

Inleiding

Nieuw jaar, nieuwe kansen zeggen we vaak tegen elkaar. Voor 2012 heeft dat een extra betekenis omdat het zeker een jaar van de waarheid wordt.

Na drie financieel beroerde jaren moet het veel beter worden! Alleen dat “moeten” hebben we maar gedeeltelijk in de hand. Ik heb dagelijks contact met telers die een bestuursfunctie hebben binnen de paprikatelersverenigingen. Het is geweldig te zien dat, ondanks de moeilijke omstandigheden, deze mensen zoveel energie hebben en deze gebruiken om de afzetsituatie voor paprika te verbeteren. Aan alle kanten wordt gewerkt om te doen wat op dit gebied mogelijk is; daar mankeert het dus helemaal niet aan.

Dat heeft als resultaat dat de samenwerking op afzetgebied in 2012 aanzienlijk verbetert. Ook dat de belangstelling voor marketing (de kern van de P8) sterk toeneemt. Als voorbeeld de P8-bijeenkomst op 21 december 2011 over de start van de promotiecampagne 2012. Speciaal bedoeld voor mensen en medewerkers die direct bij marketing betrokken zijn. Ruim 60 aanwezigen (bijna twee keer zoveel als gebruikelijk) die bijna 3 uur geconcentreerd luisterden en discussieerden over alles wat we zouden moeten doen om onze Nederlandse paprika beter in de smaak van de consumenten te vallen.

Nu de verkoop van onze paprika. We beginnen het jaar met een prima productkwaliteit in het schap van onze Spaanse en Israëlische concullega's. Goed voor de consumptie want dat is wat de consument wil. Binnen twee maanden zullen wij het “stokje” over gaan nemen. Als we dat kunnen doen met een zelfde schapkwaliteit en we dat ook vol kunnen houden dan zijn onze kansen voor dit jaar goed!

Thijs Jasperse

Afrikaanse Fruitmot

Vanaf eind 2009 hebben we als paprikatelers te maken met het monitoringsprogramma Afrikaanse Fruitmot voor de USA. Vanzelfsprekend is het eerste belang dat de export naar de USA mogelijk blijft. Toch kijkt P8 ook kritisch naar de kosten en zoeken we naar mogelijkheden om efficiënter te werken. In 2011 is een aanzienlijke kostenbesparing gerealiseerd door het aantal controles te verminderen. Het lijkt er momenteel op dat we de komende jaren niet zomaar van dit programma afkomen. Er zal dus een structurele oplossing moeten komen om de controles tegen zo laag mogelijke kosten uit te voeren. P8 heeft hier afgelopen maanden met diverse partijen over gesproken. >>

Uitkomst is dat het vanaf dit jaar mogelijk is om als telersvereniging zelf een groot deel van de controles (die vorig jaar door het KCB gedaan worden) uit te voeren. Deze mogelijkheid is aan alle telersverenigingen voorgelegd en een aantal heeft hier daadwerkelijk voor gekozen. P8 is blij met deze keuze. Er worden hiermee in 2012 en zeker op termijn behoorlijk kosten bespaard, daarnaast wordt er door de vereniging kennis binnengehaald. Dit is bijzonder nuttig, zeker wanneer dit programma nog jaren doorloopt en ook bij nieuwe gevallen waarin een exportverbod kan dreigen.

Datumcodering

Op 13 februari start de P8 datumcodering 2012. Net als andere jaren krijgt u elke dag de mail met daarin de code voor de dag er na.

Houdbaarheidsproeven

Het P8-bestuur heeft gediscussieerd over de kwaliteit van Nederlandse paprika ten opzichte van Spaanse, Israëliëse en Marokkaanse paprika. Geconcludeerd is dat de buitenlandse paprika vaak van goede kwaliteit is. Ook is geconcludeerd dat de kwaliteit van de Nederlandse paprika's over het algemeen goed is, maar dat er soms kwalitatief mindere partijen worden geleverd.

Het P8-bestuur roept telers en telersverenigingen op de kwaliteit van hun product goed te monitoren en verwijst hiervoor naar de "Voorschriften kwaliteit en sortering paprika", hoofdstuk 1.9 Houdbaarheidscontroles. De tekst uit dit hoofdstuk volgt hierna.

1.9 Houdbaarheidscontroles

Houdbaarheidscontroles worden uitgevoerd om de kwaliteit en houdbaarheid van de aangevoerde partijen paprika te monitoren. Er worden twee typen houdbaarheidscontroles onderscheiden:

- Periodieke houdbaarheidscontroles met als doel het monitoren van de betrouwbaarheid per teeltbedrijf. De frequentie, de procedure, de bewaaromstandigheden etc. verschillen per telersvereniging, afhankelijk van het verenigingsbeleid en de uitvoeringsmogelijkheden. Voorgesteld wordt deze periodieke houdbaarheidscontroles onder de verantwoordelijkheid van de telersvereniging te blijven uitvoeren.

- Signaalcontroles met als doel vermeende voortgaande uitwendige en inwendige gebreken vast te stellen en/of te monitoren, dat wil zeggen houdbaarheidscontroles na geconstateerde afwijkingen tijdens de inslagcontrole. De kwaliteitscontroleurs zullen het protocol signaalcontroles verder uitwerken. Daarbij worden onder andere de volgende punten in acht genomen:
 - Bewaarcondities (tijd, temperatuur en relatieve luchtvochtigheid).
 - Bewaar al of niet op één locatie.
 - Objectief en onafhankelijk beoordelen, volgens vastgestelde criteria, door de kwaliteitscontroleurs in wisselende samenstelling. Telers moeten het vertrouwen hebben dat het klopt wat er gebeurt.
 - Formuleren van de vervolgaacties gegeven de controleresultaten.

