

Inhoud

Deze maand hebben we weer een boordevol nummer met nieuws! Allereerst willen we uw aandacht vragen voor de workshop 'Social Media' die op woensdag 19 september georganiseerd wordt. Daarnaast geven we een tussenstand over de online activiteiten. In juli hebben er winkeldemonstraties plaatsgevonden in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Daarnaast zijn er onlangs een aantal gele paprikatelers bij elkaar gekomen om te praten over promotie van de gele paprika. Ten slotte willen we uw aandacht vragen voor de laatste pagina waar er weer een bestuurslid in de spotlight staat. Dit keer is dat Theo Jansen.

Inleiding Thijs Jasperse: Zomerstress	1
Workshop 'Social Media': 19 september 2012	2
Tussenstand 'Pak Paprika'	2
Winkeldemonstraties Duitsland en Verenigd Koninkrijk	3
Promotie gele paprika	3
Bestuurslid in de Spotlight: Theo Jansen	4

Zomer stress

Het loopt toch niet lekker. Matig kilo's en toch wil de prijs niet echt op goed niveau komen. Pas als de rest van de oogst voor € 1,= per kg verkocht wordt, kan het een echt goed jaar worden. Dat is wat we nu met z'n allen verzuchten. Positief is het nu goede weer dat vraagt om het eten van saladegroenten als paprika. Zorgelijk is dat dezer weken een belangrijke discounter in Nederland een actie had van 79 ct. voor een mix en deze week onze grootste retailer voor 99 ct. Dat calculeert niet goed. Zijn deze record lage prijzen een momentopname of worden ze gemeengoed? Dat laatste is niet te hopen, omdat de prijs dan gewoon te laag is (voor iedereen).

Twee weken geleden hebben we aan alle telers een brief gezonden "dringende oproep aan alle paprikatelers in Nederland". Het ging over de najaarskwaliteit van de paprika. Hopelijk heeft u deze gelezen en aan de juiste mensen gegeven. Uit de reacties blijkt dat de actie op prijs wordt gesteld. U weet ook in de paprika geldt dat de zwakste schakel de sterkte van de ketting bepaald. Het moet ons alles waard zijn om tot eind van het seizoen te kunnen exporteren, ook naar verre landen. Dus ondanks de moeilijke tijden graag ook hier de schouders onder.

Thijs Jasperse

Workshop Social Media: 19 september 2012

Zoals in voorgaande nieuwsbrieven is geschreven, zijn de online-activiteiten een belangrijk onderdeel in de Colourfultaste campagne. Zo spelen Facebook en Twitter een belangrijke rol in het bereiken van de consument. Via deze directe manier wordt er informatie, weetjes, nieuws en recepten gecommuniceerd. Een zogenaamd webcareteam zorgt ervoor dat deze informatie wordt gepost zoals dat heet. In dit webcareteam zitten ook een aantal paprikatelers die informatie uit de sector leveren.

Omdat uit de gesprekken met het webcareteam bleek dat er vraag is naar meer kennis over social media, is er besloten om in samenwerking met Do Company een workshop 'social media' te organiseren. Tijdens deze workshop zal er nader kennis gemaakt worden met social media. Zo worden wereldwijde trends en verschillende gebruikersgroepen toegelicht. Ook worden er concrete voorbeelden gegeven van bedrijven die social media uitstekend inzetten, maar ook van bedrijven die blunders hebben gemaakt met social media. Daarnaast zullen de deelnemers van de workshop zelf aan de slag gaan en bewust worden gemaakt van de doelgroep waarvoor zij twitteren of berichtjes op facebook plaatsen.

Voor de workshop social media willen we u graag uitnodigen. Deze zal plaatsvinden op **woensdag 19 september 2012 van 14.00 – 17.00 uur**. Er is plek voor 40 deelnemers en let op: VOL is VOL. U kunt u opgeven via info@p-acht.nl. Reageren kan tot 31 augustus 2012. Na uw opgave ontvangt u van ons een agenda en de locatie waar de workshop zal plaatsvinden.

We zien u graag op 19 september!

Tussenstand 'Pak Paprika'

Facebook: 347 likes
Twitter: 60 volgers

In juni heeft de website www.colourfultaste.nl 16.953 unieke bezoekers gehad. Totaal hebben 19.708 mensen een bezoek gebracht aan de site.

Winkeldemonstraties Duitsland en Verenigd Koninkrijk

Op 4 en 5 juli hebben er in het Verenigd Koninkrijk bij Tesco 100 paprika winkeldemonstraties plaatsgevonden. Tegelijkertijd werden in alle Tesco stores een gele en rode paprika in een actieverpakking aangeboden. Naast het Tesco etiket was een Colourfultaste sticker geplaatst waarop de mensen werden verwezen naar de Colourfultaste website.

