

Impuls voor wijnonderwijs

Het Productschap Wijn heeft in 2006 veel energie gestoken in het wijnonderwijs. Een van de nieuwe initiatieven is de ScriptiePrijz Wijn.



succes van de nieuwe wereld verklaard'. In zijn scriptie gaat hij in op het verschil in strategisch management en marketing van wijn tussen de zogenoemde oude en nieuwe wereld. Aan de prijs is een bedrag van € 1.500,- verbonden.

Het Productschap Wijn wil met het instellen van de jaarlijks toe te kennen prijs de belangstelling voor wijn en het werken in de wijnsector stimuleren.

De winnaar van de eerste ScriptiePrijz Wijn is de Amsterdamse economiestudent Maurits Terheijden met het onderwerp 'Het

Wijndocentendag

De Nationale Wijndocentendag beleefde in 2006 haar tweede editie. In totaal bezochten 115 wijndocenten de bijeenkomst, waar diverse presentaties werden gehouden over zaken als wijn en spijs in het wijnonderwijs, wijn en marketing, diabetes en alcoholgebruik en proeven

en proefnotities. Door middel van 'train de trainer' wil het productschap de kwaliteit van het wijnonderwijs in Nederland stimuleren. De volgende wijndocentendag staat gepland op 4 oktober 2007.

Erkenning wijndiploma's

Samen met de georganiseerde wijnhandelaren en slijters participeert het Productschap Wijn in de Stichting Wijnexamens Nederland. Afgelopen jaar, en ook dit jaar, is er overleg geweest met de Engelse Wine & Spirit Education Trust over internationale erkenning van de Nederlandse wijndiploma's.

Vernieuwde RI&E

Tijdens het invullen van het de risico-inventarisatie en -evaluatie (RI&E) overleggen de werkgever en werknemers over de verbetering van de arbeidsomstandigheden in hun bedrijf. Hiermee is de RI&E een goed instrument om de arbeidsomstandigheden in de wijnbranche te optimaliseren. Met het actualiseren van de digitale RI&E is dit Arbo-onderdeel in 2006 sterk vereenvoudigd. Bedrijven met minder dan 25

werknemers kunnen volstaan met het invullen van de vragenlijsten. Een bedrijfsbezoek door een Arbo-dienst is in dat geval niet nodig. Ten opzichte van de vorige versie van de digitale RI&E zijn de wetswijzigingen rondom de preventiemedewerker en de zogenaamde maatwerk- of vangnetregeling opgenomen. Hiermee is zowel de kwaliteit als de gebruiksvriendelijkheid van het instrument verbeterd.

Wijnbouw in Nederland

In 2006 waren bij het Productschap Wijn 76 Nederlandse wijnproducten geregistreerd met een gezamenlijk areaal van 100 hectare. Het productschap heeft regelmatig overleg met de wijngaardeniers over nationale en internationale wetgeving. Zo zijn er in 2006 afspraken gemaakt over de lijst met toegestane druiv-

venrassen. In de komende jaren zal blijken welke rassen definitief worden opgenomen.



www.wijninfo.nl

De website van het Productschap Wijn werd in 2006 ruim 3,3 miljoen keer geraadpleegd. De meest opgevraagde documenten waren:

- 1 Arbo-werkboek;
- 2 brochure Wijnwijn;
- 3 brochure Importeren;
- 4 brochure Wijn en gezondheid;
- 5 brochure Etikettering.



Jaarbericht 2006 is de samenvatting van het jaarverslag over 2006 van het Productschap Wijn. Jaarbericht 2006 wordt in een oplage van 1.500 verspreid onder de wijnbedrijven die heffing betalen. Daarnaast ont-

vangen de brancheorganisaties, toezicht-houders, politiek, overheidsinstanties en journalisten deze uitgave.

Productie: HPA Communicatie
Tekst: Egbert Jonkheer.
Vormgeving: Xmen (Hieke Denijs).
Fotografie: Productschap Wijn,
HPA Communicatie, STIVA.
Print: HPA Facilitaire Dienst.

Productschap Wijn
Stadhoudersplantsoen 12
Postbus 29739
2502 LS Den Haag
T 070 - 370 83 47
F 070 - 370 84 08
E pw@wijninfo.nl
I www.wijninfo.nl
http://i.wijn.nl



2 JAARLIJKS LAAT HET PW onderzoek doen naar het koopgedrag en consumptiepatroon van de Nederlandse wijnliefhebber.



3 HET PW ONDERSTEUNT activiteiten, gericht op het versterken van het goede imago van wijn



4 HET PW BEVORDERT kennis over wijn binnen en buiten de wijnsector door activiteiten, zoals de ScriptiePrijz Wijn.

PRODUCTSCHAP WIJN



JAARBERICHT 2006

Het jaarverslag 2006 van het Productschap Wijn in één oogopslag

Het productschap schenkt klare wijn

Waarom is het Productschap Wijn (PW) er en voldoet het nog aan wat de sector verwacht? Met die vraag hebben we ons in 2006 nadrukkelijk beziggehouden.

