

JAN GOTTSCHAAL  
 JAN.GOTTSCHALL@REEDBUSINESS.NL



# P8 voor hogere prijs paprika

**M**ei 2005 werd paprikateler Marc Groot-scholten in Zevenhuizen gebeld door twee verontruste collega's. "Het gaat niet goed met de paprikamarkt", zeiden ze. De kiem voor P8 was gelegd. Acht telersverenigingen met leden-paprikatelers -vandaar de naam P8 - gaan binnen deze vereniging samenwerken. De samenwerking moet leiden tot een betere marktpositie. De samenwerking houdt in dat de telersverenigingen marktinformatie uitwisselen en over een aantal onderwerpen afspraken maken, vertelt Thijs Jasperse, directeur van adviesbureau VanderzandeFlorpartners. Jasperse begeleidt sinds afgelopen najaar het opzetten van P8. Paprikateler Marc Groot-scholten in Zevenhuizen is namens telersvereniging Best Growers Benelux betrokken bij P8. Hij legt uit dat telers zelf over interessante informatie beschikken, die ze kunnen uitwisselen. De ondernemers zijn op de hoogte van de ontwikkelingen in buitenlandse teeltgebieden, doordat bij wijze van spreken elke week wel een groep telers die gebieden bezoekt. Een enkele Nederlander heeft een teeltbedrijf

in het buitenland. Door markt-informatie uit te wisselen kunnen geruchten over bijvoorbeeld 'een grote Spaanse aanvoer' snel worden ontzenuwd. "Soms komt dat gerucht in de wereld, terwijl de Spaanse aanvoer dan maar 10 pallets groot blijkt te zijn." Dichter bij huis valt ook informatie te vergaren. Zo kunnen de acht verenigingen hun aanvoerprognoses uitwisselen en daardoor de ontwikkeling van het Nederlandse aanbod inschatten. Marc Groot-scholten wijst verder op de marktinformatie die het Product-schap Tuinbouw (PT) beschikbaar heeft. Groot-scholten klinkt enigszins verrast over zijn bevinding dat het PT bereid is informatie te geven. Het schap beschikt over Nederlandse en buitenlandse exportcijfers, importcijfers en areaalcijfers.

## Russisch megapotentieel

Verkoopleider Peter Groot-scholten van Rainbow Growers is net als zijn naamgenoot betrokken bij P8. De verkoopleider, tevens paprikateler in Maasland, vertelt: "Onder telers heerst de sfeer 'als ik maar 2 cent meer voor een kilo paprika krijgt dan mijn buurman'.

**In verband met de dramatische paprikaprijzen ontstond P8, een samenwerkingsverband tussen acht telersverenigingen, goed voor 90 procent van het areaal paprika. Door kennis uit te wisselen en afspraken te maken over kwaliteit willen zij de marktpositie van paprika verbeteren.**

De vraag hoe alle Nederlandse telers 10 cent meer kunnen van-genen is niet aan de orde. In feite gunnen we elkaar de winst niet." Door die houding voelen de verkopers constant de hete adem van hun telers in de nek om op korte termijn te scoren. De verkopers richten zich daarom vooral op het realiseren van een uitbetaalprijs die niet teveel afwijkt van die van de concurrent. Zij durven het risico niet aan om een reclame-actie aan te gaan met een groot-winkelbedrijf. De kans bestaat dat door deze actie de paprika tegen achteraf een te lage prijs wordt verkocht, waardoor de uitbetaal-prijs van de betreffende verkoper niet meekan met die van concurrenten. Maar door het uitblijven van dergelijke acties wordt in feite minder paprika verkocht en ontstaan voorraden, legt Peter Groot-scholten uit. Hij hoopt dat door informatie-uitwisseling binnen P8 duidelijker is wanneer de aanvoer in heel Nederland groot is. Hierdoor kan de huiver voor het aangaan van reclame-acties hopelijk worden weggenomen. De aan telersverenigingen gelieerde afzetorganisaties zijn ingelicht over de vorming van P8. Martin de Vries, directeur van handelsbedrijf Bocchi in Bleiswijk, vindt het 'prima' dat

telersverenigingen gaan samen-werken en informatie uitwis-selen. "Maar ik ga er van uit dat elke handelaar zelf al weet wat er op de markt speelt." De Vries denkt dat de vereniging kan bij-dragen aan kwaliteitsverbetering en promotie. "Op nieuwe mark-ten - Rusland heeft een megapo-tentieel - kunnen de verenigin-gen gezamenlijk promotie uit-voeren."

Jan van der Lugt, directeur van Haluco, denkt dat afspraken maken binnen P8 over vaste minimum jaarprijzen, kwaliteit, gezamenlijke aanvoerprognose en het plannen van acties een hogere marktprijs kunnen gene-deren. "Een groot voordeel van de vereniging kan de sturing van het beschikbare product worden. Ik denk dat de afzetorganisaties met structurele supermarktmet hier te weinig in samenwerken en de daghandel daardoor de mogelijkheid geven soms niet realistische prijzen te realiseren. Ik denk echter dat het een aantal jaren duurt voordat vanuit P8 de productbeschikbaarheid gestuurd kan worden. En dat is goed, want P8 moet eerst zich met iets makkelijker te realiseren doel-stellingen bewijzen."

