

**El mercado
del queso en
Francia**

El mercado del Queso en Francia

Este estudio ha sido realizado por Francisca Moya bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París

Septiembre 2006

INDICE

I. INTRODUCCIÓN	7
1.1 Delimitación del sector	7
1.1.1 Código NAF	8
1.1.2 Clasificación Arancelaria	8
1.1.3 Las fuentes estadísticas:	9
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	10
2.1 Análisis cuantitativo	10
2.1.1 Tamaño de la oferta	10
2.1.2 PRODUCCIÓN QUESO DE LECHE DE VACA (en toneladas)	11
2.1.3 PRODUCCIÓN QUESO LECHE DE CABRA (en toneladas)	12
2.1.4 PRODUCCIÓN QUESO LECHE DE OVEJA (en toneladas)	13
2.1.5 PRODUCCIÓN DE QUESO EN FRANCIA 2004 (TONELADAS)	14
2.2 PRINCIPALES PRODUCTORES DE QUESO EN FRANCIA POR CIFRA DE NEGOCIOS:	15
2.2.1 Principales inversiones de los principales grupos.	16
2.2.2 Los principales productores y sus principales marcas.....	17
2.3 Análisis cualitativo.....	19
2.3.1 Producción	19
2.3.2 Definición reglamentaria del queso:.....	22
2.3.3 Condiciones de acceso al mercado	24
III. COMERCIO EXTERIOR	27
3.1 INTRODUCCIÓN:.....	27
3.2 BALANZA COMERCIAL.	27
3.3 IMPORTACIONES POR PAÍSES	29
3.4 EXPORTACIONES POR PAÍSES	34
3.5. BALANZA DE COMERCIO EXTERIOR DE LOS PRODUCTOS LÁCTEOS. MILLONES DE EUROS	38
IV. ANÁLISIS DEL COMERCIO	41
4.1 Análisis cuantitativo	41

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

4.1.1 Principales distribuidores.....	41
4.2 Análisis cualitativo.....	45
4.2.1 Canales de distribución.....	45
4.2.2 La gran distribución en Francia	46
4.2.3 Estrategias de canal.....	46
4.2.4 Estrategias para el contacto comercial	47
4.2.5 Papel del agente comercial.....	47
4.2.6 Etiquetado.....	47
4.2.7 Acceso a la distribución: selección del canal adecuado.....	47
4.2.8 Marketing.....	49
4.2.9 Promoción y publicidad.....	49
V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	51
5.1 Tendencias generales del consumo.....	51
5.2 Índice de precios de venta industrial	51
5.3 Índice de precios de venta al consumo.....	52
5.4 Distribución de la renta disponible	52
5.4.1 Tendencias culturales	54
5.5 Análisis del comportamiento del consumidor	54
5.5.1 Hábitos de consumo.....	54
5.5.2 Hábitos de compra.....	57
5.6. Percepción del producto español.....	58
VI. ANEXOS	59
6.1. Estudio de campo.....	59
6.2 Informes de ferias	64
6.3 Listado de direcciones de interés.....	66
6.4 Publicaciones del sector.....	68
6.5 Asociaciones.....	68
6.6 Centrales de compra.....	68

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El **mercado francés**, con una cifra de ventas de 3.500 millones de euros, representa uno de los principales mercados de queso en el mundo. Cifra que se realiza principalmente en hipermercados y supermercados por ser un bien de consumo alimenticio maduro.

La principal producción en Francia es de queso de vaca, aunque es el queso de oveja el que ha incrementado más su producción en los 2 últimos años.

Francia es uno de los principales **exportadores** de queso junto con Grecia, pero su balanza comercial se ve cada vez más perjudicada por el incremento en las **importaciones** en un 3,39%. De hecho un 15% del queso consumido es importado proviniendo el 70% de Europa occidental. Esto se debe a un mayor conocimiento del queso de otros países por las campañas publicitarias. Esta tendencia parece creciente.

El queso es el **producto estrella** dentro de la gama de productos lácteos. El queso se consume a diario ascendiendo el consumo medio anual a 26 kg/persona. El queso de vaca de los tipos Camembert, Emmental y Comté son los más importantes a nivel nacional. Cada vez se ve más una tendencia regular a la baja en productos nacionales y una tendencia al alza en probar productos extranjeros para usos culinarios y de consumo. Los más conocidos son Gouda, Edam y Mimolette de los Países Bajos, la Mozzarella o el Parmesano italiano, toda clase de quesos frescos y Fondus alemanes, y el feta griego.

La **oferta** está liderada por los Groupe Unible, Groupe Bongrain y Lactalis. Las estrategias seguidas por estas empresas son una inversión alta en medios de promoción y la innovación en nuevos tipos de queso y usos diferentes al tradicional.

La **distribución. En las grandes superficies** se encuentran más de 400 referencias en los lineales (Auchan, Carrefour...), de las cuales aproximadamente entre un 12 y un 15 por ciento son marcas extranjeras. Casi el 80% del queso se vende en Auto Servicio.

En las **pequeñas superficies** y tiendas especializadas en productos de gama alta, el número de referencias de queso es mucho menor (entre 6 y 20). Éstos son de gran calidad, vendidos siempre al corte y, principalmente, de nacionalidad francesa de gran tradición. Raramente

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

encontramos más de 5 u 8 referencias extranjeras, las cuales suelen ser italianas o de los Países Bajos con prácticamente ninguna presencia española.

Por su parte, el **queso español** es prácticamente desconocido y su presencia se limita al queso manchego. Éste es el único encontrado en supermercados e hipermercados, sin hacer distinción en tipo o marca, a pesar de la gran variedad existente en España.

La causa principal es que España no dispone de una imagen de país productor de quesos como consecuencia de la ausencia de oferta de quesos en la restauración española.

Después de considerar este estudio del queso, podemos observar que la **oferta francesa** puede plantearnos dificultades en la introducción de los quesos españoles, por lo que nuestra oferta debería presentarse como complementaria y no como competidora. Podemos encontrar un **dato positivo**, y es que los franceses entienden de quesos y son capaces de apreciar su calidad.

Debemos centrarnos por tanto en un mercado de nicho, en un segmento alto que debería centrarse prioritariamente en la venta tradicional en tiendas especializadas, **queserías**, antes que en la gran distribución. Para ello, hay que elaborar una buena estrategia de entrada, con una oferta muy específica y adecuada al canal de distribución. Además, ya que se trata de productos dirigidos al estrato más alto del mercado, es necesario que el envase tenga un diseño acorde a la calidad del interior, con especificaciones nutricionales y de origen, y con una promoción basada en degustaciones, muestras dadas a periodistas gastronómicos, promociones por parte de *chefs* reconocidos o en restaurantes españoles.

Tampoco debemos centrarnos solamente en el queso Manchego (el más conocido hasta ahora), sino dar a conocer una gama de quesos de calidad como cabrales o la torta de la serena, e intentar cambiar la imagen del uso del queso en el postre para identificarlo como un ingrediente más de un plato principal, lo que ampliaría las posibilidades de venta.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Dentro de este sector se incluyen todo tipo de quesos, independientemente del tipo de leche con la que han sido fabricados y del proceso de producción, de la materia grasa contenida o el tiempo de maduración.

La denominación “queso” se reserva al producto fermentado o no, curado o no, obtenido a partir de las materias de origen exclusivamente lácteo: leche, leche parcial o totalmente descremada, crema, grasa... utilizadas solas o mezcladas y coaguladas total o parcialmente, después de la eliminación parcial de una parte acuosa.

Tipos de queso:

- de pasta blanda – *pâte molle* (*camembert, brie...*)
- pasta prensada curada - *pâtes pressées cuites* (tipo emmental, comté...)
- pasta prensada no curada – *pâtes pressées non cuites* (St. Paulin, Edam, Gouda, Cantal...)
- queso fresco salado: natural y aromatizado
- queso fundido: natural y aromatizado
- queso de cabra: secos, semi-seco y fresco
- quesos de pasta azul: por ejemplo, Roquefort, Gorgonzola.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Nomenclature produit	
Code NAF / Intitulé	Code(s) produit(s) concernés (s)
Quesos	15.51.40
Queso fresco :(petits suisses, pâtes salées, fromages en faisselle ou aromatisés) ; caillebotte	15.51.41
Queso fundido (crème de gruyère, fromages pour tartine, etc.)	15.51.42
Pasta prensada y roquefort (roquefort, bleus, gorgonzola, etc.)	15.51.43
Queso de Cabra	15.51.44
Pasta Blanda (camembert, brie, coulommiers, carré de l'est, etc.)	15.51.45
Pasta prensada cocida	15.51.46
Pasta prensada no cocida	15.51.47
Source : INSEE	

1.1.1 Código NAF

Parte de los productos requesón están encuadrados dentro de la clasificación según la nomenclatura francesa de actividad en 15.5 C. Esta actividad refleja la producción de muchas variedades de queso, el queso fresco, el queso de cabra, de pasta prensada o pasta blanda, cocido o no cocido entre otros.

Algunas de las variedades del sector que no se encuentran registradas bajo la nomenclatura 15.5C del NAF, han sido registradas en algunos de los campos estadísticos del estudio. Como puede ser el caso de algunos quesos encontrados en la nomenclatura 15.5 A (fabricación de quesos con leche líquida y de productos lecheros frescos).

1.1.2 Clasificación Arancelaria.

La partida arancelaria correspondiente al queso es la 04.06, según la nomenclatura TARIC. En ella, se incluyen todo tipo de quesos.

1.1.3 Las fuentes estadísticas:

El sector de la industria quesera es objeto de seguimiento por las instituciones públicas, las organizaciones y la prensa profesional. Las fuentes estadísticas de realización de este estudio son numerosas y fiables:

Podemos encontrar los datos económicos en:

- **El INSEE:** publica los índices de precio en el consumo y el precio de venta industrial en el Boletín Mensual de Estadísticas (BMS). El instituto difunde también los datos relativos al consumo de quesos (en volumen), y en el precio en el consumo, en la publicación anual “La Consommation de Menages”.
- **Les Agreste:** en sus Encuestas Anuales de Empresas (EAE), le Agrest (organismo dependiente del ministerio de Agricultura), proveen de datos de cifra de negocios del sector, las facturaciones del sector, el número de empresas y de empleados. Precisemos también, que desde 1998 Les Agreste solo tienen en cuenta a las empresas que cuentan con más de 2 asalariados o que tienen una cifra de negocios mayor a 5,34 millones de euros.
- **El CNIEL:** El Centro Nacional de Interprofesionales de la Economía Lechera nos da datos relativos al consumo, la producción, los precios, y las exportaciones de queso tanto en Europa como en el resto del mundo.
- **Las Aduanas:** Las aduanas nos permiten observar tanto datos de las importaciones como de las exportaciones de quesos por regiones en Francia.
- **Los estudios profesionales:** Los estudios especializados, como Agia Alimentación, Linéaires, LSA, Faire Savoir Faire, e incluso Point de Vente nos permiten obtener más información cualitativa sobre el conjunto de la actividad.

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.1 ANALISIS CUANTITATIVO

2.1.1 Tamaño de la oferta

Mercado francés del queso. En toneladas.

	2000	2001	2002	2003	2004	VAR.00-04 %
PRODUCCION	1.742.543	1.789.238	1.810.789	1.822.012	1.854.988	-6,45
(+) IMPORTACIONES	211.710	209.937	201.291	209.155	208.418	-1,55
(-) EXPORTACIONES	512.346	525.047	509.314	538.953	576.825	12,59
INDICADOR DE CONSUMO APARENTE	1.441.907	1.474.128	1.502.766	1.492.214	1.486.581	3,10

En 2004, las empresas lecheras francesas produjeron 1.854.988 toneladas de queso, de las cuales 1.696.412 correspondieron a la leche de vaca, 95.000 a la leche de cabra y 57.000, a la leche de oveja. Representando así una producción de queso de vaca del 90 % aproximadamente, un 5,3 % queso de cabra y un 3,2 % del queso de oveja.

El indicador de consumo aparente nos dice que en Francia podemos encontrar un consumo estable del queso, aunque aumenta cada año un poco. La variación 2000-2004 refleja un aumento en el consumo de los franceses de un 3 %.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

PRODUCCIÓN SEGÚN EL TIPO DE LECHE UTILIZADO.

2.1.2 PRODUCCIÓN QUESO DE LECHE DE VACA (en toneladas)

Pais / Año	2000	2001	2002	2003	2004	2005
FRANCIA	1611543	1652238	1668789	1676012	1702988	1697412

Fuente : S.C.E.E.S

La producción de queso de vaca representó en 2004, 1.702.988 toneladas, lo que supone casi un 90 % del total de la producción del queso en Francia.

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE QUESO DE LECHE DE VACA

2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005
%	%	%	%	%
2,53	1,00	0,43	1,61	-0,33

Fuente: S.C.E.E.S

La media de producción en los últimos años se ha fijado en 1.668.164 toneladas. El queso de vaca ha experimentado hasta el 2004 un aumento en sus variaciones respectivas de entre un 2,53% y un 1,61 %. Sin embargo, la fabricación de este queso sufrió un receso de un 0.3% en 2004-2005.

La producción de quesos de leche de vaca confirma un alza en 2005, dada por una demanda interior y exterior mejor orientada. La fabricación de productos lácteos confirma la tendencia al alza en 2004 y 2005. Tanto las exportaciones como las importaciones progresan.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

En valor, la actividad de las industrias del sector será más dinámica. La industria tendrá en cuenta la revalorización de sus precios de venta, después del 2004, año caracterizado por una baja significativa en los precios. **La sofisticación de la oferta y la comunicación** justifican los precios más elevados y unos márgenes más importantes que en otros productos de la misma gama.

2.1.3 PRODUCCIÓN QUESO LECHE DE CABRA (en toneladas)

País / Año	2000	2001	2002	2003	2004
FRANCIA	79000	84000	88000	91000	95000

La producción del queso de cabra ha sufrido un considerable aumento en toneladas desde el 2000 al 2004. Incrementando su producción en unas 20.000 toneladas en 4 años.

Source : S.C.E.E.S

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE QUESO DE LECHE DE CABRA

2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004
%	%	%	%
1,92	1,89	1,85	3,64

Source : S.C.E.E.S

Su media de fabricación se sitúa en 87.000 toneladas en los últimos 4 años. La producción de este tipo de queso aumenta progresivamente.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

2.1.4 PRODUCCIÓN QUESO LECHE DE OVEJA (en toneladas)

País / Año	2000	2001	2002	2003	2004
FRANCIA	52000	53000	54000	55000	57000

Source : S.C.E.E.S

De la misma manera que el resto de los quesos (vaca y oveja), la producción del queso de oveja también aumentó de manera progresiva en el periodo 2000-2005.

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE QUESO DE LECHE DE OVEJA

2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004
%	%	%	%
1,92	1,89	1,85	3,64

Source : S.C.E.E.S

CONCLUSIÓN: La fabricación de queso aumentó en todos sus segmentos en 2004. El crecimiento de producción más importante lo han sufrido los quesos de oveja llegando a las 57000 toneladas. Por otro lado, la fabricación de quesos de vaca es la que experimenta una pequeña regresión.

Esta situación se explica por la buena demanda tanto interior como exterior. Notamos igualmente una ligera regresión en las importaciones por las grandes fabricaciones francesas.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

2.1.5 PRODUCCIÓN DE QUESO EN FRANCIA 2004 (TONELADAS)

Tipo de queso	Toneladas	Var.03-04
Queso de leche de vaca	1151801	-0,5
Queso de pasta blanda	444776	-1,1
Queso de pasta prensada no cocida	226532	-3,7
Queso de pasta prensada cocida	313335	-3,4
Queso persillé (azul)	36749	-1,5
Queso fondus	130409	-0,9
Queso de cabra	78269	-5
Queso de oveja	56605	-2,4
TOTAL	2438476	

Como se puede observar en la tabla de la producción de queso en Francia 2004, la producción de queso sufre un pequeño receso en todos sus tipos, aún así sigue una variable constante y vuelve a aumentar en el 2005.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

2.2 PRINCIPALES PRODUCTORES DE QUESO EN FRANCIA POR CIFRA DE NEGOCIOS:

Líderes Cifra de Negocios > 600 ME	FROMAGERIE BEL CAVES PRODUCTEURS REUNIS DE ROQUEFORT	SODIAAL	GRUPE ENTREMONT
MEDIANOS DE 150 A 600 ME	COMPAGNIE DES FROMAGES LAITERIE HUBERT TRIBALLAT STE FROAGERE DE BOUVRON	LES FROMAGERIES OCCITANES COOPERATIVES DES MAITRES LAI TIERS DU COTENTIN STE COOPERATIVE AGRICOLE LESCURE BOUGON	
EMPRESAS DE 100 A 150 ME	ISIGNY SAINTE-MÈRE	STE AFFINAGE CONDITIONNEMENT	FROMAGERIE HENRI HUTIN
ACTORES INDEPENDIENTES	COPERATIVAS	GRUPOS EXTRANJEROS	

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

2.2.1 Principales inversiones de los principales grupos.

	2005	EV. 2004/2005
INVERSION DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS EN MILL. DE EUROS	147,3	-1,9
Groupe Unibel	25	-8,1
Groupe Bongrain	24,7	3,5
Lactalis	24,5	-12
Unilever	3,7	19,6
Entremont	3,1	14,7

Fuente: TNS Média Intelligence

Según la tabla que encontramos sobre las principales inversiones de las empresas, todas en general pierden en inversión entre el 2004 y el 2005, aunque siguen invirtiendo grandes cantidades en la producción de queso. Sólo el Grupo Bongrain y Unilever invierten más entre el 2004 y el 2005, bien en la investigación para la producción de nuevos productos o nuevos usos, bien para una mayor publicidad de sus productos.

Principales fabricantes: Datos de interés

Este mercado se caracteriza por estar muy atomizado. Algunos grandes grupos de la alimentación cuentan con múltiples filiales que dominan el mercado.

Grupo BONGRAIN: filiales:

- Fromarsac: marcas Tartare, Chavroux, P'tit Louis, St. Moret
- Fromageries des Chaumes: marcas Brebiou, Le Crémier, St. Albray, Chaumes, St. Agur, Etorki.
- Bongrain-Gérard : Fine Bouche, Boursault, Caprice des Dieux.
- Fromagerie Perreault : Fol Epi, Vieux Pané, Chamois d'Or.
- Bressor : Bresse Bleu.
- Fromagerie Rambol : Rambol, Kidiboo.
- Compagnie des Fromages : Cœur de Lion.

GRUPE UNIBEL :

- Fromageries Bel : marcas Sylphide, Babybel, Kiri, Le Marbray, La Vache qui rit, Aperi-cubes, Vache Picon, Toastinettes, Cousteron, Port-Salut, Cantadou.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

GROUPE LACTALIS:

- Lactalis : Chevreteine, Lanquetot, Lepetit, Présidente, Beulet, Le Châtelain, Vache Grosjean.
- Roquefort Société: Roquefort Société, Lou Perac, Salakis.
- Bridel : Rond  l  , Bridel, Bridelight.

SAFR: Le Roitelet, St. Morgon, Roy, Münster les Petits Amis, P  ch   Mignon

EURIAL POITOURAINE : Soignon.

UNILIVER BEST FOODS France : Boursin, Boursin Finesse.

ENTREMONT : Entremont, Meule d'Or.

RICHES MONTS : Riches Monts, Le Rustique.

2.2.2 Los principales productores y sus principales marcas.

Si observamos el cuadro a continuación, podemos darnos cuenta de cuales son las principales empresas productoras de lácteos así como de queso.

