



MAANDVERSLAG JULI & AUGUSTUS 2010

Inleiding

Juli en augustus zijn over het algemeen drukke maanden voor de groenteman. Druk omdat er volop mooie 'zomerhandel' is, maar ook druk omdat de vaste medewerkers vaak op vakantie gaan. Druk ook omdat een deel van de collega's te maken hebben met extra aanloop van toeristen. Kortom, over het algemeen is deze periode een goede voor de groenteman. Goed ook omdat we producten kunnen verkopen met goede marge.

Juli kenmerkte zich vooral vanwege de WK-gekte. Het land raakte in de ban en de welbekende 'oranjegekte' barstte behoorlijk los. Daarnaast hadden we in juli ook een aantal goede zomerse weken met hoog oplopende temperaturen. Helaas hield dat in augustus niet echt aan en hebben we in die maand zelfs neerslag records gebroken. Het weer is dus een beetje van slag. Wellicht kunnen we ons nog verheugen in een behoorlijke nazomer, daar zit iedereen toch wel een beetje met smart op te wachten en ook voor de verkopen zou dit zeker niet verkeerd zijn.

Ook op het kantoor van ADN zijn de vakantieweken druk. De (meeste) medewerkers zijn op vakantie geweest en de periode is altijd goed te gebruiken om achterstallige werkzaamheden in te halen en de voorbereidingen voor het tweede deel van het jaar voor te bereiden. Ook wordt er op bepaalde onderdelen alvast naar 2011 gekeken.

CAO ontwikkelingen

Vlak voor het begin van de schoolvakanties is er een overleg geweest tussen de werkgevers en de werknemers om te kijken of we konden komen tot een nieuwe CAO. De gesprekken met de bonden hebben in een goede sfeer plaats gevonden (tot nu toe). Er is veel gesproken over een gezamenlijk belang, waaraan een groot project gekoppeld zou kunnen worden. Voor de vakbonden is dit het onderwerp 'werkzekerheid' en voor de werkgevers gaat het dan om bedrijfsopvolging en behoud van vestigingspunten. Deze onderwerpen sluiten natuurlijk precies op elkaar aan. Uiteindelijk heeft het laatste overleg geresulteerd in een eindbod van de kant van de werkgevers. Het eindbod hield in dat we sterk gaan inzetten op de genoemde thema's. Aangegeven is dat er voor een sterke loonaanpassingen geen ruimte is de komende tijd. In de eerste plaats omdat het nog steeds moeilijk is in de branche, anderzijds omdat we de voorgaande jaren al aanzienlijke loonstijging hebben doorgevoerd. Het bod voor de loonaanpassing van de kant van de werkgevers bedroeg dan ook 1,25% voor een looptijd van twee jaar (in 2010 0,25% en in 2011 een loonstijging van 1%).

De bonden hebben dit aanbod voorgelegd aan de leden. Werkgevers hebben het eveneens voorgelegd aan de achterban. Onlangs heeft de FNV laten weten dat de leden niet akkoord zijn gegaan met het eindbod zoals dat er lag. Een behoorlijke tegenvaller, omdat het gevoel erover wel goed was. Wat de bonden dan wel voor ogen hebben is op dit moment nog niet bekend gemaakt. Wel ziet het er naar uit dat dit het gehele proces



om te komen tot een nieuwe CAO aanzienlijk zal vertragen. Via de website zullen we de leden op de hoogte houden van de ontwikkelingen op dit gebied.

