

BESTUUR VAN DIE VERENIGING

Die volgende persone is tydens die Algemene Jaarvergadering van die Vereniging op 14 April 2008 verkies om op die bestuur te dien. Die onderskeie streke word deur hul verteenwoordigers verteenwoordig, terwyl 'n verdere drie persone verkies is om koejawels in die algemeen te verteenwoordig.

STREEK	VERTEENWOORDIGERS
Porterville	C C van der Merwe
Paarl / Simondium	A J Joubert
Wellington / Dal Josafat	G R Joubert
Kraaifontein / Stellenbosch	J J P Uys
Mosselbaai/Klein Brakrivier	B Robertson
Verkose Bestuurslede	C Grobbelaar W Visagie P J Malherbe

Tydens die Vereniging se Bestuursvergadering van 26 Augustus 2008 is mnr Cor Grobbelaar as Voorsitter en mnr A J Joubert (Dos) as Vise-Voorsitter herkies. Baie geluk aan die twee persone en sterkte vir die taak om die belange van die koejawelbedryf uit te bou.

Die Vereniging is tot u diens

September 2008

No 25

Koejawel Nuus

Koejawel Produsente Vereniging Guava Producers' Association

Hoofstraat 258 Main Road
PAARL
7646
Posbus 426 P O Box
PAARL
7620

% [021 872-1501

Fax [021] 872-2675

Redakteur/ Editor Wiehahn Victor

Inhoudsopgawe / Index

	Bladsy
1. Inhoudsopgawe	1
2. Bedryfsaangeleenthede	2
3. Generiese Promosie van Koejawels	3 - 4
4. China Uitstalling	4
5. Pink is the Colour	5 - 6
6. Verbruikerstudie Olimpiade	7
7. Health Concerns	7
8. Bestuur	8

HEALTH CONCERNS DRIVE SALES OF FRUIT JUICES

Functional juice drinks are set for booming sales in Europe and elsewhere. The key trends are convenience, naturalness, premium, weight management, as well as traditional market segmentation. Fruit and functionality go very well together.

Digestive health has become a main consumer concern followed by a move towards fruit/superfruit juice blends. 'Natural health' ranks third in list of consumer priorities.

- 'Foodnews' - 25 April 2008

VERBRUIKERSTUDIE OLIMPIADE

Die Koejawel Produsente Vereniging (KPV) het R5000 geborg vir die Verbruikerstudie Olimpiade van die Universiteit van Stellenbosch. Die gebruik van koejawels word hierdeur by skole, onderwysers en leerders bevorder.

Vanjaar het 'n rekordgetal van 4389 leerders aan die Olimpiade deelgeneem uit skole oor die hele land. Dit is ook 'n belangrike mylpaal vir die Olimpiade aangesien dit die 25-jarige bestaansjaar is. Die prysuitdeling vir die weners vind op 26 September 2008 te Stellenbosch plaas en die KPV sal ook by hierdie geleentheid optree en koejawelsap voorsien.

-Wiehahn Victor -

BEDRYFSAANGELEENTHEDE

ONTLEDINGS

Vir die 2008 seisoen het die bedryf tot op datum 133 koejawel monsters ontleed vir chemiese spuitmiddels. Geen oorskrydings van chemiese stowwe het voorgekom nie en dit behoort by te dra tot 'n positiewe beeld van die bedryf.

Die bedryf het ook besluit om vanaf hierdie jaar vir Swaar Metale te toets by Bemlab. Die Swaar Metale waarvoor getoets word is Lood, Arseen, Kadmuim, Sink, Mangaan, Tin en Yster en ook hier toets die bedryf skoon.

OES-INNAME

Met $\pm 85\%$ van die 2008 oes reeds ingesamel, lyk dit of daar 'n tekort aan koejawels gaan wees. Die oesskatting is steeds dat min of meer dieselfde tonnemaat as in 2007 ontvang sal word. Die vraag na koejawels deur verwerkers en die varsmark is egter groter as die aanbod en 'n tekort aan koejawels word ondervind. 'n Oes van $\pm 24\ 000$ ton word vir 2008 verwag.

MADEIRA BOOM

Die bedryf het van die oorspronklike Madeira koejawelbome te Palmietvlei in Klein-Drakenstein ge-identifiseer. Die beplanning is nou om boompies van hierdie bome te maak en in die Gedenktuin te Stellenbosch tydens ons volgende Jaarvergadering te plant. Agri TV het ook 'n opname gedoen oor die boom.

- Wiehahn Victor -

GENERIESE PROMOSIE VAN KOEJAWELS

Die Koejawel Produsente Vereniging (KPV) het tydens sy Jaarvergadering in April 2008 besluit om generiese promosie van koejawels te doen. Vir dié doel is 'n bedrag van ± R60 000 begroot vir die eerste fase.