El Grupo Unibel, el Grupo Bongrain y Lactalis copan la mayoría del mercado en la producción de este producto.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

LOS ACTORES DEL MERCADO FRANCES DEL QUESO Y SUS PRINCIPALES PRODUCTOS	
GRUPO BONGRAIN	
Fromarsac	Tartare, Chavroux, P'tit Louis, St Môret
Queserías des Chaumes	Brebiou, Le Crémier, St Albray, Chaumnes, St Agur, Etorki
Bongrain-Gérard	Fine Bouche, Caprice des Dieux, Caprices des Anges, Maison Boursault (Boursault, Paillé de Bourgogne, Ficelle St Aubin, Cabrissac)
Queserías Perreault	Fol Epi, Vieux Pané, Chamois d'Or
Bressor	Bresse Bleu, Carré Frais, Apérvrais
Quesería Rambol	Rambol, Kidiboo, Menu fromage
La Compañía de los quesos	Coeur de Lion
GRUPO UNIBEL	Sylphide, Babybel, Mini Babybel, Kiri, La Vache qui rit, Apéricube, Vache Picon, Toastinettes, port-Salut, Cousterion, Leedarmmer, Fondant aux deux laits.
Queserías Bel	
GRUPO LACTALIS	Chèvretine, Lepetit, Président, Beulet, Le Châtelain, Vache Grosjean, le Lingot Rouy
Lactalis	
Roquefort Société	Roquefort Société, Lou Perac, Salakis
Bridel	Rondelé, Bridel, Bridelight
SAFR	Le Roitelet, St Morgon, Rouy, Münster les Petits Amis, Péché Mignon.
Eurial Pitouraine	Soignon
Laiterie Triballat	Rians
Unilever	Boursin, Boursin Finesse
Entremonto	Entremont, Meule d'Or
Riches Monts (Sodiaal)	Riches Monts, Le Rustique
Queserías Guilloteau	Fromagers d'Affinois, From'Go.
Queserías Milleret	Roucoulons, Ortola
Queserías Papillon	Papillon, Monbrenac

La estructura económica e industrial demuestra que la industria del queso sufre un receso en número de empresas productoras. El saldo de creación de empresas es negativo desde el 2001. En la tabla observamos la comparativa entre los dos últimos años, 2004-2005, donde se observa un menor número de fábricas en 2005. Además, tras los últimos años el déficit tiende a acentuarse (-4 % en 2001, -6% en 2003 y -8 % en 2004).

2.3 ANÁLISIS CUALITATIVO

2.3.1 Producción

Procesos de Fabricación

En sus inicios, la fabricación consistía en la coagulación de la leche, etapa llamada “caillage”. El objetivo es transformar la lactosa en ácido lácteo para seguidamente conservar solamente las proteínas de la leche y el agua. A continuación, la fabricación elimina la nata procedente del secado. De esta etapa depende la calidad y la conservación del queso. La etapa siguiente consiste en el molido. Se efectúa en unos moldes perforados, para las pastas blandas, o en moldes con fondo de madera para las pastas prensadas.

A continuación, el quesero selecciona la sal (fina, gorda o salmuera para resaltar el sabor del queso. Esta etapa de salado permite también la formación de la corteza y la evolución de la flora bacteriana para refinar el queso, fase que proporciona al queso su textura, su gusto y olor. El refinamiento del queso consiste en mantener los quesos en cuevas naturales o artificiales para dejarlos madurar. Además se realizan varios controles con el fin de verificar que la fabricación responde a las normas y a las condiciones de higiene ya establecidas.

Finalmente, se tiene como objetivo que el acondicionamiento haga que se conserve el producto, dando según sus características finales, el detalle de la producción al consumidor.

Segmentación del producto.

Se pueden clasificar 400 clases de queso en 8 segmentos diferentes.

La diversidad climática y geográfica de Francia ofrece a los clientes una gran variedad de quesos. La gama de productos cuenta en efectos con más de 400 referencias, signo de una tradición quesera muy importante. Las técnicas de fabricación y de refinamiento permiten encontrar 8 grandes familias de quesos.

Principales quesos y sus características:

De pasta de corteza lavada:

- Munster Maroilles
- Pont - l'Éveque
- Mont – D'Or

La mayoría de los quesos de pasta blanda y cruda se obtienen a partir de la leche de vaca. Después del refinado, los productos se lavan con agua salmuera, la cual permite dar a la cáscara su color anaranjado. Francia cuenta con una veintena de este tipo de quesos.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

De pasta blanda:

Brie

Coulommier

Camembert

Carré

L'Est Saint-Marcellin

Estos quesos están tratados a base de una fermentación mixta, láctica y presurizada, sin poseer un amasado de la cuajada. El secado, es generalmente espontáneo, pero puede estar favorecido por el secado o por el prensado. Después del prensado el queso, se sala y se enmohece con *Penicillium* y *Candidum*.

De pasta prensada cocida:

Beaufort

Comté

Emmental

Estos quesos provienen de la leche de vaca. El secado es acelerado por la cocción del producto durante una hora entre 35-40°C. La cuajada del queso se pone en una tela, después en un molde y después es sometido a presión. La etapa de la presión es la que le da a este queso su forma. Es entonces cuando se sala, lo que le permite obtener su gusto, y que mantenga una buena conservación. Los quesos obtenidos son puestos en una cueva de maduración.

La pasta prensada no cocida:

Cantal Pyréné

Tome Saint- Nectaire

Reblochón de Savoie

Raclette

La mayoría de estos quesos provienen de la leche de vaca, otras vienen de la leche de oveja. La pasta se trata antes o después del prensado. El producto se sala en un baño de salmuera. Salado en seco, a continuación se pone en una cueva húmeda. La etapa final es larga (de dos meses a un año), esta maduración es lo que le da a este queso un sabor característico.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Obstáculos comerciales

Primero, hay que destacar que Francia es un mercado de 60 millones de consumidores, que cuenta con un elevado poder adquisitivo y con una tendencia de crecimiento moderada. El mercado francés se caracteriza también por ser un mercado maduro y organizado.

Al tratarse Francia de un país perteneciente a la Unión Europea no tiene sentido hablar de barreras comerciales propiamente dichas (aranceles, cuotas, etc.); sin embargo, existen una serie de aspectos que sin ser las barreras tradicionales suponen, o pueden suponer, una serie de obstáculos comerciales para las empresas que decidan introducir sus productos en el mercado francés.

En este punto vamos a señalar una serie de aspectos que se dan en el mercado francés, y que efectivamente, podrían suponer un obstáculo o dificultad a salvar por las empresas españolas. Dentro de estos se encuentran:

- *Desplazamiento de otros proveedores*, que normalmente son habituales y conocidos por el cliente potencial y con los que las relaciones pasan, a veces del plano profesional al personal. Es difícil desplazar a los proveedores ya existentes, para conseguirlo hay que ofrecer condiciones mejores y contar con buenas referencias comerciales en el país de origen.
- *Cumplimiento de las exigencias de calidad que requiere el mercado*. En Francia tanto los compradores profesionales como los consumidores son muy exigentes. Hay que respetar estrictamente las condiciones de venta estipuladas, cumplir los plazos, las calidades, etc...
- *Difícil aceptación por parte de los franceses de condiciones de pago seguras para el vendedor*. Los medios de pago más utilizados en Francia son el cheque (en transacciones nacionales), la transferencia bancaria (operaciones internacionales) y la letra de cambio, ésta última en menor medida.
- *Utilización de la lengua francesa* en las comunicaciones. La comunicación en francés aporta una ventaja estratégica considerable a las empresas a la hora de establecer relaciones comerciales.
- *Facilitar la información al comprador* poniendo a su disposición folletos informativos sobre la empresa y productos (en francés), contar con buenos argumentos de venta, conocer las últimas técnicas de fabricación, así como de las normas europeas y mundiales. Todo esto es necesario ya que los compradores franceses cuentan con un buen nivel de información así como un buen conocimiento tanto de la oferta nacional como de la extranjera
- *Importancia de la logística del transporte*. Esto se puede convertir en una ventaja si se aprovecha la vecindad y la pertenencia al mismo espacio económico y monetario, ya que esto supone una ventaja frente a competidores de terceros países.
- Tener que *ocupar nichos de mercado*.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

2.3.2 Definición reglamentaria del queso:

El nombre “**fromage**” está reglamentado por ley desde 1953. En un nuevo texto con fecha 30 de diciembre de 1988, el término *fromage* fue claramente redefinido. En esta última definición se designó entonces “*como un producto fermentado o no, refinado o no, el cual se obtiene a partir de productos exclusivamente lecheros utilizados solos o en mezcla*”. Estos productos lácteos son coagulados entera o parcialmente antes o después de la eliminación parcial de su parte acuosa.

L´AOC: es una noción jurídica que protege un producto contra imitaciones. En Francia, una treintena de quesos tienen L´Appellation d´Origine Contrôlée. En 2002, una nueva AOC se acordó por decreto en el documento de BAUGES.

La armonización de las normas europeas ha necesitado derogaciones por la AOC. Los reglamentos adoptados y ratificados por el GATT en 1993 definen dos tipos de productos: las Appellations d´Origine Protégée (AOP) cuyas características se definen según diferentes criterios (el territorio, la producción, la transformación y elaboración en una zona delimitada), y las Indicaciones Géographiques Protégées (IGP) por las cuales uno solo de estos criterios debe ser respetado en la zona. L´IGP ofrece menos protección.

La reglamentación OCM de la Leche y los Productos Lácteos.

PAC: Los principios. La Política Agrícola Comunitaria (PAC), fue establecida en 1962 por los 6 Estados miembros de la Comunidad Económica Europea (CEE). La PAC se concreta por la puesta en marcha de un verdadero mercado común. La unidad del mercado (suspensión de las barreras aduaneras, armonización de las reglas sanitarias y de las normas técnicas), unidad de precios (instauración de mecanismos reguladores), preferencias comunitarias (compra de productos de origen comunitario) y solidaridad financiera (recursos relacionados a los gastos comunes y no en función de las contribuciones de los Estados Miembros). Cada mercado (carne porcina, carne bovina, cereales, huevos, productos lácteos...) tienen como objeto crear un reglamento destinado “a orientar la producción, estabilizar los precios y a garantizar la seguridad de la mercancía”.

OCM de la Leche, L´Organisation Commune de Marché (OCM) de la leche y los productos lácteos concerniente a la leche, la crema de leche fresca, conservada, concentrada o azucarada como la mantequilla, los quesos, la lactosa, el jarabe de lactosa y los alimentos compuestos para animales hechos con productos lácteos. L´OCM lait entró en vigor en julio de 1968. Está regida por el reglamento (CEE) nº 804/68 del consejo. La **OCM** sufrió varias modificaciones y tuvo problemas para ser llevada a cabo. El fuerte crecimiento de la producción asociado al estancamiento del consumo y la disminución de las exportaciones en un largo periodo llevó a las autoridades europeas a instaurar un sistema de prueba de la producción lechera: *el régimen de las cuotas lecheras*.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Este sistema descansa sobre la limitación cuantitativa de la producción al nivel de los Estados miembros de la Unión Europea. Un sistema de indemnización a los productores. Además, también se ha utilizado el mismo sistema para los productores que esperan abandonar la producción lechera.

El régimen de las cuotas será insuficiente para reducir los stocks. En 1987, el sistema de cuotas no cumplió sus objetivos de limitación cuantitativa de la producción. Finalmente, en 1987, los stocks públicos y privados de mantequilla se elevaron a 958.000 toneladas y los stocks públicos de leche en polvo, de leche desnatada alcanzaron 47.000 toneladas. A título comparativo, los excedentes de producción de los stocks a nivel comunitario representaron 700.000 toneladas para la mantequilla y un millón de leche en polvo desnatada. En 1998, el régimen de cuotas para la leche fue prolongado. En 1992, fue prolongado de nuevo por un periodo de 7 años, hasta el 31 de marzo del 2000.

Los acuerdos de Berlín.

Los Estados Miembros de la Unión Europea concluyeron el 26 de marzo de 1999 un acuerdo sobre las orientaciones políticas y financieras de l'Agenda 2000. La Agenda 2000 preveía una reforma de las principales políticas comunes y la definición de un nuevo marco financiero. Las grandes líneas de la PAC se conservan pero ciertos principios fueron suprimidos o completados. Referente a la OCM de la Leche, se tradujo notablemente por: "una bajada progresiva del precio de intervención de la mantequilla y de la leche en polvo desnatada de un 15% del total y del precio indicativo de la leche de un 17%"; bajada compensada por el pago de una prima de base a los productos lecheros, pagado por año civil y por tonelada, sobre la base de la cantidad de referencia (ventas lecheras + ventas directas), detenidos por el productor a 30 de marzo del año en que se produjo). "El régimen de cuotas lecheras fue prorrogado durante 8 campañas consecutivas a partir del 1 abril del 2000".

Los acuerdos de Luxemburgo: El acuerdo de Berlín fue completado en junio de 2003 por los acuerdos de Luxemburgo. Esta revisión introdujo una nueva noción en el modo de distribución de las ayudas directas: desacoplamiento. Se dio igualmente la concesión de las ayudas, dependientes de un cierto número de factores relativos al respeto al medio ambiente. Para la mayoría de los Estados miembros, este desacoplamiento será aplicado desde el 2005. En Francia, se programó para el 2006. La noción del desacoplamiento dio lugar a las ayudas percibidas por una explotación independiente de los supuestos de producción de la explotación lechera. Todo esto se traduce por una libertad en el reparto de las ayudas. Como consecuencia, los Estados miembros disponen de un importante plataforma de redistribución.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

2.3.3 Condiciones de acceso al mercado.

En principio, existe una cláusula de libre circulación intracomunitaria de queso, de tal forma que los productos legalmente fabricados o comercializados en otros Estados miembros, puede circular libremente en el territorio francés.

No obstante, hay que tener en cuenta los principios generales previstos por la normativa francesa para el etiquetado de productos alimenticios y de queso, en concreto.

2.3.3.1 Etiquetado de productos alimenticios.

Entre los requisitos de acceso al mercado, destaca la legislación francesa sobre etiquetado de productos alimenticios, redactado en francés y conteniendo la denominación de venta, un listado de ingredientes, la cantidad neta, fecha límite de consumo, razón social de fabricante o del comercializador y el lote de producción.

Etiquetado del Queso.

El etiquetado de queso, excepto del queso fundido y el queso de lactoserum, comporta las indicaciones siguientes:

- La indicación de la especie animal, cuando la materia prima proviene de una sola especie animal que no sea la vaca.
- La mención “mezcla de leche” en el caso de los quesos fabricados con materias primas fabricadas provenientes de dos o más especies animales. Esta mención puede ser reemplazada por:
- La indicación de las leches utilizadas, en orden decreciente de importancia del extracto seco de la mezcla, cuando la materia prima de cada especie animal represente al menos el 20% del extracto seco de la mezcla.
- La indicación “mitad-cabra”, cuando el queso se prepare con una mezcla de materias primas lácteas provenientes de cabra y vaca, cuando al menos el 50% del extracto seco sea de origen caprino.
- La indicación del porcentaje mínimo de materia grasa por cada 100 grs. de producto.
- En el caso de contener ingredientes como especias o plantas aromáticas, extracto de aromas, aromas naturales, azúcar u otros, deberán mencionarse en el etiquetado. En el caso de queso conservado en aceite vegetal la denominación deberá completarse con ese tratamiento. En el caso de quesos con corteza coloreada, deberá indicarse el aditivo utilizado en la lista de ingredientes.
- Además, debe ser fácilmente identificable el lote de fabricación. El número de identificación de la leche debe estar constituido por el número del código del establecimiento productor.
- En el caso del queso envasado, deberá indicarse la temperatura a la cual deberá conservarse.
- En los quesos vendidos al corte, tanto la denominación de venta como el porcentaje de materia grasa, deben mencionarse de manera indeleble sobre la corteza o sobre una etiqueta rígida en el queso entero o en cada trozo.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

2.3.3.2 Acceso a la gran distribución:

Aunque no es una condición de acceso al mercado, incluimos una serie de indicaciones que los fabricantes españoles pueden tener en cuenta a la hora de negociar con la gran distribución.

Como hemos comentado, los compradores de la gran distribución tienen un gran poder de decisión, debido entre otros factores a la concentración de la distribución. El aumento del peso de las marcas blancas se traduce, por su parte, en un aumento del coste de referenciación y los plazos de pago impuestos a los proveedores son muy largos. Todo ello deriva en un débil poder de negociación de las PYMES.

En este sentido, negociar con las centrales de compras de hipermercados y supermercados requiere una experiencia y un saber hacer importantes. El proceso por el que un producto forma parte del conjunto de las referencias de una central se denomina referenciación. Los procesos de negociación suelen durar entre 12 y 18 meses.

Se recomienda:

- Que la empresa española decida cuál es su estrategia de entrada en el mercado (con marca propia, marca blanca, primer precio, producto gourmet...) y analizar los productos y posicionamiento de la competencia.
- Elaborar una oferta específica, eligiendo los canales de distribución que le interesen y definiendo la política de precios, logística y de promoción.
- Elaborar un buen dossier de presentación conteniendo, entre otros, las fichas de presentación del producto y los argumentos de venta, (qué es lo que puede conducir a un comprador a decantarse por su producto, teniendo en cuenta la saturación del mercado y la dificultad a la hora de introducir nuevas referencias), así como preparar la primera reunión.
- Cabe destacar el papel de las queserías en Francia, ya que son establecimientos dedicados especialmente al queso, y en general a quesos franceses y extranjeros de gran calidad.

Por todo ello, suele ser conveniente que la persona representante de la empresa española hable preferentemente francés, se pueda desplazar de manera regular a Francia y tenga sobrada experiencia en este tipo de negociaciones. Si no es posible, la figura del agente comercial es recomendable en esta serie de negociaciones.

Por todo ello, en términos generales, es aconsejable visitar algunos puntos de venta para estudiar la oferta presente en las tiendas, las gamas, calidades y precios y, sobre todo, los envases y cantidades de productos que se ofrecen al consumidor.

Con todas estas informaciones, es posible, si la empresa desea realmente entrar en el mercado francés, elaborar una oferta comercial seria, con argumentos que pueden diferenciarla de los productos presentes en los lineales y presentarla a las distintas centrales de compras o a distribuidores/mayoristas regionales, sin olvidar que nos encontramos ante un mercado muy

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

competitivo... en el que es necesario una fuerte actividad comercial para lograr presentar el producto y que sea aceptado.



III. ● COMERCIO EXTERIOR

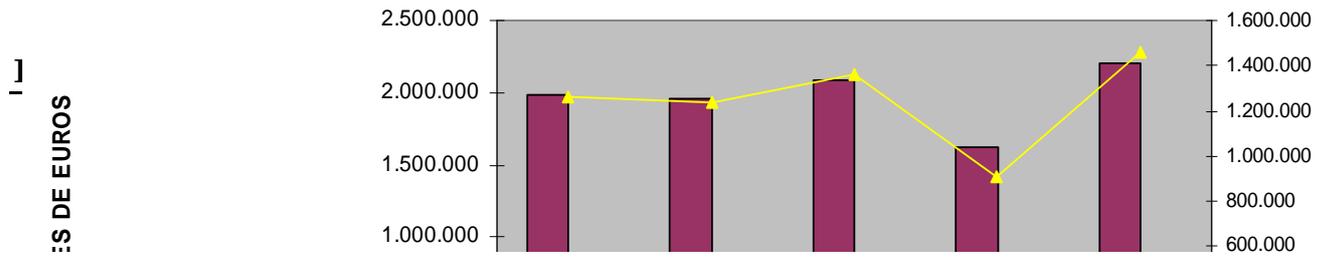
3.1 INTRODUCCIÓN:

En el comercio exterior francés cabe mencionar en la actualidad 2 eventos importantes que han marcado la trayectoria del mercado del queso. En el primero hablamos de la adhesión de los 10 nuevos estados miembro el 1 de Mayo de 2004 (lo que implicó un nuevo reparto de los contingentes), y la baja de los precios institucionales el 1 de julio en el marco de la reforma de la PAC. Por otro lado, la Comisión modificó la gestión de las restituciones con la adopción de un procedimiento de adjudicación (estas restituciones en la exportación permiten compensar a los exportadores la diferencia entre el precio del mercado comunitario y el precio de venta en el mercado mundial). Por otra parte, la obligación impuesta a los exportadores de proveer una prueba de llegada a destino de las exportaciones para beneficiarse de la restitución es general. Dentro del marco de los acuerdos del GATT, puesto en marcha a partir del 1 de julio de 1995, la Unión Europea se comprometió a disminuir progresivamente sus exportaciones subvencionadas. En volumen, el contingente GATT (límites cuantitativos fijados por las exportaciones), ha sido utilizado al 100 % por los quesos y el 94% por la leche en polvo en 2004. Para los otros productos, la utilización del contingente ha sido menos optimizada. En valor, esta es la categoría “otros productos lácteos”

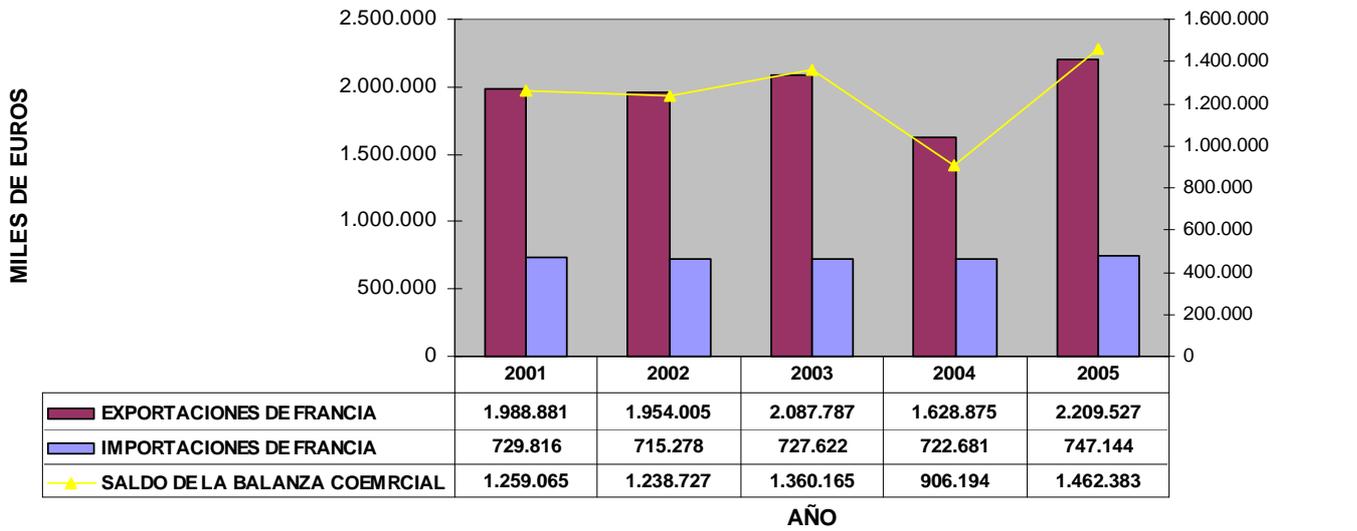
3.2 BALANZA COMERCIAL.

