

Francia: Estudio de Mercado del Vinagre

Francia: Estudio de Mercado del Vinagre

Este estudio ha sido realizado por Adora Mangas Lamonedá bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París

Rev. Agosto 2004

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	3
I. INTRODUCCIÓN	
1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS	4
1.1 Clasificación Arancelaria (TARIC)	4
1.2 Clasificación Estadística (INSEE y AGRESTE)	5
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	
1. ANÁLISIS CUANTITATIVO	6
1.1 Tamaño de la oferta	6
1.1.1 Producción de vinagre en Francia	7
1.1.2 Consumo de vinagre en Francia	7
1.2 Análisis de los componentes de la oferta	8
1.2.1 Zonas de producción	8
1.2.2 Tipos de vinagre según origen en Francia	8
1.2.3 Destino de la producción de vinagre en Francia	9
1.2.4 Tipos de vinagre según elaboraciones	10
2. ANÁLISIS CUALITATIVO	12
2.1 Obstáculos comerciales	12
2.2 Producción	13
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	
1. ANÁLISIS CUANTITATIVO	15
1.1 Tasa de cobertura	15
1.2 Evolución de las exportaciones e importaciones	16
1.3 Principales países suministradores de vinagre a Francia	16
1.4 Líneas de tendencia (rectas de regresión) de las importaciones	18
1.5 Principales países de destino del vinagre de Francia	20
1.6 Líneas de tendencia (rectas de regresión) de las exportaciones	21
2. ANÁLISIS CUALITATIVO	23
2.1 Análisis del mercado francés del vinagre	23
2.2 Canales de distribución	24
2.3 Envasado y presentación del vinagre	25

IV.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	
1.	TENDENCIAS GENERALES DE CONSUMO	27
1.1	Factores sociodemográficos	27
1.2	Factores económicos	27
1.3	Distribución de la renta disponible	28
1.4	Tendencias sociopolíticas	29
1.5	Tendencias culturales	30
1.6	Tendencias legislativas	30
2.	ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	31
2.1	Hábitos de consumo	31
2.2	Hábitos de compra	32
2.3	Preferencias	32
3.	PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	33
V.	ANEXOS	
1.	ESTUDIO DE CAMPO DE LA VENTA AL PÚBLICO	34
1.1	Grandes superficies : Auchan, Carrefour, Champion, Géant, Monoprix	34
1.2	Tiendas especializadas : Fauchon, Hédiard, La Grande Épicerie, Lafayette	41
1.3	Estudio de campo de Lyon y Burdeos	48
2.	CUADROS EXPLICATIVOS	52
3.	LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS	53
4.	INFORMES DE FERIA	71
5.	BIBLIOGRAFÍA	72

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El mercado francés es, en general, un mercado difícil para cualquier empresa. Se trata de un mercado saturado y, por ello, con un nivel de exigencia muy alto, tanto por parte de los consumidores como de los distribuidores. La calidad y la presentación del producto, así como la organización de la empresa, cobran especial importancia.

El mercado francés de los condimentos ofrece una gran variedad de productos a los consumidores, que van desde productos tradicionales como la mostaza, los pepinillos o el vinagre, hasta productos más modernos, como las vinagretas, el ketchup o salsas variadas. El vinagre se presenta de esta forma como un elemento más, pero imprescindible, dentro de este lineal.

La producción de vinagre en Francia ha aumentado en los últimos años, aunque sigue siendo insuficiente para cubrir la demanda existente. Recurren por ello a las importaciones, principalmente procedentes de Alemania, Italia y España.

Tradicionalmente, el uso que en Francia se le ha dado al vinagre es el de ingrediente, condimento o ayuda culinaria. Siguiendo esta orientación, la tendencia actual consiste en desarrollar nuevas variedades de vinagre, introduciendo nuevos sabores y aromas, tales como estragón, nuez o chalote.

Existen dos vías principales para la distribución del vinagre en Francia: las grandes superficies y las tiendas especializadas. Optar por uno u otro canal va a depender de cómo se quiera posicionar el producto. Los vinagres de calidad, es decir, de gama alta, se encuentran en las tiendas de productos gourmet. Los vinagres corrientes, de gama media o baja, están a disposición de público en supermercados, hipermercados y grandes almacenes.

Francia tiende cada vez más a consumir vinagre de calidad. Las denominaciones de origen cuentan con gran apreciación en el mercado, pero no hay ninguna de origen francés. Es por eso por lo que el término "calidad" se asocia a los productos extranjeros, concretamente al *Aceto Balsamico di Modena* italiano y al *Vinagre de Jerez* español.

Aunque ambos están ampliamente reconocidos, de momento es el italiano el que va ganando la partida, a pesar de que la mayoría del vinagre vendido bajo esa denominación no se encuentra bajo la especificación de "tradizionale", única indicadora de la Denominación de Origen italiana.

Los vinagres corrientes son mayoritariamente franceses. Unilever Bestfoods France copa más del 50% del mercado con sus dos marcas estrella: Amora y Maille. El resto de este segmento de menor gama está prácticamente cubierto por las marcas blancas de las grandes superficies.

Los envases más comunes son de 25, 50 o 75 cl, aunque también es posible encontrar formatos diferentes. Los vinagres de calidad prestan especial atención tanto al formato de dicho envase como a las especificaciones recogidas en la etiqueta. El cristal es el material elegido mayoritariamente, aunque también es posible encontrar botellas de plástico para los vinagres más baratos.

Puesto que el vinagre es un condimento que se emplea generalmente en la elaboración de platos fríos, su consumo presenta una fuerte estacionalidad, siendo más intenso durante los meses de primavera y verano, y descendiendo durante los meses más fríos del año.

Los criterios de elección de los consumidores son la marca, el precio y el sabor. La amplia oferta presentada en el mercado hacen que la innovación en publicidad y diseño sean bazas poderosas para toda empresa comercializadora hoy en día.

I. INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

El vinagre es un producto de origen exclusivamente agrícola que, junto con la mostaza y los pepinillos, forma parte de la categoría de condimentos tradicionales.

El objeto de este estudio es analizar el mercado del vinagre en Francia, con el fin de que la información contenida en el mismo resulte práctica y útil, y permita a las empresas españolas afrontar con conocimiento dicho mercado.

El mercado de vinagre en Francia ascendió a 70,12 millones de euros en la distribución (grandes cadenas y comercio tradicional, exceptuando el sector HORECA) en 2001. Esto supone una participación del 0.005% en el PIB.

A pesar de existir marcas nacionales especializadas en vinagre (como Maille o Amora), todas las grandes superficies disponen de marcas propias tanto de vinagre corriente como de calidad. El vinagre corriente supone el 28% del mercado en valor y el 65% en volumen; mientras que el vinagre de calidad, o fino, abarca el 72% en valor y el 35% en volumen.

1.1 Clasificación Arancelaria (TARIC)

La partida arancelaria objeto de análisis es la **22.09** “*Vinagre comestible y sucedáneos comestibles del vinagre obtenidos con ácido acético*”, cuya desagregación es la que aparece en la tabla siguiente:

Tabla 1.1 – Desagregación del código TARIC del vinagre

22.09	Vinagre comestible y sucedáneos comestibles del vinagre obtenidos con ácido acético
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vinagre de vino, en recipientes de contenido:</i>
2209.00.11.00	No superior a 2 litros
2209.00.19.00	Superior a 2 litros
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Los demás, en recipientes de contenido:</i>
2209.00.91.00	No superior a 2 litros
2209.00.99.00	Superior a 2 litros

Fuente: Aduanas francesas

A efectos de Aduanas, la partida arancelaria 22.09 se define como sigue:

1 – Vinagre comestible

Con el nombre de vinagre se designan los líquidos ácidos procedentes de la fermentación acética en contacto con el aire y a una temperatura constante, que generalmente no excede de 20 a 30° C, de líquidos alcohólicos de cualquier clase o de

diversas disoluciones azucaradas o amiláceas que hayan experimentado la fermentación alcohólica, produciéndose la acetificación por la acción del *Mycoderma aceti* o *acetobacter*.

Se distinguen, según su origen, los tipos de vinagre siguientes:

1) El vinagre de vino. Se trata de un líquido que, según la clase de vino que se haya utilizado, presenta un color amarillo o rojo y un sabor particular debido principalmente a la presencia de ésteres del vino.

2) El vinagre de cerveza o de malta; los vinagres de sidra, perada u otros mostos de frutas u otros frutos fermentados. Suelen ser de color amarillento.

3) El vinagre de alcohol, incoloro en su estado natural.

4) El vinagre de semillas, de melazas, de patata (papa), hidrolizada, de lactosuero, etc.

2 – Sucedáneos comestibles del vinagre

Los sucedáneos del vinagre o vinagres artificiales se obtienen por disolución de ácido acético en agua. Suelen estar coloreados con caramelo u otros colorantes orgánicos (véase también la exclusión “a” siguiente).

El vinagre y sus sucedáneos se utilizan para sazonar, aliñar, conservar productos alimenticios y pueden estar aromatizados (con estragón, etc.) o contener especias.

Se excluyen de esta partida:

a) Las disoluciones acuosas que contengan más del 10% en peso de ácido acético (partida nº 29.15). Sin embargo, no están afectadas por la Nota de exclusión 1 c) del Capítulo 22, y por tanto, quedan clasificadas en la presente partida, las disoluciones de este tipo con un contenido de ácido acético comprendido ordinariamente entre el 10 y el 15% en peso, pero que han sido aromatizadas o coloreadas con el fin de utilizarlas en la alimentación como sucedáneos del vinagre.

b) Los medicamentos de las partidas nº 30.03 ó 30.04.

c) El vinagre de tocador (partida nº 33.04).

1.2 Clasificación Estadística (INSEE y AGRESTE)

Existe otra clasificación, que utilizan organismos oficiales como el INSEE (*Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos*) o AGRESTE (*Ministerio de Agricultura, Alimentación, Pesca y Asuntos Rurales*), que incluye al vinagre dentro del código de actividad **NAF 15.8R** “*Condiments et Assaisonnements*”, desagregándolo como puede observarse en la siguiente tabla:

Tabla 1.2 – Desagregación del código NAF del vinagre

15.8 R	Condiments et assaisonnements
15.87.11	Vinaigres
15.87.11.30	Vinaigres, succédanés comestibles du vinaigre obtenus á partir de vin
15.87.11.90	Autres vinaigres, succédanés comestibles du vinaigre

Fuente : Centro de Documentación e Información de Agreste (Ministerio de Agricultura, Alimentación, Pesca y Asuntos Rurales)

Hay que remarcar que se utilizarán ambas clasificaciones (tanto la ofrecida por las Aduanas, como la facilitada por Agreste) a lo largo de este estudio.

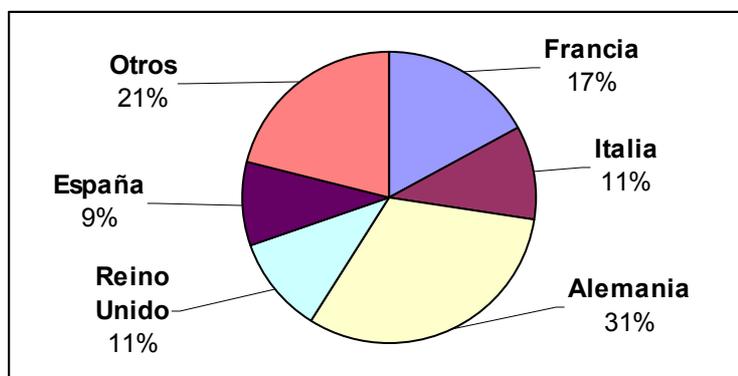
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1 Tamaño de la oferta

Tanto las ventas como las exportaciones francesas de vinagre demuestran que la producción de dicho producto en Francia es importante (supone aproximadamente el 17% de la producción de vinagre europea). Sin embargo, no dispone de productos emblemáticos, como puedan ser el *Aceto Balsamico* de Italia o el *Vinagre de Jerez* español.

Gráfico 2.1 – Principales productores europeos de vinagre



Fuente: Sindicato Nacional de Fabricantes de Vinagre

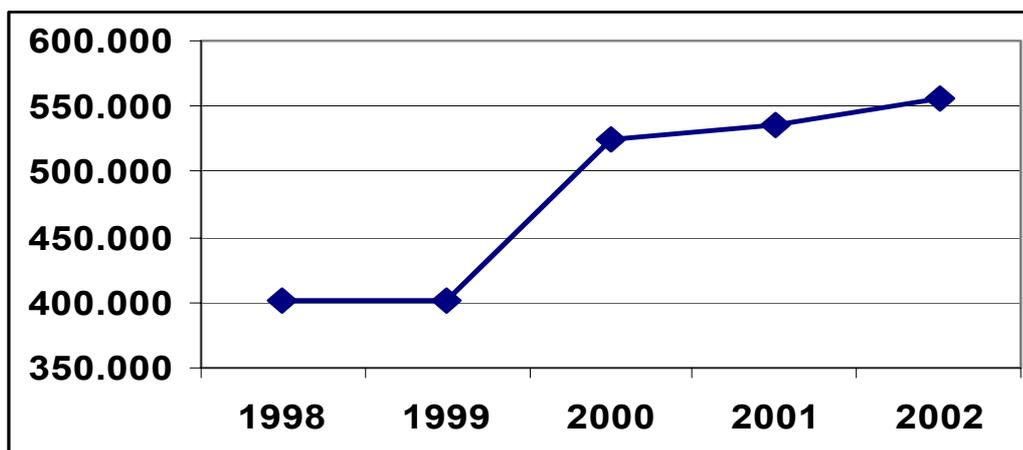
El gran aumento que se ha producido en el consumo de vinagre en estos últimos cinco años se ha visto acompañado por una reducción en las ventas de los vinagres corrientes y un desarrollo paralelo de las categorías de alta gama.

Esta duplicación del volumen de consumo aparente se ha cubierto por un lado con el incremento de la producción propia francesa, y por otro, con el aumento de las importaciones (de Vinagre Balsámico italiano y de Vinagre de Jerez español, que se analiza más adelante en el apartado III de este estudio).

1.1.1 Producción de vinagre en Francia

Según datos ofrecidos por Agreste, la producción francesa de vinagre (expresada en hectolitros) ha seguido la siguiente evolución en los últimos cinco años:

Gráfico 2.2 – Evolución de la producción del vinagre (en volumen)



Volumen: cantidades expresadas en hectolitros
Fuente: Agreste

1.1.2 Consumo de vinagre en Francia

En las siguientes tablas se recoge la evolución de las magnitudes que componen el indicador de consumo para un horizonte temporal de cinco años (en volumen y en valor). Así mismo, puede observarse el crecimiento sufrido por cada una de ellas en el período mencionado:

Tabla 2.1 – Indicador de consumo aparente (en volumen)

	1998	1999	2000	2001	2002	Crecimiento Período
Producción	402.371	401.667	525.032	534.902	556.301	38,26%
+ Importaciones	127.394	135.946	176.019	180.157	176.051	38,19%
- Exportaciones	289.053	233.424	319.158	269.322	239.756	-17,05%
Consumo Aparente	240.712	304.189	381.893	445.737	492.596	104,64%

Volumen = 100 kg

Nota: para el cálculo del indicador de consumo aparente no se han tenido en cuenta las variaciones de existencias.

Fuente: Agreste y Aduanas francesas

Tabla 2.2 – Indicador de consumo aparente (en valor)

	1998	1999	2000	2001	2002	Crecimiento Período
Producción	49.418	49.213	54.201	58.185	63.422	28,34%
+ Importaciones	6.994	7.131	8.858	9.985	11.219	60,41%
- Exportaciones	16.208	14.610	17.395	17.265	16.925	4,42%
Consumo Aparente	40.204	41.734	45.664	50.905	57.716	43,56%

Valor = 1.000 €

Nota: para el cálculo del indicador de consumo aparente no se han tenido en cuenta las variaciones de existencias.

Fuente: Agreste y Aduanas francesas

1.2 Análisis de los componentes de la oferta

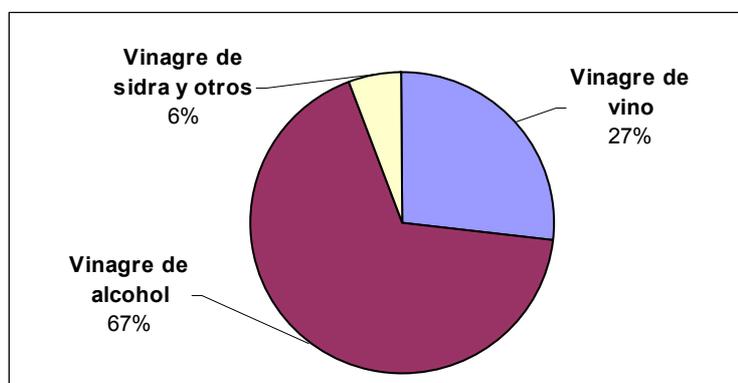
1.2.1 Zonas de producción

A grandes rasgos, las zonas geográficas de producción de vinagre coinciden con áreas vinícolas tradicionales: Bourgogne, Alsace, Aquitaine, Champagne – Ardenne, Rhône – Alpes, Centre; aunque también podemos encontrar focos de producción en regiones como Poitou – Charentes, Provence – Alpes – Côte d’Azur, Franche – Comté, Île – de – France, Picardie, Basse – Normandie o Nord – Pas - de – Calais.

1.2.2 Tipos de vinagre según origen en Francia

Existen tres grandes variedades de vinagre: de vino, de alcohol y de sidra. La producción francesa de vinagre se centra en los de alcohol (suponen un 67% con respecto a la producción total de 2002). Concretamente, el reparto de la producción por tipos de vinagre es el que sigue:

Gráfico 2.3 – Producción por tipos de vinagre en Francia en 2002 (en volumen)



Volumen = cantidades expresadas en hectolitros de 10°

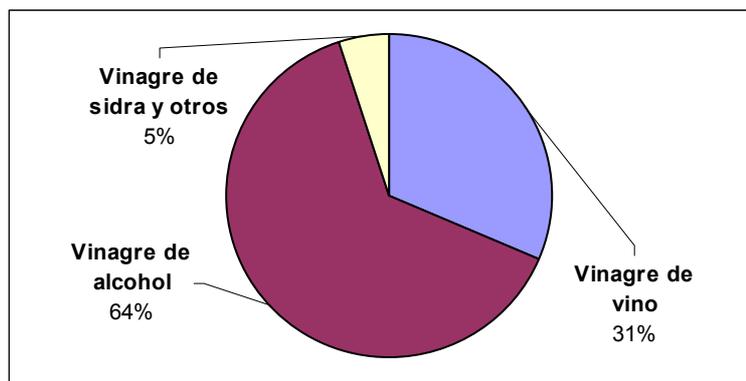
Fuente: Sindicato Nacional de Fabricantes de Vinagre

Más del 50% de la producción de vinagre está destinada al consumo del público en general. El peso del uso industrial del vinagre (para la fabricación de conservas, de pepinillos y de mostazas) tiende sin embargo a progresar desde 1996 (36% en 1996 frente a 45.5% en 2000).

En cuanto a los tipos de vinagres, como ya se comentó anteriormente, el 65% del consumo de vinagre corresponde a vinagre corriente (que supone un 28% en valor), mientras que el volumen de vinagre de calidad consumido (o vinagre fino) representa el 35% restante, alcanzando sin embargo un 72% en valor.

