacht van de Chinese overheid.

Om de lobby op bedrijfsniveau te versterken, zijn in september vertegenwoordigers van Chinese supermarkten en importeurs uitgenodigd voor een bezoek aan de Nederlandse groente-, fruit- en uiensector. Hier wordt in 2013 een vervolg aan gegeven, Frugi Venta zal dan, specifiek voor exporteurs, een uitgaande handelsmissie naar China organiseren.



Jaco van Bruchem, beleidsmedewerker NFO:

"De NFO en Frugi Venta vullen elkaar aan bij het werken aan markttoegang voor China. Het samenbrengen van kennis over de teelt van fruit met kennis over de mogelijkheden van handelsorganisaties levert de best uitvoerbare overeenkomsten met nieuwe exportlanden op".

ACTIVITEITEN

Frugi Venta onderhandelt over arbeidsvoorwaarden

Begin december 2012 is er na vijf maanden onderhandelen een cao-akkoord bereikt. Het grote knelpunt was een afspraak over de solide financiering van de verplichte basispensioenregeling van Bpf AVH in 2013 en 2014. Frugi Venta stond op het standpunt, dat een pensioenkostenverhoging moest worden verrekend met de beschikbare loonruimte voor 2013 en 2014.

De kostendekkende financiering van de pensioenregeling is tot stand gekomen door verlaging van de jaarlijkse pensioenopbouw van 1,9 procent naar 1,6 procent, verlaging van de indexeringsambitie en verhoging van de totale pensioenpremie van 20 procent naar 22,75 procent van de pensioengrondslag. De premieverdeling tussen werkgever en werknemer veranderde niet. De werkgever betaalt 54 procent ofwel 12,3 procent, de werknemer 46 procent ofwel 10,45 procent. De pensioenregeling is gelijktijdig verbeterd door verlaging van de franchise van € 15.874 naar € 15.000.

Na deze pensioenafpraak is de cao snel tot stand gekomen. Over 2012 is er geen cao-salarisverhoging toegepast. De nieuwe cao loopt vanaf 1 juli 2012 t/m 30 juni 2014 met drie verhogingen: per 1-1-2013 1 procent, per 1-7-2013 0,75 procent en per 1-1-2014 1,25 procent.

PENSIOENVERPLICHTINGEN

De dekkingsgraad van de pensioenverplichtingen heeft zich in de loop van 2012 positief ontwikkeld, maar niet voldoende. Begin 2013 bedroeg de dekkingsgraad van de pensioenverplichtingen bij Bpf AVH 99 procent. Eind 2013 moet de dekkingsgraad volgens het herstelplan 105 procent bedragen. Daartoe is het noodzakelijk om de pensioenuitkeringen en opgebouwde pensioenaanspraken van alle deelnemers per 1 april 2013 met 2 procent te korten. Een moeilijk besluit, maar begin 2012 werd nog een korting verwacht van 5,25 procent. In 2013 zal Frugi Venta participeren in een studietoelichting bij Bpf AVH, die op basis van het landelijk Pensioenakkoord en de aangekondigde wijziging van de Pensioenwet een nieuw pensioencontract zal voorbereiden. De pensioenrichtleeftijd gaat vanaf 2014 omhoog naar 67 jaar. Vanaf 2015 moet Bpf AVH een keuze maken tussen het huidige nominaal contract met een vaste pensioentoezegging of een reëel pensioencontract met een voorwaardelijke toezegging, afhankelijk van de resultaten van

het fonds. Bij een reëel contract kan de pensioenregeling betaalbaar en houdbaar blijven bij onzekerder uitkomsten. De kans op inflatiecompensatie is bij een reëel contract groter. Deze complexe materie vergt onder andere een onderzoek bij de werkgevers en de deelnemers over hun risicobereidheid. Dit is voorzien in het vierde kwartaal van 2013.



NIEUWJAARSTRADITIE

Traditiegetrouw houdt Frugi Venta in de eerste week van het nieuwe jaar haar Nieuwjaarsreceptie in het Zalmhuis in Rotterdam. Hierbij werkt Frugi Venta nauw samen met DPA en N&S. Vaste onderdelen van het evenement zijn het AGF Debat, de uitreiking van de AGF Innovatieprijs en de bekendmaking van de M/V van het Jaar. Die eer viel in 2012 te beurt aan Anneke van de Kamp, destijds nog werkzaam bij het Productschap Tuinbouw. Zij kreeg deze onderscheiding vanwege de inspanningen die zij heeft geleverd om het PT op een positieve manier onder de aandacht te brengen van de achterban. De AGF Innovatieprijs werd uitgereikt aan 24Kitchen, de overige genomineerden waren Dutch Specials en Kokkerelli, the kids University of Cooking.

In 2012 is besloten dat de AGF Innovatieprijs 2012 tevens de laatste AGF Innovatieprijs is, die is uitgereikt. Het doel van de AGF innovatieprijs was bedrijven aan te sporen tot innovatieve activiteiten. De initiatiefnemers van de prijs, het college M/V van het Jaar, is van mening dat die opzet is geslaagd en dat de tijd nu rijp is voor nieuwe initiatieven.

LEDEN

Frugi Venta maakt lidmaatschap mogelijk voor alle bedrijven in de groente- en fruitketen

Een opvallende strategiewijziging houdt verband met de constatering, dat een rendabele en groeiende afzet van groente en fruit zeer gebaat is bij een nauwe samenwerking tussen teeltbedrijven, afzetorganisaties en handelsbedrijven. De voorheen heldere grenzen tussen de verschillende schakels in de keten zijn vervaagd. Alle schakels in de keten houden zich bezig met dezelfde thema's als maatschappelijk verantwoord ondernemen, product- en procesinnovaties, voedselveiligheid en toegang tot nieuwe markten door de afbraak van fytosanitaire belemmeringen.

