

## Prim'land, caminando hacia otra campaña exitosa.

**Más volumen en la producción y comercialización de kiwi, nuevas inversiones en instalaciones y el saber hacer de siempre, son la gran apuesta de Prim'land para esta campaña, como así lo manifiesta Jean-Baptiste Pinel, su director comercial. En primer lugar, nos podrían hacer un balance de la campaña pasada, ¿cómo se desarrolló la comercialización, cumplisteis con vuestras previsiones de crecimiento?** El balance de la campaña 2004/2005 es muy satisfactorio. Las previsiones que hicimos al inicio del ejercicio se cumplieron tanto a nivel técnico como comercial. La temporada arrancó en el mes de noviembre prolongándose hasta mayo, justo antes de que llegada del kiwi de Nueva Zelanda, uno de nuestros principales competidores. Esto permitió que nuestros clientes dispusieran de kiwi de excelente calidad durante todo el ejercicio. **De cara a la presente campaña, ¿con qué previsiones contáis?** Esta campaña vamos a aumentar nuestro volumen comercial de kiwi Oscar. Por un lado, por que hay nuevos productores de la región que confían en nosotros para la comercialización de su producción, y por otro lado, por que disponemos de nuevas plantaciones que alcanzarán su plena producción este año. Siguiendo esta línea del crecimiento, hemos construido nuevas cámaras frigoríficas y de atmósfera controlada, con una capacidad de 1.000 toneladas. A partir de esta campaña, también dispondremos de nuevas instalaciones comerciales, más amplias y adecuadas a nuestra actividad. Con respecto al desarrollo del cultivo, el arranque que hemos tenido nos hace pensar que será una buena campaña, las condiciones de producción han sido muy favorables y la demanda de kiwi crece, así que la afrontamos con confianza. **¿Cómo se ha desarrollado durante la campaña pasada vuestra apuesta por variedades más precoces?** Este ha sido el primer año que hemos tenido un volumen significativo, 300 toneladas, lo que nos ha permitido poner a prueba la variedad, SUMMERKIWI, disponible desde octubre con un alto nivel de azúcar. Este primer test ha tenido resultados muy positivos, con muy buena aceptación por parte de los consumidores, que han reconocido las virtudes del SUMMERKIWI. Otro aspecto a destacar al respecto es el aumento de plantaciones de esta variedad, una muestra más de la confianza puesta en nosotros por parte de los agricultores. **El kiwi es uno de los productos que más vitamina C, ¿cree que se debería potenciar más esta cualidad de la fruta?** El kiwi tiene tres veces más vitamina C que la naranja y eso es algo que cada vez más consumidores saben, aunque creemos que todavía es necesario comunicarlo. Es cierto que la naranja tiene un mayor apoyo promocional, pero si consideramos el apoyo promocional en proporción al volumen de producción, probablemente el kiwi tiene más presupuesto de promoción por kilo.

