

Primland®

WE ARE GROWERS



PRIMLAND - habilidades



Primland®

WE ARE GROWERS

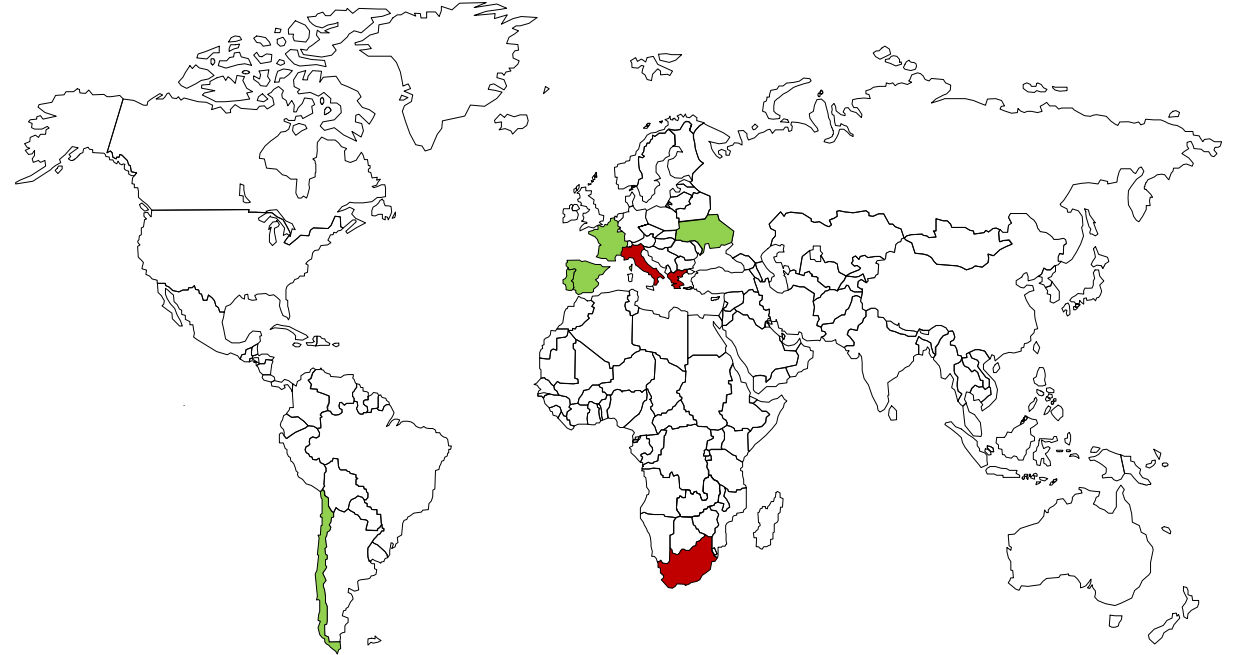
Primland : 40 anos de experiencia en kiwi

