



## Persbericht

Honselersdijk, 13 december 2013

### **Paprika Nederland 50 jaar**

*Op uitnodiging van P8 stond de paprikasector gisteren in het Horti Business Center in Honselersdijk stil bij 50 jaar paprika in Nederland. De ruim negentig aanwezigen discussieerden aan de hand van de thema's consument, retail, gewas en techniek hoe de Nederlandse paprikasector een goede toekomst voor zichzelf kan verzekeren.*



Uitreiking kookboek 50 jaar paprika

#### **Uitreiking kookboek 50 jaar paprika kookboek aan jongste paprikatelers**

Na het uiteenzetten van zijn visie op de paprikamarkt reikte Cor Hendriks het eerste exemplaar van het kookboek 50 jaar paprika uit aan de twee jongste paprikatelers van Nederland Kevin Kleyweg en John Overgaag. Beide zijn 25 jaar. Cor sprak daarbij de wens uit dat beide telers zich mogen inzetten voor de organisatie van het 100-jarig bestaan van de paprikateelt in Nederland.

Het kookboek is geproduceerd in opdracht van P8 en zal hoofdzakelijk door de paprikatelers worden verspreid onder consumenten. In het boek wordt de historie van de paprikateelt beschreven naast de ontwikkeling van de paprika recepten in de verschillende tijdvakken.



Het boek is voorzien van foto's uit oude archieven en mag nu al worden gekenmerkt als collectors item.

### **Terug naar 1964**

Thijs Jasperse, voorzitter van P8, opende de bijeenkomst en ging terug naar 1964 toen de eerste telers in het Westland startten met de teelt. In druivenkassen leek paprika een mogelijkheid omdat dit gewas niet zo hoog wordt. De planten groeiden aan stokken of in chrysantengaas. De eerste veilingprijzen waren veelbelovend en een nieuwe teelt was geboren in Nederland.

De afgelopen 50 jaar is paprika meegegroeid met de ontwikkeling van de eetcultuur in Noordwest Europa. Aanvankelijk zaten we nog allemaal aan tafel rond een grote pan met een tamelijk gaar gekookte maaltijd. Door onze vakanties naar Zuid Europa en andere werelddelen is onze eetcultuur een multiculturele aangelegenheid geworden waar paprika een vaste plek heeft veroverd.

Voor de komende 50 jaar biedt paprika nog volop kansen. Paprika is gezond, gemakkelijk, kleurrijk en kent veel toepassing zowel gekookt, in salades en als snack tussendoor en past dus in alle consumententrends. Retailers in Noordwest Europa kunnen geen dag zonder paprika. Het imago van paprika is ongekend positief. Meer dan 50% van de huishoudens in Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk eten wekelijks paprika en veel consumenten rangschikken paprika in hun Top 3 meest gezonde groenten en fruit. En voor diegenen die het nog niet weten: Paprika helpt je om gezond en fit te blijven!

Maar het is niet alles goud wat er blinkt na 50 jaar paprika. Sinds 2009 is de prijsvorming erg slecht geweest. De paprikateelt heeft onvoldoende gereendeerd met een verslechtering van de solvabiliteit op de bedrijven als gevolg. De paprika sector wordt geconfronteerd met hoge energiekosten, de beperkte mogelijkheden tot opbrengstverhoging per m<sup>2</sup> en een onvoldoende onderscheid ten opzichte van andere aanbieders. Hierdoor is de Nederlandse paprika meer uitwisselbaar geworden, ook in de zomerperiode.

### **Aan welke knoppen kunnen we gaan draaien?**

Cor Hendriks, sector manager tuinbouw van Rabobank Nederland, gaf zijn visie op de paprikamarkt. De populariteit van paprika resulteert in Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk in een stijging van de consumptie. Hierdoor is de import van paprika in Duitsland de laatste zeven jaar met 15% gestegen en in het Verenigd Koninkrijk zelfs met 40%. De Nederlandse paprikasector heeft hiervan niet kunnen profiteren. De export van Nederlandse paprika naar het Verenigd Koninkrijk blijft min of meer stabiel en de export naar Duitsland daalt de laatste 4 jaar. De export van Spaanse paprika's naar genoemde landen is in dezelfde periode wel gestegen.

Cor Hendriks concludeert dat de paprikasector meer regie moet nemen over zijn eigen product. Hij vindt het tekenend dat juist in de zomer, een periode waarin Nederland marktleider is, de sector niet in staat is om een goede marktprijs voor paprika te realiseren. Vanuit de kracht van het Greenport cluster kan de Nederlandse paprikasector verder moderniseren, innoveren en meer regie voeren.. De sector zou zich nog meer moeten verdiepen in samenwerking, in de retail en in de consument. Wanneer de paprikasector niet aan de knop van meer regie gaat draaien dan voorziet Cor Hendriks een koude sanering van de paprikateelt in Nederland. Hij sluit af met de stelling dat alleen de sector zelf aan deze knoppen kan draaien want anderen zullen dit niet doen.



In groepen discussieerden de aanwezigen over consument, retail, gewas en techniek.