

Inhoud

Deze maand hebben we weer een nummer vol met nieuws! Allereerst is er geschreven over de Colourfultastecampagne die uitgevoerd wordt in Groot-Brittannië. Daarnaast willen we uw aandacht vragen voor de workshop 'Social Media' die op woensdag 19 september georganiseerd wordt. Verder heeft er de week van de Paprika plaatsgevonden die georganiseerd is door Pamosa. Ook geven we u weer een tussenstand over de online activiteiten. Ten slotte willen we uw aandacht vragen voor de laatste pagina waar er weer een bestuurslid in de spotlight staat. Dit keer is dat Ted Zwinkels.

Inleiding Thijs Jasperse: Wat nu?	1
Winkeldemonstraties Tesco	2
Workshop 'Social Media'	2
Week van de Paprika georganiseerd door Pamosa	3
Tussenstand 'Pak Paprika'	3
Bestuurslid in de Spotlight: Ted Zwinkels	4

Wat nu?

In de vorige nieuwsbrief schreef ik dat een euro per kg de rest van het seizoen tot een goed jaarresultaat zou leiden. Daar heb ik nogal wat reacties op gekregen. "Hoe kon ik nu zoiets zeggen". Inderdaad, sorry, dat had ik zo niet moeten schrijven. Helaas is zelfs waar ik op hoopte niet uitgekomen. Dat betekent dat ook dit jaar geen goed jaar voor de telers wordt. Bizar is dat verder de paprika goed in de markt ligt. De consumentenverkopen zijn goed!

Afgelopen weken hebben we wel met twee heftige problemen te kampen. Voor één daarvan wil ik hier toch aandacht vragen en dat is binnenrot. Op de een of andere wijze is onze paprika zo kwetsbaar dat dit probleem zomaar heftig kan ontstaan. Omdat we volledig van de export afhankelijk zijn is dat een groot probleem. Dat zullen we vanuit de teelt op moeten lossen.

Op dinsdag 11 september in Maasbree en 13 september in Bergschenhoek zijn er de rassenavonden. Op deze avonden willen we aandacht vragen voor dit probleem en bezien hoe we dit in de toekomst kunnen voorkomen. We nodigen u van harte uit voor deze avonden.

Thijs Jasperse

Winkeldemonstraties Tesco

In vergelijking met Duitsland en Nederland, is het percentage huishoudens dat paprika koopt in het Verenigd Koninkrijk laag. Een belangrijk campagnedoel voor het Verenigd Koninkrijk is dan ook om de bekendheid van de voordelen die paprika heeft te vergroten. Dit zal direct leiden tot een hoger percentage huishoudens dat paprika's zal kopen. Zo heeft u in de vorige nieuwsbrief kunnen lezen dat in dit kader begin juli winkeldemonstraties zijn georganiseerd bij de supermarktketen Tesco. Daarnaast werden er in alle winkels van Tesco een actieverpakking met een rode en gele paprika verkocht met het Colourfultaste logo op de verpakking. Naast de acties in de winkels, wordt ook Internet ingezet. Op de site van Tesco en Tesco Real Food krijgen paprika en Colourfultaste een prominente rol, zoals bij recepten.

Dus naast de Colourfultaste campagne die al liep in Duitsland en Nederland, wordt er ook hard aan de weg getimmerd om de Britten te overtuigen van de veelzijdigheid van de paprika.



Workshop social media

Zoals u eerder in de nieuwsbrief van juli heeft kunnen lezen, organiseert P8 een workshop Social Media. Tijdens deze workshop zal er nader kennis gemaakt worden met social media.

Voor de workshop social media willen we u graag uitnodigen. Deze zal plaatsvinden op **woensdag 19 september 2012 van 14.00 – 17.00 uur**. De aanmeldingen komen binnen. Er is plek voor 40 deelnemers en let op: VOL is VOL. U kunt u opgeven via info@p-acht.nl. Reageren kan tot 7 september 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!

Week van de Paprika



Naast de permanente inzending van Colourfultaste in het Huis van de Smaak op de Floriade, krijgt iedere groente en fruit de kans om een week lang extra in de spotlight te staan. In week 18 was de beurt aan Paprika. Dit was een succesvolle week met veel aanloop. In week 33 (van maandag 13 augustus tot en met zondag 19 augustus) heeft er echter nog een Week van de Paprika plaatsgevonden! P8 en Pamosa hebben deze week georganiseerd. Pamosa heeft de marktkraam bemand. We willen Pamosa dan ook hartelijk danken voor de uitvoering van de Week van de Paprika.

Wat erg leuk was, was dat iedere dag de stand werd bemand door een teler. De stand zag er erg kleurrijk uit met de verschillende kleuren paprika. Ook waren er verschillende soorten paprika te vinden. Er waren weer erg veel leuke reacties en de bezoekers konden weer heerlijke stukjes paprika proeven. Daarnaast zijn er ook weer veel Colourfultaste folders uitgedeeld waarin allerlei leuke recepten staan.



Tussenstand 'Pak Paprika' op 31 augustus

Facebook:

782 likes

Twitter:

74 volgers

Aantal bezoekers website: 22.193 bezoekers (waarvan 19.086 nieuwe bezoekers)

Bent u al vrienden met Colourfultaste op Facebook? Ga snel naar www.facebook.com/colourfultaste.nederland en like de pagina!

Bestuurslid in de Spotlight

Inmiddels heeft de helft van de bestuursleden in de spotlight gestaan van de P8 Nieuwsbrief. Dit keer staat Ted Zwinkels in de spotlight. Ted vertegenwoordigt FrEsteem in het P8 Bestuur.

Naam: Ted Zwinkels

Woonplaats: Naaldwijk

Hobby's: muziek, sport en culinair dineren

Lid van: Freesteem

Omschrijf je bedrijf: We werken met een fantastische groep mensen om elke dag de beste paprika's te leveren. Ons bedrijfsmotto is produceren zonder afval. De start van het gebruik van aardwarmte is de laatste ontwikkeling die daar in past.

Waarom ben je bestuurslid van P8 geworden? Omdat het wel in mijn karakter zit om door middel van samenwerking naar een betere markt positie te streven.

Waarom is P8 belangrijk voor de paprikasector? Omdat het een goede manier is om gezamenlijk aan marketing te doen, waarbij marketing echt een middel is om gezamenlijk een beter resultaat te creëren. Marketing is echter ook een middel dat tijd nodig heeft om zichtbaar resultaat te genereren.

Elk jaar wordt de Colourfultaste campagne professioneler en groter. Steeds meer keten partijen sluiten zich aan bij de activiteiten waardoor het bereik en het effect steeds groter wordt.

Paprika en Colourfultaste als merk moeten ook groeien bij de consument en dat meten we ook tijdens de campagne. Daarnaast doen wij als enige paprika leverancier aan consumenten marketing voor onze klanten. We zullen daar een A-merk positie mee op moeten bouwen.

Zeker nu het nieuwe drie jaar promotie plan dat sterk inzet op online marketing in combinatie met retailers, goed aanslaat kunnen we onze voorsprong verder uitbouwen. We zullen dit ook moeten meten via internationaal productprijs vergelijk.

Wat zijn ontwikkelingen in de Nederlandse paprikasector waar P8 zich meer mee moet gaan bezig houden? Marketing, marketing en marketing.

Hoe zie jij de toekomst van de paprika in 2020? Het is een fantastisch product dat zichzelf kan verkopen. Wij zullen als Nederlandse producenten de logistiek en marketing steeds verder kunnen ontwikkelen zodat we de consument in zijn groeiende behoefte kunnen voorzien.

