

## EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN FRANCIA



OFICINA ECONOMICA Y COMERCIAL DE LA  
EMBAJADA DE ESPAÑA EN PARIS.

## ***TABLA DE CONTENIDOS***

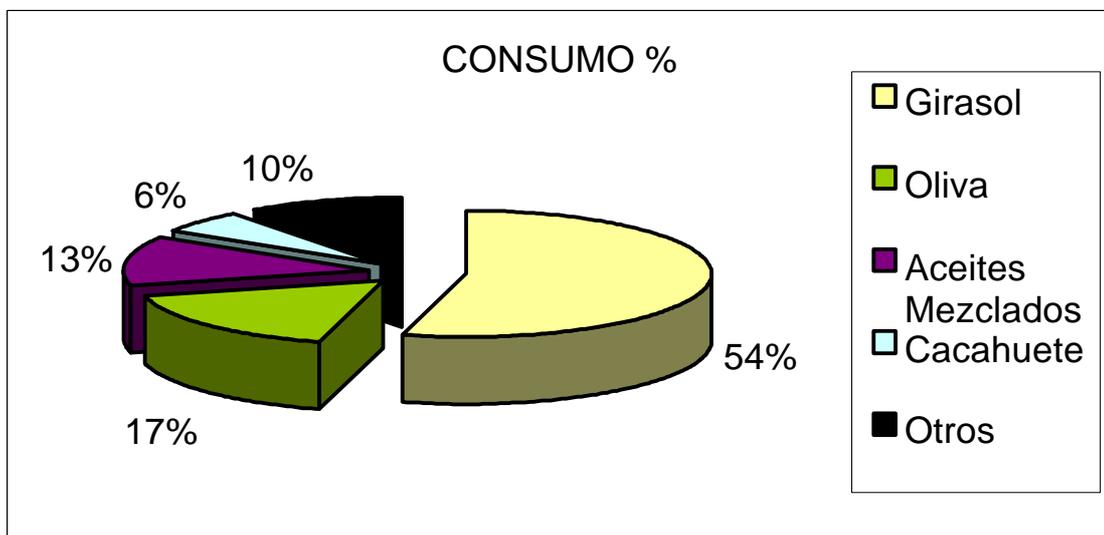
<b><u>1. INTRODUCCIÓN .....</u></b>	<b><u>3</u></b>
<b><u>2. LA PRODUCCIÓN FRANCESA DE ACEITE DE OLIVA .....</u></b>	<b><u>4</u></b>
<b><u>3. EL CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA. SU MERCADO.....</u></b>	<b><u>6</u></b>
<b><u>4. LA IMAGEN DEL ACEITE DE OLIVA.....</u></b>	<b><u>11</u></b>
<b><u>5. LAS TENDENCIAS.....</u></b>	<b><u>12</u></b>
<b><u>ANEXOS .....</u></b>	<b><u>15</u></b>
BUDGET ANNEXE DES PRESTATIONS SOCIALES AGRICOLES. <b>BAPSA.....</b>	<b>16</b>
MARCAS Y PRECIOS.....	<b>18</b>
LA “FILIÈRE” DEL ACEITE DE OLIVA EN FRANCIA .....	<b>20</b>
FÉDÉRATION DE L’INDUSTRIE ET DU COMMERCE DES HUILES D’OLIVE DE FRANCE. FEDICO. ....	<b>22</b>
DIRECCIONES DE INTERÉS EN ESPAÑA.....	<b>23</b>
PRINCIPALES IMPORTADORES DE ACEITE EN FRANCIA .....	<b>24</b>
<b><u>BIBLIOGRAFIA.....</u></b>	<b><u>25</u></b>

## 1. INTRODUCCIÓN

El mercado francés de los aceites está representado no sólo por aquellos más conocidos como el aceite de girasol, colza, maíz u oliva sino por todo un abanico que incluye aceites de sésamo, de nuez, de piñones, de almendra de pistacho, de avellana y de pepitas de uva entre otros.

La presente nota tiene como objetivo el análisis del mercado, en Francia, de aceite de oliva, concretamente el aceite virgen extra pues el refinado y las mezclas de refinado con virgen extra quedan fuera del interés de los consumidores franceses. Queda delimitado, de esta manera, el presente estudio a la partida arancelaria 15.09.10.90 de título “Aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente (excepto lampante)”.

Según los últimos datos disponibles, el consumo de aceites y grasas en Francia disminuye paulatinamente, sin embargo el consumo de aceite de oliva es el único que aumenta al mismo tiempo que se consolida:



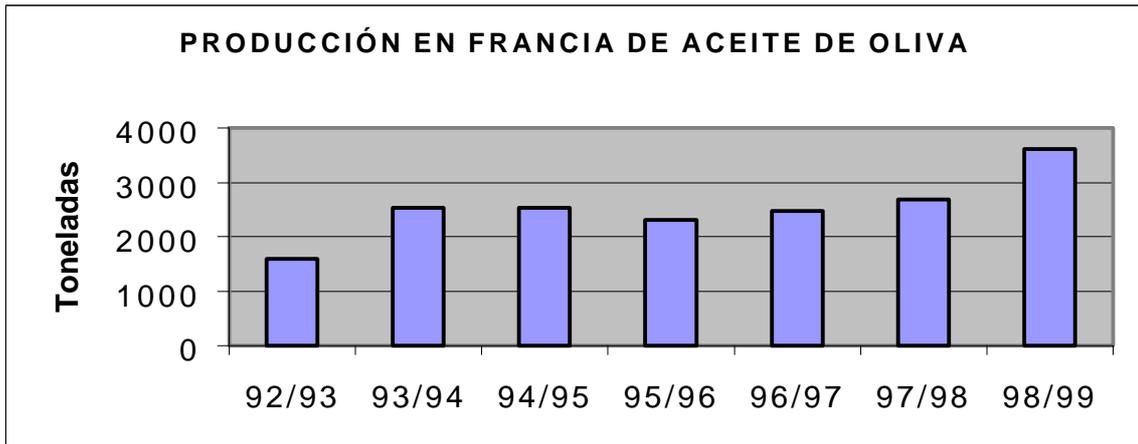
Datos de 1.998 Fuente IRI-SECODIP

Por otro lado en 1.998 el porcentaje del valor del mercado de aceite de oliva superó al resto con un 38,5% del valor del conjunto de aceites frente a un 33,5 de girasol, aunque este año fue un poco excepcional por ser en esta época (años 1.997-1.998) cuando el consumo de aceite de oliva se disparó con lo que aumentaron los precios.

## 2. LA PRODUCCIÓN FRANCESA DE ACEITE DE OLIVA

En la siguiente tabla se muestra la evolución de la producción francesa de aceite de oliva en toneladas:

	92/93	93/94	94/95	95/96	96/97	97/98	98/99
<b>PRODUCCIÓN</b>	1.598	2.535	2.538	2.307	2.477	2.694	3.608



Fuente CEAO (Comité Economique Agricole del'Olivier)

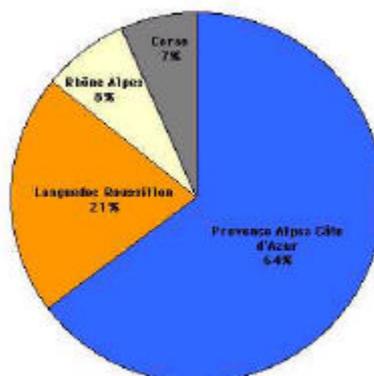
Esta producción se concentra en trece provincias del sudeste de Francia de entre las cuales Provence-Alpes-Côte d'Azur concentra el 75 % de la producción francesa.

La "filière" oleícola francesa consta de:

- 20.000-25.000 productores
- 150 molinos y cooperativas
- 20.000 Ha de olivares
- 3'5 millones de olivos que se reparten por zonas según el siguiente gráfico:

DE 40  
Plan de Support  
34970.LaFée

**Répartition du nombre d'oliviers en France sur la période 1985-1995**  
(Source SIDO)



Se trata de un sector productor que, ante el gran aumento del consumo de aceite de oliva y los precios de éste en los últimos años en Francia, es cada vez más dinámico y organizado y trata de retomar posiciones en su propio mercado, en donde pretende aumentar su presencia mediante el aumento de su propia producción pues

**3.500 nuevas Ha de olivar en Francia** hasta el año 2.001 en el marco de la OCM del aceite de oliva. Lejos, aún así de los 26 millones de olivos que había a mediados del siglo XIX.

La olivicultura francesa se ha organizado entorno a una asociación interprofesional llamada AFIDOL (Association Française Interprofessionnelle de l'Olive) la cual reagrupa distintas federaciones y sindicatos:

- FOPO: Fédération française des producteurs d'oléagineux et protéagineux. Section olive
- FSPAOC: Fédération des syndicats de producteurs d'olives et huile d'olive d'appellation d'origine contrôlée.
- FNPHP: Fédération nationale des producteurs horticulteurs et pépiniéristes.
- FCO: Fédération des Coopératives oléicoles
- SNM: Syndicat national des mouliniers
- FEDICO: Fédération française de 'l'industrie et du commerce des huiles d'olive.

Asimismo existen otras organizaciones tales como la CEAO (Comité économique agricole de l'olivier), COPEXO (Comité pour l'expansion de l'huile d'olive) que se encargan del apoyo al cultivo del olivo y la difusión de información técnica referida al cultivo en sí y a la obtención del aceite. Estas asociaciones están apoyadas a su vez por organismos oficiales tales como el Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación francés o el Instituto Nacional de Investigación Agronómica INRA.

Existen dos denominaciones de origen de aceite de oliva en Francia:

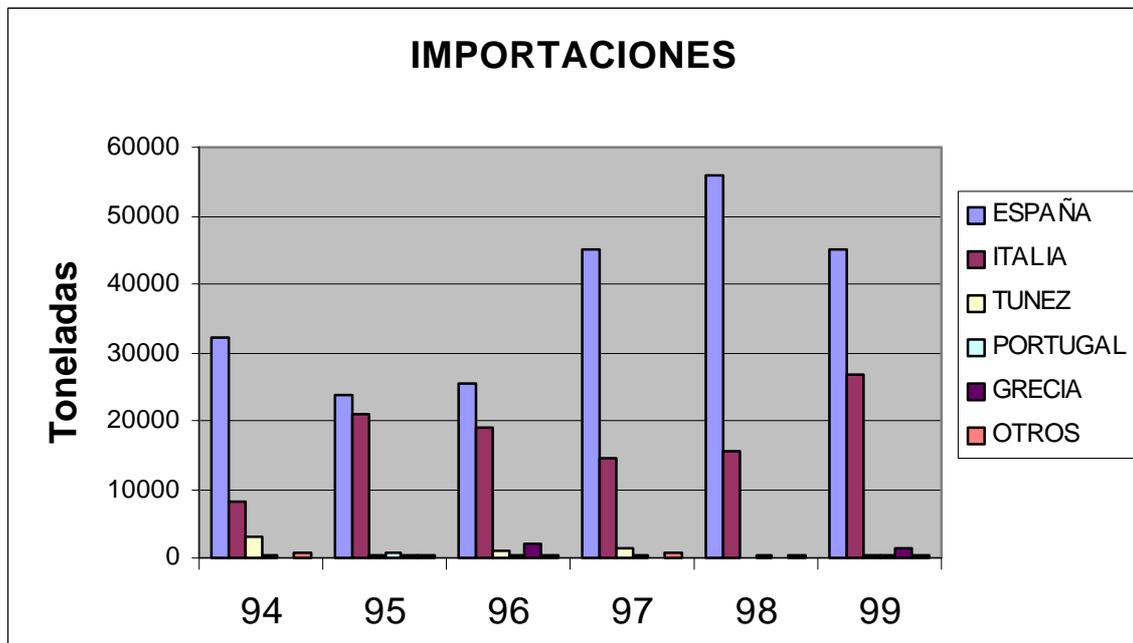
- Appellation d'origine Contrôlée Nyons (Desde 1994).
- Appellation d'origine Contrôlée Vallée des Baux (Desde 1997).