Siguiendo el mismo criterio de separación que para la producción, las ventas de vinagres por variedades o tipos se distribuyen de acuerdo al siguiente gráfico:

**Gráfico 2.4 – Ventas por tipos de vinagre en Francia en 2002
(en volumen)**

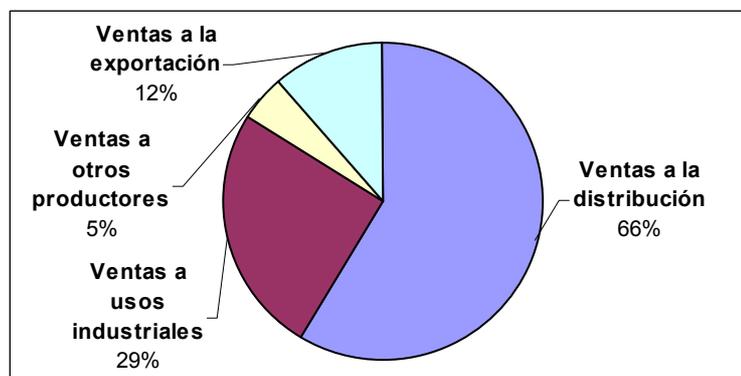


Volumen = cantidades expresadas en hectolitros de 10°
Fuente: Sindicato Nacional de Fabricantes de Vinagre

1.2.3 Destino de la producción de vinagre de Francia

El destino de la producción de vinagre en Francia es mayoritariamente la gran distribución (el 66% de las ventas de la producción francesa de vinagre corresponden a este sector). En este apartado nos limitaremos a realizar una aproximación al destino de la producción francesa de vinagre, entrando en más detalle acerca de la organización de este mercado en el apartado III del presente estudio:

Gráfico 2.7 – Destino de la producción francesa de vinagre en 2002

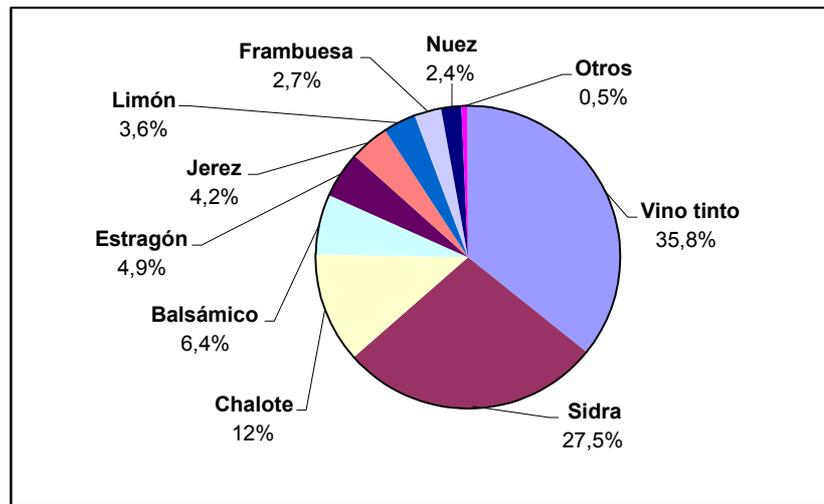


Fuente: Sindicato Nacional de Fabricantes de Vinagre

1.2.4 Tipos de vinagre según elaboraciones

Llegando a un grado de desagregación mayor, podemos observar en los siguientes gráficos el reparto, tanto en volumen como en valor, o segmentación del mercado francés de vinagre:

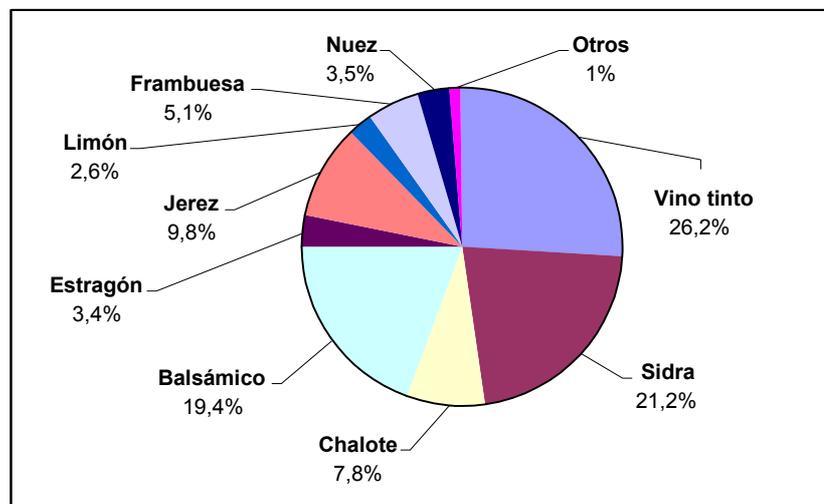
Gráfico 2.5 – Segmentación del mercado de vinagre (en volumen)



Fuente: Linéaires (nº 170 – mayo 2002)

Las diferencias entre las dos fuentes utilizadas, Sindicato Nacional de Fabricantes de Vinagre y Linéaires, sólo pueden deberse a razones conceptuales para su contabilización, o a las derivaciones de identidad en el circuito comercial. Por tanto, esta cuestión deberá ser revisada para encontrar la explicación posible.

Gráfico 2.6 – Segmentación del mercado de vinagre (en valor)



Fuente: Linéaires (nº 170 – mayo 2002)

Los vinagres de calidad, representados principalmente por el balsámico italiano y el de Jerez español, no representan un gran volumen con respecto al total de vinagres (como ya se comentó); sin embargo, su valor se triplica (en el caso del vinagre italiano) o se duplica (para el Vinagre de Jerez), ocupando una posición predominante en cuanto a cifra de negocio.

Además, éste reparto varía según las regiones: en el Noreste se consume principalmente vinagre de limón, de sidra y de estragón; en el Noroeste, de frambuesa, de sidra y de chalote; en el Sureste, balsámico, de Jerez, de estragón y de nuez; etc.

Nota: Los datos numéricos que acompañan a los gráficos presentados en este apartado pueden consultarse en el Anexo.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1 Obstáculos comerciales

En primer lugar, 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*.

2.2 Producción

El vinagre en Francia está regulado por el Decreto nº 88 – 1207 de 30 de diciembre de 1988.

Desde octubre de 2000, Francia ha adoptado las normas europeas referentes al vinagre (NF – EN – 13188), por un lado, y al ácido acético (NF – EN – 13189), por otro. En éstas se establece que el vinagre debe ser un producto resultante de una doble fermentación y lo define como producto de origen exclusivamente agrícola.

Esta doble fermentación natural consiste, en primer lugar, en la transformación de azúcar en alcohol (fermentación alcohólica) y, posteriormente, de alcohol en ácido acético (fermentación acética). El método tradicional ha recurrido a una fermentación lenta en barricas de madera, mientras que el método moderno acelera la fermentación gracias a una inyección de oxígeno en la cuba.

El proceso de fabricación del vinagre impone que la fermentación acética cumpla tres condiciones:

1. La bacteria “acetobacter aceti” debe estar presente obligatoriamente.
2. La transformación del alcohol en ácido acético debe hacerse por oxigenación.
3. La temperatura de fermentación debe estar comprendida entre 25 y 30°.

Los vinagres tradicionales franceses de calidad provienen de Orléans, donde el producto es elaborado a partir de vinos franceses de renombre, tales como el Muscat, el Chardonnay o el Cabernay franco. Los vinagres pueden ser enriquecidos añadiéndoles especias o aromas, para obtener vinagres perfumados, de estragón, de nuez o de chalote.

Francia no tiene ninguna Denominación de Origen para este producto.

A continuación se desarrollan las dos normativas que rigen al vinagre en Francia:

- **Decreto nº 88-1207** (30 diciembre 1988)

Este Decreto reserva la denominación “vinagre” al producto obtenido exclusivamente por el proceso biológico de doble fermentación, alcohólica y acética, elaborado a partir de productos de origen agrícola o de sus disoluciones acuosas.

El contenido de alcohol residual en los vinagres, a parte del vinagre de vino, está limitado al 0.5% en volumen. Para los vinagres de vino está limitado al 1.5% en volumen.

El contenido acético mínimo de los vinagres es de 6 gramos de ácido acético para 100 mililitros. No obstante, esta cantidad de acético mínima es de 5 gramos de ácido acético para 100 mililitros para los vinagres de sidra, de hidromiel (aguamiel), de jugo fermentado y de frutas que no sean uvas, así como para la mezcla de estos vinagres.

Los vinagres pueden ser adicionados:

- De aromas naturales en cantidad necesaria para conferirles sabores distintivos.
- De azúcar, sal, miel y aromas, tales como plantas aromáticas, especias o jugos de frutas.

La coloración sólo está permitida para los vinagres de alcohol y la única materia colorante autorizada es el caramelo (E 150).

- **Norma NF – EN – 13188** (octubre 200)

La Norma europea define al vinagre como un producto que es obtenido exclusivamente por el proceso biológico de la doble fermentación, alcohólica y acética, de líquidos y otras sustancias de origen agrícola.

El vinagre debe estar fabricado a partir de cualquiera de las materias primas siguientes:

- Vino.
- Frutas o pequeños frutos, vino de frutas, vino de pequeños frutos, sidra.
- Alcohol destilado de origen agrícola.
- Otros productos de origen agrícola que contengan almidón, azúcares o almidón y azúcares que engloben entre otras cosas, aunque no exclusivamente, cereales, cebada o suero.

En cuanto a la aromatización, pueden añadirse las siguientes sustancias:

- Plantas o partes de plantas y especias.
- Azúcar.
- Sal.
- Miel.
- Zumos de frutas concentrados o no concentrados.

No deben ser utilizadas la siguientes sustancias:

- Aromas artificiales.
- Aceites de granos de uvas artificiales o naturales.
- Residuos de destilación, de fermentación y productos derivados.
- Extractos de orujos de todas clases.
- Ácidos de todas clases.

El contenido de ácido total del vinagre no debe ser inferior a 50 gramos para 1000 mililitros. La cantidad de ácido total de vinagre de vino no debe ser inferior a 60 gramos para 1000 mililitros.

El contenido de alcohol residual no debe sobrepasar el 0.5% para los vinagres que no sean de vino; 1.5% para los de vino; y 3% para los vinagres de especialidades producidas a partir de vinagres de vino.

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

El mercado de vinagre supone una pequeña, pero creciente, parte dentro del conjunto de condimentos, especialmente si se compara con productos como la mostaza o el ketchup. Tanto la producción como las importaciones – exportaciones francesas de vinagre siguen una evolución positiva en los últimos años.

Francia exporta aproximadamente el equivalente a 13% de su producción de vinagre (en 2002), principalmente a Estados Unidos (22%) y Bélgica (14%). A pesar de que su saldo comercial (diferencia entre exportaciones e importaciones) se mantiene positivo, puede observarse en los datos de la tabla 3.1 cómo cada vez se va estrechando más la brecha entre ambas magnitudes. Concretamente, en los últimos cinco años dicha diferencia se ha visto reducida hasta la mitad.

1.1 Tasa de cobertura

La tasa de cobertura de las importaciones (cociente entre las exportaciones y las importaciones), que de media se sitúa en torno al 1.91 (en valor), ha descendido hasta un 1.51 en 2002, debido principalmente a la duplicación de las importaciones de vinagre italiano (en volumen y en valor) en los últimos 5 años. Los datos de tasa de cobertura de la tabla vienen expresados en tantos por uno.

Tabla 3.1 - Comercio exterior francés de vinagre (miles de €)

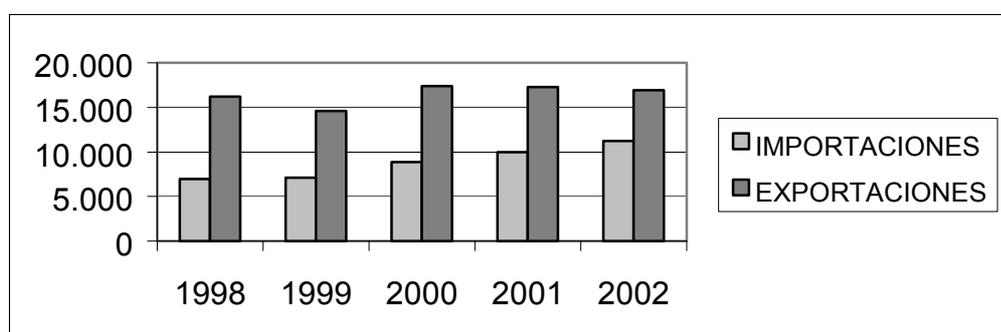
	1998	1999	2000	2001	2002
Importaciones	6.994	7.131	8.858	9.985	11.219
Exportaciones	16.208	14.610	17.395	17.265	16.925
Saldo Comercial	9.214	7.479	8.537	7.280	5.706
Tasa Cobertura Importaciones	2,32	2,05	1,96	1,73	1,51

Fuente: Aduanas francesas

1.2 Evolución de las exportaciones e importaciones

En el siguiente gráfico se puede observar la evolución comparativa de las importaciones y exportaciones francesas de vinagre desde 1998 a 2002. Los datos ofrecidos hasta el momento para el primer semestre de 2003 no hacen sino confirmar la tendencia de las mismas.

Gráfico 3.1 – Evolución importaciones / exportaciones francesas de vinagre (miles €)



Fuente: Aduanas francesas

1.3 Principales países suministradores de vinagre a Francia

Como países proveedores de vinagre de Francia destacan Italia, España y Alemania, seguidos de Bélgica, Reino Unido y Países Bajos. A pesar de ser Alemania quien ostenta la primera posición si se compara por volúmenes de exportación, el valor de dichas exportaciones se ve ampliamente superado por Italia, con su Vinagre de Módena, y por España, con el Vinagre de Jerez.

Mientras que las importaciones procedentes de Italia suponen en volumen un 24% del total (4.327.400 Kg. de 17.605.100 Kg.) en 2002, el margen de ventas del Vinagre de Módena la hace situarse en primera posición en valor, englobando prácticamente el 50% de las importaciones francesas.

En cuanto a las importaciones francesas procedentes de España, la mayor parte corresponden a vinagre envasado en recipientes de más de 2 litros (a granel). El mayor incremento se ha producido durante el año 2002, sin duda debido al alza en las exportaciones del Vinagre de Jerez, de las que Francia es destinataria de prácticamente un 50% (las importaciones francesas se centran cada vez más en el Vinagre de Jerez Reserva).

Tabla 3.2 – Principales proveedores de vinagre de Francia

	1998		1999		2000		2001		2002	
	Vol.	Valor								
Italia	18.210	2.736	20.214	2.992	31.521	3.805	38.329	4.744	43.274	5.739
España	20.741	1.659	24.949	1.869	18.129	1.665	23.333	1.857	29.434	2.122
Alemania	30.470	647	29.927	693	45.244	1.035	43.964	1.082	46.824	1.065
Bélgica	25.772	599	28.940	620	43.956	753	37.497	694	28.399	537
Reino Unido	4.233	147	4.133	108	6.243	528	8.022	632	5.868	599
Países Bajos	19.261	450	23.005	446	20.381	371	23.424	463	14.927	392
Otros	8.707	755	4.778	403	10.545	701	5.588	513	7.325	1.234

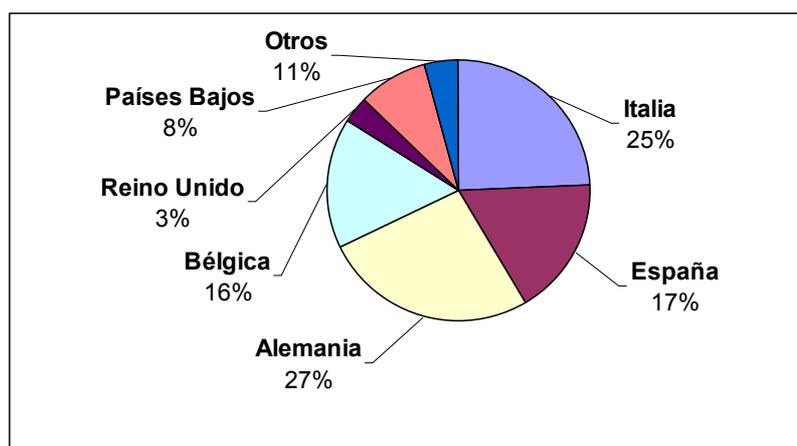
Vol. = Volumen (100 kg)

Valor = Valor (1.000 €)

Fuente: Aduanas francesas

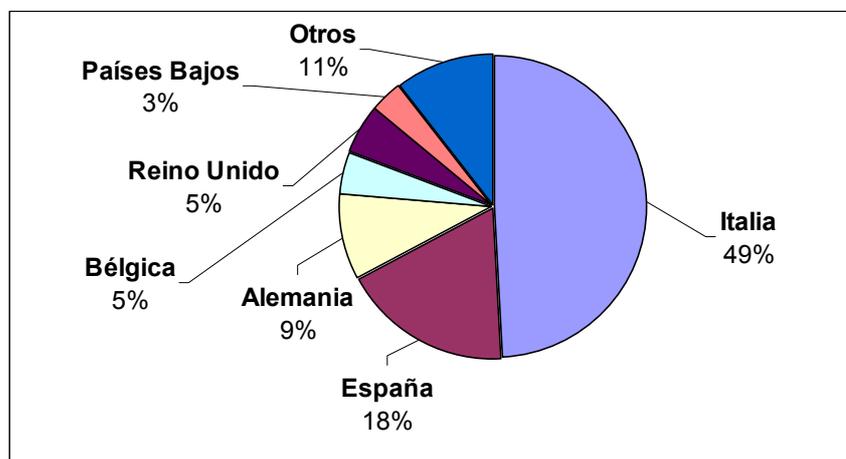
El grupo de "Otros" incluye países como Japón, China, Suiza o Estados Unidos, aunque su participación supone un porcentaje residual del total, por lo que se ha optado por agruparlos en una sola categoría.

Gráfico 3.2 – Principales proveedores de vinagre de Francia en 2002 (en volumen)



Fuente: Aduanas francesas

**Gráfico 3.3 – Principales proveedores de vinagre de Francia en 2002
(en valor)**



Fuente: Aduanas francesas

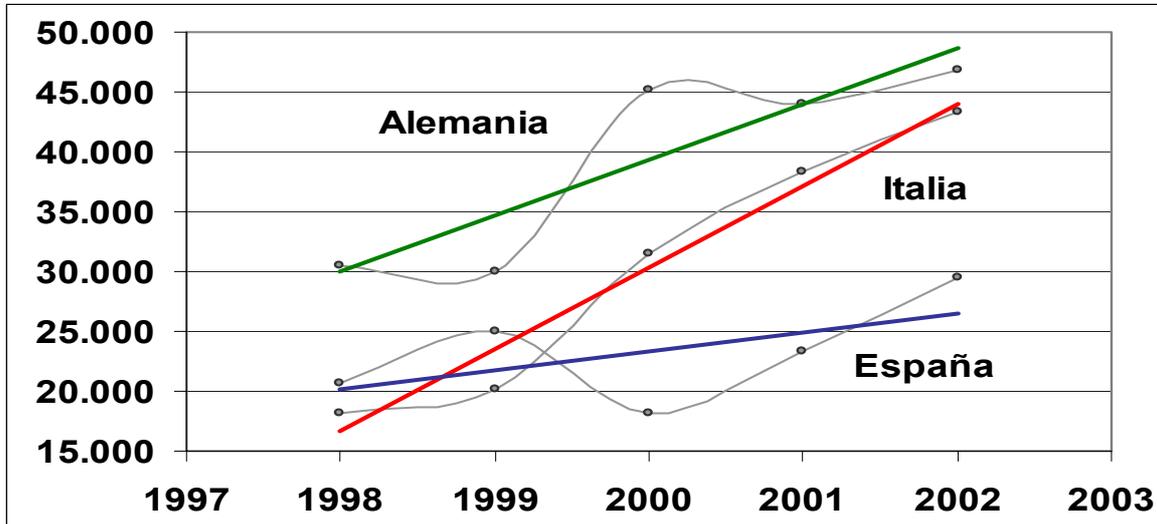
1.4 Lineas de tendencia (rectas de regresión) de las importaciones

Los siguientes gráficos muestran la línea de tendencia de las importaciones francesas de vinagre procedentes de los tres principales países suministradores (tanto en valor como en volumen): Italia, España y Alemania.

