

Inhoud

Inleiding Thijs Jasperse	1
Samenvatting P8 jaarplan 2015	2
Eindejaar attentie P8 - Familieplanner 2015	5
Volgende P8 bestuursvergadering op woensdag 17 december a.s.	5

2015

Helaas bracht ook 2014 bij de paprika niet wat we hoopten. De telers sluiten het boekjaar zonder winst af. Dat geldt niet voor de rest van de paprikaketen. De consument hebben we (op wat uitzonderingen na) een uitstekend product geboden. De handel en retail heeft prima met ons product kunnen werken. Ook de veredelaars en andere leveranciers hebben hun deel gehad. Wij telers echter niet. Dit onderwerp is afgelopen maanden in het P8 bestuur natuurlijk uitgebreid besproken. Het moet beter. Aan de kostenkant kunnen we weinig meer doen. De opbrengsten moeten omhoog! Aan de klantenkant moeten we meer duidelijk maken wat ons product waard is. Een zeer hoogwaardig product waar we via hoge investeringen en al onze kennis alles aan doen. Vraag in het bestuur was natuurlijk ook wat daarbij de waarde en rol van P8 is en wat van de telersverenigingen. Het bestuur vindt dat P8 zeer waardevol is als vechter voor de belangen van de Nederlandse paprikatelers. In het bijzonder voor de marketingbelangen en wat daarbij hoort, maar ook wanneer de Nederlandse paprikasector wordt bedreigd door onverwachte invloeden van buitenaf.

Hoera, we worden weer voor 3 jaar ondersteund door de EU!

Twee weken geleden kregen we het bericht dat het promotieplan dat we dit voorjaar bij de EU hebben ingediend, is goedgekeurd. Uniek, omdat het nog niet eerder is voorgekomen dat de EU voor de derde achtereenvolgende keer besluit een lopende campagne mede te financieren. Dat betekent dat we voor 2015 t/m 2017 € 360.000 per jaar EU subsidie krijgen, dus totaal ruim één miljoen euro! Nog wat meer dan afgelopen jaren omdat we de eigen bijdrage van de paprikatelers hebben verhoogd van € 300.000 naar € 325.000 én omdat de eigen bijdrage van de oranje paprikatelers à € 35.000 ook in dit promotieplan is meegenomen.

Kan P8 het verschil maken?

Kan P8 dan de komende jaren het verschil gaan maken om tot een beter resultaat voor de Nederlandse paprikatelers te komen? Nee en ja. Nee wanneer we elkaar als Nederlandse paprikatelers als concurrent zien. Ja, wanneer we als Nederlandse telers samenwerken waar mogelijk en noodzakelijk. Dan kan P8 een hele goede rol spelen om internationaal de Nederlandse paprika goed op de kaart te zetten. Samenwerken in het promoten van paprika is hiervan een heel goed voorbeeld. Zonder samenwerking in P8 zou een EU subsidie voor promotie niet mogelijk zijn.

P8 staat voor ondernemende belangenbehartiging

Uniek kenmerk van P8 is de ondernemende wijze waarop de belangen van de Nederlandse paprikatelers behartigd worden. P8 treedt proactief, daadkrachtig en slagvaardig op in situaties die de Nederlandse paprikasector bedreigen. Paprikatelers vertrouwen hierop. P8 heeft een groot netwerk, zowel binnen als buiten de paprikasector en kan hierin snel schakelen. Omdat P8 een groot deel van het Nederlandse paprika-aanbod vertegenwoordigt, wordt ze nationaal en internationaal gezien als onafhankelijke boodschapper namens de Nederlandse paprikasector.

Onderstaand een samenvatting van het P8 jaarplan 2015.