20.000.000 kg de kiwi por ano

Grupo cooperativista de 6 empresas francesas con 6 **packing**

Filiales en **Chile, Portugal, España,**

Proveedores desde **Italia, Grecia, Sudáfrica**



TURNOVER GRUPO :
50 millones de Euros

PRIMAND - Kiwi flujos

Export Direct Chile

Export Chile

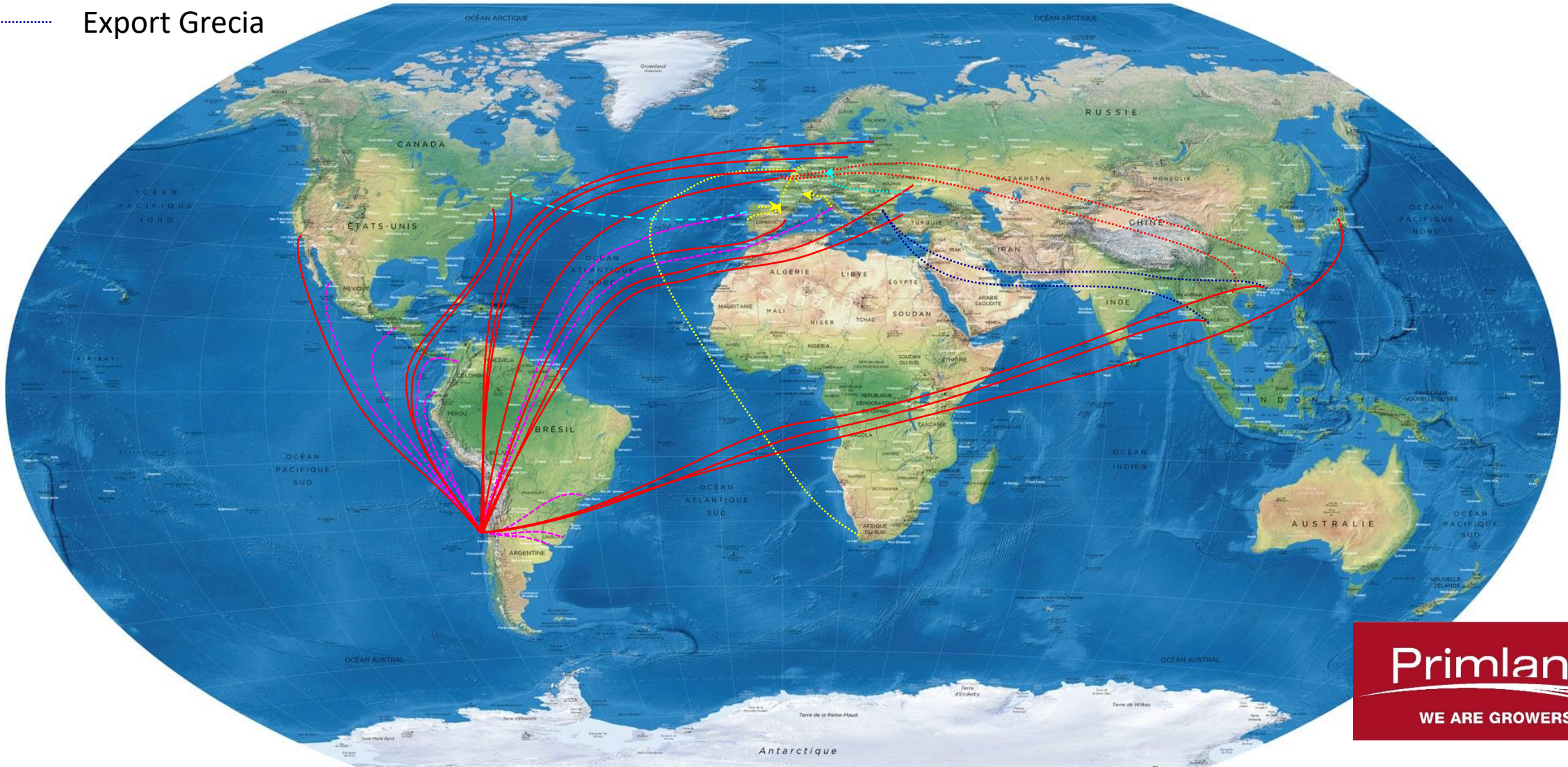
Export France

Import Sudáfrica

Export Primland Portugal a Primland Canada

Intra EU

Export Grecia



Primland®

WE ARE GROWERS

PRIMLAND – países de destino



Venta **los 12 meses del año** con mas de **200**
clientes en **35 países**



Primland®

WE ARE GROWERS

OSCAR – una gama larga



Los **consumidores** piden más y más **kiwi gold** y **novedades** cada año

REQUERIMIENTOS CLIENTES 2024

CLIENTS	% BQ	BESOINS/ATTENTES
 REWE / PENNY	31	- Plateforme DIS-QS – Gros dossier sur agrément au préalable pour stations (IFS/BRC) et producteurs (GLOBALGAP + GRASP Pleine conformité) - Application pour saisir les contrôles internes et l'agrément de la marchandise avant expédition sur DIS-QS avant chaque départ → Mis en place chez OGA en fin de campagne ? - Identification : GGN CoC + GGN du producteur - Plan de contrôle interne spécifique : 1 analyse multirésidu / producteur, Glyphosate (matière critique), Analyse sur MOSH/MOAH
 / NETTO	29	IFS-BRC/GLOBALGAP/GRASP
 / NETTO DE	11	GLOBALGAP – AUTODECLARATION GG/BRC/IFS BROKER
	5	GLOBALGAP – AUTODECLARATION GG/BRC/IFS BROKER/Code de conduite conditions de travail
	3 0	DE : GLOBALGAP/GRASP/IFS, Identification avec GGN du producteur, Analyse microbiologique UK : GLOBALGAP – SEDEX
 	1,2	- SEDEX à compléter pour les stations de conditionnement (uniquement SCAAP à ce jour) - Liste des matières actives/produits utilisés sur les vergers à mettre sur la plate-forme FOOD EXPERT (payante) - Analyse résidu individuelle/producteur - Cahiers de culture des producteurs opt 1 et racine carré en opt2 avec dates de récolte - Mentions sur étiquette (date de récolte, nom et parcelle du producteur, N° de lot, etc.) - Pas de certification GRASP chez tous les producteurs

Certificaciones

CERTIFICACIONES PRODUCCION

GLOBALG.A.P.



SEGMENTACION CALIDAD PRODUCTO



CERTIFICACIONES METODOLOGIA & PROCESS



GLOBALG.A.P.

Primland®

WE ARE GROWERS

Marketing – promover el kiwi



Comunicación BtoB & BtoC : **crear junto valor con nuestros clientes**

Pancartas en los
mercados mayoristas



Vietnam



Spain

Instore
promotion



