

Suiza/Austria



La agricultura austriaca: una clara apuesta por el ecologismo

Austria ha experimentado una reorientación de la producción agraria hacia los productos biológicos, consecuencia de la creciente demanda de la sociedad

ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Sostenibilidad, ecologismo, productos 'bio'... cuando se piensa en estos conceptos en materia de alimentación nos suelen venir a la mente países como Austria, Suiza o Alemania, que llevan por bandera el desarrollo sostenible y la lucha contra el cambio climático. Europa se encuentra claramente concienciada en este aspecto y, por ello, en los últimos años Austria ha ido reorientando la producción agraria hacia frutas y hortalizas biológicas debido a la creciente demanda de la sociedad por este tipo de productos, según explica un informe elaborado en 2022 por la Oficina Económica y Comercial de España en Viena.

Una reorientación que también se observa en España, la cual durante el año 2022 aumentó su superficie dedicada a la producción orgánica en un 1,5% hasta situarse en un total de 2.675.331 hectáreas, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

PRODUCCIÓN BIO

Los controles estatales de los productos agrarios en Austria son estrictos y el uso de hormonas en la cría de ganado, así como la plantación de semillas genéticamente modificadas están prohibidos. La tendencia hacia la reconversión de la producción agrícola hacia los productos biológicos ha sido clave: un 26,1% de la superficie cultivable se explota de forma biológica (es decir, sin el uso de fertilizantes y pesticidas químicos), lo que ha convertido a Austria en el principal país cultivador de productos biológicos a nivel mundial —en proporción sobre la superficie total—, según el último informe del Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica de Austria (FiBL).

El país austriaco fue el primero del mundo en aprobar una regulación sobre la producción ecológica de alimentos y, en un contexto en que el mercado ecológico sigue creciendo a nivel mundial, el mercado en Austria aumenta de forma sostenida en los últimos años llegando a representar más de un 8,9% de las ventas totales de alimentos y a romper la barrera de los 2.060 millones de euros, según datos del ICEX.

A nivel mundial, el 1,5% de las tierras agrícolas se dedican a la agricultura ecológica. En concreto, Austria destaca dentro de la Unión Europea por el porcentaje de tierra de cultivo explotado siguiendo criterios orgánicos. Y es que es el primer país en cuota de producción ecológica de cerea-



El país austriaco fue el primero del mundo en aprobar una regulación sobre la producción ecológica de alimentos. / ARCHIVO

les (15,6%, seguido de Estonia y Suecia), el segundo en verduras (25,9%, por detrás de Dinamarca) y el tercero en legumbres (59%, por detrás de Grecia), y uva (12,2% por detrás de Italia y Francia).

CONSUMO

Las tendencias de consumo entre la sociedad austriaca siguen cambiando. Según afirma el Ministerio de Agricultura, Regiones y Turismo de Austria, su conciencia ecológica se ha incrementado, como ya se lleva observando en los últimos años, y muestran predisposición por pagar un precio más alto por las variedades ecológicas de los alimentos. Austria se sitúa como el tercer país de la Unión Europea en gasto per cápita anual en productos ecológicos (205 euros/persona), sólo por detrás de Dinamarca y Suiza.

Un 26,1% de la superficie cultivable se explota de forma biológica, lo que ha convertido a Austria en el principal país cultivador de productos biológicos a nivel mundial

El consumidor austriaco es exigente por naturaleza y la trazabilidad, la procedencia y las certificaciones son hoy en día los principales requisitos a la hora de confeccionar la cesta de la compra

Desde su entrada en la Unión Europea, en Austria se aplica la legislación comunitaria en la producción ecológica de alimentos.

Aunque existen otras asociaciones de productores, como Bio Austria, que exigen a sus miembros el cumplimiento de

normativas adicionales. Este es un elemento pionero que aumenta la conciencia entre los consumidores, pues los austriacos valoran más aquellos otorgados por asociaciones sectoriales y de producción austriacos, atribuyéndoles una mayor credibilidad.