Thijs Jasperse

Samenvatting P8 jaarplan 2015

P8 samenbindende factor paprikasector

Paprikatelers zien P8 als de samenbindende factor binnen de paprikasector. Een overlegplatform, een netwerk en een belangenbehartiger voor alle paprika gerelateerde onderwerpen "buiten de kas". Paprikatelers vinden de promotie van paprika de belangrijkste opdracht voor P8. Daarnaast zijn kwaliteit, houdbaarheid en marktinformatie belangrijke onderwerpen. Maandelijks komt het P8 bestuur bijeen om de voortgang van de activiteiten te bespreken. U wordt in het P8 bestuur vertegenwoordigd door de volgende personen:

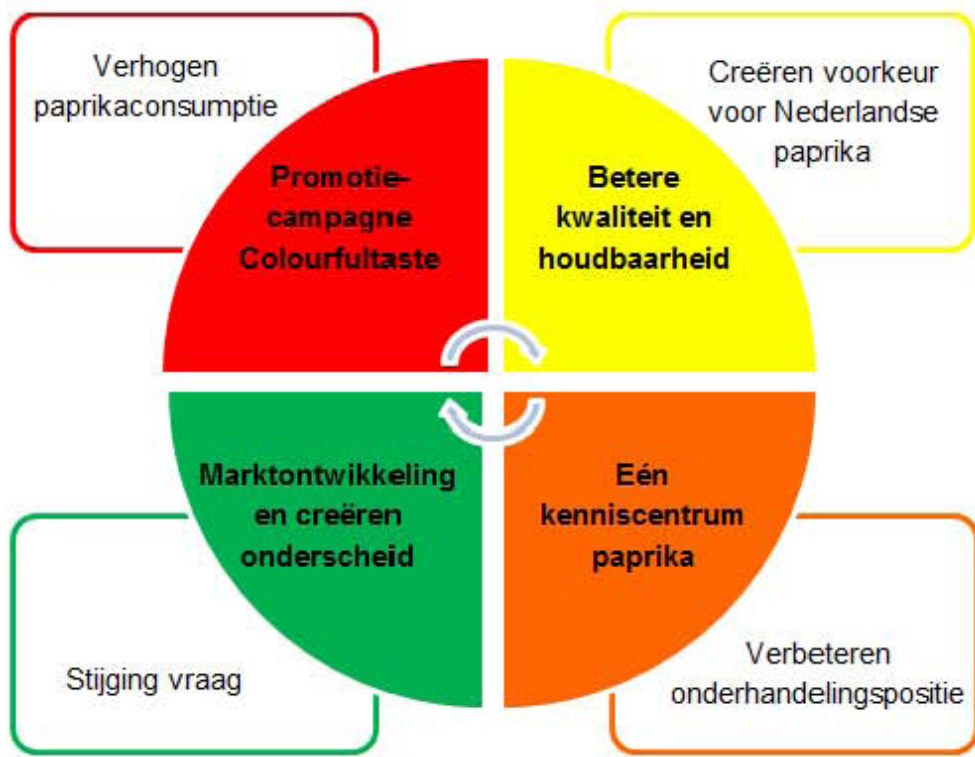
- Aad Sonneveld (voorzitter), namens Van Nature
- Theo Jansen, (penningmeester), namens Coöperatie DOOR/PapriCo
- Huub Zuidgeest (secretaris), namens Harvest House
- Jaco van den Bosch, namens Harvest House
- Dennis Barendse, namens Best of Four
- Saskia Gommans, namens ZON/Pamosa.

Samenwerking is voor P8 een voorwaarde. Om de efficiëntie en effectiviteit in belangenbehartiging voor Nederlandse paprikatelers verder te verbeteren, werkt P8 nauw samen met het GroentenFruit Huis. In 2015 onderzoeken beide organisaties de mogelijkheden om P8 de status "Comité Paprika" van het GroentenFruit Huis te geven. Voorwaarden voor deze samenwerking zijn het benutten van beider expertise, efficiëntie, effectiviteit en samenwerking met de P8 leden. Activiteiten dubbel uitvoeren en/of dubbel betalen moet vermeden worden.

