

Primaco agradece a proveedores y clientes sus 20 años en el sector

La firma, que abrió sus primeras oficinas en Viena en 1989, celebra su 20 aniversario tras haber logrado un firme posicionamiento en mercados como el austriaco y el suizo —donde actualmente se encuen-

tran sus oficinas centrales— y con una amplia oferta de productos. La incorporación de un socio en Perpignan ha sido el más reciente impulso de una empresa que mira hacia el futuro.

haciendo una donación para aquellos que más lo necesitan en una época tan complicada como la actual”.

De esta forma, además de ayudar a los más desfavorecidos, “evitamos hacer grandes fastos cuando la realidad es que muchos agricultores están atravesando momentos difíciles, con precios que ni siquiera cubren los costes de producción. Justo ahora no es el momento de celebrar fiestas. Cuando lleguemos al cuarto de siglo quizá sí sea el momento de hacerlo si la coyuntura general es más favorable”.

“De momento, queremos poner nuestro pequeño granito de arena aportando una ayuda a cualquier organización o ONG amparada por alguno de nuestros clientes o proveedores. Estamos estudiando cómo hacerlo”.

Las campañas

Primaco trabaja una completa gama de productos y cuenta con marcas con un gran posicionamiento en los mercados en los que tiene presencia. Los cítricos tienen un gran peso específico dentro de su actividad comercial. “Este año”, comenta Studach, “hay una merma impresionante de cítricos y precios bastante más altos en el mercado, por suerte para los proveedores y agricultores. Lo único que nos preocupa es que la gente no está acostumbrada a estos niveles de precios”.

La otra cara de la moneda esta temporada la ha representado la verdura, sobre todo, el tomate, el pepino, la lechuga y el pimiento, “con precios por los suelos”. Esta situación “nos preocupa porque vemos que el agricultores apenas recibe beneficios para pagar los costes de sus producciones y, sin embargo, el ama de casa no encuentra estos productos tan baratos cuando hace la compra. Eso provoca que los campos se abandonen y que las campañas siguientes haya cada vez menos producción”.

► M^a ANGELES RECIO. REDACCIÓN.

En veinte años de existencia, Primaco ha pasado por diferentes fases, comenta Hans Studach, hasta convertirse en lo que es hoy en día. A pesar de las dos décadas transcurridas, cuentan con proveedores y clientes que les han “acompañado y apoyado a lo largo de estos 20 años y que han hecho posible que nos convirtamos en lo que hoy en día somos”.

Por ello, ante todo, el director de Primaco quiere dar las gracias a los proveedores y clientes que les han “acompañado y apoyado a lo largo de estos 20 años y que han hecho posible que nos convirtamos en lo que hoy en día somos”.

Un poco de historia

Primaco nació en el año 1989 pensando, sobre todo, en el mercado de Austria. De hecho, explica Hans Studach, en esa época operaban desde una oficina ubicada en el mercado de Viena. Desde allí, se dedicaban principalmente a los supermercados austriacos. Al producirse la apertura de los países del este, fundamentalmente Hungría y Polonia, “que compraban grandes cantidades de producto en Viena, especialmente cítricos, comenzamos a reexportar desde allí grandes volúmenes de producto hasta que, finalmente, empezamos a enviar directamente género a estos países”.

Sin embargo, en 1996 Austria empezó a experimentar ciertos cambios en su mercado “que nos decidieron a abrir una oficina operativa en Suiza y tantear dicho mercado. Así pues,



Hans Studach hace balance de los 20 años de historia de la empresa. / PRIMACO

comenzamos a trabajar en Suiza con nuestras marcas que, a día de hoy, están muy bien posicionadas. En Suiza vendemos una completa gama de productos y se ha convertido en un mercado muy importante para nosotros”.

El año 2007 fue el del tercer gran impulso de Primaco con

la incorporación de un nuevo socio, Marco Fraefel. “Desde su oficina en Perpignan, nuestro socio nos ha permitido ampliar nuestra oferta con una completa gama de producto procedente de Marruecos”. De este modo, Primaco ha logrado ofrecer todavía un mejor servicio a sus clientes en Austria, Suiza, Checos-

● **Hans Studach: “Hay proveedores con los que trabajamos desde el primer día”**

● **Los cítricos tienen un gran peso específico dentro de la actividad de la firma**

● **La incorporación de Marc Fraefel, socio en Perpignan, les ha dado un nuevo impulso**

● **Para celebrar este aniversario harán un donativo solidario**

lovaquia y también parte de Polonia.

Una celebración solidaria

“En un principio” —explica Hans Studach— “pensamos en hacer una gran fiesta para conmemorar este aniversario, pero hemos tomado la decisión de celebrarlo de otro modo:

Un mercado sostenible

► MM. MADRID.

La sostenibilidad está “en boga” en el mercado austriaco; los productos ecológicos viven un buen momento. Los datos publicados por la cadena de alimentación Rewe lo demuestran porque ha anunciado un aumento del 6% de la cifra de ventas de la marca blanca de productos ecológicos “Ja! Natürlich” en 2008. En ese año, se comercializaron en Austria productos ecológicos por un valor de 914 millones de euros, un 6,3% más que el año precedente.

Y también los productos de comercio justo siguen disfrutando de una buena acogida en el mercado alpino. Los ingresos por ventas de productos de comercio justo en Austria ascienden en el primer semestre de 2009 a 36 millones de euros, un 10% más que en el mismo periodo del año anterior. No obs-

tante, el crecimiento de la cifra de ventas se ha ralentizado, ya que en los primeros seis meses de 2008 el aumento de las ventas se situó en un 27%.

En 2009 se espera un incremento de la demanda, que superará el 10%, hasta alcanzar 72 millones de euros. En lo que va de año, los productos que han presentado mayores aumentos en valor han sido los plátanos de comercio justo (13 millones de euros, un 13% más), seguidos del café (6,3 millones de euros, +21,1%) y el chocolate (6 millones de euros, -2%).

En 2008 el crecimiento del comercio austriaco de alimentación fue superior al 4%. Los 3.198 establecimientos de entre 400 y 1000 m², así como los comercios de las cadenas de supermercados de descuento Hofer y Lidl, representaron el 54% de los establecimientos.

AGROVERD

Hortalizas con todo el sabor del mediterráneo

cmi
certification
GLOBALG.A.P.
034/340/1/V405

Pda. Foyes, s/n. Apdo. Correos 105 • 12580 BENICARLÓ (Castellón) • Tel-Fax 964 76 51 11
e-mail: agroverd@hotmail.com • www.vicenteavilas.com