El consumidor austriaco es exigente por naturaleza y la trazabilidad, la procedencia y las certificaciones son hoy en día los principales requisitos a la hora de confeccionar la cesta de la compra.

EL SECTOR EN AUSTRIA

El sector primario representa el 1,2% del Valor Añadido Bruto (VAB) austriaco. Las principales zonas agrícolas de Austria se encuentran al norte y noreste de los Alpes y a ambos lados del Danubio, extendiéndose hasta las llanuras fronterizas con Hungría.

En estas zonas predominan los cultivos de cereales, frutales y viñedos. El estado federal de mayor superficie cultivada es Baja Austria, seguido por Alta Austria, Burgenland y Estiria. En zonas más occidentales, actividades principales son la cría de ganado, el cultivo de forrajes y la silvicultura.

Las producciones agrarias austriacas más importantes son leche, carne bovina y porcina, cereales, hortalizas, vino, huevos, fruta fresca, aves y semillas y frutos oleaginosos.

Gran parte de la superficie cultivada en Austria se dedica al cultivo de cereales, sobre todo al cultivo de forrajes y de frutos oleaginosos. En menor medida se cultivan también hortalizas y leguminosas.

Además, la agricultura y silvicultura austriaca siguen ejerciendo un efecto importante sobre otros sectores como la industria de maquinaria agrícola, la construcción, el comercio y particularmente sobre el turismo.

EXPORTACIÓN

Austria pone el foco en los productos frescos españoles y la exportación de frutas al país austriaco en 2022 ha tenido un valor similar al de 2021 y el de las hortalizas y legumbres ha crecido un 24%, superando en conjunto notablemente los valores prepandemia, según el informe elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Viena en 2022.

Así, las frutas y hortalizas frescas constituyen ya capítulos importantes de las exportaciones nacionales a Austria y continúan ofreciendo oportunidades para los exportadores españoles.

JC Bellido Gonzalez GmbH
Obst & Gemüse Vertretungen

Kurt-Tichy-Gasse 1 /3/ 18 • A-1100 Wien
Tel.: +43 1 968 83 12 • Fax: +43 1 2533033 3225
Tel. Móvil: +43 699 10207455
Skype: carlos_bellido
E-Mail: office@spain2austria.com
www.spain2austria.com



DANIELE D'ADDIO / Product Manager de PPO Services AG

“El mercado suizo en general es consciente de las ventajas de los productos españoles”

El origen ‘España’ de las frutas y hortalizas presentes en Suiza está bien establecido desde hace muchos años, siendo la principal procedencia de muchos productos, gracias al trabajo de empresas como PPO Services AG. Desde su Dpto. de Proyectos y Sostenibilidad, Daniele D’Addio analiza la situación del mercado helvético y las novedades que presenta esta empresa dedicada a la importación-exportación hortofrutícola con más de 77 años de experiencia a sus espaldas y con el producto español siempre como bandera.

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. Comprender las necesidades de los clientes y actuar en consecuencia es el ‘modus operandi’ de PPO Services AG, pero a finales de 2023, ¿cuáles son esas necesidades?

Daniele D’Addio. Cada cliente tiene su propia actividad principal y un enfoque correspondiente. Según el tamaño y la orientación de la empresa, los requisitos pueden variar mucho.

Los mayoristas se centran principalmente en la sostenibilidad y la huella de carbono. Sus objetivos son ambiciosos y están orientados al largo plazo. Por regla general, son los pioneros y los que marcan tendencia en estas cuestiones. Los clien-

tes medianos y pequeños siguen queriendo optimizar sus compras y su logística. Esto no es menos exigente para nosotros.

VF. ¿Son muy diferentes según el cliente?

DA. A menudo son las mismas, pero tienen una relevancia desplazada en el tiempo. Para los implicados, sin embargo, siempre vale lo siguiente: mantener el rumbo económico de la propia empresa y definir las medidas adecuadas para garantizarlo.

