



BUREAU BARTELS B.V.

RESEARCH | CONSULTANCY | MANAGEMENT

Stationsplein 69
3818 LE Amersfoort
Postbus 318
3800 AH Amersfoort
Telefoon (033) 479 20 20
Fax (033) 479 20 21
E-mail info@brtls.nl
Internet www.bureaubartels.nl

ONDERNEMERSPEILING PRODUCTSCHAP WIJN

Eindrapport

**Uitgebracht op verzoek van
het Productschap Wijn**

Amersfoort, 27 juni 2011

Inhoud

1.	INLEIDING	1
	1.1 Aanleiding en doel	1
	1.2 Verantwoording aanpak	2
	1.3 Leeswijzer	4
2.	INFORMATIEVOORZIENING EN BEKENDHEID	5
	2.1 Inleiding	5
	2.2 Informatievoorziening vanuit PW	5
	2.3 Bekendheid PW-activiteiten	8
3.	BEOORDELING ACTIVITEITEN	13
	3.1 Inleiding	13
	3.2 Beoordeling activiteiten	13
	3.3 Uitvoering en draagvlak voor PW-activiteiten	16
4.	BEOORDELING HEFFING, FUNCTIONEREN EN DRAAGVLAK PW	21
	4.1 Inleiding	21
	4.2 Heffingen en functioneren PW	21
	4.3 Draagvlak voor PW	23
	BIJLAGE I ACTIVITEITEN PRODUCTSCHAP WIJN	27

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en doel

De **product- en bedrijfsschappen** staan momenteel volop in de maatschappelijke en politieke belangstelling. Zo is begin dit jaar een motie aangenomen door de Tweede Kamer die inhoudt dat er een taakanalyse van de schappen uitgevoerd zal worden. Deze analyse moet enerzijds inzicht verschaffen in de typen taken die door product- en bedrijfsschappen uitgevoerd worden. Anderzijds is deze analyse ook bedoeld om te kunnen beoordelen in hoeverre het wenselijk en noodzakelijk is dat bepaalde taken door schappen uitgevoerd worden of dat hiervoor ook alternatieven bestaan. De bedoeling is dat de resultaten van deze taakanalyse in september 2011 in de Tweede Kamer besproken gaan worden.

Samenhangend met het bovenstaande bestond er bij met name de productschappen ook behoefte aan een **ondernemerspeiling**. De achtergrond hiervan is dat de productschappen van mening zijn dat bij een discussie over de taken en (daarmee) toekomst van de schappen niet alleen sec naar taken gekeken dient te worden maar ook naar het draagvlak onder de achterban. Immers, de financiering van de productschappen vindt, zeker waar het gaat om de autonome taken, voor een belangrijk deel plaats vanuit de achterban van ondernemers. Daarom lag het in de optiek van de productschappen voor de hand om 'ook de stem van bedrijfsleven te laten horen'. Zonder deze stap zouden er mogelijk besluiten over de toekomst(ige richting) en taken van de productschappen genomen worden zonder dat inzicht bestaat in het belang dat de (financieel) dragende partijen zelf – de ondernemers – daaraan hechten.

Oorspronkelijk was het overigens ook de bedoeling om in 2011 het draagvlak onder de achterban van de product- en bedrijfsschappen te toetsen. Deze zogenoemde draagvlakonderzoeken zijn namelijk voorzien in de 'Wijziging van de Wet op de bedrijfsorganisatie (Wbo)'. Vanwege de hierboven genoemde motie rondom de taakanalyses van de product- en bedrijfsschappen heeft de verantwoordelijke minister van SZW echter besloten om deze draagvlaktoetsen vooralsnog 'op te schorten'. Hierdoor ontstond de situatie dat in de tijd gezien de taakanalyses en de daarmee samenhangende discussies over de toekomst van de schappen in de Tweede Kamer los gekoppeld werden van de **mening** die het **bedrijfsleven** hier zelf – als belangrijkste financier – over heeft. Dit was voor de productschappen de directe aanleiding om in 2011 alsnog een ondernemerspeiling uit te laten voeren.

Eén van de productschappen die besloten heeft om een ondernemerspeiling uit te laten voeren is het **Productschap Wijn (PW)**. Het PW heeft Bureau Bartels gevraagd om deze peiling te verrichten. De peiling is in het voorjaar van 2011 uitgevoerd. In deze rapportage doen we verslag van de bevindingen.

1.2 Verantwoording aanpak

Bij het Productschap Wijn bestond behoefte om bij de ondernemersraadpleging verschillende deelsegmenten vanuit de achterban te betrekken. In de eerste plaats leefde de wens om in ieder geval bedrijven te consulteren die relatief de meeste heffing betalen: de **top heffingbetalers**. Immers, dit zijn de belangrijkste 'financiers' van het Productschap Wijn en het is dan ook zinvol om na te gaan hoe specifiek deze doelgroep aankijkt tegen (de toekomst van) het schap. Een ander belangrijk argument is dat verwacht kan worden dat deze doelgroep steeds een kritische afweging zal maken omtrent de meerwaarde van het productschap in relatie tot de heffing. Onder de groep van top heffingbetalers vallen allereerst de grote wijnimporteurs. Verder behoren daartoe ook de grote retailers. Mede gezien het feit dat de grote retailers ook (zelf) wijn importeren duiden we de groep van top heffingbetalers in het navolgende aan met de term '**grote importeurs**'. Deze bedrijven zijn geselecteerd door na te gaan welke bedrijven in 2010 de meeste wijn importeerden en dus ook de meeste heffing aan het PW betaald hebben. De doelgroep 'grote importeurs' neemt ruim 80% van de PW-heffingen voor haar rekening.

In de tweede plaats is een groep **overige importeurs** geraadpleegd. Deze groep is door ons aselekt getrokken vanuit het totale bestand van heffingsplichtige wijnimporteurs – exclusief de geselecteerde top heffingbetalers – van het Productschap Wijn¹. Bij de groep '**overige importeurs**' gaat het om dus kleinere bedrijven – qua import van wijn – dan de groep top heffingbetalers.

Ten slotte hebben we, als derde groep, ook een aantal **wijnproducenten** geraadpleegd. De laatste jaren is de wijnproductie in Nederland in opkomst. Dit vindt echter (nog) op kleine schaal plaats. Vanwege de beperkte volumes die door Nederlandse producenten op de Nederlandse markt worden gebracht betalen zij in de praktijk geen heffing. Zij blijven in feite onder de kritische grens die hiervoor gesteld is. Wel hebben ook Nederlandse producenten te maken met verordeningen en/of activiteiten van het Productschap Wijn. Daarom is er voor gekozen om ook dit segment te betrekken in de ondernemerspeiling.

Voor het raadplegen van de drie deelsegmenten hadden we qua aantal te realiseren waarnemingen het 'streefbeeld' voor ogen zoals in tabel 1.1 is weergegeven.

Tabel 1.1 Streefbeeld voor raadpleging achterban Productschap Wijn

Segment	Streefwaarden
Grote importeurs (incl. retail)	15
Overige importeurs	45
Producenten	15
Totaal	75

¹ Hierbij is een ondergrens gehanteerd van 100 hectoliter invoer in 2010. Exclusief de top heffingbetalers resteren dan 275 bedrijven (wijnimporteurs) die daadwerkelijk heffing betalen. Hieruit is de steekproef voor overige importeurs getrokken.

Uit tabel 1.1 volgt dus dat onze opdracht er uit heeft bestaan om in totaal 75 bedrijven uit de achterban van het PW te consulteren. Daarbij dienden we bovendien een spreiding over deelsegmenten te realiseren die zo goed mogelijk in de buurt kwam van het streefbeeld zoals in tabel 1.1 gepresenteerd is. Zoals uit het onderstaande zal blijken is dit ook vrijwel gelukt.

Nadat bedrijven op de hierboven beschreven wijzen geselecteerd waren, zijn zij vanuit het Productschap Wijn aangeschreven. In dit schrijven is de ondernemerspeiling aangekondigd en is bedrijven gevraagd om hun medewerking te verlenen. De volgende stap heeft er uit bestaan dat wij de geselecteerde bedrijven benaderd hebben met het verzoek om een afspraak in te plannen voor een telefonisch interview. Tijdens dit interview werd dan vervolgens een vragenlijst afgenomen. Zoals uit onderstaande tabel blijkt heeft dit geresulteerd in een hoge respons. Een ruime meerderheid van de bereikte ondernemers bleek namelijk bereid te zijn om deel te nemen aan het onderzoek. De **overall respons** is dan ook uitgekomen op 81%. De belangrijkste reden waarom een deel van de bereikte ondernemers niet wenste te participeren had te maken met tijdgebrek.