En ambas representaciones se aprecia una mayor pendiente de las rectas de regresión, correspondientes a Italia, lo que se traduce en una evolución más positiva y una mejor situación de mercado en la práctica. El año 1999 es el punto de partida para un distanciamiento más pronunciado con respecto a sus más inmediatos competidores.

El caso de España a primera vista no es tan optimista, sobre todo a raíz del bache del año 2000, en el que la producción alcanzó su punto mínimo. Sin embargo, el auge de las exportaciones del Vinagre de Jerez de los dos últimos años, junto con la campaña de promoción que se está llevando a cabo, hacen presumir una mejora en la posición competitiva española.

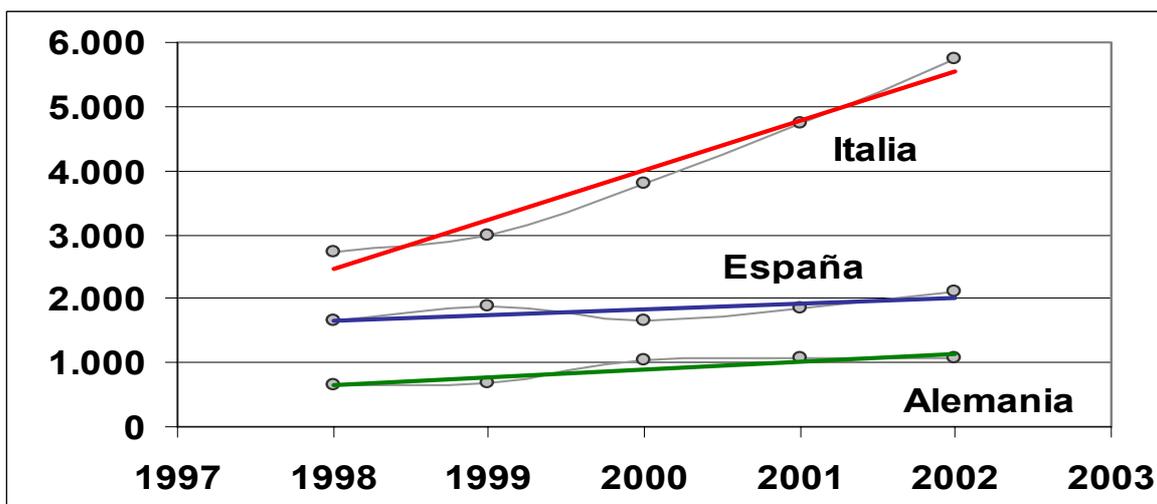
Gráfico 3.4 – Tendencia de las importaciones francesas de vinagre (en volumen)



Fuente: Aduanas francesas

Resulta interesante observar los datos para el año 2000, en el que únicamente la producción española descendió (punto mínimo de todo el horizonte temporal), mientras que el resto de países alcanzó su máximo hasta el momento.

Gráfico 3.5 – Tendencia de las importaciones francesas de vinagre (en valor)



Fuente: Aduanas francesas

Por la diferencia entre las cifras en valor y en volumen, es posible distinguir los países que exportan vinagre de calidad a Francia (Italia y España) y los que exportan vinagre corriente (Alemania, Bélgica, Reino Unido y Países Bajos).

1.5 Principales países de destino del vinagre de Francia

En cuanto a las exportaciones francesas de vinagre, ya se comentó anteriormente que alcanzan aproximadamente el 13% de la producción del país, y se dirigen principalmente a Estados Unidos y Bélgica.

España importó un 1, 5% del total de las exportaciones francesas de vinagre en 2002, lo que numéricamente supuso 115.100 kg o 252.000 euros (dada la escasa importancia relativa con respecto al total, se ha incluido en el grupo "Otros", junto a Dinamarca, Senegal, Italia o Luxemburgo entre otros).

Tabla 3.3 – Exportaciones de vinagre de Francia por países de destino

	1998		1999		2000		2001		2002	
	Vol.	Valor	Vol.	Valor	Vol.	Valor	Vol.	Valor	Vol.	Valor
EE.UU.	23.167	2.945	21.751	2.690	26.306	3.567	25.118	3.777	25.174	3.782
Bélgica	84.303	2.705	73.302	2.304	93.721	2.523	87.319	2.599	79.406	2.376
Reino Unido	43.238	1.708	19.245	1.413	22.794	1.794	17.803	1.520	18.832	1.846
Alemania	26.439	1.915	22.994	1.755	18.194	1.617	18.289	1.506	14.419	1.412
Países Bajos	23.608	1.250	35.114	1.296	34.043	1.282	33.328	1.457	29.713	1.405
Japón	4.382	998	3.797	1.003	4.721	1.261	12.273	1.650	4.616	1.127
Otros	83.916	4.686	57.221	4.148	119.379	5.351	75.192	4.756	67.596	4.977

Vol. = Volumen (100 kg)

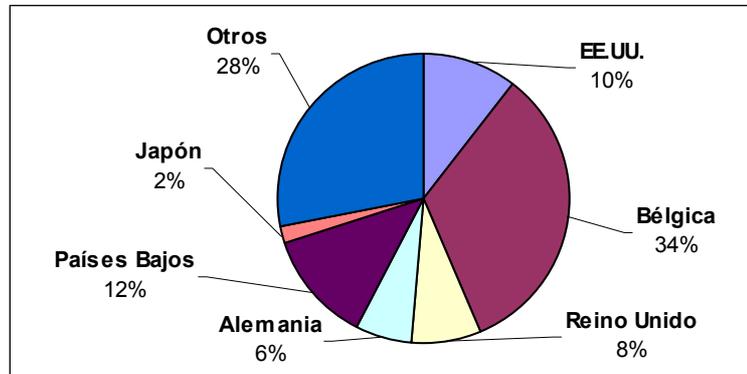
Valor = Valor (1.000 €)

Fuente: Aduanas francesas

Como ya se puso de manifiesto con anterioridad, este estudio va dirigido al empresario español que desee penetrar el mercado francés de vinagre, por lo que un análisis más extenso de las exportaciones se escapa del objeto del mismo.

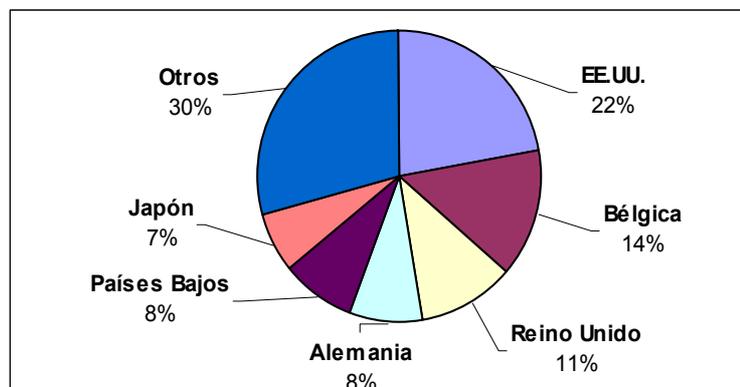
Aún así, a continuación aparece una serie de representaciones que pueden ayudar a ver de forma más gráfica los datos contenidos en la tabla 3.3:

Gráfico 3.6 – Principales países de destino de las exportaciones de vinagre de Francia en 2002 (en volumen)



Fuente: Aduanas francesas

Gráfico 3.7 – Principales países de destino de las exportaciones de vinagre de Francia en 2002 (en valor)

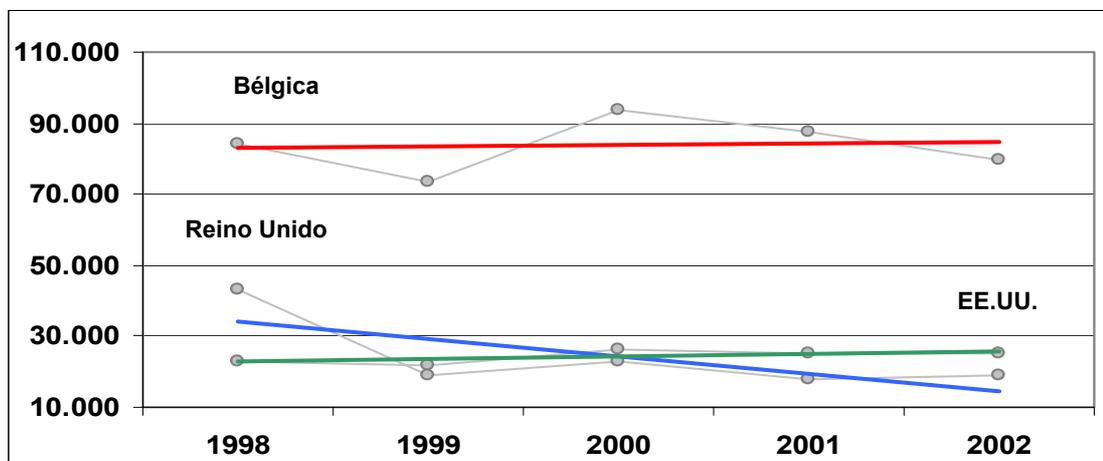


Fuente: Aduanas francesas

1.6 Líneas de tendencia (rectas de regresión) de las exportaciones

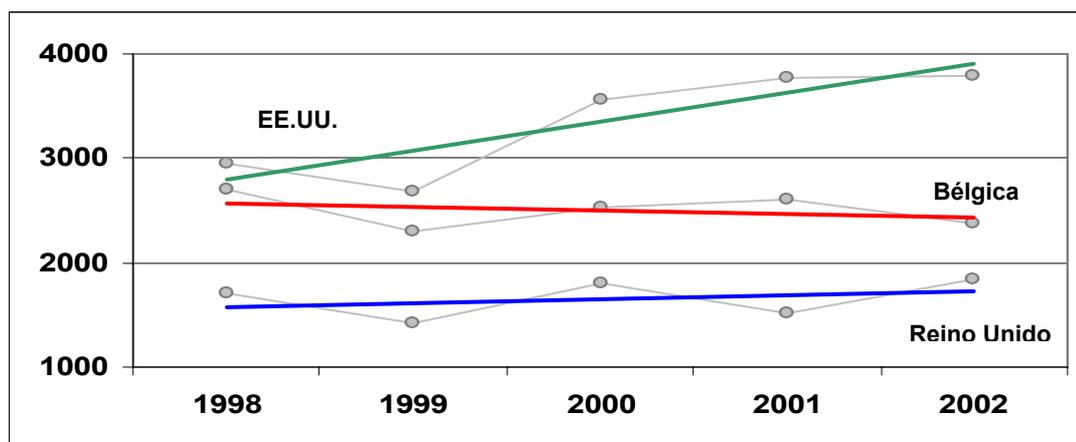
Al igual que para las importaciones francesas de vinagre, se presentan las líneas de tendencia (tanto en volumen como en valor) de los tres principales países clientes de vinagre de Francia: Estados Unidos, Bélgica y Reino Unido.

Gráfico 3.8 – Tendencia de las exportaciones francesas de vinagre (en volumen)



Fuente: Aduanas francesas

Gráfico 3.9 – Tendencia de las exportaciones francesas de vinagre (en valor)



Fuente: Aduanas francesas

Por la diferencia entre las cifras en valor y en volumen, es posible distinguir los países a los que Francia exporta vinagre de calidad: Estados Unidos, Japón, Reino Unido y Alemania; y un producto corriente a Bélgica y Países Bajos.

Nota: Los datos obtenidos de las Aduanas francesas corresponde a la partida arancelaria 22.09 "Vinagre comestible y sucedáneos comestibles del vinagre obtenidos con ácido acético". Se podría llegar a un mayor grado de detalle, desagregando el código TARIC hasta 10 dígitos.

2. EL ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1 Análisis del mercado francés del vinagre

Cuatro son los grupos que se reparten el mercado francés del vinagre: las grandes empresas francesas productoras-distribuidoras; las empresas de gran distribución que venden vinagre bajo sus propias marcas blancas; las marcas extranjeras que comercializan vinagre de calidad; y por último, las pequeñas marcas francesas.

Analicemos cada uno de estos grupos con más detenimiento:

- El primer lugar lo ocuparían las **grandes empresas productoras-distribuidoras francesas**, entre las que destacaría Unilever Bestfoods France, que con sus dos marcas estrella (Maille y Amora) copa más del 50% del mercado (concretamente, la cifra de negocios de Maille alcanza el 31,2%, y la de Amora asciende a un 23,4%).

Estas marcas ofrecen toda la gama de vinagres, desde las variedades perfumadas de frambuesa, chalote, estragón, limón o nuez, hasta los vinagres de calidad, como el de Jerez o el de Módena.

En el caso de los vinagres españoles de alta gama, los envases aparecen con el logo del Consejo Regulador de la D.O. Vinagre de Jerez, indicando de manera visible el distintivo de “Embotellador Oficial”.

- El segundo grupo lo formaría la **gran distribución** (grandes superficies y tiendas especializadas), que ocupan gran parte del mercado comercializando el vinagre bajo sus propias marcas (marcas blancas).

Algunas de éstas empresas han desarrollado marcas de gama alta o superior, jugando con la estrategia de posicionamiento de un producto dentro del establecimiento. Un ejemplo de ello es Carrefour, con *Escapades Gourmandes*.

En cuanto a los productos corrientes, es frecuente encontrar la marca blanca propia del establecimiento y otra marca a precio más bajo, embotellada y comercializada por el mismo fabricante. Siguiendo el ejemplo de Carrefour, podemos encontrar vinagre bajo la marca *Carrefour* (marca blanca de calidad media) y otros productos de calidad inferior bajo la denominación *Premier Prix* (primer precio).

Igualmente, las grandes superficies han desarrollado su propia marca para comercializar el vinagre ecológico. De esta forma, Carrefour cuenta con *Carrefour Bio*.

- Las **marcas extranjeras** que ofrecen principalmente vinagre de calidad pueden agruparse en dos: el sector italiano, que comercializa *Aceto Balsamico di Modena*, y el sector español, con el *Vinagre de Jerez*.

Las marcas españolas de Vinagre de Jerez llevan en su etiqueta el logo del Consejo Regulador de la Denominación de Origen, indicando la procedencia del producto. Entre ellas, las que cuentan con mayor presencia en el mercado francés son José Páez Lobato, José Pemartín, José Páez Morilla y Hnos., Barneo, La Bodega Fernando de Castilla y Rioja Viña.

En cambio, la inmensa mayoría de los vinagres italianos no lleva la etiqueta de *Aceto Balsamico* con la distinción *Tradizionale*, única indicadora de la Denominación de Origen. El único caso encontrado ha sido el *Vinaigre balsamique traditionnel de Modène*, comercializado bajo la marca Fauchon, en envase de 10 cl y con un precio de 97,75€. El distintivo que suele encontrarse es *Produzione Certificata*.

- Por último, existe el segmento de las **pequeñas marcas francesas**, que no encuentran una gran cuota de mercado debido a la expansión de las grandes productoras francesas y las importaciones de vinagre de calidad.

En un primer nivel de calidad destacan marcas como Martín Pouret, Terre Bormane o Albert Ménès; en un nivel inferior, pero no con menor oferta de productos, se encuentran marcas como Delouis o Edmond Fallot; y equiparadas a las marcas blancas o primeros precios aparecen Beaufor o Melfor.

En el Anexo puede encontrarse toda la relación de marcas francesas localizadas durante la realización del estudio de campo, así como de las variedades que las mismas ofrecen al mercado.

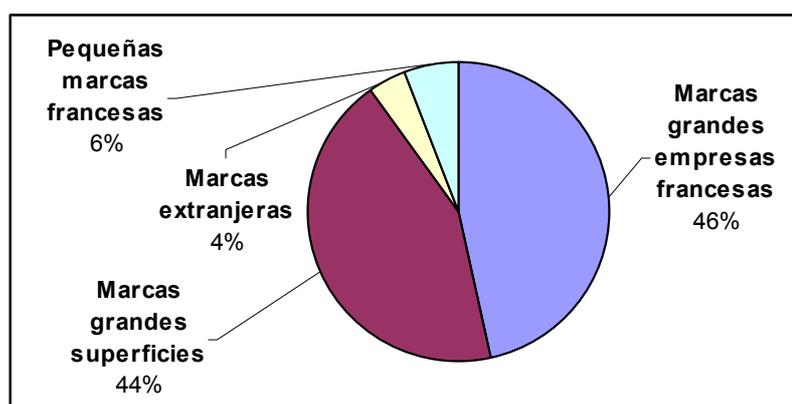
2.2 Canales de distribución

Existen dos grandes canales de distribución: las grandes superficies y las tiendas especializadas. La presencia de los distintos grupos comentados en el apartado anterior varía según se haya elegido uno u otro canal.

- Las **grandes superficies** controlan más del 65% de la distribución en Francia, lo que da una idea del peso que éstas tienen. Se dividen en hipermercados, supermercados y grandes almacenes.

Mayoritariamente eligen este canal las empresas que desean posicionar su producto dentro de una gama media o baja. De esta forma, las marcas que cuentan con mayor presencia en hipermercados y supermercados son las de las grandes productoras francesas y las propias marcas de los establecimientos.

Gráfico 3.10 – Presencia de las marcas de vinagre en las grandes superficies



Fuente: Estudio de campo (París – noviembre 2003)

En el Anexo aparece una lista con la relación de las principales cadenas de distribución en Francia.

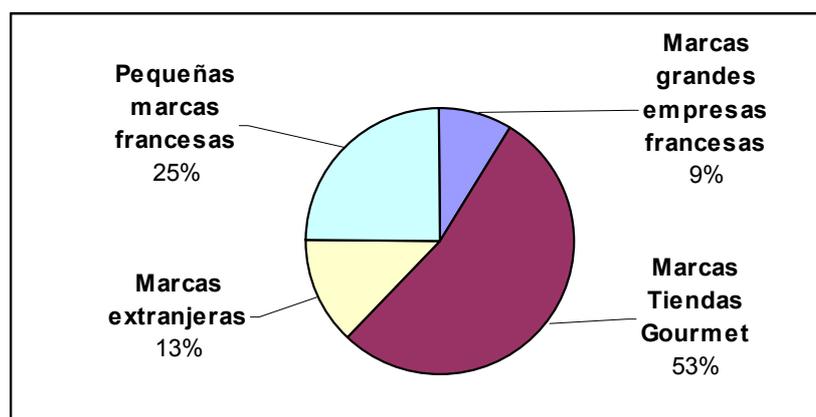
- Dentro de las **tiendas especializadas** destacan las que comercializan productos gourmet. Entre ellas podemos citar Lafayette Gourmet, Fauchon, Hédiard y La Grande Épicerie.

