

STÉPHANE Y SOPHIE BIEULES / De Camilor France

“Camilor ofrecerá otros orígenes como Marruecos y Senegal”

Desde febrero de 2008, Stéphane y Sophie Bieules, junto con su padre, los únicos accionistas de la empresa Camilor France International, tras la compra de las acciones a los socios que formaban el grupo Camilor. Además de esta novedad, Camilor France

también inicia esta nueva campaña con otras primicias como el cambio de almacén, ubicado en el pasillo central del mercado de Saint Charles, y la oferta de nuevos orígenes como Marruecos y Senegal, que complementarán la producción española.

Valencia Fruits. Teniendo en cuenta la complicada situación económica que impera en los mercados europeos, ¿cómo se presenta la campaña 2008-2009 para Camilor France?

Stéphane Bieules. A principio de temporada es difícil prever lo que pasará. Por ejemplo, a finales de septiembre teníamos buenas sensaciones en cuanto al devenir de la campaña. Había un mayor número de demandas, la oferta de producto también se presentaba abundante, sobre todo en cítricos, y las ventas se desarrollaron de forma positiva. Por tanto, el buen inicio de campaña nos permitió mantener las esperanzas. Sin embargo, los calibres cortos, la abundancia de producción, más los efectos

de la crisis tiraron el consumo y los mercados a bajo. Lo positivo, en cambio, ha sido que la fruta no presentaba problemas de calidad antes de las lluvias y no se registró una sobre carga de Marisol, como suele ser habitual en esas fechas.

En diciembre, con la llegada del frío y la cercanía de las fechas navideñas, las ventas se recuperaron.

VF. ¿Cómo ha sido el inicio de campaña para el resto de productos que trabaja Camilor France?

Stéphane Bieules. En legumbres el comienzo de la campaña estuvo afectado por los problemas climatológicos, con temperaturas más bajas de lo normal, lo que frenó fuertemente la producción.



Desde 2008, la familia Bieules es la única accionista de Camilor France. / NR



Sophie y Stéphane junto a su padre, Gabriel Bieules. / N. RODRIGUEZ

● “El frío y las fiestas navideñas han ayudado a la recuperación de las ventas”

● “La razón de trabajar con Marruecos y Senegal es más que todo por necesidad”

En consecuencia, los precios se dispararon en origen, sobre todo en las producciones procedentes del sur del país. Esto ha supuesto una ralentización en las ventas que no han sido tan fluidas como en años anteriores, favoreciendo la venta de los productos marroquíes, más presentes en los mercados.

VF. A partir de ahora, Camilor France comenzará a trabajar con producto marroquí. ¿Cómo se va a desarrollar el trabajo con este país? ¿Qué tipo de productos son los que se van a trabajar?

Stéphane Bieules. España es y seguirá siendo nuestro principal proveedor. Sin embargo a partir de esta campaña, también vamos a trabajar con Marruecos productos como: las hortalizas tradicionales del Souss Massa Dra, calabacines, judías, pimientos etc...

La razón de trabajar con Marruecos es más que todo por necesidad, ya que nuestros clientes piden esta procedencia, y si no les procuramos estos productos, la buscarán en otra parte.

Sophie Bieules. Por el momento, los volúmenes no serán muy grandes. Preferimos empezar con pequeñas cantidades, y si el trabajo se desarrolla de forma correcta iremos aumentando volumen.

Stéphane Bieules. No obstante, las frutas y hortalizas españolas seguirán siendo el buque insignia de Camilor. La relación de Camilor con los productores y exportadores españoles es dilatada, se trata de una unión que dura ya 40 años. Pero tal y como está el mercado y por demanda de nuestra propia clientela, nos hemos visto obligados en cierta manera a trabajar también el producto marroquí, que dispone de una gran variedad de productos y cantidades sobre todo en el grupo de hortalizas.

Nunca llegará a ser, en el caso de Camilor, un competidor directo de España, sino más bien un complemento.

VF. Además de Marruecos, ¿hay proyectos de trabajar con algún otro país productor, por ejemplo alguno de contra estación?

Sophie Bieules. Hemos retomado las relaciones con Senegal para el tema de la judía verde, y los primeros envíos se han realizado durante estas primeras semanas de enero.

VF. Este año, la campaña viene marcada por el problema de las entidades aseguradoras que están reduciendo los seguros a muchas empresas, en ciertos casos, sin motivo alguno. En este sentido, ¿cuál está siendo la estrategia de Camilor para evitar este problema?

Sophie Bieules. De cara a nuestra clientela, lo cierto es que las compañías han tomado demasiadas precauciones, sobre todo desde el mes de junio; supongo que obligados por los efectos de la crisis. De todas formas, de un tiempo a esta parte, se observa una estabilidad que permite trabajar sin problemas.

Comunicación, transparencia y seriedad es nuestra filosofía frente al problema de los seguros.

ALMA