

Productschap Wijn
Toekomstverkenning



PW Toekomstverkenning



Productschap Wijn
Toekomstverkenning

Vastgesteld door het bestuur
op 2 november 2005

Inhoud

SAMENVATTING	7
Inleiding	7
Trendanalyse wijnsector	7
Koers van het Productschap Wijn	8
Governance	9
Conclusie	9
Bijlage bij de samenvatting	10
1. INLEIDING	13
1.1 Aanleiding	13
1.2 Vraagstellingen	13
1.3 Verantwoording	13
2. OMGEVINGSANALYSE	15
2.1 Netwerk	15
2.2 Trendanalyse	16
2.2.1 Economische ontwikkelingen	16
2.2.2 Maatschappelijke ontwikkelingen	18
2.2.3 Ontwikkelingen vakbonden	19
2.2.4 Institutionele ontwikkelingen	19
2.3 Conclusies en follow-up: betekenis voor het bedrijfslichaam	20
3. KOERS VAN HET SCHAP PRODUCTSCHAP WIJN	23
3.1 Missie en doel	23
3.2 Hoofdfuncties	23
3.3 Hoofdpunten van beleid	24
3.4 Hoofdconclusies over het draagvlak en toekomstvisie	25
3.5 Conclusie	26
4. GOVERNANCE	29
4.1 Bestuur	29
4.2 Beleidsvorming	29
4.3 Bedrijfsvoering	29
4.4 Verantwoording	30
4.5 Samenwerking	30
4.6 Conclusie	31
5. TOEKOMSTIGE TAKEN	33
5.1 Taakopvatting	33
5.2 Huidig en toekomstig takenpakket	34
5.2.1 Overlegplatform bedrijfsleven en internationale overheid (Brussel) en nationale overheid	34
5.2.2 Wijninformatiecentrum voor de wijnbranche (handelsbevordering) en de consument (voorlichting)	35
5.2.3 Sociaal-economische aangelegenheden en onderwijs	36
5.2.4 Milieuaangelegenheden	37
5.2.5 Voedselveiligheid	37
5.2.6 Markt- en wetenschappelijk onderzoek	38
5.2.7 Stimuleren verantwoord alcoholgebruik en verantwoorde reclame (maatschappelijk verantwoord ondernemen)	39
5.3 Financiering	40
5.4 Medebewind	40
6. UITDAGINGEN VOOR DE TOEKOMST	43
BIJLAGE	45
Samenvatting en conclusies draagvlakonderzoek	45

Samenvatting

Samenvatting

INLEIDING

In november 2004 heeft het kabinet besloten dat er een toekomstgerichte discussie over de PBO noodzakelijk is. De productschappen is verzocht een toekomstvisie op te stellen en een draagvlakmeting uit te voeren. Aan de hand van de toekomstvisies en de uitkomsten van de draagvlakmetingen zal het kabinet medio 2006 een standpunt formuleren over het functioneren van de productschappen. In het kader van de opdracht van het kabinet heeft het Productschap Wijn een aantal ondernemingen in de sector geconsulteerd over het te voeren beleid in de nabije toekomst (2006-2010). Al eerder, in 2004, had het productschap tezamen met de andere akkerbouwproductschappen, de toekomstvisie "Op weg naar 2010" geschreven.

Op basis van input van de geconsulteerde ondernemingen en met de nota "Op weg naar 2010" als uitgangspunt, is de Toekomstvisie Productschap Wijn geschreven. Dit schrijven is daarvan de samenvatting. Naar aanleiding van de resultaten van de draagvlakmeting zal de definitieve toekomstvisie worden geschreven en worden aangeboden aan het kabinet.

Achtereenvolgens komen in deze samenvatting de volgende punten aan de orde:

- trendanalyse wijnsector
- koers van het Productschap Wijn
- governance
- conclusie

TRENDANALYSE WIJNSECTOR

De wijnconsumptie in Nederland stijgt licht. Het marktaandeel van wijn uit landen buiten Europa neemt toe. Het assortiment wordt breder. Dit is het gevolg van globalisering en een verdere liberalisering van de wereldhandel en de bredere voorkeur van de Nederlandse consument. Er is voorts sprake van een toenemende concurrentie op de Nederlandse markt. Het is voor ondernemingen meer dan ooit zaak om kostenefficiënt te werken.

Het belang van de supermarkten neemt toe, zowel aan de importzijde als aan de verkoopzijde. De positie van met name de kleinere importeurs en de kleinere detailisten staat onder druk. De situatie wordt benaderd waarin een relatief klein percentage van het totale aantal importeurs (ong. 20%) verantwoordelijk is voor het grootste deel (ong. 80%) van de totale import van wijn.

Ondernemers moeten voldoen aan meer en strengere regelgeving. Besluitvorming vindt in toenemende mate plaats in Brussel. Het besluitvormingsproces in Brussel en Den Haag wordt door veel ondernemers als ondoorzichtig en moeilijk te beïnvloeden ervaren. Het ontbreekt dan ook aan goede communicatie tussen overheid en bedrijfsleven. Het vertrouwen in (overheids-)instituties neemt af.

KOERS VAN HET PRODUCTSCHAP WIJN

Het Productschap Wijn heeft als wettelijke taak om, indachtig het algemeen belang, het collectieve belang van de ondernemingen in de sector en de personen die daarin werkzaam zijn te behartigen. Hierbij heeft het Productschap Wijn als uitgangspunt dat alleen die activiteiten door het productschap worden verricht, die de brancheorganisaties niet kunnen of willen uitvoeren.

Een overzicht van de hoofdtaken van het productschap nu en in de komende jaren is opgenomen in de bijlage bij deze samenvatting.

De resultaten van de draagvlakmeting geven geen aanleiding het huidige takenpakket te wijzigen. Ook de consultatie van de dragende organisaties noopt hier niet toe. Wel zullen de accenten anders worden gelegd.

Het productschap zal zich, in nauwe samenwerking met de brancheorganisaties, nadrukkelijker bemoeien met de totstandkoming van overheidsregelgeving om overbodige en kostenverhogende regelgeving zoveel mogelijk te voorkomen. Het productschap wil zich in de toekomst aldus meer gaan profileren als collectieve belangenbehartiger. Daarnaast zullen voorlichting, educatie, arbo-zaken, milieu, voedselveiligheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen bij het productschap een hogere prioriteit krijgen.

De uitgaven ten behoeve van marktonderzoek en het wetenschappelijk onderzoek zullen aanzienlijk dalen.

Het productschap zal zich zoveel mogelijk terugtrekken uit die taakgebieden die in het private domein horen. Het productschap dient zich op die terreinen te bewegen waar "deelsectoroverschrijdende belangen" zijn en/of het algemeen belang in het geding is. Dit bevordert tevens de herkenbaarheid en het draagvlak.

Teneinde een krachtiger geluid te kunnen laten horen op het "alcoholdossier" zal, waar mogelijk, de samenwerking met de bier- en gedistilleerdsector worden geïntensiveerd. Door modernisering en stroomlijning van de gezamenlijke werkmaatschappij van het Productschap Wijn, het Hoofdproductschap Akkerbouw, het Productschap Granen, Zaden en Peulvruchten en het Productschap Diervoeder zullen de kosten van de ondersteunende diensten (overhead) worden verlaagd. Tevens wordt gestreefd naar een verdergaande samenwerking met andere productschappen teneinde de kosten van ondersteunende diensten nog verder te kunnen verlagen en om te komen tot één loket voor alle productschappen.

De activiteiten van het productschap worden gefinancierd uit de heffing. De laatste jaren is de heffing sterk verhoogd. Deze verhoging was nodig om de reserves van het productschap, na terugbetaling van heffingsgelden,

weer op verantwoord peil te brengen. Hoewel de juridische procedures omtrent de rechtsgeldigheid van bepaalde heffingsverordeningen nog niet zijn afgerond, streeft het productschap naar een verlaging van de heffing van ± 40% met ingang van 1 januari 2006.

GOVERNANCE

Governance betreft de wijze waarop het schap beleid ontwikkelt in samenspraak met personen en organisaties die bij dit beleid betrokken zijn, alsmede de wijze van verantwoording.

Het beleid van het productschap wordt gemaakt door de vertegenwoordigers van de brancheorganisaties in het bestuur van het Productschap Wijn. Daarnaast bestaan op de belangrijkste werkterreinen van het productschap adviescommissies waarvan de leden door het bestuur zijn benoemd. De stukken en verslagen van de vergaderingen van het algemeen bestuur zijn via internet door iedereen in te zien. De bestuursvergaderingen zijn openbaar en dus voor iedereen toegankelijk.

Brancheorganisaties die in het bestuur zijn vertegenwoordigd moeten voldoende representatief zijn voor hun deelsector. De Sociaal Economische Raad (SER) heeft hiervoor regels gesteld. De meeste ondernemingen en vrijwel alle grote ondernemingen in de wijnsector zijn lid van een brancheorganisatie die vertegenwoordigd is

in het bestuur van het productschap. Het productschap kent daardoor relatief weinig "free riders". Evenwel wordt thans onderzocht op welke wijze deze groep van ondernemingen meer betrokken kan worden bij de besluitvorming van het productschap.

Samen met de andere productschappen en de SER wordt thans bestudeerd welke mogelijkheden er zijn of moeten worden gecreëerd om het democratisch gehalte en de transparantie van de productschappen verder te verbeteren.