Verbeteren marktpositie

Het P8 marketing jaarplan 2015 beschrijft welke activiteiten door P8 in 2015 uitgevoerd worden. Dit jaarplan wordt in de Algemene Ledenvergadering van P8 vastgesteld. Doelstelling van P8 is verbeteren van de marktpositie van Nederlandse paprika's door een stijging van de vraag, lees de consumptie van paprika, met als resultaat verbetering van het rendement voor de Nederlandse paprikatelers.

Het P8 bestuur en de managers van de P8 leden hebben op basis van de kernproblemen van de huidige paprikamarkt vier strategieën voor verbetering benoemd die leidend zijn voor het P8 marketing jaarplan 2015. Deze strategieën worden op de volgende pagina weergegeven:



P8 marketing jaarplan 2015

De door het P8 bestuur en de managers van de P8 leden geformuleerde strategieën zijn uitgewerkt in het P8 jaarplan 2015 en bestaat uit de volgende drie activiteiten:

- Paprika promotiecampagne Colourfultaste
- Creëren voorkeur voor Nederlandse paprika door verbetering kwaliteit, houdbaarheid en onderscheid
- Verbeteren onderhandelingspositie door P8 Paprika Kenniscentrum.

Ruim 80% P8 budget naar paprika promotiecampagne Colourfultaste – content marketing

Zoals al gezegd verreweg de belangrijkste P8 activiteit. Ruim 80% van het P8 budget zal in 2015 aan paprika promotie besteed worden. Onder de nieuwe slogan 'Lekker in je vel met paprika!' wordt in Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk campagne gevoerd in samenwerking met de retail, via social media en via PR. De paprika promotiecampagne wordt volledig aangestuurd door P8 en waar mogelijk uitgevoerd in samenwerking met de P8 leden en hun afnemers, net zoals gebruikelijk is in voorgaande jaren.

Naast het verhogen van de paprikaconsumptie heeft de promotiecampagne Colourfultaste een tweede belangrijke doelstelling namelijk: creëren van een betere onderhandelingspositie van de P8 verkooporganisaties richting hun klanten door de inzet van content marketing op de winkelvloer. Onder content marketing wordt maatwerk in communicatie verstaan, dat wil zeggen dat informatie (content) voor een bepaalde doelgroep, op de juiste plaats, via het juiste middel op het goede tijdstip wordt gecommuniceerd.

Naast de EU campagne reserveert P8 een klein budget voor promotieactiviteiten die niet passen in de EU campagne, maar die voor de P8 leden wel belangrijk zijn. Denk bijvoorbeeld een website in het Chinees wanneer de export naar China start. Denk aan het ontwerpen van verpakkingsmaterialen die, al of niet gekoppeld aan de EU promotiecampagne, ingezet kunnen worden door de P8 leden (bedrukte folie, etiketten, brochures, stickers). Denk ook aan het promoten van Nederlandse paprika tijdens scholingsdagen voor de internationale retail en tijdens beurzen, congressen en dergelijke.

P8 werkt maximaal samen met de stuurgroep promotie oranje paprika die promotieactiviteiten specifiek voor oranje paprika aanstuurt en hiervoor een eigen budget heeft, ook binnen de EU Colourfultaste campagne.

Creëren voorkeur Nederlandse paprika door verbetering kwaliteit, houdbaarheid en onderscheid

Om al onze beloftes in de paprika promotiecampagne waar te maken, is goede kwaliteit en houdbaarheid van onze paprika een voorwaarde. In 2015 wordt een e-learning module ontwikkeld waarmee de bestaande kennis over kwaliteit en houdbaarheid op een moderne laagdrempelige manier toegankelijk wordt voor alle medewerkers van teeltbedrijven, pakstations en andere stakeholders. Paprika is een gevoelig product en het is belangrijk dat medewerkers zich bewust zijn van invloeden op de kwaliteit van de paprika die er in de kas en pakstation zijn. Dit geldt eens te meer voor medewerkers die nieuw zijn bij een bedrijf. Aan bod komen onderwerpen als hygiëne, plantgezondheid, koelen en bewaren en het voorkomen van rot, schimmel en beschadigingen. Met behulp van de e-learning module kunnen alle medewerkers op een moderne en laagdrempelige manier leren hoe zij zelf hun bijdrage kunnen leveren aan het waarmaken van de beloftes van de Nederlandse paprika.

