



La plataforma de Perpignan comercializa anualmente 1,76 millones de toneladas de frutas y verduras, el 60 por ciento de las cuales se destinan al mercado francés y el otro 40 por ciento se envía fuera de Francia. / SAINT-CHARLES INTERNATIONAL

Saint-Charles Export, la asociación creada para conquistar nuevos mercados

Desde la creación de esta asociación en el año 2007, las exportaciones hortofrutícolas de la plataforma Saint-Charles han aumentado más de un 85%

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Uno de los mayores logros de Saint-Charles Export, desde su creación, ha sido agrupar a importadores-exportadores de la plataforma de Saint-Charles International, productores-remitentes del Rosellón y transportistas y responsables de la logística en una potente dinámica de exportación para conquistar nuevos mercados.

A lo largo de estos años se han realizado numerosas acciones para alcanzar este objetivo, que se han traducido en un considerable crecimiento de las ventas de exportación.

Entre las acciones 'clave' desarrolladas por la agrupación, su presidente Julien Batlle menciona "la participación en las ferias internacionales Fruit Logistica en Berlín, Medfel en Perpignan y Fruit Attraction en Madrid". Pero esta participación "sería imposible sin el apoyo incondicional de la región de Occitanie Pyrénées-Méditerranée, la Comunidad Urbana de Perpignan, Banque Populaire du Sud y Crédit Agricole Sud Méditerranée".

También han contribuido en este aumento de las ventas al exterior las misiones exploratorias que se han llevado a cabo en el pasado, en todos los países europeos, para dar a conocer los activos y el conocimiento de la plataforma de Perpignan y sus empresas miembro en términos de comercio, transporte y logística de frutas y verduras, así como el programa de 'recepción de compradores internacionales' que SCE organiza cada año, con reuniones B2B en las propias empresas de nuestros asociados.

Desde la puesta en marcha de Saint-Charles Export, los porcentajes de ventas entre el mercado nacional francés y la exportación han mantenido una línea ascendente. Tal como apunta su presidente "según informaciones oficiales de la Aduana francesa, desde 2006 a 2018, las exportaciones de la plataforma Saint-Charles aumentaron, en valor, un 92,88%, que equivalen



Julien Batlle comenta que uno de los mayores logros de Saint-Charles Export ha sido agrupar a importadores-exportadores de la plataforma Saint-Charles, productores-remitentes del Rosellón y transportistas y responsables de la logística en una potente dinámica de exportación. / SCE

SCI ha activado un plan de continuidad del negocio a raíz de la irrupción de la COVID-19 que implica trabajar los siete días de las semana, las 24 horas del día

a 369.079.000 euros. En volumen, esto representa un incremento, durante este mismo periodo, de un 86,09% (290.180 toneladas)".

A la vista de estas cifras, es innegable que la creación de Saint-Charles Export en 2007 ha permitido dar un paso decisivo en la estrategia de conquistar nuevos mercados liderados por la plataforma de Perpignan y por sus empresas asociadas. "De los 1.76 millones de toneladas que comercializamos anualmente, el 60% se destina al mercado francés y el 40% se vende fuera de Francia (alrededor de 700.000 toneladas)" confirma Julien Batlle.

■ MERCADOS OBJETIVOS

En cuanto a 'mercados objetivos', las empresas asociadas a Saint-Charles Export no tienen destinos privilegiados establecidos. Su visión es más ambiciosa ya que miran a todos los países del continente europeo por igual. "Brindamos un servicio y un sa-

Desde 2007, los porcentajes de ventas entre el mercado nacional francés y la exportación mantienen una línea ascendente

que ofrece desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre; por los diferentes orígenes; por su oferta en convencional como en ecológico; por su capacidad de servir camiones completos o realizar grupajes; por una logística bien establecida y controlada que dispone, y por la presencia diaria en Saint-Charles de una gran flota de transportistas europeos para garantizar salidas diarias a las principales zonas de consumo francesas y extranjeras, "nos permite prospectar y ofrecer nuestros servicios en todo el continente europeo".

A pesar de estar en disposición de atender a las demandas de cualquier país, Suiza, Alemania e Italia encabezan el ranking de los países a los que más mercancías frescas se exportan desde Saint-Charles.

En el corto-medio plazo SCE se centrará en "continuar y expandir nuestras acciones en países de alto potencial, particularmente en el norte, centro y este de Europa".



Entrada al mercado Saint-Charles International. / ARCHIVO

■ RETOS

Sin mencionar los problemas que durante este ejercicio 2020 está generando la pandemia de la COVID-19, uno de los desafíos que se enfrenta la gran plataforma de Saint-Charles es precisamente fortalecer su carácter "multimodal" con la implementación de "nuevos servicios marítimos en Port-Vendres y nuevos servicios ferroviarios de Perpignan a nuestros clientes franceses y europeos", explica Batlle.

■ ANTE LA PANDEMIA

Saint-Charles International (SCI), la primera plataforma de importación y exportación hortofrutícola de Europa, en el mes de febrero tomó todas las medidas necesarias para continuar con su actividad a pesar de la irrupción de la COVID-19.

En Europa, la crisis sanitaria se detectó por primera vez en Italia, un mercado de exportación importante para la plataforma francesa, por detrás de Alemania. El primer problema al que tuvieron que enfrentarse las empresas de SCI fue la recepción de los camioneros italianos que venían a cargar sus camiones. Desde el primer momento se implementaron protocolos de actuación y desde el SNIFL —Sindicato Nacional de Importadores-Exportadores de Frutas y Hortalizas— se organizó el grupo de trabajo con la participación de la dirección del mercado y la Agencia Regional de la Salud. A partir de aquí se establecieron medidas de seguridad para la recepción de los chóferes y para la carga y descarga de mercancías.

Con la disponibilidad de mascarillas y de gel hidroalcohólico garantizada, la plataforma, tuvo que lidiar con otros problemas: la dificultad de garantizar las cosechas y la logística con España. Cyril Gornes, director de Servicios de la plataforma de Perpignan explicaba que "en los primeros meses de primavera algunos camioneros se negaban a cruzar España", a lo que hubo que añadir además "el problema de poder asegurar las cargas de ida y retorno". Tradicionalmente, en los flujos Sur-Norte, los camiones van cargados con frutas y verduras, mientras que en los flujos Norte-Sur se centran en material industrial u otro tipo de mercancías no perecederas. Pero "con las medidas de contención y el cese de actividad en algunos sectores considerados no esenciales, no hubo nada de tránsito", y la consecuencia fue "un aumento de los costes del transporte al tener que hacer el retorno con el camión vacío". Y este incremento, de entre el 20 y el 50%, "se vio en el precio de las frutas y hortalizas en los supermercados".

Todos estos contratiempos afectaron a la cifra de negocio de la plataforma por lo que desde la dirección se activó un plan de contención de los gastos operativos en límites asumibles.

Tras superar los meses más duros de la crisis sanitaria y haber recuperado cierta normalidad durante los meses de verano, con la llegada del otoño y la amenaza de una segunda ola de contagios en Europa, desde Saint-Charles International el mensaje es claro, "tenemos el deber de continuar con nuestro trabajo para abastecer las tiendas". Para ello mantienen el plan de continuidad del negocio que implica trabajar los siete días de la semana, las 24 horas del día.