Tabel 1.2 Respons: totaal en naar deelsegmenten

Aspect	Grote importeurs (incl. retail)	Overige importeurs	Producenten	Totaal
Brutosteekproef	24	76	24	124
- Contactpersoon na herhaalde pogingen niet bereikt	1	20	4	25
- Gestopt met bedrijf	0	0	1	1
- Gegevens onjuist	0	0	0	0
- Dubbelingen in steekproef	4	1	0	5
- Niet gebeld wegens behalen streefaantal	0	0	0	0
Nettosteekproef	19	55	19	93
- Non-respons	5	9	4	18
Respons (absoluut)	14	46	15	75
Respons (relatief)	74%	84%	79%	81%

In tabel 1.3 hebben we per onderscheiden deelsegment samengevat hoeveel waarnemingen we feitelijk gerealiseerd hebben. Daaruit volgt dus dat, zoals hierboven gesteld, het oorspronkelijke streefbeeld nagenoeg gerealiseerd kon worden.

Tabel 1.3 Streefbeeld voor raadpleging achterban PW

Segment	Gerealiseerd aantal effectieve waarnemingen	Streefwaarden
Grote importeurs (incl. retail)	14	15
Overige importeurs	46	45
Producenten	15	15
Totaal	75	75

Bij het bovenstaande moet worden opgemerkt dat het om de aantallen **effectief geraadpleegde ondernemers** gaat. Bij de top heffingbetalers hebben we namelijk enkele ondernemers geraadpleegd die (mede-)eigenaar waren van meer dan één onderneming.

1.3 Leeswijzer

Bij de presentatie van de resultaten in het rapport geven we niet alleen de uitkomsten voor de hele groep van geraadpleegde ondernemingen, maar zullen we op verschillende plaatsen ook differentiëren naar deelsegmenten. Zo zullen we een onderscheid maken naar 'grote importeurs', 'overige importeurs' en 'producenten'.

De uitkomsten in de navolgende hoofdstukken zijn voor een belangrijk deel gebaseerd op de aantallen waarnemingen die in paragraaf 1.2 zijn gepresenteerd. Daar waar sprake is van een afwijking van dit aantal heeft dat vooral te maken met de routing in de vragenlijst. Zo is bijvoorbeeld een vraag naar beoordeling van het belang van een bepaalde PW-activiteit alleen voorgelegd aan die ondernemers die bekend waren met de betreffende activiteit.

De opbouw van het rapport ziet er verder als volgt uit. In het volgende hoofdstuk zoomen we eerst in op de wijze waarop ondernemers geïnformeerd worden over de activiteiten van het Productschap Wijn en de bekendheid van deze activiteiten. In hoofdstuk 3 staat de waardering van de activiteiten van het productschap vanuit het perspectief van de achterban van ondernemers centraal. We ronden af met hoofdstuk 4 waarin we aandacht zullen schenken aan het draagvlak voor het Productschap Wijn en eventueel wenselijke veranderingen in de activiteiten van dit productschap.

2. INFORMATIEVOORZIENING EN BEKENDHEID

2.1 Inleiding

In de ondernemerspeiling hebben we aandacht besteed aan de informatievoorziening vanuit het Productschap Wijn en de bekendheid van de activiteiten zoals die door dit productschap worden ontplooid. In paragraaf 2.2 staat specifiek de informatievoorziening vanuit het Productschap Wijn centraal. Vervolgens verleggen we in paragraaf 2.3 de aandacht naar de bekendheid van de activiteiten die door het Productschap Wijn worden uitgevoerd.

2.2 Informatievoorziening vanuit PW

Een eerste vraag die aan de geraadpleegde ondernemers is gesteld, is hoe goed zij **het Productschap Wijn kennen**. Uit tabel 2.1 blijkt dat het Productschap Wijn bij bijna tweederde deel van de geraadpleegde ondernemers (redelijk) goed bekend is. Ruim een kwart kent het Productschap Wijn enigszins. Ongeveer één op de tien ondernemers heeft aangegeven dat zij naar eigen zeggen niet zo goed bekend zijn met dit productschap.

Tabel 2.1 Bekendheid PW bij ondernemers, naar deelsegment en totaal

Schakel	Goed	Redelijk goed	Enigszins	Niet zo goed
Grote importeurs (incl. retail) (N=14)	21%	57%	21%	0%
Overige importeurs (N=46)	30%	26%	33%	11%
Producenten (N=15)	13%	53%	28%	9%
Totaal (N=75)	25%	37%	28%	9%

De bekendheid van het Productschap Wijn verschilt per deelsegment. Grote importeurs (en retailers) zijn gemiddeld gezien beter bekend met het productschap dan de overige importeurs en de producenten.

Effectiviteit communicatiekanalen

Het Productschap Wijn zet verschillende communicatiekanalen in om haar achterban te informeren over de activiteiten die voor hen worden uitgevoerd. Daarom hebben we de ondernemers gevraagd via welke kanalen zij in de praktijk geïnformeerd worden over deze activiteiten. Dit geeft dus inzicht in het gebruik van de verschillende communicatiekanalen door de achterban. In tabel 2.2 staan de uitkomsten van deze vraagstelling weergegeven.

Uit deze tabel blijkt dat met name 'Digitaal wijnnieuws en de digitale circulaire's' belangrijke communicatiekanalen zijn. Ruim acht op de tien ondernemers heeft namelijk aangegeven dat zij via deze kanalen geïnformeerd worden over de PW-activiteiten.

Daarnaast worden door circa driekwart van de geraadpleegde ondernemers communicatiekanalen genoemd zoals de brochures van het Productschap Wijn en websites van het Productschap Wijn en/of van het Wijn Informatie Centrum. Voorlichtingsbijeenkomsten blijken als communicatiekanaal voor de activiteiten van het Productschap Wijn wat relevanter te zijn voor de grote importeurs. Dit valt waarschijnlijk te verklaren door het feit dat het bij de overige importeurs en producenten dikwijls over kleine(re) bedrijven gaat voor wie het lastig kan zijn om tijd vrij te maken voor dergelijke bijeenkomsten.

Tabel 2.2 Communicatiekanalen waarmee ondernemers geïnformeerd worden over de activiteiten van het PW, naar deelsegment en totaal

Communicatiekanaal	Grote importeurs (N=14)	Overige importeurs (N=46)	Producenten (N=15)	Totaal (N=75)
Digitaal wijnnieuws en digitale circulaire	100%	76%	93%	84%
Brochures van PW	86%	74%	80%	77%
Website PW en/of WIC*	93%	74%	67%	76%
Onderzoeksrapporten	57%	59%	47%	56%
Telefonisch/e-mail contact met PW en/of WIC*	50%	22%	67%	56%
(Voorlichtings)bijeenkomsten, symposia etc.	71%	43%	47%	49%
Presentaties PW-medewerkers	57%	33%	33%	37%
Anders ²	21%	2%	7%	7%

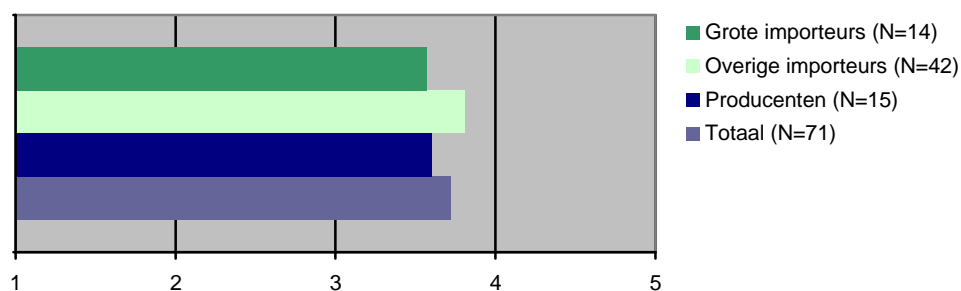
* Wijn Informatie Centrum

Beoordeling informatievoorziening

We hebben de geraadpleegde ondernemers verder gevraagd naar hun **beoordeling** van de wijze waarop zij door het **Productschap Wijn geïnformeerd worden** over de **PW-activiteiten**. In figuur 2.1 hebben we – per segment en voor de totale groep geraadpleegde ondernemers – deze gemiddelde beoordeling op een vijfpuntsschaal weergegeven. De respondenten die de vraag niet konden beantwoorden zijn daarbij buiten beschouwing gelaten.

