

Augustus 2022

## **Pruim-en-nektarien-aksieplan en gespreksdokument**

Na afloop van die pruim- en nektarien-indaba het ons die volgende kwessies geïdentifiseer en opgedeel in **produksie**, **mark** en "**cross-cutting**" afdelings. Produsente, pakhuis en uitvoerders word aangemoedig om hierdie kwessies intern verder te bespreek en hulle beplanning en voorbereiding vir die 2022/23-seisoen dienooreenkomstig te doen.

### **Produksie**

Produsente, saam met hulle tegniese adviseurs/pakhuis/uitvoerder, moet die vrugte aan die boom volgens markvereistes (verbruikersvoorkeure, markvensters en vereistes) voorberei. Dit impliseer die regte grootte (minder/geen B's & C's afhangende van bepaalde kultivars en markvensters), suikers, kleur en kultivars vir die regte mark, regte week/tyd in die mark, regte verpakking, ens.

Gebruik goeie produksie-/markinligting, marktendense, gelykbreekpunte en kostestrukture **om ingeligte en pro-aktiewe besluite** te neem.

Neem deel aan Frudata en Hortgro bedryfsopnames en gebruik hierdie inligting om die regte vrae te vra en die regte besluite te neem.

### **Aksie 1.1**

Uitdunning soos per tegniese aanbevelings om maksimum groot vrugte te lewer – oorweeg ook om kultivars met 'n negatiewe markaanvaardbaarheid glad nie vir uitvoere aan te bied nie.

Directors: AJ Smit (Chairman) - GH Smuts (Vice-Chairman) - C Stander - CG Herbst



**DIT IS KRITIES DAT TELLINGS/KULTIVARS WAT NIE GESKIK IS VIR DIE MARK NIE, GLAD NIE GEPRODUSEER WORD NIE.**

**Aksie 1.2**

Eerste pluk van groot vrugte vir uitvoere, laat kleiner vrugte langer hang om groter/ryper te word vir plaaslike mark en spesiale kliënte.

**Aksie 1.3**

Bestuur van optimale eetgehalte met betrekking tot suikers, drukke, kleur en ander eksterne en interne kwaliteitsprobleme. As daar twyfel is, of dit lyk asof daar 'n fout is wat in die aanbodketting gaan uitdop, moet die vrugte **nie** bemark word nie. (Uitvoerstandaarde word tans hersien en kan verdere beperkings op vruggrootte op seker kultivars insluit. Maak seker jy is hieroor ingelig.)

**Aksie 1.4**

Geen suiker dispensasies sal oorweeg word nie.

**Aksie 1.5**

Geen grootte dispensasies sal oorweeg word nie.

**Aksie 1.6**

Indien iemand die beginselbesluit rondom dispensasies omseil en direk na DALRRD toe gaan moet hulle uitgewys word.

**Aksie 1.7**

Hortgro Stone sal maksimum blootstelling aan statistiek/vloei van inligting bied om partye wat teen die bedryf se beste belange optree, uit te wys. Dit sal op streeks-, pakhuis- en kultivarvlak geskied.

**Aksie 1.8**

Hortgro Stone sal maksimum blootstelling aan statistiek/vloei van inligting bied aan produsente, uitvoerders en die mark om besluitnemers instaat te stel om ingeligte besluite te neem.

Gemiddeld is nie goed genoeg nie. Die kruis van bedryfsopnames, -statistiek en tendense is om ingeligte besluite op feite te kan neem.

## **Mark**

Produsente moet dringend met hulle diensverskaffers/uitvoerders skakel en seker maak hulle verstaan die verskillende stappe binne die aanbodketting (*incoterms*); waar die risiko lê/gedeel of nie gedeel word nie, aanspreeklikhede en gelykbreekpunte. Almal in die ketting moet druk op die stelsel plaas om kostes so laag as moontlik te hou en kommissies op die regte punt te betaal.

**Almal wat waarde toevoeg is geregverdig tot sy deel, maar nie ten koste van die produsent nie. Sonder produsente is daar niks om te deel nie.**

**Die handhawing van prysvlakke is 'n kollektiewe aksie. Uitvoerders wat bedryfsbelang deur korttermyn opportuniste met "specials" ten koste van produsente ondermyn, SAL deursigtig bekend gemaak word.**

Hortgro Stone sal verseker dat die markontwikkelingsfondse so effektief as moontlik aangewend word om kommersiële besluite sinvol te ondersteun. Goeie kommunikasie met handel, stimulasie van verkope en verbruik van die regte produk in piekweke in veral die hoofmarkte, VK en EU is in proses.

Toeganklike markte wat tot op hede nie benut of nie ten volle benut is nie, moet oorweeg word. Hortgro Stone sal waar moontlik help om risiko's te bestuur en hanteringsprotokolle te verfyn. Sekere kultivars **kan nie** die verkoelings-regimes of tyd in transito hanteer nie. Maak seker die unieke eienskappe en uitdagings van elke kultivar verstaan word.

Ooraanbod in 'n bepaalde marksektor wat tot prysondermyning lei. Hoe kan dit hanteer word?

Gebruik van konvensionele skepe (*bulk reefer vessels*) in piekweke – en in samewerking met tafeldruive, kernvrugte is moontlik. Uitvoerders/produsente moet hulle nie blind staar teen die direkte addisionele kostes nie, maar dit sien as 'n "versekeringspolis" en om druk op houerders in kritieke tye te verlig, en die risiko (en geweldige koste) van *unsound* vrugte te verlaag.