BALANZA COMERCIAL FRANCIA 0406	2001	2002	2003	2004	2005
EXPORTACIONES DE FRANCIA	1,988,881	1,954,005	2,087,787	1,628,875	2,209,527
IMPORTACIONES DE FRANCIA	729,816	715,278	727,622	722,681	747,144
SALDO DE LA BALANZA COMERCIAL	1,259,065	1,238,727	1,360,165	906,194	1,462,383
TASA DE COBERTURA 2005	272,52	273,18	286,93	225,39	295,73

BALANZA COMERCIAL FRANCIA 0604



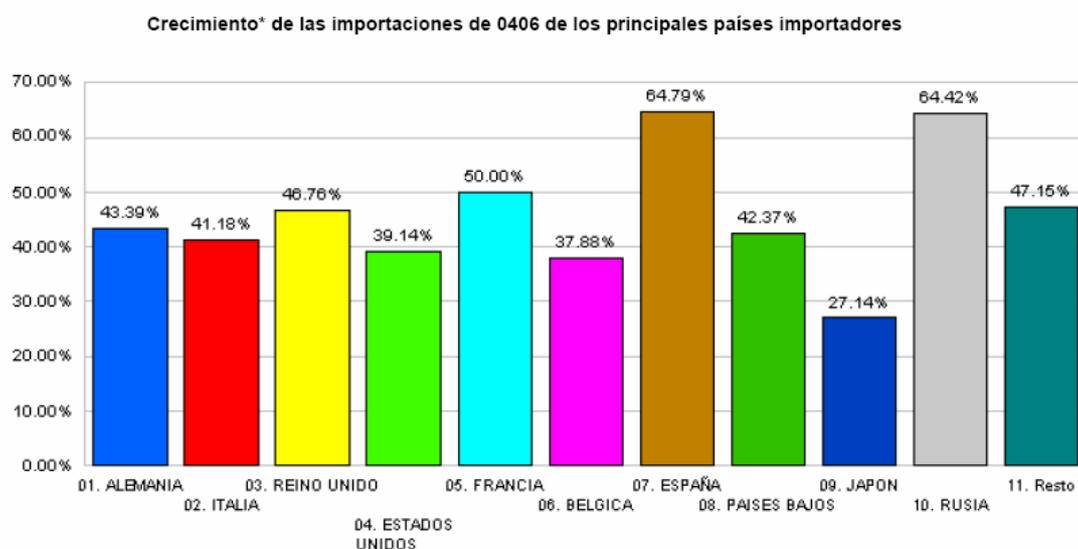
BALANZA COMERCIAL FRANCIA 0604



La balanza comercial francesa es siempre positiva en el caso del queso demostrando así que sus exportaciones superan con creces sus importaciones, y que posee un gran mercado nacional.

3.3 IMPORTACIONES POR PAÍSES

Crecimiento de las importaciones de los principales países importadores



Fuente: informes estadísticos ICEX. 2001-2004

Como pequeña introducción al comercio exterior francés hablaremos del crecimiento de las importaciones del queso en los principales países importadores. España se sitúa en primer lugar como importador de queso junto a Rusia y el Reino Unido. En los últimos cuatro años también hemos podido observar un aumento de las importaciones de queso en Francia, debido a las novedades del mercado y de un público que cada vez es más conecedor de los productos de otros países.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

IMPORTACIONES FRANCESAS DE QUESO 2000-2005, POR PAISES EN MILES DE EUROS

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	% RELATIVO
<i>Alemania</i>	1.010.446	171.355	172.444	208.845	206.532	190.787	25,54
<i>Italia</i>	799.918	140.592	149.494	153.595	177.227	180.392	24,14
<i>Países Bajos</i>	1.285.291	191.345	185.171	144.913	132.791	135.727	18,17
<i>Belgica</i>	314.396	49.370	41.900	44.119	34.405	39.719	5,32
<i>Suiza</i>	292.230	43.497	43.386	43.323	34.873	36.077	4,83
<i>Reino Unido</i>	151.110	24.023	24.423	27.677	31.758	35.727	4,78
<i>Dinamarca</i>	182.263	24.840	23.000	27.997	28.998	33.878	4,53
<i>España</i>	139.571	29.569	22.262	19.532	22.050	33.294	4,46
<i>Irlanda</i>	76.256	14.733	18.894	18.501	17.229	19.264	2,58
<i>Austria</i>	24.458	5.310	5.536	6.118	8.438	10.945	1,46
<i>Grecia</i>	12.487	4.921	5.727	7.165	7.846	8.266	1,11
<i>Resto de los países</i>	191.536	30.261	23.041	25.837	20.534	23.068	3,09
TOTAL	682.966	729.816	715.278	727.622	722.681	747.144	100,00
%Crecimiento		6,86	-1,99	1,73	-0,68	3,39	

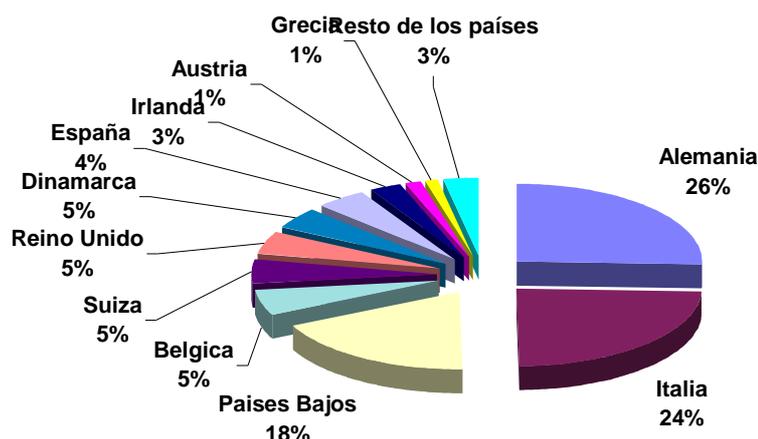
Fuente: Aduanas Francesas

Francia importa aproximadamente un 15 % del queso que se consume en el país, podemos ver en la tabla situada arriba y en las gráficas expuestas a continuación, los países de los cuales Francia importa más queso. España se sitúa en el octavo puesto en la exportación a Francia, y representa un 4,46 % del total imputado.

El crecimiento medio de las importaciones en los últimos años ha venido marcado por Italia, aunque también ha experimentado un ligero aumento el Reino Unido. Sin embargo hay países en los que las importaciones han disminuido como Suiza, Bélgica, Dinamarca, Alemania o incluso España.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

IMPORTACIONES FRANCESAS EN VALOR (EN VALOR)



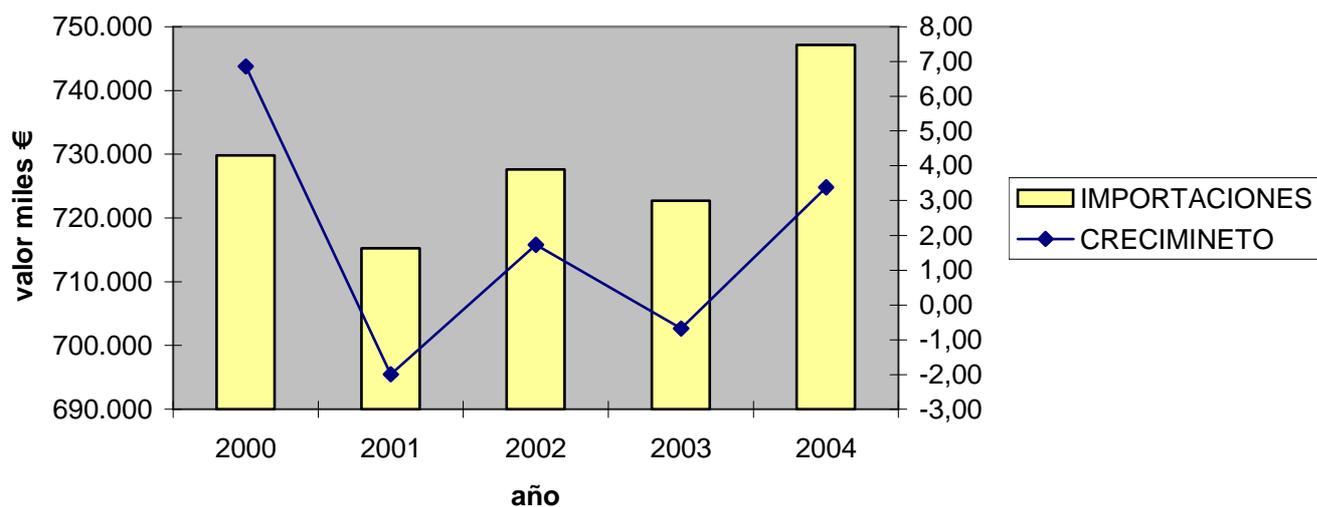
Casi la totalidad de las importaciones francesas provienen de países de Europa occidental. Alemania, Italia y los Países Bajos aseguran casi el 70% de las importaciones francesas. Estos países disponen de especialidades nacionales con fuerte notoriedad. En los Países Bajos es bien conocido el queso Gouda, Édam y la Mimolette. Mientras que Italia es conocido por sus quesos frescos, como la Mozzarella, o sus quesos curados, el Parmesano entre otros. Alemania exporta a Francia prácticamente todo lo que tiene en quesos frescos y fondus.

Francia siempre ha sido uno de los principales exportadores de queso junto con Grecia, aún así, las novedades y un mayor conocimiento del queso en otros países ha hecho que en 2005 Francia haya aumentado sus importaciones de queso en un 3,39 %. Debido a este factor podríamos decir que en los sucesivos años podría mantenerse o incluso experimentar un pequeño receso.

Con un 27% de las importaciones francesas, Alemania es el primer proveedor francés de quesos. Seguido de cerca por Italia donde cada año aumentan sus ventas en este país.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Importaciones Francia 0406 (MILES DE EUROS)



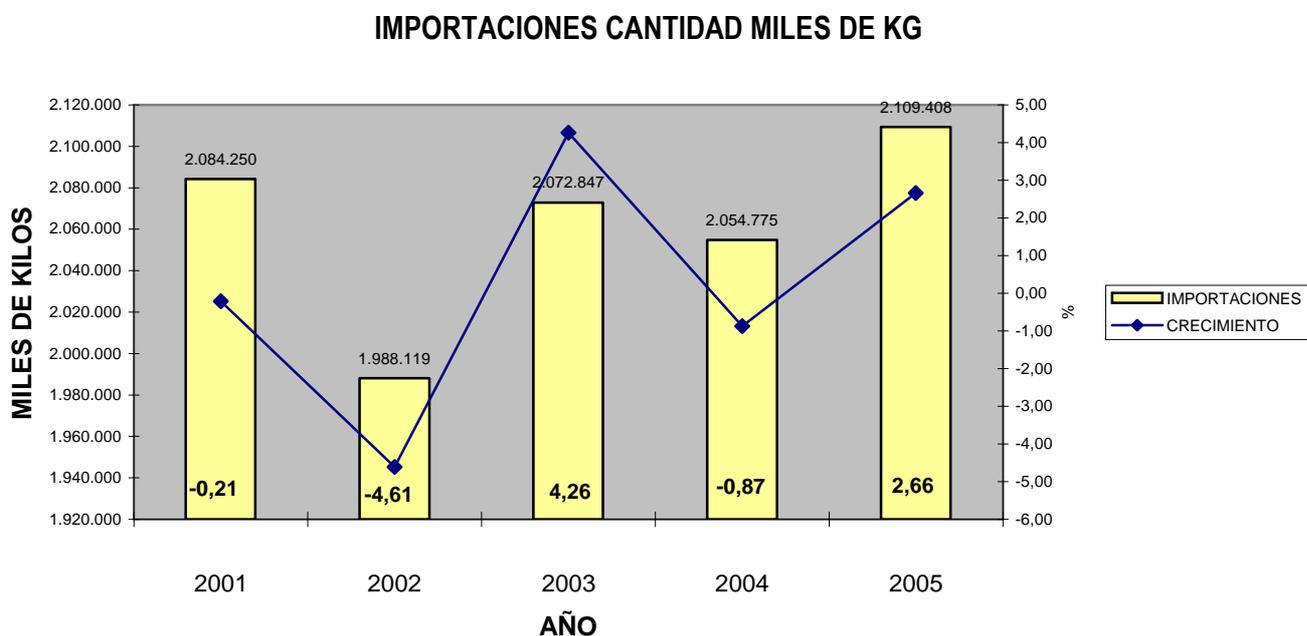
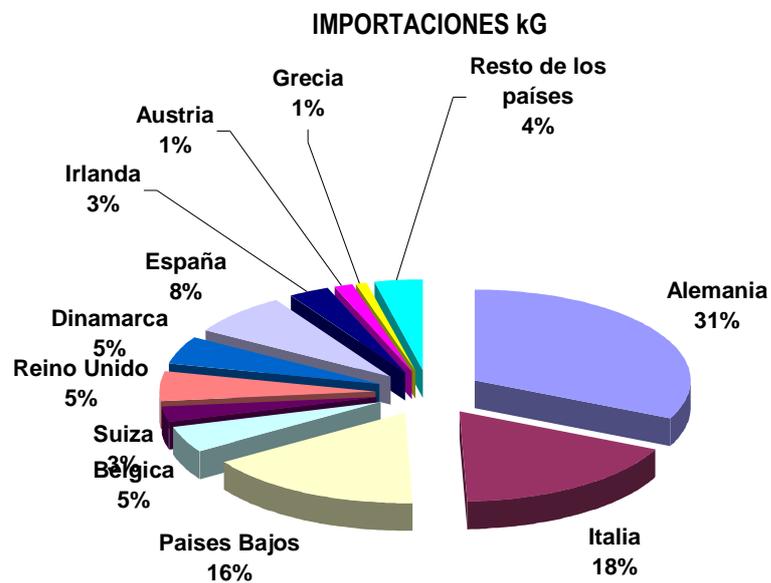
Fuente: Aduanas Francesas

IMPORTACIONES FRANCESAS DE QUESO 2000-2005, POR PAISES (MILES DE KG)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	% RELATIVO
Alemania	631.889,00	630.543	654.381	729.046	772.098	672.597	31,89
Italia	263.394,00	285.952	286.016	300.520	360.783	371.547	17,61
Países Bajos	554.707,00	500.166	469.859	366.600	329.066	344.387	16,33
Belgica	135.970,00	144.437	127.061	214.368	117.767	101.680	4,82
Suiza	78.381,00	67.246	64.071	71.942	55.805	56.326	2,67
Reino Unido	68.913,00	66.443	71.908	77.590	93.076	110.983	5,26
Dinamarca	88.854,00	74.622	68.873	84.084	88.762	104.261	4,94
España	98.216,00	152.849	82.036	51.813	60.707	162.361	7,70
Irlanda	34.854,00	46.741	57.546	59.772	55.214	61.002	2,89
Austria	11.308,00	14.855	14.777	16.336	22.024	30.078	1,43
Grecia	4.269,00	8.357	11.899	13.320	14.787	16.426	0,78
Resto de los países	117.936	92.039	79.692	87.456	84.686	77.760	3,69
TOTAL	2.088.691	2.084.250	1.988.119	2.072.847	2.054.775	2.109.408	100,00
%Crecimie		-0,21	-4,61	4,26	-0,87	2,66	

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Fuente: Aduanas Francesas



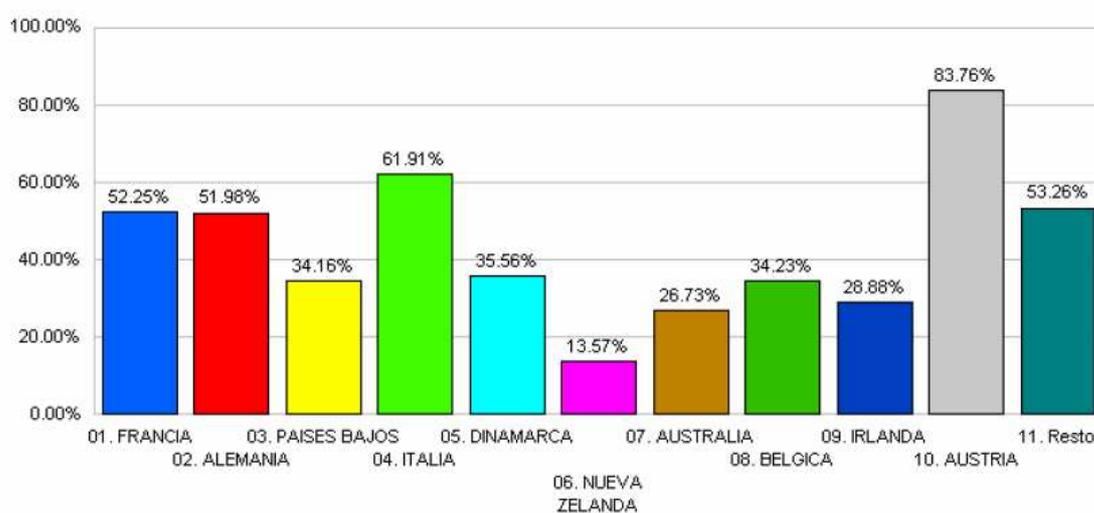
Fuente: Aduanas Francesas

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

3.4 EXPORTACIONES POR PAÍSES

Crecimiento principales países exportadores

Evolución crecimiento* principales exportadores. Periodo 2001 - 2004



Fuente: informes estadísticos ICEX. 2001-2004

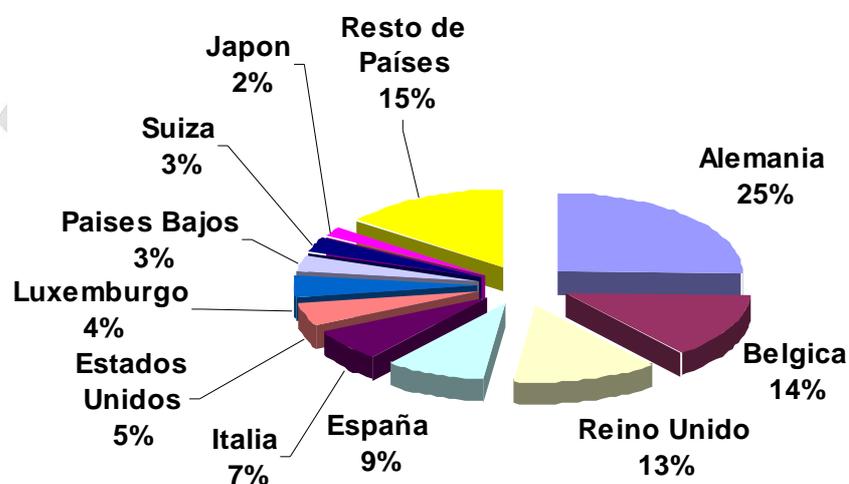
Como país exportador en esta tabla Austria e Italia han aumentado en los últimos 4 años sus exportaciones, junto con Francia y Alemania que siguen una línea estable en mercados maduros. Cabe destacar en el gráfico anterior la ausencia de España, lo que nos da una idea de que la representación española en exportación de quesos es muy escasa.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Exportaciones 0406 Francia en €

