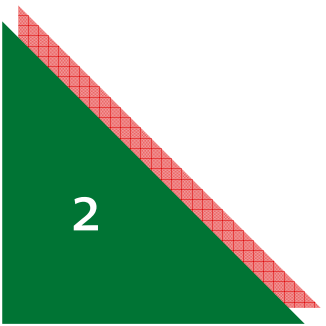
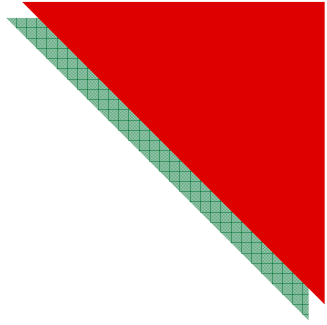


# **JAARPLAN**

## **2009**

*Werken naar resultaat*



# Inhoudsopgave

VOORWOORD .....	5
MARKT EN INNOVATIE .....	7
Thema's:	
1. Energie .....	8
2. Arbeid .....	9
3. Voeding, Gezondheid en Welbevinden.....	10
4. Plantgezondheid.....	12
5. Water .....	13
6. Adaptatie klimaatverandering .....	14
7. Markt en Ketens .....	15
8. Imago.....	17
Taken:	
1. Marktonderzoek- en informatie .....	19
2. Onderzoek en Innovatie .....	21
3. Collectieve promotie .....	22
4. Internationale Zaken .....	23
EXTERNE COMMUNICATIE.....	25
HEFFINGEN.....	26
MEDEBEWIND .....	27
STAF .....	28
ORGANISATIE PRODUCTSCHAP TUINBOUW .....	29
BIJLAGEN:	
Organogram: PT .....	30
Organogram: Bestuurlijke organisatie en budget 2008 .....	31
Lijst met dragende organisaties.....	32



# VOORWOORD

Dit jaarplan 2009 van het Productschap Tuinbouw (PT) dient drie doelen:

- Het wil onze omgeving inzicht geven in de beoogde werkzaamheden en activiteiten.
- Het biedt een toetsingskader voor door het PT te financieren projecten.
- Het maakt deel uit van de beleidscyclus van het PT die tot doel heeft bij te dragen aan het systeem van sturing, beheersing, verantwoording en toezicht van onze organisatie.

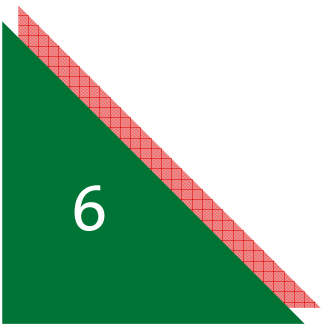
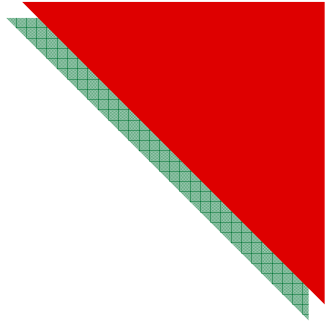
Het PT maakt deel uit van het stelsel van bedrijfslichamen, product- en bedrijfschappen, die zijn gebaseerd op de Wet op de bedrijfsorganisatie. Schappen, dus ook het PT, dienen het algemeen én het sectoraal belang. In vrijwel alle in dit jaarplan genoemde werkzaamheden is zowel het algemeen als het sectoraal belang terug te vinden.

Bij de formulering van onze plannen is rekening gehouden met de inspraak en wensen van brancheorganisaties, (groepen van) ondernemers en overheidsbeleid. Het communicatieplan van het PT voorziet daarin. We maken onder andere gebruik van middelen als ons digitale Tuinbouw Inspraak Panel, het uitbrengen van sector- of themavisies, de website van het PT en het aloude en beproefde middel van groepsbijeenkomsten.

Ook gedurende het jaar is er volop de gelegenheid om betrokken te zijn bij uitvoering van de plannen. In diverse stadia kan worden geparticipeerd in de te ondernemen activiteiten. Op deze wijze wil het PT midden in de sector staan. Een sector die bruist van de activiteiten en initiatieven om de positie van de bedrijven te versterken. Daaronder heel wat collectieve initiatieven die, direct of indirect, worden gesteund vanuit het PT. Denk aan het initiatief om via Greenports Nederland de BV Nederlandse tuinbouw- en groensector meer samenhang en positie te geven. Of het idee van een gezamenlijke imago- en arbeidsmarktcampagne om de Nederlandse tuinbouw- en groensector beter op de kaart te krijgen bij jongeren en het brede publiek.

Dit jaarplan 2009 heeft als titel meegekregen 'Werken naar resultaat'. Want van resultaat zullen we het moeten hebben. Met 'we' wordt zowel de sector zelf bedoeld als het PT. De eerste kan een zetje in de goede richting goed gebruiken, gezien de in meerdere schakels en sectoren moeizame positie van veel ondernemingen. Maar ook het PT moet resultaat laten zien om draagvlak voor dit collectieve instrument te behouden. Het is dus ons gezamenlijk belang dat er in 2009 resultaat wordt geboekt.

Reacties op dit plan zijn welkom bij bestuurders en medewerkers van het PT. Deze vormen input voor voortdurende bijstelling van het te voeren beleid. Zo blijft het PT werken aan het grootste rendement van de heffingsinkomsten voor de bedrijven en de werkenden in de tuinbouw en groensector.



# MARKT EN INNOVATIE

In 2009 zal de afdeling Markt en Innovatie op verzoek van de Sectorcommissies en de Sociaal-Economische Commissie projectaanvragen beoordelen aan de hand van de beleidsregels die door het PT-bestuur zijn vastgesteld. Verder initieert en coördineert Markt en Innovatie marktonderzoek en verstrekt het informatie.

In dit hoofdstuk vindt u een beknopt overzicht van de thema's en taken die in 2009 veel aandacht zullen krijgen. Uitgebreide informatie per project/onderwerp is te vinden op de website van het PT en in de gedetailleerde jaarplannen van bijvoorbeeld Arbeid en Energie.

Ook zal de afdeling extra aandacht besteden aan evaluatie en communicatie van de resultaten van de onderzoeken en projecten die zijn afgerond. De vindbaarheid van alle activiteiten en resultaten op de website heeft een hoge prioriteit. De afdeling Markt en Innovatie zal in 2009 wederom intensief samenwerken met vele (branche) organisaties, overheid en onderzoeksinstituten.

Het PT gaat in 2009 samen met de sector een visie Voeding, Gezondheid en Welbevinden opstellen, gezien het belang en de actualiteit van deze thema's voor de voedingstuinbouw en groene sector. Ook de actiepunten uit de drie in 2008 verschenen visies over Arbeid, Vollegrondsgroenten en Verwerkte- en bewerkte groenten en fruit, zijn terug te vinden in dit jaarplan.

Naast de thematische- en vanuit taken benoemde budgetten, zoals weergegeven in dit jaarplan, worden de (interne) organisatiekosten over de thema's en taken verdeeld. De genoemde bedragen voor de financiering zijn exclusief fte- en organisatiekosten. Deze zijn terug te vinden in de separate sectorbegrotingen.

# 1. Thema: Energie

## Inleiding

PT en het tuinbouwbedrijfsleven hebben in 2002 het initiatief genomen om de Nederlandse glastuinbouw te transformeren van energieverbruiker tot energieproducent. Productschap Tuinbouw (PT), tuinbouwbedrijfsleven en ministerie van LNV werken hierbij samen in het Programma Kas als Energiebron.

Verder hebben bedrijfsleven en overheid voor een aantal tuinbouw- en groensectoren afspraken gemaakt om het energieverbruik en CO<sub>2</sub>-emissie terug te brengen. Dat is vastgelegd in convenanten en meerjarenafspraken.

## Doelen in 2009

### 1. Uitwerken doelstellingen convenant 'Schone en Zuinige Agrosectoren' van tuinbouw en overheid

- Concrete streefbeeldens per transitiepad van Kas als Energiebron zijn gerealiseerd.
- Een kostenefficiënt CO<sub>2</sub> sectorsysteem glastuinbouw is operationeel.
- De doelen in het kader van de meerjarenafspraken energie voor de bloembollen-, paddenstoelen- en de groenten en fruit verwerkende industrie zijn gerealiseerd.

### Activiteiten PT in 2009

Het Productschap Tuinbouw (PT) werkt in samenwerking met andere partijen aan het realiseren van de gestelde doelen van het Programma Kas als Energiebron in 2009. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om het stimuleren van het gebruik van semi-gesloten kassen, aardwarmte en bio-wkk. Ook het ontwikkelen en implementeren van het Nederlandse CO<sub>2</sub>-sectorsysteem glastuinbouw moet in 2009 afgerond zijn. Daarnaast is het PT als ketenorganisatie actief als overlegplatform om de doelstellingen van het convenant 'Schone en Zuinige Agrosectoren' tot stand te brengen. Als sluitstuk treedt het PT op als financier en doet dat in samenwerking met andere partijen.