Éste es el canal más utilizado por las pequeñas empresas especializadas, ya que la presencia de las grandes distribuidoras es más reducida. Las grandes dominadoras de este canal son las marcas propias de los establecimientos. En el caso de Hédiard y Fauchon apenas hay cabida para marcas foráneas.

Las tiendas gourmet tratan de ofrecer un producto más exclusivo. Así, la empresa que opte por esta vía de distribución se asegura que su producto va a estar posicionado en la gama alta del mercado.

El siguiente gráfico muestra la participación de cada grupo de marcas dentro de un establecimiento especializado:

Gráfico 3.11 – Presencia de las marcas de vinagre en las tiendas especializadas



Porcentajes expresados respecto del número total de marcas identificadas en la muestra

Fuente: Estudio de campo (París – noviembre 2003)

Las marcas extranjeras encuentran una mejor salida en las tiendas gourmet, ya que la mayoría de los vinagres españoles e italianos ofrecen una calidad superior a los productos de supermercado.

2.3 Envasado y presentación del vinagre

Cada vez con más frecuencia se empiezan a sustituir los vinagres corrientes por vinagres de calidad. Es por eso por lo que el diseño del envase se ha convertido en una cuestión tan importante.

Las tiendas gourmet y, en general los vinagres de calidad, presentan el vinagre en envases de vidrio, prestando especial cuidado al etiquetado, en el que aparece de manera explicativa el origen del producto y su carácter de producto de alta gama. En este sentido, se sigue la tendencia de los vinos.

La mayoría de las marcas presentes en las grandes superficies optan también por el envase de vidrio, aunque las marcas de *premier prix* y las de precios más bajos aún conservan la botella de plástico en formato de 1 litro.

Los tamaños más comunes son los de 25, 50 y 75 cl, aunque también se pueden encontrar botellas de 10, 37'5 y 100 cl. Por ejemplo, Amora tiende a envasar sus productos en botellas de 75 cl, mientras que el modelo más común de Maille contiene 50 cl.

Los precios oscilan entre los 0.27 €/l. y los 5 €/l. aproximadamente para el vinagre corriente en las grandes superficies. Los vinagres de calidad, por su parte, se mueven en un intervalo de entre 3 €/l. y los 30 €/l. en estas mismas superficies. En las tiendas especializadas esta franja aumenta, pudiendo llegar a costar 1.000 € el litro de *Aceto Balsamico di Modena Tradizionale*.

Se está experimentando una evolución hacia la diversidad y la diferenciación. Cada vez son más las referencias que se pueden encontrar en los lineales, por lo que en lo sucesivo la estrategia será la de presentar el vinagre con todas sus características diferenciadoras, tales como procedencia, denominación de origen, empresa que lo produce,... tratando de atraer la atención del consumidor, siempre exigente y que demanda cada vez más productos ecológicos, sanos y de calidad. Concretamente, y a pesar de que Francia no posea ninguna denominación de origen (appellation d'origine) de vinagre, es un factor altamente valorado en este mercado.

Martin Pouret presenta una nueva forma de vender vinagre: agrupa diferentes tipos de vinagres en estuches, ofreciendo al consumidor la oportunidad de comprar el vinagre al que sigue siendo fiel y disfrutar al mismo tiempo del descubrimiento de un nuevo sabor o aroma.

Otra novedad la presenta Wolfram Berge, que ha creado un envase con el sistema de spray para comercializar su vinagre de frambuesa.

Como se ha pretendido poner de manifiesto, resulta evidente la gran variedad de productos con la que se encuentra el consumidor final cuando se acerca a un lineal para comprar vinagre. La confusión se crea desde el momento en que las referencias geográficas acerca de la fabricación de vinagre en una región determinada no se va acompañada por la pertinente indicación oficial de procedencia (denominaciones de origen). Es el caso del vinagre balsámico, que la inmensa mayoría comercializa con la coetilla "de Módena", pero que únicamente el "tradizionale" es el que garantiza la calidad del *aceto* italiano, protegido por D.O. reconocida.

Nota: Estos apartados han sido elaborados a partir de un estudio de campo realizado en la ciudad de París durante el mes de noviembre de 2003. Los establecimientos visitados han sido seleccionados en función de su importancia (mayor superficie y situación geográfica estratégica).

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DE CONSUMO

1.1 Factores socioeconómicos

La población de Francia en 2001 se estimaba en 60,6 millones de habitantes (el último censo de población data de 1999), que implica una densidad de 108 hab/Km², ligeramente inferior a la media de la UE (15) de 119 hab/Km², pero superior a la española (79 hab/Km²).

Con 780.000 nacimientos en el año 2000, Francia es el país más fecundo de Europa y contribuye en dos tercios al crecimiento de la población europea (sin tener en cuenta la inmigración). El número de hijos por mujer ha alcanzado los 1,89, igualando al de Irlanda, que era hasta ahora el país con mayor fecundidad de Europa. La media europea es de 1,63 hijos por mujer.

El número de extranjeros residentes en la Francia metropolitana se cifró en marzo de 1999 en 3.260.000. El número de inmigrantes (población nacida en el extranjero no teniendo entonces nacionalidad francesa) era de 4.310.000. Dentro de este grupo, los inmigrantes de otros países de la Unión Europea son 1,6 millones de habitantes, siendo el núcleo más numeroso el de los portugueses (cerca de 600.000).

El número de españoles censados en 1999 era del orden de 320.000, cuando en 1990 fue de cerca de 400.000. De hecho, el número de extranjeros de origen europeo no ha dejado de disminuir desde 1975, en parte por retorno a los países de origen y en parte por la adopción de la nacionalidad francesa. En cambio, los inmigrantes procedentes del Magreb, son 1,3 millones de habitantes, un 6 % más que en 1990.

1.2 Factores económicos

La *política económica* de los sucesivos gobiernos de Francia ha perseguido los objetivos clásicos: dominio de la inflación, mantenimiento del tipo de cambio, crecimiento y reducción del paro.

En materia de precios se han obtenido muy buenos resultados, consiguiendo en tiempos recientes una inflación sistemáticamente inferior a la media europea. El mantenimiento del tipo de cambio también se consiguió en los años anteriores a la fijación de las paridades irreversibles con el euro. En cambio, los resultados en cuanto al crecimiento y el paro han sido menos satisfactorios.

De los requisitos de Maastricht para la adopción de la moneda única, la economía francesa sólo tuvo dificultades para reducir el persistente desequilibrio de las finanzas públicas. Pero gracias a una combinación de aumentos en la presión fiscal, disminución de los gastos y a la favorable coyuntura, Francia consiguió cumplir los objetivos desde 1997.

Desde entonces la política económica francesa se ha dedicado al problema del desempleo (la tasa de paro de 1997 era inaceptable para la sociedad) y de la elevada presión fiscal (45.6% del PIB en 1.999). El máximo nivel de desempleo se alcanzó a mediados de 1997 (más de 3.200.000 en términos OIT). En abril de 2001 había descendido hasta los 2.300.000 parados, equivalentes al 8,6% de la población activa. En septiembre de 2002 la tasa se encuentra en un 9% con tendencia a aumentar.

En el siguiente cuadro se puede observar la evolución de la principales variables macroeconómicas en Francia entre los años 1997 y 2002.

Tabla 4.1 – Principales variables macroeconómicas en Francia

MACROMAGNITUDES	1997	1998	1999	2000	2001	2002
PIB corriente (millardos euro)	1.251	1.306	1.354	1.418	1.460	1.522
Crecimiento PIB en volumen	1,9%	3,4%	3,2%	4,1%	1,9%	1%
Crecimiento importaciones	6,9%	11,6%	6,1%	15,1%	0,1 %	0,2%
Crecimiento consumo privado	0,1%	3,4%	3,5%	2,9%	2,7%	1,8%
Crecimiento consumo público	2,1%	-0,1%	1,5%	2,9%	2,4%	3,1%
Crecimiento inversión total	-0,1%	7,0%	8,3%	8,3%	2,7%	-0,1%
De las empresas (no financieras)	0,4%	9,0%	8,7%	8,9%	3,4%	
De las familias	0,9%	3,7%	7,1%	4,1%	-0,7%	
De las administraciones públicas	-5,5%	1,9%	6,9%	11,1%	5,9%	
Crecimiento demanda interior	2,8%	4,9%	3,8%	5,8%	1,5%	
Crecimiento exportaciones	11,8%	8,3%	4,1%	13,6%	0,7%	0,8%
Crecimiento IPC	1,1%	0,3%	1,3%	1,6%	1,4%	1,8%
Déficit público (% PIB)	-3,0%	-2,7%	-1,8%	-1,4%	-1,5%	-2,7%

Fuente: INSEE

1.3 Distribución de la renta disponible

En Francia, en el año 2001, el PIB por habitante se situaba en 24.031€, mientras que la renta nacional bruta por habitante era de 24.121€.

En 2001, la subida de la renta fue muy marcada, alcanzando el 5%. La masa salarial bruta en particular conoció un alza muy fuerte (5,4%). La subida en el empleo seguía siendo muy importante, 2,7% de media anual, debido al impacto de las 35 horas y al retraso dentro del reajuste de los empleados en la ralentización de la actividad. El ascenso de los salarios per cápita es igualmente marcado, 3,3% de media. En el segundo semestre de 2001, sin embargo, la masa salarial se moderó un poco, debido al freno del empleo. Por otra parte, la renta de los autónomos tuvo una subida bastante pronunciada. La renta de las familias se benefició de las diversas medidas de desgravación fiscal, en particular la bajada del impuesto sobre la renta y el pago de la prima por el empleo. Con una subida de la inflación del 1,5%, el alza del poder adquisitivo alcanza así un nivel muy elevado del 3,5%.

En 2002, la subida de la masa salarial se frena netamente, en un 3,4% en valor y en media, debido a la desaceleración en la creación de empleo. Esto refleja a la vez la relativa debilidad del crecimiento, los retardos clásicos de ajuste y la voluntad de las empresas de reconstituir sus ganancias en productividad para rectificar sus beneficios. En cambio, las subidas salariales se ralentizan pero siguen siendo bastante elevadas. La subida de las prestaciones sociales sigue siendo bastante marcada y las familias se benefician de una nueva bajada de impuestos del 5%, efectiva a finales de 2002, y de diversas medidas de sostenimiento (prima por el empleo,...). Las rentas de la propiedad (interés, dividendos) se desaceleran netamente. En general, incluso con una inflación moderada por término medio se limita bastante la ganancia de poder adquisitivo. Alcanzarán un 1,8%. Para 2003, se

estima que la masa salarial se ralentice de nuevo, un 3,1%, debido a una progresión del empleo limitada a un 0,7% de media. Además, las subidas de salarios serán un poco más moderadas. Se esperan unas nuevas bases de impuestos, pero de amplitud muy limitada. Con una inflación similar a la de 2002, la ganancia de poder adquisitivo alcanzará un 1,8%.

1.4 Tendencias sociopolíticas

Francia es una República parlamentaria que se rige por la Constitución de la V República, aprobada por referéndum el 28/9/1958. La Constitución prevé un Parlamento bicameral: la Asamblea Nacional consta de 577 diputados, elegidos por un período de cinco años en sufragio directo, por un sistema mayoritario a dos vueltas; el Senado cuenta con 238 miembros, con mandato de nueve años y se renueva por terceras partes cada tres años.

El Presidente de la República es elegido por sufragio universal para un período de cinco años. El Presidente nombra al Primer Ministro, de acuerdo con la mayoría de la Asamblea, preside el Gabinete y los Consejos de Ministros; es Jefe de las Fuerzas Armadas y firma los Tratados Internacionales. El Presidente puede convocar referéndum, disolver la Asamblea Nacional y, en casos de emergencia, asumir poderes especiales.

Diversos órganos colegiados actúan con independencia funcional del Gobierno: Commission National de l'Informatique et des Libertés, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, Commission des Opérations de Bourse y Conseil de la Concurrence. La administración periférica se organiza entorno de la Prefectura, como máxima representación del Ejecutivo en cada departamento, y en las direcciones departamentales y regionales de los ministerios.

El sistema judicial en Francia presenta una estructura jerárquica "piramidal". En la cúspide se encuentran la *Cour de Cassation*, (Tribunal Supremo) y el *Conseil Constitutionnel* (Tribunal Constitucional), el *Tribunal des Conflits* y el *Conseil d'Etat*.

Descendiendo en la pirámide judicial están las 37 *Cours d'Appel* (Audiencias) y, en la base los juzgados de primera instancia: *Tribunaux de grande Instance* o, para casos de menor importancia, *Tribunaux d'Instance*, los *Tribunaux de Commerce*, para asuntos mercantiles, y los *Conseils de Prud'hommes*, para asuntos laborales.

La **commune** o municipio es la más antigua de las divisiones administrativas territoriales y también la que se encuentra en la base de la pirámide de la estructura jerárquica, administrativa y política. Es heredera de la "parroquia", unidad de base para el ejercicio del poder religioso. El número de comunas en Francia es, nada menos, que de 36.000.

El **departamento** es la unidad administrativa nacida en el período revolucionario, como integradora de la administración periférica. El Prefecto nombrado por el Gobierno es la máxima autoridad departamental.

Las **regiones** fueron creadas en 1955, en pleno período de "planificación indicativa", agrupando varios departamentos. Han ido adquiriendo mayores competencias con la creación de los Consejos Regionales y asumirán otras nuevas cuando entre en aplicación la nueva ley de descentralización.

Frente a la gran concentración de poderes y competencias de París, las competencias y poderes de las restantes colectividades locales son todavía muy débiles. Si se comparan los presupuestos de las regiones más importantes en diversos países de la UE se puede deducir el escaso peso que todavía tienen en Francia.

1.5 Tendencias culturales

En relación con el estudio que nos ocupa, Francia no cuenta con ningún producto emblemático propio dentro de su mercado de vinagre. Es más, el uso que hacen de éste se reduce al de simple ingrediente o condimento. La calidad la asocian al nombre de “Vinagre de Jerez” y “Aceto Balsamico di Modena”, aunque se estima que es el italiano el que se cotiza más al alza.

El vinagre encuentra en la mostaza o la pimienta a sus grandes competidores, ya que la tradición culinaria francesa tiende con gran fuerza al empleo de estos condimentos, altamente reputados y de elaboración propia.

1.6 Tendencias legislativas

El vinagre en Francia está regulado por el Decreto francés nº 88-1207 del 30 diciembre de 1988 y por la Norma europea NF - EN – 13188 de octubre de 2000.

El organismo que se encarga de la representación, la protección y la defensa de los derechos e intereses profesionales de las sociedades fabricantes de vinagre es el *Sindicato Nacional de Fabricantes de Vinagre* (SNFV), creado en 1954.

Este sindicato es miembro a su vez del grupo COVIP (Condimentos – Vinagres – Pimienta y Especies) y de FEDALIM (Federación de Organizaciones Profesionales de la Industria Alimentaria), integrados en ANIA (Asociación Nacional de Industrias Agroalimentarias).

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1 Hábitos de consumo

En las últimas décadas, ciertos factores han estimulado el consumo de productos elaborados o listos para ser consumidos, así como de las ayudas culinarias, entre las que se incluiría el vinagre. Factores como puedan ser la generalización del trabajo de las mujeres, el aumento en el número de solteros / as o la reestructuración de las comidas.

El uso más común que se le da al vinagre es el de condimento, como ingrediente o ayuda culinaria. Sin embargo, tradicionalmente el vinagre se ha venido utilizando para acciones muy dispares, que van desde la estimulación del apetito hasta la limpieza de espejos, sin olvidar su uso industrial para la fabricación de conservas.

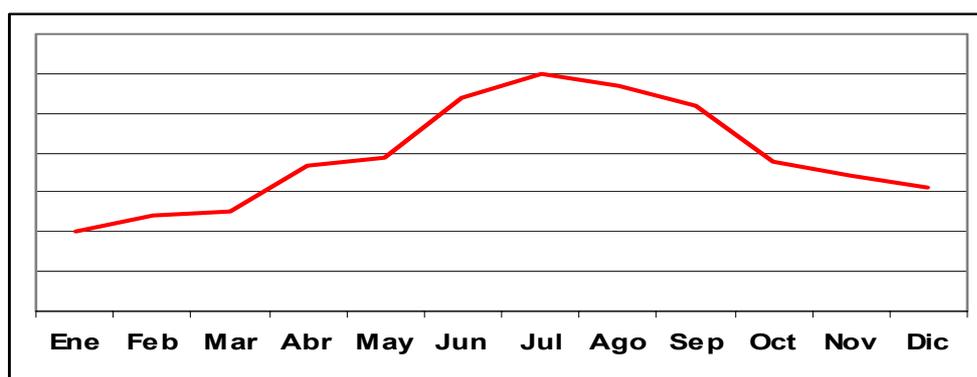
Los franceses tienen de media 3.2 botellas de vinagre en sus armarios. Las variedades elegidas dependen, como ya se comentó anteriormente, de la zona geográfica principalmente. El sureste francés, más en contacto con la dieta mediterránea, tiende por ejemplo a consumir en mayor medida el *aceño* balsámico y el vinagre de Jerez.

La oferta de condimentos es amplia (mostaza, pepinillos, vinagreta, ketchup, salsas, especias, hierbas,...). La diversidad de gustos y sabores que se ofrece en el mercado es tan abundante que hace que no haya sustitutivo directo de cada uno de ellos, de manera que la elección se base en el gusto del consumidor.

Parece lógico pensar que el consumo del vinagre se incremente durante los meses más cálidos del año, ya que es un condimento que se utiliza principalmente en platos fríos, como las ensaladas.

En este sentido, se podría equiparar al consumo del aceite de oliva en Francia (que se utiliza como condimento y en muy poca medida para la elaboración de platos, al contrario que en España), por lo que se ha obtenido una estimación de la evolución de las ventas mensuales de vinagre tomando como base las del aceite de oliva.

Gráfico 4.1 - Estimación de la estacionalidad del vinagre



Fuente: AFIDOL (Asociación Francesa Interprofesional de la Aceituna)

En el gráfico anterior se observa cómo el consumo ha aumentado durante los meses de junio a septiembre. Igualmente, el consumo es mayor durante los meses de primavera que durante el invierno.

2.2 Hábitos de compra

La oferta pletórica de vinagres en los lineales responde a una necesidad de variedades por parte de los consumidores. El hecho de que de media haya 3.2 botellas de vinagre en las cocinas de los hogares franceses prueba esta afirmación.

El número de referencias que puede encontrarse en una gran superficie está en torno a 30, mientras que para los minoristas especializados suele ser algo más elevado (entre 37 y 40).

Hay factores que estimulan la compra de las ayudas culinarias, entre las que está el vinagre, así como de productos listos para ser consumidos. Podemos citar la generalización del trabajo de las mujeres, el aumento en el número de solteros / as o la reestructuración de las comidas.

Ante este panorama, la innovación tanto en publicidad como en diseño se presenta como una de las mejores armas que tienen las empresas hoy en día para conseguir colocar su producto en el mercado.