² Hierbij moet met name worden gedacht aan het Algemeen en het Dagelijks Bestuur van het Productschap Wijn. Een deel van de ondernemers participeert hier in en ontvangt op deze wijze dus informatie over de activiteiten van het productschap.

Figuur 2.1 Gemiddelde beoordeling van de wijze waarop ondernemers door het PW geïnformeerd worden over de PW-activiteiten, per deelsegment en totaal



Legenda: 1 = zeer slecht
 2 = slecht
 3 = neutraal
 4 = goed
 5 = zeer goed

Uit de figuur blijkt dat de geraadpleegde ondernemers uit alle onderscheiden deelsegmenten over het algemeen redelijk positief zijn over de wijze waarop zij door het Productschap Wijn geïnformeerd worden over de PW-activiteiten. Daarbij doen zich geen grote verschillen voor tussen de afzonderlijke deelsegmenten.

Beoordeling contact met Productschap Wijn

We hebben de ondernemers gevraagd of zij in het afgelopen jaar wel eens contact met het Productschap Wijn en/of het Wijn Informatie Centrum opgenomen hebben om een bepaalde vraag te stellen. Voor ruim een derde deel van de geraadpleegde ondernemers bleek daarvan sprake te zijn. Aan deze ondernemers hebben we enerzijds gevraagd om welk onderwerp het daarbij ging. Enkele ondernemers hebben daarbij aangegeven dat zij voor meer dan één onderwerp het Productschap Wijn geraadpleegd hebben. Anderzijds zijn we bij deze ondernemers nagegaan hoe tevreden zij waren over de informatie die zij van het Productschap Wijn naar aanleiding van hun vraag of vragen hebben gekregen.

Tabel 2.3 Aantal geraadpleegde ondernemers dat in het afgelopen jaar contact met PW of WIC heeft gehad en gemiddelde waardering van dit contact, naar onderwerp

Onderwerp	Aantal personen dat hierover contact had	Gemiddeld rapportcijfer
Informatie/kennis over wijn	5	7,4
Wijnopleidingen	0	-
Verordening/heffing PW	11	7,6
Wet- en regelgeving/overheid	3	6,7
Databank Wijnimport	5	6,5
Overig	7	7,5

Uit tabel 2.3 blijkt in de eerste plaats dat de meeste vragen die gesteld zijn betrekking hadden op verordeningen of heffingen van het Productschap Wijn. Ondernemers die

dergelijke typen vragen gesteld hebben zijn gemiddeld gezien goed tevreden over de beantwoording daarvan door het Productschap Wijn. Verder zien we dat ook de beantwoording van de andere typen vragen vanuit het Productschap Wijn met een (ruime) voldoende gewaardeerd worden door de ondernemers.

2.3 Bekendheid PW-activiteiten

Een belangrijk onderdeel van de ondernemerspeiling bestond uit een activiteitenpeiling. Daarbij zijn we onder andere nagegaan in hoeverre de **activiteiten**, die vanuit het Productschap Wijn worden ontplooid, **bekend zijn** bij de achterban. Deze bekendheid is getoetst door ondernemers te vragen of zij - vóór dat de ondernemerspeiling plaatsvond - al bekend waren met de betreffende activiteiten³. In tabel 2.4 zijn de uitkomsten van deze vraag weergegeven.

Uit de tabel blijkt dat de **activiteiten** die het Productschap Wijn uitvoert **over het algemeen** een **grote bekendheid** genieten bij de achterban. Twee activiteiten blijken echter minder bekend te zijn. Het gaat hier om de activiteiten 'belangenbehartiging in Brussel' en activiteiten op het gebied van 'gezond en veilig werken'. Ondernemers weten over het algemeen wel dat het Productschap Wijn de belangen van de sector richting de nationale overheid behartigt, maar dat dit ook richting de EU gebeurt is veel minder bekend. Van activiteiten op het gebied van 'gezond en veilig werken' kan een aanzienlijk deel van de ondernemers zich 'niet iets voor de geest halen'.

Verder zien we dat de grote importeurs gemiddeld gezien het meest bekend zijn met de PW-activiteiten. De verschillen zijn echter niet al te groot en voor enkele activiteiten geldt zelfs dat de andere segmenten – overige importeurs en/of producenten – daar meer bekend mee zijn.

³ In Bijlage I is een korte beschrijving van de verschillende activiteiten opgenomen.

Tabel 2.4 Bekendheid PW-activiteiten onder geraadpleegde ondernemers, per deelsegment en totaal

Activiteit	Grote importeurs (incl. retail) (N=14)	Overige importeurs (N=46)	Producenten (N=15)	Totaal (N=75)
Open Dagen Nederlandse Wijngaarden ⁴	-	-	100%	100%
Initiatieven voor verantwoord alcoholgebruik	100%	91%	93%	93%
Wijn Informatie Centrum (WIC)	93%	85%	87%	87%
Vereenvoudiging verpakkingsbelasting	86%	87%	67%	83%
Jaarlijks marktonderzoek/wijnmarketingdag	100%	76%	73%	80%
HPA Wijnverordening	86%	70%	100%	79%
Belangenbehartiging richting nationale overheid	86%	67%	87%	75%
Voorlichting over EU en nationale regelgeving	86%	63%	93%	73%
Hygiëncode voor de wijnsector	50%	72%	100%	73%
Wetenschappelijk onderzoek naar relatie alcohol-gezondheid	86%	70%	73%	73%
Onderzoek naar schadelijke stoffen in wijn	64%	67%	87%	71%
Databank Wijnimport	79%	83%	20%	69%
Verordening Primeurwijn ⁵	71%	65%	-	67%
Opleidingsactiviteiten	79%	57%	67%	63%
Belangenbehartiging in Brussel	50%	28%	60%	39%
Bevordering gezond en veilig werken	29%	30%	27%	29%

Hoewel de verschillen tussen de onderscheiden deelsegmenten van ondernemers niet al te groot zijn, is er bij enkele activiteiten wel sprake van enige verschillen. Zo zijn relatief veel producenten bekend met de hygiëncode voor de wijnsector en het onderzoek naar schadelijke stoffen in wijn. Aan de andere kant zijn juist relatief weinig producenten bekend met de Databank Wijnimport die overigens ook meer gericht is op importeurs.

⁴ Deze activiteit is niet aan de importeurs voorgelegd omdat het om een activiteit gaat die zich specifiek richt op wijnproducenten.

⁵ Deze activiteit is niet voorgelegd aan de wijnproducenten.

Overall bekendheid van de PW-activiteiten

Naast de analyse van de afzonderlijke activiteiten is ook een analyse per ondernemer gemaakt. Bij deze analyse is nagegaan met hoeveel van de voorgelegde activiteiten de ondernemer bekend was. Tabel 2.5 bevat de resultaten van deze analyse. Daaruit komt nogmaals naar voren dat de activiteiten van het Productschap Wijn goed bekend zijn bij de achterban. Negen van de tien geraadpleegde ondernemers kende minimaal vijf activiteiten en ruim de helft van de ondernemers zelfs minimaal tien activiteiten van het Productschap Wijn.

Tabel 2.5 Aantal PW-activiteiten waarmee ondernemers bekend zijn

Aantal activiteiten bekend	Grote importeurs (N=14)	Overige importeurs (N=46)	Producenten (N=15)	Totaal (N=75)
Geen activiteit	0%	2%	0%	1%
1 activiteit	0%	2%	0%	1%
2 activiteiten	0%	2%	0%	1%
3 activiteiten	0%	2%	0%	1%
4 activiteiten	0%	4%	0%	3%
5 activiteiten	0%	2%	0%	1%
6 activiteiten	0%	0%	7%	1%
7 activiteiten	7%	2%	0%	3%
8 activiteiten	0%	7%	0%	4%
9 activiteiten	7%	13%	0%	9%
10 activiteiten	21%	17%	20%	19%
11 activiteiten	21%	2%	27%	11%
12 activiteiten	14%	7%	20%	11%
13 activiteiten	17%	17%	20%	16%
14 activiteiten	7%	11%	0%	8%
15 activiteiten	14%	9%	7%	9%
Totaal	100%	100%	100%	100%

In aanvulling op het voorgaande hebben we in tabel 2.6 enkele overall cijfers over de bekendheid van de PW-activiteiten bij de achterban opgenomen. Ook deze cijfers illustreren de bekendheid van de PW-activiteiten. Verder zijn de verschillen tussen de deelsegmenten beperkt waarbij het wel zo is dat de overige importeurs iets achterblijven bij de andere groepen van ondernemers die in tabel 2.6 opgenomen zijn.