	2001	2002	2003	2004	2005	%RELATIVO
<i>Alemania</i>	516.822	503.260	544.836	498.464	566.016	25,62
<i>Belgica</i>	256.972	268.303	277.816	191.390	300.395	13,60
<i>Reino Unido</i>	190.906	204.643	246.100	154.223	283.450	12,83
<i>España</i>	141.267	148.359	165.361	85.875	191.724	8,68
<i>Italia</i>	194.791	172.127	175.164	130.187	152.847	6,92
<i>Estados Unidos</i>	74.212	92.505	100.872	100.114	106.785	4,83
<i>Luxemburgo</i>	59.763	67.109	82.344	76.819	98.123	4,44
<i>Países Bajos</i>	95.629	77.219	75.856	57.318	76.336	3,45
<i>Suiza</i>	63.284	67.557	66.068	61.547	65.776	2,98
<i>Japon</i>	41.150	45.719	46.166	23.147	43.208	1,96
<i>Resto de Países</i>	346.085	307.204	307.204	249.791	324.867	14,70
TOTAL	1.980.881	1.954.005	2.087.787	1.628.875	2.209.527	100,00
Crecimiento		-1	7	-22	36	

EXPORTACIONES 0406 FRANCESAS VALOR €



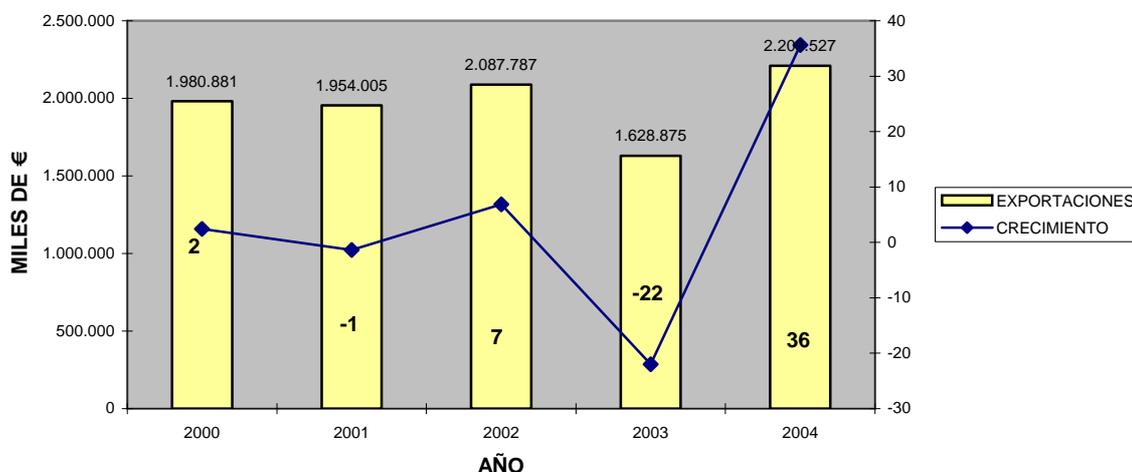
EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Absorbiendo el 25% de las exportaciones francesas en 2005, **Alemania es el primer cliente de Francia. Las exportaciones que van a Alemania están estabilizadas prácticamente desde el 2001, sufriendo pocos cambios de un año para otro.** Mientras que los principales mercados clientes de Francia, Reino Unido, España y los Países Bajos han sido los principales actores del mercado francés.

Las exportaciones francesas sufren una fuerte concentración en Europa, ya que exporta el 83,3 % del queso que produce. Tres países, Alemania, Bélgica y Reino Unido, concentran casi el 55% de las exportaciones hasta el 2005. Los fabricantes franceses y los exportadores han aumentado significativamente sus exportaciones de quesos a Reino Unido. El peso de este último país en las exportaciones francesas afecta a poco más de un 13%. Observando países en un segundo plano, podríamos distinguir tres zonas de exportaciones: los países de América del Norte, los países del Medio Oriente y los países del norte de Asia. En el seno de la zona de América del Norte, los Estados Unidos representan cerca del 5% de las exportaciones francesas. Desde hace unos años, las expediciones en valor registran una tasa de crecimiento dinámica.

Se observa que en los tres últimos años las exportaciones francesas de queso han aumentado progresivamente a Estados Unidos, Reino Unido y Bélgica, un poco menos, pero también han sufrido un incremento en España, Luxemburgo y Alemania, mientras que podemos encontrar un receso de las exportaciones en Canadá, Italia, Suiza o Japón.

EXPORTACIONES FRANCESAS 0406 VALOR €

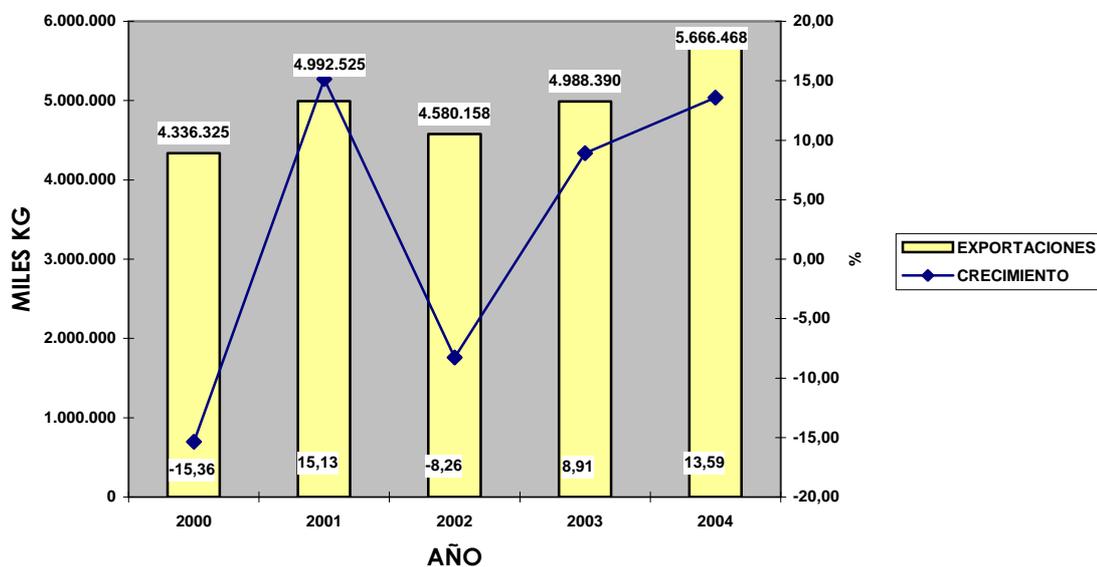


EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Exportaciones 0406 Francia en Volumen (Miles KG)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	% RELATIVO
<i>Alemania</i>	1.340.428	1.212.392	1.112.954	1.192.597	1.326.536	1.160.931	20,49
<i>Belgica</i>	668.751	682.607	680.027	676.213	916.805	747.171	13,19
<i>Reino Unido</i>	603.889	638.469	647.976	837.481	410.565	1.010.289	17,83
<i>España</i>	367.327	427.489	425.005	464.785	283.486	572.976	10,11
<i>Italia</i>	555.389	571.644	506.780	518.495	362.736	450.584	7,95
<i>Estados Unidos</i>	134.208	137.212	169.436	193.012	175.564	196.497	3,47
<i>Luxemburgo</i>	20.061	160.780	176.947	211.068	198.913	248.467	4,38
<i>Países Bajos</i>	333.517	327.319	283.925	299.145	247.578	270.893	4,78
<i>Suiza</i>	109.115	107.041	107.328	107.416	166.694	109.025	1,92
<i>Japon</i>	63.949	70.482	71.204	79.135	35.767	79.544	1,40
<i>Resto de Países</i>	926.706	890	810.943	811	863.746	820.091	14,47
TOTAL	5.123.340	4.336.325	4.992.525	4.580.158	4.988.390	5.666.468	100
Crecimiento %		-15,36	15,13	-8,26	8,91	13,59	

EXPORTACIONES FRANCESAS EN VOLUMEN (MILES KG)



EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

3.5. BALANZA DE COMERCIO EXTERIOR DE LOS PRODUCTOS LÁCTEOS. MILLONES DE EUROS

Producto/año	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Exportaciones						
Leche y productos lácteos	4.153	4.323	4.143	4.187	4.329	4.483
Productos lácteos + otros prod.	5.001	5.200	5.082	5.150	5.338	5.490
TOTAL	9.154	9.623	9.225	9.337	9.667	9.973
Importaciones						
Leche y productos lácteos	2.160	2.246	2.008	2.004	2.096	1.986
Productos lácteos + otros prod.	2.686	2.781	2.618	2.617	2.674	2.555
TOTAL	4.846	5.027	4.626	4.621	4.770	4.541
Saldo positivo						
Leche y productos lácteos	1.993	2.077	2.135	2.183	2.234	2.497
Productos lácteos + otros prod.	2.315	2.419	2.646	2.533	2.664	2.935
TOTAL	4.308	4.496	4.599	4.716	4.898	5.432

FUENTE: DOUANES

- 1.- Leche y productos lácteos: 0401 a 0406 + leches y yogurt aromatizados, leches dietéticas.
- 2.- Productos lácteos + productos a base de leche. Preparados.

Los saldos de la balanza de los productos lácteos son siempre positivos, ya que Francia en este sentido es un mercado maduro y estabilizado además de con un gran nombre y calidad, lo que hace que pueda exportar mucho más de lo que importa.

VARIACIÓN % DE LA BALANZA COMERCIAL PARA LOS PRODUCTOS LÁCTEOS.

Producto/año	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005	Media
Exportaciones						
Leche y productos lácteos	-3,9	4,3	-1,1	-3,3	-3,4	4.270
Productos lácteos + otros prod.	-3,8	2,3	-1,3	-3,5	-2,8	5.210
TOTAL	9.480					
Importaciones						
Leche y productos lácteos	-3,8	11,9	0,2	-4,4	5,5	2.083
Productos lácteos + otros prod.	-3,4	6,2	0	-2,1	4,7	2.655
TOTAL	4.738					
Saldo positivo						
Leche y productos lácteos	-4	-2,7	-2,2	-2,3	-10,5	2.187
Productos lácteos + otros prod.	-4,3	-1,8	-2,7	-4,9	-9,2	2.555
TOTAL	4.742					

Al igual que en la balanza comercial del queso observamos que las exportaciones superan con creces las importaciones, aunque en los últimos años disminuyen las exportaciones y aumentan las importaciones. Debido a la publicidad y promoción de nuevos productos lácteos en el extranjero, que hacen que el consumidor francés conozca nuevos productos y nuevos usos para un producto que ha sido tradicional en su país.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

EXPORTACIONES DE QUESO POR CATEGORÍA.

CATEGORIA / AÑO	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL	512 346	525 047	509 314	538 953	576 825	566 647
Fromages frais et Caillebotte	131 774	134 570	138 168	153 637	177 570	181 161
Pâtes molles (1)	150 005 (1)	152 846 (1)	153 738 (1)	151 374 (1)	140 170 (1)	129 986 (1)
camembert	17 606	17 143	16 767	16 847	17 752	18 705
brie	63 490	62 341	63 515	63 685	65 118	62 835
Roquefort	2 931	3 033	3 196	3 351	3 518	3 522
Autres pâtes persillées	7 027	7 260	7 397	7 070	7 560	7 475
Saint-Paulin, Saint-Nectaire	21 644	22 566	20 219	21 375	24 046	29 522
Edam, Gouda, Fontal, Samsøe	3 809	5 269	4 106	3 556	2 988	2 128
Mimolette, tomme grasse, maasdammer	25 205	26 153	23 328	21 653	37 770	46 947
Emmental et similaires	19 437	20 948	21 797	30 077	32 391	29 161
Feta (vache et brebis)	11 657	10 535	10 488	11 385	10 959	10 121
Autres pâtes pressées cuites et non cuites	7 417	9 718	8 705	10 108	11 188	13 555
Autres fromages non dénommés	18 432	22 050	19 889	29 530	30 542	24 914
Fromages rapés ou en poudre	20 927	22 422	19 647	20 376	21 210	18 004
Fromages fondus	80 598	75 400	69 291	65 646	65 679	61 761
Fromages destinés à la transformation	11 483	12 277	9 357	9 815	11 236	8 392

Comprendidos los quesos que contienen <50% de leche de cabra.

Source : Douanes

Las mayores exportaciones de queso francés las encontramos en los quesos frescos y en los quesos de pasta blanda (como el *brie* o el *camembert*), quesos conocidos por su tradición en Francia.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES POR CATEGORÍA.

CATEGORIA / AÑO	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005
	%	%	%	%	%
TOTAL	-2,4	3,1	-5,5	-6,6	1,8
Fromages frais et Caillebotte	-2,1	-2,6	-10,1	-13,5	-2
Pâtes molles (1)	-1,9	-0,6	1,6	8	7,8
camembert	2,7	2,2	-0,5	-5,1	-5,1
brie	1,8	-1,8	-0,3	-2,2	3,6
Roquefort	-3,4	-5,1	-4,6	-4,7	-0,1
Autres pâtes persillées	-3,2	-1,9	4,6	-6,5	1,1
Saint-Paulin, Saint-Nectaire	-4,1	11,6	-5,4	-11,1	-18,5
Edam, Gouda, Fontal, Samsøe	-27,7	28,3	15,5	19	40,4
Mimolette, tomme grasse, maasdammer	-3,6	12,1	7,7	-42,7	-19,5
Emmental et similaires	-7,2	-3,9	-27,5	-7,1	11,1
Feta (vache et brebis)	10,7	0,4	-7,9	3,9	8,3
Autres pâtes pressées cuites et non cuites	-23,7	11,6	-13,9	-9,7	-17,5
Autres fromages non dénommés	-16,4	10,9	-32,6	-3,3	22,6
Fromages rapés ou en poudre	-6,7	14,1	-3,6	-3,9	17,8
Fromages fondus	6,9	8,8	5,6	-0,1	6,3
Fromages destinés à la transformation	-6,5	31,2	-4,7	-12,6	33,9

Comprendidos los quesos que contienen < 50% de leche de cabra.

Source : Douanes

Aunque las exportaciones disminuyen en el periodo 2000/2004, aumenta en la variación del último año 2004/2005. Observamos una disminución de la exportación de quesos frescos y un aumento de los quesos de pasta blanda.

IV

● ANÁLISIS DEL COMERCIO

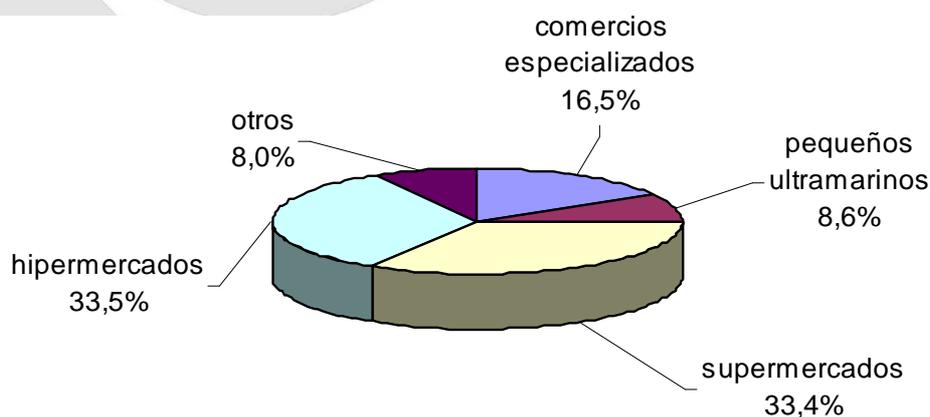
4.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO

4.1.1 Principales distribuidores

Las principales centrales de compra son:

- EMC DISTRIBUTION, grupo CASINO: Casino, Monoprix, Franprix...
- CARREFOUR: Carrefour, Champion, Ed, 8 à Huit, Marché Plus, Proxi, Shopi...
- PROVERA-CORA: Cora, Match, Coccinelle, Coccimarket, G20...
- SYSTÈME U: Hyper U, Marché U, Super U...
- GALEC-LECLERC : Leclerc
- INTERMARCHÉ – ITM: Intermarché, Ecomarché, Mosquetaires, Netto...
- AUCHAN France: Auchan, Atac...
- **Hard discount**: LIDL, ALDI, LE MUTANT, NORMA...

Cuota de mercado en valor según los diferentes canales de distribución de productos agroalimentarios 2004



EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Fuente: INSEE

Por otra parte, hay que tener en cuenta que la gran distribución está muy concentrada en Francia. Existen siete grandes centrales de compras que se reparten este sector.

Cada central dispone de un parque de hipermercados, supermercados, cadenas de comercios de proximidad, de hard discount... Además, algunas de ellas cuentan con cadenas de grandes y medianas superficies especializadas en confección, deporte, bricolaje...

Las centrales de compras son conocidas por ser muy exigentes a nivel de precios. El mercado francés es muy competitivo. Las grandes superficies se disputan las cuotas de mercado en un mercado que se podría definir como de precios. Además de presentar una relación calidad-precio imbatible, las empresas proveedoras de las grandes superficies deben también cumplir unos requisitos de logística y servicio muy rigurosos, de tal manera que se recomienda a las empresas españolas que deseen vender a una central de compras francesa, contar con una experiencia semejante en el mercado español.

Facturación y reparto de la actividad de las centrales de compras en Francia - 2004

	REPARTO DE ACTIVIDAD SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO					FACTURACIÓN 2004 (millones €)
	Hipers	Supers	Proximidad	Hard discount	Otros	
CARREFOUR	52,2%	20,8%	7,0%	5,7%	14,3%	72.800
INTERMARCHÉ	10%	73%	5%	5%	7%	36.500
LECLERC	95%	5%				29.400
AUCHAN	80%	20%				28.500
CASINO	37,9%	17,35	19,5%	22,3%	3,0%	23.200
SYSTÈME U	15%	79%	6%			14.600
CORA	79%	21%				10.000

Fuent : Linéaires.

Como podemos observar en la tabla expuesta anteriormente, Carrefour, Intermarché y Leclerc son las centrales de compras que más facturaron en 2004, los hipermercados y supermercados dominan en facturación, sobre todo en las grandes superficies. Los hipermercados tienen una gran importancia en Francia, ya que es donde gran parte de los franceses realizan sus compras. En los últimos años, bien es cierto, que los Hard Discount están cobrando cada vez más importancia.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Estructura de mercado.2005

QUESOS		EVOL. 2005/2004 VOLUMEN		EVOL. 2005/2004 VALOR	
ESTRUCTURA DEL MERCADO 2005	Parte de mercado VOLUMEN	Parte de mercado VALOR	NA/ 100	QA/NA (Hg)	Precio medio (euros/hg)
QUESOS	100	100	99,7	250,4	0,8
Total libre servicio	84,2	79,5	99,6	210,9	0,8
Total al corte	10,9	14,9	54,7	49,9	1,1
Total pre-cortado	4,8	5,6	47,4	25,3	1
Que pertenezcan a AOC	16,1	20,4	89,3	45	1,1
Ligeros	3,6	3,9	51,5	17,4	0,9
Pasta blanda	28,1	24,1	95,3	73,6	0,7
Camembert	9,3	7	75,6	30,6	0,6
Coulommiers	5,7	3,4	48,8	29,3	0,5
Brie	3,2	2,6	55,1	14,4	0,7
Pata prensada cocida	45,2	44,7	98,7	114,4	0,8
Emmental	20,2	16,2	94,7	53,2	0,7
Comté	3,7	4,5	47	19,7	1
Pasta prensada no cocida	17,1	18,6	90,2	47,4	0,9
Saint Paulin	3,2	3,5	51,9	15,4	0,9
Raclette	3,3	3	43,9	18,7	0,8
Cantal	1,5	1,6	28,3	13,5	0,9
Reblochon	1,2	1,6	33,6	8,8	1,1
Pyrénées	1,2	2	32,7	9,1	1,4
Tommes	1,2	1,4	30,1	9,8	1
Hollande y similares	2,7	2,5	42	16,2	0,7
Quesos frescos salados	8,2	8,6	86,5	23,7	0,9
Fêta	0,7	0,7	23,4	7,2	0,8
mozzarella	1,8	1,5	40,3	11,2	0,7
Quesos Fondus	4,9	3,7	67,5	18	0,6
Oveja y Cabra	6,9	9,5	81,5	21,2	1,1
Oveja	6,3	8,3	80,2	19,5	1,1
Cabra	0,6	1,2	27,8	5,6	1,5
Pasta blanda	4,4	6,3	72,2	15	1,2
Roquefort	1,6	2,9	55,8	7,2	1,5

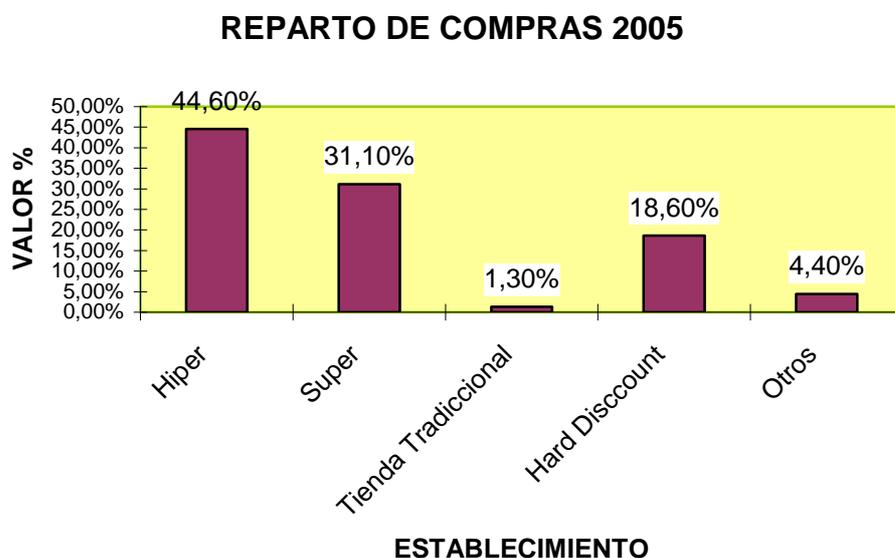
Cabe mencionar que dominan las ventas ocupando un 84% de las ventas. El queso de pasta cocida prensada es el que mayor mercado tiene en Francia, (como el Emmental o Comté) bien por tradición, o por gusto de la población. A continuación, cobra importancia la pasta blanda (como el Camembert o el Brie) y después las pastas prensadas no cocidas (como Cantal o Recllette).