*Inzet PT: 3,6 fte. Financiering: 4,5 miljoen euro.*

### 2. Inzet om de energiekosten voor de tuinbouw binnen de perken te houden

- De tarieven voor stroom, gas en warmte moeten economisch verantwoord blijven.
- Het verlaagde tarief voor energiebelasting voor aardgas blijven voor de tuinbouw behouden.
- Duurzame energie moet voor de glastuinbouw tegen concurrerende prijzen inzetbaar zijn.

### Activiteiten PT in 2009

Afwegen of de klacht tegen GasTerra over de hoogte van de gasprijs een vervolg krijgt. Dat zal mede afhangen van het oordeel van de NMa. Tariefstructuur voor de kleine gasafnemer evalueren. Samen met de overheid de energiebelastingssystematiek voor de tuinbouw voorbereiden voor 2011 en 2012.

*Inzet PT: 0,3 fte. Financiering: 400.000 euro.*

### Partners samenwerking

- Brancheorganisaties tuinbouw
- Ministerie van LNV, EZ en VROM

### Belang PT-jaarplan Energie

Sectorbelang: Kostenbeheersing en het terugdringen van het gebruik van fossiele brandstoffen en de emissie van CO<sub>2</sub>.

Algemeen belang: Minder energieverbruik en CO<sub>2</sub>-emissie door de Nederlandse tuinbouw en verduurzaming van energiehuishouding.

## 2. Thema: Arbeid

### Inleiding

De tuinbouw en groene sector wil gezien worden als een goede en betrouwbare werkgever, waarbij arbeid onder optimale, veilige en plezierige omstandigheden wordt uitgevoerd. Werk is er voor mensen met opleidingen van laag tot hoog. Werktijden kunnen zo worden ingevuld dat er balans is tussen werk en privé. Een goede afstemming van vraag en aanbod is nodig om de problematiek van de 'vergrijzing en ontgroening' op te lossen. Het tuinbouwcluster is verzekerd van voldoende instroom van up-to-date opgeleide jonge mensen. De werkgever ziet arbeid als een duurzame investering en benut de talenten van werknemers optimaal.

### Doelen in 2009

#### 1. Doelstellingen arbeidsmarkt(beleid)

- De tuinbouw- en groensector heeft continu inzicht in de ontwikkelingen en het functioneren van de arbeidsmarkt.
- Het leveren van een bijdrage aan het arbeidsmarktbeleid voor een betere toestroom van medewerkers.

#### Activiteiten PT in 2009

Voortzetting van de arbeidsmarktmonitor. Daarnaast worden sectoranalyses en een internetsite ontwikkeld in het kader van het project 'verankeren arbeid'. De visies arbeid worden gebruikt om met ketenpartners prioriteiten vast te stellen en te vertalen in een actieprogramma. Via arbeidsmarktcommunicatie wordt de tuinbouw aantrekkelijk gepresenteerd.

#### 2. Doelstellingen arbeidsomstandigheden

- Het leveren van een bijdrage aan een veilige en prettige werkomgeving.

#### Activiteiten PT in 2009

Vervolg op de financiering en begeleiding van sectoroverschrijdende zaken zoals 'Stof pak 't aan' en 'Luchtkwaliteit (semi) gesloten kassen'.

#### 3. Doelstellingen scholing en onderwijs

- Opleiden en binden van een groter aantal mensen voor de tuinbouw- en groensector.
- Het leveren van een bijdrage om ondernemers en (nieuwe) werknemers te laten beschikken over de beste vakkennis, geschikte bekwaamheden en het juiste gedrag.

#### Activiteiten PT in 2009

Netwerkvorming, krachtenbundeling tussen tuinbouw- en groensectoren tot stand helpen brengen. Om visie en wensen bedrijfsleven neer te zetten organiseren van een Topbijeenkomst tussen sector, overheid en onderwijs. Mogelijk ook startpunt voor geregeld stakeholdersoverleg over onderwijs. Met organisaties wenselijkheid onderzoeken om bestaande onderwijsgerichte initiatieven uit te bouwen en/of te ondersteunen. Bijdrage leveren aan het ontwikkelen van nieuwe/andere vormen van scholing en opleiding, onder andere stimuleren EVC en andere initiatieven van leren en werken.

*Inzet PT: 2,4 fte. Financiering: 1,6 miljoen euro.*

#### Partners samenwerking

- Werknemers- en werkgeversorganisaties tuinbouw en groensector
- Ministerie van LNV, agrarische fondsen (o.a. Colland), kenniscentra, onderwijs
- Andere productschappen

#### Belang PT-jaarplan Arbeid

Sectorbelang: Personeel binden en boeien voor tuinbouw- en groensector en instroom in het groene onderwijs bevorderen.

Algemeen belang: Tuinbouw zorgt voor werkgelegenheid op alle niveaus en dicht bij bevolkingscentra.

## 3. Thema: Voeding, Gezondheid en Welbevinden

### Inleiding

De Nederlandse burger vindt voeding, gezondheid en welbevinden van wezenlijk belang. Hoewel de interesse voor deze levensbehoeften sterk in de belangstelling staat ligt de consumptie van groenten en fruit nog steeds onder de aanbevolen hoeveelheid. De groente- en fruitsector is in staat om voedselveiligheidsrisico's vrijwel volledig te beheersen en streeft naar een nultolerantie van overschrijdingen van de voedselveiligheidsnormen. Een groene leef- en werkomgeving is belangrijk voor het welbevinden van de mens.

### Doelen in 2009

#### 1. Voedselveiligheidsrisico's

- De sector heeft de belangrijkste voedselveiligheidsrisico's in beeld en onder controle.

#### Activiteiten PT in 2009

Het beoordelen van initiatieven en projecten op het gebied van voedselveiligheidsaspecten groenten en fruit. PT en Frugi Venta voeren Food Compass en EWRS database uit. Daarnaast voert het PT het secretariaat van GlobalGap. Opstellen meerjarenvisie voeding en gezondheid. Communiceren met doelgroepen via nieuwsbrieven, website, bijeenkomsten/workshops en werkgroepen. De eisen van EU-wetgeving zijn voor de tuinbouw en groene sector praktisch vertaald.

#### 2. Gezondheidsaspecten

- De gezondheidsaspecten van verse, bewerkte en verwerkte groenten en fruit zijn nader onderzocht.

#### Activiteiten PT in 2009

Het ontsluiten van gegevens over inhoudsstoffen van groenten en fruit via centrale databank(en). Het opstellen van een meerjarenvisie gezondheid. Het verbeteren van de kennis over en de houding en het gedrag van de consument ten opzichte van de gezondheid van groenten en fruit.

#### 3. Verhogen consumptie

- Het verhogen van de consumptie van groente, fruit, noten en zidvruchten.

#### Activiteiten PT in 2009

Voorlichting via het Voedingscentrum en AGF Promotie Nederland. Verbetering van het aanbod groente en fruit voor het project 'Werkfruit'. Monitoren via consumentenonderzoek.

#### 4. Openbaar groen

- Meer aandacht voor openbaar groen bij aanleg van nieuwe wijken of renovatie van bestaande wijken.

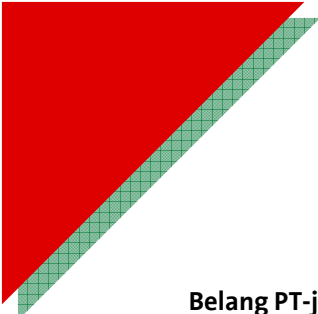
#### Activiteiten PT in 2009

De gezondheidseffecten van een groene leef- en werkomgeving worden nader onderzocht. Het kennisniveau opvizzelen van bedrijven en instellingen omtrent een groene leef- en werkomgeving en het opstellen van een meerjarenvisie Welbevinden.

*Inzet PT: 2,9 fte. Financiering: ca. 500.000 euro.*

#### Partners samenwerking

- Voedingscentrum, AGF Promotie Nederland en andere productschappen
- Brancheorganisaties en ondernemers
- Ministerie van LNV, VWS en VROM
- Groenforum en promotieorganisaties
- Onderzoeksinstituten zoals WUR en RIVM
- VWA



**Belang PT-jaarplan Voeding, gezondheid en welbevinden**

Sectorbelang: De afzet van de producten en diensten van de Nederlandse tuinbouw en groene sector zijn van essentieel belang voor de sector en het welzijn van de mens.