Op basis van deze visie heeft de ledenvergadering ermeest ingestemd, dat het lidmaatschap van Frugi Venta wordt opengesteld voor meerdere soorten leden: naast de bestaande handelsbedrijven ook telersvereniging, logistieke dienstverleners, foodservicebedrijven en supermarktorganisaties. De gemeenschappelijke noemer is de afzetproblematiek met betrekking tot groente en fruit in binnen- en buitenland. De geprezen directe binding van het bestuur en de staf met de huidige leden mag geen schade oplopen door de verbreding van de werkingssfeer. Er worden meer ledenbijeenkomsten per Comité en over actuele thema's georganiseerd. De communicatie wordt gemoderniseerd met onder andere een wekelijkse digitale nieuwsbrief en een social mediastrategie. Frugi Venta zal haar rol als kenniscentrum voor alle marktpartijen en de overheid versterken. De informatie wordt online volledig toegankelijk voor alle leden.

FINANCIËN

De leden bekostigen Frugi Venta op vier manieren

Eind 2013 zal de collectieve heffing 'afzetbevordering uien' via het Productschap Tuinbouw eindigen. Daarom is gezocht naar alternatieve financiering. Tijdens de jaarlijkse ledenvergadering van de uienhandelaren in oktober 2012 is unaniem besloten tot het instellen van een verplichte bijdrage via het lidmaatschap van Frugi Venta om de promotie van de Nederlandse uien voort te kunnen zetten.



Jan van der Lans, directeur Van der Lans International BV:

"De gehele sector, inclusief de teler, zal profiteren van het initiatief van sorteerbebedrijven en exporteurs om samen te investeren in promotie van de Nederlandse uien wereldwijd. De combinatie van een kwalitatief uitstekend product plus de efficiëntie van de Nederlandse exporteur en logistieke afhandeling is een uniek marketinginstrument. Daarbij is het wel noodzakelijk dat het aspect kwaliteit de meeste aandacht krijgt van alle schakels in de keten om het imago van de Nederlandse ui op een hoog niveau te houden."

ORGANISATIE

Frugi Venta organiseert thema- en netwerkbijeenkomsten en bedrijfsbezoeken in het hele land

Door het jaar heen organiseert Frugi Venta diverse bijeenkomsten om leden bij elkaar te brengen. Verbreding van het netwerk, kennis vergaren en uitwisselen van ideeën staan daarbij centraal. Twee clubs die inmiddels een vaste plaats hebben gekregen, zijn de Agri Ladies en de Young Frugi Venta Business Club. In 2012 bracht de YFVBC een bezoek aan Microsoft in Amsterdam. Hier bleek dat de agf-sector nog niet klaar is voor 'Het nieuwe werken'. Thuis inloggen op de computer en geen vaste plaats aan een verkooptafel bleek voor de aanwezige handelaren geen optie.

De Agri Ladies brachten in 2012 een bezoek aan Ecoson, onderdeel van de Vion Food Group. Hier werd uitgelegd hoe Vion alle onderdelen van een varken gebruikt, ook de delen die niet direct geschikt zijn voor consumptie. Deze delen blijken dan wel weer goed te zijn als biobrandstof, of als onderdeel van tandpasta, porselein of gelatine.

Daarnaast zijn een aantal themabijeenkomsten georganiseerd voor diverse doelgroepen zoals de bijeenkomst voor HRM-managers in Nieuwegein.

COMITÉ GROENTEBEWERKERS

De wereld van de groentebewerkerbedrijven is volop in beweging met fusies, overnames en samenwerkingsmodellen. Dit uit zich in een sterke wisseling in de samenstelling van het Comité Groentebewerker. De leden van het Comité zijn eenmaal bijeen geweest om zich te laten informeren over de vele relevante, specifieke en generieke onderwerpen die spelen ten aanzien van hun specialistische activiteiten. De Comitéleden steunen van harte de activiteiten die plaatsvinden in de werkgroep 'kwaliteitsmanagers van de groentebewerkerbedrijven'.

COMMUNICATIE

Frugi Venta communiceert digitaal

Om de leden op de hoogte te houden van haar activiteiten, om input te vragen of om andere berichten kort en krachtig te communiceren, stuurt Frugi Venta wekelijks een nieuwsbericht per mail: de Frugi Flash.

Ook had Frugi Venta in 2012 een collectieve afspraak met het ketenblad CHAIN Magazine dat tweemaandelijks verschijnt. Door het jaar heen zijn diverse persberichten verzonden aan de vakpers en landelijke media. Met name de digitale nieuwsbrief AGF.nl van Uitgeverij Boekhout heeft een groot bereik onder onze leden en is bijzonder coöperatief in het plaatsen van nieuwsberichten. Journalisten van AGF.nl worden regelmatig uitgenodigd om bij bijeenkomsten aanwezig te zijn en hiervan verslag te doen.

