

UIT DIE PEN VAN DIE CEO (11/10)

Justin Chadwick (19 Maart 2010)

GESEGDE VAN DIE WEEK: *"It is not the strongest that survives, it is the most adaptable to change"*

Charles Darwin

POMELOS - MARKONTWIKKELING -VK

RED Communications het hierdie week met die vier grootste kleinhandelaars in die VK vergader om te verduidelik wat met die pomelo promosie veldtog beoog word. Sonder versuim het almal met wie hul vergader het die inisiatief ondersteun en was gretig om deel daarvan te wees om die Suid-Afrikaanse pomelo-mark in die VK te verander. Vir jare noual het Suid-Afrikaanse pomelos in terme van waarde en volume in die VK mark afgeneem – en nou het produsente besluit om iets daaraan te doen. Wat aangenaam omtrent die besoeke was, was die positiewe houding wat hierdie kleinhandelaars omtrent pomelos in die algemeen het en veral omtrent Suid-Afrikaanse pomelos. Die VK pomelo veldtog sal daarna mik om die getal pomelo verbruikers te verhoog – omdat die tempo van aankope in meeste gevalle waarskynlik nie gaan verander nie. Daardie verbruikers wat tans pomelos geniet doen dit meestal op 'n daaglikse basis en jy gaan hul nie oortuig om meer te eet nie. Waarvan jy hul wel kan oortuig is om pomelos op nuwe maniere te gebruik – soos in 'n slaai of as 'n nagereg. Op hierdie stadium van die veldtog, het die beroemde sjef, Sophie Michell 'n paar fantastiese resepte ontwikkel wat as klein brosjures by die punte van verkope, op webtuistes en in die kleinhandelaar se tydskrifte beskikbaar sal wees.

'n Ander doelwit is om nuwe verbruikers te lok om pomelos te eet. Baie verbruikers onthou pomelos as 'n vrug met 'n skerp smaak, wat effe bitter is. Dit is egter nie die pomelo wat vandag beskikbaar is nie – deur goeie hortologiese praktyke (die beloning van goeie doelgerigte navorsing), superior kultivars en bepaling van goeie regulasies vir standaarde is vandag se pomelos uniek in hul smaak – met gereelde verbruikers wat gaande is oor die "buzz" wat dit aan hul verskaf wanneer hul, hul dag met hul pomelo as ontbyt begin. Die veldtog mik daarna om nuwe verbruikers te kry om pomelos te probeer – deur middel van proeë in winkels asook deur pers vrystellings op webtuistes en in die koerante. Gereelde pomelo verbruikers is passievol oor die produk – ons het nodig om die "passie te versprei".

Die veldtog sal in middel Mei afskop – en sal tot in Oktober duur. VK kopers het aangedui dat hul die Suid-Afrikaanse seisoen vir so lank as moontlik wil verleng omdat vroeë vrugte van ander bronne net nie vergelykbaar was nie.

Interessant is dat die meeste kopers van pomelos aangedui het dat pomelos redelik goed teen die einde van die Noordelike Halfrond se seisoen gedoen het. Hierdie veldtog sal belangstelling in pomelos stimuleer – en daarna mik om ons op die pad van 'n toename in volumes en verdienstes in die VK mark te plaas.

Dit is interessant om kennis te neem van nuus uit Japan dat 2010 sleg vir pomelo-verkope begin het – in week 9 was verkope 10% laer as week 9 in 2009 (en dat was 14 of so % minder as 2008). Dit is toegeskryf aan koue weer, ekonomiese teenspoed en kompetisie vanaf Mandaryne.

VLOEDE

Dit blyk dat baie sitrus produserende lande oorvloedige reëns oor die afgelope week ondervind het – Spanje het aangekondig dat 1000 hektaar sitrus onder water is, Queensland in Australië het ook vloed gehad, terwyl Marokko swaar verliese van sitrus weens oormatige reen gerapporteer het. Volgens Indië het swaar reëns hul lemoenbedryf beskadig. Is dit die geval dat klimaat-gebeurtenisse meer dikwels en strawwer geword het of is dit dat globale kommunikasie so is dat ons daarvan hoor terwyl dit gebeur? Ek is bevrees dat dit eersgenoemde is!