Algemeen belang: Kosten voor gezondheidszorg nemen af bij voldoende consumptie van groente en fruit en bij groene leef- en werkomgeving.

## 4. Thema: Plantgezondheid

### Inleiding

Het thema 'plantgezondheid' blijft voor de Nederlandse tuinbouw heel belangrijk. Het gewasbeschermingsbeleid is gericht op een duurzame landbouw. De tuinbouw van de toekomst vraagt om een productiewijze die georiënteerd is op betrouwbaar voedsel, lage milieubelasting en minimale afhankelijkheid van gewasbeschermingsmiddelen. Telers maken zichtbaar hoe ze werken.

Door verschillende oorzaken (vanuit het beleid bij de overheid, de sectorwensen en ontwikkelingen op nationaal internationaal en maatschappelijk niveau) nemen enerzijds de fyto-sanitaire risico's toe terwijl er anderzijds er een druk/noodzaak is om de kosten van het fyto-sanitair beleid te beperken. De bijzondere positie van Nederland binnen de EU, de nadruk op de handel en een klein aantal stemmen in Europese besluitvormingsprocessen, vereist een proactieve en vooraanstaande rol rondom fyto-sanitaire wet- en regelgeving.

### Doelen in 2009

#### 1. Effectief en duurzaam middelenpakket en emissiereductie gewasbeschermingsmiddelen

- Verminderen van milieubelasting als gevolg van het bestrijdingsmiddelen gebruik.
- Ontwikkeling naar duurzame gewasbescherming met behoud van concurrentiepositie.
- Realiseren doelstelling van emissiereductie van 95 procent voor 2010.

#### Activiteiten PT in 2009

Initiëren, financieren, coördineren en administreren van (teelttechnisch) onderzoek op het gebied van natuurlijk vijanden, testen van nieuwe middelen, optimale teelttechnieken, hygiëne protocollen, detectiemethoden et cetera (zie ook onderzoek en innovatie). Uitvoering geven aan de verordening registratie gewasbeschermingsmiddelen onbedekte teelt bloembollen aangevuld met de registratie van meststoffen en energie. Uitvoering geven aan de registratie van gewasbeschermingsmiddelen in de boomkwekerij. Financieren Fonds Kleine Toepassingen en coördinatoren gewasbeschermingsmiddelen.

#### 2. Fyto-sanitair

- Maximale bevordering / bewaking van plantgezondheid.
- Zo weinig mogelijk verstoring van de internationale handel.

#### Activiteiten PT in 2009

Beleidsmatig overleg met PD/LNV/bedrijfsleven zoals Programmaoverleg fyto-sanitair, klankbordgroep, PEX. De ondersteuning van plantgezondheid projecten wordt vaak geleverd door brancheorganisaties in diverse sectoren. Het PT zorgt dan voor de financiering en voert de projectadministratie uit.

Voorbeelden hiervan zijn voor de bomen onder andere: bacterievuur, Raad voor de Boomkwekerij en voor de bollen, bloemisterij alsmede groenten en fruit: fyto-sanitaire handelsbelemmeringen export naar Japan.

In 2009 zal de ook het 'Programma Clavibacter' worden voortgezet en ook de verordeningen 'Aardappelmoetheid' en 'Bestrijding Knolcyperus' worden uitgevoerd en gehandhaafd.

*Inzet PT: 0,9 fte. Financiering: 1, 2 miljoen euro.*

#### Partners Samenwerking

- Brancheorganisaties en Onderzoeksinstituten
- LNV, PD, CTB, HPA, KCB, BKD

#### Belang PT-jaarplan Plantgezondheid

Sector belang: duurzaam pakket gewasbeschermingsmiddelen houden en zo min mogelijk verstoring van de internationale handel.

Algemeen belang: Voldoende hoogwaardig duurzaam geproduceerde tuinbouwproducten, en de goede naam en faam van Nederland als herkomstland van producten en diensten uit de Nederlandse tuinbouw- en groensector.

## 5. Thema: Water

### Inleiding

Het thema 'water' wordt voor de Nederlandse tuinbouw een steeds belangrijker onderwerp. De gevolgen van de 'Kaderrichtlijn Water' zijn zeer aanzienlijk. De tuinbouw- en groensector is zich bewust dat er nog veel werk verzet moet worden. Het PT wil in zijn Jaarplan 2009 voor het eerst het onderwerp Water als thema positioneren en van daaruit beleid (doen) ontwikkelen en meer onderzoeken en initiatieven entameren daarbij gebruik makend van bestaande advies- en financieringsstructuren.

### Activiteiten 2008

LTO Vakgroep Vollegrondsgroente en LTO Groeiservice hebben al een eerste toekomstverkenning ("Voeten op de grond en de blik vooruit") gemaakt in het kader van het thema water. Op basis van de Meerjarenonderzoeksvisionen van het PT worden in alle sectoren reeds op projectbasis de eerste onderzoeken of pilots gestart. Glami presenteerde half september het definitieve Plan van aanpak 'Innovatie (water)emissieloze glastuinbouw', wat o.a. in samenwerking met het PT is opgesteld. De verwachting is dat het PT de komende jaren meer en meer financiële middelen moet gaan vrij maken om te zorgen dat ook aan deze maatschappelijke eis voldaan kan worden door de tuinbouw- en groensector. De overheid voert omtrent dit onderwerp een actief beleid en stelt onder andere middels de Regeling 'Innovatieprogramma Kaderrichtlijn Water' hier geld voor beschikbaar.

### Doelen

#### 1. Duurzaam waterbeleid

- Alle bedrijven in de tuinbouw werken aan een duurzaam waterbeleid.

#### 2. Beschikbaarheid water

- Er is in kwantitatief en kwalitatief opzicht een goede beschikbaarheid van water.

#### 3. Zelfvoorzienend gietwater

- Alle teeltbedrijven zijn zelfvoorzienend voor hun gietwater.

#### 4. Gesloten watersystemen

- De glastuinbouw is overgeschakeld op nagenoeg gesloten watersystemen.

#### 5. Emissienormen 2010

- Alle ondernemingen voldoen aan de wettelijke emissienormen van 2010 en op termijn aan de Kaderrichtlijn Water.

### Activiteiten PT in 2009

Het PT maakt een inventarisatie van de lopende initiatieven. De knelpunten, kennishiaten en oplossingsrichtingen worden in kaart gebracht. Vanuit die kennis wordt bekeken welke PT beleidsinstrumenten (bijv. Meerjarenonderzoeksvisionen) aangepast dienen te worden. Dit zal eind 2009 leiden tot een beleidsvisie. Het streven is er ook op gericht om in iedere sector een aansprekend onderzoek of pilot te hebben. Een andere rol kan zijn om als platform te gaan fungeren om te zorgen dat de kennis over de sectoren heen goed uitgewisseld wordt.

*Inzet PT: 0,4 fte. Financiering: 25.000 euro.*

### Partners Samenwerking

- Brancheorganisaties en Onderzoeksinstituten
- Overheden, Glami en Greenport Nederland

### Belang PT-jaarplan Water

Sector belang: Sector heeft voor zijn maatschappelijke acceptatie belang bij schoon water.

Algemeen belang: Schoon en voldoende water is van algemeen belang.

## 6. Thema: Adaptatie klimaatverandering

### Inleiding

De land- en tuinbouw is sterk afhankelijk van het klimaat. De gevolgen van de klimaatverandering zullen naar verwachting dan ook juist de sectoren in de land- en tuinbouw treffen. Alle schakels in de tuinbouw- en groensectoren (inclusief de groensector) en zowel ondernemers als werknemers zullen er mee te maken krijgen. De klimaatproblematiek is nauw verweven met (mondiale) lange termijn vraagstukken als schaarste aan grond- en hulpstoffen, energievoorziening, voedselvoorziening, waterkwantiteit en -kwaliteit, transport, volksgezondheid en veiligheid.

### Activiteiten in 2008

In 2008 is een oriënterende verkenning uitgevoerd wat de globale gevolgen van de klimaatverandering zijn voor de tuinbouw en de groensector. Dit is gedaan aan de hand van recente rapporten van het IPCC/PCCC, waarin de globale gevolgen van de klimaatverandering voor Nederland geschetst zijn. Daarbij is ook kort aangegeven welk beleid de nationale overheid en de EU al hebben ingezet om de onvermijdbare gevolgen van de klimaatverandering voor Nederland het hoofd te gaan bieden ('adaptatiebeleid').

### Doelen in 2009

#### 1. Systematische verkenning

- Uitvoeren van een eerste systematische verkenning naar de belangrijkste fysieke en economische gevolgen van de klimaatverandering voor de Nederlandse tuinbouw en groene sector.