Tabel 2.6 Mate van bekendheid PW-activiteiten per deelsegment

Segment	Totaal aantal voorgelegde activiteiten	Gemiddeld aantal bekende activiteiten (absoluut)	Deel van activiteiten dat bekend is
Grote importeurs (incl.retail)	15	11,4	76%
Overige importeurs	15	10,1	67%
Producenten	15	11,3	75%
Totaal	15	10,6	71%

3. BEOORDELING ACTIVITEITEN

3.1 Inleiding

Een belangrijk onderdeel van de ondernemerspeiling had betrekking op de beoordeling van de betekenis van de PW-activiteiten vanuit het perspectief van de achterban. In paragraaf 3.2 zoomen we daartoe specifiek in op het belang dat de ondernemers hechten aan de afzonderlijke activiteiten. In paragraaf 3.3 schenken we enerzijds aandacht aan de beoordeling van de uitvoering van de activiteiten door het Productschap Wijn. Anderzijds gaan we in die paragraaf ook in op het ‘draagvlak’ dat er bij de achterban bestaat om de betreffende activiteiten vanuit de heffing te financieren.

3.2 Beoordeling activiteiten

Aan de ondernemers die hebben aangeven bekend te zijn met een bepaalde activiteit van het Productschap Wijn hebben we vervolgens gevraagd in hoeverre de betreffende **activiteit belangrijk** is voor hun sector. In tabel 3.1 is – per deelsegment en voor de totale geraadpleegde groep – weergegeven welke belang wordt toegekend aan de afzonderlijke activiteiten⁶.

⁶ Enkele ondernemers die wel bekend waren met een bepaalde activiteit konden zich geen mening vormen over het belang daarvan. Ook deze ondernemers zijn dus niet meegenomen in tabel 3.1.

Tabel 3.1 Belang van PW-activiteiten vanuit het perspectief van de achterban

Activiteit	N	Grote importeurs	Overige importeurs	Producenten	Totaal
Verordening Primeurwijn	37	2,90	2,59	-	2,68
HPA Wijnverordening	54	3,92	3,56	4,00	3,76
Jaarlijks marktonderzoek/ wijnmarketingdag	59	3,21	3,80	3,40	3,59
Onderzoek naar schadelijke stoffen in wijn	51	3,67	3,93	4,08	3,92
Wetenschappelijk onderzoek naar relatie alcohol-gezondheid	55	3,33	3,75	4,09	3,73
Wijn Informatie Centrum (WIC)	63	3,08	3,93	3,89	3,75
Databank Wijnimport	48	3,30	3,97	4,00	3,71
Voorlichting over EU- en nationale regelgeving	54	4,00	3,86	4,07	3,94
Open Dagen Nederlandse Wijngaarden	15	-	-	4,20	4,20
Initiatieven voor verantwoord alcoholgebruik	69	3,79	3,73	3,64	3,72
Hygiëncode voor de wijnsector	53	4,00	3,52	3,87	3,68
Vereenvoudiging verpakking- belasting	55	4,25	4,03	4,00	4,07
Belangenbehartiging richting nationale overheid	56	3,75	3,83	4,00	3,80
Belangenbehartiging in Brussel	29	4,00	3,77	3,67	3,79
Bevordering gezond en veilig werken	21	2,75	3,54	4,00	3,48
Opleidingsactiviteiten	47	3,73	3,96	4,00	3,91

Legenda: 1 = zeer slecht
2 = slecht
3 = neutraal
4 = goed
5 = zeer goed

De belangrijkste conclusie die uit tabel 3.1 getrokken kan worden is dat het Productschap Wijn **activiteiten ontplooit 'die er toe doen'** voor de achterban. Immers, voor een belangrijk deel van de activiteiten geldt dat de gemiddelde score voor alle ondernemers gezamenlijk in de buurt van een '4' (belangrijk) uitkomt of zelfs daarboven. Als 'spiegelbeeld' hiervan zijn er maar 2 activiteiten die onder een gemiddelde score van 3,5 uitkomen.

Activiteiten die met name (zeer) positief gewaardeerd worden door de achterban, in die zin dat de gemiddelde score dicht in de buurt van een '4' of daarboven uitkomt, zijn:

- de vereenvoudiging van de verpakkingbelasting;

- de Open Dagen Nederlandse Wijngaarden;
- de voorlichting over EU en nationale regelgeving;
- onderzoek naar schadelijke stoffen in wijn;
- de opleidingsactiviteiten.

De **vereenvoudiging van de verpakkingsbelasting** waarover het Productschap Wijn – in samenwerking met de Koninklijke Vereniging van Nederlandse Wijnhandelaren (KVNW) – afspraken heeft gemaakt met de Belastingdienst wordt erg gewaardeerd door de achterban. Veel ondernemers hebben in de interviews aangegeven dat hiermee een aanmerkelijke vereenvoudiging is gerealiseerd wat geleid heeft tot een administratieve lastenreductie en de aangifte veel overzichtelijker heeft gemaakt.

Producenten zijn zeer tevreden over de organisatie van de **Open Dagen Nederlandse Wijngaarden**. Als toelichting hebben verschillende producenten aangegeven dat zij deze open dagen als een goede manier beschouwen om de consument er van bewust te maken dat er ook in Nederland goede wijn wordt geproduceerd. Via deze activiteit wordt een positieve bijdrage geleverd aan de versterking van de (naams)bekendheid van Nederlandse wijnproducenten.

Ook de **voorlichting over EU en nationale regelgeving** wordt gezien als een belangrijke activiteit van het Productschap Wijn. In de toelichting is enerzijds aangegeven dat het voor bedrijven vaak moeilijk is om tijd vrij te maken om alle veranderingen op het gebied van wet- en regelgeving bij te houden. Anderzijds worden de officiële teksten vaak als omvangrijk en ingewikkeld beoordeeld door de ondernemers. Om deze redenen waarderen de ondernemers het dat het Productschap Wijn wijzigingen in wet- en regelgeving niet alleen 'monitort' maar tevens een 'vertaalslag' naar de praktijk maakt: wat zijn de gevolgen voor de wijnsector?

Het **onderzoek naar schadelijke stoffen in wijn** wordt door alle drie de deelsegmenten als een belangrijke activiteit gezien. Uit de toelichtingen die hierbij gegeven zijn, valt op te maken dat ondernemers deze activiteit vooral belangrijk vinden omdat daarmee de kwaliteit van het product en de voedselveiligheid geborgd kan worden. Tevens hebben veel ondernemers hier gemeld dat zij het belangrijk vinden dat deze activiteit centraal, door een onafhankelijke partij als het Productschap Wijn, opgepakt wordt.

De **opleidingsactiviteiten** van het Productschap Wijn worden als belangrijk gezien omdat zij bij kunnen dragen aan de (verdere) professionalisering en aan de lange termijn personeelsvoorziening van de sector.

Aan de **verordening Primeurwijn** wordt een beperkt belang toegekend door de achterban van het Productschap Wijn. Verschillende ondernemers hebben hierbij aangegeven dat deze wijn niet meer erg in trek is bij de consument. Daarom voegt deze verordening voor diverse ondernemers niet veel meer toe. Verder zien we dat met name de grotere importeurs minder belang hechten aan PW-activiteiten die betrekking hebben op het bevorderen van **veilig en gezond werken**. In de toelichting hierop hebben enkele van deze ondernemers gemeld dat zij hiervoor een beroep op een Arbodienst doen en dat het dus wat hen betreft niet nodig is dat het Productschap Wijn hiervoor activiteiten

ontplooit.

Uit tabel 3.1 blijkt dat de verschillen in beoordeling van het belang van PW-activiteiten over het algemeen vrij beperkt zijn voor de onderscheiden deelsegmenten van ondernemers. Wel zien we dat de groep grote importeurs relatief gezien wat minder belang hecht aan het **'jaarlijks marktonderzoek/de wijnmarketing dag'**, de **'Databank Wijnimport'** en het **'Wijn Informatie Centrum'**. Overige importeurs (en wijnproducenten) hechten meer belang aan deze informerende activiteiten. Dit valt te verklaren doordat kleinere bedrijven minder tijd en middelen vrij kunnen maken om zelf (markt)informatie te verzamelen. Grote bedrijven hebben veelal ook zelf andere eigen kanalen om aan (markt)informatie te komen of hebben de benodigde kennis en informatie zelf al 'in huis'.