CONCLUSIE

Het Productschap Wijn wil een kleine organisatie zijn en blijven met korte lijnen naar het bedrijfsleven. De uitgaven voor marktonderzoek en wetenschappelijk onderzoek zullen sterk dalen. Er wordt gestreefd naar een heffingsverlaging van 40% met ingang van 2006. Het productschap wil alleen activiteiten met een collectief belang verrichten en financieren. Daarbij zal het productschap zich richten op de in de bijlage aangegeven taken. Daar waar dat mogelijk is, zal nauwer worden samengewerkt met andere sectoren om enerzijds een krachtiger geluid te kunnen laten horen en anderzijds schaal- en efficiencyvoordelen te behalen. Het productschap staat open voor modernisering van het stelsel.

Den Haag, oktober 2005

Bijlage bij de samenvatting

Huidige takenpakket	Toekomstige invulling takenpakket (2006-2010)
Overlegplatform bedrijfsleven en internationale overheid (Brussel) en nationale overheid	
<ul style="list-style-type: none"> - Internationaal: vertegenwoordiging in intergouvernementele organisaties (Commissie en Raad EU, OIV). - Nationaal: overleg inzake Warenwet, Drank- en Horecawet, Milieuwetgeving, Reclamecode. 	<ul style="list-style-type: none"> - Belang van beïnvloeding internationale regelgeving neemt toe. Intensivering contacten met int. organisaties. - PW wil nadrukkelijker stelling nemen. Terugdringen adm. lasten is speerpunt van beleid.
Sociaal Economische Aangelegenheden en onderwijs	
<ul style="list-style-type: none"> - Stimuleren Wijnonderwijs op vier niveaus en bijscholen van docenten. - Voorlichting arbo-aangelegenheden en andere schappen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Verdere verbetering van de kwaliteit van het wijnonderwijs. Onderwijs krijgt meer prioriteit. - Betere afstemming met vakbonden.
Milieuaangelegenheden	
<ul style="list-style-type: none"> - Coördinator wijnverpakkingen in Convenant Verpakkingen; - Deelname in SVM PACT. 	<ul style="list-style-type: none"> - Meer toeleggen op advies en voorlichting. Waar mogelijk zal getracht worden gegevens collectief te verzamelen en aan te leveren om bedrijfsleven te ontlasten.
Voedselveiligheid	
<ul style="list-style-type: none"> - Samenstellen en uitgeven hygiënecodes. - Onderzoek bestrijdingsmiddelenresiduen in wijn. - Deelname Regulier Overleg Warenwet met Min. van VWS. - Advies en voorlichting. 	<ul style="list-style-type: none"> - Voortzetting huidige beleid, maar wel meer aandacht voor terugdringing regeldruk voor ondernemingen.

Vervolg bijlage bij de samenvatting

Huidige takenpakket	Toekomstige invulling takenpakket (2006-2010)
Markt- en wetenschappelijk onderzoek	
<ul style="list-style-type: none"> - Marktonderzoek door ACNielsen en Trendbox BV. - Wetenschappelijk onderzoek door TNO. 	<ul style="list-style-type: none"> - De uitgaven voor marktonderzoek en wetenschappelijk worden sterk verlaagd. Deze werkzaamheden worden in principe overgelaten aan private organisaties.
Stimuleren verantwoord alcoholgebruik en verantwoorde reclame	
<ul style="list-style-type: none"> - Uitvoeren STIVA code. - Ondersteuning leeftijdencampagne PVAD. - Platform alcohol en jongeren. - BOB campagne. 	<ul style="list-style-type: none"> - PW is voor zelfregulering. - Preventie van alcoholmisbruik, met name onder jongeren, krijgt meer prioriteit. - Continuering projecten ihkv alcohol en jongeren en alcohol en verkeer.
Wijninformatiecentrum	
<ul style="list-style-type: none"> - Voorlichting aan bedrijfsleven inzake regelgeving. - Voorlichting aan consumenten over wijn in meest brede zin van het woord. 	<ul style="list-style-type: none"> - Er zal meer gefocust worden op het stimuleren van verantwoorde consumptie.

Hoofdstuk 1

1.1 AANLEIDING

Het kabinet heeft aangegeven opnieuw een besluit te willen nemen over de toekomst van de PBO. In dit kader krijgen alle schappen tot eind 2005 de tijd om een eigen toekomstverkenning op te stellen. Op 19 november 2004 heeft de Minister van Sociale Zaken en Werkgelegenheid gevraagd een aanvang te maken met het opstellen van een visie op de toekomst van het schap. Op 6 april 2005 heeft de minister van SZW mede namens de Minister van Economische Zaken en de Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit formeel verzocht om een toekomstverkenning op te stellen.

1.2 VRAAGSTELLINGEN

In de gevraagde toekomstverkenning dient een aantal aandachtspunten c.q. vraagstellingen aan de orde te komen. Belangrijke opgedragen aandachtspunten zijn:

- Analyse van trends en de betekenis voor de sector.
- Formuleren van de visie van het schap op de eigen toekomst.
- Uitvoeren van een takenanalyse.
- Afbakening van private en publieke rollen en verantwoordelijkheden.
- Typering van het bestuurlijk functioneren.
- Invulling van Public Governance: wijze van beleidsontwikkeling in samenspraak met belanghebbenden, transparantie, representativiteit, etc.

- Formuleren van een visie op samenwerkingsmogelijkheden.
- Democratische legitimatie, draagvlak van het schap bij georganiseerden en ongeorganiseerden.
- Visie op het voorkomen dat één onderneming te maken krijgt met heffingen van twee of meer schappen.
- Conclusies over het draagvlak voor de toekomstvisie

In SER-verband zijn richtlijnen voor het op te stellen rapport ontwikkeld, onder meer:

- De ondernemers en hun dragende organisaties dienen betrokken te worden bij het opstellen van de toekomstverkenning.
- Vormgeving van de externe beoordeling.

1.3 VERANTWOORDING

In de gevolgde werkwijze bij het opstellen van de toekomstverkenning is uitgegaan van het vertrekpunt: het Productschap Wijn is er voor de aangeslotenen. Het Productschap Wijn heeft dan ook gekozen voor een aanpak waarbij de inbreng van aangesloten ondernemers en dragende organisaties in het gehele traject centraal heeft gestaan.

De vraagstellingen van het kabinet zijn in een interactief proces besproken met de diverse stakeholders. Dit is geschied middels interviews en overleg. Het onafhankelijk onderzoeksbureau is voortdurend betrokken geweest bij de analyses en is samensteller van de toekomstverkenning.

Hoofdstuk 2

2.1 NETWERK

Het Productschap Wijn is in 1993 ingesteld op verzoek van de Nederlandse wijnsector en komt voort uit de Commissie Wijn (onderdeel van het Hoofdproductschap Akkerbouw). Het productschap is ingesteld voor groepen van ondernemingen die een verschillende functie vervullen ten aanzien van wijn en wijnbouwproducten. In de Nederlandse wijnsector zijn ongeveer 10.000 personen werkzaam. Er zijn ongeveer 800 bedrijven die professioneel wijn importeren. Daarnaast houden bottelarijen, groothandelaren, supermarkten en slijters zich bezig met de bewerking, opslag, distributie en afzet van wijn.

De gezamenlijke omzet is ca. € 1,6 miljard. Er zijn ongeveer 1100 aangesloten bedrijven.

De primair belanghebbenden zijn de ondernemingen en hun dragende private organisaties, te weten:

- De Koninklijke Vereniging van Nederlandse Wijnhandelaren (invoerhandel, groothandel, be- en verwerking van wijn)
- De Vereniging van Nederlandse Agenten, Commissionairs, Makelaars, en Taxateurs in Wijn (agentuurbedrijven van wijn)
- De Federatie Groothandel in Levensmiddelen (groothandel)
- De SlijtersUnie (zelfstandige slijters)
- Het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (supermarkten)
- De Vereniging Drankenhandel Nederland (ketenslijters)

- FNV Bondgenoten
- CNV Dienstenbond
- De Unie

Het Productschap Wijn maakt samen met het Hoofdproductschap Akkerbouw, het Productschap Diervoeder en het Productschap Granen, Zaden en Peulvruchten deel uit van het cluster van akkerbouwproductschappen.

De dragende organisaties van het Productschap Wijn vertegenwoordigen meer dan 80% van de omzet in de betrokken sectoren, terwijl ook de organisatiegraad qua aantallen bedrijven hoog is.

Alle dragende organisaties zien er op toe dat zoveel mogelijk taken door de private organisaties verricht worden. Het productschap wil slechts die taken verrichten die de private organisaties niet kunnen of willen verrichten. De afweging, publiek of privaat, wordt bij iedere activiteit nadrukkelijk gemaakt.

De handelsdynamiek is bepalend voor het netwerk van het Productschap Wijn. Het productschap werkt vooral voor bedrijven in de sfeer van import, groothandel en retail, het afzetgedeelte van de wijnketen. Juist dit gedeelte van de keten is sterk consumentgericht. Het netwerk van het productschap omvat verder dan ook publieke en private organisaties gericht op voorlichting, onderwijs, voedselveiligheid en handelsbevordering.

De dynamiek in het netwerk wordt enerzijds bepaald door afzetbevordering en wordt anderzijds gekenmerkt door de belangen-behartiging bij wet- en regelgeving.

De profilering van het schap wordt vooral bepaald door kwalitatief gewaardeerde diensten. Betrouwbaarheid, herkenbaarheid en toegankelijkheid/doorzichtigheid bepalen het imago. Het schap en de medewerkers staan dicht bij de praktijk. Het streven van het schap is dus minder om zichzelf te positioneren, maar wel om bekend te zijn door het verrichten van gewaardeerde diensten. Er is sprake van een slanke, op de sector afgestemde organisatie.

