

FRANKREICH IN KÜRZE

Kiwispezialist erobert chinesischen Markt



Verkaufsdirektor Jean-Baptiste Pinel (Mitte) mit Kunden aus Ländern außerhalb Europas (Taiwan, China und Australien), wo Prim'land 40% seiner Kiwis absetzt.

Auf ihrer Pressekonferenz am 6. Juli 2011 in Paris zog die im Département Les Landes (Südwestfrankreich) ansässige Firma Prim'land eine Bilanz ihrer Geschäftstätigkeit in der vergangenen Kampagne.

Im Fokus stand dabei die Öffnung des chinesischen Marktes für das Kiwiangebot des Unternehmens. Mit seinen unter der Marke „Oscar“ angebotenen Früchten ist Prim'land heute in mehreren Ländern Südostasiens präsent. In Taiwan konnte die Firma bereits im Jahr 1993 Fuß fassen. Der chinesische Markt dagegen blieb Prim'land trotz jahrelanger Bemühungen über acht Jahre hinweg verschlossen. In der vergangenen Kampagne gelang es nun nach einem nicht enden wollenden Weg durch die Instanzen, eine Importgenehmigung zu erhalten. Damit avancierte Prim'land im Land der Mitte zum ersten französischen Kiwi-Lieferanten. Bereits in der ersten Vermarktungskampagne 2010-2011 konnte dort mit einem Volumen von 1.600 t Kiwis ein Umsatz von 3 Mio Euro erzielt werden, mit deutlich Gewinn bringenderen Preisen als in Europa, wie Verkaufsdirektor Jean-Baptiste Pinel betonte. Insgesamt realisierte Prim'land im vergangenen Geschäftsjahr bei Obst einen Umsatz von 21 Mio Euro. Davon entfiel ein Anteil von 94% auf Kiwis. Prim'land vermark-

tet 40% seiner Kiwis (18.000 t in der Saison 2010-2011) außerhalb der europäischen Grenzen. Innerhalb Europas, Russland eingeschlossen, werden 61,86% der Mengen abgesetzt. Die Kiwis stammen zu 94,13% aus den französischen Plantagen des Unternehmens, 5,62% der Kiwis werden in Chile angebaut.

■ Regionale Vermarktung im Aufwind

Nach einer Untersuchung des französischen Zentrums für die Erforschung von Essgewohnheiten, Credoc, bevorzugen die französischen Verbraucher beim Einkauf von Lebensmitteln zunehmend regionale oder lokale Bauern- oder Wochenmärkte.



Lokale und regionale Bauernmärkte werden beim Verbraucher aufgrund der Nähe und der besseren Geschmacksqualität der Erzeugnisse geschätzt.

Entscheidend sei aufgrund der steigenden Benzinpreise zum Einen die unmittelbare Nähe zu ihrem Wohnviertel, zum Anderen aber auch die höhere Geschmacksqualität der Erzeugnisse. Darüber hinaus wollen die Verbraucher mit ihrer bewussten Entscheidung für lokale oder regionale Produkte die ortsansässigen Erzeuger unterstützen. Die Studie stellt allerdings fest, dass die Genossenschaften sich diese Entwicklung derzeit noch viel zu wenig zunutze machen, obwohl sie im Besonderen dafür prädestiniert seien, ihre lokalen Erzeugnisse anzubieten. Die regionale Vermarktung böte darüber hinaus eine ausgezeichnete Gelegenheit, das vor 15 Jahren von den Genossenschaften lancierte Qualitätssicherungssystem AgriConfiance in den Fokus zu rücken.

■ Bündelung von Coop de France und InVivo

Die Genossenschaftsgruppe InVivo und der Dachverband der französischen Agrargenossenschaften Coop de France kündigen die Zusammenlegung ihrer Unternehmensführung an.

Ziel ist es, gemeinsam dem zunehmenden Wettbewerbsverlust der französischen Landwirte entgegenzuwirken. Dabei stehen Themen wie Nachhaltigkeit, die Schulung der Landwirte, eine gemeinsame Kommunikation nach außen sowie eine Forcierung der Exporte in Drittländer im Mittelpunkt.

Bis zum kommenden Herbst soll ein Name für die neue Struktur gefunden werden. Coop de France sind derzeit 2.900 Genossenschaften mit 150.000 Beschäftigten angeschlossen, die jährlich einen Umsatz von 82,4 Mrd Euro erwirtschaften. Die international tätige InVivo-Gruppe repräsentiert 271 Kooperativen mit einem Umsatz von 6 Mrd Euro.

■ Mangelnde Abnahmepreise für Landwirte

Aus dem jetzt von der staatlichen Preisbeobachtungsstelle vorgelegten Bericht über Preise und Margen bei Nahrungsmitteln geht hervor, dass die Erlöse, die die französischen Handelsketten den Landwirten zahlen, meist nicht einmal die Produktionskosten decken. Sie selbst räumen sich jedoch überzogene Spannen ein. Landwirtschaftsminister Le Maire sieht dringenden Handlungsbedarf. *i.e.*