2.3 Preferencias

La nueva tendencia que sigue la alta cocina consiste en la elección del tipo de vinagre a utilizar en función del tipo de vino que se va a servir en la mesa.

En general, el consumidor tiene en cuenta, en este orden, la marca, el precio y el sabor del producto a la hora de optar por una u otra variedad de vinagre. Así, si lo que prefiere es un vinagre de calidad, elegirá el *Aceto Balsamico di Modena* o el *Vinagre de Jerez*.

Los franceses buscan mucho los sabores afrutados. Las variedades de frambuesa se encuentran muy revalorizadas con respecto al resto de gustos (para todas las marcas consultadas, estas modalidades de frambuesa son las que tienen un precio más alto).

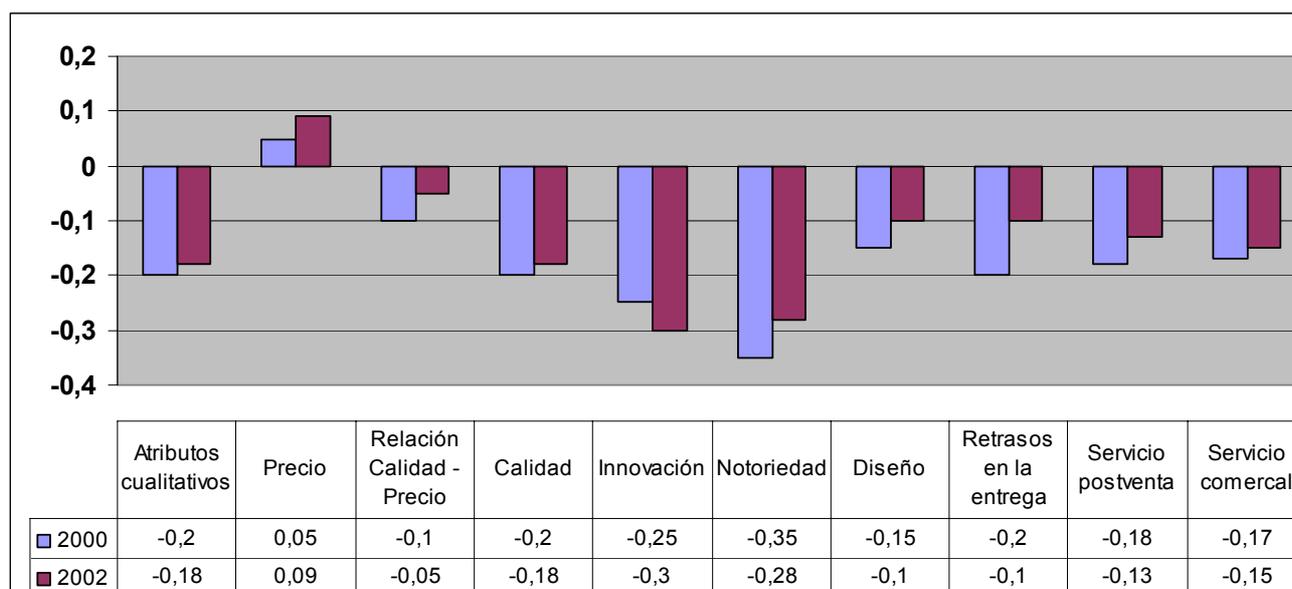
3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

A pesar de una ligera mejora de la imagen de los atributos cualitativos (calidad, innovación, notoriedad, diseño, retrasos en la entrega, servicio al cliente o comercial), los productos españoles son los menos apreciados por los franceses dentro del grupo de países europeos, aunque se sitúan por delante de los países de Europa central y oriental, según un estudio realizado por la Cámara de Comercio de París.

En cuanto al precio, la imagen de los productos españoles mejora lentamente con respecto al año 2000, un resultado que puede parecer sorprendente sabiendo que los costes salariales relativos en España han aumentado.

Los productos españoles se sitúan en torno a la media en cuanto a la relación calidad – precio, al mismo nivel que los productos japoneses, justo detrás de los productos procedentes de los tres grandes países de la zona euro (Alemania, Francia e Italia) y delante de los productos belgas.

Gráfico 4.2 – Imagen de los productos españoles en Francia



Fuente: Centro de Observación Económica (Cámara de Comercio de París)

Centrándonos en el vinagre, la denominación “Vinagre de Jerez” es asociada por los franceses al término *calidad*, aunque la distancia conceptual existente actualmente entre el *Aceto Balsamico di Modena* italiano y el vinagre español (que se traduce a su vez en una gran brecha a nivel de precios) no es producida sino por una falta de conocimiento, consecuencia de una posible falta de información en el mercado.

Es por eso por lo que una campaña de promoción resaltando las cualidades del vinagre español y, concretamente, del *Vinagre de Jerez* puede contribuir en gran medida a una mejora en la posición competitiva de dicho producto y a un acercamiento en el mercado al *aceto* italiano.

V. ANEXOS

1. ESTUDIO DE CAMPO DE LA VENTA AL PÚBLICO

Las tablas siguientes muestran los datos recogidos durante la realización del estudio de campo (París, noviembre 2003). Están ordenados por establecimientos, de manera que en primer lugar se encuentran las grandes superficies (**Auchan, Carrefour, Champion, Géant, Monoprix**) y posteriormente las tiendas gourmet (**Fauchon, Hédiard, La Grande Épicerie, Lafayette Gourmet**). Así mismo, los datos están ordenados alfabéticamente por marca :

1.1 Grandes superficies: Auchan, Carrefour, Champion, Géant, Monoprix

ESTABLECIMIENTO:		AUCHAN		
SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Produits du Monde (Sección: Italia)	1 calle	3	3	Todas las variedades de vinagre estaban juntas en el último estante.
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Vinaigre de Xérès	Carbonell	25 cl	1,80 €	D.O.
Vinagre de Jerez "Gran Gusto"	Páez Morilla	37,5 cl	2,10 €	D.O.
Aceto Balsamico di Modena	Monari Federzoni	50 cl	4 €	Produzione Certificata

SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Huile - Vinaigre	1 calle	8	33	Todas las variedades de vinagre estaban juntas en el último estante.
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Vinaigre balsamique d'Italie	Amora	25 cl	1,99 €	"Goutez le monde"
Vinaigre de vin élevé en fût de chêne "Grand Arôme"	Amora	25 cl	0,95 €	
Vinaigre de vin élevé en fût de chêne "Grand Arôme"	Amora	75 cl	1,13 €	
Vinaigre de vin à l'estragon "Grand Arôme"	Amora	75 cl	1,3 €	
Vinaigre de vin à l'échalote "Grand Arôme"	Amora	75 cl	1,30 €	
Vinaigre d'alcool au citron "Grand Arôme"	Amora	75 cl	1,35 €	
Vinaigre de cidre aux pommes de verger "Grand Arôme"	Amora	25 cl	0,85 €	

Vinaigre de cidre aux pommes de verger "Grand Arôme"	Amora	75 cl	1,35 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Auchan	50 cl	2,40 €	No había existencias
Vinaigre au jus de framboise	Auchan	25 cl	0,73 €	
Vinaigre de vin rouge affiné en fût	Auchan	75 cl	0,96 €	
Vinaigre de vin rouge au jus d'échalote	Auchan	75 cl	0,89 €	
Vinaigre d'alcool au jus de citron	Auchan	75 cl	0,89 €	
Vinaigre de vin blanc à l'estragon	Auchan	75 cl	0,89 €	
Vinaigre de cidre	Auchan	75 cl	0,89 €	
Vinaigre de Xérès	Auchan	50 cl	1,76 €	Sin logo del Consejo Regulador Importé d'Espagne
Vinaigre de vin blanc aromatisé à la noix	Auchan	25 cl	0,73 €	
Vinaigre de cidre	Bjorg	50 cl	2,10 €	Agriculture biologique (France)
Vinaigre balsamique	Giovanni Panzani	25 cl	2,15 €	Prodotto in Italia
Vinaigre de vin vieilli en fût de chêne	Le jardin biologique (La Maison de Fleurance)	50 cl	3,05 €	Groupe Lea Vital (France) Producto biológico
Vinaigre de vin de Bordeaux	Maille	50 cl	2,70 €	Produit de France
Vinaigre de vin au jus de framboise	Maille	50 cl	2,45 €	Produit de France
Vinaigre de vin aromatisé à la noix	Maille	50 cl	1,60 €	Produit de France
Vinaigre de vin blanc aromatisé aux extraits d'ail	Maille	10 cl	1,05 €	Produit de France
Vinaigre de cidre au jus de pomme Grande Cuvée	Maille	50 cl	2,05 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Maille	10 cl	1,15 €	Importé d'Italie No había existencias
Vinaigre balsamique de Modène	Maille	50 cl	3,85 €	Importé d'Italie No había existencias
Vinaigre de vin rouge vieilli en fûts de chêne	Maille	75 cl	1,35 €	Produit de France
Vinaigre de Xérès Réserve	Maille	50 cl	2,9 €	D.O. (Importé d'Espagne) En la etiqueta del precio viene marcado como "Vinaigre de vin de Xérès"
Vinaigre aromatisé au miel et à l'infusion de plantes	Melfor	100 cl	0,99 €	Condiment (France)
Vinaigre de vin rouge	Premier Prix (Auchan)	100 cl	0,53 €	
Vinaigre d'alcool blanc	Premier Prix (Auchan)	100 cl	0,30 €	
Vinaigre d'alcool coloré	Premier Prix (Auchan)	100 cl	0,27 €	

ESTABLECIMIENTO:	CARREFOUR			
SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Huile - Sel - Épices	1 calle	8	26	
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Vinaigre de vin	Amora	25 cl	0,80 €	
Vinaigre de cidre	Amora	25 cl	0,81 €	
Vinaigre de vin à l'estragon	Amora	75 cl	1,43 €	
Vinaigre de vin à l'échalote	Amora	75 cl	1,33 €	
Vinaigre d'alcool au citron	Amora	75 cl	1,33 €	
Vinaigre de vin rouge	Carrefour	75 cl	-----	
Vinaigre de vin blanc à l'estragon	Carrefour	75 cl	0,95 €	
Vinaigre de cidre	Carrefour	75 cl	0,95 €	
Vinaigre de vin à l'échalote	Carrefour	75 cl	0,95 €	
Vinaigre d'alcool au citron	Carrefour	75 cl	0,95 €	
Vinaigre de Xérès	Carrefour	50 cl	1,75 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Carrefour	50 cl	2,10 €	
Vinaigre de vin rouge aromatisé à la framboise	Carrefour	50 cl	1,20 €	
Vinaigre de vin	Carrefour Bio	50 cl	1,60 €	
Vinaigre de cidre	Carrefour Bio	50 cl	1,60 €	
Vinaigre de vin de Xérès	Escapades Gourmandes (Carrefour)	25 cl	2,99 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Escapades Gourmandes (Carrefour)	25 cl	2,99 €	
Vinaigre de vin	Exaltier	100 cl	0,51 €	Premier Prix (Carrefour)
Vinaigre de vin	Maille	50 cl	1,44 €	
Vinaigre de cidre	Maille	50 cl	2,01 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Maille	50 cl	4,10 €	
Vinaigre de Xérès	Maille	50 cl	2,99 €	
Vinaigre de vin aromatisé à la noix	Maille	50 cl	1,61 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Monari Federzoni	50 cl	4,37 €	
Vinaigre d'alcool cristal	Premier Prix (Carrefour)	100 cl	0,33 €	
Vinaigre de vin à l'ancienne selon le procédé d'Orléans élevé en fûts de chêne	Reflets de France	75 cl	1,95 €	Fabriqué par Martin Pouret

ESTABLECIMIENTO:		CHAMPION (CARREFOUR)		
SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Condiments	1 calle	7	22	
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Vinaigre de vin élevé en fût de chêne	Amora	25 cl	0,81 €	
Vinaigre de vin élevé en fût de chêne	Amora	75 cl	1,19 €	
Vinaigre de vin à l'échalote	Amora	75 cl	1,38 €	
Vinaigre d'alcool au citron	Amora	75 cl	1,38 €	
Vinaigre de cidre aux pommes du verger	Amora	25 cl	0,83 €	
Vinaigre de cidre aux pommes du verger	Amora	75 cl	1,38 €	
Vinaigre balsamique	Champion	50 cl	2,65 €	No había existencias
Vinaigre de vin blanc à l'estragon	Champion	75 cl	1,05 €	
Vinaigre de cidre	Champion	75 cl	1,05 €	
Vinaigre de vin rouge élevé en fût de chêne	Champion	75 cl	0,95 €	
Vinaigre de vin rouge au jus d'échalote	Champion	75 cl	1,05 €	
Vinaigre de vin (rouge)	Exaltier	100 cl	0,56 €	Premier prix (Carrefour)
Vinaigre de vin au jus de framboise	Maille	50 cl	2,52 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Maille	50 cl	3,90 €	No había existencias
Vinaigre de Xérès	Maille	50 cl	3,02 €	D.O.
Vinaigre de cidre "Grande Cuvée"	Maille	50 cl	2,09 €	
Vinaigre de vin aromatisé à la noix	Maille	50 cl	1,69 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Monari Federzoni	50 cl	4,90 €	Produzione certificata
Vinaigre de vin (rouge)	Premier Prix (Carrefour)	100 cl	0,56 €	
Vinaigre d'alcool coloré	Premier Prix (Carrefour)	100 cl	0,30 €	
Vinaigre d'alcool cristal	Premier Prix (Carrefour)	100 cl	0,40 €	
Vinaigre de vin à l'ancienne selon le procédé d'Orléans élevé en fûts de chêne	Reflets de France	75 cl	2 €	Fabrique par Martin Pouret

SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Produits du Monde	1 calle	1	1	
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Vinaigre de cristal	Cachermel	100 cl	0,91 €	Fernand Higy

SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Albert Ménès	1 estante	1	7	
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Vinaigre de vin élevé en fût de chêne aromatisé à la framboise	Albert Ménès	50 cl	3,26 €	
Vinaigre de Reims	Albert Ménès	50 cl	3,54 €	
Vinaigre de vin élevé en fût de chêne	Albert Ménès	50 cl	3,26 €	
Vinaigre balsamique	Albert Ménès	50 cl	9,92 €	Produit d'Italie
Vinaigre de miel	Albert Ménès	50 cl	6,08 €	
Vinaigre de cidre	Albert Ménès	50 cl	3,70 €	
Vinaigre de vin de Xérès Gran Reserva	Albert Ménès	50 cl	4,82 €	D.O. (marcada, pero sin logo del C.R.) Produit d'Espagne

ESTABLECIMIENTO:		GÉANT (CASINO)		
SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Sin denominación	1 calle	_____	_____	Los vinagres estaban situados en la calle de productos biológicos, no con los condimentos.
<i>Nota: Debido a las dificultades presentadas por el supermercado no fue posible completar la información.</i>				
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Vinaigre balsamique d'Italie	Amora	25 cl	1,86 €	
Vinaigre de Xérès	Amora	25 cl	1,52 €	D.O.
Vinaigre de vin à l'estragon "Grand Arôme"	Amora	75 cl	1,37 €	
Vinaigre de vin à l'échalote "Grand Arôme"	Amora	75 cl	1,39 €	
Vinaigre de cidre aux pommes de verger "Grand Arôme"	Amora	75 cl	1,38 €	
Vinaigre de cidre bio	Aromel Gourmet	50 cl	Sin marcar	Fernand Higy Agriculture biologique
Vinaigre de vin (rouge)	Beaufor	100 cl	0,50 €	
Vinaigre d'alcool coloré	Beaufor	100 cl	0,27 €	
Vinaigre d'alcool blanc	Beaufor	100 cl	0,50 €	
Vinaigre de vin aromatisé à l'échalote	Casino	75 cl	0,95 €	
Vinaigre de vin aromatisé à l'estragon	Casino	75 cl	0,95 €	
Vinaigre de cidre de Normandie	Casino	75 cl	0,95 €	
Vinaigre de vin aromatisé à l'échalote	Casino	25 cl	0,77 €	
Vinaigre de vin élevé en fût de chêne	Casino	25 cl	0,77 €	
Vinaigre de cidre de Normandie	Casino	25 cl	0,77 €	
Vinaigre d'alcool aromatisé au jus de citron	Casino	75 cl	0,99 €	
Vinaigre de vin aromatisé au jus de framboise "Saveurs Gourmandes"	Casino	25 cl	1 €	
Vinaigre de vin blanc aromatisé à la noix "Saveurs Gourmandes"	Casino	25 cl	0,77 €	
Vinaigre de Xérès "Saveurs Gourmandes"	Casino	25 cl	1,08 €	Fabricado en España Embotellado en Francia
Vinaigre balsamique de Modène	Maille	10 cl	1,17 €	
Vinaigre de vin au basilic	Maille	10 cl	1,02 €	
Vinaigre de cidre	Maille	75 cl	1,53 €	
Vinaigre de vin blanc aromatisé aux extraits d'ail	Maille	10 cl	1,02 €	

ESTABLECIMIENTO:		MONOPRIX		
SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Condiments	1 calle	13	31	
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Vinaigre de cidre	Amora	50 cl	1,39 €	
Vinaigre de vin élevé en fût de chêne	Amora	75 cl	1,19 €	
Vinaigre d'alcool blanc	Beaufor	100 cl	0,50 €	
Vinaigre de vin (rouge)	Beaufor	100 cl	0,67 €	
Balsamic fig vinegar	De Nigris	25 cl	7,35 €	Produit d'Italie
Pure honey vinegar	De Nigris	25 cl	7,35 €	Produit d'Italie
Vinaigre de vin rouge aromatisé au cassis	Edmond Falot	25 cl	1,49 €	
Vinagre de Jerez Reserva	La Bodega Fernando de Castilla, SL	20 cl	11 €	D.O.
Vinaigre de vin au basilic	Maille	10 cl	1,04 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Maille	10 cl	1,23 €	
Vinaigre de vin aromatisé à la noix	Maille	50 cl	1,70 €	
Vinaigre de vin "Grande Cuvée"	Maille	50 cl	2,08 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Maille	50 cl	4,10 €	Produit d'Italie
Vinaigre de vin au jus de framboise	Maille	50 cl	2,55 €	
Vinaigre de cidre "Grande Cuvée"	Maille	50 cl	2,15 €	
Vinaigre à l'ancienne aromatisé à la noix	Martin Pouret	50 cl	2,72 €	
Vinaigre à l'ancienne aromatisé à la noix + Vinaigre d'Orléans cépage Cabernet franc	Martin Pouret	25 cl x 2	3,47 €	Lote compuesto por dos variedades de vinagre.
Vinaigre d'Orléans cépage Chardonnay	Martin Pouret	50 cl	3,89 €	
Vinaigre d'Orléans à l'ancienne vieille réserve	Martin Pouret	75 cl	2,69 €	
Vinaigre aromatisé au miel et à l'infusion de plantes	Melfor	100 cl	1,09 €	
Vinaigre de vin	Monoprix	75 cl	0,89 €	
Vinaigre de cidre	Monoprix	75 cl	0,99 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Monoprix Gourmet	25 cl	2,21 €	Embouteillé par Monari Federzoni