2.2 TRENDANALYSE

2.2.1 Economische ontwikkelingen

De totale Europese wijnproductie bedraagt bijna 200 miljoen hectoliter. Vanuit de Europese Unie wordt ca. 2,7 miljoen hectoliter naar Nederland ingevoerd, vanuit derde landen wordt ca. 0,9 miljoen hectoliter ingevoerd. De totale omzet bedraagt totaal ongeveer € 1,4 miljard.

De wijnconsumptie in Nederland stijgt licht. De afgelopen jaren heeft de supermarkt een sterke positie verworven ten koste van met name de zelfstandige slijters. Op dit moment wordt ongeveer 70% van de wijn bestemd voor thuisverbruik (dus niet horeca) door de supermarkten verkocht.

De Nederlandse wijnconsument is nieuwsgierig naar nieuwe wijnen en heeft een brede voorkeur. Hierdoor hebben de wijnen uit de nieuwe wijnlanden in Nederland relatief gemakkelijk hun weg gevonden. Ook laat de Nederlandse consument zijn keuze in belangrijke mate afhangen van de prijs van de wijn. De marges van zowel importhandel als detailhandel komen hierdoor onder druk te staan.

Kijken we naar de importhandel, dan kan worden vastgesteld dat er in toenemende mate sprake is van concentratie. Kleinere, traditionele bedrijven worden overgenomen door de grotere spelers. De 20 grootste ondernemingen zijn verantwoordelijk voor ongeveer 75% van het totale volume aan geïmporteerde wijn. Ook tussen deze grootste ondernemingen is sprake van hevige concurrentie. De rol van de supermarkten wordt ook hier groter. In toenemende mate verzorgen de supermarkten zelf hun importen en wordt minder gebruik gemaakt van groothandel en zelfstandige importeurs.

Het belang van de supermarkten neemt dus toe, zowel aan de importzijde alsook aan de verkoopzijde. Er kan ten algemene worden vastgesteld dat er sprake is van een verdringingsmarkt. De marges in de handelssectoren staan dan ook structureel onder grote druk. Ondernemers worden voortdurend gedwongen om de kosten te beheersen. Bedrijfsefficiency en keten-efficiency zullen bepalend zijn voor de

toekomst van de sector. Bijgevolg zijn de sectoren zeer dynamisch. Op vrijwel elk denkbaar gebied vinden ontwikkelingen en verschuivingen plaats.

Geconcludeerd kan worden dat de sector wordt gekenmerkt door ontwikkelingsdynamiek, een sterk kostenbesef en er is sprake van een herschikking van de bedrijvenstructuur in de handel.

De periode 2006 - 2010 zal het volgende beeld te zien geven:

1. Concentratieprocessen

In het merendeel van de wijnschakels is sprake van een hevige concurrentie op basis van kwaliteit en efficiency (prijs). De ondernemingen trachten hun rendement op niveau te houden door middel van consumentenvoorlichting, product- en procesvernieuwing en kostprijsverlaging. Schaalvergroting is daarvan het gevolg. De dominante positie van de supermarkten aan het eind van de keten neemt toe. Er zijn daarnaast veel middelgrote en kleinere ondernemingen. De processen van schaalvergroting en concentratie zullen zich doorzetten, vooral aan het eind van de ketens, gevolgd door concentratieprocessen in de voorliggende schakels. Dit heeft grote gevolgen voor de wijn afzet en -distributie.

2. Internationale oriëntatie.

Aangezien de productie van wijn in Nederland te verwaarlozen is, wordt de sector volledig beheerst door de internationale handel. Importen bepalen de aard van de Nederlandse bedrijvigheid. De liberalisering van de wereldmarkt betekent dat andere grote wijnproducerende landen gemakkelijker toegang krijgen tot de Europese markt. In de afgelopen tien jaar is het marktaandeel van de wijnen uit de "nieuwe wereld" gestegen van 10% naar 22%. Daarentegen is het marktaandeel van Franse wijn gedaald van 45% naar 38%.

3. Ketenontwikkeling

De structurele aanbodvergroting zet de markt verder onder druk. Meer kennisontwikkeling is cruciaal voor zowel de ondernemingen in de sector als de consument. Effective Consumer Response wordt een belangrijk instrument voor de sectorontwikkeling. Concurrentievoordeel zal behaald worden door voortdurende innovatie en verbetering van producten en processen, niet alleen op bedrijfsniveaus, maar ook sectorbreed. De vraaginformatie gaat steeds meer de fysieke stroom sturen (ketenomkering). Belangrijke kernprocessen zijn daarbij: vraagsturing, kwaliteit, coördinatie van logistiek en marketing en standaardisatie.

4. Voedselveiligheid

Voedselveiligheid is een kernbegrip. Het op een milieuvriendelijke wijze produceren van veilige voedingsmiddelen is een verantwoordelijkheid van wijnproducenten, leveranciers en handel. Systemen van steeds verder voortschrijdende integrale ketenbeheersing zorgen voor spelregels m.b.t. de gezondheid van mens en milieu. Dit wordt steeds meer in wet- en regelgeving voorgeschreven.

Het begrip kwaliteit is belangrijk als middel voor marktverdieping en marktverbreding. Wijn is een wereld. De wijnbeleving varieert met leefstijl en levensfase. Consumenten willen steeds meer weten over wijn. De kwaliteitsoriëntatie zal zich richting consument gaan richten op "confrontatie" en "educatie".

Toekomstbeeld van de sector

De dynamiek in de sector zal leiden tot versnelde concentratieprocessen. Er zal een kleine groep van grote ondernemingen ontstaan, naast een grote groep middelgrote en kleinere ondernemingen. De 20 – 80 regel zal gaandeweg benaderd worden (20% van de ondernemingen heeft 80% van de omzet). De grotere spelers zullen vanuit eigen visie productstromen, informatiestromen met hoogwaardige informatietechnologie opnieuw inrichten. De middelgrote en kleinere bedrijven zullen hun bedrijfsprocessen verder optimaliseren, vooral gestuurd door invoering van verbeterde informatiestromen. Voor de sector als

geheel zal de noodzaak om te standaardiseren steeds groter worden. Om een sterke positie in de drankenwereld te behouden is een sectorvisie op allerlei gebieden een must.

Factoren voor succes voor ondernemingen en voor de sector:

- a. Ketenmanagement, ketenregie realiseren per categorie/segment
- b. Ketenverkorting
- c. Ontwikkelen nieuwe relatiepatronen
- d. Schaalvergroting (fusies en samenwerkingsverbanden)
- e. Handelsstatistiek
- f. Managementkwaliteit
- g. Terugkoppeling uit de keten naar de wijnproducenten
- h. Kwaliteitsbevordering
- i. Positie kiezen naar de overheden
- j. Ontwikkeling personeel

2.2.2. Maatschappelijke ontwikkelingen

De belangrijkste maatschappelijke ontwikkelingen voor de sector kunnen vooral begrepen worden vanuit een mondiale en Europese optiek. Deze wereld "zonder grenzen" geldt per definitie voor het wezen van de sector. De wereld van vraag en aanbod wordt steeds nadrukkelijker een grenzeloze wereld. Tegelijkertijd is het een wereld van tegenstellingen. Voedselveiligheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen zijn thema's die van groter belang worden in rijkere landen,

terwijl er elders soms minder of andere aandacht voor is.

Als importerend land heeft de Nederlandse handel zowel impliciet als expliciet een groot gevoel voor de strategische aandachtsvelden. Deze betreffen:

- De onderbouw: normen en waarden voor goede, bestendige handel
- De infrastructuur: kennis, informatie en logistiek
- De afzet- en voortbrengingsmarkt
- De sociaal-economische verhoudingen
- De politieke besluitvorming.

De werkwijze en opbouw van de private en publieke organisaties is steeds – nu en straks – te herleiden tot deze strategische aandachtsvelden.

2.2.3 Ontwikkelingen vakbonden

Vakbonden zijn een onmisbare peiler in het PBO-stelsel. Zonder betrokkenheid van vakbonden kan een schap niet verder. Vakbonden hebben in de Visie 2010 aangegeven de akkerbouwproductieschappen te beschouwen als een belangrijk sectoraal overlegplatform. Vakbonden beoordelen hun inzet bij het productschap aan de bijdrage van het schap aan het gezamenlijke bedrijfstakbelang en aan de bijdrage aan de meer brede maatschappelijke doelstelling van vakbonden. Vakbonden zijn met name geïnteresseerd in concrete sociaal-economische projecten waar ondernemers en werknemers gezamenlijk optrekken. Projecten die zich richten op een

of meerdere sectoren, de keten of een duidelijk algemeen belang dienen.

Kennis-, advies- en informatiecentrum en financiering

Naast de functie als overlegplatform geven de vakorganisaties aan dat het productschap toegevoegde waarde heeft als kennis-, advies- en informatiecentrum. Sectorspecifiek onderzoek en voorlichting zijn van belang om te komen tot concrete beleidsplannen, maar is tevens van belang om de achterban van de vakbonden te informeren over relevante ontwikkelingen en initiatieven.

Vakorganisaties willen dat het algemeen belang en het gemeenschappelijk belang van de sector meer nadruk krijgt. Directe belangenbehartiging in enge zin (individueel en collectief) zijn een taak van de private organisaties. Vakorganisaties willen zich inzetten voor het vergroten van de betrokkenheid van de 'werkvloer' (achterbanen van vakorganisaties) bij het formuleren en uitvoeren van sectorale projecten.