Otras diez denominaciones pueden aparecer en los próximos años, pues frente a las ingentes importaciones procedentes de España e Italia principalmente, la estrategia competitiva del productor francés es la "diversidad y autenticidad" del aceite fabricado en el sur de Francia ya que no pueden competir en precios.

### 3. EL CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA. SU MERCADO

La producción propia es incapaz de abastecer la demanda creciente de aceite de oliva en Francia por lo que es necesaria la importación. En los siguientes gráficos se observa la evolución de estas importaciones y cuales son los países de origen.

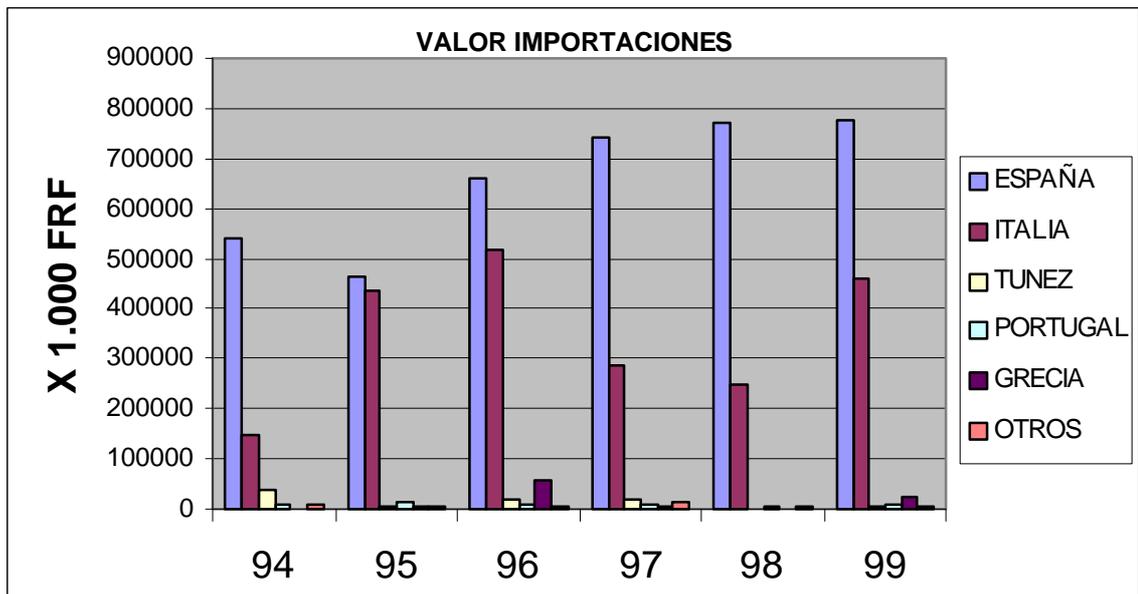
	94	95	96	97	98	99
	32.328	23.796	25.446	44.930	56.087	45.104
<b>ITALIA</b>	8.084	20.941	18.968	14.625	15.718	26.768
<b>TUNEZ</b>	3.161	324	915	1.331	23	304
<b>PORTUGAL</b>	313	545	260	368	327	382
<b>GRECIA</b>	6	426	2.112	157	118	1.190
<b>OTROS</b>	559	315	304	601	391	283
<b>TOTAL</b>	44.445	46.346	48.005	62.012	72.664	74.032



Fuente: DNSCE

En valor (X 1.000 FRF):

	94	95	96	97	98	99
<b>ESPAÑA</b>	542.617	463.751	661.747	742.751	769.022	776.672
<b>ITALIA</b>	148.425	433.784	518.119	288.457	248.749	458.529
<b>TUNEZ</b>	38.202	5.113	20.617	18.189	441	4.561
<b>PORTUGAL</b>	8.393	13.057	7.818	8.638	5.101	7.653
<b>GRECIA</b>	10	7.146	58.809	3.295	2.241	21.593
<b>OTROS</b>	8.292	6.157	6.597	12.016	6.967	4.681
<b>TOTAL</b>	<b>745.939</b>	<b>929.008</b>	<b>1.273.707</b>	<b>1.073.346</b>	<b>1.032.521</b>	<b>1.273.689</b>

