

Bericht bestuursvergadering 24 augustus jl.

Hierbij weer een kort overzicht van enkele belangrijke punten uit de P8-bestuursvergadering:

- Aanbodsbundeling staat sinds de EHEC crisis weer volop op de agenda. Er zijn nu diverse initiatieven zowel binnen de paprika als daarbuiten. Dat is zeer goed. Eén van de belangrijkste redenen dat we te weinig voor ons product krijgen is de slechte organisatie van het aanbod vanuit de telers. Twee jaar geleden heeft de P8 het voortouw genomen om te komen tot een samenwerking binnen een APO. Dat is toen niet gelukt omdat uiteindelijk de beslissers er niet aan toe waren. Hopelijk is dat nu wel het geval. Maar ook nu geldt “willen is kunnen” dat wil zeggen als we echt willen gaat het gebeuren. De vormen waarin dat plaats kan vinden zijn sinds het afblazen van de paprika APO niet gewijzigd. Het P8 bestuur werkt waar dit nodig is mee aan de verschillende initiatieven. Hopelijk is het mogelijk om met ingang van het komend seizoen een eerste vorm van samenwerking te starten.
- In de P8 vergadering is uitgebreid gesproken over het verhogen van de consumentenwaarde van paprika. Dit vormde de afsluiting van een periode waarin veel marktonderzoek is gedaan. Met de ideeën die hieruit voortgekomen zijn, kunnen de leden nu in de praktijk aan de slag.
- Op woensdag 7 september organiseert P8 een groene telersbijeenkomst. Dit is een vervolg op de bijeenkomst van 23 mei. Er wordt gesproken over de kansen voor groene paprika.
- Op 13 en 15 september 2011 vinden de rassenavonden paprika plaats. P8 zal hier een presentatie geven over de activiteiten die dit jaar uitgevoerd zijn.

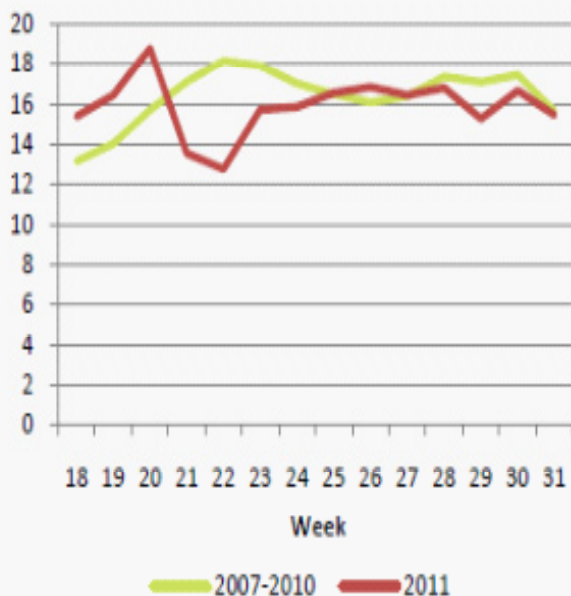
Marktsituatie

Sinds de EHEC-crisis wordt door het Productschap Tuinbouw wekelijks informatie ingekocht wat betreft het percentage kopende huishoudens van paprika in Duitsland.

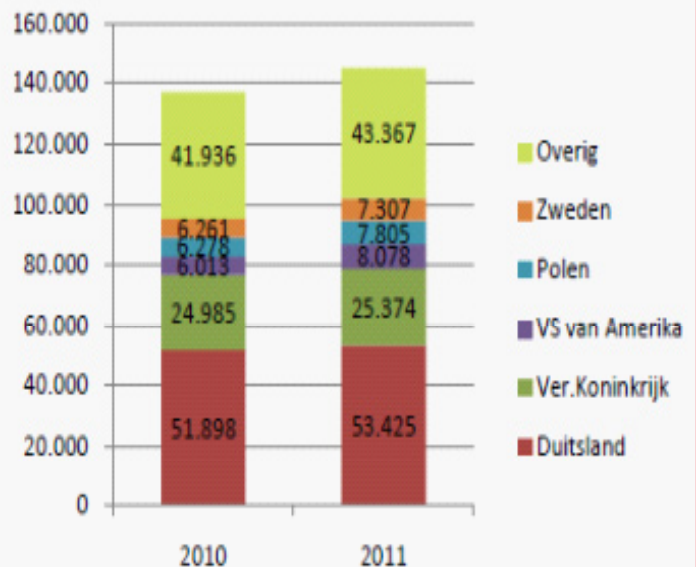
In het figuur linksonder is te zien dat dit zich na de grote dip in week 21 en 22 heeft hersteld. Opmerkelijk zijn ook de cijfers in het figuur rechtsonder. Hierin is te zien dat de export naar Duitsland voor loopt op vorig jaar. Opvallend is de exportstijging naar de Verenigde Staten. Deze is met ruim 30% gestegen. Dit is onder andere mogelijk vanwege de goede Nederlandse paprikakwaliteit.

Marktsituatie - figuur

7. Percentage kopende huishoudens in Duitsland van paprika, 2011 t.o.v. gemiddeld 2007-2010



2. Export van paprika uit Nederland tot en met juni, x 1.000 kilo



Promotiecampagne colourfultaste.nl

Winkeldemonstraties

Het grootste deel van de winkeldemonstraties heeft inmiddels plaatsgevonden. Momenteel zijn er nog demonstraties bij C1000, Kaisers Tengelmann en Penny. Voor een exact overzicht kunt u terecht op www.colourfultaste.nl.