2.2.4 Institutionele ontwikkelingen

Mondiaal en Europees gezien bevorderen overheden een vrijer handelsverkeer. Dit proces gaat gepaard met grote spanningen van velerlei aard, maar niettemin is de richting van het proces duidelijk en lijkt onomkeerbaar.

Wet- en regelgeving voor de handel ontwikkelt zich in het transitieproces van nationaal naar Europees. Daarbij staan zaken als veiligheid, traceerbaarheid, milieu en verantwoordelijkheid steeds meer centraal. Dit transitieproces is moeizaam en tijdrovend. De Brusselse bureaucratie is bijna spreekwoordelijk. Er is in de moderniteit een streven naar bevrijding van bindingen en traditionele structuren. Men kan en wil zich minder op de bestaande verhoudingen verlaten.

Concreet zijn waarneembaar:

- Een groot aantal (overheids)instituties dat zich bemoeit met sectoraangelegenheden.
- Beleving van gebrek aan institutionele transparantie (geloofwaardigheid).
- Bezwaar tegen het kostenniveau van institutionele voorzieningen.

2.3 CONCLUSIES EN FOLLOW UP: BETEKENIS VOOR HET BEDRIJFSLICHAAM

De belangrijkste elementen en conclusies van de trendanalyse zijn:

- De sector staat in open verbinding met een steeds verder liberaliserende wereldhandel.
- De markt is een verdringingsmarkt. Bezuinigingen en kostenefficiëntie zijn overlevingsvoorwaarden.
- Versnelde concentratieprocessen leiden de komende tien jaar tot het beeld dat naast vele kleine handelaren een beperkt aantal grote bedrijven het merendeel van

de handel zal realiseren. 80% van de handel wordt gedaan door minder dan 20% van de bedrijven. Dit zal vergaande gevolgen hebben. Het nadrukkelijker gaan leveren van maatwerk zal onder meer het gevolg moeten zijn.

- De strategische aandachtsvelden voor de handel moeten worden ingevuld in een instabiele en heterogene omgeving. Het adagium voor het productschap moet nog meer worden "Groot voor de wereld en Klein voor de ondernemer". Enerzijds is aandacht nodig voor de langere termijn en anderzijds dienen er korte en snel functionerende communicatielijnen te zijn. Het zelf grip kunnen houden op besluitvorming en de gang van zaken is dus essentieel. Hier ligt de kernopgave voor de private en publieke organisaties.
- De ontwikkelingsconcepties van de handel en de ontwikkelingsconcepties van overheden lijken steeds verder uiteen te lopen. Zo wordt dit althans ervaren. Onbehagen hierover lijkt een significante onderstroom te worden. De betekenis van deze ontwikkeling is de toenemende wens tot individualisering.

Vanuit de trendanalyse gezien, is dus nodig: bezuinigen, vereenvoudigen, segment-autonomie, korte lijnen, met oog voor de korte termijn problematiek, langetermijnvisie.

Hoofdstuk 3

De koers van het Productschap Wijn

3.1 MISSIE EN DOEL

Het schap wil de organisatie zijn, die indachtig het algemeen belang, werkt in het verlengde van de dragende organisaties en de aan haar toevertrouwde taken met hoge kwaliteit uitvoert. Korte lijnen met de sectorpraktijk en herkenbare meerwaarde zijn daarbij uitgangspunt.

De vertaling van de missie in hoofddoelstellingen - wat het schap wil bereiken - sluit aan bij de wens van het bedrijfsleven naar herkenning en erkenning van de meerwaarde. Doel is belangenbehartiging en sectorondersteuning vorm te geven middels goede afstemming en korte lijnen met de praktijk. Inhoudelijk betekent dit:

1. het opbouwen en beschikbaar stellen van kennis en informatie voor de sector;
2. het verlenen van diensten met direct herkenbare meerwaarde voor de bedrijven;
3. sectorbelangenbehartiging.

3.2 HOOFDFUNCTIES

De wet kent de bedrijfslichamen twee bestuurlijke hoofdfuncties toe:

1. behartigen van gemeenschappelijke belangen;
2. bevordering van een algemeen belang dienende bedrijfsuitoefening.

Als importerend land heeft de Nederlandse handel een aantal strategische aandachtsvelden. Het bedrijfslichaam wil in haar hoofddoelstellingen aansluiten bij de hierna genoemde strategische aandachtsvelden en de wettelijk toegekende functies.

Strategisch aandachtsveld voor de handel	deelfuncties van het Productschap Wijn
De onderbouw: normen en waarden voor goede en bestendige handel	overlegplatform
De infra-structuur: kennis, informatie, logistiek	overlegplatform, sectorondersteuning
De afzet- en voortbrengingsmarkt	belangenbehartiging
De sociaal-economische verhoudingen	sectorondersteuning
De politieke besluitvorming	overlegplatform, belangenbehartiging

Een van de belangrijkste activiteiten is het toegankelijke maken en ontsluiten van informatie en kennis. Gegevens- en statistiekverzameling op velerlei gebied is belangrijk, naast voorlichting en educatie. Verder is belangrijk het bevorderen van alle aspecten van kwaliteitsborging.

Ketenkwaliteit, productveiligheid en milieuaspecten nemen in het beleid een belangrijke plaats in.

Een derde belangrijk aandachtsgebied is gericht op de kwaliteit van het ondernemerschap en arbeid. Daarbij gaat het om de versterking van de concurrentiepositie. Vooral voorlichting over (inter)nationale wetgeving en onderwijs nemen een belangrijke plaats in.

3.3 HOOFDPUNTEN VAN BELEID

De langetermijnvisie richt zich op het bundelen van krachten. In de sectoren alcohol houdende dranken (wijn, gedistilleerd, bier) spelen in de publieke sfeer een aantal gemeenschappelijke belangen. Het zou nuttig kunnen zijn deze te verenigen in een publiekrechtelijk bedrijfslichaam. Richting consument kent de sector wijn echter zeer specifieke kenmerken, deze zullen in een nieuwe constellatie nog sterker tot uitdrukking moeten komen. Hoofdpunt van beleid is verder dat het Productschap Wijn zich naar de sector toe nadrukkelijker zal gaan profileren om haar meerwaarde nog beter herkend en erkend te krijgen.

De toenemende (nationale en internationale) regeldruk dwingt het Productschap Wijn zich manifesteren op te stellen. Het productschap zal minder als doorgeefluik van overheidsvoorschriften fungeren en zich sterker naar buiten manifesteren als behartiger van collectieve belangen.

Door modernisering en stroomlijning van de gezamenlijke werkmaatschappij van het Productschap Wijn, het Hoofdproductschap Akkerbouw, het Productschap Granen, Zaden en Peulvruchten en het Productschap Diervoeder zullen de kosten van de ondersteunende diensten (overhead) worden verlaagd. Tevens wordt gestreefd naar een verdergaande samenwerking met andere productschappen teneinde de kosten van ondersteunende diensten nog verder te kunnen verlagen. Deze samenwerking zal zich tevens kunnen uitstrekken tot sectoroverschrijdende beleidsaangelegenheden.

Arbeid

Uitgangspunt voor het productschap is een actieve behartiging van onderwerpen op het terrein van de factor arbeid. Hierbij zal het vooral moeten gaan om concrete sociaal- economische projecten, waarbij ondernemers en werknemers een gezamenlijk belang hebben. Het productschap voert deze projecten uit vanuit zijn rol van sectoroverlegplatform. De verordenende bevoegdheid om financiële middelen te generen kan een belangrijk instrument zijn voor het uitvoeren van door werkgevers en werknemers gedragen projecten.

De afgelopen jaren is de betrokkenheid van het productschap bij aangelegenheden op het terrein van de arbeidsmarkt en -omstandigheden vergroot. In de Werkgroep sociale aangelegenheden Productschap Wijn en Productschap Dranken zijn gezamenlijk initiatieven genomen op het gebied van het arbo-werkboek, tilvoorlichting en is de digitale RI&E tot stand gekomen. Op het gebied van onderwijs zijn tal van initiatieven genomen, onder andere om de uitstroom van gekwalificeerd personeel als gevolg van vergrijzing op te kunnen vangen.

Het streven is erop gericht de activiteiten op het terrein van de factor arbeid te intensiveren. Mede op initiatief van de vakorganisaties worden voorstellen uitgewerkt, gericht op versterking en betere verankering van de factor arbeid in de productschapstaken. Hierbij wordt onder meer nagegaan welke mogelijkheden er zijn om het uitvoeren van bepaalde secundaire CAO-afspraken, bijvoorbeeld ten aanzien van arbeidsomstandigheden en scholing, vanuit de schappen te ondersteunen.

Om een en ander nader uit te werken wordt een plan van aanpak opgesteld. Voorgesteld wordt begin 2007 te bezien of er voldoende en concrete voortgang is gemaakt met het uitwerken van bovengenoemde initiatieven.

Voor het uitvoeren van deze taak wordt samen met de andere akkerbouwproductschappen en het Productschap MVO

gebruik gemaakt van de kennis en ervaring van de afdeling Arbeid. Vastgesteld kan worden dat vergelijkbare activiteiten op het beleidsterrein arbeid aan de orde zijn in de andere schappen. De ervaring leert dat samenwerking mogelijk is en leidt tot een efficiënte en effectieve inzet van kennis, ervaring en middelen. Dit gegeven is aanleiding om te onderzoeken hoe aan deze samenwerking het beste inhoud gegeven kan worden. De positieve ervaringen met de Productschappencommissie Levensmiddelen Wetgeving (PLW) kunnen hierbij als voorbeeld dienen.

3.4 HOOFDCONCLUSIES OVER HET DRAAGVLAK EN TOEKOMSTVISIE

Vrijwel alle besluiten worden genomen in direct overleg met de bedrijven en organisaties.