Eerste beeld nieuwe campagne Colourfultaste op Fruit Logistica



Sinds eind vorig jaar wordt hard gewerkt aan de nieuwe 3-jarige campagne Colourfultaste. Er zijn paprika's gefotografeerd, modellen geselecteerd en korte spreuken geformuleerd zoals "zin in gezond?" Pak Paprika. Zowel de modellen als de spreuken zijn landspecifiek, dus of geschikt voor Duitsland of Nederland of Engeland. Hiernaast een foto van het eerste campagnebeeld dat is te zien op de Fruit Logistica Hal 3.2 stand C-18 als wand van 2,5 bij 2,5 meter.

Tijdens deze handelsbeurs, welke wordt gehouden van 8 – 10 februari in Berlijn, zal P8 de nieuwe Colourfultaste campagne presenteren aan de internationale retail en de vakpers. Tevens zal met de geïnteresseerden worden gesproken over conceptontwikkeling paprika. In de Holland Special van de Fruchthandels Magazin, welke verschijnt in de beursweek, worden beide onderwerpen ook toegelicht.

Tijdens Kom in de Kas stelt P8 voor paprikatelers winkeldemonstraties beschikbaar. Neemt u deel aan Kom in de Kas en heeft u hierin interesse?

Laat dit dan weten door middel van een email naar info@p-acht.nl.





De nieuwe campagne Colourfultaste moet de Nederlandse, Duitse en Britse consumenten verleiden paprika's te kopen. Want paprika's zijn gezond, eenvoudig te bereiden en passen op ieder moment van de dag. Colourfultaste wordt gepromoot door P8, de vereniging van Nederlandse paprikatelers. Aan het woord is Gerrit Jan Kornet, woordvoerder van P8.

Prolongatie paprikapromotie-campagne Colourfultaste

Met slechts 0,1 procent van de paprikaomzet financieren de Nederlandse paprikatelers, verenigd in P8, hun succesvolle promotiecampagne Colourfultaste.

De campagne sorteert effect: sinds de start van Colourfultaste in 2007 is de paprikaconsumptie in Nederland en Duitsland gestegen. Een mooi resultaat van samenwerking, maar ook een goed voorbeeld van een activiteit waarvoor samenwerking is vereist.

De campagne blijft ook de komende drie jaar consumenten overtuigen dat paprika's gezond zijn, dat ze passen op elk moment van de dag en dat ze eenvoudig, eigentijds en smakelijk zijn te bereiden.

'Pak paprika'

Zin in gezond? Pak paprika! Wat eet jij vanavond? Pak paprika! Lekker, snel en gezond? Pak paprika! Deze krachtige slogans moeten de Nederlandse, Duitse en per 2012 ook de Britse consument verleiden de groente te kopen.

De nieuwe Colourfultaste-campagne is een geïntegreerde aanpak van

online promotie, pr en samenwerking met de retail. Net als in de jaren 2009 tot en met 2011 wordt de campagne door de EU financieel ondersteund.

Centraal staat de website www.colourfultaste.nl met een focus op paprikarecepten, de gezondheid en alle andere informatie over paprika. Via een online campagne op andere relevante websites wordt het internetadres verder bekendgemaakt bij de consument.

Verder worden een Facebook- en Twitter-account opgezet met als doel het gesprek over paprika en paprikarecepten via de sociale media te initiëren.

De website wordt geschikt gemaakt voor mobiel internet, zodat de consument in de winkel op zijn of haar smartphone paprikarecepten kan lezen en de ingrediënten daarvoor kan kopen. Deze online promotie wordt ondersteund door pr-activiteiten.

Winkeldemonstraties

Net als voorgaande jaren nodigt P8 de Duitse vakpers en consumentenpers uit voor een bezoek aan de Nederlandse paprikatelers om zelf te zien, te



In de kookstudio werd de Duitse pers uitgenodigd om zelf te zien en te proeven hoe veilig en gezond paprika's worden geteeld. FOTO'S: P8

horen en te proeven hoe veilig, gezond en lekker paprika's worden geteeld en verwerkt in allerlei gerechten. Bezoekers van de Floriade in Venlo zijn welkom in de Colourfultaste-marktkraam in het Huis van de Smaak. Ten-

slotte organiseert het campagne team winkeldemonstraties in samenwerking met de Duitse en Britse retail. Deze worden ondersteund met campagne materiaal bij het verkooppunt, paprika artikelen in de retailmagazines en

campagnebeelden op de verpakking in het schap.

Consumptie stijgt

Colourfultaste is tot dusver succesvol. Uit het Holland Imago Monitor Duitsland-onderzoek, uitgevoerd door het PT, blijkt dat het imago van paprika onder Duitse consumenten is verbeterd van overall rapportcijfer 5,8 (voorjaar 2009) naar 6,4 (najaar 2011).

Verder blijkt dat sinds de start van de campagne (2008) de import in Duitsland jaarlijks is gestegen. Zelfs afgelopen jaar is de import uitgedijd, ondanks de enorme terugval van de verkoop tijdens de Ehec-crisisweken.

Tenslotte blijken de Nederlandse en Duitse huishoudens sinds 2008 weer meer paprika's te kopen. Hierbij is een groot verschil te zien tussen de aankoophoeveelheid paprika door Nederlandse en Duitse huishoudens. De Duitse huishoudens kopen bijna dubbel zo veel paprika's als de Nederlandse. Dit komt omdat in Duitsland, naast het gebruik van paprika's in salades en roerbakgerechten, ook veel gevulde en gegrilde paprika's worden gegeten. ●