'n Volledige strategiese bemarkingsplan is deur Lethu Marketing voorgelê en het uit 'n korttermyn asook langtermyn plan bestaan. Die doelwit sal wees om die verbruik van koejawels te bevorder met die binnelandse mark as eerste teiken area.

As begin is 83 mandjies met koejawelprodukte, asook 'n persvrystellings aan tydskrifte en radiostasies gestuur. Die resultaat was fenominaal!!!! Volgens voorlopige syfers is bykans 'n half-miljoen lesers en/of luisteraars bereik. Die dekking was ook hoofsaaklik landwyd van aard en het die verbruikers van alle rasse bereik. Die eerste rondte is in hoofsaaklik Engels en Afrikaans gedoen.

'n Volledige verslag van die resultate van Fase I askies sal tydens 'n gesamentlike vergadering op 18 September 2008 gedoen word. Tydens die vergadering sal verwerkers, bemarkers en produsente teenwoordig wees. Wat verder belangrik is, is dat tydens die verslagsvergadering ook besluite geneem sal word oor die langtermyn aksies benodig om koejawels te promoveer.

Afgesien van die fantastiese resultate wat tot op datum verkry is, het die Vereniging dit reggekry om die Staat te laat inkoop op hierdie projek. Die Departement van Handel en Nywerheid het aangedui dat hulle 80% van die projekkoste van generiese promosie sal dra!!!

Intussen het die Vereniging ook besluit om lid te word van die Export Council (SACFEC) van die Departement van Handel en Nywerheid. Hierdie verbintenis hou groot voordele vir die bedryf in vir verdere promosie aktiwiteite, veral as daar besluit sou word om promosie in die buitelandse mark gedoen moet word.

CHINA UITSTALLING

Die Suid-Afrikaanse en Chinese regerings vier in Oktober 2008 die 10-jarige bestaan van die samewerkings ooreenkoms tussen Suid-Afrika en China. Vir die doel neem Suid-Afrika onder andere deel aan uitstallings in China en sal die twee Presidente handelsmoontlikhede bespreek.

Handelsprodukte van Suid-Afrika sal in Hong Kong, Shanghai en Beijing vanaf 8 tot 14 Oktober 2008 in 'n Expo uitgestal word. Kopers en verkopers word na die Expo genooi om handel tussen die twee lande te bevorder.

Die Vereniging is ook gevra om produk uit te stal op die Expo en ingemaakte koejawels en koejawelsap is voorsien. Koejawelpamflette, asook kontakbesonderhede van verwerkers, is ook voorsien om moontlike kopers te bereik.

PINK IS THE COLOUR

Amazing as it may seem, the humble guava is an extremely nutritious fruit, possessing five times more vitamin C than the orange, has a pleasant taste, is an excellent source of calcium and has several medicinal uses.

At the Foodnews Juice Asia conference in Mumbai, Mr. Roslan Zulkifly of Golden Hope Food & Beverages (GHFB) said that guavas relieve diarrhoea and pain, fight free radicals and reduce spasms. It is also known to reduce blood sugar and improve heart condition. And 100g of guava, either pink or white has a mere 70 calories, so it does not even make a person put on weight.

A comparison of the relative nutritive values of different fruits shows that 100g of raw guava fruit possesses 242mg of vitamin C, which is substantially more than any other common fruit like papaya (56mg), orange (50mg), pineapple (17mg), banana (10mg), peach (7mg), or apple and pear (4mg) each.

Its calcium content (23mg/100g of raw fruit) is inferior only to orange (41mg), but vastly superior to papaya (20mg), pineapple (17mg), avocado (10mg), peach (9mg), banana and pear (8mg each) and apple (7mg). Its quota of sodium and niacin are also higher than most common fruits, and it has a better fibre content than any of the other fruits mentioned here.

Guava purée is used in the manufacture of juices and beverages, cocktails, punches, ice cream, yogurt, fruit jelly, jams, baby food, baked foods, confectionery and savoury sauces.

The bulk of the world's guava production takes place in South America, with Brazil, Colombia, Ecuador and Venezuela producing 45%, followed by South Africa with 30% and Asia (mainly India and Taiwan) with 20%.

CHFB which has been in the plantations business for more than 20 years, owns the largest pink guava plantation in the world, with over 500ha of the fruit grown in Malaysia.

There is a need to expand the market for guava by creating more health products consisting mainly of guava content with ingredients like lycopene that promote well-being and health. Finally, there is the need to diversify the use of guava in as many food and non-food industries as possible.