Beurs AGF Detail

De voorbereidingen voor de aankomende beurs zijn in volle gang. De beurs wordt gehouden op dinsdag 5 en woensdag 6 oktober. Locatie is beursgebouw Euretco te Houten. Evenals de vorige keer wordt het weer een gezamenlijke beurs met de delicatessenbranche. Dit is de vorige keer erg goed bevallen. Echter, de kaas & delicatessenbranche heeft aangegeven volgend jaar het gehele beursgebouw te willen gebruiken voor de beurs, wat betekent dat dit de laatste keer is dat deze twee beurzen gezamenlijk worden georganiseerd. Erg jammer, wat ons betreft, want het had een sterkere aantrekkingskracht voor zowel standhouders als bezoekers van de beurs. We zullen voor een volgende editie van AGF Detail dan ook kijken of er een andere partner gevonden kan worden om op dit vlak mee samen te werken.

De beurs zal goed gevuld zijn, de aanmeldingen voor de beurs verliepen dit jaar aanzienlijk beter dan de vorige keer. Er is een goede diversiteit aan standhouders en er zijn voldoende activiteiten die zullen bijdragen aan een succesvolle editie van AGF Detail. Meer informatie over de beurs is te vinden op de website: www.agfdetail.nl.

ADN Magazine

In navolging op het vorige (de beurs) is besloten om het aankomende Magazine aan alle groentemannen in het land te sturen (ambulant en gevestigd, leden en niet-leden). In het Magazine zal veel aandacht zijn voor de beurs, maar ook voor de activiteiten van ADN en het AGF Servicepunt. Op deze manier proberen we ook de niet-leden richting de beurs te krijgen en wellicht te interesseren voor het lidmaatschap van ADN en/of het AGF Servicepunt.

De reacties op het vernieuwde Magazine blijven positief. Er is, zoals afgesproken in de Ledenraad, meer aandacht gekomen voor de praktijkverhalen uit de branche. Daarnaast is de gehele uitstraling verbeterd en verder geprofessionaliseerd. Al met al een goede vervanging van het Vakblad AGF.

Overige communicatie

Naast de aanpassingen van het Magazine zijn ook op de overige vlakken met betrekking tot communicatie verbeteringen doorgebracht. Er is meer aandacht besteed aan de website, zowel die van ADN als van AGF Servicepunt. Er worden wekelijks vanuit beide organisaties digitale Nieuwsbrieven verstuurd. Als laatste communicatiemiddel wat is doorgevoerd is de nieuwsbrief die wordt meegestuurd met de kwartaalfacturen. Door gebruikmaking van alle mogelijke kanalen hopen we het bereik (dus wat er daadwerkelijk gelezen wordt) te vergroten. Vooralsnog levert het geen grote stroom aan reacties op, hetgeen zowel positief als negatief kan worden uitgelegd. We zijn echter wel van mening dat we vanuit de vereniging al het mogelijke doen om de boodschappen zo goed mogelijk



over te brengen op onze leden. Uiteindelijk blijft er een stuk eigen verantwoordelijkheid bij de ondernemer om die informatie ook te gebruiken in de bedrijfsvoering.

AGF Servicepunt

Met betrekking tot het AGF Servicepunt kunnen we stellen dat De meeste zaken naar tevredenheid lopen. Niet dat we daarmee rustig achterover kunnen zitten, want we willen nog veel meer. Belangrijkste dingen daarbij zijn:

- We willen nog groeien in het aantal deelnemers. We merken dat het aantal deelnemers stagneert. We blijven zo rond de 150 deelnemers steken. Natuurlijk een mooi aantal, maar we willen toch wel graag verder groeien, in ieder geval naar de 200. Tijdens de beurs zullen we proberen ondernemers te gaan binden aan het AGF Servicepunt;
- Het aantal supporters is goed te noemen. Natuurlijk willen we ook hierin verder groeien, maar we willen daarbij ook aandacht kunne besteden aan de supporters en ze daadwerkelijk toegevoegde waarde kunnen bieden. Hier wordt op dit moment ook invulling aan gegeven en wordt gekeken op welke manieren we de supporters kunnen koppelen aan de thema's en hoe we ze het beste onder de aandacht kunne brengen bij onze deelnemers;
- De voorbereidingen voor 2011 zijn in volle gang. De thema's zijn voor een groot deel bepaald en op sommige onderdelen zal voor een andere aanpak worden gekozen;