De aangeboden diensten komen tot stand in overleg met betrokkenen en worden mede als gevolg hiervan goed benut. Naast deze gebruikersfunctionaliteit is er de dimensie van doelfunctionaliteit. Veel (vaak kleinere) ondernemers houden zich niet bezig met de beleidsontwikkeling van het schap, temeer omdat het de dragende organisaties zijn die hier invulling aangeven. De activiteiten van de dragende organisaties zijn direct in het oogspringend en de activiteiten van het schap zijn daarmee verweven.

De organisatiegraad is hoog, zeker gemeten naar de totale omzet. De thematiek "ongeorganiseerden" speelt dan ook minder

bij het Productschap Wijn. Daarbij zij aange-tekend dat ook de ongeorganiseerden de weg naar het schap goed weten te vinden.

3.5 CONCLUSIE

De koers van het schap wordt geconcretiseerd in nauw en direct overleg met het bedrijfsleven. Daardoor wordt tegemoetgekomen aan de verschillen tussen de sectoren. Krachtenbundeling in de sfeer van alcoholhoudende dranken is gewenst. Verder zal het Productschap Wijn haar belangenbehartigende rol intensiveren en haar herkenbaarheid naar de sector vergroten middels PR en communicatie. De kostenefficiëntie zal aanzienlijk verbeterd worden.



Hoofdstuk 4

Governance

Toekomstverkenning 2005

Governance betreft de wijze waarop het schap beleid ontwikkelt in samenspraak met personen en organisaties die bij dit beleid betrokken zijn, alsmede de wijze van verantwoording. Transparantie is hierbij een belangrijk aandachtspunt. Door de korte lijnen met de praktijk en de nadrukkelijke wens van het bedrijfsleven om grip te houden op de activiteiten van het schap is er sprake van een hoge mate van transparantie en beïnvloedbaarheid. Het betreft hier zowel de operationele activiteiten als de beleidsvorming.

4.1 BESTUUR

De publiekrechtelijke bevoegdheden zijn gealloceerd in het bestuur. Het bestuur bestaat uit 15 personen. Dit bestuur vergadert viermaal per jaar. De bestuurders worden benoemd door de dragende organisaties. Daarbij wordt zorggedragen voor scheiding van verantwoordelijkheden; belangenverstrengeling door dubbelfuncties is zoveel mogelijk voorkomen. De bestuurlijke structuur is dan ook eenvoudig en transparant.

Het controlemechanisme krijgt vorm door de nauwe verwevenheid met de praktijk en met de private organisaties. De bestuursleden ontvangen vacatiegeld volgens de normen die zijn vastgesteld door de SER. De stukken en verslagen van de vergaderingen van het algemeen bestuur zijn via internet door iedereen in te zien.

De bestuursvergaderingen zijn openbaar en dus voor iedereen toegankelijk.

4.2 BELEIDSVORMING

Het beleid van het productschap wordt gemaakt door de vertegenwoordigers van de brancheorganisaties in het bestuur van het Productschap Wijn. Daarnaast bestaan op de belangrijkste werkterreinen van het productschap adviescommissies waarvan de leden door het bestuur zijn benoemd.

De beleidsvorming geschiedt met de basis, gedecentraliseerd en interactief. Er is een voortdurende dialoog, communicatie over en weer, met de praktijk. Uitbesteding van taken is nauwelijks aan de orde aangezien het beleid op voorhand erop gericht is om zoveel mogelijk privaat te organiseren.

4.3 BEDRIJFSVOERING

Samen met bedrijfsgenoten/gebruikers worden de diensten en taken bepaald. Werken met korte lijnen is het uitgangspunt. Dit is een waarborg voor doelmatigheid en doeltreffendheid. Het Productschap Wijn deelt een shared service centrum met de drie andere akkerbouwschappen. Door concentratie van facilitaire diensten zijn belangrijke voordelen te behalen. Met de vakbeweging zijn afspraken gemaakt ter ondersteuning van het aandachtsgebied arbeid.

4.4 VERANTWOORDING

Brancheorganisaties die in het bestuur zijn vertegenwoordigd moeten voldoende representatief zijn voor hun deelsector.

De Sociaal Economische Raad (SER) heeft hiervoor regels gesteld.

De meeste ondernemingen en vrijwel alle grote ondernemingen in de wijnsector zijn lid van een brancheorganisatie die

vertegenwoordigd is in het bestuur van het productschap. Het productschap kent daardoor relatief weinig "free riders". Evenwel wordt thans onderzocht op welke wijze deze groep van ondernemingen meer betrokken kan worden bij de besluitvorming van het productschap.

Samen met de andere productschappen en de SER wordt thans bestudeerd welke mogelijkheden er zijn of moeten worden gecreëerd om het democratisch gehalte en de transparantie van de productschappen verder te verbeteren.

4.5 SAMENWERKING

Het Productschap Wijn, het Productschap Diervoeder, het Productschap Granen, Zaden en Peulvruchten en het Hoofdproductschap Akkerbouw werken samen in het cluster van de akkerbouwproductschappen. Deze schappen hebben gemeen dat ze een plantaardige productiekolom omvatten. Hierin ligt een natuurlijke voedingsbodempotentialiteit voor een bestendige onderlinge samenwerking. Deze heeft

plaats op basis van vrijwilligheid tussen gelijkwaardige productschappen. Uitgangspunt bij de samenwerking is elk schap herkenbaar te laten zijn voor zijn achterban en door de onderlinge samenwerking beleidssynergie te bewerkstelligen en schaal-, efficiency- en kostenvoordelen te behalen.

De werkorganisatie zal de komende periode verder worden gestroomlijnd. Onder bestuurlijke verantwoordelijkheid van het HPA zal een gezamenlijke werkorganisatie worden ingericht die de sectorproductschappen ondersteunt. De directie van de werkorganisatie wordt gevormd door de voorzitter en secretarissen van de betrokken productschappen.

In de Visie "Op weg naar 2010" (hierna: visie 2010) is vastgesteld dat de HPA- en GZP-sectoren op autonoom terrein intensiever kunnen samenwerken, mogelijk in één Productschap Akkerbouw. Het streven is erop gericht deze bundeling op korte termijn tot stand te brengen, waardoor een krachtig en herkenbaar productschap ontstaat voor de akkerbouwsector. Vanaf het moment dat de samenbundeling tot stand is gebracht, richt de bestuurlijke verantwoordelijkheid van het HPA zich op het behartigen van sectoroverschrijdende taken, op de uitvoering van Europees landbouwbeleid als "delegated body" voor het Ministerie van LNV en op de gemeenschappelijke werkorganisatie.

In de Visie 2010 staat aangegeven dat als gevolg van externe ontwikkelingen er meer samenwerking vereist wordt tussen productschappen. Op termijn zou dit kunnen leiden tot de vorming van één (hoofd)productschap. Dit vergezicht zal niet op korte termijn gerealiseerd zijn. Naar het oordeel van de akkerbouwproductschappen is door meer samenwerking op het vlak van de werkorganisaties, synergie- en kostenvoordelen te behalen.

De akkerbouwproductschappen willen bestuurlijk en organisatorisch "voorgesorteerd" staan voor deze situatie. Met de eerdergenoemde aanpassingen is dat het geval.

Daarnaast wordt al op veel gebieden samengewerkt met de verschillende commissies binnen het Productschap Dranken. Teneinde een krachtiger geluid te kunnen laten horen zal, waar wenselijk en mogelijk, de samenwerking met de bier- en gedistilleerdsector worden geïntensiveerd.

4.6 CONCLUSIE

Het Productschap Wijn is een zeer licht gestructureerd bedrijfslichaam, ten nauwste verbonden met de praktijk en de dragende organisaties. Korte lijnen met de sectorpraktijk zijn het leidend beginsel. De prikkel tot Good Governance is hierdoor intrinsiek ingebouwd en verzekerd. De conclusie is dan ook gerechtvaardigd dat professioneel gehandeld wordt op basis van brede consensus tussen de diverse stakeholders

binnen het gegeven democratisch en wetgevend kader. Het schap kent adequate mechanismen die leiden tot aanwijsbare good governance. Op het niveau van het schap is het bestuurlijk functioneren direct gericht op het leveren van herkenbare meerwaarde. De sector is kritisch en kostenbewust en bewaakt daardoor permanent het bestuurlijk functioneren. Een en ander weerspiegelt zich in de verantwoordelijkheidsverdeling. Het schap werkt doelmatig met hoge kwaliteit, de diensten worden frequent gebruikt en de feedback wordt gerealiseerd door aansluiting bij gebruikswensen vooraf en achteraf.

Het Productschap Wijn wil een kleine organisatie zijn en blijven met korte lijnen naar het bedrijfsleven. Het productschap wil alleen die activiteiten verrichten en financieren met een collectief belang. Daarbij zal het productschap zich richten op de hieronder aangegeven taken. Daar waar dat mogelijk is zal nauwer worden samengewerkt met andere sectoren om enerzijds een krachtiger geluid te kunnen laten horen en anderzijds schaal- en efficiencyvoordelen te behalen. Het productschap staat open voor modernisering van het stelsel.

