

Inhoud

Inleiding Thijs Jasperse	1
Het is tijd voor paprika!	2
Volgende P8 bestuursvergadering op woensdag 26 augustus a.s.	5

Gaat het de goede kant op?

Nu halverwege de maand juli kunnen we vaststellen dat het geen top voorjaar is geworden. Geldelijk zitten we nog onder het niveau 2013. Goed nieuws zou moeten zijn dat export vanuit Murcia vrijwel is stilgevallen. Maar in de bestuursvergadering van vorige week kwam ook aan de orde dat het prijsgevecht met de retail enorm is. Toch zien we de zomer met vertrouwen tegemoet. Ik hoor jullie denken "Ja, dat dachten we vorig jaar ook tot het moment dat de vliegtuigramp met MH17 plaatsvond."

IJs

En inderdaad, dat klopt, we lopen op "dun ijs". We zijn verdeeld, versnipperd. Vaak is er een veel te lange weg naar het retailschap. Reden waarom we nu al maanden als verkooporganisaties aan het kijken zijn hoe we dat ijs 'in vredesnaam' dikker kunnen maken voor alle vruchtgroente. Zo zaten we als P8 bestuur bijeen op 10 juni in bijzijn van enkele mensen vanuit de productcommissies en managers van jullie organisaties over de vraag hoe we dat ijs wat zouden kunnen laten groeien. Roerend waren we het eens dat het antwoord ligt bij de consument. Hoe kunnen we deze beter bedienen? Wat wil die op paprika gebied? Hoe gaat het paprikaschap er de komende jaren uitzien? En wat is de rol van de Nederlandse paprika dan in dat moderne schap? Ingewikkeld omdat we als Nederlandse paprikateelt niet zo flexibel zijn. We telen op 95% van ons areaal alleen blokpaprika. Omdat we dat nu eenmaal zo hebben ingericht, omdat we onvoldoende in alternatieven hebben (kunnen) investeren, omdat we nauwelijks geld hebben om te vernieuwen, enz. Hoe gaan we dan inspelen op de nodige vernieuwingen? Hoe creëren we flexibiliteit om in te spelen op de veranderingen? Gelukkig zijn we nu zover dat niet ieder voor zich dat gaat bedenken. In hetzelfde P8 verband gaan we daar eind augustus over verder.

Mocht je met deze fundamentele discussie over de toekomst mee willen doen, meld je dan even op info@p-acht.nl

Promotiecampagne Colourfultaste

Ja, we zijn volop bezig www.tijdvoorpaprika.nl! Zie ook hieronder.

Thijs Jasperse

Het is tijd voor paprika!

Eind 2014 bereikte ons het bericht uit Brussel dat de subsidieaanvraag die we eerder dat jaar hadden ingediend, door de EU is gehonoreerd. Het budget voor de paprika promotiecampagne bedraagt hiermee de komende drie jaar € 720.000 per jaar.

De campagne richt zich op consumenten in Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. In genoemde drie landen verkopen de Nederlandse paprikatelers doorgaans circa 60% van hun productie. Omdat het verbruik van paprika in het Verenigd Koninkrijk nog steeds achterblijft bij het verbruik in Nederland en Duitsland, krijgt de campagne de komende drie jaar meer focus op het Verenigd Koninkrijk.

Met een nieuwe aanpak is de Colourfultaste campagne in staat om per land, afgestemd op de aldaar aanwezige doelgroepen, per middel en/of samenwerking een adequate oplossing en relevante boodschap samen te stellen. Deze maatwerk strategie wordt ook wel content strategie genoemd.

In de campagne willen we consumenten overtuigen dat paprika's op ieder moment van de dag passen en dat met paprika's eenvoudige, eigentijdse, smakelijke en kleurrijke gerechten kunnen worden bereid. Met deze nieuwe campagne willen we alle moeders, die het beste voor hun kinderen willen, maar weinig tijd hebben en ook niet precies weten hoe het zit met de mogelijkheden van gezonde voeding helpen. Helpen door te benadrukken dat het wel eens tijd zou kunnen zijn voor een (gerecht met) paprika. Want paprika's kan je de hele dag door eten, dus:

**Het is dus altijd:
Tijd voor paprika
It's peppertime
Zeit für Paprika**

De activiteiten van de campagne splitsen zich uit in drie hoofdactiviteiten: PR, online en retailactiviteiten.

Verlate start

Na het akkoord van Brussel bleek dat het geselecteerde bureau om deze campagne uit te voeren geliquideerd was. Brussel schrijft in een dergelijke situatie voor dat er een nieuwe bureauselectie gedaan moet worden, waarbij meerdere bureaus moeten kunnen meedingen. Dit leverde een vertraging op van enkele maanden. Pas eind april zijn de stukken definitief getekend en kon de start gemaakt worden.

Er is in korte tijd enorm veel werk verzet om nog binnen dit seizoen actief te worden. De website is inmiddels aangepast en de eerste demonstraties in Duitsland zijn in de eerste week van juli gepland. Met Jumbo staat een actie gepland in september voor 4 weken met ondersteuning van radio, met de Engelse retailers lopen de gesprekken voor uitgebreide demonstraties op de winkelvloer. De PR machine komt langzaam maar zeker op gang.