De klankbordgroep van het AGF Servicepunt (bestaande uit ondernemers uit de branche) vervuld een belangrijke taak binnen het AGF Servicepunt en het bepalen van het beleid. Binnen deze commissie vindt de besluitvorming plaats met betrekking tot de thema's het fotomateriaal en de acties. Daarnaast is dit ook de plek waar gekeken wordt naar het totaalpakket van het AGF Servicepunt en worden verbeterpunten hier besproken en daarna pas wel of niet doorgevoerd.

Nog altijd blijken de werkzaamheden die nodig zijn voor de verdere ontwikkeling van het AGF Servicepunt een behoorlijke belasting te zijn op de beschikbare uren binnen ADN/AGF Servicepunt. Gekeken zal moeten worden of er binnen afzienbare tijd ruimte ontstaat om versterking te zoeken.

De medewerkers op kantoor zijn op dit moment aan het inventariseren hoe het staat met de tevredenheid van dit 'product'. In eerste instantie is dit gedaan via het versturen van een enquête aan alle deelnemers. Diegene die deze niet hebben ingevuld zullen worden nagebeld om de enquête persoonlijk af te nemen. De punten uit de enquête zullen weer als input worden gebruikt voor de aanpak voor 2011.

Een groot deel van de marketingbezoeken die dit jaar wederom stonden gepland zijn afgerond. Een aantal zullen dit najaar nog worden bezocht. Voor begin november zal alles afgerond moeten zijn. De marketingbezoeken worden over he talgemeen goed



gewaardeerd en er vinden goede gesprekken plaats tussen de adviseur en de ondernemer. Deze bezoeken zijn het afgelopen jaar mogelijk gemaakt door een bijdrage vanuit CKO. Of dat ook voor komend jaar gerealiseerd kan worden is nog even de vraag.

Er vinden ook nog regelmatig gesprekken plaats met groothandel en formulehouders. Dit heeft wel geleid tot de toetreding (per 1 september) van de formule 'Uw Groenteman'. Zij zijn onder leiding van Groothandel Willem Dijk collectief ingestapt. Het zou mooi zijn wanneer we meer groothandelaren bereid kunne vinden om op deze manier achter het AGF Servicepunt te gaan staan en deelname door hun klanten gaan stimuleren (liefst ook financieel).

InversNed

InversNed komt ieder maandverslag weer terug, echter zou het zo kunnen zijn dat dit de laatste keer is. Om het geheugen op te frissen: InversNed is een stichting die is opgericht door een aantal versbranches om zich bezig te houden met locatiewerving en bedrijfsopvolging. De bakkers zijn echter eind vorig jaar uit InversNed gestapt en ook binnen de slagersbranche heeft een belangrijke personele wijziging plaats gevonden. Dit heeft er, onder andere, toe geleid dat de voortgang in gevaar is gekomen. De laatste vergadering van InversNed stond vlak voor de zomervakantie gepland, maar is geannuleerd. Vervolgens is er (nog) geen nieuwe datum vastgesteld. Het bestuur van ADN is van mening dat we hier geen actief beleid op gaan zetten en dat we een afwachtende houding aannemen ten aanzien van de ontwikkelingen. Het eventueel opheffen van InversNed behoort tot de mogelijkheden. Op dit moment lopen er nog een paar projecten met InversNed en CKO. Deze zullen eerst worden afgerond.

Sweet Energy

In het vorige maandverslag heeft u kunnen lezen dat we samen met de producent van Tommie tomaatjes een nieuw concept hebben ontwikkeld: Sweet energy. Bijzonder aan dit concept zijn meerdere dingen:

- Het product en initiatief wordt gesteund door de hartstichting en hun beeldmerk mag dan ook gebruikt worden op de verpakking. Verkoop van het product draagt dan ook bij aan het goede doel;
- De verpakking is uniek en in de vorm van een hart;
- Het product is exclusief verkrijgbaar bij de groentespecialzaak.