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Se observa que los quesos de Pasta blanda y de Pasta prensada no cocida, además del Fondus y Allégés, disminuyen en importancia y consumo mientras que todos los demás sufren un aumento.

Reparto de las compras en volumen 2005.

Queso.



Como ya hemos comentado anteriormente las principales compras de los franceses se realizan en los hipermercados, seguido de los supermercados, mientras que las pequeñas tiendas tradicionales pierden importancia. Los Hard Discount cobran más importancia año tras año.

4.2 ANÁLISIS CUALITATIVO

4.2.1 Canales de distribución

- **Libre servicio:**

Las ventas de queso en libre servicio (LS) dominan de una manera importante. Beneficia particularmente a los esfuerzos de marcas nacionales que no tienen queso al corte. Ellos invierten, de hecho, importantes medios de comunicación, vía la prensa y sobre todo la televisión. Doblan la creatividad para elaborar productos novedosos (Camembert de Campagne, de la marca Président).

- **Establecimientos “gourmet”**

Las empresas españolas productoras de queso pueden contactar con los pequeños establecimientos multimarca especializados en productos tipo “gourmet”, tanto franceses como internacionales, para el caso de productos de este tipo. La cuota de mercado de este tipo de tiendas es muy reducida y la gama de productos de quesos que no sean franceses es muy reducida.

- **Establecimientos especializados en productos alimenticios de origen español**

Se podrían englobar dentro de esta categoría los pequeños establecimientos especializados en productos de origen español, localizados sobre todo en París y región parisina. Independientemente de que existan más tiendas de este tipo, *“Le Guide de Ressources Culturelles Espagnoles”* recoge en su última edición cerca de 50 establecimientos de este tipo. En la mayoría de los casos, estas tiendas compran directamente al productor español.

Aunque estos establecimientos constituyen un canal de menor importancia y se dirigen a un segmento muy reducido de consumidores, en muchos casos permiten a las empresas españolas realizar un primer paso en este mercado.

- **Distribuidores mayoristas**

Como canal tradicional, están por una parte los distribuidores mayoristas. Gran parte de los mismos trabaja a nivel regional. El creciente trato directo de las centrales de compras con los productores está provocando la decadencia del comercio mayorista. Subsisten unas 26.000 empresas de este tipo, algunas de importancia considerable, sobre todo en los sectores de productos alimenticios frescos gracias a los mercados de interés nacional (Rungis en París; Montauban; Saint Charles en Perpignan, etc...)

El acceso a pequeños distribuidores regionales tampoco resulta fácil, ya que suelen estar muy solicitados y reciben múltiples ofertas. Tan sólo recibirán respuesta aquéllas que respondan a la demanda francesa y que puedan dar resultado en el mercado.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

4.2.2 La gran distribución en Francia

Como consecuencia de las operaciones de agrupación que han tenido lugar en Francia durante las últimas décadas, las centrales de compras se han visto reducidas prácticamente a seis, además de las centrales de “hard disocunt” independientes.

- **Los GMS (Grand et Moyen Surface)**

Concentran la gran parte de la distribución de queso en Francia. La importancia de la rotación de los volúmenes permite a los hipermercados y supermercados de tener precios inferiores a la media.

Por otra parte, los progresos tecnológicos de envasado han permitido a las grandes superficies alimentarias aumentar la variedad de su oferta y de proponer otro tipo de productos como los quesos de pasta prensada o de cabra en libre servicio.

Como consecuencia de las operaciones de agrupación que han tenido lugar en Francia durante las últimas décadas, las centrales de compras se han visto reducidas prácticamente a seis, además de las centrales de “hard disocunt” independientes.

4.2.3 Estrategias de canal

- **Ventas al corte:** Los quesos vendidos al corte tienen una mejor imagen en términos de calidad que los vendidos en LS. Los quesos se acompañan generalmente de un apelativo como pueda ser artesanal. Algunos GSM han puesto en marcha una verdadera estrategia para dinamizar las ventas de la venta al corte. El consumidor debe comprender el diferencial de precio con los quesos vendidos en LS. Los consejos de utilización y de conservación, una breve explicación del origen del queso, formación del personal, animaciones de stand para hacer descubrir nuevos productos, semanas temáticas, son alguno de los medios para atraer al consumidor.
- **Ventas en auto-servicio:** el auto servicio asegura un 30% de la cifra de negocios de la cremería (que enmarca los quesos y los lácteos). El número de referencias en los lineares ha aumentados progresivamente en 2003 y 2004 (+ 6,7%). Por otro lado, el crecimiento del linear ha aumentado bastante menos (+3,6%). Esta situación se traduce en un deterioro de la visibilidad del linear.
- **Los queseros artesanos:** Los artesanos cuentan igualmente mediante los circuitos de distribución presentados en el mercado. Después los últimos datos disponibles de Unctad sobre el sector en (2004), el comercio detallista de productos lecheros tiene 585 establecimientos con al menos un asalariado. Lo que se traduce en 11532 personas en 2004.
- **La venta en línea:** Es un circuito de distribución todavía marginal pero comienza a llamar la atención de los operadores de la industria quesera. Normalmente los que poseen un sitio en Internet lo suelen destinar a la comunicación institucional. Mientras tanto, podemos encontrar verdaderas plataformas de venta virtual como (www.fromage-de-france.com). Estos sites proponen bandejas (tablas de quesos)

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

donde nosotros elegimos la composición de quesos, por piezas o al corte. El éxito de la venta en línea dependerá en parte de la puesta en marcha de un canal logístico, sólido, respetando escrupulosamente las reglas de higiene y de seguridad alimentaria.

4.2.4 Estrategias para el contacto comercial

En el caso del queso, como en casi todos los productos franceses ya consolidados en este mercado, la mejor forma de darse a conocer podría ser las Ferias agroalimentarias y específicas del producto, revistas especializadas, o incluso un mailing haciendo promoción de qué es lo que queremos vender.

4.2.5 Papel del agente comercial

A la hora de contactar con las centrales de compras o con los establecimientos minoristas, puede servirse de un agente comercial. La figura del agente es recomendable sobre todo al contactar con las centrales de compra. El agente comercial conoce los sistemas de negociación con las centrales de compras, representa una “antena” permanente en el país de destino y resulta un intermediario relativamente económico.

Existe, sin embargo, un pequeño problema ya que en Francia no existen bases de datos de agentes comerciales ni representantes.

4.2.6 Etiquetado

Entre los requisitos de acceso al mercado, destaca la legislación francesa sobre etiquetado de productos alimenticios, redactado en francés y conteniendo la denominación de venta, un listado de ingredientes, la cantidad neta, fecha límite de consumo, razón social de fabricante o del comercializador y el lote de producción.

4.2.7 Acceso a la distribución: selección del canal adecuado

Recomendaciones:

A continuación presentamos una serie de recomendaciones a la hora de abordar el mercado francés:

- Que la empresa española decida cuál es su estrategia de entrada en el mercado (con marca propia, marca blanca, primer precio, producto gourmet...) y analizar los productos de la competencia y su posicionamiento.
- Elaborar una oferta específica, eligiendo los canales de distribución que le interesen y definiendo la política de precios, logística y de promoción. Habría que elaborar una estrategia por canal elegido, es decir que si la empresa tiene un producto adecuado para el canal gourmet, no intente ofrecerlo tal cual en el canal de la gran distribución. El envase, el folleto de venta, los argumentos, la política de precio son distintos en función de los canales.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

- Elaborar un buen dossier de presentación conteniendo, entre otros, las fichas de presentación del producto y los argumentos de venta, (qué es lo que puede conducir a un comprador a decantarse por su producto, teniendo en cuenta la saturación del mercado y la dificultad a la hora de introducir nuevas referencias), así como preparar la primera reunión.

Pasos a seguir para contactar con clientes potenciales:

- Es imprescindible que la persona representante de la empresa española hable francés, se pueda desplazar de manera regular a Francia y tenga sobrada experiencia en este tipo de negociaciones. Si no es posible, la figura del agente comercial o del importador - distribuidor es recomendable en esta serie de negociaciones.
- Es conveniente, como se ha señalado con anterioridad, contactar con un importador que posteriormente suministra a puntos de venta especializados (en productos “gourmet”, en productos españoles...), a las centrales de compras o a la restauración.
- Es posible también contactar directamente con el establecimiento minorista. No obstante, el importador realiza una importante labor de intermediación y de información frente a la empresa española. El importador puede asesorar sobre las posibilidades de comercialización de su producto: adaptación del producto, packaging, etiquetado, entregas...
- No es lo mismo contactar directamente con la gran distribución que con un importador. En la gran distribución existen unos procesos de “referenciación”, complicados y que demoran varios meses. Se requiere, normalmente, experiencia en este sentido para contactar con las centrales de compras.

De todas maneras, a la hora de contactar con clientes potenciales, es necesaria una fuerte inversión económica y de recursos humanos, ya que nos encontramos en un mercado muy competitivo y maduro, en el que se requieren grandes esfuerzos para introducir un nuevo producto o para desplazar a un proveedor actual. En este sentido, es muy importante aportar referencias de clientes actuales del producto español, así como presentar argumentos de venta válidos y convincentes.

Por último, hay que tener en cuenta que los productores franceses llevan a cabo acciones de promoción y de marketing dirigidas a dinamizar la demanda y a atraer nuevos consumidores, presentan productos que cada vez respetan más la salud de los consumidores y siguen los dictados de la seguridad alimentaria, desarrollan nuevas formas de presentación del producto, realizan publicidad en televisión... En conjunto, una serie de acciones de promoción a las que la mayoría de los fabricantes españoles son ajenos.

Por todo ello, en términos generales, es aconsejable visitar algunos puntos de venta para estudiar la oferta presente en las tiendas, las gamas, calidades y precios y, sobre todo, los envases y cantidades de productos que se ofrecen al consumidor.

Con todas estas informaciones, es posible, si la empresa desea realmente entrar en el mercado francés. *A priori*, el canal de distribución más adecuado para los productos gourmet es la tienda o el importador especializado. Citamos a la tienda porque existen redes de tiendas gourmets con sus propias centrales de compras (ver anexos). La situación habitual es el contacto con un importador que abastece a tiendas locales (*épicerie fines*). En anexo, este estudio incluye varios listados de empresas con esta actividad.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

4.2.8 Marketing

Hay que recordar que tratándose de productos dirigidos al estrato más alto del mercado, es necesario no sólo que la presentación del envase sea clara sino que la imagen corresponda a la calidad del contenido, incluyendo una enumeración precisa de los elementos nutricionales y una explicación sobre el origen del producto.

Nombre del producto

Buscar un nombre atractivo pero sencillo para el cliente potencial, capaz de transmitir la historia y la unicidad del producto.

Envase

Evitar el envase excesivo. Algunos diseños son excesivamente regionales y denotan falta de creatividad. Un alto porcentaje de las ventas depende del envase (sobre todo cuando el producto se compra por primera vez, pues a partir de ahí será la calidad la que determine una segunda compra). Es decir, el envase funciona en un primer momento como reclamo.

Es muy importante intentar dar a conocer los productos a través de la restauración, como han hecho los competidores italianos, que disponen de un escaparate permanente y un modo de promoción gratuito de sus productos gracias a los restaurantes. En París se puede apreciar la apertura de nuevos restaurantes españoles que se alejan de la imagen folklórica tradicional y apuestan por la cocina fusión con la *Nouvelle Cuisine Espagnole* que goza de reputación y está de moda. El tirón de chefs como Ferrán Adrià y el reconocimiento internacional de la nueva cocina española tiene que ser explotado. Un ejemplo de restaurante avalado por la prensa profesional francesa, y escaparate de la gastronomía gourmet española es El Fogón, con el chef Alberto Herraiz al frente.

Hay que intentar en la medida de lo posible combinar una alta calidad con un precio asequible y recordar lo primordial del etiquetado y el envasado, en general la presentación, intentando que destaque y sea lo más original que permitan las reglamentaciones, ya que realmente va a suponer el primer factor de compra.

4.2.9 Promoción y publicidad

Cabe destacar que únicamente se pueden promocionar los quesos que tengan una imagen fuerte y fiable en otros mercados, en este tipo de producto competimos con los líderes del mundo.

Es muy importante manejar bien el francés, sobre todo por que si se quiere que se le publique alguna noticia o comunicado, tiene que estar en este idioma.

Enviar muestras del producto a periodistas gastronómicos del país, publicación de recetas en las que el producto en cuestión sea uno de los ingredientes, degustaciones en puntos de venta (en Galeries Lafayette, por ejemplo, se venden bocadillos de Jamón Ibérico lo cual constituye una forma de dar a probar el producto al consumidor), folletos informativos (historia y utilización del producto), asociar el producto a algo que se utilice ya habitualmente.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Además de la labor de marketing que pueden hacer los *chefs*, es muy recomendable acercarse a las escuelas de cocina y restauración de renombre en Francia, de las que saldrán los próximos profesionales y prescriptores del sector. (ver Anexo)

Otra forma de hacer publicidad y promoción de los quesos españoles son los eventos de promoción hacia uno o varios productos complementarios, en las que se resalte la frescura y calidad de los productos, al igual que sus componentes nutritivos.

En estos últimos años se pretende cambiar la imagen del uso tradicional del queso. En Francia sabemos que el queso se consume tradicionalmente como postre o después del plato principal, en estos últimos años se ha tratado de identificar al queso como un ingrediente más dentro de un plato principal, lo que hace que este producto pueda tener otros usos distintos del tradicional.

Entre algunos de los actos promocionales del ICEX, cabe destacar:

- **Las Jornadas de Calidad**, salón dedicado a productos gourmet españoles, en el cual se pueden apreciar productos de alta calidad, dirigido a profesionales del sector agroalimentario.
- **Participación en ferias (SIAL, Salón Internacional de la Alimentación)**. Es una manera de promocionar nuestros productos mostrándolos tanto al público como a los profesionales.
- Eventos promocionales exclusivamente del queso. **Fromage d'Espagne** es una degustación exclusivamente de quesos españoles en la que participan expertos del sector.

Además:

Organización de misiones inversas: En el marco de los PLANES SECTORIALES DE PROMOCIÓN DE AGROLIMENTARIOS, para jamón serrano, vinagre de Jerez, y Kaki Persimon. Además, a principios de 2006, participaron 3 periodistas franceses invitados en Madrid-Fusión. Igualmente hubo Misiones Inversas en el sector del azulejo para visitar CEVISAMA en Valencia. Se pueden destacar también en los sectores de Consumo e Industrial las misiones a las ferias, Ofitec de mueble de oficina, Liber, FIM del sector del mueble o a la feria SIMA de subcontratación industrial en Sevilla.

Plan propio de la Oficina (Umbrella): En 2006 se organizó una nueva edición de la Jornada de Productos y Vinos Españoles de Calidad. En colaboración con distintas empresas e instituciones se han realizado diversas promociones de la gastronomía y los vinos, y una colaboración con la tienda LAVINIA, durante el mes de junio (promoción de vinos).

V ● ANÁLISIS DE LA DEMANDA

5.1 TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

5.2 INDICE DE PRECIOS DE VENTAS INDUSTRIALES

Producto/ Año	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005
	%	%	%	%	%
Queso	-3,8	-1,2	2,7	1,1	0,1

Fuente: INSEE

Los fabricantes de quesos se beneficiaron en 2004 de condiciones de aprovisionamiento favorables. La fabricación en aumento de leche permitió observar una baja en el precio de venta industrial. Por primera vez desde 1995, las tarifas disminuyeron. En esta baja interviene en un contexto donde las estrategias de valorización y sofisticación, justifican los precios de venta industriales mayores. El lanzamiento de nuevos productos, la mejora del envasado, la puesta en marcha de planes de marketing y comunicación, tienen un coste considerable e importante.

Es importante tener en cuenta que el queso es un producto muy elaborado al que hay que restarle el coste material sobre el precio final.

En un mercado maduro, las MDD (Marcas de Distribuidores), con productos de sustitución de las marcas nacionales, son una forma de negociación importante para la gran distribución.

Por tanto, las MDD enmarcan un 43% de las ventas en auto servicio, las firmas de MDD no tienen inconveniente en presionar la baja de los precios sobre las marcas nacionales.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

5.3 ÍNDICE DE PRECIOS DE VENTAS AL CONSUMO

Producto / Año	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005
	%	%	%	%	%
Queso	-4,8	-2,4	-2,2	-0,5	0,5

Fuente: INSEE

- Francia es un mercado maduro y estable dentro de Europa lo que hace que la inflación y otros motivos económicos suban los precios pero respetando un índice muy bajo, como el del último año situado en +0.5 %.

5.4 DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA DISPONIBLE

	Evolución en %			En millardos de €
	2002	2003	2004	2004
Renta disponible bruta	4,7	1,7	3,2	1065,6
Gasto en consumo final	3,3	2,8	3,8	901,2

Fuente: INSEE

La renta disponible bruta progresa en un 3,2% en 2004 contra únicamente 1,7% en 2003. El precio del gasto de consumo creció en un 1,8%, propulsado por los precios de los productos alimentarios, los alquileres y los productos derivados del petróleo. De este modo, el poder adquisitivo de la renta disponible bruta de los hogares ha progresado globalmente en un 1,4% tras 0,4% en 2003, favoreciendo así al consumo.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Reparto del presupuesto de los hogares

	PORCENTAJE DEL GASTO TOTAL			
	1999	2000	2003	2004
PRINCIPALES DESTINOS DEL GASTO				
1.- Alojamiento, agua, gas , electricidad	21,7	24	24,4	24,2
2.- Transportes	15,7	15,5	14,9	14,7
3.- Producto alimenticio	46,3	14,4	14,6	14,2
4.- Otras funciones (seguros...)	9,7	9,9	10,5	10,7
5.- Ocio y cultura	8,7	9	9,2	9,3
6.- Hoteles, cafés, restaurantes	6	6,3	6,2	6,1
7.- Muebles, artículo del hogar	7	6,4	6	5,8
8.- Ropa y calzado	6,7	5	4,6	4,9
9.- Salud	2,8	3	3,2	3,4
10.- Bebidas alcohólicas y tabaco	3	3,5	3,3	3,3
11.- Comunicación	1,8	2,2	2,5	2,7
12.- Educación	0,6	0,6	0,6	0,7
CONSUMO TOTAL	100	100	100	100

Fuente: INSEE

En 2004, el alojamiento y los gastos ligados a su instalación (muebles, etc...) han representado el 30% del gasto de los hogares y se mantienen como principal destino de los gastos de consumo, principalmente debido a los precios del inmobiliario.

Entre los destinos de gasto tradicionalmente importantes, los porcentajes destinados al transporte y a los gastos alimenticios se reducen desde hace varios años.