VF. Como todo en la vida, el sector de las frutas y hortalizas evoluciona... Desde su carrera profesional en este sector, ¿cómo ha cambiado esta actividad? En su opinión, ¿cuáles son los cambios más relevantes?



Daniele D’Addio destaca los cambios que ha tenido el negocio de la fruta. / ARCHIVO

“En los últimos 25-30 años, nuestro sector ha cambiado mucho. Sin duda, la tecnología ha contribuido mucho a ello”

DD. En los últimos 25-30 años, nuestro sector ha cambiado mucho. Sin duda, la tecnología ha contribuido mucho a ello. Antes, los faxes, los télex, los teléfonos fijos, los blocs de notas, la papelería y las reuniones cara a cara eran indispensables para los negocios. La mayoría de las cosas se anotaban a mano, como en la bolsa. Muchas transacciones eran una auténtica aventura (nos gusta recordar viejas historias).

Con el tiempo, los teléfonos móviles (una bendición y una maldición al mismo tiempo), el correo electrónico, los nuevos programas y sistemas, el aumento de las capacidades informáticas y, por último, pero no por ello menos importante, el ya insustituible WhatsApp, han cambiado mucho nuestra forma de hacer negocios.

Gracias a la tecnología, han aumentado las capacidades y se han simplificado muchas cosas, pero han aumentado las exigencias (360 grados), ha aumentado la complejidad y ha disminuido el contacto personal (lo que sin duda es una pena). Y gracias al aumento de las capacidades, la velocidad y el ritmo también han aumentado considerablemente.

Valencia Fruits donde y como quieras

Recibe Valencia Fruits cada semana. Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia fruits

Valencia Fruits y Anuario*

España: 187,50 Euros (IVA incluido)

Europa: 320,00 Euros

Resto países: 395,00 Euros

Anuario Hortofrutícola

Suscriptor VF: 35,00 Euros (+envío)

No suscriptor VF: 60,00 Euros (+envío)

(Anotar X en la forma elegida)

* Valencia Fruits incluye el envío del semanario durante un año y del Anuario a la dirección del suscriptor

Enviar por e-mail a Valencia Fruits: info@valenciafruits.com o por correo postal a Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2 - 46005 VALENCIA

EMPRESA: _____ DNI/NIF: _____

DE ACTIVIDAD: _____ CP: _____

CON DOMICILIO EN: _____

CALLE: _____ NÚMERO: _____ TEL.: _____

E-MAIL: _____

DESEA SUSCRIBIRSE AL SEMANARIO VALENCIA-FRUIITS, POR EL PLAZO DE UN AÑO, HACIENDO EFECTIVO EL IMPORTE DE LA SUSCRIPCIÓN POR:

BANCO/CAJA: _____ IBAN Nº _____

Firma _____

Las nuevas orientaciones de compra de los mayoristas y otras empresas importantes también han provocado cambios significativos en el mercado suizo. A pesar de todos los cambios exigentes, nuestro trabajo ha seguido siendo emocionante y satisfactorio.

VF. *La defensa de los productos españoles por parte de PPO Services AG consiste en convencer a los compradores suizos de que la oferta española responde a sus necesidades y expectativas. ¿Tiene este mensaje un buen efecto en los suizos?*

DA. La procedencia española está establecida desde hace muchos años en el surtido suizo de frutas y hortalizas y es la principal procedencia de muchos productos. El mercado suizo en general es consciente de las ventajas de los productos españoles.

VF. *¿Cuáles son los productos hortofrutícolas españoles más demandados en PPO Services AG?*

DA. Entre las frutas, destacan los kakis, las naranjas, las mandarinas y las fresas.

En cuanto a las hortalizas, destacan los calabacines, pimientos, pepinos, brócolis, coliflores y boniatos.

Por supuesto, también vendemos muchos otros productos españoles.