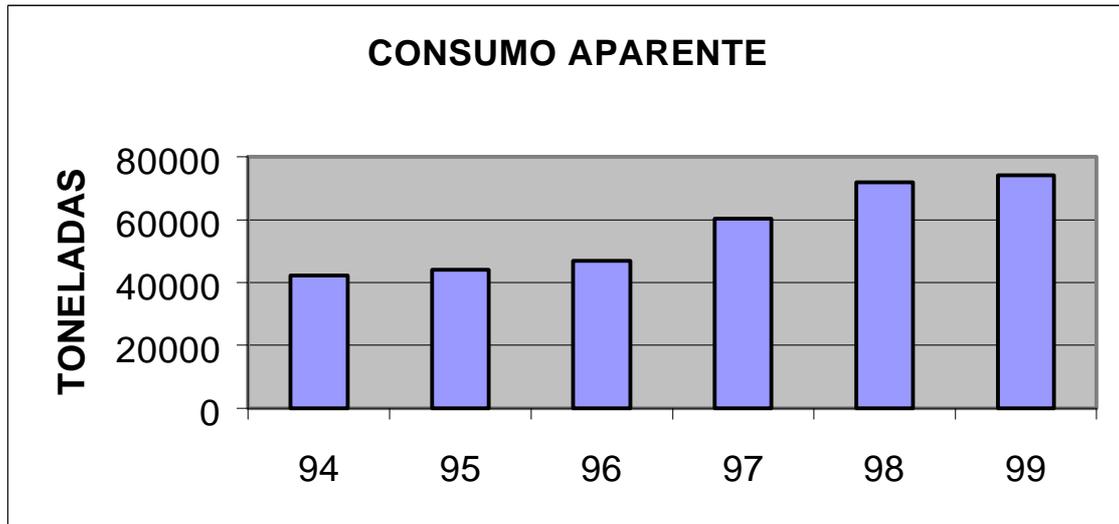


El saldo comercial de Francia en cantidad de aceite de oliva se refleja en la siguiente tabla (Toneladas):

	94	95	96	97	98	99
IMPORTACIONES	44.445	46.346	48.005	62.012	72.664	74.032
EXPORTACIONES	4.668	4.668	3.437	4.174	3.448	3.494
SALDO	-39.777	-41.678	-44.568	-57.838	-69.216	-70.538

La evolución del consumo aparente (CA) queda por tanto en toneladas:

	94	95	96	97	98	99
<b>C.A.</b>	<b>42.312</b>	<b>44.216</b>	<b>46.875</b>	<b>60.315</b>	<b>71.910</b>	<b>74.146</b>



El fuerte crecimiento de este mercado ha atraído la atención de las zonas productoras sobre todo españolas, las cuales se encuentran en una situación difícil dada sobre todo la gran producción que solo en España supera, según cosechas, los 1.000 millones de toneladas de aceite. La búsqueda de nuevos mercados ha hecho pues que se acoja con mucho optimismo este interés francés por el aceite de oliva tratando los productores españoles de posicionarse.

Los mejor posicionados son:

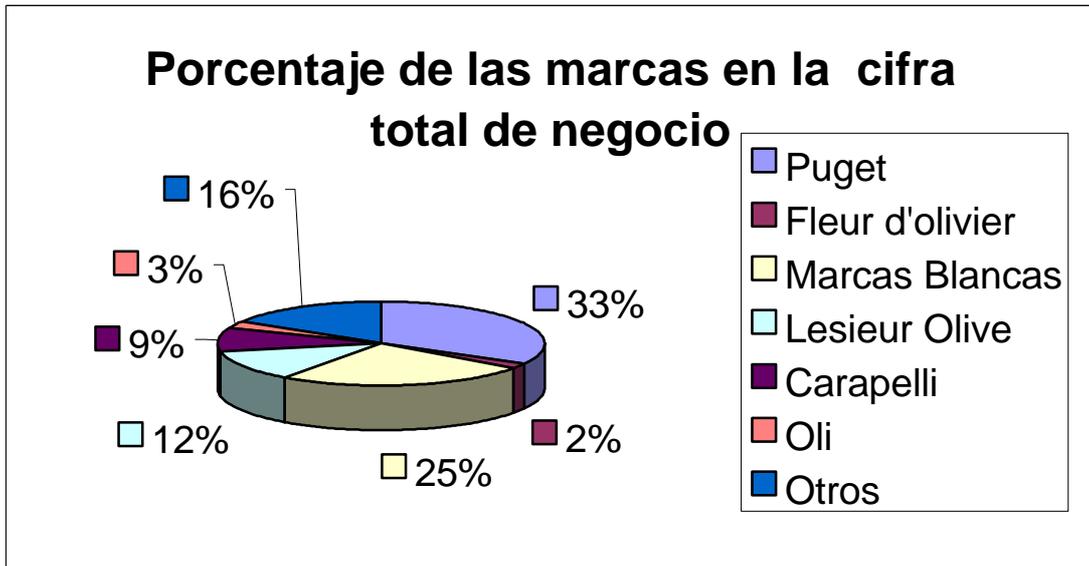
- ◆ Las grandes empresas productoras-distribuidoras de aceites y grasas, tales como Astra-Calvé, Lesieur o Maille.
- ◆ Las empresas de gran distribución, que también venden el aceite de oliva bajo sus propias marcas blancas. Auchan (Alcampo) lanzó en varios de sus hipermercados la “cave á huile” o bodega de aceites. Otras cadenas han lanzado aceites indicando la procedencia.
- ◆ Los exportadores italianos, como primeros competidores de los españoles en este mercado, aprovechando su imagen en Francia de país “mediterráneo” por excelencia e incluso de “país del aceite de oliva de calidad”, unido a su mayor agresividad comercial y a su ventaja respecto de España de una mayor experiencia del mercado Francés en el marco de la C.E.E., ha hecho que también tengan una posición más ventajosa, con más marcas de aceite de oliva presentes,

Astra-Calvé (groupe Unilever) es el líder del mercado con las siguientes marcas: Puget y en segundo lugar Fleur d'olivier. Son mezclas de distintos aceites de oliva, de distintas procedencias consiguiendo gustos homogéneos con los que han conseguido fidelizar una buena parte de los consumidores. Además de las citadas marcas en abril del año pasado lanzaron "Selection Speciale 1999", una selección de aceites nuevos de la cosecha del invierno anterior. En el año 2.000 se ha renovado esta iniciativa acompañada de una fuerte presencia en los medios de comunicación y de una página en Internet en la que además de toda la información sobre el aceite hay recetas con aceite, concursos para viajes a Provence y otras ofertas.

