

STÉPHANE Y SOPHIE BIEULES / De la firma Camilor France

“Intensificaremos nuestro trabajo con España con la incorporación de nuevos proveedores”

La relación de Camilor France con España es muy estrecha y dilatada en el tiempo, por algo es el principal proveedor de frutas y hortalizas de esta empresa familiar, una de las más antiguas del Mercado de

Saint-Charles. Tras el intento fallido de complementar la oferta española con productos de otras procedencias, los hermanos Bieules van intensificar la relación con nuestro país, trabajando con los pro-

veedores de siempre y con nuevas firmas para seguir ofreciendo a sus clientes productos de calidad con un servicio esmerado y ajustándose a las necesidades de cada uno de ellos.

Valencia Fruits. Para empezar; ¿qué podemos decir de la campaña 2008/2009?

Stéphane Bieules. En conjunto fue una temporada difícil. La campaña de invierno fue correcta pero las de primavera y de verano muy complicadas, debido al aumento productivo que presentaban los países productores europeos, sobre todo Francia.

VF. Con ese final de campaña tan complicado, ¿cómo ha sido el inicio del nuevo ejercicio?

SB. El inicio de la presente campaña ha seguido la misma línea que el verano pasado: un ritmo de ventas lento, una demanda bastante estancada y precios muy bajos.

Es cierto que en cítricos, con menos producción en España, los precios este año son más altos, pero al inicio de campaña el tiempo no ha acompañado, ya que las temperaturas tan suaves del otoño no han ayudado a que el consumo se reactivara. No obstante, a partir de diciembre, con la llegada del frío, parece que las ventas se están animando. Esperamos que se mantengan así durante todo el resto de la campaña

VF. ¿Cuáles son principales hándicaps que observan para la presente campaña?

SB. Por el momento, el mayor problema que vemos es la falta de consumo en la población francesa. Es verdad que la presión por parte de la gran distribución es feroz y que las aseguradoras siguen en la misma línea del año pasado de restringir los segu-



Sophie y Stéphane Bieules. / NEREA RODRIGUEZ

Medfel 2010

Una de las apuestas de futuro de Camilor France será la próxima edición de Medfel, la nueva feria que el pasado mes de mayo celebró su primera edición y tiene el objetivo de reunir a todos los profesionales del sector hortofrutícola del arco mediterráneo. “La primera edición de Medfel, a nivel humano, nos dejó un muy buen sabor de boca, ya que al contrario de lo que ocurre en Fruit Logistica, aquí tuvimos la oportunidad de reunirnos con nuestros clientes directamente”. Es por eso que los hermanos Bieules han decidido apostar fuerte por esta feria a la que ven “una gran posibilidad de reunir a un número importante de compradores al celebrarse en Perpignan y conocer de primera mano todo lo que ofrece esta región desde el punto de vista del negocio hortofrutícola”.



Las frutas y hortalizas españolas son la base de la actividad de Camilor. / NR

● “Con la llegada del frío la ventas han empezado a reactivarse”

● “Nuestra participación en Fruit Attraction ha sido muy positiva”

ros, pero son aspectos de nuestra actividad diaria que podemos afrontar. En cambio, la falta de consumo es un problema, ya que a pesar de que nuestros clientes se esfuerzan en ofertar productos a precios más bajos, el consumidor francés no compra tanta fruta y verdura como antes.

VF. Ahora que menciona las promociones que se están llevando a cabo para incentivar el consumo y contrarrestar los efectos de la crisis, ¿han evidenciado cambios en la forma de trabajar la mercancía de cara a sus clientes?

SB. Me consta que ciertas cadenas de supermercados han cambiado su estrategia de venta con el fin de reducir costes, y lo que supone eso para sus empresas proveedoras. En nuestro caso, en cambio, los clientes de mercados y centrales de compra en su mayoría no han modificado su estrategia comercial, por lo que no hemos tenido que adecuar nuestra forma de trabajar.

VF. Una de los proyectos de Camilor France es intensificar el trabajo con España. ¿Cómo piensan desarrollar más el trabajo con nuestro país?

SB. Buscando nuevos proveedores. De hecho, a raíz de nuestra visita a la feria Fruit Attraction, dimos con unas empresas con las que hemos comenzado a trabajar y nos permiten complementar la gama de productos que ofrecemos en Camilor France. Hasta el momento el trabajo realizado es satisfactorio y la idea es seguir adelante con estas empresas e ir afianzando la relación comercial.

Además de estas nuevas empresas, Camilor France cuenta en España con un gran número de firmas históricas con las que trabaja desde hace décadas y nos une una estrecha relación, y seguiremos trabajando con ellas como hasta ahora.

VF. Hablando del Mercado de Saint-Charles, ¿cuál es su opinión sobre la realidad de este histórico mercado?

SB. La situación del mercado va acorde con la situación que padece el país. Saint-Charles no es ajena a la crisis. No obstante, es un mercado vivo y en constante evolución. Un ejemplo de ello es creación de la plataforma Saint-Charles Export que tiene como fin dar a conocer y promocionar esta región desde el punto de vista de la logística, de la producción y del resto de actividades que comprenden el negocio de la fruta y la hortaliza y ha permitido abrir nuevos mercados.

PAVISA