3.3 Uitvoering en draagvlak voor PW-activiteiten

In de gesprekken met ondernemers zijn we verder ingegaan op de vraag hoe zij de uitvoering van de verschillende activiteiten door het Productschap Wijn beoordelen. Ook deze vraag is alleen gesteld aan ondernemers die – vóór dat de ondernemerspeiling plaatsvond – bekend waren met een bepaalde PW-activiteit. We merken op dat van deze groep ondernemers een deel zich geen mening kon vormen over de kwaliteit van uitvoering door het Productschap Wijn. Dit omdat zij daar in hun optiek te weinig zicht op hadden. Ook deze ondernemers zijn dus buiten beschouwing gelaten bij de resultaten zoals die in tabel 3.2 gepresenteerd worden.

Tabel 3.2 Mate van tevredenheid over uitvoering activiteiten door het PW

Activiteit	N	Grote importeurs	Overige importeur	Producenten	Totaal
Verordening Primeurwijn	23	3,38	3,53	-	3,48
HPA Wijnverordening	47	3,80	3,72	3,25	3,60
Jaarlijks marktonderzoek/ wijnmarketingdag	47	2,85	3,63	3,57	3,40
Onderzoek naar schadelijke stoffen in wijn	31	4,17	3,50	3,71	3,68
Wetenschappelijk onderzoek naar relatie alcohol-gezondheid	32	3,43	3,82	3,75	3,72
Wijn Informatie Centrum (WIC)	48	3,33	3,83	3,89	3,75
Databank Wijnimport	42	3,00	3,54	-	3,45
Voorlichting over EU en nationale regelgeving	50	3,36	3,85	3,54	3,66
Open Dagen Nederlandse Wijngaarden	14	-	-	3,86	3,86
Initiatieven voor verantwoord alcoholgebruik	61	3,42	3,82	3,82	3,74
Hygiëncode voor de wijnsector	34	3,33	3,78	3,15	3,50
Vereenvoudiging verpakkingsbelasting	54	4,08	3,81	4,00	3,89
Belangenbehartiging richting nationale overheid	33	3,00	3,24	3,30	3,21
Belangenbehartiging in Brussel	12	2,67	3,33	3,33	3,17
Bevordering gezond en veilig werken	10	-	3,43	4,00	3,60
Opleidingsactiviteiten	31	3,17	3,75	2,60	3,42

Legenda: 1 = zeer slecht
2 = slecht
3 = neutraal
4 = goed
5 = zeer goed

Uit tabel 3.2 kan worden geconcludeerd dat de geraadpleegde ondernemers **redelijk positief** zijn over de manier waarop **activiteiten** door het Productschap Wijn **worden uitgevoerd**. De top drie van activiteiten waarover de ondernemers wat dit aangaat het meest tevreden zijn luidt:

- de vereenvoudiging van de verpakkingsbelasting;
- de Open Dagen Nederlandse Wijngaarden;
- het Wijn Informatie Centrum.

Over de uitvoering van de rol op het gebied van **belangenbehartiging** richting de **EU** en de **nationale overheid** zijn ondernemers relatief het minst tevreden. De belangrijkste 'rode draad' die uit de toelichtingen te destilleren valt, luidt dat ondernemers weinig zicht hebben op de inspanningen die het productschap wat dit aangaat pleegt en de resultaten

die daarmee behaald worden. Verder noemden enkele ondernemers hier nog dat het niet altijd duidelijk is wat het standpunt van het Productschap Wijn is bij bepaalde veranderingen op het gebied van nationale of Europese wet- en regelgeving.

Een laatste belangrijke vraag die de geraadpleegde ondernemers rondom de verschillende PW-activiteiten gesteld is, luidde of zij het gerechtvaardigd vinden dat deze activiteiten vanuit de **heffing** gefinancierd worden. Deze vraag was vooral voor de importeurs relevant omdat zij in de praktijk de heffing betalen. Voor producenten geldt dit, zoals we eerder aangekaart hebben, (vooralsnog) niet. In tabel 3.3 zijn daarom alleen de uitkomsten voor de importeurs opgenomen. In de tabel hebben we alleen de percentages ondernemers opgenomen die 'ja' of 'nee' geantwoord hebben op de vraag of een heffing voor een PW-activiteit gerechtvaardigd was. Het aandeel ondernemers dat 'weet niet/geen mening' heeft geantwoord hebben we dus achterwege gelaten.

Tabel 3.3 Mate waarin heffing gerechtvaardigd is voor PW-activiteiten

Activiteit	N	Grote importeurs		Overige importeurs		Totaal	
		Ja	Nee	Ja	Nee	Ja	Nee
Verordening Primeurwijn	37	50%	50%	37%	53%	40%	53%
HPA Wijnverordening	44	75%	8%	66%	16%	68%	14%
Jaarlijks marktonderzoek/ wijnmarketingdag	49	50%	43%	69%	29%	63%	33%
Onderzoek naar schadelijke stoffen in wijn	40	78%	22%	84%	13%	83%	15%
Wetenschappelijk onderzoek naar relatie alcohol-gezondheid	44	33%	67%	66%	31%	57%	41%
Wijn Informatie Centrum (WIC)	52	54%	46%	80%	18%	73%	25%
Databank Wijnimport	49	46%	46%	74%	26%	67%	31%
Voorlichting over EU en nationale regelgeving	41	100%	0%	79%	17%	85%	12%
Initiatieven voor verantwoord alcoholgebruik	56	50%	50%	43%	52%	45%	52%
Hygiëncode voor de wijnsector	40	71%	29%	52%	42%	54%	40%
Vereenvoudiging verpakking- belasting	52	83%	8%	73%	20%	75%	17%
Belangenbehartiging richting nationale overheid	43	67%	33%	81%	19%	76%	23%
Belangenbehartiging in Brussel	20	57%	29%	77%	15%	70%	20%
Bevordering gezond en veilig werken	18	50%	50%	36%	57%	39%	56%
Opleidingsactiviteiten	37	9%	91%	58%	31%	43%	49%

De belangrijkste conclusie die aan de hand van de resultaten van tabel 3.3 getrokken kan worden, is dat er – enkele uitzonderingen daargelaten – **overall gezien draagvlak** bij de

achterban van het Productschap Wijn bestaat om de **activiteiten** vanuit de **heffing** te financieren. Voor 11 van de 15 activiteiten die in tabel 3.3 opgenomen zijn geldt dat een meerderheid van de ondernemers het kan billijken dat daarvoor een heffing geïnd wordt. Zoals te verwachten viel is het in grote lijnen zo dat de activiteiten waarvoor veel 'heffingsdraagvlak' bestaat ook de activiteiten zijn die door ondernemers belangrijk worden gevonden (zie tabel 3.1).

Activiteiten waarvoor groot draagvlak bestaat – waarbij (ongeveer) driekwart of meer van de ondernemers aangegeven heeft dat zij het gerechtvaardigd vinden om daarvoor heffing te betalen – zijn:

- voorlichting over EU en nationale regelgeving;
- onderzoek naar schadelijke stoffen in wijn;
- belangenbehartiging naar nationale overheid (en de EU);
- vereenvoudiging van de verpakkingsbelasting;
- Wijn Informatie Centrum.

Activiteiten waarvoor relatief minder draagvlak bestaat om deze vanuit de heffingen te financieren zijn:

- bevordering van veilig en gezond werken;
- verordening Primeurwijn;
- opleidingsactiviteiten.

Voor **veilig en gezond werken** geldt, zoals gezegd, dat een deel van de geraadpleegde ondernemers van mening is dat dit niet direct een taak voor het Productschap Wijn is. Hierboven hebben we al vermeld dat een aantal grotere bedrijven gemeld heeft dat zij zelf zaken met een arbodienst regelen waardoor zij het gevoel hebben dat er 'dubbel werk' wordt gedaan. Ook noemden enkele ondernemers hier dat veilig en gezond werken meer een thema is dat tussen de sociale partners onderling (in cao-verband) geregeld dient te worden.

Wat de **verordening Primeurwijn** betreft hebben we hierboven al geconstateerd dat aan deze activiteit relatief gezien een beperkte meerwaarde wordt toegekend door de achterban van het Productschap Wijn. In deze zin is het dan ook niet verwonderlijk dat het heffingsdraagvlak voor deze activiteit ook relatief laag uitvalt.