CULTUUR

Frugi Venta is van en voor de leden

Lilia Trutnyeva,
Ravex International BV:

"In de loop van het afgelopen jaar heeft de samenwerking tussen de Rusland-exporteurs en Frugi Venta haar hoogste punt bereikt. Nog nooit waren concurrenten zo collegiaal. Wij hebben regelmatig met elkaar aan tafel gezeten om onze kennis en ervaringen te kunnen delen. Deze samenwerking heeft ook geleid tot contactlegging met het ministerie, regelmatige bezoeken waren daar het gevolg van. Er is niets belangrijker dan persoonlijke ervaring. Deze heeft dan ook geresulteerd in begrip tussen theorie en praktijk. Frugi Venta heeft ons dichter bij elkaar gebracht, het heeft ons sterker gemaakt en ons inzicht gegeven in zaken waarbij wij dat nooit voor mogelijk hadden kunnen houden. 2012 was het jaar van samenwerking, een samenwerking die heeft gezorgd voor een vruchtbare ondergrond. Wij vertrouwen erop dat deze samenwerking in 2013 haar vruchten zal afwerpen."

Frugi Venta richt haar aandacht bij voorrang op de volgende inhoudelijke onderwerpen

- Bevorderen van de afzet via kwaliteit, smaak en houdbaarheid; de snelheid in de keten; en promotie.
- Toegang voor leden tot buitenlandse markten.
- Innovatie die bijdraagt aan verbetering van het rendement in en duurzaamheid van de sector.
- Voedselveiligheid en crisismanagement.
- Fytosanitaire risico's.
- ICT en (keten)logistiek.
- Marktinformatie in binnen- en buitenland.
- Goed werkgeverschap.

INHOUD**Frugi Venta verbreedt de werkingssfeer van de vereniging en versterkt de band met de leden**

- FV gaat door met de bijeenkomsten van de comités, per productgroep en handelsfunctie.
- FV verstevigt de band met de jongere generatie door bijzondere programma's.
- FV organiseert bijeenkomsten over actuele thema's.
- FV vraagt vaker inbreng van leden op specifieke thema's.
- FV maakt ieder bestuurslid verantwoordelijk voor een (actueel) thema en contactpersoon voor de staf.
- FV biedt op maat nieuws aan alle (werknemers van) leden.
- FV maakt gegevens online toegankelijk voor de leden.
- FV ontwikkelt een social media strategie.

VERENIGING EN LEDEN**Frugi Venta werft actief leden**

- FV stelt zich open voor telers, telersverenigingen, retail en foodservice-bedrijven.
- FV werft actief leden die zich bezighouden met de afzet van groente en fruit.
- FV maakt lidmaatschap financieel aantrekkelijker door collectief in te kopen voor de leden.

Haar
Frugi
in 20
uitvo
ha

Met deze Actiekaart maakt Fru
een overzicht van de eerste acties o
in de praktijk te brengen. Frugi
aan

De start Frugi Venta (FV) 2012 met het doel van de realisatie van haar visie?

NETWERKEN

Frugi Venta bouwt aan andersoortige netwerken

- FV vermindert de 'bestuurderitus' door bedrijfsmatige aanpak en efficiëntere overlegstructuren.
- FV ontwikkelt een internationaal netwerk met zusterorganisaties om kennis en activiteiten uit te wisselen.
- FV bouwt directe contacten op in derde landen ten behoeve van de markttoegang.
- FV bouwt kennis en een netwerk op rond fytosanitair beleid, voedselveiligheid en crisismanagement.
- FV zoekt in andere branches naar bruikbare ideeën voor de leden.
- FV verzamelt en verspreidt 'best practices', met name op het gebied van MVO.
- FV verbreedt haar netwerk naar kennisinstellingen en organisaties buiten de sector zoals NGO's.
- FV wordt selectiever in het medebestuur van allerlei organisaties.
-

WERKORGANISATIE

Frugi Venta verstevigt de eigen werkorganisatie

- FV ontwikkelt zich tot organisatie voor collectieve innovatie en ontwikkeling.
- FV profileert haar politieke lobby en versterkt haar public relations.
- FV versterkt haar rol als kenniscentrum.
- FV draagt zorg voor continue kennisverdieping en ontwikkeling van haar staf.
- FV verbetert kennisoverdracht door archivering en ICT.
- FV kiest de rol van regisseur en gaat meer delegeren, via gerichte uitbesteding met resultaatverplichting.
- FV werkt bedrijfsmatig, praktisch en is wars van procedures: het resultaat telt.
- FV maakt keuzes in wat wel en wat niet te doen.
-

ACTIVITEITEN EN KOSTEN

Frugi Venta is helder over activiteiten en kosten

- FV maakt concreet wat leden krijgen voor de contributie.
- FV maakt concreet wat leden krijgen voor aanvullende financiële bijdragen.
- FV maakt concreet welke diensten ze aanbiedt aan (collectiviteiten van) leden en tegen welke prijs.
- FV communiceert haar activiteiten middels jaarverslag, website, nieuwsbrieven en social media.
- FV presenteert jaarlijks een activiteitenplan op de algemene ledenvergadering en legt hier verantwoording over af.
- FV voert een adequate activiteitenadministratie.
-

Frugi Venta haar visie concreet. De kaart geeft
de activiteiten die Frugi Venta gaat ondernemen om haar visie
te realiseren. Frugi Venta zal jaarlijks de Actiekaart aanpassen
aan actuele thema's.

INHOUD

Frugi Venta richt haar aandacht bij voorkeur op de volgende inhoudelijke onderwerpen

○ Toegang voor leden tot buitenlandse markten

ONTWIKKELINGEN VS

Via verschillende dossiers wordt gewerkt aan verbetering van de exportmogelijkheden naar de VS. Zo is, in overleg met overheid en teeltorganisaties, versoepeling van het protocol voor paprika's tot stand gekomen, ingesteld na sluiting van de grens eind 2009. Inzet blijft het volledig opheffen van de monitoring. De export van tomaten is in 2012 verder onder druk komen te staan door nieuwe VS wetgeving met een verbod op 'groene delen'.