### Activiteiten PT in 2009

In 2009 laat het PT in samenwerking met diverse brancheorganisaties op alle uitgebrachte (overheids-) nota's een eerste systematische verkenning uitvoeren naar de belangrijkste fysieke en economische gevolgen van de klimaatverandering. Dit geldt ook voor de onderzoeksprogramma's 'Klimaat voor Ruimte' en 'Kennis voor Klimaat'. Het gaat hierbij om de gevolgen, bedreigingen én kansen voor de verschillende sectoren en schakels in de tuinbouw en de groensector, de werkenden in deze sectoren, de logistiek, et cetera. Bedacht moet wel worden dat de consequenties voor de hele land- en tuinbouw van het veranderende klimaat in hoge mate met elkaar samenhangen en er ook sprake kan zijn van een belangrijke wederzijdse beïnvloeding tussen de verschillende land- en tuinbouw- en groensectoren.

*Inzet PT: 0,05 fte. Financiering: 75.000 euro.*

### Partners samenwerking

- Diverse brancheorganisaties en overheden

### Belang PT-jaarplan Adaptatie klimaatverandering

Sectorbelang: Gevolgen, bedreigingen en kansen van klimaatverandering in kaart brengen.

Algemeen belang: Tuinbouw- en groensector is een belangrijke factor voor Tweede Deltacommissie van Veerman.

## 7. Thema: Markt en Ketens

### Inleiding

In 2009 zijn er nieuwe vormen van ketensamenwerking op het gebied van informatie, logistiek en markt. Initiatieven zijn ontplooid met betrekking tot product- marktinnovaties die leiden tot: kostenbesparing in de keten, verduurzaming van processen en vergroting toegevoegde waarde en onderscheidend vermogen van het (NL) product. Ondernomen activiteiten vinden plaats in nauwe samenwerking met Flowers & Food.

### Doelen in 2009

#### 1. Informatie

- Onder Nederlands beheer ontwerpen en realiseren van een robuuste infrastructuur van international gevestigde ketenstandaarden voor informatie-uitwisseling via innovatieve media.
- Coderingen (internationaal) bevorderen.
- Goed werkende en massaal toegepaste ICT systemen stimuleren.
- Databases ontsluiten en gebruiken voor zowel up- als downstream informatieverkeer.

#### Activiteiten PT in 2009

Internationale standaarden zijn in ontwikkeling voor het uitwisselen van logistieke- én product-informatie. Daarvoor zijn internationale codes voor alle tuinbouwproducten noodzakelijk die digitaal uitleesbaar zijn. Gewerkt wordt aan het beschikbaar maken van product-, proces- en duurzaamheidsinformatie tot aan de consument.

#### 2. Logistiek

- Verbeteren van systemen en technologieën voor het conditioneren van versheid en kwaliteit bij transport en opslag van producten in de gehele keten.
- Zoeken van gezamenlijkheid in voorraadbeleid; van meer overslag naar minder opslag.
- Standaardiseren van verpakkingen en transportmiddelen en het stimuleren van multimodale transportsystemen waaronder het integreren van boot- en railtransporten.
- Samenvoegen van productie- en afzetgebieden door internationalisering.
- Onafhankelijkheid creëren van fossiele brandstoffen in het logistieke proces.

#### Activiteiten PT in 2009

Duurzame manieren van conditionering zijn in ontwikkeling waardoor vervoer per boot en rail mogelijk wordt voor alle producten. Het aantal hubs wordt uitgebreid in Duitsland, Frankrijk en de UK. In samenwerking met Greenports Nederland wordt een visie ontwikkeld tot en met 2040 voor Greenports NL en Duurzame Logistiek.

#### 3. Markt

- Opstarten van samenwerkingsverbanden (Early Supplier Involvement) en waardecreatie, op het gebied van: Assortimentskeuze en –onderhoud.
- Minimaliseren van klachten in consumptie- en productieprocessen.
- Productinformatie voor consumenten stimuleren en verbeteren.

#### Activiteiten PT in 2009

Het vertalen van consumer insights en relevante signalen vanuit de maatschappij naar product-innovaties/concepten, assortimentsamenstelling en positionering. Door samenwerking in de keten klachten in consumptie- en productieprocessen minimaliseren en komen tot een efficiënte productontwikkeling. Koppeling databases met productinformatie via nieuwste ontwikkelingen in informatiecodering (barcodes, RFID) beschikbaar gemaakt voor consumenten. Verbeteren van de intrinsieke eigenschappen van groenten, fruit en sierteeltproducten die positief van invloed zijn op de gezondheid en het welbevinden van consumenten. Voor de biologische (keten)productie worden de teeltknelpunten geïdentificeerd en een aanzet gegeven voor oplossingen. Verhoging van de

consumentenbestedingen van biologische producten en een gezond financieel perspectief voor alle betrokken schakels in deze keten. Indien nodig aandacht voor verpakkingen.

*Inzet PT: 4,4 fte. Financiering: 6,4 miljoen euro.*

**Partners samenwerking**

- Branche- en promotieorganisaties tuinbouw
- Ministerie van LNV, Nederlands bedrijfsleven
- Stichting Flowers & Food

**Belang PT-jaarplan Markt en Ketens**

Sectorbelang: Ketensamenwerking leidt tot efficiency (kostenbesparing), verduurzaming en meer toegevoegde waarde.

Algemeen belang: Minder administratieve lasten voor ondernemers, minder transportbewegingen (verduurzaming) en verkleining risico's voor consumenten.

## 8. Thema: Imago

### Inleiding

Ondernemers, organisaties en tuinbouwbestuurders hebben in 2007 bij herhaling aangedrongen op extra inspanningen ter verbetering van het imago van de (glas)tuinbouw, naast de bestaande activiteiten op het gebied van Sector-PR vanuit de glastuinbouw en Groen Werkt (arbeidsmarkt-campagne voor basisscholen) vanuit de gehele tuinbouw en groensector. De noodzaak wordt het hardst gevoeld voor het imago van werken in de tuinbouw en groensector. Ondernemers in de sector ervaren het huidige imago als een sterk beperkende factor bij het vinden en behouden van mensen in de sector. Dat het imago van de tuinbouw en groensector als werkgever niet goed is wordt onderbouwd door de resultaten van begin 2008 gehouden imago-onderzoek onder burger/consument.

### Doelen Imago

- Een herkenbare, eenduidige positionering van de (glas)tuinbouw bij de Nederlander, (in de rol van burger, consument en/of potentiële werknemer).
- De tuinbouw- en groensector staat bij potentiële werknemers op het netvlies als potentiële werkgever.
- De tuinbouw en groensector behoudt haar licence-to-operate.

### Doelen Campagne

Met een reclamebureau is in 2008 een voorstel ontwikkeld voor een 'imagovormende arbeidsmarkt-campagne'. Doelen van de campagne zijn:

- De tuinbouw- en groensector staat bij schoolverlaters op het netvlies als potentiële werkgever.
- Een herkenbare, eenduidige positionering van de (glas)tuinbouw bij de Nederlander, (in de rol van burger, consument en/of potentiële werknemer).

De voorgestelde looptijd voor de campagne is vier jaar. Met een kick-off in 2009 werkt de campagne naar een hoogtepunt in 2012 toe; het Floriadejaar. Dit voorstel wordt in oktober 2008 ter financiering voorgelegd aan diverse sectorcommissies.

## Doelen in 2009

### 1. Ontwikkeling en introductie

- Campagne wordt ontwikkeld en geïntroduceerd.

### Activiteiten PT in 2009

Met reclamebureau campagne ontwikkelen en introduceren in voorjaar 2009.

### 2. Communicatie-activiteiten

- De campagne is verbonden aan bestaande collectieve communicatie-activiteiten naar burger/consument.

### Activiteiten PT in 2009

Met partners binnen de sector communicatie-activiteiten naar burgers/consument verbinden via communicatieconcept uit campagne.

### 3. Ondersteuning

- De campagne wordt gedragen en ondersteund door ondernemers en organisaties.

### Activiteiten PT in 2009

Bedrijven en organisaties worden gemotiveerd het campagnethema mee te nemen in hun eigen middelen, onder andere door hen tools aan te dragen.

### 4. Issuemanagement

- Via issuemanagement is burger geïnformeerd over positie tuinbouw in maatschappelijke issues.

### **Activiteiten PT in 2009**

Site 'Onzekassen.nl' is actueel en wordt structureel onder de aandacht gebracht van burgers (indien mogelijk gekoppeld aan campagne). Pers is actief benaderd over actuele ontwikkelingen binnen issues.

