HELDER NICO / Plastidom-Domplex

"Mantenemos proyectos e inversiones para garantizar el mejor servicio al cliente"

Tal como explica Helder Nico, aprender cómo superar cada nueva dificultad y seguir adelante ha sido uno de los grandes retos de Plastidom en este periodo con la pandemia de la COVID-19 como protagonista.

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Como empresa auxiliar que suministra productos esenciales para la agricultura y la industria agroalimentaria —sectores prioritarios e indispensables— Plastidom continua adelante con sus proyectos e inversiones, y en breve presentará nuevas soluciones de envases para servir cada vez mejor a sus clientes y mostrarles que siempre estarán a su lado para garantizarles su actividad y desarrollo.

Valencia Fruits. *¿Qué impresiones ha dejado en Plastidom el año 2020 desde el punto de vista empresarial?*

Helder Nico. Todo un año bajo una pandemia en los tiempos modernos no tiene precedentes que ayuden a saber cómo superar una situación de tal magnitud. Es por eso que hemos tenido que, y todavía seguimos, aprender cómo superar cada dificultad nueva y seguir adelante.

Plastidom forma parte de las empresas auxiliares que suministran productos esenciales para agricultura o industrias agroalimentarias, entre otras, que son prioritarias y indispensables para la supervivencia humana. Por lo tanto, nuestra responsabilidad es mantenernos con total actividad, teniendo en cuenta gastos adicionales que la COVID-19 impone y muchas otras dificultades como los suministros regulares de nuestros proveedores, reorganizaciones de personal, logísticas para distribuciones, etc.

VF. *Tras haber superado uno de los ejercicios más duros debido a los efectos de la crisis sanitaria, ¿cuál es 'la hoja de ruta' fijada por Plastidom para este 2021?*

HN. Nuestros esfuerzos se centran en mantener proyectos e inversiones con el fin de garantizar la actividad industrial con todos los recursos necesarios para la satisfacción de nuestros clientes y del mercado, además de responsabilidades sociales, económicas y otras.

Helder Nico asegura que Plastidom siempre estará al lado de sus clientes. / NR

> "Como empresa considerada esencial nuestra responsabilidad es mantener nuestra total actividad "

> "Seguir con nuestros proyectos es vital para mantener nuestro rumbo y servir mejor"

VF. *¿Plastidom pondrá en marcha algún nuevo proyecto o el próximo lanzamiento de alguna novedad? ¿En qué consiste?*

HN. Tenemos, en efecto, varios proyectos y novedades en curso, que presentaremos en cuanto sea posible.

VF. *¿Por qué esta apuesta por los nuevos proyectos?*

HN. La apuesta por continuar con nuestros proyectos y además permanecer abiertos a nuevos retos es fundamental para mantener nuestro rumbo y servir cada vez mejor a nuestros clientes, y que ellos estén seguros de que estaremos siempre que seamos necesarios para su actividad y desarrollo.

VF. *¿Cuáles son las previsiones que maneja Plastidom con respecto a su actividad empresarial? ¿Cómo prevén que se comporten los clientes y el propio mercado hortofrutícola?*

HN. El sector hortofrutícola es esencial ya que garantiza la supervivencia humana en cuanto a su necesidad básica: alimentarse. Un aspecto especialmente relevante en el contexto actual.

En este sector se encuentran muchos de nuestros principales clientes. El desarrollo de su propia actividad y la necesaria superación de todas las dificultades impuestas por la pandemia, generan la actividad industrial en las empresas auxiliares como Plastidom.

VF. *¿Qué cambios ha provocado la pandemia en el funcionamiento de la empresa?*

HN. Los cambios se han producido especialmente en la reorganización de los equipos de trabajo, pues, algunas personas están teletrabajando y otras, cuando es necesario físicamente, su presencia en la empresa, hay que aumentar los espacios entre ellos, junto con otras medidas que suponen alteraciones pero que son necesarias para garantizar la seguridad individual.

Por otro lado, hemos reforzado la comunicación por videoconferencias y teléfono, y otros medios con ayuda de internet tanto con proveedores como con clientes.

Imagen de los modelos Domplex que Plastidom mostró en Fruit Attraction'19 . / NR

ALAIN ALARCÓN / PDG de Banagrumes

"Orlana representa la fruta saludable, sostenible y directa del productor"

Después del lanzamiento de la marca Bio'Sélect, la empresa franco-española Banagrumes, siempre en busca de nuevos retos y oportunidades de negocio, lanza su segunda marca propia, Orlana desde el Mercado de Rungis.

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Tal como explica su presidente, Alain Alarcón a **Valencia Fruits**, se trata de un concepto innovador, que ofrece las mejores garantías al consumidor gracias a una relación "directo del productor", la puesta en relieve de sus certificaciones (Global GAP, Grasp, IFS, Fel'Partenariat...), el modelo de agricultura adoptada y los sellos de calidad como Denominaciones de Origen o Indicaciones Geográficas Protegidas.