Een e-learning module opzetten voor een of enkele bedrijven is erg kostbaar. Maar door dit gezamenlijk op te pakken en beschikbaar te maken voor alle P8 leden en haar medewerkers, kunnen kosten gedeeld worden.

Daarnaast zal P8 ook in 2015 het consortium dat onderzoek doet naar het voorkomen van inwendige gebreken, blijven begeleiden. Verder is P8 nauw betrokken bij de ontwikkeling van het smaakmodel paprika door de WUR, mogelijk cruciaal voor het creëren van onderscheid. In nauw overleg met de veredelaars zal gekeken worden welke mogelijkheden voor assortimentsverbreding er zijn.

Verbeteren onderhandelingspositie door P8 Paprika Kenniscentrum

Als derde activiteit in het P8 jaarplan staat het P8 Paprika Kenniscentrum genoemd. P8 wil het paprika kenniscentrum zijn voor haar leden. Deze kennis moet hen sterken tijdens de onderhandelingen met hun afnemers. Niet alleen vraag en aanbod bepalen de prijs, maar ook de kennis over de vraag en het aanbod!

Retailers in Europa verzamelen veel informatie om een zo'n laag mogelijke prijs te kunnen betalen voor producten. Voor leveranciers is het belangrijk om over dezelfde of betere informatie te beschikken om niet te worden weggespeeld. Een prijsvoorspellingsmodel zou leden van P8 kunnen helpen in het bepalen van de prijs. P8 gaat hier waarschijnlijk samen met het LEI mee aan de slag.

Kennis van de concurrent is ook onmisbaar voor het spelen van een goede wedstrijd. Het hele jaar wordt informatie verzameld over de marktsituatie en kostprijzen in Spanje en wanneer nodig in Israël of andere landen.

Eindejaar attentie P8 - Familieplanner 2015

Het runnen van een paprikakwekerij is een enorme uitdaging, maar het runnen van het gezin is tegenwoordig ook een vak op zich. Daarom heeft P8 voor de paprikatelers en hun relaties de "Familieplanner 2015" ontwikkeld. Met de Familieplanner 2015 is het runnen van het gezin overzichtelijker, doordat u per gezinslid kan opschrijven wie wanneer komt eten, wie moet trainen of wanneer iemand naar de tandarts moet. De planner zorgt voor een meer relaxed gevoel gedurende de dag. Uiteraard is de planner voorzien van lekkere makkelijke paprikarecepten waardoor ook het bereiden van de maaltijd een feest wordt. Kortom, "Lekker in je vel met Paprika", de slogan van de nieuwe promotiecampagne.

We hebben er dit jaar gekozen de eindejaar attentie van P8 vroeg te versturen, zodat de planner 2015 nog mee kan in de zak van Sinterklaas. U ontvangt rond 29 november vijf gratis exemplaren.

Extra bestellen?

Omdat we graag zoveel mogelijk publiciteit willen genereren, krijgt u de mogelijkheid om de Familieplanner 2015 kosteloos bij te bestellen. Wilt u uiterlijk 26 november aangeven hoeveel extra kalenders u wilt wenst (maximaal 25), via het emailadres info@p-acht.nl? Hier kunt u ook terecht voor meer informatie als u vragen hebt. Mocht u na deze datum een bijbestelling doen, dan ontvangt u de extra exemplaren later.

De Familieplanner 2015 is beperkt beschikbaar. Bij een te groot aantal bestellingen behoudt P8 het recht om de Familieplanner 2015 naar eigen inzicht te verdelen. Degene die als eerste besteld hebben, krijgen daarbij voorrang.



Volgende P8 bestuursvergadering woensdag 17 december a.s.

De volgende P8 bestuursvergadering vindt plaats op woensdag 17 december 2014. 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.