*Inzet PT: fte: nog te bepalen, Financiering: nog te bepalen.*

### **Partners samenwerking**

- Branche-organisaties, promotie-instellingen
- Opleidingsinstituten (HAS/WUR), ondernemers

### **Belang PT-jaarplan Imago**

Sectorbelang: Verbetering imago sector bij potentiële werknemers en burgers.

Algemeen belang: Economisch- en maatschappelijk belang van tuinbouw behouden en versterken.

# 1. Taak: Marktonderzoek- en informatie

## Inleiding

Het benutten van kansen in de markt is van essentieel belang voor de Nederlandse tuinbouw. Marktonderzoek is daarbij een belangrijk middel om bijvoorbeeld trends te onderkennen of afzetkansen in binnen- en buitenland op te sporen. De unit marktonderzoek van het PT werkt daarbij nauw samen met het bedrijfsleven, promotie- en brancheorganisaties.

## Doelen in 2009

- Realiseren van een kennisvoorsprong voor de Nederlandse tuinbouw en groensectoren en hun ondernemers om afzetmogelijkheden inzichtelijk te maken en te vergroten.
- Profileren als marktinformatiecentrum richting alle ondernemers in de tuinbouw.
- Vernieuwen in onderzoekstechnieken voor snelle overdracht van informatie met indien mogelijk kostenreductie.
- Sterkere focus op toepassing resultaten handel/teelt voor marketing- en verkoopactiviteiten.

## Activiteiten PT in 2009

### Consumentenonderzoek

In 2009 komt steeds meer nadruk te liggen op online consumentenonderzoek (zowel kwantitatief als kwalitatief). Gedane aankopen, de gebruikte aankoopkanalen, de bestede bedragen, etc. van producten uit de diverse tuinbouw- en groensectoren worden middels online onderzoek in diverse landen verzameld. Het panel wordt in eigen beheer uitgevoerd waardoor vergelijkbaarheid van consumentengedrag in diverse landen beter wordt. Actuele vragen van tuinbouwondernemers kunnen gekoppeld worden aan lopende onderzoeken waardoor snel relevante consumenteninformatie voor iedereen beschikbaar komt tegen lage kosten. Inzicht in het consumentengedrag biedt de sector input om het aanbod op de vraag te kunnen afstemmen bijvoorbeeld door productontwikkeling, optimale schappresentatie en promotiecampagnes.

*Inzet PT : 2,9 fte. Financiering: 1,1 miljoen euro.*

### Productie en afzet

Binnenlandse tuinbouwhandelsstromen worden gevolgd, evenals de ontwikkelingen in de afzet van (buitenlandse) supermarkten, speciaalzaken, tuincentra, bouwmarkten en branchevreemde afzetkanalen en hun toeleveranciers. Hierdoor is de hele tuinbouwketen in kaart gebracht.

*Inzet PT: 4,9 fte. Financiering: 530.000 euro.*

### Product testen

In nauwe afstemming met Bloemen Bureau Holland, de bloemenveiling en exporteurs wordt de mening van consumenten en detaillisten over een aantal bloemen- en plantensoorten gevraagd in vooraf bepaalde landen. Kansen voor nieuwe soorten/variëteiten of verbeterpunten voor bestaande soorten/variëteiten worden teruggekoppeld naar (groepen) ondernemers in de bloemisterijsector.

*Inzet PT 0,7 fte. Financiering: 385.000 euro.*

### Marktbeeld

De uit diverse bronnen verkregen marktinformatie wordt door nieuwsbrieven, markmonitoren, rapportages, lezingen en de PT website teruggekoppeld naar ondernemers in de tuinbouw- en groensectoren.

*Inzet PT 3,9 fte. Financiering: 104.000 euro.*

### **Partners samenwerking**

- Tuinbouw ondernemers (handel en teelt), Stuurgroepen marktonderzoek
- Promotie organisaties tuinbouw en groensector (BBH, AGFPN, BBH, IBC, HIC)

### **Belang PT-jaarplan Marktonderzoek**

Sector belang: Marktonderzoek is een belangrijk middel om afzetmogelijkheden, zowel in binnen- als buitenland, te vergroten.

Algemeen belang: De positieve bijdrage van de tuinbouwsector aan de Nederlandse economie en het overschot op de betalingsbalans behouden en versterken.

## 2. Taak: Onderzoek en Innovatie

### Inleiding

Om de concurrentie de baas te blijven moet de Nederlandse tuinbouw en groensector voortdurend innoveren. Via het Productschap Tuinbouw wordt jaarlijks fors geïnvesteerd in onderzoek en innovatie. Hierbij zijn de Meerjarenonderzoeksvisionen van de verschillende sectoren leidend. Deze visies worden in samenwerking met onder andere ondernemers en brancheorganisaties opgesteld. In 2009 staan bij onderzoek en innovatie o.a. de thema's water, energie, automatisering/robotisering en duurzame gewasbescherming centraal.

### Doelen in 2009

#### 1. Optimalisatie bedrijfsproces

- Ondernemers in de tuinbouwketen (al dan niet via intermediairs) op bedrijfsniveau voorzien van handvatten om het bedrijfsproces te optimaliseren, problemen het hoofd te kunnen bieden en innovaties, die privaat niet tot stand zouden komen, in gang te zetten.

#### Activiteiten PT in 2009

Het begeleiden van honderden onderzoeksvorstellen van begin tot het eind. Dat betekent het analyseren van de voorstellen, bepalen of er draagvlak voor een onderzoek is en het bewaken van het budget. Verder wordt het secretariaat van de sectorale programma advies commissies (PAC) gevoerd. De uitvoering van ieder project wordt gevolgd en inhoudelijk bijgestuurd via tussenrapportages en begeleidingscommissies (incl. go/no go moment). De afronding van de projecten vindt plaats na de inhoudelijke beoordeling van de eindrapporten en evalueatie en de administratieve (incl. financiële) afwikkeling.

De resultaten van de onderzoeken op een bruikbare manier aan de doelgroep (ondernemers) communiceren. Dat gebeurt op telers- en handelsbijeenkomsten en via korte samenvattingen (leaflets en factsheets), via de vakpers en digitaal (via PT-website en Trefpunt Tuinbouw). Actualiseren van de Meerjarenonderzoeksvisionen op basis van de ontwikkelingen en behoeften in de sectoren.

*Inzet PT: 6 fte. Financiering: 17,5 miljoen euro. (Dit onderzoek is grotendeels ter ondersteuning van de diverse thema's en taken).*

#### Partners samenwerking

- Brancheorganisaties tuinbouw en groensector
- Ondernemers
- Stichting Flowers & Food
- Ministerie van LNV

#### Belang PT-jaarplan Onderzoek en innovatie

Sectorbelang: Onderzoek en innovatie zijn noodzakelijk om als tuinbouw en groene sector de concurrentie het hoofd te bieden.

Algemeen belang: Bij onderzoek en innovatie staat duurzaamheid voorop met de drie pijlers: *people, profit & planet*.

### 3. Taak: Collectieve promotie

#### Inleiding

De doelstelling van collectieve promotie is het vergroten van de bekendheid en waardering van kwalitatief hoogwaardige, duurzame producten en diensten uit de tuinbouw en groensector. Een grotere bekendheid en waardering zal leiden tot een voorkeurspositie voor producten en diensten uit Nederland bij afnemers in diverse schakels in de keten. Deze voorkeurspositie zal zich uiteindelijk moeten vertalen in een betere marktpositie.

Collectieve promotie heeft betrekking op promotieactiviteiten die op de een of andere manier gezamenlijk worden gefinancierd en/of uitgevoerd. Onderscheid wordt gemaakt tussen generieke promotie en product(groep)promotie.

#### Doelen in 2009

##### 1. Generieke promotie: de afzet van tuinbouwproducten en diensten in zijn totaliteit vergroten

- Generieke promotie voor tuinbouwproducten uit Nederland en groene diensten heeft primair als doel de afzet hiervan in z'n totaliteit te vergroten. Deze activiteiten worden vanwege het sectorbelang en algemeen belang (gezondheidseffecten) collectief gefinancierd en uitgevoerd door de promotieorganisaties. Jaarlijks worden door de promotieorganisaties plannen opgesteld met meetbare doelstellingen. Evaluatie op hoofdlijnen wordt ook gerapporteerd in sectorcommissies. Externe evaluatie (draagvlak en tevredenheid bij ondernemers) wordt gemeten via TIP.
- De omvang van beschikbare heffingsgelden voor promotie is afgestemd op het belang van de sector en het belang dat de betreffende sector hecht aan generieke promotie en staat in juiste verhouding tot de uitgaven voor andere sectoractiviteiten.