Om markttoegang te verkrijgen voor appels en peren werken zeven EU-lidstaten, waaronder Nederland, aan een gezamenlijk protocol. Hiertoe werkt Frugi Venta nauw samen met overheid, Freshfel en NFO.

○ Samenwerking met overheid

Meeuwes Brouwer, Chief Phytosanitary Officer, Ministerie van Economische Zaken:

"Op het Ministerie van Economische Zaken (EZ) maakt het 'derde landenteam markttoegang fyto-sanitair' samen met het team 'internationaal' van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) zich sterk om markttoegang voor onder andere groente- en fruitproducten in landen buiten de EU te behouden en te vergroten. Bestemmingslanden kunnen onverwacht hun fyto-sanitaire regelgeving, procedures of eisen veranderen waardoor een markt moeilijk of niet toegankelijk wordt. Deze ontwikkelingen kunnen gevolgen hebben voor de Nederlandse exportmogelijkheden. Inzet op markttoegang is dan ook één van de prioriteiten van het Nederlandse exportbeleid om het bedrijfsleven te steunen. Een goede afstemming met Frugi Venta is cruciaal voor het fyto-sanitaire derde landenwerk. Er vindt dan ook regelmatig overleg plaats met de vertegenwoordigers van Frugi Venta. Op deze wijze worden de twee teams van EZ en NVWA gevoed met nieuwe signalen uit de markt en wordt informatie gedeeld over de laatste fyto-sanitaire ontwikkelingen in de voor de groente- en fruitsector prioritaire afzetlanden".

Caroline Berenschot Feitel, Ambassade Washington:

"2013 wordt een uiterst belangrijk jaar voor de trans-Atlantische handelsrelatie nu zowel de VS als de EU hebben bevestigd geïnteresseerd te zijn in een mogelijke Trans-Atlantic Free Trade Agreement (TAFTA). De handel in landbouwproducten en de daaraan gelinkte SPS-zaken (Sanitary and Phytosanitary) zullen een prominente rol spelen bij de onderhandelingen. Gezien de substantiële marktkansen, die een vrijhandelsverdrag tussen de twee nu al (!) grootste handelspartners wereldwijd met zich meebrengt, is de hoop dat in de spirit van deze (intensieve) samenwerking ook diverse veterinaire fyto-sanitaire handelsbeperkingen kunnen worden gereduceerd."

GROEIKANSSEN IN BRIC-LANDEN

De totale afzet van Nederlandse groente, fruit en uien binnen de EU laat de afgelopen jaren een daling zien. Dit benadrukt het belang van het openen van nieuwe markten. Vooral de zogenoemde 'BRIC-landen' (China, Brazilië en India), met hun enorme inwonersaantallen en groeiende welvaart, zijn potentiële afzetmarkten voor de sector. Voor diverse producten; appels, peren, paprika, tomaat, ui zijn, in samenspraak met exporteurs en Ministerie, aanvragen ingediend bij de betreffende buitenlandse autoriteiten. De afgelopen jaren hebben echter wel geleerd dat een lange adem vereist is!

Kees Oskam, directeur Handelsmaatschappij Jan Oskam BV:

"Uit ervaring weet ik dat dit zeer intensieve en langdurige procedures zijn. En juist door de optimale combinatie van diplomatie en kennis van regelgeving bewijst Frugi Venta haar meerwaarde. Het bedrijfsleven voegt daar een stuk doorzettersmentaliteit en lef aan toe en zo moet er tot resultaat gekomen worden. Wat dat betreft hoop ik in het jaarverslag 2013 melding te kunnen maken van bereikte resultaten van mijn persoonlijke samenwerking met de beleidsmedewerkers van Frugi Venta."

INITIATIEF DUURZAME HANDEL

Medio 2010 hebben Productschap Tuinbouw en Frugi Venta bedrijven gefaciliteerd en gelobbyd om ook groente en fruit op te nemen in het Initiatief Duurzame Handel (IDH). Koffie, cacao, hout en vele andere producten gingen ons voor. Het initiatief richt zich met name op sociale duurzaamheid bij sourcing van importgoederen. Enkele leden met ervaring op dit vlak hebben

de voortrekkersrol op zich genomen en samen met Nederlandse retailers en dragende organisaties in 2012 een convenant getekend om stapsgewijs te komen tot een 100 procent duurzame groente- en fruithandel in 2020.

CLIENT EXPORT

Het aanvragen en afhandelen van inspecties bij export luistert zeer nauw en verandert frequent als gevolg van wensen en eisen van derde landen. Vanaf 2006 is gewerkt aan de automatisering van dit proces. Dit resulteerde in 2011 in de eerste actieve gebruiker: Hispa Fruit BV. De geboden mogelijkheden zijn afhandeling via webschermen of een al dan niet volledige koppeling met het bedrijfseigen automatiseringssysteem. Hispa koos voor de laatste optie. Vanaf begin 2012 maken ook de uien-exporteurs volop gebruik van Client Export. Medio 2012 werd bekend dat de andere groente- en fruithandelaren per 1 februari 2013 moesten volgen. Met medewerking van Frug I Com zijn diverse voorlichtingssessies georganiseerd en werd individuele ondersteuning aan bedrijven geboden. Hoewel de overheid ruim 10 miljoen euro in het project heeft geïnvesteerd, weten we inmiddels dat ook Client Export de valkuilen van automatiseringsprocessen kent. De overtuiging dat deze ontwikkeling de sector uiteindelijk vooruit helpt, is gebleven.