### **Aksie 2.1**

Gefokusde aktiwiteite in die piek aankoms weke om verkoopsmomentum en pryse in sleutel markte te ondersteun.

### **Aksie 2.2**

Uitvoerders word aangemoedig om “nuwe markte” buite die tradisionele markte te benut—VSA, Frankryk, Ooste, ens.

### **Aksie 2.3:**

Bewusmaking van geskatte gelykbreekpunte/produksiekoste sal opgeskerp word om goeie besluitnemingsinligting in verskillende formate beskikbaar te maak.

### **Aksie 2.4**

Fasilitering deur Hortgro Stone vir benutting van *bulk reefer vessels* in piekweke om sleutelvolumes uit die houer mark te haal.

### **“Cross-cutting”**

Logistiek—Hortgro, in samewerking met ander bedrywe en FPEF sal fokus op effektiewe operasionele deurset deur die Kaapse hawe. 'n Sogenaamde lys van nie-onderhandelbare items is geïdentifiseer wat in skakeling met Transnet-bestuur deurlopend gemoniteer sal word.

Aanspreeklikheid en gevolge reg deur die waardeketting moet duidelik en bekend wees. Diegene wat nie hulle werk kan of wil doen nie, moet die gevolge dra.

## **Gelykbreekpunt-analise: Pruime**

Sleutel aannames:

Die gemiddelde pruim produksiekoste per hektaar sal na raming vanjaar ongeveer R215,399/ha beloop—ongegag die produksie (ton/ha) en uitpak (dit sluit voorsiening vir vervanging in, asook ondernemersloon). Gemiddelde pakkoste na raming sal in die orde van R37/karton beloop. Die langtermyn uitvoer uitpak persentasie oor alle streke en kultivars is ongeveer 62% van totale produksie. Gegewe hierdie aannames (produksie,

uitpakke en % uitvoer, produksiekoste sowel as die verpakkingskoste) sien die gelykbreekanalise hieronder.

Tabel 1: Gelykbreekanalise (R/ha)

		<b>Ekwivalente Uitvoer kartonne per ha</b>					
Uitpak %: Uitvoer 62%		3200	3400	3600	3800	4000	4200
Produksie (Ton/ha)		27	29	30	32	34	36
<b>DIP Prys/ Ekw Karton</b>	R105	R2 201	R15 801	R29 401	R43 001	R56 601	R70 201
	R100	-R13 799	-R1 199	R11 401	R24 001	R36 601	R49 201
	R95	-R29 799	-R18 199	-R6 599	R5 001	R16 601	R28 201
	R85	-R61 799	-R52 199	-R42 599	-R32 999	-R23 399	-R13 799
	R80	-R77 799	-R69 199	-R60 599	-R51 999	-R43 399	-R34 799
	R75	-R93 799	-R86 199	-R78 599	-R70 999	-R63 399	-R55 799

Hierdie gelykbreekanalise sal uiteraard wissel na gelang van individuele produsente en hul produksie en verpakkingsomstandighede. Die basis vir die aannames waarop hierdie analise gestaaf word, is werklike gemiddelde syfers van 'n verwysingsgroep produsente wat verteenwoordigend is van die bedryf. Hierdie is dus realistiese syfers. Die gelykbreekanalise sal ook verskillend lyk vir verskillende variëteite en vruggroottes, bemarkingsvensters en markte. In die bostaande tabel word gemiddelde vruggrootte verspreiding oor alle variëteite en streke en markte in ag geneem. Produsente en bemarkers word aangemoedig om hierdie inligting as maatstaf te gebruik tydens gesprekke wat betrekking het op bemarkingsplanne en strategieë. Hierdie behoort ook vooraf tussen produsent en bemarker uitgeklaar te wees. In kort wat hierdie tabel duidelik uitwys is:

1. Produksie (ton/ha) moet gekoppel wees aan mark spesifikasie, m.a.w wat die mark wil hê. Deur bloot tonne te jaag en in te boet op prys gaan ook nie die somme laat klop nie. Om 'n prys premie te verdien moet gekyk word na uitpakke, kwaliteit en vruggrootte.
2. Weet wat jou produksiekoste en verpakkingskoste per hektaar en per karton beloop – dit is deurslaggewend vir beide bemarkers sowel as produsente. Die bemarker moet weet hoeveel 'n produsent moet verdien om gelykbreek PLUS te kry om volhoubaar te kan voortbestaan en produsente moet ook ingelig wees om besluite te kan neem of vrugte teen 'n verlies uitgevoer gaan word.
3. Gereelde terugvoer tussen die bemarker en produsent oor prysvlakke word aangemoedig, sodat ingeligte besluite geneem kan word en om te verseker dat vrugte winsgewend uitgevoer kan word. Dit sluit onder andere in die kommunikasie

tussen bemarker en kliënt en die bemarker en produsent, veral gesien in die lig van besendings met kwaliteitsprobleme om sodoende te verhoed dat een besending en/of beperkte volumes produk met kwaliteitsprobleme die prysvlakke van goeie gehalte produkte aftrek.

4. Joint Market Forum-vergaderings: Maak seker dat u as produsent en u as bemarker deelneem aan hierdie gesprekke en dat u ingelig is oor die hele bedryf en omstandighede wat ontvou verstaan. Daar word deeglike inligting gedeel tydens hierdie vergaderings juis om beter besluitneming op grondvlak te beïnvloed.
5. Neem verantwoordelikheid—almal in die aanbodketting en waardeketting het 'n rol om te speel en moet verantwoordelikheid aanvaar en mekaar aanspreeklik hou.