VF. *A pocos meses de estrenar un nuevo año, en el contexto de la situación económica internacional, ¿cuál es el factor decisivo para los consumidores suizos a la hora de comprar frutas y hortalizas?*

DA. Durante mucho tiempo, en Suiza nos hemos definido casi exclusivamente en térmi-



Imagen de las instalaciones de PPO Services AG en la localidad suiza de Däniken. / PPO SERVICES AG

nos de calidad. Eso no ha cambiado en su mayor parte. Lo que cada vez se nota más es la creciente afinidad al precio; el cliente suizo también busca la oferta o el mejor precio.

Al mismo tiempo, en la gama hay espacio para productos excepcionales que destacan sobre todo por su sabor.

VF. *¿Le preocupa a PPO Services AG la disminución del consumo de frutas y hortalizas frescas con cifras cada vez más bajas?*

DA. Por supuesto, cualquier cambio negativo nos pone un poco nerviosos a nosotros y a todos los participantes en el mercado. Tenemos suerte de seguir bien situados en el mercado.

VF. *PPO Services AG está bien posicionada en el comercio suizo y también opera en otros países europeos desde hace algunos años. ¿En cuáles? ¿Cómo se está desarrollando la línea de exportación?*

“Gracias a la tecnología, han aumentado las capacidades y se han simplificado muchas cosas, pero han aumentado las exigencias (360 grados), ha aumentado la complejidad y ha disminuido el contacto personal (lo que sin duda es una pena)”

“Cada vez se nota más la creciente afinidad al precio; el cliente suizo también busca la oferta o el mejor precio”

DA. Nuestro departamento de Alemania lleva años atendiendo a muchos clientes habituales, y el número no deja de crecer. Debido al aumento de los volúmenes, hemos reforzado nuestro equipo con nuevos empleados.

También estamos representados en Austria, donde trabajamos con un pequeño grupo de

clientes habituales.

VF. *¿Hay novedades en la plataforma de frutas tropicales de Helfer SL? ¿Es un tipo de producto con buena salida comercial?*

DA. Efectivamente Georges Helfer SA se ha integrado de forma completa y muy eficaz en el grupo de empresas de PPO. GHSA se está convirtiendo en uno de los principales actores

en el mundo de los exóticos en Suiza, y los trabajos de ampliación de las instalaciones que se están llevando a cabo nos permitirán de servir aun mejor a nuestros fieles clientes.

VF. *¿Qué frutas tropicales conforman la oferta de PPO Services AG?*

DA. Los principales productos son aguacate, mango, fruta de la pasión, boniato, higos frescos, papaya, lichis, granadas y jengibre.

También disponemos de un gran surtido compuesto por muchos productos que se venden en pequeñas cantidades. Estos productos suelen venderse sobre todo en la Semana Santa y Navidad. En esta época, enriquecen muchos menús festivos.

VF. *¿Cómo se presenta la temporada de invierno?, ¿Qué podemos decir de las ventas en este momento, hay un flujo constante?, ¿Qué invierno se espera en Suiza?*

DA. Dependiendo del producto, ya hemos empezado con más o menos éxito. Por ejemplo, ha habido algunos retrasos con los tomates y no podremos empezar con cantidades hasta principios de noviembre. La venta de cítricos es bastante lenta por el momento.

Las ventas de verdura y ensalada en octubre/noviembre en Suiza dependen mucho de las cantidades disponibles de la producción local.

En cuanto a las previsiones, es más que difícil predecir cómo se desarrollará el invierno. Sería deseable un ‘año normal’, si esto es posible en frutas y hortalizas.

Su partner
para la importación y la distribución
de productos hortofrutícolas
en Suiza y Europa.



Peragri
ALLIANCE

www.ppo.foundation.ch



PPO Services AG
CH-4658 Däniken T +41 62 207 54 54 F +41 62 212 81 31
info@ppo.ch www.ppo.ch