Rolf Keur,

Hoofd Buitendienst Kwaliteits Controle Bureau:

“Het KCB is zeer nauw betrokken bij de testen van Client Export. Frugi Venta heeft in samenspraak met de sector een aantal testbedrijven benaderd om kinderziekten te tackelen maar ook om wensen met betrekking tot het automatiseringssysteem te realiseren. Naast de individuele begeleiding bij bedrijven, heeft het KCB instructiedagen georganiseerd waar bedrijven konden oefenen met de webschermen. Deze instructiedagen zijn goed bezocht door leden van Frugi Venta. Frugi Venta heeft bij bedrijven benadrukt dat Client Export bijdraagt aan de ontwikkeling van digitale certificering van exportzendingen. Tot slot kan ik zeggen dat het KCB de bijdrage van Frugi Venta en de NVWA - die nodig bleken te zijn voor de totstandkoming van de implementatie van Client Export - zeer heeft gewaardeerd.”



VERENIGING EN LEDEN

- **Frugi Venta verbreedt de werkingsfeer van de vereniging en versterkt de band met de leden**

FYTOSANITAIR BELEID

Beleid ten aanzien van plantgezondheid, het 'fyto sanitair beleid', staat hoog op de agenda van Frugi Venta, vanwege de grote economische belangen en de eisen die op dit gebied aan onze (export)producten worden gesteld. Het is voor de sector van groot belang zich bewust te zijn van de risico's op insleep en verspreiding van organismen, die onze import- en exportstromen met zich meebrengen. Ook het verkrijgen van markttoegang hangt vaak direct samen met fyto sanitaire eisen van het ontvangende land.

Om deze bewustwording te vergroten, is eind november 2012, met medewerking van het ministerie van EZ en de NVWA, door de Werkgroep Fyto sanitair Beleid (Frugi Venta en DPA) een informatiebijeenkomst georganiseerd voor de 'Fyto contactpersonen'.

In augustus 2012 werd de sector opgeschrikt door de vondst van de Pepper weevil (snuitkever) in het Westland. Door daadkrachtig optreden van het bedrijfsleven (teelt en handel) en de overheid is de lokale besmetting adequaat uitgeroeid. Een continue monitoring in 2012 bij teeltbedrijven, pakstations en importeurs heeft niet tot nieuwe vondsten geleid. Importbeperkende maatregelen van andere landen zijn uitgebleven.

AD KLAASSEN, SECRETARIS DPA

"Fyto sanitaire problemen zijn alleen oplosbaar als er wordt samengewerkt in de keten. Afgelopen jaren zijn we geconfronteerd met de paprika snuitkever en Afrikaanse fruitmot. Teelt, afzet en handel hebben intensief samengewerkt om hier een oplossing voor te vinden.

Frugi Venta en DPA hebben het overleg van kwaliteitsmanagers opgezet, de werkgroep fyto sanitair beleid en de werkgroep BRC/IFS. En wanneer er specifieke onderwerpen zijn, worden teelt en retail erbij betrokken. De samenwerking zal alleen maar intensiever worden".



Monique Gerrits-Verdel, Senior beleidsmedewerker, NVWA:

"De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) vertegenwoordigt, in opdracht van het ministerie van Economische Zaken (EZ), maandelijks de Nederlandse belangen in het Permanent Fyto sanitair Comité (PFC) in Brussel. Tijdens dit Comité worden gezamenlijke EU-brede maatregelen besproken om ervoor te zorgen dat er geen schadelijke organismen binnenkomen in de EU of binnen de EU worden verspreid door interne handel van onder andere groente en fruit. Deze maatregelen kunnen gevolgen hebben voor de Nederlandse teelt of importmogelijkheden van groente en fruit. De NVWA stemt hiertoe het Nederlandse standpunt voorafgaand aan het Comité zoveel mogelijk af met keuringsdiensten, diverse afdelingen van de NVWA en het Ministerie van EZ over de uitvoerbaarheid van maatregelen. Daarnaast vindt afstemming plaats met Frugi Venta indien het maatregelen betreffen die van invloed kunnen zijn op de handel van groente en fruit. Door elkaar goed op de hoogte te houden, van wat er in Europees verband speelt, kunnen via korte lijnen direct de juiste signalen aan de Europese Commissie worden gegeven, om tot een goed uitvoerbaar maatregelenpakket te komen met optimale fyto sanitaire bescherming zonder al te veel handelsbelemmeringen."

NETWERKEN

○ Frugi Venta bouwt een kennisnetwerk op rond crisismanagement

PERMANENT CRISISTEAM

De intensieve samenwerking tussen verschillende vertegenwoordigers van brancheorganisaties die is gegroeid tijdens de EHEC-crisis, is voortgezet in de formele vorm van het Crisisteam Voedingstuinbouw. Er wordt gewerkt met een kernteam dat voorbereidingen treft en meldingen beoordeelt en proactief afhandelt. Het kernteam kan snel tot acties overgaan en per situatie besluiten of uitbreiding van het team met meer belanghebbenden of specialisten gewenst is. Het proces en de communicatie worden vanuit het Productschap Tuinbouw stevig ondersteund. In 2012 zijn definities en afspraken gemaakt rond verschillende typen crises. Verschillende incidenten zijn door het team behandeld, geen van allen leidden tot een echte crisis. Deelnemers in het kernteam zijn LTO, DPA en Frugi Venta. Afhankelijk van het thema nemen ook PlantumNL en het CBL deel.

