

Op weg naar 2015

Op initiatief van P8 hebben woensdag 26 augustus jl. het P8 bestuur, veredelingsbedrijven, afzetorganisaties, handelshuizen en de banken gesproken over de huidige situatie in de paprikateelt en afzet. Aanleiding hiervoor was de constatering dat verschillende belanghebbenden verschillende boodschappen verspreiden onder de telers. Het P8 bestuur vindt het erg belangrijk dat er zoveel mogelijk duidelijkheid is. Belangrijk vooral omdat u als paprikateler de komende weken een keuze moet maken ten aanzien van o.a. ras en teeltwijze voor 2010.

In het lopende seizoen 2009 wordt de laagste telersprijs ooit gerealiseerd door een mix van factoren, te weten: toename van het aanbod met 11%, een afnemend onderscheid ten opzichte van concurrerende aanbieders, onderlinge verdeeldheid, en een periode van recessie.

Het P8 bestuur, de banken, veredelingsbedrijven, afzetorganisaties en handelshuizen willen u in uw keuzeprocess voor 2010 een duidelijke boodschap meegeven, genaamd "Op weg naar 2015".

Om te beginnen geloven alle genoemde organisaties in de toekomst van de Nederlandse paprikateelt, gáán ze hier ook voor en verwachten van elkaar dat ieder zijn bijdrage levert aan het welslagen van deze teelt.

Voor het P8 bestuur zijn vervolgens de volgende vier onderwerpen zeer belangrijk in 2010:

- **Vergroten van het onderscheid**

Betrouwbare kwaliteit en houdbaarheid zijn de belangrijkste kenmerken om het onderscheid van Nederlandse paprika's te vergroten. In de meeste winkels moet paprika zichzelf verkopen omdat er niemand anders meer is die dat doet. Paprika's moeten er, zeker wanneer ook concurrerend product wordt gepresenteerd, goed uitzien anders worden ze niet of minder gekocht. P8 en de afzetorganisaties verenigd in DPA hebben voor 2010 nieuwe kwaliteitsvoorschriften geformuleerd. Naleving hiervan zal worden gecontroleerd op aanvoerlocaties en bij verpakkers. Uitgangspunt van afzetorganisaties is dat kwaliteit moet worden beloond en niet het nemen van kwaliteitsrisico's.

- **Verbeteren herkenbaarheid herkomst Nederland**

P8 en de andere genoemde bedrijven ondersteunen de introductie van het Holland Herkomst Garantie label .NL. Via dit label worden de positieve punten van het Nederlandse product gecommuniceerd. Het .NL label wordt alleen op Klasse I product gebruikt en kan de verplichte herkomstaanduiding op dozen en consumentenverpakkingen vervangen. Gebruikers van het .NL label moeten een licentieovereenkomst tekenen en zullen regelmatig worden gecontroleerd.

- **Paprika promotie**

In 2010 zullen de paprikatelers hun paprika promotiecampagne Colourfultaste.nl voortzetten, ondersteund vanuit de EU. Het belangrijkste onderdeel van deze campagne, de winkeldemonstraties, blijkt zeer succesvol.

- **Samenwerken in een APO Paprika**

P8 en de andere genoemde bedrijven blijven het proces om te komen tot een samenwerking van GMO telersverenigingen op het gebied van aanbodsbundeling en centrale verkoop krachtig ondersteunen (APO Paprika).

Veredelingsbedrijven zien het als hun opdracht kwalitatief goede rassen te maken, de plussen en minnen van de rassen goed met de telers te communiceren en hen optimaal te begeleiden bij de teelt. Belangrijke kenmerken van een goed ras zijn een goede vruchtkwaliteit en een voldoende productie. Met verschillende systemen zijn veredelingsbedrijven in staat het gedrag van hun rassen bij verschillende telers met elkaar te matchen en zodoende te kunnen sturen op optimalisering van de teelt. Als belangrijke verbetering ziet men het terugkoppelen van productkwaliteit uit het einde van de keten. In samenwerking met afzetorganisaties en handelshuizen kan hierin in 2010 worden voorzien.

Afzetorganisaties en handelshuizen zien het belang van een korte doorlooptijd in de keten. Paprika's moeten zo snel mogelijk naar de winkels om een zo vers en kwalitatief goed mogelijk product, in de juiste verpakkingen, aan de consument te presenteren.

Voorwaarde voor de banken is dat telers hun bedrijf op orde hebben. Hierin constateren ze soms grote verschillen tussen de telers. Banken gaan doorgaans met telers verder wanneer zij hun zaken op orde hebben. De standaard kostprijs bestaat niet meer omdat deze sterk afhankelijk is van een aantal zaken zoals de ingekochte energie. Gegeven de huidige situatie zijn de banken bereid paprikabedrijven, die hun zaak op orde hebben, te financieren ook als de verwachting is dat in 2010 een negatief resultaat wordt behaald.

Wij hopen dat het P8 bestuur, de banken, veredelingsbedrijven, afzetorganisaties en handelshuizen middels deze brief meer duidelijk hebben kunnen geven. Vragen kunt u mailen naar info@P-acht.nl

Ontwikkelingen aanbodsbundeling

Op 16 juli is door 5 GMO-verenigingen (ZON, BGB, FresQ, Tradition en The Greenery) een concept plan van aanpak APO paprika ingediend bij het Productschap Tuinbouw voor een eerste beoordeling. Inmiddels heeft ook Versdirect zich gemeld.

Doelstelling van genoemde telersverenigingen, maar ook van het collectief van Nederlandse paprikatelers P8, is het versterken van de marktpositie van de Nederlandse paprika. De verenigingen willen dit doel bereiken door bundeling van hun aanbod paprika's en samenwerking op het gebied van aanvoerbeleid, voorraadbeheer, verkoop, productbeleid, promotie, product- en marktontwikkeling van paprika's. Het PT heeft op 15 augustus medegedeeld dat de vraag of er sprake is van machtsconcentratie bij bundeling van ruim 80% van het aanbod, via LNV aan de EU ter toetsing wordt voorgelegd. Tot op heden is deze vraag nog niet beantwoord en houdt de Werkgroep APO Paprika de vinger aan de pols om zo snel mogelijk antwoord te krijgen.

Positieve resultaten winkeldemonstraties!

Effectiviteit is onderzocht: gebleken is dat 27% van de respondenten dankzij de winkeldemonstraties paprika heeft gekocht. Mensen die niet zijn overgehaald hadden vaak nog paprika thuis of waren toch al van plan paprika te kopen. Volgende nieuwsbrief meer resultaten!!