

Nederlandse paprikatelers bundelen afzetbelangen in 'spelersbond'

Onder druk van de dramatisch slechte paprikaprijzen vorig jaar hebben acht telersverenigingen, waaronder het onlangs gefuseerde Colour Paradise/ Pamosa, de krachten gebundeld in P8. De landelijke vereniging wil haar grip op de keten versterken door kennis uit te wisselen en afspraken te maken over relevante thema's. Coördinator Thijs Jasperse van adviesbureau Vanderzande-Florpartners spreekt van een soort KNVB voor paprikatelers. "We maken afspraken op landelijk niveau, maar de clubs blijven hun eigen competitie spelen."

Door Theo Keltjens

Thijs Jasperse onderscheidt in het Nederlandse paprikasegment vier problemen. Het eerste is overproductie en dan met name van de geblokte paprika. In vijftienvijftig jaar tijd is de productie ervan in Nederland vertienvoudigd. Omdat het technisch gezien een lastige teelt is, hebben de Nederlanders lange tijd de internationale markt beheerst. Maar sinds ook andere landen de techniek onder de knie hebben, is de overproductie snel toegenomen.

Het tweede probleem is gebrek aan vernieuwing. Juist vanwege het jarenlange succes hebben telers zich massaal toegelegd op de geblokte paprika.

Andere soorten, zoals de puntpaprika en de minipaprika, leiden een marginaal bestaan. Als derde probleem ziet Jasperse de beperkte genetische mogelijkheden om de productie per m² te vergroten en zo kosten te besparen. Tenslotte is er het probleem van de versnippering. Telsverenigingen hebben jarenlang hun eigen belang vooropgesteld. Dat wreekt zich nu de markt internationaal onder druk staat. De verdeeldheid staat bovendien haaks op de toenemende concentratie aan afnemerskant. De spreekwoordelijke kruik barstte in de tweede helft van het vorig jaar, toen de paprikatelers beseften dat ze als separate telersvereniging hun grip op de markt waren kwijtgeraakt. Acht verenigingen, te weten Best Growers Benelux, Colour Paradise/Pamosa, Growing Excellence, Rainbow, Tradition, United West Growers, Vers Direct Teelt en Verenigde Tuinbouw Nederland, samen goed voor 90 procent van het areaal, zochten elkaar op en schakelden Thijs Jasperse in om een gezamenlijke strategie te bepalen. Ze peilden het draagvlak daarvoor, eerst in eigen gelederen en vervolgens ook bij de handelshuizen, en kwamen tot de conclusie dat er op korte termijn langs twee wegen winst te behalen viel.

De eerste weg is kennisuitwisseling en wel op



Thijs Jasperse.

drie terreinen: de aanvoerverwachting, het concurrerende aanbod en de kwaliteit in de keten. Jasperse: "Doordat er te weinig onderling contact is en men informatie voor zich houdt, krijg je grote onderlinge verschillen. Incidenteel wordt iemand daar beter van, maar over het geheel genomen verliest iedereen. Men gaat elkaar uitspelen en er wordt gespeculeerd met het product. Met als gevolg dat alle inspanningen die je in de kwaliteit stopt aan het eind van de keten vergeefs blijken."

Klok

Waar kennis over elkaars afzetbeleid ongewenste effecten aan het licht brengt, bestaat de mogelijkheid om afspraken te maken. Daarmee is de tweede weg benoemd die P8 wil bewandelen. Ook hier dienen zich voorsnog drie onderwerpen aan. Hoge prioriteit heeft de prijsvorming voor de enige in Nederland overgebleven klok, die van ZON. Die prijsvorming is niet, zoals vroeger, het resultaat van vraag en aanbod, maar louter van het aanbod, zo constateren de telers. Thijs Jasperse: "Procentueel is het aanbod voor de klok bijna te verwaarlozen, maar er wordt door de handel nog steeds naar de klok gekeken alsof die een reële marktwaarde weergeeft. Dat zorgt voor

een verstoord beeld en voor fluctuaties."

P8 is inmiddels met ZON in gesprek over mogelijkheden om het klokaanbod stabiel te maken en verwacht daar in goed overleg uit te komen.

De twee andere onderwerpen hebben betrekking op de eigen verkoopstrategie. P8 wil deelmarktvergoedingen en prijsacties beter op elkaar afstemmen. "Wat je de laatste jaren vooral ziet gebeuren, is dat telers afwachten wat de concurrent doet. Als de één tot een actie besluit, hoeft de ander dat niet meer te doen. Wat we willen, is deze defensieve houding ombuigen tot een gezamenlijk offensief. Dat wil zeggen dat we acties willen coördineren en de lasten daarvan verdelen. Het wil ook zeggen dat we in direct contact met de retail meer ons gezamenlijke volume willen uitspelen."

Differentiatie

Deze gezamenlijke verkoopstrategie laat het eigen gezicht van de aangesloten telersverenigingen intact, benadrukt Thijs Jasperse. Vandaar de vergelijking met de KNVB. "We maken afspraken over het verloop van de wedstrijden en we vertegenwoordigen het Nederlandse

belang binnen zeg maar de UEFA, de Europese bond. Daarmee beginnen we bescheiden. We richten ons alleen op zaken die we daadwerkelijk kunnen beïnvloeden. We gaan ook niet de vloer plat lopen bij elkaar, het uitvoerende werk blijft gewoon bij de verenigingen. We willen geen instituut worden, tenzij dat op een natuurlijke manier zou gebeuren. Dat heeft te maken met verwachtingsmanagement. We moeten niet gaan denken dat meteen alles beter wordt. Dat heeft zijn tijd nodig."

Op termijn ziet hij echter voldoende kansen voor de Nederlandse paprikateelt en niet alleen binnen P8-verband. "Ik vergelijk de situatie met de tomatenteelt vijftien jaar geleden. Toen dacht ook iedereen dat daar geen droog brood meer in te verdienen was. Kijk naar wat er sindsdien is gebeurd! De schapruimte voor tomaten in de supermarkten groeit nog steeds. Kennelijk is zo'n crisis nodig om producenten wakker te schudden en echt naar de markt te laten kijken. Dezelfde differentiatie die de tomaat heeft doorgemaakt, is ook voor paprika mogelijk. Als gewas zit paprika nog in de bloei van zijn levenscyclus. Het heeft veel toepassingen, het ziet er mooi uit én het is gezond." **R.V.**