Geert Pinxterhuis, woordvoerder Productschap Tuinbouw:

“De productie en afzet van groente en fruit is een zorgvuldig proces. Soms ontstaan probleempjes, het oplossen hiervan is meestal routinewerk. Soms is sprake van een incident, of een ernstig incident of zelfs een crisis. Dit kan gevolgen hebben voor meer partijen in de afzetketen: bijvoorbeeld bij een recall, als product vernietigd moet worden of als een afzetmarkt wegvalt. Voor je het weet is er effect op de prijsvorming en loopt de schade fors op. Snel en adequaat ingrijpen beperkt (financiële en reputatie)schade. Door dit als partners in de groente- en fruitketen samen te doen, is de situatie bij een incident of crisis sneller en beter in te schatten. Dat leidt tot een beter inzicht in maatregelen die de totale schade kunnen beperken en hoe en met wie die maatregelen zijn uit te voeren. Door goede samenwerking is tevens voortijdig actie te ondernemen, waarmee risico's eerder in beeld zijn en geminimaliseerd kunnen worden. Ook daar hebben alle partijen baat bij. Om die reden is een gezamenlijk draaiboek voor risico- en crisisbeheersing met zogeheten netwerkkaarten uitgewerkt en een kernteam met vertegenwoordigers van ketenpartijen ingesteld. De coördinatie ligt nu bij het Productschap Tuinbouw. Dat zal bij het verdwijnen van het PT snel op een andere plek moeten worden geborgd.”

AGROLOGISTIEK NETWERK

Stimulering en support van agro logistieke innovaties heeft tien jaar lang in een gezamenlijk platform van overheid en bedrijfsleven een vruchtbaar bestaan gekend, met Frans Tielrooij als drijvende kracht en boegbeeld van het platform. Fresh Corridor is een van de programma's die werd ondersteund. Het programma Fresh Corridor heeft in de loop der jaren tientallen bedrijven in de groente- en fruitsector bij elkaar gebracht en geleid tot nieuwe logistieke modaliteiten. De overheid heeft na tien jaar de financiering van het Agrologistiek platform afgebouwd. Het initiatief is opgevolgd door het Agrologistiek netwerk, onder voorzitterschap van Herman de Boon. Doel is nog altijd het ondersteunen van agro logistieke initiatieven en door voortdurende samenwerking tussen bedrijfsleven en overheid eventuele belemmeringen aan te pakken.



NEUTRAAL LOGISTIEK PLATFORM

Er is veel logistieke informatie in omloop die veelal niet maximaal effectief wordt ingezet. De uitdaging is om daar als BV Nederland meer uit te halen. Dat vraagt om nieuwe afspraken en samenwerkingsvormen tussen uiteenlopende partijen. Het Topsectorenbeleid heeft geleid tot de wens een uitwisselingsplatform van ICT-gegevens op te zetten voor de logistiek: het NLIP. Het betreft een open ICT-platform voor effectief (her)gebruik door zowel de private als de publieke sector. Het ICT-deelproject rond importstromen met reefercontainers uit het programma Fresh Corridor is door Frugi Venta voorgedragen en door het NLIP-project geaccepteerd als een van de drie nader uit te werken pilotprojecten.

WERKORGANISATIE

○ Frugi Venta versterkt haar rol als kenniscentrum

VOORSPELLINGSMODEL LISTERIA

Listeria monocytogenes kan voorkomen in diverse voedingsmiddelen waaronder groente en fruit, maar ook in overige producten die groentebewerkingsbedrijven verwerken in verse salades. Producenten van ready-to-eat producten, zijn wettelijk verplicht om te bewijzen dat Listeria niet kan uitgroeien tot meer dan 100 kve/gram binnen de aangegeven houdbaarheidstermijn. De NVWA heeft hiervoor een protocol opgesteld waarin diep wordt ingegaan op het uitvoeren van 'challenge-tests'. Om deze kostbare test zoveel mogelijk te voorkomen, werken de Frugi Venta groentebewerkingsbedrijven samen aan het opstellen van een voorspellingsmodel, gefinancierd door het Productschap Tuinbouw. In het project vindt afstemming plaats met de NVWA. Het project loopt voorspoedig en het eindresultaat is voorzien in 2013.

Marcel Heythuisen, Hessing:

"Groentesnijbedrijven kunnen niet uitsluiten dat Listeria het productieproces kan binnendringen via de van nature met micro organismen besmette groente-grondstoffen. Het is dus van cruciaal belang dat er gedegen kennis beschikbaar is om dit risico adequaat te kunnen beoordelen. Het door Wijtzes Food Consultancy ontwikkelde voorspellingsmodel, gaat zorgen voor nieuwe inzichten omtrent een voor onze branche belangrijk micro organisme."

INVENTARISATIE MICROBIOLOGISCHE RISICO'S

Medio 2011 werd pijnlijk duidelijk dat de groente- en fruitsector zelf meer praktische kennis moet ontwikkelen over diverse microbiële organismen, om antwoord te kunnen geven op (toekomstige) vragen van klanten over de veiligheid in de keten. De bundeling van analyseresultaten tijdens de EHEC-crisis bleek waardevol in de communicatie. In onze sector heeft Food Compass al jaren ervaring met collectieve monitoring van residuen. Het Food Compass-bestuur is daarom gevraagd zich over deze materie te buigen. Er is een uitgebreide risicoanalyse opgesteld, voorzien van adviezen over de wijze van monsternamen, frequentie, analysebehoefte, analyse- en rapportagemethoden.