##### 2. Productpromotie: stimuleren vanuit het collectief

- De behoefte aan promotieactiviteiten voor specifieke producten (b.v. tulp) of productgroepen (vruchtgroenten) neemt toe bij ondernemers. Het wordt steeds belangrijker (en noodzakelijker) om zich te onderscheiden van in eerste instantie de concurrerende aanbieders. Het gevolg hiervan is vaak een verschuiving in voorkeurspositie. Productpromotie activiteiten zijn primair een verantwoordelijkheid van de ondernemers zelf.
- Het feit dat ondernemers zelf de verantwoordelijkheid nemen voor een meer markt- en marketing gerichte aanpak is positief en kan onder voorwaarden (75% draagvlak, balans tussen inkomsten en investeringen over een periode van 3 jaar voor de betreffende productgroep) tijdelijk (alleen 1<sup>e</sup> jaar) vanuit het collectief worden gestimuleerd. Hierbij is een evenwichtige inzet over de verschillende producten over een reeks van jaren van belang. Uitgangspunt is dat de betrokken ondernemers een substantiële eigen financiële bijdrage leveren (minimaal 50%) en dat productpromotie in het beleid van de promotieorganisatie past.

*Inzet PT: 0,5 fte. Financiering: 32 miljoen euro.*

#### Partners samenwerking

- Promotieorganisaties
- Brancheorganisaties
- Samenwerkingsverbanden van ondernemers

#### Belang PT-jaarplan Collectieve promotie

Sectorbelang: Collectieve promotie is een essentieel middel om de afzet van producten en diensten in de tuinbouw en groene sector te ondersteunen en kan rekenen op draagvlak bij de ondernemers.

Algemeen belang: Een collectieve aanpak van de generieke promotie biedt mogelijkheden (en schaalvoordelen) die normaal gesproken op private basis en op bedrijfsniveau niet te realiseren zijn.

## 4. Taak: Internationale Zaken

### Inleiding

Internationale ontwikkelingen hebben een grote invloed op de Nederlandse tuinbouw. Onder meer door de uitbreiding van de EU is de invloed van Nederland op het Brusselse beleid tanende. Brusselse regelingen worden steeds complexer van aard qua impact en uitvoering. Ook de rol en invloed van het Europees Parlement neemt toe. Om de concurrentiepositie van de Nederlandse tuinbouw in het internationale speelveld veilig te stellen en te consolideren werken PT en de andere partijen samen om dat te bereiken.

### Doelen in 2009

#### 1. WTO

- Voorkomen dat tuinbouwproducten in de WTO-onderhandelingen als wisselgeld worden gebruikt voor andere sectoren.
- Creëren van optimale exportmogelijkheden voor de Nederlandse tuinbouwproducten.

#### 2. Single CMO

- Zorgen dat de tuinbouw- en groensector niet ondersneeuwt in deze nieuwe horizontale regeling
- Adequate PT-vertegenwoordiging in EU-overlegorganen in Brussel.

#### 3. GLB/Health check

- Zorgen voor voldoende evenwicht en compensatie voor de tuinbouw- en groensector tijdens het proces van omschakeling van directe productiesteun naar meer budget voor plattelandsontwikkeling.

#### 4. EU-handelsregelingen

- Zorgen dat (import)regelgeving voor de Nederlandse tuinbouw- en groensector zo optimaal mogelijk blijft.
- Wegnemen van exportbelemmeringen en verminderen van administratieve lasten voor het bedrijfsleven.

#### 5. GMO/Nationale Strategie

- Optimaal gebruikmaken van de in 2007 hervormde GMO voor groenten en fruit.
- Alert zijn op mogelijke aanpassingen van de GMO en de uitvoeringsbepalingen van de Europese Commissie. Onderzoeken naar alternatieven voor als de GMO na 2013 niet wordt gecontinueerd.

#### 6. EU-Schoolfruit Campagne

- Zorgen dat optimaal gebruik kan worden gemaakt van de aanstaande Europese Schoolfruit Campagne die naar verwachting zal starten vanaf het schooljaar 2009-2010.

### Activiteiten PT in 2009

De belangen van de Nederlandse tuinbouw- en groensector optimaal behartigen bij Raadswerkgroepen en Beheerscomité's in Brussel en bij de landbouwonderhandelingen in het WTO-overleg. Deelneming in de verschillende overlegorganen. Communiceren naar doelgroep(en) via Nieuwsbrief Internationaal, EU-nieuws en IZ-circulaires. Ontvangen van buitenlandse delegaties. Vergroten netwerk en kennis DG Trade en DG Sanco.

*Inzet PT: 2,4 fte.*

### Partners samenwerking

- Nationale en internationale overheden
- (Europese) brancheorganisaties, promotieorganisaties en afzetorganisaties

**Belang PT-jaarplan Internationale zaken**

Sectorbelang: Concurrentiepositie van Nederland in internationaal (handels)speelveld consolideren en verstevigen.

Algemeen belang: Positie van Nederland als teelt- en handelsdraaischijf voor tuinbouwproducten handhaven.

# EXTERNE COMMUNICATIE

## Inleiding

Met externe communicatie wil het PT aan alle belanghebbende partijen in de tuinbouw en de politiek informeren en verantwoording afleggen. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om de resultaten van activiteiten, het beleid en de besluitvorming. Verder is het van belang dat de heffingbetalers via de communicatiekanalen hun ideeën en wensen kenbaar maken aan het PT.

## Doelen in 2009

### 1. Communicatie over resultaten

- Via communicatie over de resultaten van activiteiten legt het PT verantwoording af over de besteding van de heffingsgelden. Daarnaast maakt het PT via communicatie het beleid en de besluitvorming transparant met als doel ondernemers meer te betrekken bij het PT.

De externe communicatie richt zich op de volgende doelgroepen:

- De heffingbetalende tuinbouwbedrijven.
- De bestuurs- en commissieleden.
- De dragende organisaties.
- De pers (vakpers en landelijke media).
- De landelijke politiek.

### Activiteiten PT in 2009

Het PT zet in 2009 de volgende communicatiemiddelen in:

Nieuwsbrieven: Hierbij gaat het om nieuwsbrieven n.a.v. Sectorcommissies. Deze wordt verzonden naar alle heffingbetalers. Daarnaast zijn er specifieke digitale nieuwsbrieven.

Websites: In 2009 gaat de nieuwe PT-website de lucht in. Daarnaast financiert het PT specifieke websites, zoals 'energiek2020.nu' en 'kasalsenergiebron.nl'.

Tuinbouw Inspraak Panel (TIP): Via TIP kunnen ondernemers zich uitspreken over de PT-plannen en -activiteiten.

Trefpunt: Trefpunt is een virtuele ontmoetingsplaats waar informatie m.b.t. tuinbouw wordt uitgewisseld tussen onderzoekers, ondernemers, beleidmedewerkers en anderen.

Persbeleid: De activiteiten en besluiten van het PT worden via persberichten en interviews in de media bekend gemaakt aan de doelgroepen.

Jaarverslag: In het jaarverslag legt het PT verantwoording af over het gevoerde beleid.

Klachtenbehandeling: Alle klachten over het PT worden geregistreerd en binnen de gestelde termijnen behandeld.

Crisiscommunicatie: Voor een aantal tuinbouw- en groensectoren is het PT meld- en coördinatiepunt bij crises.

*Inzet PT: 5,1 fte. Financiering: 550.000 euro.*

### Partners samenwerking

- Brancheorganisaties
- Bestuurs- en commissieleden

### Belang PT-jaarplan Externe communicatie

Sectorbelang: Activiteiten van resultaten van PT onder aandacht van heffingbetalers brengen en beleid en besluitvorming transparant maken.

Algemeen belang: Op een transparante wijze verantwoording afleggen van beleid, besluitvorming en activiteiten.

# HEFFINGEN

## Inleiding

Het PT is wettelijk gerechtigd heffingen op te leggen aan alle ondernemers in de tuinbouw- en groensectoren. De heffingen verschillen per sector; de ene sector doet een groter beroep op het PT dan een ander. Omdat bedrijven verplicht zijn heffing te betalen, betekent dit dat zorgvuldig met de wensen van het bedrijfsleven moet worden omgegaan. Het is PT er dan ook veel aan gelegen om de oplegging en betaling zo eenvoudig mogelijk te doen en bij de besteding ervan aan te sluiten bij de wensen van de sector.

## Doelen in 2009

### 1. Heffingsverordeningen

- Het effectief, efficiënt, klantvriendelijk en foutloos beheren en uitvoeren van de heffingsverordeningen van het PT. Hierbij gaat het om het opleggen, innen en controleren van de heffingen. Het ontwerpen van heffingsverordeningen voor besluitvorming in de bestuurlijke organen van het PT en het uitvoeren van een correcte begeleiding van de goedkeuringsprocedures. Voor draagvlak moeten de heffingbetalers zich herkennen in de PT-activiteiten die met de heffingsopbrengsten gefinancierd worden.