Vinaigre de vin blanc aux framboises fraîches	Monoprix Gourmet	50 cl	3,11 €	
Vinaigre de vin blanc à l'estragon frais	Monoprix	75 cl	0,99 €	
Vinaigre de vin aromatisé à l'échalote	Monoprix	75 cl	0,99 €	
Vinaigre de cidre de production biologique	Monoprix Bio	50 cl	1,62 €	
Vinaigre de vin de Bordeaux	Monoprix Gourmet	50 cl	3,12 €	
Vinaigre de vin de Xérès	Monoprix Gourmet	50 cl	2,84 €	D.O. Embotellador autorizado
Vinaigre balsamique de Modène	Toscoro	50 cl	3,35 €	Produit d'Italie
Vinaigre de framboise (spray)	Wolfram Berge	25 cl	4,45 €	

1.2 Tiendas especializadas: Fauchon, Hédiard, La Grande Épicerie, Lafayette

ESTABLECIMIENTO:		FAUCHON		
SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Sin denominación	2 estante	5	30	La mayoría de las variedades existentes estaban embotelladas por Fauchon.
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Vinaigre balsamique de Modène	Fauchon	25 cl	18,75 €	Produit d'Italie
Vinaigre balsamique de Modène	Fauchon	25 cl	11,25 €	Produit d'Italie

Vinaigre à l'ail et aux piments	Fauchon	25 cl	5 €	
Vinaigre de vin de Bordeaux	Fauchon	25 cl	5 €	
Vinaigre de cidre de Normandie	Fauchon	25 cl	5,25 €	
Vinaigre au cognac	Fauchon	25 cl	7,25 €	
Vinaigre de vin blanc à l'estragon	Fauchon	25 cl	5 €	
Vinaigre de vin rouge à la framboise	Fauchon	25 cl	5 €	
Vinaigre de cidre au miel d'acacia	Fauchon	25 cl	6,50 €	
Vinaigre de vin rouge à la framboise	Fauchon	50 cl	7,25 €	
Vinaigre de vin de Bordeaux	Fauchon	50 cl	7,25 €	
Vinaigre balsamique traditionnel de Modène	Fauchon	10 cl	97,75 €	D.O. (Tradizionale)
Vinaigre de vin rouge aromatisé aux quatre fruits rouges	Fauchon	25 cl	5 €	
Vinaigre de vin blanc aromatisé au citron vert	Fauchon	25 cl	5 €	
Vinaigre de vin rouge aromatisé à l'échalote	Fauchon	25 cl	5 €	
Vinaigre de vin blanc aux herbes de Provence	Fauchon	25 cl	6,25 €	
Vinaigre de vin rouge vieux aromatisé à la mûre	Fauchon	25 cl	5 €	
Vinaigre de vin blanc aromatisé au citron vert	Fauchon	50 cl	7,25 €	
Vinaigre de vin rouge vieux aromatisé au cassis	Fauchon	25 cl	5 €	
Vinaigre de vin blanc aromatisé à la pêche	Fauchon	25 cl	5 €	
Vinaigre de vin blanc aux herbes de Provence	Fauchon	50 cl	7,25 €	
Vinaigre de vin rouge aromatisé à la fraise	Fauchon	50 cl	5 €	
Vinaigre de Xérès Reserva (vinaigre rouge)	José Pemartín	37,5 cñ	4 €	D.O.
Vinaigre de Xérès Reserva (vinaigre rouge)	José Pemartín	75 cl	6,25 €	D.O.
Vinaigre de Xérès Reserva (vinaigre blanc)	José Pemartín	75 cl	5,75 €	D.O.
Vinaigre de Banyuls	La cave de l'abbe rous	75 cl	17 €	
Vinaigre de vin rouge aux framboises	La légende de Pyrène	50 cl	6,50 €	Sélectionné par Fauchon
Vinaigre hydronel	La légende de Pyrène	50 cl	11,50 €	Sélectionné par Fauchon
Vinaigre de vin Reserva	Rihuelo	25 cl	11,50 €	Sélectionné par Fauchon
Vinaigre de Banyuls de tradition	Sélectionné par Fauchon	50 cl	11 €	

ESTABLECIMIENTO:	HÉDIARD			
SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Sin denominación	2 estante	2	27	
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Vinaigre de cidre au miel	Hédiard	25 cl	4,70 €	
Vinaigre de miel	Hédiard	25 cl	6,30 €	
Vinaigre à l'ail et aux piments	Hédiard	25 cl	4,20 €	
Vinaigre de vin rouge au cognac	Hédiard	25 cl	7,90 €	
Vinaigre de cidre de Normandie	Hédiard	25 cl	4,70 €	
Vinaigre de Xérès	Hédiard	25 cl	8,50 €	D.O.
Vinaigre balsamique de Modène	Hédiard	25 cl	14,50 €	Mis en bouteille en Italie
Vinaigre de vin de Bordeaux	Hédiard	50 cl	6,50 €	
Vinaigre de cidre	Hédiard	50 cl	4,60 €	
Vinaigre de vin rouge vieux	Hédiard	50 cl	4,70 €	
Vinaigre de vin rouge vieux à la pêche	Hédiard	25 cl	4,20 €	
Vinaigre de Xérès aromatisé à l'orange	Hédiard	25 cl	5,80 €	
Vinaigre de vin rouge vieux aromatisé à l'échalote	Hédiard	25 cl	4,20 €	
Vinaigre de vin rouge vieux aromatisé à la noix	Hédiard	25 cl	4,70 €	
Vinaigre de vin rouge vieux au basilic	Hédiard	25 cl	4,20 €	
Vinaigre de vin blanc aromatisé à l'estragon	Hédiard	25 cl	4,20 €	
Vinaigre de vin rouge vieux aromatisé à la cerise	Hédiard	25 cl	4,20 €	
Vinaigre de vin blanc aromatisé à la vanille	Hédiard	25 cl	7,80 €	
Vinaigre de vin blanc aromatisé aux herbes de Provence	Hédiard	25 cl	4,20 €	
Vinaigre de vin blanc aromatisé à la truffe	Hédiard	25 cl	7,60 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Hédiard	25 cl	7,90 €	Produit d'Italie Produzione certificata
Vinaigre balsamique de Modène	Hédiard	25 cl	25,90 €	Mis en bouteille en Italie Produit d'Italie
Vinaigre de vin rouge vieux aromatisé à la framboise	Hédiard	50 cl	4,70 €	
Vinaigre de vin en provenance de la région Champagne- Ardèche	Hédiard	50 cl	5,70 €	

Vinaigre de Xérès	Hédiard	50 cl	6,30 €	D.O. Importé d'Espagne
Vinaigre de vin rouge vieux aromatisé à l'estragon	Hédiard	50 cl	5,20 €	
Vinaigre de Xérès "Gran Gusto"	José Páez Morilla y Hnos.	75 cl	9,50 €	D.O.

ESTABLECIMIENTO:	LA GRANDE ÉPICERIE			
SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Huile - Vinaigre - Condiments	2 muebles	22	40	
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Vinaigre de vin blanc à l'estragon	À l'Olivier	50 cl	3,10 €	
Vinaigre de Reims	Albert Ménès	50 cl	3,74 €	
Aceto balsamico di Modena	Alis	50 cl	4,65 €	Produzione certificata
Vinaigre de miel	Clement Henri (Les délices cévenols)	25 cl	3,31 €	
Vinaigre balsamique de Modène	De Nigris	25 cl	3,81 €	Produit d'Italie
Vinaigre de vin aromatisé à la noix	Domaines de Terres Rouges	40 cl	2,44 €	
Vinaigre de cidre aux algues, échalotes et à la fleur de sel	Domaines de Terres Rouges	25 cl	5,02 €	
Vinaigre de vin rouge de cassis	Edmond Fallot	25 cl	1,94 €	
Vinaigre de vin blanc à la noix	Edmond Fallot	25 cl	1,94 €	
Vinaigre de vin blanc aux herbes de Provence	Edmond Fallot	25 cl	1,94 €	
Vinaigre de vin aux framboises	Edmond Fallot	25 cl	1,94 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Elsa	25 cl	19,06 €	Produzione certificata
Vinaigre de vin	Eric Bur	50 cl	4,29 €	Champagne (France)
Vinaigre balsamique de Modène	Fattoria Vendelli	25 cl	4,65 €	Produzione certificata

Vinaigre balsamique de Modène	Fauchon	25 cl	19,06 €	Produit d'Italie
Vinaigre de Xérès	José Pemartín	75 cl	6,25 €	D.O.
Vinaigre de Banyuls épicé	La Guinelle	50 cl	6,41 €	
Vinaigre à la pulpe d'abricot	Le Temps de Mets	20 cl	4,32 €	
Vinaigre de vin élevé en fût de chêne	Maille	50 cl	2,14 €	
Vinaigre de vin à l'estragon	Maille	50 cl	1,84 €	
Vinaigre de cidre "Grande Cuvée"	Maille	50 cl	2,30 €	
Vinaigre de vin à l'échalote	Maille	50 cl	1,84 €	
Vinaigre de vin aromatisé à la noix	Maille	50 cl	2 €	
Vinaigre de vin "Grande Cuvée"	Maille	50 cl	2,44 €	
Vinaigre de Xérès	Maille	50 cl	3,31 €	
Vinaigre de vin de Bordeaux	Maille	50 cl	3,17 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Maille	50 cl	4,60 €	
Vinaigre de cidre aux pommes du verger	Maille	50 cl	2,35 €	
Vinaigre de vin au thym et romarin de Provence	Maille	50 cl	3,24 €	
Vinaigre de vin aromatisé à la framboise	Maille	50 cl	3,23 €	
Vinaigre aromatisé au miel et à l'infusion de plantes	Melfor	100 cl	2,13 €	
Vinaigre aromatisé au miel et à l'infusion de plantes	Melfor	25 cl	1,07 €	
Vinaigre condiment blanc	Monari Federzoni	50 cl	6,02 €	
Vinaigre d'alcool coloré	Premier Prix (Carrefour)	100 cl	0,56 €	
Vinaigre d'alcool cristal	Premier Prix (Carrefour)	100 cl	0,51 €	
Vinagre de Jerez Reserva	Rioja Vina	37,5 cl	2,92 €	D.O.
Vinaigre balsamique de Modène	Solara	25 cl	6,86 €	Produzione certificata
Vinaigre le Venzou au jus de sucre de canne	Terre Exotique (Martinique)	25 cl	9,95 €	
Vinaigre balsamique à la truffe	Truffières de Rabasse	25 cl	_____	
Vinaigre de vin vieux à la truffe	Truffières de Rabasse	25 cl	9,34 €	

ESTABLECIMIENTO:	LAFAYETTE GOURMET			
SECCIÓN				
DENOMINACIÓN	LONGITUD	Nº MARCAS	Nº REFS.	OBSERVACIONES
Huile - Vinaigre - Condiments	2 muebles	22	51	Las variedades de vinagre ocupaban un frontal y la mitad de un lateral.
PRODUCTOS				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CANT.	PRECIO	OBSERVACIONES
Aceto balsamico di Modena (spray)	Alis	25 cl	4,04 €	
Vinaigre de vin Solera douce	Anfora	37,5 cl	5,70 €	Produit d'Espagne
Aceto balsamico di Modena	Antiche Fattorie Vandelli	25 cl	3,14 €	Consorzio Aceto Balsamico di Modena
Vinagre de Jerez Reserva	Barneo	37,5 cl	5,04 €	D.O.
Vinaigre d'alcool blanc	Beaufor	100 cl	0,47 €	
Vinaigre de vin	Beaufor	100 cl	0,67 €	
La prima glassa balsamica Modena	Blaze	21,5 cl	7,30 €	
Vinaigre de Reims	Clovis	50 cl	2,03 €	
Vieux vinaigre de vin rouge	Delouis	25 cl	1,14 €	Limoges (France)
Bordeaux Weinessig Rot	Delouis	25 cl	1,92 €	
Vinaigre de vin blanc "Grand Cru"	Delouis	25 cl	1,14 €	
Vinaigre de vin blanc aux framboises	Delouis	25 cl	2,04 €	
Vinaigre de vin blanc à l'estragon frais	Delouis	25 cl	1,42 €	
Vinagre de Jerez "Capirete"	José Páez Lobato	37,5 cl	4,46 €	D.O.
Vinagre de Jerez Reserva "Gran Capirete 50"	José Páez Lobato	25 cl	9,50 €	D.O.
Mosto d'uva cotto da Agricoltura Biologica	La Fattoria Delizie Sabba	25 cl	10,50 €	
Vinagre de Banyuls	La Guinelle	50 cl	5,92 €	Produit de France
Vinaigre de vin du val de Loire (cépage Muscadet)	Lafayette Gourmet	50 cl	4,01 €	
Vinaigre de cidre de Normandie	Lafayette Gourmet	50 cl	3,24 €	
Vinaigre de vin vieille réserve Méthode orléanaise	Lafayette Gourmet	50 cl	3,24 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Maille	50 cl	4,10 €	Produit d'Italie
Vinaigre de vin aromatisé à la noix	Maille	50 cl	1,70 €	
Vinaigre de cidre "Grande Cuvée"	Maille	50 cl	2,15 €	
Vinaigre à l'ancienne aromatisé à la noix	Martin Pouret	50 cl	2,72 €	

Vinaigre de vin de Xérès	Martin Pouret	50 cl	4,44 €	D.O.
Vinaigre balsamique élaboré à Modène	Martin Pouret	50 cl	5,11 €	Importé d'Italie
Vinaigre d'Orléans à l'ancienne à l'estragon frais (vin rouge)	Martin Pouret	75 cl	2,67 €	
Vinaigre d'Orléans à l'ancienne vieille réserve	Martin Pouret	75 cl	2,39 €	
Vinaigre d'Orléans cépage Chardonnay	Martin Pouret	50 cl	4,23 €	
Vinaigre d'Orléans à l'ancienne à l'estragon frais (vin rouge)	Martin Pouret	25 cl	1,96 €	
Vinaigre d'Orléans à l'ancienne vieille réserve	Martin Pouret	25 cl	1,96 €	
Vinaigre de cidre au miel	Martin Pouret	25 cl	2,84 €	
Vinaigre à l'ancienne au jus de framboise	Martin Pouret	25 cl	2,84 €	
Vinaigre à l'ancienne aux échalotes émincées	Martin Pouret	25 cl	1,90 €	
Vinaigre aromatisé au miel et à l'infusion de plantes	Melfor	100 cl	1,17 €	
Vinaigre de cidre	Monoprix	75 cl	1,01 €	
Vinaigre de vin	Monoprix	75 cl	0,93 €	
Vinaigre de vin blanc à l'estragon frais	Monoprix	75 cl	1,01 €	
Vinaigre de vin de Xérès	Monoprix Gourmet	50 cl	2,84 €	D.O.
Vinaigre de vin blanc aux framboises fraîches	Monoprix Gourmet	50 cl	2,80 €	
Vinaigre de vin de Bordeaux	Monoprix Gourmet	50 cl	3,12 €	
Vinaigre de cidre aux pommes du verger	Monoprix Gourmet	75 cl	1,44 €	
Vinaigre le Venzou au jus de sucre de canne	Terre Exotique (Martinique)	25 cl	10,55 €	
Aceto balsamico di Modena	Terre Bormane	25 cl	18,51 €	
Aceto balsamico di Modena Reserva	Terre Bormane	50 cl	10,10 €	
Condimento balsamico bianco (Aulente)	Terre Bormane	50 cl	7,72 €	
Vinaigre balsamique de Modène	Toscoro	50 cl	3,35 €	
Vinaigre de cidre (vinaigre de type balsamique)	Verger Pierre Gingras	37,5 cl	11,36 €	Québec
Vinaigre de cidre	Verger Pierre Gingras	50 cl	10,40 €	Québec

Vinaigre balsamique de Modène	Villa Solara	25 cl	6,86 €	Consorzio Aceto Balsamico di Modena
Aceto balsamico di Modena	Villa Solara	50 cl	9,78 €	Produzione Certificata (Consorzio Aceto Balsamico di Modena)

1.3 Estudio de campo de Lyon y Burdeos

Las siguientes tablas tienen por objeto constatar la presencia del Vinagre de Jerez con Denominación de Origen en dos ciudades francesas de importancia, Lyon y Burdeos, para así completar la información recabada en el área de París anteriormente expuesta:

- **Visita a Lyon**

El desplazamiento a Lyon se llevó a cabo durante los días 23 y 24 de julio. El estudio de campo se centró en las grandes superficies (**Carrefour, Monoprix, E.Leclerc y Auchan**); la sección gourmet quedó cubierta con la visita a **Malleval y C. Reynon**.

Las siguientes tablas recogen las referencias encontradas en cada establecimiento:

ESTABLECIMIENTO:	CARREFOUR				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de Xérès	Maille	50 cl.	2,99 €	SI	SI

ESTABLECIMIENTO :	MONOPRIX				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de vin de Xérès	Monoprix Gourmet	50 cl.	2,91 €	SI	SI
Vinaigre de Xérès	Maille	50 cl.	3,09 €	SI	SI
Vinaigre de vin de Xérès Importado de España	Gault et Millau	50 cl.	3,25 €	NO	NO

ESTABLECIMIENTO:	E. LECLERC				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de Xérès	Maille	50 cl.	2,95 €	SI	SI
Vinaigre de Xérès	Rustica (marca Leclerc)	25 cl.	1,00 €	NO	NO

ESTABLECIMIENTO:		AUCHAN			
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de Xérès	Maille	50 cl.	2,95 €	SI	SI
Vinaigre de Xérès Importado de España	Auchan	50 cl.	1,76 €	NO	NO

ESTABLECIMIENTO:		MALLEVAL (Hédiard)			
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de Xérès	Pedro Domecq	100 cl.	15 €	SI	NO
Vinaigre de Xérès 25 ans	José Páez Morilla y Hnos., S.A.	25 cl.	8,50 €	SI	NO
Vinaigre de Xérès Gran Gusto	José Páez Morilla y Hnos., S.A.	75 cl.	9,50 €	SI	NO
Vinaigre de Xérès	Percheron Frères	50 cl.	9,50 €	NO	NO
Vinaigre de Xérès	Emilio Lustau	75 cl.	10,65 €	SI	NO
Vinaigre de Xérès	Bristol	37,5 cl.	8,60 €	SI	NO

ESTABLECIMIENTO :		C. REYNON			
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	VI. MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de Xérès 12 ans	Charles Ming	50 cl.	3,05 €	NO	NO

Tras el análisis de las tablas anteriores, llegamos a las siguientes conclusiones :

1. Las grandes superficies comercializan mayoritariamente marcas de grandes distribuidores franceses (Maille) y sus propias marcas blancas.
2. El logo del Consejo Regulador de la Denominación de Origen del Vinagre de Jerez para "Embotellador Autorizado" aparece en la mayoría de las referencias localizadas en las grandes superficies.
3. El logo del Consejo Regulador de la D.O. del Vinagre de Jerez para embotellados en origen sólo se ha encontrado en las tiendas de productos gourmet.
4. La presencia de ambos logos es equitativa, de manera que podríamos establecer que el 50% de las referencias con D.O. son comercializadas por embotelladores oficiales y el 50% restante, por marcas españolas embotelladas en origen.
5. La situación es, por tanto, similar a la que se identificó en París durante el estudio de campo de noviembre 2003.