Als we het zouden moeten samenvatten, dan is 2006 het jaar van de heroriëntatie. In onze eerder opgestelde toekomstverkenning hebben we al laten zien dat we willen moderniseren. De sector en samenleving moeten tenslotte de meerwaarde van ons werk blijven zien. De nieuwe aanpak heeft al tot merkbare veranderingen geleid. Neem het jaarlijkse marktonderzoek, dat beter is afgestemd op de informatiebehoefte van het bedrijfsleven. Ook aan het



Wijninformatiecentrum hebben wij flink aandacht besteed om onze informatie beter toegankelijk te maken. Daarnaast werken we hard aan het efficiënter in-

richten van onze organisatie. Met het uitgeven van deze tabloid willen we u als heffingsbetaler een handzaam overzicht bieden van het werk dat wij het afgelopen jaar hebben verzet en de resultaten daarvan. Dat past ook weer in het verder bevorderen van de transparantie. Of om het in vaktermen te zeggen: Wij willen graag klare wijn schenken!

Theo Meijer (r) Hans Burghoorn
voorzitter secretaris

Het volledige jaarverslag van het Productschap Wijn vindt u op www.wijninfo.nl. Wilt u reageren? pw@wijninfo.nl

'Niet-drinken onder de 16 als norm'

De campagnes gericht op alcoholmisbruik hebben zich in 2006 vooral gericht op het terugdringen van alcoholgebruik onder jongeren.

De alcoholbranche, preventie-instellingen en het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport willen dat niet-drinken onder de 16 jaar weer de maatschappelijke norm wordt. De aandacht hiervoor is hard nodig, omdat de huidige trend is dat jongeren steeds eerder beginnen met drinken.

In dit verband is de slogan 'Alcohol onder de 16, nog even niet' geïntroduceerd. De slogan is te zien onder de commercials voor bier en mixdrankjes en vervangt deels het bekende 'Geniet, maar drink met mate'. Op de bijbehorende website www.alcoholonderde16nogeveenniet.nl staat informatie en tips voor jongeren, ouders en opvoeders.

Ook zijn er flyers uitgedeeld in supermarkten.

Om het probleem ook aan de verkoopkant aan te pakken is samen met het Platform Verkoop Alcoholhoudende Dranken voor thuisgebruik de campagne 'Soms moet je nee verkopen' in het leven geroepen. Door bij twijfel over de leeftijd van een jonge klant altijd naar een leeftijdsbewijs te vragen, worden jonge kopers ontmoedigd. De detailhandel wil op deze wijze bereken dat jongeren altijd uit zichzelf hun legitimatie tonen. Het Productschap Wijn werkt met de bier- en gedistilleerdsector samen in de Stichting Verantwoord Alcoholgebruik. Diverse campagnes worden in dit



verband gesteund. Daarnaast steunt het productschap initiatieven rechtstreeks, zoals de BOB-campagne van 3VO. Cijfers laten zien dat de BOB-campagne werkt. Het aantal rijders onder invloed is gedaald van 4,6% in 2000 naar 2,8% in 2005. Maar liefst 96% van de Nederlanders kent de campagne.

Wat kost het productschap u?

Het Productschap Wijn heeft in 2006 minder heffing geïnd dan het jaar ervoor.



De heffing aan het productschap bedraagt € 1,14 per hectoliter wijn waarover accijns is betaald. De heffing bestaat uit een bestemmingsheffing, een financieringsheffing en een

aanvullende financieringsheffing. In 2006 is de bestemmingsheffing verlaagd van € 0,56 naar € 0,39 per hectoliter wijn. De verlaging betreft de milieukosten, die niet langer collec-

tief worden gedragen nu het Convenant Verpakkingen is gestopt. De financieringsheffing bedraagt € 0,22 per hectoliter. Verder is het productschap een aanvullende financieringsheffing van € 0,53 per hectoliter. Deze is in 2002 ingesteld om de financiële reserves van het schap weer op peil te brengen, nadat deze als gevolg van de terugbetaling van heffingen aan de branche nagevoerd waren uitgeput. Deze reserves moeten de komende jaren weer worden aangesproken, nu de rechter op formele gronden heeft

bepaald dat het schap de bestemmingsheffing over meerdere jaren moet terugbetalen. In totaal gaat dit om 7,5 miljoen euro. In 2007 wordt een begin gemaakt met de teruggave. De aanvullende financieringsheffing van € 0,53 per hectoliter zal ook in 2007 en 2008 worden geïnd, om de reserves voor een deel te repareren. Het Productschap Wijn streeft ernaar om een reserve aan te houden ter grootte van de jaarlijkse uitgaven.

Zie ook de jaarrekening 2006 op www.wijninfo.nl.

Rosé weer flinke stijger

2006 was voor rosé een jaar waarin het de groei moeiteloos wist vast te houden, zo blijkt uit marktonderzoek dat het Productschap Wijn heeft gefinancierd.