Ten aanzien van de **opleidingsactiviteiten** geldt dat diverse ondernemers dit weliswaar belangrijk vinden maar dat zij van mening zijn dat de financiering daarvan door de 'gebruiker' zelf betaald zou moeten worden. Of, anders geformuleerd, dat de kosten die het Productschap Wijn daarvoor maakt doorberekend zouden moeten worden in de prijs voor opleidingen en cursussen.

Voor de volledigheid hebben we ook aan de **producenten** gevraagd wat zij vinden van het feit dat financiering van bovenstaande PW-activiteiten plaatsvindt vanuit een heffing (aan wijnimporteurs). Over het algemeen staan de producenten positief tegenover het financieren van deze activiteiten vanuit een heffing. Enkele producenten hebben daarbij aangegeven dat zij het 'niet erg zouden vinden' als ook de producenten een steentje bij

zouden moeten dragen. Vooral als zij daarmee meer betrokken zouden kunnen raken bij het Productschap Wijn. Bij deze producenten leeft het gevoel dat zij niets kunnen verwachten van – of vragen aan – het Productschap Wijn zolang zij daar zelf niet aan bijdragen.

4. BEOORDELING HEFFING, FUNCTIONEREN EN DRAAGVLAK PRODUCTSCHAP WIJN

4.1 Inleiding

In dit afrondende hoofdstuk besteden we – in paragraaf 4.2 – in de eerste plaats aandacht aan de beoordeling van de heffingen en het functioneren van het Productschap Wijn. Vervolgens komt in paragraaf 4.3 het draagvlak voor het Productschap Wijn aan bod. In die paragraaf zal ook in kaart gebracht worden in hoeverre er onder de achterban de wens bestaat om het takenpakket van het Productschap Wijn aan te passen.

4.2 Heffingen en functioneren PW

Aan de geraadpleegde ondernemers – en dan met name de importeurs – is gevraagd in hoeverre zij **inzicht** hebben in de **besteding** van de **heffingsgelden** door het Productschap Wijn. Gezien het feit dat de producenten geen heffing betalen is deze vraag niet aan hen gesteld.

Uit tabel 4.1 komt in de eerste plaats naar voren dat ongeveer één op de acht importeurs aangeven heeft dat zij in hun optiek voldoende inzicht hebben in de heffingen. Voor een ruime meerderheid van de importeurs is hiervan dus geen sprake. Om zicht te krijgen op de vraag of dit als problematisch wordt ervaren zijn we vervolgens nagegaan in hoeverre er bij de ondernemers behoefte bestaat aan het verkrijgen van meer inzicht in de besteding van de heffingen. Uit de resultaten van tabel 4.1 blijkt de animo daarvoor beperkt te zijn. Dit geldt zowel voor de grote als voor de overige importeurs. Kortom, hoewel ondernemers over het algemeen weinig inzicht hebben in de besteding van de heffingen van het Productschap Wijn wordt dit vanuit de achterban ook niet echt als een knelpunt ervaren.

Tabel 4.1 Inzicht in bestedingen heffingen en behoefte aan meer inzicht bij importeurs

Segment	Inzicht in heffingen			Belang van meer inzicht in bestedingen*
	Ja	Nee	Weet niet	
Grote importeurs (incl. retail) (N=14)	7%	93%	0%	2,9
Overige importeurs (N=46)	13%	85%	2%	2,9
Totaal (N=60)	12%	87%	2%	2,9

* Legenda: 1 = zeer onbelangrijk
2 = onbelangrijk
3 = neutraal
4 = belangrijk
5 = zeer belangrijk

Vervolgens is aan de geraadpleegde importeurs gevraagd hoe zij de **verhouding** tussen de hoogte van de **heffing** en de door het Productschap Wijn geleverde **inspanningen**

voor de sector beoordelen. Of, anders geformuleerd, of deze ondernemers van mening zijn dat zij 'waar voor hun geld krijgen'. Uit tabel 4.2 volgt allereerst dat ongeveer één op de vijf importeurs deze vraag niet kon beantwoorden. Ongeveer eenzelfde aandeel beoordeelde deze verhouding als 'neutraal' (niet goed maar ook niet slecht). Van de ondernemers die wel een uitgesproken mening over deze vraag hadden, was een groter aandeel van mening (37%) dat deze verhouding (zeer) goed was dan het aandeel dat deze verhouding (zeer) slecht (25%) vond.

Tabel 4.2 Beoordeling verhouding heffingen en inspanningen PW, naar deelsegment en totaal

Segment	(Ze)er goed	Neutraal	(Ze)er slecht	Weet niet
Grote importeurs (incl. retail) (N=14)	7%	21%	43%	29%
Overige importeurs (N=46)	46%	20%	20%	15%
Totaal (N=60)	37%	20%	25%	18%

Er zijn wat dit aangaat echter wel duidelijk verschillen waar te nemen tussen de onderscheiden deelsegmenten van importeurs. De grote importeurs zijn beduidend minder positief over deze verhouding dan de groep overige importeurs.

Ten slotte hebben we aan de ondernemers gevraagd hoe zij over het algemeen het **functioneren** van het **Productschap Wijn** beoordelen (zie tabel 4.3).

Tabel 4.3 Beoordeling functioneren van het PW, naar deelsegment en totaal

Segment	(Ze)er goed	Neutraal	(Ze)er slecht	Weet niet
Grote importeurs (incl. retail) (N=14)	57%	29%	7%	7%
Overige importeurs (N=46)	59%	20%	2%	20%
Producenten (N=15)	73%	13%	0%	13%
Totaal (N=75)	61%	20%	3%	16%

Uit tabel 4.3 volgt dat een ruime meerderheid van de ondernemers – zeker van diegenen die zich hierover een mening konden vormen – tevreden is over het functioneren van het Productschap Wijn. Slechts twee ondernemers (één grote importeur en één overige importeur) waren daar negatief over.

4.3 Draagvlak voor PW

Draagvlak voor continuering PW

Een belangrijke vraag die we aan de ondernemers gesteld hebben is of zij **al dan niet voorstander** zijn van **continuering** van het **Productschap Wijn**. Daarbij hebben we ons qua vraagstelling exact aangesloten bij het draaiboek dat opgesteld is voor de uitvoering van de draagvlaktoetsen van product- en bedrijfsschappen. In hoofdstuk 1 hebben we deze draagvlaktoetsen al besproken. Daarin is ook aan de orde gekomen dat deze toetsen vooralsnog uitgesteld zijn. Voor de uitvoering van de draagvlaktoetsen heeft echter al wel de nodige voorbereiding plaatsgevonden. Zo is er – om een uniforme uitvoering te bevorderen – een zogenoemd draaiboek vervaardigd. Daarin is ook een tweetal vragen opgenomen om het draagvlak voor een product- of bedrijfsschap te toetsen. Deze vragen hebben we precies zo gesteld aan de ondernemers die we voor de ondernemerspeiling van het Productschap Wijn geconsulteerd hebben.

Het bovenstaande hield in dat als eerste vraag gesteld is:

- *‘Vindt u het, alles overwegend, goed of niet goed dat het Productschap Wijn blijft bestaan?’*

Indien ondernemers bij deze eerste vraag eventueel als antwoord gaven 'maakt mij niet uit' dient vervolgens – zoals het draaiboek voorschrijft – de volgende tweede vraag gesteld te worden:

- *‘U heeft als antwoord ‘maakt me niet uit’ gegeven over het voortbestaan van het Productschap Wijn. Als u nu echt moet kiezen, vindt u het dan goed of niet goed dat het productschap blijft bestaan?’*

Respondenten aan wie de tweede vraag is voorgelegd en die deze vraag vervolgens met 'weet niet/geen antwoord' hebben beantwoord zijn – conform de voorschriften van het hierboven genoemde draaiboek – niet meegenomen in de berekening van het aandeel ondernemers dat voorstander is van continuering van het Productschap Wijn. In totaal konden uiteindelijk drie ondernemers – ook na twee keer vragen – zich geen mening vormen over de wenselijkheid van het voortbestaan van het Productschap Wijn. In tabel 4.4 staan de resultaten voor de overige 72 ondernemers samengevat.