El consumo en TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) ha progresado fuertemente en 2004: +72% para las máquinas de fotos digitales, +31% para el material informático, triplicación de las ventas de las televisiones de plasma y LCD. Únicamente este destino del gasto ha generado 0.5 puntos del aumento del conjunto del consumo de los hogares en volumen. También cabe destacar el reciente crecimiento de los gastos destinados a la salud y a los seguros.

La parte del gasto destinada a la vestimenta se ha estabilizado alrededor del 4%. Esta estabilidad, desde mediados de los años 90, es el resultado de dos fenómenos: por un lado, la parte del presupuesto destinada a las compras utilitarias disminuye, como otros componentes del presupuesto obligatorio; por otro lado, las compras "por placer" se han beneficiado enormemente del aumento del presupuesto no obligatorio.

El coeficiente presupuestario dedicado a la ropa se ha recuperado en 2004 alcanzando un 4,1%. De este modo, recupera el nivel de otros países europeos después de alcanzar un punto bajo de 3.6% en 2003. Sin embargo, la bajada de los precios y la morosidad del entorno económico dejan predecir una nueva disminución del coeficiente presupuestario para el año 2005.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

5.4.1 Tendencias culturales

El queso es un producto tan tradicional en Francia que se consume cada día por la mayoría de los franceses.

Los franceses consumen hoy en día casi 24 kg de quesos por año y por habitante, el 96% de entre ellos consumen al menos 10 veces por semana.

Los franceses realizan tradicionalmente tres comidas diarias: desayuno (al levantarse), comida (entre las 12 y las 13 h) y la cena sobre las 20h.

Los platos de la comida y la cena están compuesto principalmente de: un plato de entrada, un plato caliente de carne o pescado y legumbres, de queso y de postre.

Tradicionalmente el queso se ha consumido en Francia como último plato antes del postre.

5.5 ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

5.5.1 Hábitos de consumo

El queso es un producto muy presente dentro de los hábitos alimenticios de los consumidores franceses. El 96% de los mismos declara consumirlo de manera regular. Únicamente el 4% declara no consumirlo jamás o de manera muy ocasional. Un 33% lo consume todos los días. El consumo per cápita aumentó entre 1980 y 1997 el 27%.

Los quesos más consumidos son el Camembert y el Emmental.

Los consumidores franceses demuestran una preferencia por los quesos de gusto más fuerte, mientras que las consumidoras y los consumidores menores de 35 años prefieren los quesos de gusto suave y textura ligera. A medida que envejecen, los consumidores conocen mejor los quesos y los aprecian más. Los hombres consumen un poco más de queso que las mujeres.

Momento de consumo: el queso se consume como alimento individual y como ingrediente culinario. La mayoría del consumo se produce al final del almuerzo o de la cena, salvo los quesitos consumidos a la hora de la merienda. De cada 100 actos de consumo, 16 se realizan fuera de casa.

El queso como ingrediente culinario: corresponde al 15% de las cantidades vendidas. El 92% de los hogares franceses lo utiliza con este fin, en cantidades medias de 1 kg. de queso al mes (en los platos gratinados, tartas saladas, ensaladas...)

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Consumo según región:

El Este, el Norte, el Centro-Este y el Centro-Oeste son las cuatro primeras regiones consumidoras de queso. La región parisina se caracteriza por un consumo más débil frente al resto de las regiones.

- Los quesos de pasta fresca se consumen fundamentalmente en el Este, el Centro-Este y en el Sudeste.
- Queso fundido: se consumen de preferencia en el Este, Centro-Este y Norte.
- Camembert: en el Oeste y Centro-Oeste.
- Emmental: en el Norte y Sudeste.
- Queso de pasta azul: Centro-Oeste, Centro-Este y Sudeste.

CONSUMO DE QUESO POR CATEGORÍA.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	MEDIA
Queso Fresco	465	482	500	515	507	495	494
Pâte Molles	386	392	388	373	375	380	382
Pâte Pressess non cuites	232	232	230	211	210	212	221
Pâte Presses cuites	280	288	288	278	283	285	284
Pâtes persilles	57	56	55	54	54	54	55
Fromage fondus	77	77	77	77	77

Source : S.C.E.E.S., ONILAIT - Douanes

Como se observa en la tabla, el queso más consumido en los últimos años por lo franceses es el fresco aunque también el de pasta blanda y el de pasta prensada no cocida.

EVOLUCIÓN % 2000-2005

	2000/2001 %	2002/2003 %	2003/2004 %	2004/2005 %
Queso Fresco	-3,5	-2,9	1,6	2,4
Pâte Molles	-1,5	4	-0,5	-1,3
Pâte Pressess non cuites	0	9	0,5	-0,9
Pâte Presses cuites	-2,8	3,6	-1,8	-0,7
Pâtes persilles	1,8	1,9	0	0
Fromage fondus	..			

Source : S.C.E.E.S., ONILAIT - Douanes

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

En la variación de los 2 últimos años observamos un aumento del consumo de queso fresco y una leve disminución del resto, bien sea por cambio de gustos del consumidor, por moda, o por un punto de vista más saludable.

VARIACIÓN % CONSUMO 2000-2005

2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005
-2,1	-0,8	2,1	0,1	0,1

Source : S.C.E.E.S., ONILAIT - Douanes

Ya sabemos que el mercado francés del queso es un mercado más que maduro, aún así, y a pesar de la disminución de empresas por año, cada temporada se consume más queso, es un aumento pequeño pero progresivo, que hace pensar que el público francés está descubriendo nuevos quesos y nuevas maneras de utilizarlo en sus platos y en sus comidas.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

5.5.2 Hábitos de compra

Los franceses realizan sus principales compras en grandes superficies (hipermercados y supermercados), donde se pueden encontrar más diversidad de productos: platos preparados, legumbres listas para usar, productos lácteos, quesos... Las grandes superficies son más baratas y normalmente están situadas en la periferia de las ciudades.

También existe un gran número de pequeños comercio de calidad, charcuterías, panaderías, pastelerías, traiteurs y pequeñas tiendas de alimentación para los barrios que presentan una gran ventaja, estar abiertas hasta tarde (22.00 h).

Un nuevo género de comercio apareció en los años 80, las "tiendas de descuento". Son cadenas de supermercados o tiendas que proponen una gama de productos con marca blanca a precios imbatibles.

Para los más valientes y novedosos podemos encontrar los supermercados "en línea" que suministran el producto en casa en un tiempo máximo de 48 horas.

CONSUMO DE QUESO POR HABITANTE KILO / AÑO

Producto/año	2001	2002	2003	2004	2005
Fromages (Tous laits, toutes catégories)	24,5	24,6	24	23,1	22,9
Leche de vaca	22,5	22,5	21,9	21	20,8
Leche de cabra y de oveja	2	2,1	2,1	2,1	2,1
Frescos	8,1	8,4	8,6	8,2	8
Refinados	16,3	16,2	15,4	14,9	15

EVOLUCION DEL CONSUMO DE QUESO EN % POR HABITANTE

Producto/ año	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005
	%	%	%	%	%
Fromages (Tous laits, toutes catégories) (1)	-1,6	-0,4	2,5	3,9	0,9
Lait de vache	-1,3	0	2,7	4,3	1
Lait de chèvre et de brebis	-5	-4,8	0	0	0
Frais	-2,5	-3,6	-2,3	4,9	2,5
Affinés	-0,6	0,6	5,2	3,4	-0,7

5.6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En general, los quesos españoles continúan siendo unos grandes desconocidos en Francia. El consumidor medio francés desconoce el queso de origen español y no asocia España como país productor de queso. La imagen de queso español es casi inexistente en este mercado.

Prácticamente, existe un único tipo de queso español comercializado de manera regular en Francia, el queso manchego, que se vende preferentemente al corte, en los lineales de hipermercados, junto a los quesos no franceses. Prácticamente todos los hipers presentan una única calidad de manchego.

Además, es posible también encontrar queso español en los establecimientos minoristas especializados en productos españoles. Por su parte, no todos los establecimientos especializados en productos “gourmet” cuentan con una variedad de manchego entre su lineal de quesos.

En la mayoría de los casos, el queso español vendido en Francia dispone de una denominación de origen y el precio de venta al público supera los 15 euros/kilo.

VI. ANEXOS

6.1. ESTUDIO DE CAMPO

La **distribución, en las grandes superficies** se encuentran más de 400 referencias en los lineales (Auchan, Carrefour...), de las cuales aproximadamente entre un 12 y un 15 por ciento son marcas extranjeras.

Casi el 80% del queso se vende en Libre Servicio, exceptuando los quesos con una imagen de alta calidad y que al mismo tiempo son más desconocidos para el consumidor francés.

En las **pequeñas superficies** y tiendas especializadas (*épiceries fines*) en productos de gama alta, el número de referencias de queso es mucho menor (entre 6 y 20). Éstos son de gran calidad, vendidos siempre al corte, y principalmente de nacionalidad francesa de gran tradición. Raramente encontramos más de 5 u 8 referencias extranjeras, las cuales suelen ser italianas o de los Países Bajos con prácticamente ninguna presencia española. Los más conocidos son Gouda, Edam y Mimolette de los Países Bajos, la Mozzarella o el Parmesano italiano, toda clase de quesos frescos y Fondus alemanes y el feta griego.

En casi todos los casos las marcas extranjeras vienen avaladas por alguna regulación o denominación de origen que les supone un punto de diferenciación respecto a los demás quesos, aún así ya existen varias marcas francesas que hacen o producen quesos extranjeros como producto nacional bajo sus propias marcas.

Por su parte, el **queso español** es prácticamente desconocido y su presencia se limita al queso manchego. Éste es el único encontrado en supermercados e hipermercados, sin hacer distinción en tipo o marca, a pesar de la gran variedad existente en España.

A continuación, se muestran los precios actualizados de los distintos tipos de queso en grandes superficies y tiendas especializadas en París.

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Grandes superficies

	MONOPRIX		CARREFOUR		CHAMPION		AUCHAN		G 20	
	al peso	envasado (250 gr aprox)	al peso	envasado (250 gr aprox)	al peso	envasado (250 gr aprox)	Al peso	envasado (250 gr aprox)	Al peso	envasado (250 gr aprox)
MERZER	12,65 KG		Entre 9 y 10,6		9,45	2,61 275 gr	Entre 11,5 y 14,32			2,32
REBLOCHON	21,35		15					11,35		
MUNSTER	Entre 18 y 20		Entre 8,52 y 16,8	2,21		Entre 1,29 y 2,30	Entre 8,90 y 13,90			1,52
BRIE	8,6	0,9	6,50 A 7,20,	Entre 0,94 y 1,58	Entre 8,2 y 10	200gr 1,75	14,56	Entre 0,76 y 1,45		1,32
CAMEMBERT		225 GR 4,25		Entre 1,75 y 2,19	5,1	Entre 1,28 y 2,42		1,59		Entre 1,07 y 2,09
COMPTE	12,18		Entre 7,50 y 17,90	2,95 200 gr			19,9			Entre 2,96 y 3,75
MORBIER	13,77		10,2		13,6		Entre 12 y 15,3		9,9	
GOUDA	15,23		13,2		11,9		12,95		12,3	Entre 1,85 y 2,04
MANCHEGO	20,59		19,5							
EDAM	7,98	Entre 1,60 y 2,02	7,95		8,23		9,2			1,85
EMMENTAL	8,6		7,5	2,60 200 gr	8,52		11,9			Entre 1,19 y 2,68
ROQUEFORT			13,9							2,73
CHEVRE	17,56	Entre 1,56 y 2,5	15,74 A 19		19,8		8,8	Entre 1,32 y 2,15		Entre 1,36 y 2,06

Comercial de la Embajada de España en París

60

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Épicerie Fine

La maison de la Truffe	Roquefort	Reblochon	Pont Eveque	Brie	Parmesano	Truffé
€/Kg o unidad	29,00	12,00	14,00	28,00	9,00	90,00

Galleries Gourmandes	Morbier	Gouda	Cabra	Meaux	Roquefort	Brie	Camembert
€/Kg o unidad	12,38	12,60	5,48	15,20	31,76	15,20	7,32
	Carré	Puro Oveja	Compte	Emmental	Cantal	Reblochon	Cabra Fermier
	12,80	33,70	24,90	14,60	14,45	22,24	32,45

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Hediard	Brie de Maux	St. Felicien	Selle Fermier	Chevre	Roquefort	Creme Fraîche	Gorgonzola
€/Kg o unidad	25,80	6,80 u.	7,90	9,70	32,40	4,20	31,30
	Fourmen d'Ambert	Cantal	St. Nectaire Fermier	Crottin Charignon Affine	Camembert	Munster	Pont-Eveque
	23,00	32,40	24,50	4,00	6,50	30,30	11,30

Galeries Lafayettes	Morbier	Gouda	Cabra	Munster	Pont- Eveque	Brie	Camembert	Carré	Beaufort	Compte
€/Kg o unidad	12,78	11,00	4,00	17,40	6,40 u	14,14	4,44	12,80	23,70	15,78/18,36
	Cantal	Raclette	Cabra	Puro Oveja	Manchego	Bleu	Reblochon	Morailles	Emmental	
	11,50	12,78	6,40 u	24,00	25,61	14,20	20,20	14,00	13,66/ 22,68	

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Fauchon	Camembert aux noix	Gaperon affin	Fermier	Grand Jura	Mozarella	Creme Fraîche	Melzier	Fromage du pere Magloire	Catluare	St. Marcillin
€/Kg o unidad	6,6	10,4	28	38	4,70 u	2,90 u	26	6,6	7,00 u	3,90 u
	Galette du Beaujolais	Chevollois	Coeur de Berger	Galet de la Loire	Cabecon	Buechette de Manon	Rigotte	Brie	Camembert	4 visages de st Jean
	7,80 u	7,90 u	5,00 u	4,60 u	1,70 u	5	2,20 u	25,5	6,7	4,60 u

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

6.2 INFORMES DE FERIAS

1. SIAL 2004

NOMBRE OFICIAL DE LA FERIA
Salon International de l'Alimentation
SIAL

Ámbito:	Alimentación, Hostelería, Restauración y sus equipamientos.
Fecha:	17 – 18 – 19 – 20 – 21 octubre 2004
Edición:	21ª edición
Frecuencia:	bienal
Lugar de celebración:	Parque de exposiciones Paris-Nord Villepinte, France
Horario de la feria:	9.00 – 18.00 (del 17 al 20 de Octubre) 9.00 – 17.00 (21 de Octubre)
Precio de la entrada:	1 día: 53 euros; 5 días: 84 euros
Medios de transporte:	Desde Paris: línea del RER B (cercanías), dirección “Aéroport Roissy-Charles de Gaulle”, parada en “Parc des Expositions”
Director / Organizador:	SIAL 1, rue du Parc 92593 LEVALLOIS PERRET CEDEX Tfno. : +33 (0) 1 49 68 54 98 Fax : +33 (0) 1 49 68 56 32

Principales colaboradores: **SOPEXA**
Société pour l'Expansion des Ventes de Produits Agricoles Alimentaires
ADEPTA

Organisateur de rencontres entre pays développés et pays en voie de développemet

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

ANIA

Association Nationale des Industries Agroalimentaires

Ubi France

Centre Français Du Commerce Extérieur

CIES

Food Business Forum

FCD

Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution

ONUUDI

Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel

Superficie: 200.000 m2

Precios:

Precio m2 superficie < 300 m2

1 cara: 194 euros

2 caras: 217 euros

3 caras: 241 euros

Isla 4 caras: 270 euros

Precio m2 superficie > 300 m2

300 primeros m2: 270 euros

de 300 a 700 m2: 211 euros

> 700 m2: 194 euros

Servicios incluidos:

Servicios ofrecidos:

Parking

Servicio de restauración

CCF – Banco de Cambio de Moneda

Espacio de Negocios

Air France

S.N.C.F. (sociedad ferroviaria francesa)

Cajero automático

Relay

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

The Kiosque
Cash and Carry
Guardarropa
Centro Médico
Policía
Centro de Información

Fecha de cierre de inscripciones:

Carácter: **Profesional**

Tipo de visitantes: **Compradores, distribuidores, tiendas especializadas, canales de compra**

Fecha de la próxima edición: **22 – 26 Octubre 2006**

Otras ferias relacionadas: **SIRHA**
Lyon, Salón Internacional de la Restauración, Hostelería y Alimentación

SIA
Paris, Salón Internacional de la Agricultura

EUROTRAITEUR

Paris, Mundial de la Pequeña Restauración

6.3 LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

Empresas

Además de los listados de distribuidores de productos alimenticios de origen español y de productos tipo “gourmet”, que pueden solicitar en la Oficina, es posible consultar el listado de mayoristas de productos lácteos del mercado mayorista de Rungis (París) en la dirección www.rungisinternational.com

Por otra parte, destacan dos distribuidores de queso:

FRICO FRANCE (productor, importador, distribuidor de queso)
Quartier Les Crillons – RN 7 – 13560 SENAS
Tfno. : +33(0)490 57 29 29 – Fax : +33(0)490 59 22 84

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

e-mail: pg.ravil@wanadoo.fr

PER'INTER (importador de queso)

Parc Altaïs – Rue Cassiopée – 74650 CHAVANOD

Tfno. : +33(0)450 3 11 11 – Fax : +33(0)450 33 11 12

e-mail : commercial@perinter.com - <http://www.perinter.com>

Ferías

- **SIAL:** es la principal del sector de alimentación. Se celebra cada dos años en París y la media de expositores es más de 1.000 empresas. <http://www.sial.fr>
- **Salon du Fromage et des Produits Laitiers.** Paris Expo. Porte de Versailles.

A su lado, existen varias ferías pequeñas de carácter regional, sin apenas interés para los expositores españoles, ya que están abiertas al público en general. En las mismas, exponen los productores locales.

Escuelas de cocina y restauración en Francia

École Gregoire-Ferrandi

28, rue de l'Abbé Grégoire

75006 Paris

Tel : 01.49.54.28.00

Fax: 01.49.54.28.40

E-mail: egf@ccip.fr

Web: <http://www.egf.ccip.fr/>

Maison des Relais & Châteaux

33, boulevard Malesherbes

75008 Paris, France

Tél: (+33) 1 58 18 30 00

Fax: (+33) 1 40 06 04 35

E-mail : Rc-paris@relaischateaux.com

Web: <http://www.relaischateaux.com/fr/theme-stays/fine/71/article/174>

Le Cordon Bleu Paris

8 rue Léon Delhomme

75015 Paris, France

Tél.: +33 (0)1 53 68 22 50

Fax: +33 (0)1 48 56 03 96

E-mail: paris@cordobleu.edu

Web: <http://www.lcbparis.com/>

6.4 Publicaciones del sector

Las principales hacen referencia al mundo de los productos de gran consumo. Casi todas presentan los mismos datos de consumo y de tendencias.

- LSA (www.lsa.fr) Tlf: 01.56.79.43.00
- Agia Alimentación ,
Sediac, 82, rue Monceau 75008
Paris. Tlf: 01.43.87.79.11 SEPP
contact@sediac.fr
- POINTS DE VENTE (www.pointsdevente.com)
- LINEAIRES (www.lineaires.com)
- FAIRE SAVOIR FAIRE. (www.fairesavoirfaire.com)

6.5 Asociaciones

- CNIEL – Centre National Interprofessionnel de l'Économie Laitière
Facilita datos sobre el mercado de productos lácteos. Maison du lait.
42, rue de Châteaudun, 75314
Paris cedex 09
www.maison-du-lait.com
- Igualmente este organismo comprende:

FNPL (Federación nacional de productores de leche).
Tlf: 01.49.70.71.90
- ALTA: Asociación de Transformación Láctea
Tlf: 01.49.70.72.72

OTROS

- Ministerio de Agricultura y pesca:

Servicio central de encuestas y estudios estadísticos
4, Av. Saint Mandé, 75570
Paris Cedex 12
Tlf : 01.43.44.46.63
www.agreste.com

6.6 Centrales de compra

EMC DISTRIBUTION**(CENTRAL DE COMPRAS DEL GRUPO CASINO)****77316 MARNE LA VALLÉE CEDEX 2****TLF.: 01.61.44.70.00 FAX: 01.61.44.70.01****www.emc.groupe-casino.fr****CENTRAL DE COMPRA****Filiales****CASINO**

24 rue de la Montat
BP 306
42008 Saint Etienne
Cedex 2
Tlf.: 04.77.45.31.31
Fax: 04.77.45.38.38
www.groupe-casino.fr

117 GÉANT(hiper), 336
CASINO (super),
589 FRANPRIX (super),
370 LEADER PRICE (hard dis-
count), 2200 PETIT
CASINO (pequeños supers),
151 ECO SERVICE,
629 SPAR, 1119 VIVAL,
243 CAFÉTÉRIAS CASINO,
36 IMAGICA, 5 KOMODO

BAUD

Mayorista franquiciador

2 route du Pléssis
94430 Chennevières sur Marne
Tlf.: 01.45.93.70.00 Fax: 01.45.93.70.69

Cobertura geográfica: Nacional**540 FRANPRIX** (supermercados con marca Leader Price)**COOPÉRATEURS****NORMANDIE PICARDIE**

Cooperativa de consumidores que explotan hipermercados, supermercados, hard discounts y pequeños supermercados

Rue de la Coopérative
76120 Le Grand Quevilly
Tlf.: 02.32.11.12.12 Fax: 02.35.69.49.20

Cobertura geográfica: Zona noroeste (Picardie, Normandía, Suroeste)

2 GÉANT, 13 MAXICOOP,
174 LE MUTANT, 5 MUTANT EXPRESS, 120 POINT COOP, 113

BOUCHERIES**ROSBIF****MONOPRIX**

204 Rond point du Pont de Sè-
vres
Tour Vendôme
92516 Boulogne Billancourt
Cedex
Tlf.: 01.55.20.70.00
Fax: 01.55.20.70.01
www.monoprix.fr

267 MONOPRIX
supermercados gama media/alta

Nota: Monoprix posee su propia central de compras, pero a veces realiza actúa a través de la central de compras EMC.