Aan Right Marktonderzoek is gevraagd de Colourfultaste winkeldemonstraties tussentijds te evalueren. Hieronder kunt u enkele resultaten lezen:

Effect winkeldemonstratie

In 2011 werd de aandacht voor de demonstratiestand vooral door de demonstrateur getrokken, driekwart van de respondenten zegt door demonstrateur te zijn aangesproken. Andere aandachttrekkers waren de gedemonstreerde gerechten / mogelijkheid om te proeven en (kleuren van) de stand. Indien de gedemonstreerde gerechten warm zijn, dan is de geur ook een reden om naar de stand te komen.

Iets meer dan een tiende van alle respondenten is door de demonstratie overgehaald om paprika's in het winkelmandje te doen. Als reden om wel paprika's te kopen wordt voornamelijk het proeven van de gerechten genoemd. Belangrijke redenen om niet te kopen naar aanleiding van de demonstratie zijn 'ik heb nog thuis', 'ik heb nu niet nodig' of 'ik was reeds van plan om paprika's te kopen'. In de periode van de evaluatie heeft ook de EHEC besmetting invloed gehad op het koopgedrag.

Beoordeling winkeldemonstraties

De demonstraties worden positief beoordeeld door de respondenten. Zowel in 2009 als in 2011 worden de demonstraties en de mogelijkheid om te proeven in Duitsland positiever beoordeeld dan in Nederland. De demonstrateur wordt door de supermarktbezoekers als zeer goed beoordeeld. Ook in dit geval zijn de Duitse respondenten positiever dan de Nederlandse respondenten. De demonstratiestand in het algemeen scoort een 7,4. In Duitsland wordt met een 7,6 een hoger rapportcijfer gegeven dan in Nederland. Hier scoort de stand een 7,2.

De demonstraties brengen tweederde van de respondenten (66%) op nieuwe ideeën, in Duitsland gebeurt dit vaker dan in Nederland (73% t.o.v. 58%). Het spreekt 85% van de bezoekers (heel) erg aan dat de gedemonstreerde gerechten, gezonde gerechten zijn. Tweederde van de respondenten denkt dat de demonstraties georganiseerd worden om de consumptie van paprika's te stimuleren.

Receptenfolder

Het overgrote deel van de respondenten (88%) heeft een receptenfolder ontvangen. De recepten in deze folder worden door iets meer dan de helft (55%) aansprekend gevonden en 69% is van plan om thuis één of meerdere recepten uit te proberen. De Duitsers vinden de recepten vaker aansprekend dan de Nederlanders. De folder wordt in 2011 met een rapportcijfer van 7,8 beoordeeld.

Winkelactie Migros



Onlangs heeft P8 in samenwerking met van Rijn, The Greenery en Van Oers een retailactie georganiseerd bij Migros. Bij deze Zwitserse supermarkt zijn in totaal 275.000 folders meeverpakt.

Paprika-advertentie Bild



Vanwege de EHEC-crisis wordt er door de Nederlandse Glastuinbouw volop campagne gevoerd in Duitsland. Twee weken geleden is deze pagina grote paprika advertentie in Bild geplaatst. Deze grootste krant van Duitsland heeft maar liefst 13 miljoen lezers. Hiernaast heeft Nederland een aanvraag voor een promotieplan ingediend bij de EU voor in totaal € 1,8 miljoen. Het gaat om een plan dat de komende 3 jaar in Duitsland uitgevoerd moet gaan worden. Er wordt in gecommuniceerd op welke verantwoorde wijze de Nederlandse tuinbouw produceert.

Gemüse aus dem Gewächshaus:
Einfach zum Anbeißen

OBST & GEMÜSE
SICHER
Kontrollierte KLASSE

Die Lebensmittelsicherheit ist das oberste Prinzip des niederländischen Gemüseanbaus – schließlich ist die Gesundheit der Konsumenten das Wichtigste. Produkte aus den Niederlanden werden nach strengsten Vorschriften angebaut und kontrolliert.

Das macht unser Gemüse so sicher
Das Gewächshaus bietet als geschlossenes System maximale Sicherheit und ideale Wachstumsbedingungen, die bestmöglich kontrolliert werden können. Dafür bürgen unsere niederländischen Gärtner:

„Alle zertifizierten Betriebe sind strengen Kontrollen sowie sorgfältigsten Hygienemaßnahmen unterworfen.“
– Twan Wijnen, Paprikagärtner

„Im niederländischen Gewächshaus wird keine tierische Gülle verwendet.“
– Wim Hermans, Paprikagärtner

„Das Wasser für den Gemüseanbau unter Glas stammt aus einem geschlossenen und kontrollierten Wasserkreislauf.“
– Ton Janssen, Tomatengärtner

„Niederländische Gärtner wenden biologischen Pflanzenschutz an.“
– Jan Willem Vedder, Auberginengärtner

„Gärtner, Erntetag, Anbauweise und sogar der Standort im Gewächshaus können binnen vier Stunden zurückverfolgt werden.“
– René Tielemans, Gurkengärtner

100% Reif für Genuss

Informieren Sie sich auf www.obstundgemuese.nl

Obst Gemüse Büro
OBST & GEMÜSE
SICHER
Kontrollierte KLASSE