De aftrap/introductie van het product heeft plaats gevonden tijdens de Libelle Zomerweken aan het begin van de zomervakantie. Kort daarop kleurde Nederland oranje en is er nog even gewacht met de verdere introductie en communicatie richting de leden van ADN. Nu na de schoolvakanties is het moment aangebroken dat we het product weer actief onder de aandacht gaan brengen. Er beter plaats als de aankomende beurs AGF Detail is daar niet voor te bedenken. Gekeken wordt op welke manier dit het beste kan worden ingevuld. Het is een mooie eerste stap naar wellicht meer van dit soort activiteiten. Belangrijk is wel dat we dit dan tot een succes maken.

Aanvraag Arbo

Het Ministerie van Sociale Zaken hecht er veel waarde aan dat arbobeleid goed wordt uitgedragen op de winkelvloer. Het is ook gebleken dat het versturen van documentatie en het publiceren van artikelen e.d. niet het gewenste effect hebben. Het belang moet worden overgebracht aan de werkgever en de werknemers, één op één. ADN heeft een subsidieaanvraag gedaan bij het Ministerie om dit te gaan ondersteunen. In combinatie met andere projecten zou dit ertoe kunnen leiden dat we geld genoeg hebben om de ondernemers te gaan bezoeken en de belangrijke thema's onder de aandacht te brengen. Hierover later meer informatie.

Invulling Algemeen Bestuur

Het mag bekend zijn dat twee belangrijke bestuursleden gaan stoppen met de functie als bestuurslid bij ADN. Niet omdat ze het zat zijn of omdat ze niet meer voldoen, maar omdat de statuten dat bepalen en de maximale termijn erop zit. Als bestuur en secretariaat zijn we natuurlijk druk op zoek gegaan naar goede vervangers voor deze bestuurszetels. Het ziet er naar uit dat we de komende Ledenraadsvergadering twee nieuwe kandidaten aan u (als Ledenraad) kunnen voordragen.

CKO

Met CKO zijn de afgelopen periode nauwe contacten geweest met betrekking tot de CAO plannen (Werkzekerheid/Bedrijfsopvolging), maar ook op het gebied van de invulling van het beleid voor 2011. Aangegeven is vanuit ADN dat we van mening zijn dat het aantal projecten drastisch ingekrompen dient te worden en de nadruk op slechts 2 á 3 projecten dient te liggen. Daarbij ook vooral weer terug naar de basis (verzorgen van opleidingen en inventariseren wat de behoeftes zijn binnen de branche). Oftewel, de werkzaamheden van CKO moeten meer vraaggestuurd worden bepaald dan aanbodgestuurd. Hier wordt op dit moment al hard aan gewerkt. Groentewinkels worden bezocht en gezamenlijk met de medewerker van CKO wordt een enquête ingevuld om te kijken waar de behoeften liggen. In september zal tijdens de bestuursvergadering van CKO het definitieve beleid worden bepaald (AD heeft 2 zetels in het bestuur van CKO). Overige zetels worden bezet door de vakbonden (FNV en CNV) en de ambulante handel (CVAH).

GroentenFruit Bureau



Het GroentenFruit Bureau is (min of meer) het promotieorgaan van het Productschap Tuinbouw. Voorheen heette dit het Voorlichtingbureau Groenten en Fruit. Zij hebben onlangs een symposium gehouden wat in het teken stond van hun belangrijkste campagne 2 X 2. Hoewel een belangrijk deel van de aandacht hierbij uitgaat naar de supermarkten (als belangrijkste verkoopkanaal), is er ook aandacht voor de speciaalzaken en de markt. Er lopen al wat gezamenlijk acties met Groentefruit Bureau en ADN (Tassenactie en productdemonstraties).