- **Visita a Burdeos**

La visita a Burdeos tuvo lugar entre los días 30 y 31 de julio. Después de la experiencia de Lyon con la escasez de referencias en las grandes superficies, se optó por cubrir de manera más amplia el sector de las tiendas gourmet (**Il Piemontese, Oliviers & Co., Les Ducs de Gascoigne, Rangel, Gastronomie des Pyrénées y Hédiard**), dejando **Monoprix** y **Carrefour** como únicas superficies de gran escala visitadas.

La información obtenida tras el estudio de campo se recopila en las siguientes tablas:

ESTABLECIMIENTO:	IL PIAMONTESE				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinagre de Jerez Capirete 20	José Páez Lobato	75 cl.	6,80 €	SI	NO

ESTABLECIMIENTO :	MONOPRIX				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de vin de Xérès	Monoprix Gourmet	50 cl.	2,91 €	SI	SI
Vinaigre de Xérès	Maille	50 cl.	3,15 €	SI	SI
Vinaigre de vin de Xérès Importado de España	Gault et Millau	50 cl.	3,25 €	NO	NO

ESTABLECIMIENTO:	OLIVIERS & Co.				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de Xérès	Oliviers & Co.	25 cl.	6,50 €	NO	NO

ESTABLECIMIENTO :	LES DUCS DE GASCOIGNE				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de Xérès	Les Ducs de Gascoigne	25 cl.	3,50 €	NO	NO

ESTABLECIMIENTO:	RANGEL				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de Xérès	Maille	50 cl.	4,95 €	SI	SI

ESTABLECIMIENTO:	GASTRONOMIE DES PYRÉNÉES				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO

Vinaigre de Xérès	Domaine des Terres Rouges	25 cl.	6,95 €	SI	SI
Vinaigre de Xérès	Les Impeccables	25 cl.	2,60 €	NO	NO
Vinaigre de Xérès	Les Rendez-vous des Gourmet	25 cl.	2,60 €	NO	NO
Vinaigre de Xérès	Petit-Quenault	75 cl.	5,00 €	NO	NO

ESTABLECIMIENTO:	HÉDIARD				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de Xérès	Delouis	50 cl.	6,50 €	SI	SI
Vinaigre de Xérès à l'orange	Hédiard	25 cl.	5,80 €	NO	NO

ESTABLECIMIENTO:	CARREFOUR				
DENOMINACIÓN DE PRODUCTO	MARCA	CAPACIDAD	PRECIO	LOGO D.O.	EMBOTELLADOR AUTORIZADO
Vinaigre de Xérès	Maille	50 cl.	2,94 €	SI	SI
Vinaigre de Xérès	Carrefour	75 cl.	1,75 €	SI	SI
Vinaigre de vin de Xérès	Escapades Gourmandes	25 cl.	1,66 €	NO	NO

Las conclusiones obtenidas tras el análisis de los datos anteriores son:

1. Las grandes superficies comercializan mayoritariamente marcas de grandes distribuidores franceses (Maille) y sus propias marcas blancas.
2. El logo del Consejo Regulador de la Denominación de Origen del Vinagre de Jerez para "Embotellador Autorizado" aparece en la mayoría de las referencias localizadas, tanto en las grandes superficies como en las tiendas gourmet.
3. La única referencia que se ha localizado con D.O. embotellada en origen se comercializa en una tienda de productos delicatessen de procedencia principalmente italiana.
4. Los establecimientos *La Tienda* y *L'Occitane* (épicerie fines) no venden ninguna referencia de Vinagre de Jerez, estando el primero de ellos especializado en productos de origen español.
5. La escasa presencia del Vinagre de Jerez con D.O. se ve sustituida por productos típicos de la región.

En ambas ciudades, la horquilla de precios es bastante amplia, encontrándose productos más caros en las tiendas gourmet.

En resumen, el Vinagre de Jerez con D.O. está más presente en el área de Lyon que en el suroeste francés, zona de gran importancia en la producción de vinos. Aún así, las marcas de embotelladores autorizados siguen ocupando la mayor presencia de Vinagre de Jerez en ambas ciudades.

2. CUADROS EXPLICATIVOS

Como ya se hizo referencia en el apartado II.1.2 del presente estudio, a continuación se presenta la tabla con los datos numéricos que explican los gráficos de dicho apartado, y que ha sido facilitado por el Sindicato Nacional de Fabricantes de Vinagre:

Tabla 5.1 – Producción y ventas de vinagres fabricados en Francia en 2002

		Vinagre de vino	Vinagre de alcohol	Vinagre de sidra y otros	Total vinagres
PRODUCCIÓN	2002	316.175	786.445	65.139	1.167.760
	2001	351.014	764.444	54.258	1.169.716
VENTAS DE PRODUCTOS FABRICADOS					
<u>Ventas en Francia metropolitana</u>					
Ventas a toda la distribución	2002	242.751	307.774	41.619	592.143
	2001	264.899	322.389	40.793	628.081
Ventas a usos industriales	2002	27.082	229.247	3.432	259.761
	2001	21.780	238.834	5.346	265.960
Ventas a otros productores	2002	13.616	30.403	1.688	45.707
	2001	32.384	42.330	1.354	76.068
<u>Ventas a la exportación</u>					
Unión Europea	2002	20.036	73.846	3.296	97.178
	2001	20.923	52.239	2.867	76.029
Otros países	2002	21.498	19.229	1.380	42.107
	2001	22.130	12.500	1.029	35.659
TOTAL DE VENTAS	2002	324.983	660.499	51.414	1.036.896
	2001	362.114	668.292	51.390	1.081.796

Fuente: Sindicato Nacional de Fabricantes de Vinagre

3. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

AGRESTE (Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires Rurales)

Service Central des Enquêtes et Études Statistiques

251, rue de Vaugirard

75732 Paris Cedex 15

Tel. : +33 1 49 55 85 85 Fax : +33 1 49 55 85 03

E-mail : scees-cdia@agriculture.gouv.fr Web : www.agreste.agriculture.gouv.fr**ANIA** (Association Nationale des Industries Alimentaires)

155, boulevard Haussmann

75008 Paris

Tel. : +33 1 53 83 86 00 Fax : +33 1 45 61 96 64

E-mail : infos@ania.net Web : www.ania.net**FEDALIM** (Regroupement de Fédérations ou Syndicats Professionnels de l'Industrie Alimentaire)

8, rue d'Isly

75008 Paris

Tel. : +33 1 53 42 33 80 Fax : +33 1 53 42 33 81

E-mail : fedalim@wanadoo.fr Web : <http://fedalim.com>**SNFV** (Syndicat National des Fabricants de Vinaigres)

8, rue d'Isly

75008 Paris

Tel. : +33 1 53 42 33 80 Fax : +33 1 53 42 33 81

E-mail : covip@wanadoo.fr Web : <http://www.vinaigre.fr>En España :**Asociación Española de Vinagre**

C/ Mallorca, 286 entlº 2ª

08037 Barcelona

Tel. : 93 20 72 516 Fax : 93 20 71 611

E-mail : tlara@bonmacor.es

- **PRINCIPALES DISTRIBUIDORES DE VINAGRE EN FRANCIA**

A L'OLIVIER S.A.

4, avenue 3594 m
BP 538

06510 CARROS Cedex 1

Tel. : +33 4 93 08 25 26

Fax : +33 4 93 08 74 21

E-mail : jblanvillain@caramail.com Web : <http://www.french-oils.com>

BAILLY S.A.

Z.I. La Fossé à la Barbière
93600 AULNAY SOUS BOIS

Tel. : +33 1 48 65 63 16

Fax : +33 1 48 65 65 74

E-mail : huiles.bailly@wanadoo.fr

CEPASCO S.A.R.L.

Parc Activités de Gémenos
13420 GÉMENOS

Tel. : +33 4 42 32 23 23

Fax : +33 4 42 32 23 87

E-mail : spigol@spigol.com Web : <http://www.spigol.com>

CHARBONNEAUX – BRABANT S.A.

5, rue de Valmy
51100 REIMS

Tel. : +33 3 26 49 58 70

Fax : +33 3 26 49 58 99

E-mail : charbonneaux@vinaigre.com Web : <http://www.charbonneaux.com>

CONTINENTAL FOODS S.A.

262, avenue Albert Calmette
59910 BONDUES

Tel. : +33 3 20 11 31 57

Fax : +33 3 20 11 31 58

E-mail : continental-foods@gofornet.com

DISTILLERIE DES TEMPLIERS

Rue Calquières Hautes
34120 PEZENAS

Tel. : +33 4 67 98 13 78

Fax : +33 4 67 98 21 20

EFD

Bat 3, Hall A
1, rue des Vergers
69760 LIMONEST
Tel. : +33 4 78 66 81 61 Fax : +33 4 78 66 81 60
E-mail : efd@club-internet.fr

ETS BASMAISON ET CIE S.A.

Z.I. du Brézet
63, rue Chappe
63000 CLERMONT FERRAND
Tel. : +33 4 73 98 08 00 Fax : +33 4 73 98 08 18
E-mail : basmai@basmaison.com

EUROPÉENNE DE CONDIMENTS

7, rue Jean Moulin
21160 COUCHEY
Tel. : +33 3 80 51 52 00 Fax : +33 3 80 51 52 01
E-mail : bornier@moutarde.com Web : <http://www.moutarde.com>

KINAY S.A.

Z.I. Pariest 18 Actipôle
Boulevard Beaubourg
77183 CROISSY BEAUBOURG
Tel. : +33 1 64 62 29 93 Fax : +33 1 64 62 29 92
E-mail : sales@kinay.fr Web : <http://www.kinay.fr>

MAECHLER

Z.I.
Rue Desaix
67450 MUNDOLSHEIM
Tel. : +33 3 88 18 41 50 Fax : +33 3 88 18 41 59
E-mail : maechler.sp@wanadoo.fr

OLIVES ET TRADITIONS

R.N. 100
84250 LE THOR
Tel. : +33 4 90 33 93 70 Fax : +33 4 90 33 79 43

- PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN FRANCESES**

CARREFOUR		
91002 EVRY CEDEX TLF.: 01.60.91.37.37 FAX: 01.60.79.44.98 http://www.carrefour.com http://www.carrefour.fr		
Central de compra	Filiales	Tiendas correspondientes
<p style="text-align: center;">CARREFOUR</p> <p>Productos no alimentarios: 91002 Evry Cedex Tlf.: 01.60.91.37.37 Fax: 01.60.79.44.98</p> <p>Productos alimentarios: 26, quai Michelet 92300 Levallois Perret Tlf.: 01.58.63.30.00 Fax: 01.58.63.67.50</p> <p>217 CARREFOUR, 1.003 CHAMPION, 479 ED, 1.566 MAGASINS DE PROXIMITÉ (8 À HUIT, MARCHÉ PLUS, PROXI, SHOPI), 155 PRODIREST, PROMOCASH</p>	<p>GUYENNE & GASCOGNE</p> <p>Z.I. Route Nationale 10 40530 Labenne Tlf.: 05.59.44.55.00 Fax: 05.59.44.56.00</p> <p>Cobertura geográfica: Zona suroeste</p>	6 CARREFOUR, 23 CHAMPION
	<p>COOP ATLANTIQUE</p> <p>3 rue du Docteur Jean 17100 Saintes Tlf.: 05.46.97.41.11 Fax: 05.46.92.03.76 http://www.coop-atlantique.com</p> <p>Cobertura geográfica: Zona occidental</p>	CARREFOUR, CHAMPION, COOP, ECOFRAIS
	<p>ED SNC (ERTECO)</p> <p>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</p> <p>Cobertura geográfica: Nacional</p>	503 ED
	<p>ALIMENTATION GÉNÉRALE DE LA CHAUSSÉE</p> <p>22 avenue Maurice Petsche BP 59 - 05102 Briançon Cedex Tlf.: 04.92.21.12.13 Fax: 04.92.21.18.59</p> <p>Cobertura geográfica: Zona sureste</p>	1 HYPER CHAMPION, 2 CHAMPION, 2 ED, 1 SHOPI
	<p>GONDRET</p> <p>Chenex - 74520 Valleiry Tlf.: 04.50.04.32.22 Fax: 04.50.04.26.56</p> <p>Cobertura geográfica: Zona este</p>	PROXI, SCORE

	<p style="text-align: center;">SOCORDIS</p> <p style="text-align: center;">Route de Sartène - Campo Dell'Oro 20090 Ajaccio Tlf.: 04.95.29.11.11 Fax: 04.95.20.81.17</p> <p>Cobertura geográfica: Córcega</p>	<p style="text-align: center;">1 CARREFOUR, 4 CHAMPION, 1 HYPER CHAMPION, 1 SHOPI, 1 BANCO</p>
	<p style="text-align: center;">PRODIM</p> <p style="text-align: center;">Avenue de l'Océanie ZA de Courtaboeuf 91940 Les Ulis Dirección postal: BP 71 - 91942 Les Ulis Cedex Tlf.: 01.69.86.59.59 Fax: 01.69.07.78.57</p> <p>Cobertura geográfica: Nacional</p>	<p style="text-align: center;">8 À HUIT, CORSAIRE, MARCHÉ PLUS, PROXI, SHOPI, PROXI SERVICE, PROXI SUPER</p>

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 http://www.emc.groupe-casino.fr		
Central de compra	Filiales	Tiendas correspondientes
CASINO 24 rue de la Montat 42000 Saint Etienne Dirección postal: BP 306 42008 Saint Etienne Cedex 2 Tlf.: 04.77.45.31.31 Fax: 04.77.45.38.38 http://www.groupe-casino.fr 117 GÉANT, 424 CASINO, 558 FRANPRIX, 356 LEADER PRICE, 296 MONOPRIX, 2254 PETIT CASINO, 144 ECO SERVICE, 598 SPAR, 907 VIVAL, 240 CAFÉTÉRIAS CASINO, 37 IMAGICA, 8 KOMODO	BAUD 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
	COOPÉRATEURS NORMANDIE PICARDIE Rue de la Coopérative 76120 Le Grand Quevilly Tlf.: 02.32.11.12.12 Fax: 02.35.69.49.20 Cobertura geográfica: Zona noroeste	2 GÉANT, 13 MAXICOOP, 163 LE MUTANT, 124 POINT COOP, 116 BOUCHERIES ROSBIF
MONOPRIX 204 Rond point du Pont de Sèvres Tour Vendôme 92100 Boulogne Billancourt Dirección postal: 92516 Boulogne Billancourt Cedex Tlf.: 01.55.20.70.00 Fax: 01.55.20.70.01 http://www.monoprix.fr 267 MONOPRIX	Nota: Casino posee el 50% de Monoprix, mientras que el otro 50% pertenece a Galeries Lafayette	

<p style="text-align: center;">PROVÉRA (CENTRAL DE COMPRAS DE CORA)</p> <p style="text-align: center;"><u>Productos no alimentarios:</u> 34 rue des Vieilles Vignes - 77183 Croissy Beaubourg Dirección postal: 77435 Marne la Vallée Cedex 2 Tif.: 01.60.53.80.00 Fax: 01.60.53.80.01</p> <p style="text-align: center;"><u>Productos alimentarios:</u> 1 rue du Chenil - Domaine de Beaubourg - 77183 Croissy Beaubourg Dirección postal: 77435 Marne la Vallée Cedex 2 Tif.: 01.64.62.79.00 Fax: 01.64.62.79.01</p>		
Central de compra	Filiales	Tiendas correspondientes
<p style="text-align: center;">CORA</p> <p>Domaine de Beaubourg 77183 Croissy Beaubourg</p> <p>Dirección postal: BP 81 77423 Marne la Vallée Cedex 2 Tif.: 01.64.62.65.00 Fax: 01.64.80.40.51 http://www.cora.fr</p> <p style="text-align: center;">84 CORA, 2 RECORD</p>	<p>SUPERMARCHÉS MATCH</p> <p>250 rue du Général de Gaulle 59110 La Madeleine Dirección postal: BP 201 59561 La Madeleine Cedex Tif.: 03.20.42.63.63 Fax: 03.20.06.62.98</p> <p>Cobertura geográfica: Zona norte</p>	<p>154 SUPERMARCHÉ MATCH</p>
	<p>UNION DES COOPÉRATEURS D'ALSACE</p> <p>3 rue de la Coopérative 67000 Strasbourg Dirección postal: 67017 Strasbourg Cedex Tif.: 03.88.45.95.00 Fax: 03.88.60.41.96 http://www.coop-alsace.fr</p> <p>Cobertura geográfica: Zona noroeste</p>	<p>6 ROND POINT, 44 COOP, 24 MAXICOOP, 9 LE MUTANT, 61 POINT COOP</p>

<p>FRANCAP DISTRIBUTION</p> <p>40 avenue des Terroirs de France Bercy Expo - 75012 Paris</p> <p>Dirección postal: 75611 Paris Cedex 12 Tlf.: 01.44.74.17.12 Fax: 01.44.74.17.19 http://www.francap.com</p> <p>Cobertura geográfica: Nacional</p> <p>COCCINELLE, COCCIMARKET, COLRYUT, DIAGONAL, G20, PANIER SYMPA, SCHLECKER, SITIS, VIVECO</p>	<p>DEGRENNÉ DISTRIBUTION</p> <p>Route d'Épinay sur Odon 14310 Villers Bocage</p> <p>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</p>	<p>COCCINELLE, COCCIMARKET, VIVECO</p>
	<p>DIAPAR</p> <p>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</p>	<p>30 DIAGONAL, 61 SITIS, 105 G20</p>
	<p>RIPOTOT</p> <p>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>46 COCCINELLE, COCCIMARKET, COLRYUT, 15 CODI CASH</p>

Nota: Francap Distribution es filial de Cora.