Tabel 4.4 Wenselijkheid continuering Productschap Wijn

Hoofdsegment	Ja, goed dat PW blijft voortbestaan	Nee, niet goed dat PW blijft voortbestaan
Grote importeurs (incl. retail) (N=14)	86%	14%
Overige importeurs (N=43)	81%	19%
Producenten (N=15)	100%	0%
Totaal (N=72)	86%	14%

Uit de resultaten van tabel 4.4 kan worden geconcludeerd dat er onder de achterban een **groot draagvlak** bestaat voor **continuering** van het Productschap Wijn. Deze conclusie

is 'robuust' in die zin dat zij ook door alle drie de deelsegmenten van ondernemers onderschreven wordt. Gemiddeld gezien zijn zes van de zeven ondernemers voor continuering van het Productschap Wijn. Hoewel een deel van de ondernemers dus kanttekeningen plaatst bij bepaalde activiteiten en/of bij de hoogte van de heffing staat het voortbestaan van het Productschap Wijn bij een ruime meerderheid van de achterban niet ter discussie. Diverse ondernemers hebben bij deze vraag spontaan aangegeven dat het in hun optiek belangrijk is om een neutraal platform als het Productschap Wijn te hebben van waaruit bepaalde zaken gezamenlijk door ondernemers uit de hele wijnketen opgepakt kunnen worden.

Draagvlak naar mate van bekendheid PW-activiteiten

We zijn ook nagegaan in hoeverre de bekendheid met de activiteiten van het Productschap Wijn samenhangt met het draagvlak voor dit schap. Daarbij hebben we de respondenten in twee min of meer gelijke groepen ingedeeld:

- de ene groep bestaat uit ondernemers die relatief veel van de voorgelegde activiteiten – meer dan 10 activiteiten – bleken te kennen (hierna met '**relatief bekend**' aangeduid)
- de andere groep bestaat uit ondernemers die relatief wat minder – maximaal 10 activiteiten – van de voorgelegde activiteiten bleken te kennen (hierna met '**relatief onbekend**' aangeduid).

Op een vergelijkbare wijze als hiervoor hebben we voor de groepen 'relatief bekend' en 'relatief onbekend' het draagvlak voor continuering van het Productschap Wijn berekend (zie tabel 4.5).

Tabel 4.5 Wenselijkheid continuering Productschap Wijn

Hoofdsegment	Mate van bekendheid	Ja, goed dat PW blijft voortbestaan	Nee, niet goed dat PW blijft voortbestaan
Grote importeurs (incl. retail) (N=14)	Relatief bekend (N=9)	100%	0%
	Relatief onbekend (N=5)	60%	40%
Overige importeurs (N=43)	Relatief bekend (N=21)	90%	10%
	Relatief onbekend (N=22)	73%	27%
Producenten (N=15)	Relatief bekend (N=11)	100%	0%
	Relatief onbekend (N=4)	100%	0%
Totaal (N=72)	Relatief bekend (N=41)	95%	5%
	Relatief onbekend (N=31)	74%	26%

Uit de tabel blijkt dat het **draagvlak** voor continuering van het Productschap Wijn **samenhangt** met de **bekendheid van PW-activiteiten**. Dit geldt met name voor de importeurs. Producenten zijn allemaal voorstander van continuering maar dit heeft waarschijnlijk ook te maken met het feit dat zij geen heffing betalen. Bij de importeurs die relatief bekend zijn met de activiteiten van het Productschap Wijn ligt het draagvlak voor continuering van dit schap duidelijk (nog) hoger dan voor de importeurs die relatief

onbekend zijn met deze activiteiten.

Wenselijke veranderingen in takenpakket PW

Bij de voorgaande vragen is ondernemers de mogelijkheid geboden om zich voor of tegen continuering van het Productschap Wijn uit te spreken. In het eerder genoemde draaiboek dat ontwikkeld is voor de draagvlaktoetsen wordt ondernemers vervolgens de mogelijkheid geboden om een voorkeur uit te spreken ten aanzien van de toekomstige taken van een product- of bedrijfsschap. Daarbij kunnen ondernemers bijvoorbeeld opteren voor **minder** of **andere taken** van een schap. Dit kan bijvoorbeeld inhouden dat een ondernemer, die hiervoor aangegeven heeft dat wat hem of haar betreft het Productschap Wijn gecontinueerd dient te worden, kiest voor de variant 'voortzetting met minder taken' of voor de variant 'voortzetting met andere taken'. Ook kan het zijn dat een ondernemer die hiervoor heeft geantwoord dat het wenselijk is om met het Productschap Wijn te stoppen bij deze verdiepende vraag (alsnog) kiest voor de variant 'voortzetting met minder taken' of voor de variant 'voortzetting met andere taken'.

De vraag naar wenselijke toekomstige taken van het Productschap Wijn is – zoals het draaiboek ook voorschrijft – alleen voorgelegd aan ondernemers die zich bij bovenstaande vragen een mening konden vormen over de wenselijkheid van continuering van het Productschap Wijn. In totaal ging het daarbij dus om 72 ondernemers (zie tabel 4.6).

Tabel 4.6 Visie ondernemers op toekomstige taken Productschap Wijn

(Deel)segment	Ongewijzigd	Andere taken	Minder taken	Ophouden	Weet niet
Grote importeurs (incl. retail) (N=14)	7%	7%	79%	7%	0%
Overige importeurs (N=43)	40%	0%	35%	12%	14%
Producenten (N=15)	13%	20%	40%	0%	27%
Totaal (N=72)	28%	6%	44%	8%	14%

Ruim een kwart van de ondernemers wil het Productschap Wijn ongewijzigd voort laten bestaan. Daarentegen is de helft van de ondernemers voorstander van continuering met een veranderd takenpakket. Met name voortzetting met minder taken is voor veel ondernemers een wenselijk scenario. Vooral ondernemers die ontevreden zijn over de verhouding tussen de hoogte van de heffing en de daarvoor geleverde inspanningen van het Productschap Wijn pleiten hier voor. We zien dan ook dat vooral grote importeurs de voorkeur uitspreken voor een reductie in het takenpakket. Zij zien dit als een mogelijkheid om de heffing te reduceren en (daarmee) meer evenwicht aan te brengen in de kosten (heffing) en baten (activiteiten) van het Productschap Wijn.

Aan ondernemers die aangegeven hebben voorstander te zijn van een **reductie** van het **takenpakket** hebben we gevraagd welke taken dan afgebouwd zouden kunnen worden. De meest genoemde taken waren daarbij:

- arbo gerelateerde zaken (20 keer genoemd);
- opleidingsactiviteiten (8 keer genoemd);
- marktinformatie en/of de wijnmarketingdag (6 keer genoemd, met name door grote

importeurs).

Op dezelfde wijze hebben we ondernemers die pleiten voor een **verandering** in het **takenpakket** gevraagd welke wijzigingen zij graag doorgevoerd zien worden. Hierbij pleit één importeur voor marktgegevens over de horeca. Daarnaast vragen drie producenten om meer activiteiten voor Nederlandse wijnproducenten, zoals meer teeltkundig onderzoek.

Suggesties voor verbeteringen

Ten slotte hebben we de ondernemers meer in het algemeen gevraagd of zij nog suggesties hebben voor (andere) verbeteringen die door het Productschap Wijn doorgevoerd kunnen worden. In totaal 42 van de 75 geraadpleegde ondernemers hebben daarbij één of meerdere verbeterpunten naar voren gebracht. De meest frequent genoemde punten waren daarbij:

- beter communiceren wat het Productschap Wijn doet en waar ze voor staat (16 keer genoemd);
- communicatie leesbaarder en minder ambtelijk (5 keer genoemd);
- focussen op kerntaken (4 keer genoemd).

BIJLAGE I ACTIVITEITEN PRODUCTSCHAP WIJN

De onderstaande activiteiten zijn in de ondernemerspeiling aan de orde gekomen.

1. Verordening Primeurwijn

Het Productschap Wijn heeft op verzoek van de wijnhandel/importeurs regels opgesteld voor het in de handel brengen van Franse AOC-wijnen van de nieuwe oogst. Het gaat daarbij om wijnen met gecontroleerde benamingen van oorsprong, zoals Beaujolais-wijnen en een aantal Rhone-, Bourgogne- en Loire-wijnen. In deze verordening is bijvoorbeeld geregeld wanneer deze wijnen ingevoerd mogen worden door de importeurs en op welk moment de verkoop aan consumenten vrijgegeven wordt. Door deze verordening geeft de Franse overheid toestemming om primeurwijnen eerder in te voeren dan de datum die in de Franse wetgeving, voor het in de verkoop brengen van deze wijnen in Frankrijk, is vastgesteld.