Lesieur, líder en el mercado global de aceites y tercero en aceite de oliva, (segundo según las fuentes) cuyas marcas más conocidas son Lesieur olive, Carapelli y Oli también ha hecho lanzamientos recientes de aceite de oliva "première pression à froid" perfumado con albahaca e hierbas de Provenza, dentro de la gama de productos "Jardin d'Orante" que consiste en diferentes aceites, sobre todo girasol, cuyas botellas de 25 cl recuerdan a las del aceite de oliva y están perfumados con distintas hierbas y sabores como ajo y cebolla.

En 1.999 el mercado francés de aceite de oliva se repartía como muestra el siguiente gráfico en el que en "Otros" se incluyen todas las pequeñas marcas francesas, italianas y españolas, que se han introducido con más o menos éxito en el mercado francés y que normalmente tienen otros canales de distribución distintos a los de los supermercados e hipermercados, es decir tiendas especializadas en aceites o productos gourmets.

Además las pequeñas marcas tienden a diferenciarse introduciendo esencias y sabores en los aceites (ajo, romero). Ejemplos de estas marcas son: Á L'olivier, Marius&Olive y otras que corresponden a aceites de Denominación de Origen, aceites monovarietales y otros aceites procedentes de molinos particulares que emprenden su propia aventura comercializadora.



#### 4. LA IMAGEN DEL ACEITE DE OLIVA.

El consumo ha pasado de 0'78 litros por persona en 1994 a 1'37 litros/persona en 1999. Este interés por el aceite de oliva crece de manera ininterrumpida, impulsado sobre todo por su asociación con la “dieta mediterránea” la cual se percibe como una alimentación sana, de mucho sabor y cuyos productos son muy naturales, sin aditivos ni conservantes.

El mediterráneo está de moda en Francia porque los consumidores buscan nuevos sabores, aunque lamentablemente la imagen de la dieta mediterránea “del sur de Europa” está más identificada con Italia que con España. Aunque poco a poco nuestra imagen mejora, gracias en gran parte a la labor promocional que se lleva a cabo en este país por el sector exportador español ASOLIVA en colaboración con el ICEX, y en las revistas especializadas ya se publican artículos haciéndose eco de que España es el primer productor mundial de aceite de oliva y de que es también un productor de calidad.

El aceite de oliva no es todavía un producto de uso generalizado en Francia como lo pueda ser en otros países mediterráneos, de hecho está más considerado un “condimento” del tipo especias, hierbas aromáticas o mostaza. En tiendas especializadas y de productos gourmets de la región de París la presentación, a veces exagerada, siempre se hace en *botella de vidrio* y con etiquetas explicativas muy sugerentes a imagen de los grandes vinos, que le confieren un carácter gourmet que ha servido como excusa para que los precios se desorbiten sobre todo cuando se trata de aceites franceses de denominación de origen (entre 2.000 y 3.000 pesetas los 75 cl). En los supermercados, aunque no se llega a esta situación, también se presenta en botella de vidrio y los precios oscilan entre 750 y 1.000 pesetas los 75 cl.

Las razones son básicamente culturales y culinarias. Excepto en el sudeste de Francia, que es la zona más mediterránea el aceite de oliva ha sido hasta hace poco casi un desconocido, sobre todo por encima de la línea imaginaria que marca el valle del río Loira. Como ejemplos: las *ensaladas*, donde los franceses ponen “vinagreta” en lugar de aceite de oliva, y aunque la base de ésta es un aceite, que podría ser el de oliva, la cantidad empleada será mucho menor que si se aliña la ensalada al estilo *frituras*, si es que se hacen lo cual es raro en Francia salvo para las patatas fritas, nunca se realizan con aceite de oliva y como tercer ejemplo, es difícil convencer a un francés de que una *tostada* con aceite de oliva y tomate para el desayuno es algo delicioso y sano.

## 5. LAS TENDENCIAS.

Hasta el momento, a pesar de los esfuerzos de los productores en términos de calidad del aceite y presentación del embotellado además de las numerosas promociones y degustaciones que se realizan, el consumidor se encontraba con que la oferta en los lineales era bastante escasa en cuanto a variedad y de poca originalidad pues se trataba de dos o tres marcas muy conocidas, además de las marcas blancas, que ocupan la mayor parte del mercado (Puget, Lesieur, ...) y que son producto de la mezcla de distintos aceites (vírgenes extra siempre) con lo que pretenden conseguir una homogeneidad de sabor a lo largo del año.

Se está experimentando una evolución hacia la diversidad y la diferenciación y cada vez son más las referencias que encontramos en los lineales por lo que en lo sucesivo la estrategia será la de presentar el aceite con todas sus características diferenciadoras tales como procedencia, denominación de origen, molino o empresa que lo produce, tratando en todo momento de atraer la atención del consumidor, que a medida que conoce el aceite de oliva es más exigente y se inclina por aquellos que ofrecen una mayor imagen de “producto biológico” y sano.