SYSTÈME U IMMEUBLE CRÉTEIL EXPANSION - 9/11 RUE GEORGES ENESCO 94000 CRÉTEIL Dirección postal: 94008 CRÉTEIL CEDEX TLF.: 01.45.17.92.00 FAX: 01.45.17.92.20 http://www.magasins-u.com		
Grupo de distribución	Filiales	Tiendas correspondientes
SYSTÈME U EST 43 rue Eugène Ducretet 8200 Mulhouse Dirección postal: BP 2049 - 68058 Mulhouse Cedex Tif.: 03.89.32.62.00 Fax: 03.89.42.11.44 1 HYPER U, 46 MARCHÉ U, 154 SUPER U		
SYSTÈME U NORD OUEST 12 avenue de la Côte de Nacre 14000 Caen Dirección postal: 14054 Caen Cedex 4 Tif.: 02.31.54.15.15 Fax: 02.31.54.15.99 2 HYPER U, 45 MARCHÉ U, 71 SUPER U		
SYSTÈME U OUEST Le Moulin-Boisseau - 44470 Carquefou Dirección postal: BP 109 - 44478 Carquefou Cedex Tif.: 02.40.68.59.59 Fax: 02.40.68.58.00 21 HYPER U, 39 MARCHÉ U, 263 SUPER U		
SYSTÈME U SUD Parc Hermès - Z.I. 34740 Vendargues Dirección postal: 34747 Vendargues Cedex Tif.: 04.67.87.89.89 Fax: 04.67.87.89.69 20 HYPER U, 37 MARCHÉ U, 148 SUPER U	BACH Zone Artisanale de Veuzac 12200 Villefranche de Rouergue Tif.: 05.65.65.25.20 Fax: 05.65.81.22.66	108 UTILE, 16 MIDIPRIX

GALEC	
(CENTRAL DE COMPRAS DE E.LECLERC) 52 RUE CAMILLE DESMOULINS - 92130 ISSY LES MOULINEAUX Dirección postal: 92451 ISSY LES MOULINEAUX CEDEX TLF.: 01.46.62.52.00 FAX: 01.46.62.96.00 http://www.e-leclerc.com	
Filiales	Tiendas correspondientes
LECASUD Z.I. Les Lauves - 83340 Le Luc Tlf.: 04.94.60.66.66 Fax: 04.94.60.74.54 Cobertura geográfica: Zona sureste	34 CENTRE E. LECLERC
SCACENTRE 10 rue Colbert - 03400 Yzeure Tlf.: 04.70.48.21.60 Fax: 04.70.34.07.01 Cobertura geográfica: Zona centro	20 CENTRE E. LECLERC
SCACHAP Z.I. De la Gare - 16700 Ruffec Dirección postal: BP 108 - 16700 Ruffec Tlf.: 05.45.31.13.19 Fax: 05.45.31.23.32 Cobertura geográfica: Zona centro y oeste	33 CENTRE E. LECLERC

<p align="center">SCADIF</p> <p>73 rue de l'Industrie Z.I. Secteur N° 2 77176 Savigny le Temple</p> <p>Dirección postal: 77546 Savigny le Temple Cedex</p> <p>Tif.: 01.64.10.13.13 Fax: 01.64.41.72.78 et 01.60.63.64.43</p> <p>Cobertura geográfica: Región parisina</p>	<p>23 CENTRE E. LECLERC</p>
<p align="center">SCALANDES</p> <p>Z.A. De Pémégnan - 430 rue Monge 40000 Mont de Marsan</p> <p>Dirección postal: BP 49 - 40001 Mont de Marsan Cedex</p> <p>Tif.: 05.58.05.55.55 Fax: 05.58.05.55.56</p> <p>Cobertura geográfica: Zona suroeste</p>	<p>28 CENTRE E. LECLERC</p>
<p align="center">SCANORMANDE</p> <p>Z.I. Nord - 14100 Lisieux</p> <p>Tif.: 02.31.31.44.36 Fax: 02.31.62.91.21</p> <p>Cobertura geográfica: Zona noroeste</p>	<p>29 CENTRE E. LECLERC</p>
<p align="center">SCAQUEST</p> <p>Route de Cordemais 44360 Saint Etienne de Montluc</p> <p>Tif.: 02.40.85.10.10 Fax: 02.40.86.83.21</p> <p>Cobertura geográfica: Zona oeste</p>	<p>38 CENTRE E. LECLERC</p>
<p align="center">SCAPALSACE</p> <p>157 rue du Ladhof - Z.I. Nord - 68000 Colmar</p> <p>Dirección postal: 68025 Colmar Cedex</p> <p>Tif.: 03.89.21.16.21 Fax: 03.89.21.16.20</p> <p>Cobertura geográfica: Zona noreste</p>	<p>33 CENTRE E. LECLERC</p>
<p align="center">SCAPARTOIS</p> <p>Z.I. Arras Est - 62217 Tilloy les Mofflaines</p> <p>Tif.: 03.21.24.16.16 Fax: 03.21.50.03.04</p> <p>Cobertura geográfica: Zona norte</p>	<p>25 CENTRE E. LECLERC</p>
<p align="center">SCAPEST</p> <p>Rue du Moulin Z.I. Saint Martin sur le Pré 51000 Châlons en Champagne</p> <p>Dirección postal: 51039 Châlons en Champagne Cedex</p> <p>Tif.: 03.26.69.28.50 Fax: 03.26.70.47.44</p> <p>Cobertura geográfica: Zona noreste</p>	<p>41 CENTRE E. LECLERC</p>
<p align="center">SCAPNOR</p> <p>Chemin du Bac des Aubins - Z.A.E. 95820 Bruyères sur Oise</p> <p>Tif.: 01.30.28.68.68 Fax: 01.30.28.68.69</p> <p>Cobertura geográfica: Zona norte</p>	<p>22 CENTRE E. LECLERC</p>

<p style="text-align: center;">SCARMOR</p> <p>Z.I. Bel Air - 29800 Landerneau Dirección postal: 29419 Landerneau Cedex Tlf.: 02.98.85.77.00 Fax: 02.98.21.87.00 Cobertura geográfica: Bretaña</p>	<p>38 CENTRE E. LECLERC</p>
<p style="text-align: center;">SCASO</p> <p>Avenue de Lattre de Tassigny - Z.I. De Toctoucau 33612 Cestas Tlf.: 05.57.97.97.97 Fax: 05.57.97.97.98 Cobertura geográfica: Zona oeste</p>	<p>34 CENTRE E. LECLERC</p>
<p style="text-align: center;">SOCAMAINE</p> <p>Route de Paris - 72470 Champagné Tlf.: 02.43.74.44.00 Fax: 02.43.74.44.25 Cobertura geográfica: Zona centro</p>	<p>33 CENTRE E. LECLERC</p>
<p style="text-align: center;">SOCARA</p> <p>75 avenue des Arrivaux - Z.I. Chesne la Noire 38070 Saint Quentin Fallavier Tlf.: 04.74.94.12.31 Fax: 04.74.94.48.49 Cobertura geográfica: Zona este</p>	<p>33 CENTRE E. LECLERC</p>
<p style="text-align: center;">SOCAMIL</p> <p>60 avenue du Marquisat - 31170 Tournefeuille Tlf.: 05.61.07.18.00 Fax: 05.61.07.75.03 Cobertura geográfica: Zona sureste</p>	<p>31 CENTRE E. LECLERC</p>

INTERMARCHÉ ITM ENTREPRISES PARC DE TRÉVILLE 1 ALLÉE DES MOUSQUETAIRES 97070 BONDOUFLE Dirección postal: 91078 BONDOUFLE CEDEX TLF.: 01.69.64.10.72 FAX: 01.69.64.11.32 http://www.groupedesmousquetaires.com
Tiendas correspondientes
1.642 INTERMARCHÉ, 330 ECOMARCHÉ, 246 NETTO, 650 RELAIS DES MOUSQUETAIRES, 468 BRICOMARCHÉ, 6 ESPACE TEMPS, 26 LOGIMARCHÉ, 128 VÉTIMARCHÉ, 55 RESTAUMARCHÉ, 153 STATIONMARCHÉ

AUCHAN FRANCE Dirección general del grupo: 40 avenue de Flandre - 59170 Croix Dirección postal: BP 139 - 59964 Croix Cedex Tif.: 03.20.81.68.00 Fax: 03.20.81.69.09 Dirección general de Francia y central de compras: 200 rue de la Recherche - 59650 Villeneuve d'Ascq Tif.: 03.28.37.67.00 Fax: 03.28.37.64.00 http://www.auchan.com http://www.auchan.fr	
Filiales	Tiendas correspondientes
ATAC 94 rue Albert Calmette - 78350 Jouy en Josas Tif.: 01.30.67.26.26 http://www.atac.fr Cobertura geográfica: Nacional	308 ATAC, 3 GALERIES GOURMANDES
SCHIEVER Z.I. Rue de l'Etang - 89200 Avallon Dirección postal: 89205 Avallon Cedex Tif.: 03.86.34.63.00 Fax: 03.86.34.38.92 Cobertura geográfica: Zona este	5 AUCHAN, 81 ATAC, 39 MAXIMARCHÉ, 66 PROXIMARCHÉ, 27 MAXIBRICO

HARD DISCOUNTS
<p style="text-align: center;">ALDI</p> <p style="text-align: center;">13 rue Clément Ader - Parc d'Activité de la Goële 77230 Dammartin en Goëlle Tif.: 01.60.03.68.21 Fax: 01.60.03.78.23 http://www.aldi.fr</p> <p style="text-align: center;">Cobertura geográfica: Nord, Normandie, Est, Ile-de-France, Sud-Est</p> <p style="text-align: center;">481 ALDI</p>
<p style="text-align: center;">LE MUTANT</p> <p style="text-align: center;">Rue de la Coopérative - 76120 Le Grand Quevilly Tif.: 02.32.11.12.87 Fax: 02.35.69.15.53</p> <p style="text-align: center;">Cobertura geográfica: Nacional</p> <p style="text-align: center;">214 LE MUTANT</p>
<p style="text-align: center;">LIDL</p> <p style="text-align: center;">35 rue Charles Péguy - 67200 Strasbourg Tif.: 03.88.30.94.00 Fax: 03.88.29.00.29</p> <p style="text-align: center;">Cobertura geográfica: Nacional</p> <p style="text-align: center;">1.060 LIDL</p>
<p style="text-align: center;">NORMA</p> <p style="text-align: center;">9 rue de Rochefort - 67100 Strasbourg Tif.: 03.88.39.56.00 Fax: 03.88.39.27.94 http://www.norma.fr</p> <p style="text-align: center;">Cobertura geográfica: Bouches-du-Rhône, Centre, Est, Rhône-Alpes, Sud</p> <p style="text-align: center;">110 NORMA</p>
<p style="text-align: center;">PENNY MARKET</p> <p style="text-align: center;">Parc d'Entreprises de la Motte du Bois - 62440 Harnes Tif.: 03.21.74.85.74 Fax: 03.21.74.85.60</p> <p style="text-align: center;">Cobertura geográfica: Aisne, Nord, Oise, Pas-de-Calais, Seine-et-Marne, Val-d'Oise, Yvelines</p> <p style="text-align: center;">91 PENNY MARKET</p>
<p style="text-align: center;">TREFF MARCHÉ</p> <p style="text-align: center;">12 rue de Bastia - 67100 Strasbourg Tif.: 03.90.40.47.00 Fax: 03.90.40.47.01 http://www.treffmarché.com</p> <p style="text-align: center;">Cobertura geográfica: Bas-Rhin, Doubs, Haut-Rhin, Haute-Saône, Meurthe et Moselle, Meuse, Moselle, Territoire de Belfort, Vosges</p> <p style="text-align: center;">44 TREFF MARCHÉ</p>

- **PRINCIPALES DISTRIBUIDORES DE PRODUCTOS ESPAÑOLES**

COMPTOIR FRANCE-Espagne - Multiproduits

37, AV. DES BRUYERES - ZI LA SOIE
69150 DECINES
Tel (0)472 02 11 00
Fax (0)478 49 99 30

COMPTOIR FRANCE EUROPE DE DISTRIBUTION - Multiproduits

4, RUE DU PROFESSEUR DARGENT
69680 CHASSIEU
Tel (0)478 90 38 97

IBERCO - Multiproduits

245, CHEMIN PARC DUCUP
Z.I. GRAND ST CHARLES
66000 PERPIGNAN
Tel (0)468 85 01 30
Fax (0)468 85 02 40

SIDEN / SIDIEX - Multiproduits

14, RUE CHARLIE CHAPLIN- ZAD. FOURCHON TERTIAIRE
13200 ARLES
Tel (0)490 52 21 40
Fax (0)490 52 21 44

• **PRINCIPALES COMPRADORES DE PRODUCTOS GOURMET**

<p>BUR DISTRIBUTION Z.A. Garennes. 8, rue Denis Papin 78600 LES MUREAUX Tel: 01 34 74 75 66 Fax: 01 34 74 23 73 M. Philippe HASS M. César BARRACHIN</p>	<p>COMTESSE DU BARRY Route de Touget 32200 GIMONT Tel: 05 62 67 98 10 Fax: 05 62 67 98 00 Mme. SEILHAN</p>
<p>DELPEYRAT 150, Rue de la Téoulière 40280 SAINT PIERRE DU MONT Tel: 05 58 05 45 00 Fax: 05 58 05 45 01 M. MESURE</p>	<p>DUCS DE GASCOGNE Route de Mauvezin – BP 13 32200 GIMONT Tel: 05 62 67 24 24 Fax: 05 62 67 87 51 M. Alain PRADILLON</p>
<p>FAUCHON 9, rue Scribe 75009 PARIS Tel: 01 47 42 60 11 Fax: 01 47 42 83 75 Director Compras : M. MEENS Compradores : Mme. Hélène BUISSON (confitería) M. L'HUILLIER (productos frescos) Mme. BOULLICAULT (productos no perecederos) M. DELMAIRE (vinos)</p>	<p>LABEYRIE Saint Geours de Marennes 40235 SAINT VINCENT DE TYROSSE Tel: 05 58 56 73 00 Fax: 05 58 57 30 41 M. Laurent DE BAYNAST M. Yves COUSIN</p>
<p>GODARD Route de Salviac – Fumel 46300 GOURDON Tel: 05 65 41 03 97 Fax: 05 65 41 04 07 M. Alain y Jean-Cristophe GODARD</p>	<p>LAFITTE 455, Route de St. Aubin 40500 MONTAUT Tel: 05 58 76 40 40 Fax: 05 58 76 40 41 M. Alain LAFITTE Mme. Sylvie VENTURIN</p>
<p>HEDIARD 146, Bld. De Valmy 92707 COLOMBES CEDEX Tel: 01 46 52 22 22 Fax: 01 46 52 22 49 Mme. DUCHESNE</p>	<p>LA QUIBERONNAISE BP 17 56170 QUIBERON Tel: 02 97 50 06 84 Fax: 02 97 50 27 19 M. JOURDAN</p>

<p>MENES 16, Bld. Jean Jaurès 92113 CLICHY Tel: 01 47 15 53 00 Fax: 01 47 37 13 80 Mme. LECAM</p>	<p>PIERRE CHAMPION 21, rue Taillefer 24004 PERIGUEUX Tel: 05 53 02 49 49 Fax: 05 53 04 25 56 Mme. Véronique CHAMPION</p>
<p>MARIUS BERNARD 4, route du Loir 13250 SAINT CHAMADE EN PROVENCE Tel: 04 90 50 85 00 Fax: 04 90 50 76 22 M. Francis TOUGAY</p>	<p>GODARD Route de Salviac – Fumel 46300 GOURDON Tel: 05 65 41 03 97 Fax: 05 65 41 04 07 M. Alain GODARD (director)</p>
<p>PAYSANS DE CHALOSSE Hourielles 40290 MOUSCARDES Tel: 05 58 98 08 73 Tel: 05 58 98 08 73 Fax: 05 58 98 05 27 M. LA BARBE</p>	<p>GALERIES GOURMANDES L'Atrium du Palais – Porte Maillot 75017 PARIS Tel: 01 56 68 85 50 Fax: 01 56 68 95 90 M. LORENZI – Dir. de compras</p>
<p>ROUGIE ZI de Madrazes – BP 118 24203 SARLAT (CEDEX) Tel: 05 53 31 72 00 Fax: 05 53 59 40 86 M. Laurent DE LA COTTE (responsable de compras)</p>	<p>BYZANCE 27, rue Yves Kermen 92100 Boulogne Tel. 01 46 09 02 28 Fax. 01 46 21 35 44 Director de compras : Philippe Poulachon Prod. espagnoles delicatessen</p>
<p>VALETTE Saint Clair – BP 11 46300 GOURDON Tel: 05 65 41 06 02 Fax: 05 65 41 30 57 M. Jacques MANIE</p>	<p>JARDINS DE MEDITERRANEE 21, Rue Alexis Alquier 66000 PERPIGNAN Tel: 04 68 56 90 66 Fax: 04 68 56 98 45 Mme. Annie MARIE</p>

<p>FLO PRESTIGE 14, rue du Seminaire RUNGIS Tel: 01 41 92 30 00 Fax: 01 41 92 30 69/ 01 56 70 44 64 M. JAYET (director de compras) M. VALLOT (vinos)</p>	<p>LA TASTE 18, rue du Lantissargue 34070 MONTPELLIER Tel: 04 76 77 37 77/ 04 76 77 37 77 Fax: 04 76 77 47 98/ 04 67 34 03 99 M. PERCHAUD</p>
<p>LAFAYETTE GOURMETS 97, Rue de Provence 75009 PARIS Tel: 01 48 74 46 06 Fax: 01 42 80 15 67 M. Sylvain GAUDU (dir. general) M. BILLY (vinos) M. DUVERGÉ (compras de prod. Alimentarios) Mme Armaing (compras de prod. Alimentarios)</p>	<p>LA GRANDE EPICERIE 38, rue de Sèvre 75007 PARIS Tel: 01 44 39 81 06 Fax: 01 44 39 81 17</p> <p>Compras alimentarios: Françoise FLAMENT Compras alim. : Mlle COUTTÉ/tel. 57 73 Jacques OLIVIER: vinos Valérie Delmontel : gastronomie-traiteur</p>
<p>LA MAISON DE L'OLIVE 3, rue Ampère 75017 PARIS Tel. 01 47 66 55 13 Fax: 01 47 66 55 14 Director de compras: M. Kassir Especializados en aceite de oliva y aceitunas de mesa</p>	<p>DA ROSA 62, Rue de Seine 75006 PARIS Tel : 01 40 51 00 09 Fax: 01 40 51 04 59 Director de compras: M. Da Rosa Todo tipo de productos</p>

4. INFORMES DE FERIA

En Francia se celebran varias ferias de importancia relacionadas con el sector agroalimentario. En todas ellas, el vinagre tiene cabida:

- Destaca en un primer lugar **SIAL** (Salón Internacional de la Alimentación), feria que tiene lugar en París con carácter bienal, y en la que participan empresas de diferentes países. La Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París dispone del informe de feria correspondiente, aunque toda la información de interés puede encontrarse en la página web del salón www.sial.fr.

- Otro salón que también tiene lugar en París con carácter bienal es **EQUIP'HOTEL** (Salón Mundial de la Restauración, de la Hostelería y de las Colectividades), dedicado a los equipamientos para restauración, hostelería y colectividades, y en el que se reserva una pequeña participación al sector de la alimentación. El informe de feria también está disponible en la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París. Más información en www.equiphotel.tm.fr.

- En este mismo sentido se orienta **SIRHA** (Salón Internacional de la Hostelería y la Restauración), feria especializada en maquinaria para la hostelería. Se celebra en Lyon y, aunque no es su sector principal, también hace hueco a empresas de la alimentación. Se puede encontrar más información en www.sirha.com.

- Finalmente, en Bordeaux se celebra anualmente **PROFOOD** (Convención de Negocios de los Métodos Industriales del Sector Agroalimentario), dedicado al conjunto de actores del sector agroalimentario. La página web de referencia es www.profoodmeetings.com.

Por su parte, la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París organiza todos los años una **Jornada de Productos Españoles de Calidad**, en la que participan empresas españolas del sector agroalimentario que elaboran productos gourmet. A estas jornadas acuden empresas francesas distribuidoras de productos españoles de calidad, mayoristas, importadores, agentes comerciales y detallistas.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Revista **Linéaires** nº 170 (página 137), mayo 2002
- **Lettre Mensuelle de Conjoncture** nº 454, enero 2003. Cámara de Comercio de París
- **Le Marketing Book** (páginas 268 – 269), edición 2003
- **Condiments et Assaisonnements (Analyse du Marché)**, febrero 2003. Xerfi
- **Informe Político-Económico** (Francia), edición 2003. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París
- **Lamy Dehove**, noviembre 2003. Lamy
- Fondo Documental de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París

Fuentes Estadísticas

- Direction Nationale des Statistiques du Commerce Extérieur Français (Aduanas Francesas)
- Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires Rurales (Agreste)
- Syndicat National des Fabricants de Vinaigres (SNFV)