

HANS STUDACH / Gerente de Primaco Früchte

# “España tiene muy buena calidad y una excelente profesionalidad”

► MAR VIVÓ. REDACCIÓN.

Primaco empieza esta nueva campaña 2012 con resultados positivos y con buena acogida por parte del consumidor. Sin embargo, la crisis económica y la crisis generada por el E-coli también han pasado factura. No obstante, desde Primaco y, según apunta su gerente Hans Studach, apuestan por lo que mejor saben hacer, “trabajar con prudencia y adaptarse a la situaciones sin dejar de pensar en los proveedores y los consumidores”.

**Valencia Fruits.** Nos encontramos en plena campaña citrícola, ¿cómo está respondiendo el consumo en los países donde Primaco comercializa sus productos?

**Hans Studach.** Esta temporada, el consumo se ha visto afectado por el calor y las altas temperaturas de septiembre.

Pero estos días de noviembre el consumo está mejorando porque el próximo 6 de diciembre se celebra en Austria, Alemania y Suiza la festividad de Sankt Nikolaus. Es tradición regalar a los niños mandarinas y naranjas, con higos, cacahuetes y dátiles, por eso la semana que viene hemos preparado diferentes promociones en superficies comerciales y entre los importadores, en las que se venderán clementi-

nas y navelinas y, también, de cara a la festividad, se venderá el tradicional Pitufo, envase de madera, con entre 2,3-2,5 kilos de frutas y que los consumidores encontrarán en los supermercados de Suiza y Austria.

Por otro lado, las bajas temperaturas de ahora han traído resfriados y esto hace aumentar el consumo de naranjas y mandarinas, gracias a la vitamina C que contienen.

**VF.** ¿En que medida está afectando la actual crisis económica a la actividad import-export de Primaco?

**HS.** En países como Alemania, Austria y Polonia, si que se está notando la crisis. Hay una presión sobre los precios impresionante. Pero la crisis es diferente en países como Austria o Alemania y otros como Suiza.

En los primeros, se nota porque los supermercados ya no se atreven a hacer determinadas promociones, por un lado, el nivel de los precios ha bajado y por otro, los consumidores han visto merados sus ahorros y su poder adquisitivo.

Por otra parte, supermercados austriacos que siempre han hecho promociones con mercancía española ahora compran mercancía de Grecia o de Italia, por-



Hans Studach. / PRIMACO

que es mercancía más barata. Y si hablamos del caso de Hungría, este país no se puede permitir importar mercancía española porque es demasiado cara, entre otras cosas, debido también a que los costes de transporte españoles son más caros.

Pero ahí está es el error, todo el mundo sabe que la navelina española en el mes de diciembre es la mejor naranja del mundo pero se busca lo más barato y es ahí donde la crisis es más visible.

El caso de Suiza, sin embargo, es diferente. Desde que Lidl y Aldi

entraron pisando fuerte con anuncios y promociones en prensa, se nota también que el nivel de precios en Suiza ha bajado. Esa política de competencia obliga al resto de establecimientos a venderla también al mismo precio.

**VF.** Primaco tiene clientes en Suiza, Austria, Alemania, República Checa y Polonia, entre otros, ¿cómo están evolucionando estos mercados?

**HS.** Anteriormente también teníamos relación con Hungría pero, por ejemplo, este año no, porque no tienen dinero, y recientemente hemos vendido a Polonia pero ajustando mucho los precios. La evolución de estos mercados no la puedo concretar porque es una época muy difícil.

**VF.** ¿Qué hace Primaco ante esta situación?

**HS.** La política comercial de Primaco es la prudencia y tenemos la obligación de salvar y defender a nuestros proveedores, no se puede correr el riesgo que una mercancía no se pague porque no hay dinero suficiente.

**VF.** ¿Se tiene previsto ampliar su área de comercialización?

**HS.** De momento operamos en Suiza, Austria, Alemania y, de vez en cuando, en República Checa. Y esta previsión es a medio-corto plazo porque Primaco lleva 22

años en este sector y con prudencia nos hemos sabido adaptar a las situaciones.

**VF.** Primaco tiene entre sus grandes proveedores de cítricos a países como España, pero además recientemente también ha establecido una permanente colaboración con diferentes áreas productoras marroquíes, ¿Cómo se presenta la actual campaña citrícola con ambos países?

**HS.** Con Marruecos normalmente solemos trabajar con verdura. Y se debe a dos motivos; uno, porque mi corazón trabaja, desde hace más de 20 años, en cítricos con España, y el otro motivo, es que los marroquíes piden precios para sus cítricos muy caros y después el mismo género se vende más barato en otros sitios, por tanto, no nos muy parece congruente.

**VF.** ¿Qué mensaje lanzaría al sector productor español?

**HS.** En España hay muy buena calidad y mucha profesionalidad, Pero pese a las dificultades económicas se tiene que seguir investigando.

**VF.** A punto de finalizar 2011, ¿que valoración hace de los resultados de Primaco?

**HS.** 2011 ha sido un año bastante difícil por el tema de la bacteria E-coli, y claro, en España eso hizo mucho daño y a nosotros nos afectó porque durante 3 o 4 semanas no pudimos vender nada.

Pero la nueva campaña ha empezado bien, pues hemos hecho más kilos y más volumen que el año pasado en la misma fecha. Estamos muy satisfechos y seguimos trabajando y demandando género.

Su partner para  
la importación y la  
distribución de productos  
hortofrutícolas en Suiza  
y Europa.



www.valenciafruits.com

**PPO Services AG**

65  
years

Tel. +41 62 207 54 54 www.ppo.ch  
Fax +41 62 212 81 31 info@ppo.ch

www.ppofoundation.ch

toscanello

BIO

EUROPEAN UNION

Peragri  
ALLIANCE