CARREFOUR**91002 EVRY CEDEX****TLF.: 01.60.91.37.37 FAX: 01.60.79.44.98****www.carrefour.com www.carrefour.fr****Central de compra****Filiales**

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

CARREFOUR <u>Productos no alimentarios:</u> ZAC Saint Guénault 91002 Evry Cedex Tlf.: 01.60.91.37.37 Fax: 01.60.79.44.98 <u>Productos alimentarios:</u> 26, quai Michelet 92595 Levallois Perret Tlf.: 01.58.63.30.00 Fax: 01.58.63.67.50 215 CARREFOUR (hiper) , 998 CHAMPION (super) , 479 ED (hard discount), 1.566 PEQUEÑOS SUPERMERCADOS (8 À HUIT, MARCHÉ PLUS, PROXI, SHOPI), 155 PRODIREST, PROMOCASH	GUYENNE & GASCOGNE Explota hipermercados y supermercados Quai Mousserolles 64100 Bayonne Tlf.: 05.59.44.55.00 Fax: 05.59.44.55.19 Cobertura geográfica: Zona suroeste (Aquitaine, Midi- Pyrénées) 6 CARREFOUR, 23 CHAMPION
	COOP ATLANTIQUE Cooperativa de consumidores que explotan hipermercados, supermercados y pequeños supermercados. 3 rue du Docteur Jean 17100 Saintes Tlf.: 05.46.97.41.11 Fax: 05.46.92.03.76 www.coop-atlantique.com Cobertura geográfica: Zona occidental (Aquitaine, Centre, Limousin, Pays-de-la-Loire, Poitou.Carentes) 7 CARREFOUR, 46 CHAMPION, 157 COOP, 14 ECOFRAIS
	ED SNC (ERTECO) Explota hard discounts. 120 rue du Général Malleret Joinville 94400 Vitry sur Seine Dirección postal: 94405 Vitry sur Seine Cedex Tlf.: 01.47.18.17.17 Fax: 01.47.18.17.58 Cobertura geográfica: Nacional 588 ED

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

	<p>ALIMENTATION GÉNÉRALE DE LA CHAUSSÉE</p> <p>Empresa explotadora de supermercados</p> <p>22 avenue Maurice Petsche BP 59 - 05102 Briançon Cedex</p> <p>Tlf.: 04.92.21.12.13 Fax: 04.92.21.18.59</p> <p>Cobertura geográfica: Zona sureste (Hautes-Alpes)</p> <p>1 HYPER CHAMPION, 2 CHAMPION, 2 ED franquiciados, 1 SHOPI</p>
	<p><i>GONDRET</i></p> <p>Mayorista alimentario</p> <p>Chenex - 74520 Valleiry</p> <p>Tlf.: 04.50.04.32.22 Fax: 04.50.04.26.56</p> <p>Cobertura geográfica: Zona este</p> <p>PROXI, SCORE</p>
	<p><i>SOCORDIS</i></p> <p>Explota hipermercados, supermercados y pequeños supermercados.</p> <p>Route de Sartène - Campo Dell'Oro 20090 Ajaccio</p> <p>Tlf.: 04.95.29.11.11 Fax: 04.95.20.81.17</p> <p>Cobertura geográfica: Córcega</p> <p>1 CARREFOUR, 4 CHAMPION, 1 HYPER CHAMPION, 1 SHOPI, 1 PROXI</p>
	<p><i>PRODIM PARIS CENTRE</i></p> <p>Avenue de l'Océanie ZA de Courtaboeuf BP 71 - 91942 Les Ulis Cedex</p> <p>Tlf.: 01.69.86.59.59 Fax: 01.69.07.78.57</p> <p>Cobertura geográfica: Cher, Creuse, Deux-S`vres, Eure-et-Loire, Haute Vienne, Ile-de-France, Indre, Indre-et-Loire, Loir-et-Cher, Loiret, Vienne, Yonne</p> <p>124 8 À HUIT, 50 MARCHÉ PLUS, 191 PROXI SERVICE, PROXI SUPER, 82 SHOPI</p>

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

	<p style="text-align: center;"><i>PRODIM EST</i> ZI – Rue Antoine Lavoisier BP 29 - 54302 Moncel-les-Lunéville Tlf : 03.83.76.80.00 Fax : 03.83.76.80.13</p> <p>Cobertura geográfica : Ardennes, Aubes, Bas-Rhin, côte d’Or, Doubs, Aut.-Rhin, Haute-Marne, Haute-Saône, Jura, Marne, Meurthe-et-Moselle, Meuse, Nièvre, Saône-et-Loire, Territoire-de-Belfort, Vosges</p> <p style="text-align: center;">8 A HUIT, MARCHÉ PLUS, CORSAIRE, PROXI, SHOPI</p>
	<p style="text-align: center;"><i>PRODIM NORD</i> ZAC – rue René Laënnec BP 20- 59931 La Chapelle d’Armentières cedex Tlf : 03.20.48.38.00 Fax : 03.20.77.26.67</p> <p>Cobertura geográfica: Aisne, Oise, Nord, Pas-de-Calais, Somme</p> <p style="text-align: center;">65 8 À HUIT, 47 MARCHÉ PLUS, 90 PROXI, 127 SHOPI</p>
	<p style="text-align: center;"><i>PRODIM OESTE</i> 6 impasse Augustin Fresnel Inmeuble Lavoisier BP 119-44817 Saint Herblain cedex</p> <p>Cobertura geográfica: Bretagne, Normandie, Pays-de-la-Loire</p> <p style="text-align: center;">167 8 À HUIT, 104 MARCHÉ PLUS, 240 PROXI, 126 SHOPI</p>
	<p style="text-align: center;"><i>PRODIM SUD EST</i> ZI des Auréats 105 rue des Mourettes BP 625 – 26006 Valence cedex Tel. 04.75.81.74.80 Fax. 04.75.81.74.81</p> <p>Cobertura geográfica: Auvergne, Languedoc, Provence-Côte d’Azur, Rhône-Alpes</p> <p style="text-align: center;">173 8 À HUIT, 57 MARCHÉ PLUS, 438 PROXI, 80 SHOPI</p>

	<p>PRODIM SUD OUEST 27 allée du Rouissillon BP 324 – 31773 Colomiers cedex Tel. 05.61.15.35.00 Fax. 05.61.15.35.01</p> <p>Cobertura geográfica: Aquitaine, Ariège, Aude, Aveyron, Charente, Carente-Maritime, Corrèze, Dordogne, Midi-Pyrénées, Pyrénées-Orientales</p> <p><i>145 8 À HUIT, 23 MARCHÉ PLUS, 250 PROXI, 97 SHOPI</i></p>
	<p>CSF ZONE CENTRE SUD EST Zi de la Crau Avenue Gabriel Voisin 13300 Salon-de-Provence Tlf. : 04.90.17.20.00 Fax : 04.90.17.22.02</p> <p>250 CHAMPION</p>
	<p>CSF ZONE NORD PARIS EST Boulevard Jean Monnet BP 5-77561 Lieusaint cedex Tlf. : 01.64.88.21.21 Fax : 01.64.88.35.29</p> <p>337 CHAMPION</p>
	<p>HYPARLO Explota hipermercados 100 route de Paris BP 51 – 69751 Charbonnières les Bains cedex Tlf. : 04.72.59.20.80 Fax :04.78.34.19.46</p> <p>Cobertura geográfica : Allier, Creuse, Puy-de-Dôme, Rhône-Alpes, Vaucluse</p> <p>12 tiendas CARREFOUR</p>

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

PROVÉRA

(CENTRAL DE COMPRAS DE CORA)

Productos alimentarios:

1 rue du Chenil - Domaine de Beaubourg - 77183 Croissy Beaubourg

Dirección postal: 77435 Marne la Vallée Cedex 2

TLF.: 01.64.62.79.00 FAX: 01.64.62.79.01

Productos no alimentarios:

34 rue des Vieilles Vignes - 77183 Croissy Beaubourg

Dirección postal: 77435 Marne la Vallée Cedex 2

Tlf.: 01.60.53.80.00 Fax: 01.60.53.80.01

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

CENTRAL DE COMPRA	Filiales
<p>CORA Pertenece al Grupo Louis Delhaize. Explota hipermercados</p> <p>Domaine de Beaubourg 77183 Croissy Beaubourg</p> <p>Dirección postal: BP 81 77423 Marne la Vallée Cedex 2 Tlf.: 01.64.62.65.00 Fax: 01.64.80.40.51 www.cora.fr</p> <p>57 CORA, 2 RECORD</p>	<p><i>SUPERMARCHÉS MATCH</i> Explota hipermercados y supermercados.</p> <p>250 rue du Général de Gaulle 59110 La Madeleine Dirección postal: BP 201 59561 La Madeleine Cedex Tlf.: 03.20.42.63.63 Fax: 03.20.06.62.98</p> <p>Cobertura geográfica: Zona norte (Alsace, Ardennes, Franche-Comté, Lorraine, Nord, Oise, Pas-de-Calais, Seine-Saint-Denis, Somme)</p> <p><i>156 SUPERMARCHÉS MATCH</i></p>
<p>UNION DES COOPÉRATEURS D'ALSACE</p> <p>Sociedad cooperativa anónima</p> <p>3 rue de la Coopérative 67000 Strasbourg</p> <p>Dirección postal: 67017 Strasbourg Cedex Tlf.: 03.88.45.95.00 Fax: 03.88.60.41.96 /www.coop-alsace.fr</p> <p>Cobertura geográfica: Zona noroeste (Bas-Rhin, Aut.-Rhin, Moselle)</p> <p>6 ROND POINT (hiper), 44 COOP (super), 24 MAXICOOP, 9 LE MUTANT, 60 POINT COOP</p>	

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

FRANCAP DISTRIBUTION 40 avenue des Terroirs de France Bercy Expo - 75012 Paris Dirección postal: 75611 Paris Cedex 12 Tlf.: 01.44.74.17.12 Fax: 01.44.74.17.19 www.francap.com Cobertura geográfica: Nacional COCCINELLE, COCCIMARKET, COLRYUT, DIAGONAL, G20, PANIER SYMPA, SCHLECKER, SITIS, VIVECO	CODI-FRANCE Mayorista, explotación de supermercados ZI 39700 Rochefort sur Nénon Tlf : 03.84.70.74.00 Fax : 03.84.70.64.39 www.colruyt.com Cobertura geográfica: Alsace-Lorraine, Bourgogne, Franche-Comté 45 COCCINELLE ET COLRUYT, 17 CODI CASH
	LE MISTRAL Zac Du Plan 84320 Entraigues sur Sorgues Tlf : 04.90.48.07.00 Fax : 04.90.48.18.13 Cobertura geográfica: Alpes-de-Haute-Provence, Alpes-Maritimes, Bouches-du-Rhône, Corse, Drôme, Gard, Hautes-Alpes, Hérault, Isère, Loire, Rhône, Var, Vaucluse 84 COCCINELLE, 87 COCCIMARKET
	SEGUREL Route de Rambouillet - Maulette 78550 Houdan Tel. : 01.30.46.17.60 Fax : 01.30.59.74.53 Cobertura geográfica : Bretagne, Champagne-Ardennes, Ile-de-France, Normandie, Nord, Pas-de-Calais, Pays-de-Loire, Picardie 150 COCCINELLE MARCHE Y COCCINELLE SERVICE Y 200 COCCIMARKET

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

	<p style="text-align: center;"><i>DEGRENNÉ DISTRIBUTION</i></p> <p style="text-align: center;">Mayorista</p> <p style="text-align: center;">Route d'Épinay sur Odon 14310 Villers Bocage Dirección postal: BP 49 - 14310 Villers Bocage Tlf.: 02.31.25.02.50 Fax: 02.31.25.43.14</p> <p>Cobertura geográfica: Zona centro y noroeste (Bretagne, Centre, Normandie, Pays-de-la-Loire)</p> <p style="text-align: center;">COCCINELLE, COCCIMARKET, EPISERVICE, VIVECO</p>
	<p style="text-align: center;"><i>DIAPAR</i></p> <p style="text-align: center;">Mayorista que explota supermercados y pequeños supermercados.</p> <p style="text-align: center;">Rue des Mares Julienne 91380 Chilly Mazarin Tlf.: 01.64.54.23.00 Fax: 01.64.54.85.42</p> <p>Cobertura geográfica: Zona norte (Centre, Ile-de-France, Nord, Ouest)</p> <p style="text-align: center;">30 DIAGONAL, 61 SITIS, 125 G20</p>
	<p style="text-align: center;"><i>RIPOTOT</i></p> <p style="text-align: center;">Z.I. - 39700 Rochefort sur Nénon Tlf.: 03.84.70.74.00 Fax: 03.84.70.64.39 http://www.colruyt.com</p> <p>Cobertura geográfica: Zona noreste</p> <p style="text-align: center;">46 COCCINELLE, COCCIMARKET, COLRYUT, 15 CODI CASH</p>

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

Distribuidores especializados en productos gourmet:

Fuente: Kompass (selección individual de empresas de productos gourmet).

Nota: Ciertas fuentes son externas a la Oficina y algunos datos pueden haber sufrido modificaciones desde la última actualización.

COMPANÍA	DIRECCIÓN	CÓDIGO POSTAL	CIUDAD	TELÉFONO	FAX	E-MAIL
A l'Éléphant Blanc	112, Avenue Gambetta	94700	MAISONS ALFORT	01 43 78 37 71	01 43 76 41 54	
A.F.F.	ZI Rue Denis Papin	24100	BERGERAC	05 53 74 40 80	05 53 58 14 83	info@aff.fr
Albert Ménès	16, Boulevard Jean Jaurès	92110	CLICHY	01 47 15 53 00	01 47 37 13 80	contact@albertmenes.fr
Alimentar	Avenue Condorcet	91240	ST MICHEL SUR ORGE	01 60 15 21 21	01 69 46 19 41	alimentar@wanadoo.fr
ASITA	30, Rue GABRIEL PERI	93310	LE PRE ST GERVAIS	01 48 40 50 30	01 48 40 12 66	contact@gourmetsdumonde.fr
ASP	1-11, Rue du Puits Dixme	94310	ORLY	01 41 76 22 24	01 41 76 22 39	info@aldis.fr
ATA France Import	19, Rue Eugène Henaff	94400	VITRY SUR SEINE	01 45 73 69 40	01 46 81 51 72	cafes-svavor@wanadoo.fr
Ateliers Chedeville	81, Rue Marcel Dassault	60000	BEAUVAIS	03 44 48 65 67	03 44 45 27 54	
Ateliers de Fumaison Safa	130, Rue de Rosny	93100	MONTREUIL	01 42 87 20 20	01 49 88 16 62	safa@safa.fr
Bec La Fromagère des Alpes	18, Rue Fontange	13006	MARSEILLE 06	04 91 47 06 23	04 91 47 46 50	claud.bataille@hediard.fr
Buisson	Quai du Mas d'Hours	30100	ALES	04 66 86 57 38		mbricolageales@systemed.fr
Byzance	27, Rue Yves Kermen	92100	BOULOGNE BILLANCOURT	01 46 09 02 28	01 46 21 35 44	byzance@bellota-bellota.com
Cafés J. Bacqué	5, Rue Victor Hugo	31000	TOULOUSE	05 61 23 39 87	05 61 23 74 27	
CAPRIBIO	Lieu-Dit Lacoste	82110	CAZES MONDENARD	05 63 95 80 16	05 63 95 84 46	info@capribio.fr
Catmar	7, Place du 19 Mars 1962	94400	VITRY SUR SEINE	01 46 81 72 30	01 46 82 53 32	catmar2@wanadoo.fr
CAVIAR ANZALI	CTRE D AFFAIRES COLOMBIA 165, Boulevard VALMY	92700	COLOMBES	01 46 52 22 22		
Caviar et conserves Kaspia	17, Place de la Madeleine	75008	PARIS 08	01 42 65 66 35	01 42 65 09 55	webmaster@kaspia.fr
Cepad Production S.A.	Les Mates	66670	BAGES	04 68 21 60 23	04 68 21 80 36	
CFED	4, Rue DU PROF DARGENT	69680	CHASSIEU	04 78 90 38 97	04 78 90 32 66	commercial@cfed.fr
CO.PRO.DEX.	Chemin du Grand Pin Vert Zone d'Activités Industrielles	13400	AUBAGNE	04 42 18 56 20	04 42 03 61 69	info@coprodex.fr
Codipex	12-14, Avenue François Sommer	92160	ANTONY	01 42 37 60 60	01 42 37 01 89	codipex@free.fr
Coffea	ZI les Alizés Parc du Hode Zone 5	76430	ST VIGOR D YMONVILLE	02 35 13 09 80	02 35 13 09 99	siege@coffea.fr
Comptoir Commercial de Navarre	11, Rue Sainte Eulalie	64220	ST JEAN PIED DE PORT	05 59 37 01 46	05 59 37 24 60	c.c.n@wanadoo.fr
Comptoir du Bon Fromage	7, Rue de la République Bâtiment A2	64000	PAU	05 59 27 32 33	05 59 27 32 34	cdbf@wanadoo.fr
Comptoir du Saumon et Cie	14, Rue du Fossé Blanc	92230	GENNEVILLIERS	01 47 33 08 30	01 40 86 04 20	
Comptoirs & Scampi	Z.I. de la Sainte Croix Avenue de l'Armée des Alpes	84260	SARRIANS	04 90 12 26 00	04 90 12 26 01	scampi@tramier.fr
Comtesse Du Barry	Route de Touget	32200	GIMONT	05 62 67 98 10	05 62 67 98 00	info@comtessedubarry.net
Ch. Wauters et Fils	ZI la Prairie	91140	VILLEBON SUR YVETTE	01 69 34 15 61	01 69 10 24 45	info@ch-wauters.com
Chedeville	15, Rue Jean Poulmarch	95100	ARGENTEUIL	01 39 82 52 49	01 39 82 91 33	chedeville@wanadoo.fr
Chedeville Charcuterie de Paris	150, Avenue René Morin	91420	MORANGIS	01 69 79 15 00	01 69 79 15 10	
Deroche	11-17, Avenue de l'Epi d'Or	94800	VILLEJUIF	01 45 18 40 40	01 43 96 99 37	info@deroche.fr
Dexma	192, Chaussée Jules Cesar	95250	BEAUCHAMP	01 34 18 34 00	01 34 18 34 09	
EHP	Zone Artisanale LE FOSSON	4300	ST MAIME	04 92 79 54 54	04 92 79 56 66	
Etablissement Jacquier et Cie	130-138, Rue Alexandre Fourny	94500	CHAMPIGNY SUR MARNE	01 47 06 82 33	01 49 83 81 79	dsanchez@jacquier.fr
Ets Demarne Frères	Marais 327 5, Rue Des Claires	94150	RUNGIS	01 45 60 80 80	01 45 60 96 99	contact@demarnefreres.com
Euro Dispal	ZA aux Quéches	71380	ALLEROT	03 85 47 16 20	03 85 47 56 51	contact@firaire.fr
Euro Partenaires	ZI.Rue Gustave Eiffel	33260	LA TESTE DE BUCH	05 57 52 71 50	05 57 52 71 59	atlas@europartenaires.fr
Européenne Food	119, Avenue de Choisy	94190	VILLENEUVE ST GEORGES	01 43 89 22 22	01 43 82 02 33	
FBSI	82, Rue de Bretagne	49450	ST MACAIRE EN MAUGES	02 41 65 74 47	02 41 30 95 85	contact@fbsi.fr
FLEURONS DE LOMAGNE	Zone Industrielle NAUDET	32700	LECTOURE	05 62 68 76 24	05 62 68 76 47	contact@fleuronsdelomagne.com
Foie Gras Luxe	26, Rue Montmartre	75001	PARIS 01	01 42 33 28 15	01 40 26 45 50	
Foodex	4, Impasse des Carrières	75016	PARIS 16	01 46 47 44 39	01 46 47 44 74	info@foodex.fr
Goodtaste Goodies INT	2, Chemin sur Grosse	1210	FERNEY VOLTAIRE	04 50 40 85 10	04 50 40 86 81	goodtaste@ispromail.net
I.T.C.	6, Boulevard Rey	38000	GRENOBLE	04 76 43 12 85	04 76 46 61 24	itc@itc-grenoble.com
Iberco	245, Chemin du Parc Ducup	66000	PERPIGNAN	04 68 85 01 30	04 68 85 02 40	iberco.negoce@iberco.fr
Interpral S.A.	336, Rue St Honoré	75001	PARIS 01	01 55 04 12 12	01 55 04 12 00	info@interpral.fr
Jardins de Méditerranée	948, Chemin de la Fauceille	66100	PERPIGNAN	04 68 54 78 71	04 68 56 98 45	expert@bernard-marie.com
Karina France	Z.I. 8, Rue Henri Moissan	34500	BEZIERS	04 67 11 01 48	04 67 76 10 01	karina.france@wanadoo.fr
La Maison du Biscuit	Le hameau Costard	50270	SORTOSVILLE EN BEAUMONT	02 33 04 09 04	02 33 04 09 00	
Labeurie	Route de Bayonne	40230	ST GEOURS DE MAREMNE	05 58 56 73 00	05 58 57 30 41	
Le Bon Marché	24, Rue de Sèvres	75007	PARIS 07	01 44 39 80 00	01 44 39 80 50	
Le Delas Sa	1, Avenue de Normandie	94150	RUNGIS	01 45 12 38 00	01 46 87 85 82	
Le Portugal des Saveurs	94-98, Avenue Jean Mermoz	93120	LA COURNEUVE	01 49 34 15 50	01 48 37 38 71	portugaldessaveurs@wanadoo.fr
Lenôtre	2, Rue Chateaubriand	57100	THIONVILLE	03 82 59 62 62	03 82 34 40 92	lenotre@wanadoo.fr
Lenôtre SA	44, Rue d'Auteuil	75016	PARIS 16	01 45 24 52 52	01 42 30 79 45	
Les Ducis de Gascogne	Route de Mauvezin	32200	GIMONT	05 62 67 24 24	05 62 67 87 51	lesducis@intelcom.fr
M.S. Sélection Export	BÂT : D 7 6, Rue du Poitou	94150	RUNGIS	01 46 86 48 38	01 46 87 05 44	info@mselection.com
Maison aux Mille Saveurs	ZI 34, Rue de l'Escouvrier	95200	SARCELLES	01 39 92 29 24	01 39 92 05 28	mams@faloux.com
Maréchal Centre SA	9, Rue de la Platière	69001	LYON 01	04 72 98 24 00	04 78 30 74 76	
Marriage Frères International	601 Avenue Des Nations de Paris	75001	PARIS 01	01 43 46 60 00	01 43 46 60 60	
MAXIM'S DE PARIS	7, Rue ROYALE	75008	PARIS 08	01 47 42 88 46	01 42 66 10 05	info@pierreardin.com
Médiascore Food	23, Rue du Moulin Bateau	94380	BONNEUIL SUR MARNE	01 49 80 96 96	01 49 80 36 66	ken@shoppingstreet-lcm.com
O&CO	ZA de Pitaugier	43000	MANE	04 92 70 83 00	04 92 70 83 38	info@oliviers-co.com
Pâtisserie Ladurée	2, Place de la Gare	59110	LA MADELEINE	03 20 78 32 32	03 20 78 32 30	