Primland®
WE ARE GROWERS

MERCADO DEL KIWI en 2024

- La cantidad de consumidores mundiales esta subiendo gracias al ampliación de la gama (green + gold + red + baby kiwi) quien responde a sus expectativas
- El Producto se esta valorizando puntualmente (?) a la producción gracias a una baja de producción en algunas zonas (asfixia radicular en Italia, falta de frio, tormenta, PSA) : es complicado producir kiwis y no se produce en toda parte
- El producto se esta vendiendo al consumidor caro pero ya ciertos consumidores no se pueden ofrecer kiwi y eligen otra fruta
- Este precio caro es acompañado por unos gastos de comunicaciones de algunos (ZESPRI #1, OSCAR, JINGOLD, DORI) para hacer comer kiwi en el mundo

Evolución de la oferta mundial :

1. Cambio de Países productores

- Algunos crecen : China, Grecia, Portugal, Irán
- Algunos bajan : Italia, Francia,
- Nuevos aparecen : Turquía,

2. Operadores globales se desarrollan : ZESPRI, OSCAR, JINGOLD, DORI ofrecen kiwi proveniente de varios países

Evolución de la demanda mundial - Cambio de flujos :

1. Europa : los consumidores privilegian más y más el producto local (cuando hay) & sostenible
 - Algunos consumidores no compran en contra estación
 - Las cadenas de supermercados dan prioridad (con un alto precio) a la producción local (es el caso en Portugal, España, Francia y Italia)
2. Asia :
 - China quien compraba mucho del hemisferio norte ya es autosuficiente -> flujo casi nulo entre EU y China
 - China y los países del lejano oriente dan la prioridad a ZESPRI en su contra estación porque ZESPRI acompaña las ventas
 - India busca un producto barato -> Irán (cuando no hay restricciones) y Chile
3. América Latina : el consumo aumenta en Brasil y Colombia ya, mañana en Argentina...
4. América del Norte : estable

- Buen trabajo del comité kiwi sobre la fecha de cosecha del kiwi Hayward chileno desde varios años PERO :
 - Problema sobre el uso de hormonas
 - Problema sobre el rendimiento/ha versus la materia seca -> sabor de la fruta?
- Problema de gama de variedad del kiwi chileno demasiado corta : no hay kiwi gold ! Puerta abierta a la competencia
- No existe en Chile al nivel nacional o empresarial verdadero presupuesto de promoción del kiwi : puerta abierta a la competencia!
- Cuidado a las exigencias de los clientes finales respecto a las certificaciones y al aspecto de sostenibilidad



BE KIWI, BE HAPPY!