Lieve moeder,

Weet je dat je paprika's op ieder moment van de dag kunt eten? Als soep, in een salade, op de BBQ in een warme maaltijd of als snack. Ze zijn gemakkelijk te bereiden en je kunt ze overal voor gebruiken. Bovendien zitten paprika's rood-geel-oranje- groen vol met vitamine C. Zo zet je ook voor kinderen altijd iets lekkers en gezonds op tafel.

Het is dus altijd...

Tijd voor paprika

 CAMPAGNE GEFINANCIËRD MET STEUN VAN DE EUROPESE UNIE

TIJDVOORPAPRIKA.NL

 COLOURFUL TASTE

Nieuwe website: www.tijdvoorpaprika.nl

Een belangrijke activiteit van Colourfultaste is de website. Op deze website zijn recepten te vinden, maar ook bereidingstips en wetenswaardigheden over de paprika. De website is in twee stukken verdeeld. Aan de ene kant heb je 'eten', waar smakelijke recepten te vinden zijn. Deze zijn eenvoudig te bereiden, met ingrediënten die in alle keukens te vinden zijn. Aan de andere kant is er ook het onderdeel 'weten', waar te vinden is hoe een paprika groeit.

Het uitgangspunt bij de ontwikkeling van de website was dat deze goed te zien is op tablets en smartphones, omdat het overgrote gedeelte van de consumenten gebruik maakt van tablets en smartphones om bijvoorbeeld recepten op te zoeken, in plaats van gebruik te maken van de PC. Daardoor is er ook meer informatie te vinden op één pagina, in plaats van steeds op verschillende pagina's te moeten klikken.

Ook tijdens deze campagne worden via Google Adwords en banners op websites aandacht gevraagd voor de website van Tijd voor Paprika, om extra bezoekers naar de website te trekken. Vanaf begin juli. Met Google Adwords staat de website wanneer er op bepaalde zoekwoorden wordt gezocht boven aan de pagina.

Ook het benaderen en onderhouden van contacten met consumenten via social media is een belangrijk kanaal. De drie Facebookpagina's die bij elkaar bijna 20.000 likes hebben, zijn veranderd in Tijd voor Paprika stijl. Via social media worden volgers op de hoogte gebracht van leuke weetjes en lekkere en eenvoudige recepten.

TIJDVOORPAPRIKA ETEN WETEN UK NL DE

Bereiding en gebruik

De bereidingsmogelijkheden van paprika's zijn eindeloos. Zo wordt het wel heel gemakkelijk om gezond te eten. Je kunt ze bijvoorbeeld rauw eten, maar je kunt er ook allerlei heerlijke warme en koude gerechten mee maken. Hier vind je tips voor de bereiding en behandeling van paprika.

- ▶ Zaadlijsten verwijderen en snijden
- ▶ Ontvelen
- ▶ Vullen
- ▶ Wokken

Herkomst

De teelt van paprika's vindt in Nederland plaats in kassen. Om de planten ongestoord te laten groeien, worden de groeiomstandigheden in de kas zo optimaal mogelijk gehouden. Vaak wordt daarvoor een klimaatcomputer

- ▶ Waar komt de Paprika vandaan?
- ▶ Ambachtelijke teelt

PR activiteiten wederom belangrijke pijler

PR wordt een belangrijke pijler deze campagne. Per land zal een andere PR strategie worden ontwikkeld, omdat voor de afzonderlijke doellanden andere doelstellingen gelden. Het ontwikkelen van nieuwe en smakelijke recepten is daarbij een belangrijke activiteit. Ook de PR bureaus in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk zijn er weer klaar voor.

In de PR activiteiten willen we graag moeders laten vertellen hoe gezond en lekker paprika is en dat je er heerlijk mee kan variëren. We willen consumenten bewust maken dat paprika ieder moment van de dag gegeten kan worden.

Activiteiten in samenwerking met de retail

Ook kookdemonstraties die bij verschillende retailers in Duitsland, Verenigd Koninkrijk en Nederland worden georganiseerd is weer een belangrijke activiteit om consumenten te inspireren met leuke gerechtjes met paprika. Daarvoor worden speciale stands ontwikkeld die helemaal in de stijl van 'Tijd voor Paprika' passen. Ook is er weer een nieuw receptenfolder ontwikkeld die uitgedeeld zal worden tijdens de kookdemonstraties.

Meer weten?

Wilt u meer weten over de nieuwe campagne of heeft u vragen? Stel ze gerust via info@p-acht.nl.

Volgende P8 bestuursvergadering woensdag 26 augustus a.s.

De volgende P8 bestuursvergadering vindt plaats op woensdag 26 augustus 2015. Heeft u een vraag die u wilt stellen of een bepaalde zaak die u wilt aankaarten, geef dit dan door aan het bestuurslid dat uw vereniging in het P8 bestuur vertegenwoordigt. Wij zullen de vraag of situatie behandelen in de vergadering. Op de website www.p-acht.nl kunt u contactgegevens van de P8 bestuursleden vinden.