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

COMPAÑÍA	DIRECCIÓN	CÓDIGO POSTAL	CIUDAD	TELÉFONO	FAX	E-MAIL
Pétrossian S.A.	18, Boulevard de Latour Maubourg	75007	PARIS 07	01 44 89 67 67	01 44 11 32 25	boutique@petrossian.fr
Pomona	2-4, Place du Général de Gaulle	92160	ANTONY	01 55 59 61 00	01 55 59 63 50	communication@pomona.fr
Pomona EpiSaveurs	ZI n°1 La Bourse	62290	NOEUX LES MINES	03 21 61 60 30	03 21 61 60 31	
Praga	6, Rue Jean Hugues	75116	PARIS 16	01 45 04 80 00	01 45 04 05 05	praga_paris@yahoo.com
R. Bonneterre	Zone Entrepôts 1, Place des Planteurs	94150	RUNGIS	01 49 78 25 00	01 46 87 91 68	
S.A. des Galeries Lafayette	40, Boulevard Haussman	75009	PARIS 09	01 42 82 34 56	01 42 82 83 84	
S.D.P. Rungis	6-8, Rue des Oliviers	94310	ORLY	01 46 87 22 79	01 46 87 51 04	sdp.rungis@wanadoo.fr
S.D.V.	268, Route De la Bresse	88400	GERARDMER	03 29 63 09 39	03 29 60 08 39	
SA Sojufel Provence Production	ZA RN 7	13670	ST ANDIOL	04 90 95 49 54	04 90 95 49 52	sojufel@wanadoo.fr
Saisof	ZA Ouest - Plaine Haute 29-31, Rue des Investisseurs	91560	CROSNE	01 69 83 89 10	01 69 83 88 18	saisof@saisof.fr
Sarl Menes	Parc d'Activité de Ragon 11, Rue Pasteur	44119	TREILLIERES	02 40 72 57 72	02 40 72 57 00	sarl.menes@wanadoo.fr
Sarl Menes	Parc d'Activité de Ragon 11, Rue Pasteur	44119	TREILLIERES	02 40 72 57 72	02 40 72 57 00	sarl.menes@wanadoo.fr
SDV	408, Rue Alexandre Richetta	69400	VILLEFRANCHE SUR SAONE	04 74 09 82 17	04 74 65 19 91	stv@wanadoo.fr
SER Rochefontaine	15 Bis, Rue de Marignan	75008	PARIS 08	01 45 63 12 00	01 45 61 23 22	rochefontaine@wanadoo.fr
Société Nouvelle Dalloyau	101, Rue du Faubourg Saint Honor	75008	PARIS 08	01 42 99 90 00	01 45 63 82 92	dalloyau@dalloyau.fr
SOCIETE TRIOMPHE SNAT	105, Rue COUTURIER	92300	LEVALLOIS PERRET	01 41 27 21 30	01 41 27 21 35	trionphe.snat@wanadoo.fr
Socofram Sarl	ZA Hautes Varennes 3, Allée des Coquelicots	94150	RUNGIS	01 56 73 93 93	01 56 73 93 94	socofram@wanadoo.fr
Soproval	ZAC des Playes-Jean Monnet Nord 153, Rue du Luxembourg	83500	LA SEYNE SUR MER	04 94 10 94 66	04 94 10 94 67	contact@soproval.com
Soripa Gastronomie	ZI Route de Presles	77220	GRETZ ARMAINVILLIERS	01 64 07 26 77	01 64 07 10 45	info@soripa.fr
Sudafex	87, Rue de la Convention	75015	PARIS 15	01 40 60 79 54	01 40 60 79 55	sudafex@wanadoo.fr
Takashimaya France SA	3, Rue de Castellane	75008	PARIS 08	01 47 42 14 50	01 40 07 11 18	
Tiendas Fauchon	26, Place de la Madeleine	75008	PARIS 08	01 70 39 38 00	01 70 39 38 20	

Epiceries fines

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

GALERIE GOURMANDE	2 PLACE PORTE MAILLOT	75017	PARIS	0156688550
GALERIES GOURMANDES	2 PLACE PORTE MAILLOT	75017	PARIS	0156688550
GANDOM DISTRIBUTION	16 RUE BENJAMIN FRANKLIN	75016	PARIS	0145205651
GENIAL FOOD	11 RUE ODESSA	75014	PARIS	0143206940
GENIAPEC	4 RUE BAUSSET	75015	PARIS	0148281505
GOUMANYAT ET SON ROYAUME	3 RUE DUPUIS	75003	PARIS	0144789674
GOURMET GOURMAND	12 Bis RUE PARROT	75012	PARIS	0146281350
GOURMETS DE TOCQUEVILLE	80 RUE TOCQUEVILLE	75017	PARIS	0147640130
GRANDE EPICERIE DE PARIS	38 RUE SEVRES	75007	PARIS	0144398100
GRANTERROIRS	30 RUE MIROMESNIL	75008	PARIS	0147421818
GUSTO	44 RUE TRAVERSIERE	75012	PARIS	0153176412
HEDIARD	106 BOULEVARD COURCELLES	75017	PARIS	0147633214
HEDIARD	31 AVENUE GEORGE V	75008	PARIS	0147204444
HEDIARD	21 PLACE MADELEINE	75008	PARIS	0143128888
HEDIARD	70 AVENUE PAUL DOUMER	75116	PARIS	
HEDIARD MADELEINE	21 PLACE MADELEINE	75008	PARIS	0142650616
HEDONIE	6 RUE MEZIERES	75006	PARIS	0145441916
HUILERIE LEBLANC	6 RUE JACOB	75006	PARIS	0146346155
IDEA VINO	88 AVENUE PARENTIER	75011	PARIS	0143571034
IKAR	147 RUE ST MAUR	75011	PARIS	0143553180
JABOUAI AYED	16 RUE ARRIVEE	75015	PARIS	0145483766
JABUGO IBERICO ET CO	11 RUE CLEMENT MAROT	75008	PARIS	0147200313
JARDIN DE FRANCE	55 AVENUE SUFFREN	75007	PARIS	0145675129
JEBLI ABDELALI	18 RUE MESNIL	75116	PARIS	0145538540
JEBOUI CHEDLI	1 RUE CADIX	75015	PARIS	0145330380
JIZZINI FRERES	3 RUE COURCELLES	75008	PARIS	0142561009
KAHA	26 RUE MARX DORMOY	75018	PARIS	0146074903
KATIR AHMED	33 RUE TOLBIAC	75013	PARIS	0145845460
KAZDAL	69 RUE CHABROL	75010	PARIS	0153346811
KIOKO	46 RUE PETITS CHAMPS	75002	PARIS	0142613365
L'AVANT-GOUT COTE CELLIER	37 RUE BOBILLOT	75013	PARIS	0145811406
L'ESCALE DES DELICES	15 RUE TORNELLES	75004	PARIS	0142714470
L'ORIENTALE	36 RUE LAOS	75015	PARIS	0143066600
LA BOUTIQUE ADOLPHE	40 RUE PIERRE DEMOURS	75017	PARIS	0142672147
LA BOUTIQUE GOURMANDE	14 RUE AM MOUCHEZ	75014	PARIS	0153800069
LA DELIZIA	1 SQUARE DELAMBRE	75014	PARIS	0143352206
LA FERME DE CHLOE	2 RUE RHIN	75019	PARIS	0142407345
LA MAISON DE L'OLIVE	3 RUE AMPERE	75017	PARIS	0147665513
LA PASTA	55 RUE TOCQUEVILLE	75017	PARIS	0147637735
LA STREGA	36 Bis RUE DUNKERQUE	75010	PARIS	0142806830
LAFITTE	8 RUE JEAN DU BELLAY	75004	PARIS	0143260863
LAREDY	37 BOULEVARD MALESHERBES	75008	PARIS	0140071065
LE BERYTE	78 RUE LONGCHAMP	75116	PARIS	0147048998
LE COCHON A PLUMES	22 RUE CAUCHY	75015	PARIS	0145571248
LE COMPTOIR COLONIAL	22 RUE LEPIC	75018	PARIS	0142584484
LE DELICE	123 RUE GLACIERE	75013	PARIS	0145894491
LE MONDE DES OLIVES	14 RUE LAUGIER	75017	PARIS	0140540140
LE PANIER DES GOURMETS	28 RUE DOCT BLANCHE	75016	PARIS	0142246820
LE STUBLI	10 RUE PONCELET	75017	PARIS	0148889807
LE STUBLI DELIKATESSEN	10 RUE PONCELET	75017	PARIS	0148889807
LES DELICES D'ORIENT	14 RUE QUATRE FRERES PEIGNOT	75015	PARIS	0145778293
LES DELICES D'ORIENT	52 AVENUE EMILE ZOLA	75015	PARIS	0145791000
LES DELICES DE WAGRAM	87 Bis AVENUE WAGRAM	75017	PARIS	0147643313
LES DUCS DE GASCOGNE	54 AVENUE VICTOR HUGO	75116	PARIS	0145003478
LES RUCHERS DU ROY	37 RUE ROI DE SICILE	75004	PARIS	0142720296
LES VIVRES	28 RUE PETRELLE	75009	PARIS	0142802610
LOLITA	4 PASSE MONTGALLET	75012	PARIS	0143437797
LPS	96 RUE FBG ST DENIS	75010	PARIS	0148008212
LUDMILA	10 RUE GRAMME	75015	PARIS	0158452095
MAAMAR MOHAMED	59 RUE CLIGNANCOURT	75018	PARIS	0142542020
MADRAS STORE	192 RUE FBG ST DENIS	75010	PARIS	0142094551
MAISON DU MIEL	24 RUE VIGNON	75009	PARIS	0147422670
MAISON THOMAS ET COMPAGNIE	45 RUE DAMREMONT	75018	PARIS	0142629187
MARQUIS DE LA JONQUIERE	14 RUE LA JONQUIERE	75017	PARIS	0144850874
MCR	45 RUE LEPIC	75018	PARIS	0142629917
MEDORIENT	67 RUE MARAICHERS	75020	PARIS	0143791336
MEXI AND CO	10 RUE DANTE	75005	PARIS	0146341412
NORD IMPORTATION TORREFACTION	95 RUE ST ANTOINE	75004	PARIS	0142713576
NORD IMPORTATION TORREFACTION	2 AVENUE GEN LECLERC	75014	PARIS	0143202152
NORD IMPORTATION TORREFACTION	95 RUE ST LAZARE	75009	PARIS	0148743677
OEL	1 RUE EDMOND GONDINET	75013	PARIS	0143372633
OISIVETHE	3 RUE BUTTE AUX CAILLES	75013	PARIS	0145804540
OLIVIERS & CO	81 RUE ST LOUIS EN L'ILE	75004	PARIS	0140468937
OLIVIERS & CO	47 RUE VIEILLE DU TEMPLE	75004	PARIS	0142743840
OLIVIERS & CO	27 COUR ST EMILION	75012	PARIS	0143420783

EL MERCADO DEL QUESO EN FRANCIA

OLIVIERS & CO	90 RUE MONTORGUEIL	75002	PARIS	0144826228
OLSEN BORNHOLM FRANCE	9 RUE COMMDT RIVIERE	75008	PARIS	0145626228
OULACHGAR FADMA	1 AVENUE CORBERA	75012	PARIS	0143421980
PARFUMS D'ITALIE	28 AVENUE FELIX FAURE	75015	PARIS	0145580682
PARIS CAVIAR	13 RUE MARTYRS	75009	PARIS	0148783053
PARIS CAVIAR	130 RUE LECOURBE	75015	PARIS	0155766920
PARIS EIFFEL	30 AVENUE SUFFREN	75015	PARIS	0156580378
PASTA LINEA	9 RUE TURENNE	75004	PARIS	0142776254
PASTA LUNA	15 RUE MEZIERES	75006	PARIS	0145443202
PASTAVINO LA BOTTEGA	26 RUE ANNONCIATION	75016	PARIS	0142307636
PETROSSIAN RESTAURANT	189 RUE AUBERVILLIERS	75018	PARIS	0146071236
PETROSSIAN RESTAURANT	18 BOULEVARD LA TOUR-MAUBOURG	75007	PARIS	0144113222
PETROSSIAN RESTAURANT	18 BOULEVARD LA TOUR MAUBOURG	75007	PARIS	0144113232
PHILZ	56 RUE MARTYRS	75009	PARIS	0148784758
PIETREMENT LAMBRET ET CIE	58 RUE JEAN JACQUES ROUSSEAU	75001	PARIS	0142333050
POMZE	109 BL HAUSSMANN	75008	PARIS	0142656583
PREMIATA DROGHERIA DI MEGLIO	90 RUE LEGENDRE	75017	PARIS	0153310200
PRESTIGE	16 RUE LECOURBE	75015	PARIS	0156582841
PUBLICIS DRUGSTORE	133 AVENUE CHAMPS ELYSEES	75008	PARIS	0144437900
QUALITALIA	38 RUE BROCA	75005	PARIS	0147071144
RATON	20 RUE PICPUS	75012	PARIS	0143450573
REAL MC COY	194 RUE GRENELLE	75007	PARIS	0145569882
SABA 75	12 RUE MARX DORMOY	75018	PARIS	0140356548
SABAH ORIENTAL	140 RUE FBG ST ANTOINE	75012	PARIS	0140010104
SADAQAT H	90 RUE FBG ST DENIS	75010	PARIS	0142470926
SAPIDE	62 Ter RUE ENTREPRENEURS	75015	PARIS	0145781324
SAPORI D'ITALIA	22 RUE LACEPEDE	75005	PARIS	0143376105
SAVEURS D'IRLANDE	139 RUE ORDENER	75018	PARIS	0142551031
SAVEURS D'IRLANDE ET D'ECOSSE	5 CITE WAUXHALL	75010	PARIS	0142003620
SAVEURS DU SUD	14 AVENUE FELIX FAURE	75015	PARIS	0145574522
SELECTISSIME	79 RUE FBG POISSONNIERE	75009	PARIS	0142471634
SENG KY	7 Bis RUE JOINVILLE	75019	PARIS	0140379926
SEVA NATURA	MARCHE COUVERT ST QUENTIN 85BIS	75010	PARIS	0142465068
SFTO 1842	27 RUE DES SABLONS	75016	PARIS	0156903535
SPECIALITES ANTILLAISES JEAN ET BRA:	16 BOULEVARD BELLEVILLE	75020	PARIS	0143583130
SUDAFEX	87 RUE CONVENTION	75015	PARIS	0140607954
SUKIYA	8 RUE HANOVRE	75002	PARIS	0144940472
SUPERMARCHÉ VOLTA	6 RUE MAIRE	75003	PARIS	0142772131
SUR LES QUAIS	7 PLACE ALIGRE	75012	PARIS	0143432109
TANTE EMMA-LADEN	85 Bis BOULEVARD MAGENTA	75010	PARIS	0142465117
TANZINI HABIB	33 RUE PEUPLIERS	75013	PARIS	0145653104
TERROIR ET NATURE	163 AVENUE CLICHY	75017	PARIS	0153310973
TERROIRS ET TRADITIONS	18 RUE JAUCOURT	75012	PARIS	0140020616
THE GOURMET SHOPPE	139 RUE ORDENER	75018	PARIS	0142551031
THE O DOR	28 RUE SABLONS	75116	PARIS	0145052598
TIMACO	62 Ter RUE ENTREPRENEURS	75015	PARIS	0145781324
TITASH	9 RUE ERNEST CRESSON	75014	PARIS	0145434526
TREMA	8 RUE MARSEILLE	75010	PARIS	0142492767
UGO LAM	110 RUE THEATRE	75015	PARIS	0140599893
UN SAUMON A PARIS	110 RUE MONGE	75005	PARIS	0143367825
VELAN	83 PASSE BRADY	75010	PARIS	0142460606
VIA DELLA PASTA	3 RUE LEBON	75017	PARIS	0145740040
VIA DELLA PASTA	20 RUE BELLES FEUILLES	75116	PARIS	0147040204
VILLAGES GOURMANDS	16 RUE PETITS CHAMPS	75001	PARIS	0142604411
VINO	210 RUE FBG ST DENIS	75010	PARIS	0142092243
VINS ET DELICES	23 RUE LOURMEL	75015	PARIS	0145799061
VS CO	197 RUE FBG DENIS	75010	PARIS	0140347165
YI AIZHU	11 RUE CIVIALE	75010	PARIS	0142032488
ZOUHIR AHMED	72 BOULEVARD SOULT	75012	PARIS	0143438350

Fuente: CD Prospect.