En Francia se valoran mucho las Denominaciones de Origen “Appellations d’Origine Controlées”, que engloben la producción de una “área histórica” o con unas características especialmente buenas pues transmiten la impresión de un “saber-hacer” secular que proporciona un producto incomparable. Aquellos aceites que disfruten de estas denominaciones o que sean especialmente buenos por alguna de sus características, la estrategia que desarrollar sería la misma que la empleada en los vinos, es decir, clasificar los aceites según la “bodega “de procedencia, según la “añada” y por supuesto según las características organolépticas.

Son sobre todo las tiendas especializadas tipo gourmets (Lafayette Gourmets, Grande Épicerie, ...) las que han ofrecido este tipo de aceites presentando en algunos casos hasta más de 30 marcas procedentes de toda la cuenca mediterránea e incluso alguno de Australia y California. Los aceites que logran venderse en este tipo de tiendas lo hacen después de haber sido seleccionados por los responsables, cuyos criterios son muy exigentes tanto organolépticamente como en origen (si son D.O. mejor) y presentación. Los precios del aceite en estos sitios, por bueno que sea, son desproporcionados.

Las grandes empresas aceiteras y la gran distribución también comienzan a ofrecer, además de las marcas de las que ya hemos hablado anteriormente y siguiendo la tendencia actual, otros aceites (muchas veces bajo el nombre de “selecciones”) de origen definido y con unas características especificadas (afrutados, amargos, variedad/es de la/s que proceden) en etiquetas cada vez más detalladas. La creación de una “cave à huiles” o bodega de aceites, en algunas grandes superficies de la cadena Auchan (Alcampo), muestran el interés por el desarrollo de esta tendencia a la diferenciación, aunque parece que esta iniciativa no se ha extendido de momento.

Tal y como se señalaba anteriormente para las marcas pequeñas, otra tendencia es la presentación del aceite con aromas de hierbas y hortalizas: ajo, cebolla, albahaca, hierbas de provenza o incluso limón y setas. También hay que señalar que en las actividades de promoción, llevadas a cabo por algunos productores, se ofrecen regalos junto con las botellas tales como frascos de especias, botellas de vinagre de alta calidad o accesorios tales como cestitas de mimbre porta botellas de aceite o tapones de botella vertedores de aceite.

Varias marcas presentan una nueva forma de vender el aceite: paquetes de varias botellas en forma de “Colección”, con aceites de procedencias distintas y diferenciados según sabores amargos, aromatizados con hierbas, afrutados, biológicos. Como ejemplo “L’Olivier de Bailly”, con cajas de seis botellas en vidrio de 1/2 litro y tres tipos de aceite (Amargo de Toscana, aromatizados de Sicilia y Cerdeña y afrutado de Portugal). Cada aceite del paquete está recomendado para diferentes platos por ejemplo el menos amargo para el pescado, el afrutado para carnes y también pescados.

Un ejemplo de nuevo lanzamiento es “Huile d’olive MAILLE” en febrero de 2.000. El origen del aceite es español y está indicado en la etiqueta, concretamente Córdoba destacándose en la etiqueta su “sabor especiado y olor que recuerda a fruto de aceituna fresco”. La empresa Maille aprovechando su fuerte implantación y prestigio en el sector de salsas, mostazas y especias finas, está haciendo un gran esfuerzo comercializador de este aceite de oliva. En su página en Internet ([www.maille.com](http://www.maille.com)) hay un buen dossier sobre el aceite de oliva que trata tanto el aspecto de la salud, como de historia del olivar en Andalucía y la clasificación de aceites.

El aceite Carapelli tampoco escatima esfuerzos publicitarios y está presente en los medios de comunicación de mayor difusión. El pasado mes de marzo de 2.000 aparecieron en televisión anuncios basados y ambientados en “El barbero de Sevilla” de Rossini, que transportaba al espectador al corazón de Italia y transmitía el “refinamiento y arte de vivir” de su gente que, por otro lado, es lo que cabía esperar según el clásico estereotipo de Italia en Francia.

La empresa Tramier ([www.tramier.fr](http://www.tramier.fr)), principalmente de encurtidos y especias, se ha animado recientemente a incluir en su gama de productos “Terres du soleil” el aceite de oliva. Con el lema “Le monde pour origine” sus productos proceden de todos los rincones de la tierra quedando referida la gama “Terres du soleil” a productos mediterráneos. Son cinco los aceites de oliva que comercializan, dos de ellos españoles (Cataluña y Andalucía), dos franceses y un italiano.

## **ANEXOS**

**BUDGET ANNEXE DES PRESTATIONS SOCIALES AGRICOLES. BAPSA**

**TASA ESPECIAL SOBRE LOS ACEITES DESTINADOS A LA ALIMENTACIÓN HUMANA**

**1. - Regulación:**

Esta tasa se constituye en beneficio del presupuesto de prestaciones sociales agrícolas. Por ejemplo, se aplica también (con otra tasa) a los tabacos fabricados o importados en Francia.

- ◆ Código General de Impuestos: art. 1609 vicies, arts. 331N a 331V del anexo III y art.159 *ter* A del anexo IV.
- ◆ Art. 55 de la ley de finanzas para 1999 (JORF de 31 de dic de 1999).
- ◆ *Arrêté* del 8 de febrero de 1999 (JORF de 28 de febrero de 1999).

**2. - El hecho imponible:**

Es la venta (en el caso de los productores), la adquisición intracomunitaria o importación de aceite vegetal en Francia continental y Córcega.

Esta tasa se aplica a los todos los aceites vegetales (cacahuete, oliva, nuez, colza, lino, soja, nabo, germen de maíz...), *concretos* (cofra, palma y palmito) y de animales marinos (ballenas, cachalotes, arenques, fletan...) destinados a la alimentación humana o a ser utilizados en la fabricación de alimentos.