Deze analyse is gedurende het traject afgestemd met microbiologische experts die aangedragen zijn door de collega organisaties van Frugi Venta in België en Duitsland. Microbiologie kent heel andere eigenschappen dan residu-monitoring en is minder eenduidig. Middels uniforme werkwijzen, kunnen we de beschikbare kennis bundelen en daarmee in voorkomende gevallen het best mogelijke antwoord gaan geven.

Andreas Brügger, Geschäftsführer Deutscher Fruchthandelsverband:

Voor ons was de samenwerking met Frugi Venta in het project microbiologie het belangrijkste project dat we het afgelopen jaar hebben uitgevoerd. Het zal ons de komende jaren veel brengen. Niet alleen in de betekenis van voedselveiligheid en bescherming van de gezondheid van de consument, maar ook met het oog op een perfecte Europese samenwerking waar we als totale groente- en fruitsector van kunnen profiteren."





Interne organisatie per 1 januari 2013



FRUGI VENTA

voorzitter
C. den Hollander
9 bestuursleden

STAF

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

adm. / secr.

M. Meyer
M. Verheijen

Comité CAO-overleg

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

P & O Klankbordgroep

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

Commissie Import/ Export Derde Landen

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

Wergroep Fytosanitair Beleid

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

Wergroep Export Rusland

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

Comité Uienhandel

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

Comité Fruithandel

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

Comité Biohandel

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

Comité Groente- bewerkingsbedrijven

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

Wergroep Kwaliteitsmanagers

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

Comité Champignonhandel

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

Comité Voeding & Gezondheid

12 leden
voorzitter **C. den Hollander**
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:

Frugi Tel: Kortingen op telecommunicatie

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

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



REMEDIUM Agrarische Groothandel

Verzuimsteunpunt (verzuimbegeleiding, arbo, reïntegratie)

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

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

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

Food Compass: Voedselveiligheid / residumonitoring

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

Meer informatie: foodcompass@tuinbouw.nl of www.foodcompass.nl of bel (079) 347 06 01.

Frug I Com: Platform AGF Keteninformatie

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



Frug I Com biedt een platform voor de uitwisseling van ervaringen en nieuwe ontwikkelingen tussen de gebruikers en exploitanten van keteninformatiesystemen. Het gebruik van elektronische berichten is onontbeerlijk om te kunnen voldoen aan de traceerbaarheidseisen van de (inter)nationale afnemers en de overheid (General Food Law). Er wordt nauw samengewerkt met GS1 Nederland.

Meer informatie: www.frugicom.nl

Stichting Afzetbevordering Ui

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

De Stichting heeft een aantal 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 2013

Naam	Bedrijf en plaats	Telefoon	E-mail
Frans van Aarle	Gebr. van Aarle BV, Schijndel	(073) 5441919	frans@aarlegebrs.nl
Ron de Greeff	Langfruit BV, Venlo (vicevoorzitter)	(077) 3236666	rdgreeff@langfruit.nl
Shawn Harris	Nature's Pride	(0174) 525900	shawn@naturespride.nl
Thijs van den Heuvel	Olympic Fruit BV, Barendrecht	(0180) 646200	mb.vandenheuvel@olympicfruit.com
Edwin Noordermeer	Tuinderij Vers BV, Brielle	(0181) 485112	e.noordermeer@tuinderij-vers.nl
Harro van Rossum	Combilo BV, Waddinxveen	(0180) 446700	h.van.rossum@combilo.nl
Philip Smits	The Greenery BV, Barendrecht	(0180) 655911	p.smits@thegreenery.com
Joop Vernooij	Fruitbedrijf J.C. Vernooij BV, Vleuten	(030) 6771859	j.vernooij@vernooij-vleuten.nl
Jaap Wiskerke	Wiskerke Onions BV, Kruijningen	(0113) 382210	jwk@wiskerke-onions.nl
Cees den Hollander	Voorzitter		denhollander@frugiventa.nl
Gert Mulder	Directeur		mulder@frugiventa.nl
Leo Welschen	Secretaris		welschen@frugiventa.nl
Wilma van den Oever	Beleidsmedewerker		vandenoever@frugiventa.nl
Inge Ribbens	Beleidsmedewerker		ribbens@frugiventa.nl
Peter Verbaas	Beleidsmedewerker		verbaas@frugiventa.nl
Henk Molenaar	Administrateur		molenaar@frugiventa.nl



Externe vertegenwoordigingen per 1 januari 2013

Hoofdbedrijfschap Agrarische Groothandel (HBAG)

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

Productschap Tuinbouw (PT)

- Bestuur
- Begrotingscommissie
- Sectorcommissie Groenten en Fruit
- Global GAP College van Deskundigen

GroentenFruit Bureau

- Bestuur
- Commissie Generieke Promotie
- Zachtfruit Collectief
- Commissie Ui
- Commissie Fruit
- Commissie Champignons
- Stuurgroep Promotie Vruchtgroenten Duitsland

Nationale Tuinbouw Raad (NTR)

- Bestuur

VNO-NCW

- Groothandelsplatform

Nederlands Verbond van de Groothandel (NVG)

- Bestuur

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

- Bestuur
- KCB-Commissie Toezicht Kwaliteitsvoorschriften Groenten en Fruit

Agro Quality Support (AQS)

- Bestuur

Freshfel Europe

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

Stichting Bedrijfspensioenfonds voor de Agrarische en Voedselvoorzieningshandel (Bpf AVH)