### Activiteiten PT in 2009

In 2008 is een begin gemaakt met het moderniseren van de heffingsverordeningen voor de sectoren bloemisterij en groenten en fruit. De andere tuinbouw- en groensectoren volgen. Het doel van de modernisering is grotere effectiviteit en meer transparantie aan te brengen bij de hoogte van de jaarlijkse vaststelling van de tarieven. Deze activiteiten moeten in 2009 afgerond zijn.

De heffingen worden volgens een planning opgelegd, waarbij rekening wordt gehouden met de beschikbare capaciteit. Het gaat daarbij om circa 40.000 aangifteformulieren. De prioriteiten zijn: aangiften en nota's zo vroegtijdig mogelijk afhandelen, het stimuleren van het doen van digitale aangiften en een verbetering van de hulp aan heffingbetalers bij de aangiften. Voor een zo efficiënt mogelijke incasso van heffingsgelden blijven we samenwerken met de bloemen- en bollenveilingen.

*Inzet PT : Directe inzet: circa 18 fte. Financiering: circa 3 miljoen euro.*

### Partners samenwerking

- Bloemen- en bloembollenveilingen
- In- en verkoopbureau's bloembollen

### Belang PT-jaarplan Heffingen

Sectorbelang: Heffingen correct en efficiënt uitvoeren.

Algemeen belang: Door efficiënt te werken en digitale aangifte te stimuleren worden administratieve lasten teruggedrongen.

# MEDEBEWIND

## Inleiding

Het Productschap Tuinbouw (PT) voert EU-regelingen uit in opdracht van het ministerie van LNV. In vaktermen medebewind genoemd. De laatste tijd is voor het PT het accent sterk komen te liggen op de GMO-regeling voor telersverenigingen. De interventieregeling alsmede een deel van de restitutieregelingen zijn ingetrokken.

## Doelen in 2009

### 1. Uitvoering medebewindstaken

- Het effectief, efficiënt, klantvriendelijk en foutloos beheren en uitvoeren van medebewindstaken. Hieronder valt ook het formuleren van het uitvoerings- en sanctiebeleid. Dat laatste gebeurt in afstemming en met goedkeuring van het Ministerie van LNV. De mogelijke (financiële) risico's voor het PT dienen binnen verantwoorde grenzen te blijven.

## Activiteiten in 2009

### Erkenningen telersverenigingen

Het GMO-beleid richt zich op bundeling van de afzet via de telersverenigingen. In Nederland is het aanbod van groenten en fruit via de telersverenigingen/afzetorganisaties te versnipperd met als gevolg tegenvallende telersprijzen. De erkende telersverenigingen worden jaarlijks getoetst op naleving van EU-erkenningsregels. Deze toetsing geldt evenzeer voor nieuwe aanvragen om erkenning als (overkoepelende) telersverenigingen.

### Operationele Jaarprogramma's (OJ) van de telersverenigingen

Operationele jaarprogramma's moeten uiterlijk 15 september bij het PT worden ingediend. De aanvragers krijgen vóór 1 januari een besluit over hun aanvraag. In 2009 zijn aan de voorgeschreven voorwaarden voldaan, zoals tijdige goedkeuring van operationele jaarprogramma's, uitbetaling jaardeclaraties, minder administratieve lasten, opstelling risicoanalyse, et cetera.

### Restitutie, certificaten en steunregelingen

Hierbij gaat het vooral om de afgifte van invoercertificaten (appelen). Daarnaast vinden afhandelingen plaats van restitutie- en steunaanvragen plaats bij respectievelijk uitvoer naar landen buiten de EU en bij de verwerking van bepaalde producten. In 2009 vindt een correcte afhandeling plaats van de werkzaamheden die door de Dienst Regelingen als betaalorgaan goed wordt beoordeeld.

### Betalingen

Dienst Regelingen van het ministerie van LNV is het betaalorgaan voor Europese subsidies. Er wordt periodiek gerapporteerd aan Dienst Regelingen.

*Inzet PT: Directe inzet: circa 18,5 fte. Indirecte inzet: circa 10,0 fte. Financiering: circa 3,1 miljoen euro (door te berekenen aan LNV).*

### **Partners samenwerking**

- Telersverenigingen
- Ministerie van LNV en EU
- Dienst Regelingen

### **Belang PT-jaarplan Medebewind**

Sectorbelang: EU-regelingen correct en efficiënt uitvoeren, en daarmee de positie van de tuinbouw en groensector versterken.

Algemeen belang: EU-regelingen correct en efficiënt uitvoeren.

# STAF

## Inleiding

Onder de afdeling Staf vallen de units Administratieve Ondersteuning, Directiesecretariaat, Informatie (Communicatie) Technologie, Juridische Zaken, Personeelszaken en Service & Beheer. De Stafafdeling ondersteunt de primaire processen van het PT op een optimale en transparante wijze.

## Doelen in 2009

### 1. Doelstellingen afdeling Staf

- Samenwerken met andere productschappen.
- Verwezenlijken van verzwarende unit Juridische zaken.
- Effectief en efficiënt werken.

### Samenwerking Backoffice

Gebieden, waarvoor in 2008 en 2009 actief wordt onderzocht of samenwerking met andere productschappen mogelijk is, zijn: Interne Auditdiensten (IAD), Informatietechnologie (ICT), Juridische Zaken (JZ) en Personeelszaken (PZ). In zijn algemeen wordt bij de besprekingen met de andere productschappen het uitgangspunt gehanteerd dat of en de termijn waarbinnen één en ander wordt gerealiseerd afhankelijk zijn van het nut en de mogelijkheden tot samenwerking, de visie van bestuur dienaangaande en de vraagstukken die zich bij de mogelijke invoering van de samenwerking voordoen.

### Unit Juridische Zaken

Het toenemend werkaanbod als gevolg van de vergaande juridificering en de toenemende mate waarin bezwaar wordt gemaakt tegen verordeningen van PT, maken het noodzakelijk de unit 'Juridische Zaken' in kwantitatief en kwalitatief opzicht te verzwaren.

### Effectiviteit en efficiency

In 2009 wordt ondermeer in dit kader aandacht besteed aan:

- Het opzetten van een risicomanagement.
- Kwaliteitsbeheersing tot integraal onderdeel van management maken.
- Het ontwikkelen van kengetallen om effectiviteit en efficiency van processen en procedures te monitoren.

*Inzet PT: 44,4 fte.*

### **Partners samenwerking**

- Andere productschappen

# ORGANISATIE PRODUCTSCHAP TUINBOUW

## Organisatie

Op 1 januari 2008 bedroeg het aantal arbeidsplaatsen bij het Productschap Tuinbouw 150, dit komt overeen met 133 fte. Voor 2009 wordt gerekend met eenzelfde aantal.

## Ziekteverzuim

In 2006 en 2007 is het ziekteverzuim (exclusief zwangerschapsverlof) onder de maximale streefgrens van vier procent gebleven. De verwachting is dat, gezien de ontwikkelingen van het ziekteverzuim in 2008, acties noodzakelijk zijn om het streefgetal van 4% in 2009 te realiseren.

## Opleidingen

Voor opleidingen is een budget beschikbaar van twee procent van de loonsom van het jaar ervoor. Voor 2009 wordt mede met het oog op continue kwaliteitsverbetering eenzelfde budget gereserveerd.

## Competentie Management en Competentie Ontwikkeling bij het PT

Competentie Management is in 2008 bij het PT ingevoerd om medewerkers en leidinggevendenden te ondersteunen bij het benoemen en bespreekbaar maken van gedrag en werkwijze dat helpt om de doelstellingen van de organisatie te realiseren.