Hoofdstuk 5



5.1 TAAKOPVATTING

De taakopvatting van het schap is een afgeleide van de strategische aandachtsvelden voor de handelssector, de opvatting dat zoveel mogelijk activiteiten door de private organisaties verricht worden en de wettelijke taakopdracht van het schap:

1. De onderbouw: normen en waarden voor goede bestendige handel
2. De infrastructuur: kennis, informatie, logistiek
3. De afzet- en voortbrengingsmarkt
4. De sociaal-economische verhoudingen
5. De politieke besluitvorming

In overeenstemming met de moderne uitleg van de wettelijke taakopdracht van schappen richt het schap zich - nu en in de toekomst - dan ook op het bevorderen van de kwaliteit van het ondernemerschap, het bevorderen van onderzoek, kenniscirculatie en innovatie en het bevorderen van de gezondheid. Alleen daar waar nodig dragen de private organisaties taken over aan het bedrijfslichaam.

Het schap blijft in die zin vooral dienstverlener en belangenbehartiger. Daar waar gewenst, blijft het schap belangenbehartiger voor sectorbrede en maatschappelijke vraagstukken.

De toekomstbestendige uitleg van het productschap aan haar wettelijke taak als omschreven in artikel 71 Wbo wordt als volgt verwoord:

- Inhoudelijke invalshoek: Algemeen belang is datgene dat een sector gezamenlijk doet en mede ten goed komt aan de

maatschappij als geheel. Het bedrijfslichaam wil bevorderen dat de handel in wijn op een maatschappelijk verantwoorde wijze geschiedt.

- Procesmatige invalshoek: Algemeen belang is de uitkomst van een zorgvuldig besluitvormingsproces met goede checks and balances. Het bedrijfslichaam heeft dienaangaande gekozen voor een nauwe verwevenheid met de dragende organisaties. De lijnen zijn kort en direct, zowel operationeel als strategisch. De organisatiegraad van de bedrijven is hoog. Er is naar gestreefd dubbelfuncties zoveel mogelijk te voorkomen. Bestuurders leggen geen verantwoording af aan zichzelf.
- Pragmatische invalshoek: De regelgeving van het schap staat niet op gespannen voet met regelgeving van een hoger overheidsorgaan.

5.2 HUIDIGE EN TOEKOMSTIGE TAKENPAKKET

5.2.1 Overlegplatform bedrijfsleven en internationale overheid (Brussel) en nationale overheid.

Internationaal is het productschap vertegenwoordigd in:

- Beheerscomité wijn, Commissie EU (m.n. etikettering)
- Raadswerkgroepen, Raad EU
- Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV)
- Fédération Internationale des Vins et Spiritueux (FIVS)
- European Federation of Wine and Spirit Importers and Distributors (EFWSID).

Het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit treedt bij de vergaderingen in Brussel en bij de vergaderingen van het OIV op als woordvoerder. Een vertegenwoordiger van het productschap is bij deze vergaderingen aanwezig als deskundige.

Het productschap houdt bij de vervulling van zijn taak naast het sectorbelang ook het algemeen belang scherp in het oog. Het FIVS en de EFWSID zijn privaatrechtelijke organisaties waarvan de KVNW lid is. Het Productschap Wijn is hierbij als toehoorder/adviseur aanwezig.

In de toekomst wil het Productschap Wijn de internationale contacten continueren en waar mogelijk uitbouwen. Zoals eerder in deze visie aangegeven zal de besluitvorming

in toenemende mate plaatsvinden in internationaal verband. Het is daarom van groot belang in de diverse internationale overlegstructuren aanwezig te zijn en te blijven.

Het productschap voert overleg met de nationale overheid inzake:

- Levensmiddelenwetgeving
- Drank- en Horecawet
- Milieu
- Verantwoord alcoholgebruik

Bij het overleg met de nationale overheid kan het productschap door zijn specifieke kennis van de sector en alle deelsectoren zelfstandig, maar ook tezamen met één of meerdere brancheorganisaties een belangrijke rol vervullen. Doordat het productschap bijna alle schakels in de bedrijfskolom omvat en tevens nadrukkelijk rekening dient te houden met het algemene belang is zijn rol een andere dan die van de individuele brancheorganisaties. De bijdrage van het productschap aan overleg met de nationale overheid kan mede daardoor zeer waardevol zijn.

Het productschap is voorstander van zelfregulering door het bedrijfsleven, waar mogelijk. Daar waar ten behoeve van zelfregulering fondsen nodig zijn die door de gehele sector moeten worden opgebracht, kan het productschap een rol spelen.

In de toekomst wil het productschap zich, wederom in nauwe samenwerking met de brancheorganisaties, nadrukkelijker manifesteren.

Met name daar waar regelgeving onnodig kosten voor het bedrijfsleven met zich meebrengt en het beoogde doel op andere manieren kan worden bereikt, zal het productschap zich nadrukkelijker opstellen. Evenwel zal het productschap daar waar (zelf)regulering geboden is (bijvoorbeeld op het gebied van voedselveiligheid, milieu- of alcoholbeleid) zijn invloed aanwenden om de sector te adviseren en te begeleiden bij de naleving van deze regelgeving.

5.2.2. Wijninformatiecentrum voor de wijnbranche (handelsbevordering) en consument (voorlichting)

Het Wijninformatiecentrum verricht de volgende activiteiten:

- Beantwoorden van vragen van ondernemingen en consumenten
- Het onderhouden van de internetsite www.wijninfo.nl
- Instandhouden van de bibliotheek
- Ontwikkelen en uitgeven brochurelijst (importeren, milieu, marktonderzoek, alcohol en gezondheid)
- Uitgeven Zoekboek Wijn & Gedistilleerd, Oogstboekje
- Organiseren van de Nationale Wijnweek.

Het Wijninformatiecentrum (WIC) is in 1985 op initiatief van de toenmalige CVNW opgericht. Het WIC kreeg de taak generiek voorlichtingsmateriaal te verspreiden en het beantwoorden van vragen van ondernemingen en consumenten.

De laatste jaren is het WIC ook zelf voorlichtingsmateriaal gaan ontwikkelen. Op dit moment is er een volledige brochurelijst beschikbaar over tal van onderwerpen. Gebleken is dat schriftelijke informatie, naast de informatie die via het internet wordt verspreid, onmisbaar blijft. De internetsite van het WIC wordt zeer goed bezocht.

De taak van het Wijninformatiecentrum blijft ook in de toekomst het verspreiden van objectieve informatie over wijn en aanverwante onderwerpen. Nadrukkelijk wordt hierbij rekening gehouden met de maatschappelijke normen ten aanzien van het drinken van alcoholhoudende dranken. De openingsbijeenkomst van de Nationale Wijnweek is in de plaats gekomen van de persbijeenkomst zoals deze in het verleden door het WIC werd georganiseerd. Deze bijeenkomst en de presentatie van de marktgegevens zijn jaarlijkse evenementen waar bedrijfsgenoten elkaar ontmoeten en worden als zodanig gewaardeerd. De organisatie van de overige activiteiten in de wijnweek worden waar mogelijk overgelaten aan derden, waarbij het WIC faciliterend optreedt. De werkzaamheden van het Wijninformatiecentrum worden begeleid door de Stuurgroep Wijninformatiecentrum die is samengesteld uit vertegenwoordigers van vakbonden en brancheorganisaties.

5.2.3. Sociaal-economische aangelegenheden en onderwijs

Op het gebied van de sociaal-economische aangelegenheden houdt het productschap zich met name bezig met:

- Arbo-werkboek
- RI&E (digitaal)
- Tilvoorlichting
- Arbo-nieuwsbrief
- Statistisch onderzoek

Op het gebied van wijnonderwijs is het productschap betrokken bij:

- Opleiding voor winkelpersoneel (basis-cursus wijn op CD rom)
- Vaststelling examenniveaus in SWEN
- Stichting Magister Vini (hoogste wijnexamen)
- Organisatie Wijndocentendag (bijscholing docenten)

Het voorgenomen beleid in het kader van "arbeid" is reeds aan de orde gesteld in hoofdstuk 3.3 van deze visie. Het streven is er op gericht de factor arbeid nog steviger te verankeren. Hiertoe zijn binnen het cluster van akkerbouwproductschappen initiatieven genomen, maar ook in het kader van de Werkgroep sociaal-economische aangelegenheden Productschap Wijn en Productschap Dranken.

Onderwijs is bij uitstek een onderwerp waarop het Productschap Wijn in het belang van de gehele sector een belangrijke rol kan spelen. De laatste jaren zijn de

werkzaamheden van het productschap op dit gebied uitgebreid, mede met het oog op de uitstroom van gekwalificeerd personeel als gevolg van de vergrijzing.

Het productschap verzorgt de basiscursus voor winkelpersoneel die deel uitmaakt van het lesmateriaal dat het CBL voor de Regionale Opleidingscentra heeft ontwikkeld. De Stichting WijnExamens Nederland heeft een indeling vastgesteld voor de verschillende niveaus van het wijnonderwijs in Nederland. Hiermee is helderheid geschapen in het complex van wijnopleidingen.

De Stichting Magister Vini, waarin het productschap participeert, neemt examens af op niveau IV, het hoogste niveau van de Stichting WijnExamens Nederland. Met de organisatie van de Wijndocentendag beoogt het productschap docenten op alle niveaus van het wijnonderwijs bij te scholen. Deze dag biedt docenten tevens de gelegenheid om elkaar te ontmoeten.

Het onderwijs zal ook in de toekomst een belangrijk aandachtsgebied van het productschap blijven. De kwaliteit van het onderwijs en de internationale erkenning van examens zal de komende jaren in het bijzonder aandacht krijgen. Ter stimulering van het onderzoek naar wijn en aanverwante onderwerpen zal in 2006 een scriptieprijs voor studenten van universiteiten en HBO's in het leven worden geroepen.