In Duitsland zijn er zo'n 140 winkeldemo's georganiseerd bij Rewe, Toom, Karstadt en Penny in de periode van week 20 t/m 27. In de nieuwsbrief van augustus zal uitgebreider worden geschreven over de winkeldemonstraties in beide landen.



Promotie gele paprika

Onlangs zijn er verschillende paprikatelers bij elkaar gekomen om met elkaar te spreken over de mogelijkheden van extra promotie voor de gele paprika. In deze vergadering kwam naar voren dat geel een onderscheidende kleur in het schap en gerechten is. Daarnaast is het ook een kleur die onmisbaar is in de kleurenmix. Geel staat voor de zon, warmte, opgewektheid en vrolijkheid. Kortom, er zijn voldoende mogelijkheden om de gele paprika extra in het zonnetje te zetten en onder de aandacht te brengen bij de consument. Hierover zal de komende maanden verder nagedacht worden hoe we dit vorm kunnen geven. We houden u op de hoogte!

Bestuurslid in de Spotlight

Na Saskia Gommans en Robert Vollebregt, staat nu Theo Jansen in de spotlight! Theo Jansen vertegenwoordigt PaprikaNL in het P8 bestuur.

Naam: Theo Jansen

Woonplaats: Enkhuizen

Hobby's: Daar moet ik officieel nog naar op zoek gaan want daar heb ik nog geen tijd voor gehad. Maar in mijn vrije tijd lees ik graag.

Lid van: PaprikaNL

Omschrijf je bedrijf: Ik ben in 1976 begonnen met paprika's telen en via diverse locaties ben ik op onze huidige locatie in Andijk, Noord-Holland terecht gekomen. Mijn zoons Ron en Ivo die de kar trekken, zitten ook in de zaak. We hebben van het begin af aan altijd rode paprika's geoogst.

Waarom ben je bestuurslid van P8 geworden? Ik heb vanaf het prille begin, vanaf de oprichting, bij P8 gezeten. In 2005, een bijzonder (slecht) paprikajaar, zijn we voor het eerst met een stuk of 8 collega's uit allemaal verschillende telersverenigingen bij elkaar gekomen bij Mark Groot-scholten in Zevenhuizen. We wilden proberen meer eenheid in het verkoopsysteem te krijgen. Ikzelf zat daar toen voor de Greenery. De pogingen die we gedaan hebben om o.a. de APO op te richten is niet helemaal gelukt, maar middels P8 is er zeker meer eenheid gekomen tussen de verschillende paprikatelersverenigingen.

Waarom is P8 belangrijk voor de paprikasector? P8 wordt steeds belangrijker voor paprika telend Nederland. Wat ik net al noemde: er is meer eenheid gekomen. Wat ook zeer belangrijk is, is dat we gezamenlijk promotie voeren. Dat waren wij als telers vergeten en daarom weten wij niet wat de consument nou eigenlijk wil. Het PT wordt opgeheven en ik denk dat P8 daar taken van kan (moet) overnemen. Bij P8 is zéér veel informatie aanwezig over paprika's in de breedste zin van het woord. En voor iedereen beschikbaar. Maak er gebruik van!

Wat zijn ontwikkelingen in de Nederlandse paprikasector waar P8 zich meer mee moet gaan bezig houden? Wij moeten er voor zorgen dat wij 1400 ha. paprika behouden in Nederland. Iedere ha. die hier wegvalt wordt elders in de wereld direct weer opgevuld. Ook is het belangrijk dat er nog meer aan marketing en promotie gedaan wordt en dat de club P8 groter wordt, dat iedere telersvereniging zich aansluit.

Hoe zie jij de toekomst van de paprika in 2020? Ik hoop dat we de 1400 ha. nog hebben. Ik denk dat het aantal bedrijven kleiner is geworden maar de oppervlakte per bedrijf groter zal zijn. De bedrijfsvoeringen worden nog professioneler wat van belang is om de steeds meer eisende consument te kunnen blijven bedienen. We moeten meer samenwerken want we hebben een steengoed product in handen waarvan de consumptie wereldwijd nog steeds groeit. Ik hoop dat we dan met minimaal 200 à 300 ha. aan het belichten zijn om in oktober geen afscheid te hoeven nemen van goede afnemers. Goede klanten willen namelijk best het hele jaar rond van ons afnemen en dan hoeven we niet in onzekerheid te zijn of zij in maart weer terug komen als klant. Is dit een mooie uitdaging of niet?

