

Til Bondebladet nr. 18 2012

GPS-logo.

www.grontprodusentene.no

Jordbær – en sterk merkevare

Vi er godt forberedt til en ny jordbærsesong sier lederen i GPS sin styringsgruppe for jordbær, Simen Myhre (nr. 1 fra venstre på bildet). På møte i gruppa 24. april var det enighet om å forbedre innrapporteringsrutinene til styringsgruppa. Dette slik at de, når pris skal anbefales, har enda bedre oversikt over bærmengdene som til enhver tid skal inn i markedet. Ambisjonen er videre at gruppa skal bli dyktigere til å “lese” markedet noen dager framover.

Representantene i styringsgruppa er bevisste på at de jobber med en svært sterk merkevare og at smaken på norsk jordbær er unik. De mener kunsten framover er å ta vare på de fortrinnene norskprodusert jordbær har og å utnytte dem maksimalt bl.a. gjennom riktig markedsføring.. Målsettingen er ellers å øke andelen av store kvalitetsbær fra unge felter. Kvaliteten skal sikres gjennom økt fokus på rask nedkjøling og riktig oppbevaringstemperatur helt fram til bæra når forbruker. I sesongen vil gruppa ha telefonmøter 5-6 dager i uka der produsentpris anbefales. Etter hvert møte sendes prisanbefalingen pr SMS til omsettere og alle produsenter som GPS har mobilnummeret til.



Tomatovergang

GPS inviterte omsetterne til lunsj 24. april for å informere om norsk tomatsesong og for å diskutere overgangen til tollperioden som starter 10. mai. Representantene for de tre store omsetterne, Bama, Ica og Coop, kunne alle informere om at det ikke er aktuelt med “spekulasjonsimport” rett før 10. mai. De var imidlertid klare på at GPS må følge opp med så nøyaktig som mulig informasjon om hvilke mengder som kommer, noe GPS selvsagt vil gjøre.

Ansvarlig for GPS-spalta er Morten N. Andersen; morten@grontprodusentene.no