5.2.4. Milieuaangelegenheden

Het productschap neemt namens de sector deel aan activiteiten van de volgende stichtingen:

- Stichting EcoVerpakkingen vertegenwoordiging wijnsector bij monitoring en enquête verpakkingen in het kader van het Convenant Verpakkingen
- Stichting Promotie Glasbak
- Stichting Verpakking en Milieu

Het beleid van de overheid is gericht op het terugdringen van de milieubelasting door verpakkingsmateriaal. De doelstelling van dit beleid wordt onderschreven door het productschap. Het productschap kan, voor zover de gehele wijnbranche is betrokken, een belangrijke rol spelen bij het genereren van fondsen ten behoeve van initiatieven van het bedrijfsleven op dit gebied. Daarnaast zal het productschap het bedrijfsleven voorlichten en adviseren. Daar waar het mogelijk is om de administratieve lasten van ondernemingen te verlichten door gegevens collectief aan de overheid aan te bieden zal dit worden gedaan. Het productschap treedt in het kader van het Convenant Verpakkingen op als coördinator van het "cluster" wijn. Aangezien het Convenant Verpakkingen eindigt op 1 januari 2006 komen deze werkzaamheden dan te vervallen.

5.2.5. Voedselveiligheid

Het productschap adviseert over wetgeving inzake voedselveiligheid en onderneemt de volgende activiteiten:

- Samenstellen en uitgeven Hygiëncode voor de wijnhandel (HACCP)
- Samenstellen en uitgeven Hygiëncode voor de wijnproductie (HACCP)
- Jaarlijks onderzoek naar bestrijdingsmiddelenresiduen en Ochratoxine A
- Deelname ROW (overleg inzake levensmiddelenwetgeving met overheid)
- Handboek traceerbaarheid (met KVNW)

De Warenwetregeling Hygiëne van levensmiddelen (WHL) schrijft voor dat ieder levensmiddelenbedrijf een voedselveiligheidsplan moet opstellen en de daarbij behorende werkzaamheden moet uitvoeren. De hygiëncode dient als hulpmiddel bij het opstellen van een voedselveiligheidsplan. Het productschap heeft een hygiëncode geschreven voor wijnhandelaren en voor wijnproducenten. De codes zijn officieel goedgekeurd door het Ministerie van VWS.

Met het Ministerie van VWS is afgesproken ieder jaar onderzoek te verrichten naar het gehalte van residuen van bestrijdingsmiddelen en ochratoxine A in wijn. Indien er overschrijdingen van de gestelde normen worden gevonden zal het productschap in samenwerking met de Keuringsdienst van Waren en de betrokken onderneming regelgeving op het gebied van levensmiddelenwetge-

ving wordt met het Ministerie van VWS besproken in het Regulier Overleg Warenwet. Door deelname aan dit overleg kan het productschap aldus invloed uitoefenen op de regelgeving en beleid van de overheid. Het Handboek traceerbaarheid is geschreven met het oog op de naleving van de General Food Law. In deze verordening zijn regels opgenomen die betrekking hebben op recallprocedures en traceerbaarheid. In het handboek worden deze regels uitgebreid toegelicht.

Het productschap onderschrijft het belang van regelgeving op het gebied van voedselveiligheid en zal zijn huidige beleid in de komende jaren voortzetten. In het overleg met de overheid zal wel nadrukkelijk worden gekeken naar de administratieve lastendruk voor ondernemingen als gevolg van de voorgenomen regelgeving.

5.2.6. Markt- en wetenschappelijk onderzoek

Marktonderzoek

Het productschap laat ACNielsen en Trendbox BV onderzoek uitvoeren naar verkoop en consumptie van wijn in Nederland. Daarnaast ontvangt het productschap gegevens hierover van het Centraal Bureau voor de Statistiek en het Ministerie van Financiën. De gegevens worden tijdens een jaarlijkse bijeenkomst in het Nederlands Congrescentrum in Den Haag aan de achterban gepresenteerd.

De Commissie Marktonderzoek heeft het bestuur van het productschap geadviseerd de draagvlakmeting mede te gebruiken om te kijken in hoeverre er in de achterban belangstelling bestaat voor het marktonderzoek in de huidige vorm. Evenwel is nu al duidelijk dat er reeds in 2006 aanzienlijk minder geld beschikbaar zal worden gesteld voor het kwalitatieve onderzoek. Het marktonderzoek zal dan ook reeds vanaf 2006 van opzet veranderen.

Ten aanzien van het onderzoek van ACNielsen is vastgesteld dat hieraan grote waarde wordt gehecht in de branche. Op dit moment wordt onderzocht in hoeverre het mogelijk is om in samenwerking met andere PBO-organisaties marktgegevens via ACNielsen te verzamelen.

Ook zal worden onderzocht of ondernemingen bereid zijn het door het productschap georganiseerde marktonderzoek zelf te financieren, mitsdien op vrijwillige basis.

Wetenschappelijk onderzoek.

Het productschap financiert samen met de bier- en gedistilleerdsector onderzoek door TNO naar de werking van alcohol op het menselijk lichaam. Het overleg met TNO hierover vindt plaats in de Stuurgroep Alcohol Research (SAR). De SAR doet verslag van het onderzoek in de periodiek Alcohol Research. Op basis van de wetenschappelijke artikelen die mede door TNO

zijn geschreven heeft het productschap een voor leken begrijpelijke een brochure over Alcohol en Gezondheid geschreven. Met de andere financiers van het wetenschappelijk onderzoek is afgesproken de bijdrage aan dit onderzoek stapsgewijs af te bouwen om tot een halvering van de uitgaven hiervoor te komen in 2010. Tegelijkertijd zal gezocht worden naar externe financiers teneinde het onderzoek op het gewenste hoge niveau te behouden. De uitgave van de periodiek Alcohol Research zal worden beëindigd. Periodiek zal worden bekeken of door nieuwe wetenschappelijke onderzoeken en inzichten het uitgeven van een actuele brochure Wijn en Gezondheid nodig is.

Evenals voor het marktonderzoek zal ook voor het wetenschappelijk onderzoek worden onderzocht of ondernemingen bereid zijn het mede door het productschap georganiseerde wetenschappelijk onderzoek zelf te financieren.

5.2.7. Stimuleren verantwoord alcoholgebruik en verantwoorde reclame (maatschappelijk verantwoord ondernemen)

- Deelname BOB Campagne
- STIVA Code
- Voorlichting over omgaan met criminaliteit
- Leeftijdencampagne Soms moet je Nee verkopen
- Platform Alcohol en Jongeren

Het stimuleren van het op verantwoorde wijze omgaan met wijn behoort tot de belangrijkste aandachtsgebieden van het productschap. Voorlichting aan branche en consument hierover is in het belang van branche én samenleving als geheel. Het beleid van de overheid is gericht op het terugdringen van overmatig alcoholgebruik en het voorkomen van alcoholgebruik onder jongeren onder de 16 jaar (wijn en bier) en 18 jaar (gedistilleerde dranken). De doelstellingen van dit beleid worden door het productschap onderschreven. De wijze waarop deze doelstellingen bereikt moeten worden zijn voortdurend onderwerp van gesprek met de overheid.

Het productschap draagt bij aan de BOB-campagne van 3VO. Alcohol en verkeer gaan niet samen en het productschap wil dit uitdragen.

Het productschap neemt deel in de Stichting Verantwoord Alcoholgebruik (STIVA). In de Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken van STIVA staan regels voor het maken van verantwoorde reclame. De STIVA-code is een vorm van zelfregulering door de branche. Naast het onderhouden en handhaven van deze code adviseert STIVA adverteerders over de code. Makers van radio- en TV commercials zijn verplicht vooraf advies in te winnen bij STIVA over de verenigbaarheid van de commercial met de code. Ten behoeve van personeel van met name detailhandelaren is door het CBL een programma ontwikkeld over omgaan met

criminaliteit. Het productschap ondersteunt dit initiatief en draagt dit verder uit. Het productschap ondersteunt voorts de campagne "Soms moet je nee verkopen" van het Platform Verkoop Alcoholhoudende Dranken voor Thuisgebruik en neemt via STIVA deel in het Platform Alcohol en Jongeren. In dit platform wordt samengewerkt met overheid en maatschappelijke organisaties aan het terugdringen van overmatig alcoholgebruik door jongeren.

In de komende jaren wordt het beleid op het gebied van verantwoorde consumptie van wijn verder geïnventariseerd. Met name op het gebied van alcohol en jongeren zullen nieuwe initiatieven ontplooid worden en het productschap wil hier aan bijdragen.

5.3 FINANCIERING

De activiteiten van het productschap worden gefinancierd uit de heffing. De laatste jaren is de heffing sterk verhoogd. Deze verhoging was nodig om de reserves van het productschap, na terugbetaling van heffingsgelden, weer op verantwoord peil te brengen. Hoewel de juridische procedures omtrent de rechtsgeldigheid van bepaalde heffingsverordeningen nog niet zijn afgerond, streeft het productschap naar een verlaging van de heffing van \pm 40% met ingang van 2006.

Zoals eerder aangegeven wil het productschap alleen die activiteiten verrichten die de brancheorganisaties niet kunnen of

willen verrichten. Het wil principieel optreden als collectieve belangenbehartiger. Een algemene en verplichte heffing gebiedt het productschap ook zich alleen met zaken van collectief belang bezig te houden.