De afzet van rosé nam toe met 25% tot 353.939 hectoliter, waardoor het volumeaandeel in de totale hoeveelheid stille wijnen groeide naar 13,5%. In omzet is het aandeel van rosé 13,9%. Franse rosé is veruit het populairst, met een marktaan-

deel van 45,2%. Ook de Zuid-Afrikaanse rosé behield zijn goede positie met 25,7%. Roséwijnen uit de nieuwewereldwijnlanden profiteerden nauwelijks van de gestegen verkopen. Behalve rosé deden ook de andere stille wijnen het goed. Cijfers van de supermarkten laten een stijging zien van 2% voor zowel het volume als de omzet. Van aperitieven werd 3% minder verkocht, met als positieve uitzondering port, waarvan het volume juist met 4% toenam.

Nieuw Besluit Verpakkingen

In 2006 kwam de overheid met een nieuw Besluit Verpakkingen, met een kostenstijging voor de sector als gevolg. Een vereenvoudigde opgave moet de administratieve lasten beperken.

Het Productschap Wijn betreurt de beslissing van de overheid om te stoppen met de samenwerking op gebied van verpakkingen. PW-secretaris Hans Burghoorn: „Met de bereikte resultaten liep Nederland voorop in Europa, terwijl de consument en het bedrijfsleven relatief goedkoop uit waren. Helaas bleek de overheid niet op andere gedachten te brengen. De milieuheffing die de bedrijven nu moeten betalen, kost de sector tien keer zoveel.”

Om de administratieve lasten van het nieuwe systeem voor de

wijnbranche te beperken, biedt het productschap samen met de Koninklijke Vereniging van Nederlandse Wijnhandelaren de mogelijkheid om gebruik te maken van een regeling voor vereenvoudigde opgave van wijn-gerelateerd verpakkingsafval. In plaats van de afzonderlijke gewichten van de verpakkingen te bepalen, kan worden volstaan met de gemiddelde gewichten van de diverse materiaalsoorten. Iedere wijnimporteur ontvangt van het productschap een opgave waarop de benodigde gegevens staan voor de bere-

kening die de bedrijven moeten uitvoeren voor de milieuheffing.



Wijnweek opent met symposium

Met het Symposium Wijn & Marketing werd de 6e editie van de Nationale Wijnweek ingeluid.



Op 2 oktober 2006 heeft het Productschap Wijn voor de eerste keer het Symposium Wijn & Marketing georganiseerd rond het thema: Marketing in de wijnbranche,

verloedering of vooruitgang? Het symposium fungeerde als officiële openingsbijeenkomst van de Nationale Wijnweek. De 200 deelnemers konden lezingen

volgen van nationale en internationale sprekers en meedoen aan workshops en live consumentenonderzoek. De Nationale Wijnweek 2006 werd gehouden van maandag 2 tot en met zondag 8 oktober en kende weer een breed scala aan activiteiten. Samen met de Koninklijke Vereniging van Nederlandse Wijnhandelaren gaf het Productschap Wijn een Wijnweekgeschenk – *Spiekbokje* van Hubrecht Duijker – uit. Van dit boekje zijn 250.000 stuks besteld door wijnimporteurs en detail-

handelaren, die het konden weggeven aan consumenten bij de aankoop van wijn. De drukbezochte Open Dag Nederlandse Wijn- gaarden viel goed in de smaak bij publiek en pers. Zij konden bij 48 wijngaardeniers terecht. In 2007 wordt de open dag gehouden op zondag 30 september. De Nationale Wijnweek 2007 vindt plaats van maandag 1 tot en met zondag 7 oktober. Ook deze editie zal weer worden geopend met een Symposium Wijn & Marketing. Het thema is dan: Trade marketing.

Wijnconsumptie

De wijnconsumptie in Nederland bedroeg in 2006 per hoofd van de bevolking 21,5 liter. In 2005 was dit 21,3 liter. De meeste wijnen kwamen uit:

- 1 Frankrijk
- 2 Spanje
- 3 Zuid-Afrika
- 4 Duitsland
- 5 Italië



Lastenbeperking bij hygiëneverordening

Sinds 1 januari 2006 is de nieuwe hygiëneverordening van de EU van kracht. Het Productschap Wijn heeft de verplichtingen die hieruit voortvloeien zoveel mogelijk collectief geregeld.



Een belangrijke verplichting is onderzoek naar residuen van pesticiden en ochratoxine A in wijn. Met de Voedsel en Warenautoriteit (VWA) is afgesproken

dat het Productschap Wijn deze verplichting van de individuele ondernemers op zich neemt. Het productschap laat jaarlijks een representatief onder-

zoek uitvoeren. In 2006 werden geen overschrijdingen gevonden. Het naleven van hygiëncodes die het productschap uitgeeft voor producenten van wijn en importeurs, dekt de verplichtingen wat betreft voedselveiligheid. Onder andere een HACCP-analyse maakt hiervan onderdeel uit, waarbij de mogelijke gevaren van productie tot verkoop in kaart worden gebracht.

Verder verplicht de verordening Nederlandse wijnhandelaren zich te registreren bij de VWA. Om de administratieve lasten te beperken hebben de VWA en het Productschap Wijn afgesproken dat het schap maandelijks een overzicht doorgeeft van de bij het productschap geregistreerde wijnhandelaren. Deze bedrijven voldoen hiermee aan de registratieplicht.