Valencia Fruits. *Tras haber superado uno de los ejercicios más duros debido a los efectos de la crisis sanitaria, ¿cuál es 'la hoja de ruta' de Banagrumes para este 2021? ¿Tienen previsto poner en marcha algún nuevo proyecto o el próximo lanzamiento de alguna novedad?*

Alain Alarcón. Después de casi dos años del inicio de nuestro proyecto ecológico con Bio'Select, primera marca propia de Banagrumes, continuamos con el lanzamiento de nuestra nueva marca en fruta convencional sostenible "Orlana".

VF. *¿Qué representa la marca "Orlana"?*

AA. Orlana se ha creado con vistas a desarrollar una relación de confianza entre todos los componentes de la cadena alimentaria, desde el productor hasta el consumidor en el segmento convencional.

> "Orlana se ha creado con vistas a desarrollar una relación de confianza entre todos los componentes de la cadena alimentaria"

Con esta nueva marca queremos reafirmar que gracias a nuestra relación directa con nuestros productores, la fruta que seleccionamos es buena, está sana y que cuidamos al máximo del personal y del medio ambiente al producirla, envasarla y distribuirla. De ahí, la firma "direct producteur" que reivindica cada una de las etiquetas de la fruta, junto con el modelo de producción utilizado

El aguacate ha sido unos de los primeros productos que Banagrumes comercializa bajo la marca 'Orlana'. / BANAGRUMES

(integrada, residuo cero,…) cuando esa información es relevante, o la presencia de las certificaciones del productor (IFS, Global GAP, Grasp,…), así como la del distribuidor Banagrumes (Fel Partenariat) en cada envase.

Igualmente Orlana pone en relieve, en todos sus envases, cualquier Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP) a la que pertenezca el producto, como ha sido el caso con la granada Mollar de Elche.

VF. *¿Por qué el nombre Orlana?*

AA. Viene sencillamente del anagrama de mi apellido, Alarcón, sin la "c". Como representante de la 3ª generación de maduradores de plátanos y mayorista importador de frutas en el Mercado de Paris-Rungis.

¡Me gustaría que esta marca fuera mi legado para mis hijos!

"Orlana es la respuesta a las inquietudes del consumidor francés"

"Los objetivos logrados con Orlana superan nuestras expectativas"

VF. *¿Qué productos comercializará Banagrumes bajo esta nueva marca?*

AA. Orlana empezó sus primeros pasos en septiembre de 2020 con el mango español y el aguacate Hass de Perú, en octubre con la granada, siguió con el aguacate Hass español en noviembre y el kiwi siciliano en diciembre.

De cara a 2021, estamos a punto de lanzar la banana de Colombia en "comercio justo" este próximo mes.

Nuestra gama de productos se ampliará a medida que vayamos estudiando oportunidades con nuestros proveedores históricos, y con las ofertas que recibamos de nuevos posibles contactos interesados, siempre y cuando cumplan con los requisitos de Orlana.

VF. *¿Cuál es el balance que realiza Banagrumes de los primeros meses de andadura de Orlana?*

AA. Hasta el momento, los objetivos alcanzados por nuestra nueva marca han superado todas nuestras expectativas, ya que a día de hoy, el crecimiento de las ventas de Orlana mantiene una curva exponencial.

Orlana es el resultado de muchos años de experiencia, estructurando la empresa, desarrollando un sistema de calidad operativo desde el año 2001, consolidando nuestras relaciones con nuestros productores, y a la escucha de las tendencias de consumo actuales.

El consumidor de hoy en día, no tiene nada que ver con el de la posguerra o el del consumismo de la época del desarrollo de la gran distribución organizada. Las nuevas generaciones quieren consumir menos, pero mejor. Sin desperdiciar pero con garantías de que el dinero que se van a gastar va a ser meditada, de forma responsable, comprometida, comprando garantías.

Orlana también se ha creado principalmente como respuesta a las inquietudes del consumidor francés en relación al uso de pesticidas, y para proporcionar argumentos sólidos a nuestros propios clientes (detallistas, mayoristas, supermercados,…) que se encuentran impotentes ante las dudas de dicho consumidor.

Orlana pone de relieve cualquier DOP o IGP a la que pertenezca el producto como es caso de la DO Granada Mollar de Elche / BANAGRUMES

Orlana
DIRECT PRODUCTEUR

¡ La marca de fruta convencional, que cuida de tu salud y del planeta !

Para el productor significa :

- Beneficiarse de la reputación comercial del distribuidor Banagrumes en Francia.
- Posibilidad de desarrollar una red de distribución de forma rápida y segura en el mercado francés.
- Beneficiarse de la visibilidad creada por la gama de productos ya existentes en Orlana.

Para el distribuidor y el consumidor supone :

- La garantía «directo del productor».
- La selección de la mejor fruta convencional certificada y sostenible.
- La garantía de calidad y origen certificada en la que puedan confiar.

▶ Toda nuestra actualidad en : www.banagrumes.com

banagrumes multi spécialiste du fruit

Banagrumes – 5, rue de Montpellier – Bât. D2 – CP 40332 – 94622 Rungis Cedex
Tél. : +33(0)1 45 12 28 40 – Fax : +33(0)1 45 60 52 34 – E-mail : banagrumes@banagrumes.com