De heffing is verschuldigd voor de hoeveelheid wijn waarover accijns is betaald. Met deze heffingsgrondslag is beoogd de heffing op te leggen aan het begin van de keten. De importeurs van wijn berekenen de heffing door aan hun afnemers, waardoor de gehele keten uiteindelijk meebetaalt aan de heffing. Doordat bepaalde ondernemingen meerdere functies vervullen, bijvoorbeeld slijter en importeur, is het mogelijk dat aan meerdere product- en/of bedrijfsschappen heffing moet worden afgedragen. Dit zal echter bij de oprichting en realisatie van een gezamenlijke werkor- ganisatie zoals omschreven in hoofdstuk 4.5 tot het verleden gaan behoren.

5.4 MEDEBEWIND

Het schap voert op basis van de Verordening EG nr. 1493/1999 de volgende medebewindstaken uit.

Door de beleidsmedewerkers van het productschap wordt een actieve rol gespeeld bij het tot stand komen van wijn gerelateerde verordeningen in Brussel. Samen met een vertegenwoordiger van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit nemen zij deel aan vergaderingen in Brussel en behartigen zo de

belangen van de Nederlandse wijnbranche, waarbij tevens het algemeen belang scherp in het oog wordt gehouden.

De beleidsmedewerkers sturen die HPA-afdelingen aan waar administratieve werkzaamheden worden verricht in het kader van medebewind zoals het invoercertificatenregime De Steun- en restitutieverlening druivensap en wijn en de Regeling actieve veredeling landbouwgoederen. Ook de voorlichting naar de branche over deze onderwerpen wordt gecoördineerd door het Productschap Wijn.

De Nederlandse commerciële wijnbouw valt onder de Gemeenschappelijke ordening van de wijnmarkt. Het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit heeft het Productschap Wijn gevraagd de uitvoering van de Europese regels voor de Nederlandse wijnbouw op zich te nemen. Ingevolge het Instellingsbesluit Akkerbouwproduct- schappen is het Productschap Wijn mede ingesteld voor ondernemingen waarin de bereiding van wijn plaatsvindt. De teelt van druiven valt echter formeel onder de competentie van het Productschap Tuinbouw. Dit productschap heeft laten weten zich niet met de Nederlandse wijnbouw te willen bezighouden, waardoor het schap ook deze taak heeft opgepakt.

Als eerste taak heeft het Productschap alle Nederlandse wijnproducenten geregistreerd. Vervolgens heeft het productschap, mede op verzoek van de Keuringsdienst van Waren van de Voedsel en Waren Autoriteit de totstandkoming van de hygiëncode voor de Nederlandse wijnbouw begeleid. De code is inmiddels afgerond en goedgekeurd door het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Het bevorderen van voedselveilig produceren door de Nederlandse wijnproducenten staat hoog op de agenda van het productschap. Conform de Europese wetgeving zal het schap in de nabije toekomst de gebruikte druivenrassen en oogsthoeveelheden gaan registreren.

Hoofdstuk 6



Uitdagingen voor de toekomst

Toekomstverkenning 2005

Samenwerking

De belangrijkste moderniseringsvoorstellen betreffen verdergaande samenwerking.

Samenwerken en eventueel samengaan met andere schappen/commissies met behoud van de eigen identiteit. De akkerbouw-productieschappen passen hun organisatie aan om hiervoor adequaat voorgesorteerd te staan.

Kostenbeheersing

Steeds duidelijker wordt dat het bedrijfsleven van productschappen verwacht dat taken effectief en efficiënt worden uitgevoerd, tegen zo laag mogelijke kosten. Er moet een duidelijke relatie zijn tussen het betalen van de heffing en de daarvoor geleverde diensten. Het stroomlijnen van de werkorganisatie moet een belangrijke kostenverlaging mogelijk maken.

Arbeid

Werkgevers en werknemers zullen tot een actieplan komen om de factor arbeid (kwaliteit van personeel, personeelszorg) hernieuwd aandacht te geven. Het productschap wil de samenwerking op dit gebied met de andere productschappen verder intensiveren.

Internationale afstemming

Internationale afstemming wordt steeds belangrijker. Het bewerkstelligen daarvan vraagt van het productschap een actievere opstelling in Brussel. Naast contacten met de Europese overheid zal meer aandacht moeten worden besteed aan de samen-

werking met bedrijfslevenorganisaties in andere landen.

Dubbele heffingen

Het streven is het aantal PBO-organen waaraan bedrijven heffingen moeten betalen te minimaliseren. Het beste is aansluiting te zoeken bij het schap waar de hoofdactiviteit van het bedrijf onder ressorteert. Daarnaast wordt gestreefd naar "één loket" voor de inning van heffingen van de schappen.

Goed bestuur

Ten einde de besluitvorming te verbeteren, wordt voorgesteld voorafgaand aan de bestuursvergaderingen spreekrecht te verschaffen, wordt het initiatiefrecht ingevoerd en worden de mogelijkheden van een raadgevend correctief referendum bekeken.

Er zal fors meer aandacht besteed worden aan de communicatie met de achterban. Alle heffingsplichtige bedrijven zullen jaarlijks een beknopt jaarverslag ontvangen. Verordeningen en besluiten zullen niet alleen in het publicatieblad van de Sociaal Economisch Raad (SER) worden gepubliceerd, maar ook in de betrokken vakbladen.

Om te bevorderen dat zakelijke en publieke belangen gescheiden blijven en nevenfuncties niet in de weg staan van onpartijdigheid en onafhankelijkheid, wordt een openbaar register van nevenfuncties aangelegd.

Samenvatting en conclusies draagvlakonderzoek

Bijlage



Het draagvlak voor de toekomstverkenning van het Productschap Wijn en een oordeel over het algemeen functioneren is getoetst met behulp van een schriftelijke enquête. Daarmee is ruim 13% van de 1.500 onder de werkingsfeer van het productschap vallende slijters ondervraagd en ruim 18% van de 500 grootste importeurs die onder de werkingsfeer van het schap vallen. Twaalf van de twintig grootste importeurs, die het meeste aan het schap betalen zijn, daarnaast in een telefonisch interview bevroegd naar hun mening over de toekomstvisie van het productschap. Daarnaast zijn ook de supermarkten in een gesprek met enkele vertegenwoordigers bevroegd. Daarmee is een goed beeld te geven over het draagvlak voor de onderdelen van de toekomstvisie.

Het functioneren en de wijze van informeren van het PW worden door zowel importeurs als slijters gemiddeld ruim voldoende gewaardeerd. De importeurs zijn iets vaker positief dan de slijters, die vaker neutraal stemmen of geen mening hebben. De grote importeurs zijn sterk verdeeld in hun oordeel over het schap en het informeren door het schap. De supermarkten vinden dat het PW naar behoren functioneert.

Met de voorgenomen invulling van de inhoudelijke en organisatorische hoofdtaken van het schap zijn de ondernemers het in grote lijnen eens. Zijn vinden met name dat het schap zich nadrukkelijker

moet profileren richting de ondernemers, zich manifesteren op moet stellen richting overheid en dat meer samengewerkt moet worden met andere schappen om de overheadkosten te drukken. Over krachtenbundeling in de sfeer van alcoholhoudende dranken en een hogere prioriteit voor maatschappelijke thema's stemmen de slijters en met name de importeurs vaker 'neutraal'.

De ondernemers geven over het algemeen aan de in de toekomstvisie beschreven activiteiten belangrijk te vinden. Het hoogst scoren de activiteiten van het Wijninformatiecentrum en die ter bevordering van goed wijnonderwijs. Alleen activiteiten op sociaal gebied worden door een wat grotere groep onbelangrijk gevonden. Grote importeurs zijn veel vaker dan kleine importeurs en slijters verdeeld over het belang dat zij aan bepaalde activiteiten hechten, behalve daar waar het gaat om (Europese) belangenhartiging. Slijters vinden gemiddeld meer activiteiten belangrijk dan importeurs, terwijl zij vaak geen heffing hoeven te betalen. De supermarkten zien andere taken voor het PW dan de andere groepen. Volgens hen moet het schap zich juist met milieu, verpakkingen en voedselveiligheid bezighouden en nadrukkelijk niet met belangenbehartiging. Supermarkten hebben geen mening over het Wijninformatiecentrum, sociale aangelegenheden en onderzoek.

Duidelijk is dat de grote importeurs het meest verdeeld zijn over de activiteiten van het productschap: een deel daarvan vindt activiteiten onbelangrijk, die een ander deel juist wel belangrijk vindt. De kleinere ondernemingen zijn vaker van mening dat de voorgenomen activiteiten belangrijk zijn.

Over het gewenste inzicht en betrokkenheid in de besluitvorming van het schap zijn de meningen verdeeld. Ruim een kwart van de ondernemers geeft hierover overigens geen mening. De slijters willen iets vaker dan de importeurs meer inzicht en meer betrokkenheid. En de grote importeurs beduidend vaker.

Het gedeelte van de ondernemers dat helemaal niet wil betalen voor de activiteiten van het PW is met een kwart maar beperkt. Een kwart van de importeurs is voorstander van een algemene heffing. Ook ruim 20% van de op dit moment – niet direct betalende – slijters is daarvoor. Ongeveer 40% van de importeurs en ruim eenderde van de slijters is voorstander van een systeem waarin alleen wordt betaald voor de diensten waarvan gebruik wordt gemaakt.

Uitgave

Productschap Wijn
Stadhoudersplantsoen 12
Postbus 29739
2502 LS Den Haag
Telefoon 070 - 370 83 47
Fax 070 - 370 84 08
E-mail pw@wijninfo.nl
www.wijninfo.nl
<http://i.wijn.nl>

Ontwerp en uitvoering

SO creatief, Den Haag

Druk

Stimuka, Rijswijk

Fotografie

Fotostudio Tacul Jacco Musper
Beemsterwijngaard
Productschap Wijn
Pako diensten