2. HPA Wijnverordening

In 2009 is de nieuwe HPA Wijnverordening van kracht geworden. Met deze verordening heeft het Productschap Wijn de nieuwe EU-regels uitgewerkt die voor de Nederlandse wijnsector van toepassing zijn. In de HPA Wijnverordening staan regels over bijvoorbeeld de bereiding van wijn, het alcoholvolume, het bijhouden van registers, opgaven van oogsten, inhoudsmatenreeks, voorraden en etikettering.

3. Jaarlijks marktonderzoek/wijnmarketingdag

Het Productschap Wijn doet jaarlijks onderzoek naar trends die zich voordoen bij de consumptie en aankopen van wijn. De bedoeling daarvan is dat wijnimporteurs en producenten de resultaten van deze onderzoeken kunnen gebruiken bij hun eigen bedrijfsvoering. Daarom worden de uitkomsten van dergelijke onderzoeken ook verspreid. Dit vindt plaats via bijvoorbeeld nieuwsbrieven voor professionals, via internet (de website van het Productschap Wijn) en tijdens de jaarlijkse bijeenkomst marktonderzoek in maart en de wijnmarketingdag in oktober.

4. Onderzoek naar de aanwezigheid van pesticidenresiduen in wijn

Het Productschap Wijn heeft namens de wijnsector in ons land een afspraak gemaakt met de Voedsel- en Warenautoriteit (VWA) dat het Productschap Wijn elk jaar onderzoek laat uitvoeren naar aanwezigheid van pesticidenresiduen en ochratoxine (OTA) in wijn. Met dit onderzoek moet de voedselveiligheid gewaarborgd worden. Door deze aanpak hoeven individuele importeurs zelf geen onderzoek te laten doen waarin zij aantonen dat er geen schadelijke stoffen in hun wijn zitten. Het Productschap Wijn heeft wat dit aangaat de risicoaansprakelijkheid met betrekking tot voedselveiligheid overgenomen van individuele ondernemers.

5. Wetenschappelijk onderzoek naar relatie alcohol-gezondheid

Het Productschap Wijn neemt namens de wijnsector deel aan de Stichting Alcohol Research (SAR). De SAR laat onderzoek doen naar de werking van alcohol op het menselijk lichaam en dan specifiek de gezondheidseffecten van verantwoorde alcoholconsumptie. De onderzoeksuitkomsten worden onder andere verspreid via de

website www.alcoholengezondheid.nl en brochures van het Productschap Wijn.

6. Wijn Informatie Centrum (WIC)

Het Wijn Informatie Centrum (WIC) is de vraagbaak over wijn voor zowel ondernemers als consumenten. Het WIC beheert onder meer de Databank Wijnimport, een bibliotheek met wijnboeken en (inter)nationale vaktijdschriften, de digitale fotodatabank Wijnwereld in Beeld en een digitaal overzicht van wijncursussen. Veel informatie van het WIC is te raadplegen via de website www.wijn.nl.

7. Databank Wijnimport

In de Databank Wijnimport is een groot deel van de in Nederland geïmporteerde wijnen opgenomen van wijnimporteurs die bij het Productschap Wijn geregistreerd staan. Wijnimporteurs kunnen er zelf voor kiezen of zij hun wijnen in de databank opnemen of niet. Zowel ondernemers als consumenten kunnen deze databank raadplegen. De databank bevat op dit moment informatie over bijna 41.000 geïmporteerde wijnen.

8. Voorlichting over EU en nationale regelgeving

Voor de productie en import van wijn gelden er diverse EU-verordeningen en nationale wet- en regelgeving. Bovendien treden hier regelmatig veranderingen in op. Het Productschap Wijn geeft voorlichting over (veranderingen in) wet- en regelgeving voor zover relevant voor wijn. Daarvoor worden op verschillende locaties in Nederland, in samenwerking met de Kamers van Koophandel, voorlichtingsbijeenkomsten georganiseerd. Ook op de website van het Productschap Wijn (www.wijn.nl) is informatie over relevante wet- en regelgeving te vinden.

9. Open Dagen Nederlandse Wijngaarden

Samen met de Stichting Nationale Wijnweek en het Wijn Informatie Centrum organiseert het Productschap Wijn jaarlijks een open dag bij Nederlandse wijngaarden. Enkele tientallen Nederlandse wijngaarden openen dan hun poorten voor geïnteresseerde wijnliefhebbers.

10. Initiatieven voor verantwoord alcoholgebruik

Namens de wijnsector participeert het Productschap Wijn in initiatieven die verantwoord alcoholgebruik stimuleren. Een voorbeeld hiervan is de BoB-campagne die zich richt op het voorkomen van rijden onder invloed van alcohol. Een ander voorbeeld is de STIVA-campagne 'Alcohol onder de 16, natuurlijk niet'.

11. Hygiëncode voor de wijnsector

Het Productschap Wijn vertaalt Europese levensmiddelenwetgeving naar praktische documenten voor ondernemers. Zo heeft het Productschap Wijn de hygiëncode voor de wijnsector opgesteld. Door deze hygiëncode te volgen kunnen ondernemers voldoen aan de regels voor product- en productieomstandigheden vanuit de (Europese) wetgeving.

12. Vereenvoudiging Verpakkingsbelasting

Het Productschap Wijn heeft met de Belastingdienst afspraken gemaakt over een vereenvoudigde aanpak bij de Verpakkingsbelasting. Dit houdt in dat ondernemers uit de wijnsector zelf geen verpakkingenadministratie bij hoeven te houden. In plaats daarvan wordt er per liter wijn een bedrag aan verpakkingsbelasting in rekening gebracht. Om gebruik te kunnen blijven maken van deze vereenvoudigde aanpak heeft de Belastingdienst als eis gesteld dat het Productschap Wijn regelmatig onderzoek uit laat voeren. Daarin moet dan nagegaan worden of zich eventueel veranderingen voordoen in het gebruik van verschillende verpakkingsmaterialen.

13. Inbrengen belang van wijnsector richting de nationale overheid

Om op te komen voor de belangen van de Nederlandse wijnsector voert het Productschap Wijn regelmatig overleg met de politiek en departementen over de relevante wet- en regelgeving (zoals de Warenwet, de Drank- en Horecawet en milieu-regelingen). Doel hiervan is om ervoor te zorgen dat (nieuwe) regelgeving ook aansluit bij de praktijk van de wijnsector en niet leidt tot verzwaring van de administratieve lasten voor de branche.

14. Belangenbehartiging in Brussel

Het produceren van en de handel in wijn is onderworpen aan Europese regelgeving. Deze EU-verordeningen veranderen regelmatig. Het Productschap Wijn maakt deel uit van de Nederlandse delegatie in de Brusselse vergaderingen waarin deze aanpassingen worden besproken. De inzet van het Productschap Wijn is daarbij om zodanig invloed uit te oefenen dat de EU-verordeningen voor de Nederlandse wijnsector gewenst en uitvoerbaar zijn. Zo heeft het Productschap Wijn bijvoorbeeld weten te realiseren dat de etikettering in Nederland eenvoudiger mag dan in eerste instantie beoogd werd vanuit de EU-verordening. Ook is het Productschap Wijn er in geslaagd dat zij de verplichte voorraadopgave aan de EU mag verzorgen zodat individuele ondernemers dit niet zelf hoeven te doen.

15. Bevorderen van gezond en veilig werken in de wijnsector

Sinds een aantal jaren zijn werkgevers en werknemers samen verantwoordelijk voor invulling van het arbobeleid. Daarom heeft het Productschap Wijn met de werkgevers- en werknemersorganisaties een arbocatalogus voor de handel in wijn en dranken vervaardigd. In deze catalogus wordt aandacht besteed aan fysieke belasting (tillen) en transport in het magazijn. Deze digitale arbocatalogus is te raadplegen via de website www.wijn.nl.

16. Opleidingsactiviteiten over wijn

Het Productschap Wijn is op verschillende wijzen betrokken bij opleidingsactiviteiten voor de wijnsector. Via de Stichting Wijnexamens Nederland (SWEN) denkt het productschap mee met de exameneisen die gesteld dienen te worden aan wijnopleidingen op verschillende niveaus (van basisopleiding tot opleidingen voor professionals) Op deze wijze wil het Productschap Wijn bijdragen aan de borging van de kwaliteit van het wijnonderwijs. Daarnaast is het productschap financieel betrokken bij de wijnacademie maar geeft ook colleges over wijnwetgeving aan de academie.