**3. - La tasa:**

Fijada por kilogramo, se aplica en principio al peso neto de aceite. En el caso de alimentos con aceite, la tasa se aplica al peso neto de los aceites que componen el producto alimenticio. La tasa fijada para 2000 es de *0,981 francos por kilogramo, 0,8883 francos por litro.*

**4. - Sujetos pasivos:**

Deben pagar esta tasa los productores, personas que realizan adquisiciones intracomunitarias e importadores de aceites vegetales producidos, introducidos e importados en Francia continental y Córcega.

Según nos informa la Dirección General de Aduanas e Impuestos Indirectos francesa (Subdirección de Impuestos Indirectos; 23 bis, rue de l'Université; 75700 Paris 07SP), las empresas españolas no pueden pagar la tasa BAPSA, a no ser que estén establecidas en Francia y que sean destinatarias fiscalmente de las mercancías concernidas.

**BUDGET ANNEXE DES PRESTATIONS SOCIALES AGRICOLES. BAPSA**

La Dirección General de Impuestos es la encargada de cobrar esta tasa en el caso de aceites provenientes de otros países de la Unión Europea. En el caso de importaciones es la Dirección de Aduanas o la de Impuestos Especiales la encargada de cobrarlo.

Según hemos podido averiguar gracias a un importador francés de aceite de oliva de origen español, las personas que realizan adquisiciones intracomunitarias de este producto, se dirigen a la Dirección General de Impuestos con la factura del aceite, en donde se especifica el número de kilogramos/litros adquiridos, a la vista de lo cual, se calcula el impuesto a pagar.

**MARCAS Y PRECIOS**

Supermercados (Franprix):

<b>MARCA</b>	<b>ENVASE</b>	<b>CAPACIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
Leader Price	vidrio	0.75 litros	18.95 FRF
Leader Price. Selecciones por paises	vidrio	0.50 litros	18.95 FRF
Carapelli	vidrio	0.75 litros	30 FRF
Puget	vidrio	1 litro	38.25 FRF
Oli	vidrio	1 litro	37.95 FRF
Lesieur	vidrio	1 litro	34.95 FRF
Nyons A.O.C.	Lata	0.50 litros	98.10 FRF
Bjorg. Aceite Bio	vidrio	0.75	56.7 FRF

En Hipermercados:

<b>MARCA</b>	<b>ENVASE</b>	<b>VOLUMEN</b>	<b>PRECIO</b>
A.O.C. Nyons	vidrio	0,75	72,3
Auchan	vidrio	0,5	17,95
Auchan	vidrio	1	29,95
Bertolli Lucca	vidrio	1	38,05
Carapelli	vidrio	0,75	32,05
Carapelli	vidrio	0,25	16,3
Carbonel	vidrio	0,75	36,5
Fleur d'olivier	vidrio	0,5	17,1
Fleur d'olivier	vidrio	1	38,5
Gallo	vidrio	0,75	28,45
Le rameau d'argent	plástico	1	18,15
Lesieur	vidrio	0,5	17,9
Lesieur	vidrio	1	37,5
Maille	vidrio	0,75	35
Maille	vidrio	0,5	23,7
Oli	vidrio	1	32,05
Oli	vidrio	0,5	26,15
Olio Tosacano A.O.C.	vidrio	0,75	59,35
Puget	vidrio	0,5	19,85
Puget	vidrio	1	34,89
Saveur&origine	vidrio	0,5	56,45
Sitia (Creta)	vidrio	0,5	20,1
Soleillou	vidrio	0,75	37,5
Tramier (Andalucía)	vidrio	0,75	36,95

En INTERNET

SITIO INTERNET	MARCA	ENVASE	CAPACIDAD	PRECIO
<a href="http://www.olive-oil.fr">www.olive-oil.fr</a>	Roi Biologique (Italia, Ligure)	vidrio	0.5 litros	110 FRF
	Roi Carte Noire (Italia, Ligure)	vidrio	0.5 litros	160 FRF
	Sommariva (Italia, Ligure)	vidrio	0.5 litros	100 FRF
	Baglietto&Secco (Italia, Ligure)	vidrio	0.5 litros	95 FRF
	Agro Verde (Italia, Sicilia)	vidrio	0.5 litros	145 FRF
	Classico (Italia, Toscana)	vidrio	0.5 litros	75 FRF
	Mosto Dolce Zapore (Italia Toscana)	vidrio	0.5 litros	85 FRF
	Riserva del Baronne (Italia Toscana)	vidrio	0.5 litros	120 FRF
	Valle Mágina (España, Andalucía)	vidrio	0.5 litros	60 FRF
<a href="http://www.lafayettegourmet.com/html/specialhuile.html">www.lafayettegourmet.com/html/specialhuile.html</a>	Huile Nuñez de Prado. (España, D.O. Baena)	vidrio	0.5 litros	56 FRF
	Huile Barneo (España, Cordoba)	vidrio	0.75 litros	69 FRF
	Huile "Lerida" (Lérida, España))	vidrio	0.5	61 FRF
	Nyonsolive (Huile de A.O.C. Nyons, Francia)	vidrio	1 litro	148 FRF
	Chateau d'Estoublon (A.O.C. Baux de Provence, Francia)	vidrio	0.5 litro	120 FRF
	Huile Raineri (Italia)	vidrio	0.75	95 FRF
	Huile Sassetti Livio (Italia)	vidrio	0.75	94 FRF
	Huile Iliada (Grecia)	vidrio	0.5	53 FRF

LA "FILIÈRE" DEL ACEITE DE OLIVA EN FRANCIA

**AFIDOL**

Association Française Interprofessionnelle de l'Olive.