- Bestuur
- Bpf AVH Beleggingscommissie

Stichting Vrijwillig Vervroegd Uittreden/ Stichting AGF Groothandelsfonds

- Bestuur
- Scholingscommissie AGF-Groothandelsfonds

Stichting Preventiefonds

- Bestuur

Ministerie van Economische Zaken

- Netwerk Platform Agrologistiek
- Fytosanitair Programma Overleg EZ

Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit (NVWA)

- Klankbordgroep Tuinbouw Handel/
PD Werkgroep Inspectieregime

Fresh Corridor

- Projectbestuur
- Diverse stuurgroepen

Greenport Holland

- Bestuur
- Management Group

Topteam Tuinbouw en Uitgangsmaterialen

- Bestuur

Green Rail Stuurgroep

Klankbordgroep Greenport Zuid-Holland

Nationaal Logistiek Informatie Platform

- Klankbordgroep

Fruitpact

- Stuurgroep
- Themagroep Markt
- Themagroep Logistiek

Client Export

- Bestuur

Gebruikersgroep EV-PD

PEX

Kamer van Koophandel Rotterdam

Stichting Fair Produce Nederland

- Bestuur

Crisisteam Voedingstuinbouw

- Kernteam

Nationaal Technische Werkgroep GlobalGap

- Lid

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



900

900

903

901

1027

1028

1025

1023

1021

1022

1024

1026

1029

1030

1031

1032

1033

1034

1035

1036

1037

1038

1039

1040

1041

1042

1043

1044

1045

1046

1047

1048

1049

1050

1051

1052

1053

1054

1055

1056

1057

1058

1059

1060

1061

1062

1063

1064

Frugi Venta Commissie, Comités en (Net)werkgroepen

Comité Biohandel

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

Comité Champignonhandel

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

Comité Fruithandel

Zweert van Aalsburg	Fruitmasters Holland BV
Wout van Es	Fruit World Breda BV
Gert Mulder	Frugi Venta
Floor van Os	Firma J.C. van Os
Cees Oskam	Handelmij Jan Oskam BV
Kees van Ossenbruggen	Van Ossenbruggen Fruit BV
Jan Timmermans (voorzitter)	C.G. Timmermans & Zn. CV
Cees Verheij	VOF Corn. Verheij en Zn.
Corrie Verheij-Hofs	Hofs Fruit Company BV
Joop Vernooij	Fruitbedrijf J.C. Vernooij BV
Leo Welschen (secretaris)	Frugi Venta
Bert Wilschut	The Greenery BV

Comité Groentebewerkingsbedrijven

Fabianne Huis in 't Veld (adviseur)	Productschap Tuinbouw
Gert Mulder	Frugi Venta
Edwin Noordermeer (voorzitter)	Tuinderij Vers BV
Chris Rietveld	Hessing Uden BV
Peter Verbaas (secretaris)	Frugi Venta
Roel van der Zande	Groentehof BV

Commissie Import/Export Derde Landen

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

Comité Uienhandel

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

Comité Voeding en Gezondheid

Rob Baan	Koppert Cress BV
Ingmar van den Doel	The Greenery BV
Auke Ferwerda	Rijk Zwaan BV
Frans Hagens	Nedalpac BV
Jan van Heijningen	Best Fresh Group / Eminent Food BV

Cees den Hollander	Frugi Venta
Demis van Kouwen	Van Gelder BV
Gert Mulder	Frugi Venta
Wilma van den Oever	Frugi Venta
Marjolein Okkinga	Vroegop-Windig BV
Arnoud van Os	Peter van Halder BV
Kees Valstar	Valstar Holland BV
Jan-Willem Verloop	Nature's Pride BV
Martin de Vries	Univeg BV
Michael Wilde	Eosta BV

Comité CAO-overleg

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

P & O Klankbordgroep CAO-overleg

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

Young Frugi Venta Business Club

Martijn de Graaf	Yex BV
Lennart van den Heuvel	Hoofdman-Roodzant BV
Wilma van den Oever (secretaris)	Frugi Venta
Marjolein Okkinga	Vroegop-Windig

Werkgroep Export Rusland

Lennart van den Heuvel	Hoofdman Roodzant BV
Michel Hoogendoorn	The Greenery BV
Elena Malkova	Hillfresh BV
Inge Ribbens (secretaris)	Frugi Venta
Rien Simonse	The Greenery BV
Jan Willem van Spithoven	Roveg Fruit BV
Lilia Trutnyeva	Ravex International BV
Alexander Visser (voorzitter)	Alexport BV
Maartje Vullings	Fruitmasters BV
Klaas Wijdenes	Handelmaatschappij
	J.P. Beemsterboer BV
	Wiskerke Onions BV

Jaap Wiskerke

Werkgroep Fytosanitair Beleid (met DPA)

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

Werkgroep Kwaliteitsmanagers Groentebewerkingsbedrijven

Els Cornelissen	Vezet BV
André Dijk	Hessing BV
Arne Dijkstra	W. Heemskerk BV
Gert Jan Eggers	QPI BV
Tanja Gijsen	Van Gorp Greenfood BV
Francis Guffens	Chiquita Food Innovation BV
Marcel Heythuyzen	Hessing Uden BV
Johan Hoogland	Vroegop-Windig BV
Fabianne Huis in 't Veld (adviseur)	Productschap Tuinbouw
Jeanette Koedijk	T. van der Plas BV
Johan van der Leer	Hillfresh International BV
Klaas van der Marel	Fresh Care Convenience BV
Annesiet Siebenga	W. Heemskerk BV
Simone Varekamp-Van Vliet	Tuinderij Vers BV
P. Verbaas (voorzitter)	Frugi Venta





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