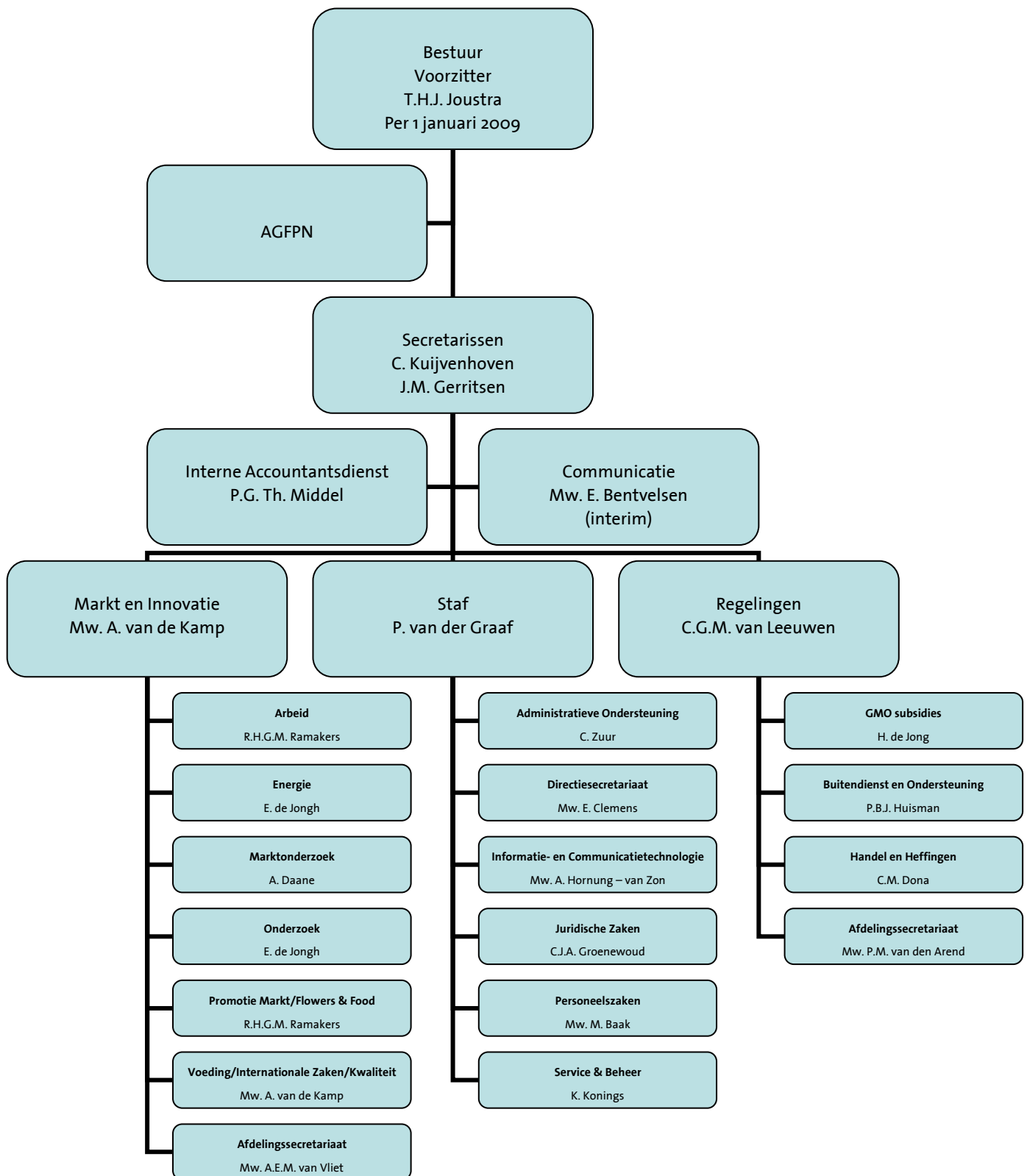
De eerder gestelde doelstellingen betekenen voor 2009:

- Vanuit samenwerking (intern/extern) werken aan een duurzame, gerespecteerde en innovatieve sector.
- Transparant in handelen en communicatief in opereren.
- Een efficiënte en wendbare organisatie.
- Werken vanuit visies.

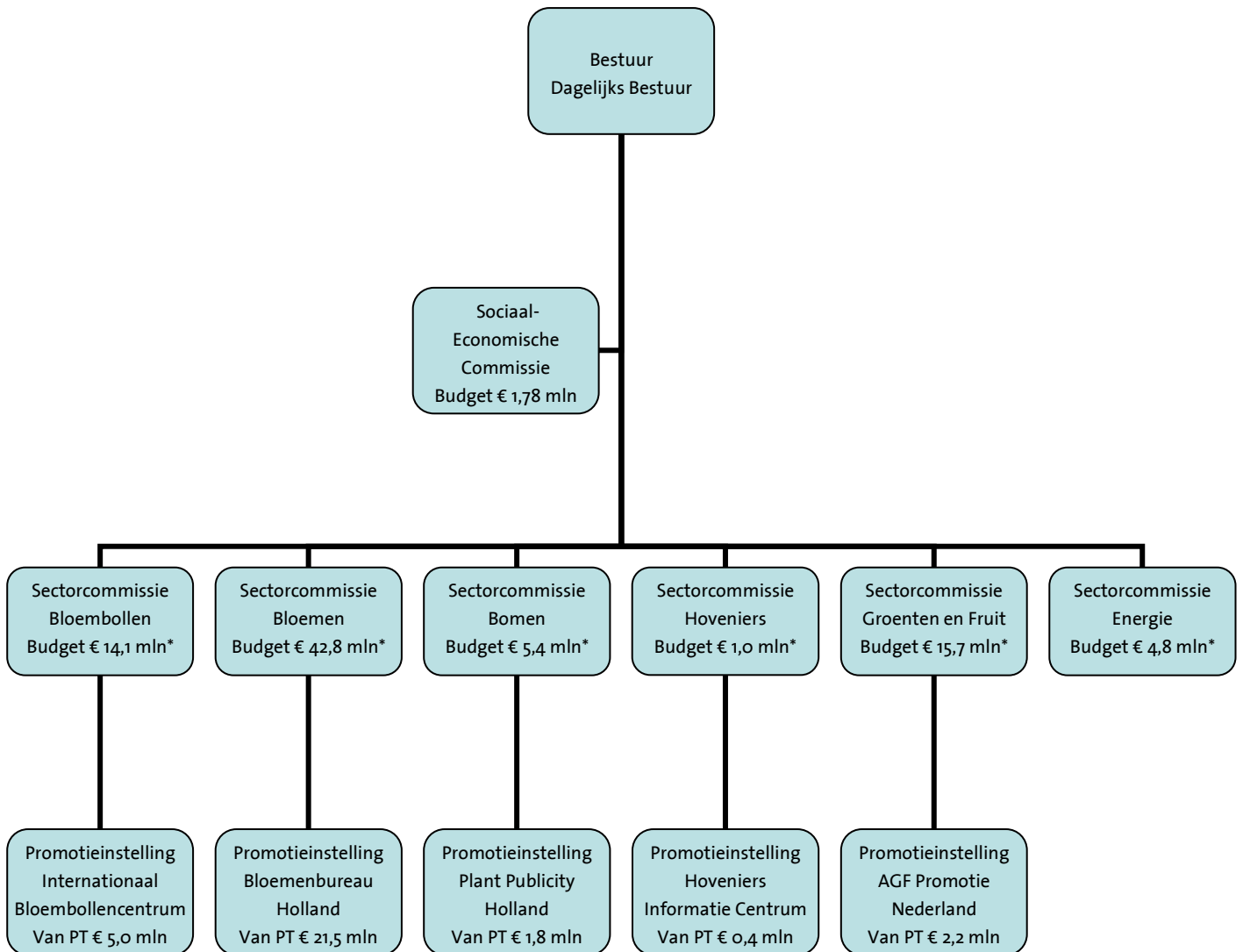
Dat heeft natuurlijk ook een effect op de combinaties van kennis, vaardigheden en houding (competenties) die nodig zijn om het werk/de taken succesvol te kunnen uitvoeren; de reden om competentie management bij het PT in te voeren. Het in 2008 ingezette competentie beleid wordt in 2009 doorgezet.

# Bijlagen

## Organogram: PT



## Organogram: Bestuurlijke organisatie en budget 2008



\* De budgetten van de Sectorcommissies zijn inclusief promotieorganisaties en Sociaal-Economische Commissie.

## *Lijst dragende organisaties*

AGF Detailhandel Nederland (ADN)  
Anthos  
Bond van Bloembollenveilingen  
Bond van Detail-Bloembollenhandelaren  
Centraal Bureau voor de Levensmiddelenhandel (CBL)  
Centrale Vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH)  
CNV BedrijvenBond  
CNV Dienstenbond  
Dutch Produce Association (DPA)  
FNV Bondgenoten  
Frugi Venta  
Koninklijke Algemeene Vereeniging voor Bloembollencultuur (KAVB)  
LTO Nederland  
Nederlandse Bond van Boomkwekers (NBvB)  
Nederlandse Fruittelers Organisatie (NFO)  
Tuinbranche Nederland  
Plantum NL  
De Unie  
VBW Centrale Vereniging Bloemendetailhandel  
Vereniging van Bloemenveilingen in Nederland (VBN)  
Vereniging van Groothandelaren in Bloemkwekerijproducten (VGB)  
Vereniging van Hoveniers en Groenvoorzieners (VHG)  
Vereniging van de Nederlandse Groente- en Fruitverwerkende Industrie (VIGEF)