12, avenue George V

75008 Paris

Tfn: 01 40 69 49 18

**CEAO**

Comité économique agricole de l'olivier

Maison des Agriculteurs

22, avenue Henry Pontier

13626 AIX-EN-PROVENCE

Tfn: 04 42 23 01 92

**CEAO MONTPELLIER**

Mas de Saporta

34970 LATTES

Tel : (33) 04 67 06 23 46

Fax : (33) 04 67 06 23 47

E.mail : [ceao.mpl@oleiculture.com](mailto:ceao.mpl@oleiculture.com)

Responsable régional : Jean-Michel DURIEZ

Assistante : Thérèse BARBERA FAORO

**FSPAOC**

Fédération nationale des syndicats de producteurs d'olives et d'huile d'olive  
d'appellation d'origine contrôlée.

26110 NYONS

Tel : 04 75 26 90 90

LA "FILIÈRE" DEL ACEITE DE OLIVA EN FRANCIA
---

**ONIOL**

Office National Interprofessionnel des Oléagineux

13 avenue de Trigance

13002 Marseille

Tel : 04 91 13 21 21

Fax : 04 91 91 57 16

E.mail : [oniol.marseille@onic.fr](mailto:oniol.marseille@onic.fr)

**UGO**

Union des Groupements d'Oléiculteurs Producteurs d'Huile d'Olive de France.

Mas de Saporta

34970 LATTES

Tel : 04 67 06 23 46

E.mail : [ugo@oleiculture.com](mailto:ugo@oleiculture.com)

**SNM**

Syndicat National des Mouliniers.

Moulin de la Brague

OPIO

06650 LE ROURET

Tel : 04 93 77 23 03

**FCO**

Fédération des Coopératives Oléicoles.

Maison des Agriculteurs

22, Avenue Henri Pontier

13626 AIX EN PROVENCE CEDEX 01

Tel : 04 42 23 01 92



DIRECCIONES DE INTERÉS EN ESPAÑA
----------------------------------

**COI**

Consejo Oleícola Internacional.  
Príncipe de Vergara,154  
28002 Madrid  
España  
Tel : 91 590 36 38  
Fax : 34 91 563 12 63  
E.mail: [iooc@mad.servicom.es](mailto:iooc@mad.servicom.es)

**ASOLIVA**

José Abascal, 40  
28003 MADRID  
Tel. +34 91 446 88 12 / 16 / 30  
Fax. +34 91 593 19 18  
E-mail: [asoliva@ctv.es](mailto:asoliva@ctv.es)

PRINCIPALES IMPORTADORES DE ACEITE EN FRANCIA

Contacto Dirección Telf Fax Cifra N. (FRF) Actividad correo e. internet	A l' Olivier S.A. M. Blanvillain 4 Avenue 3594 m BP 538 06516 CARROS CEDEX 1 04 93 08 25 26 04 93 08 74 21 13.944.000 Distributeurs jblanvillain@caramail.com http://www.franck-oils.com	Barral M. Barral Jean Z.I. 6ème Rue BP 442 06515 CARROS CEDEX 04 93 29 08 77 04 93 29 03 24 61.178.000 Fabricants	Brakerli S.A.R.L. M. Durel 228, Boulevard Raspail 75014 PARIS 01 45 38 95 00 01 45 38 96 00 881.000 Distributeurs
Contacto Dirección Telf Fax Cifra N. (FRF) Actividad correo e. internet	Huilerie Gid M Pardieu 33230 ST MEDARD DE GUIZIERES 05 57 69 62 31 05 57 69 61 84 63.730.000 Distributeurs	Huilerie Jean Romeo-Mjr M. Romeo Cartier Les Plans, Chemin de la Culasse 06510 CARROS 04 93 08 12 64 04 93 08 14 41 36.952.000 Distributeurs http://www.mjroliveaol.com	Huilerie Philippe Vigean M. Eric Bigan Les Varennes 36700 CLION 02 54 38 64 49 02 54 38 65 95 20.600.000 Fabricants
Contacto Dirección Telf Fax Cifra N. (FRF) Actividad correo e. internet	Olives et Tradition M. Bultagio BP 84 84250 LE THOR 04 90 33 93 70 04 90 33 79 43 Distributeurs	Unilever France 23, Rue François Jacob TSA 10003 92842 RUEIL MALMAISON CEDEX 01 41 96 62 00 01 41 96 62 01 21.400.000.000 Fabricants, Distributeurs	Unilever International Paris Bat Ariane 2, Rue Jacques Daguerre 92842 RUEIL MALMAISON CEDEX 01 41 96 64 00 01 41 96 64 01 346.882.000 Fabricants, Distributeurs
Contacto Dirección Telf Fax Cifra N. (FRF) Actividad correo e. internet	Copram Mme. Devico Cecile Z.I. des Estroublans, 17, 4ème rue BP 168 13745, VITROLLES CEDEX 04 42 10 54 30 04 42 79 53 28 12.500.000 Distributeurs copram@wanadoo.fr http://perso.wanadoo.fr/copram/	Huileries de Lapalisse M. Albert Zinmea 38, Avenue Charles de Gaulle BP 8 03120 LAPALISSE CEDEX 04 70 99 10 52 04 70 99 30 60 314.103.000 Fabricants, Distributeurs huilerie.lapalisse@wanadoo.fr	

## **BIBLIOGRAFIA**

- ◆ AFIDOL (CEAO; SIDO)
- ◆ FAIRE SAVOIR FAIRE N° 373
- ◆ EPICERIE Junio 1.999
- ◆ L.S.A. N° 1663. 10 de febrero de 2.000
- ◆ POINTS DE VENTE N° 794 (2-2-00)