

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

# 2013

## Informe Especializado

Distribución y  
Comportamiento de los  
consumidores de  
productos Bio en Francia



*prom*  
perú

## Distribución y comportamiento de los consumidores de productos Bio en Francia

### 1.- Panorama del Mercado Francés

- Francia ha sufrido en los últimos años las consecuencias de la crisis financiera europea. Sin embargo, se mantiene como la quinta economía mundial y la segunda europea con un PBI de US\$ 2.3 trillones, en 2012. Esto permite que sus 65 millones de habitantes registren un ingreso per cápita de US\$ 41,151 al año.
- Los dos sectores que contribuyen en mayor cuantía al desarrollo de la economía francesa son servicios (turismo, banca y seguros) e industria (aeroespacial, automotor, maquinarias, cosmética, entre otros), que contribuyen con el PBI en 79.8% y 18.5%, respectivamente.
- De acuerdo a cifras mostradas por el Instituto Nacional de Estadística de Francia (INSEE, por sus siglas en francés), el gasto de consumo de los hogares en el primer semestre del presente año, se incrementó en 0.4%, lo que ha impulsado el crecimiento de la economía en 0.5%, permitiéndola salir de la recesión en la que se encontraba.



### 2.- Producción francesa de productos Bio



- De acuerdo a la agencia France BIO las áreas de cultivo orgánico en Francia han aumentado en 85%, pasando de 557 mil a más de 1 millón de hectáreas, entre 2007 y 2012. De este número, el 56% de terrenos cuenta con la certificación **AB (Agriculture Biologique – Agricultura Biológica)**<sup>1</sup>, además de ser la certificación más reconocida por los consumidores franceses (93%).
- Del mismo modo, el número de productores se ha incrementado en más del doble, llegando a poco más de 25,000 huertos o granjas biológicas a mayo de 2013. De este modo se han generado un aproximado de 60,000 puestos de trabajo. Adicionalmente, existen otros 12,341 actores (entre transformadores, distribuidores e importadores).
- El aumento de producción bio ha permitido atender la demanda interna, pues en los últimos cinco años ésta ha crecido notablemente, a pesar de la situación económica. Así, el consumo de estos productos ascendía a 2 billones de euros en 2007, mientras que en 2012 alcanzó 4.1 billones de euros<sup>2</sup>.



Filetes de Trucha Ahumada  
Fuente: [www.monorix.fr](http://www.monorix.fr)

### 3.- El consumidor francés ante los productos Bio

- De acuerdo a los resultados de la encuesta 2012, realizada por agencia France BIO, 64% de franceses consumieron algún producto Bio durante ese año. Además la población que consume al menos un producto orgánico por mes se ha elevado a 43% (en 2011, ésta era de 40%).
- Entre las principales razones por las cuales el consumo de este tipo de bienes ha aumentado figuran cuidar la salud propia y la de la familia, la calidad y el sabor, contribuir a cuidar el medio ambiente, e incluso la disponibilidad de productos en el lugar de compras.
- Los franceses tienen una imagen positiva de los productos Bio. Un 86% estima que estos productos contribuyen a preservar el medio ambiente, la calidad de los suelos de cultivo, los recursos y el agua. Además los productos transformados tampoco contienen colorantes, ni aromatizantes ni saborizantes artificiales. Por estas razones, los franceses también consideran que estos bienes son saludables al conservar mejor las propiedades nutricionales.
- De otro lado, gran número de franceses han señalado que se les debe proporcionar alimentos biológicos a aquellos individuos más frágiles de la sociedad, como por ejemplo:

<sup>1</sup> Certificación brindada exclusivamente por el Ministerio de Agricultura de Francia. Para mayor información ([www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)).

<sup>2</sup> Cifras brindadas por el reporte del Barómetro de consumo Bio en Francia 2012, elaborado por la Agence BIO France ([www.agencebio.org/sites/default/files/upload/documents/4\\_Chiffres/BarometreConso/Barometre\\_Agence%20Bio\\_CSA2012.pdf](http://www.agencebio.org/sites/default/files/upload/documents/4_Chiffres/BarometreConso/Barometre_Agence%20Bio_CSA2012.pdf))

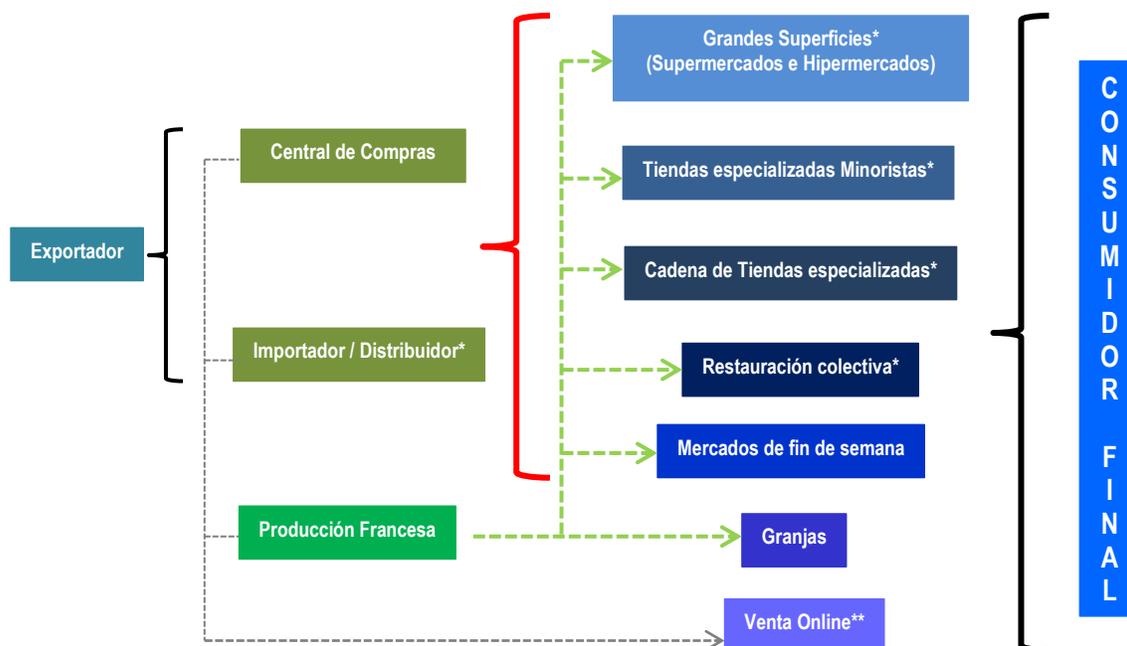
- A los niños, dentro de sus escuelas.
  - A las personas enfermas, que se encuentran dentro de los hospitales.
  - A los ancianos, sobre todo aquellos que residen en los asilos.
- Asimismo, muchas personas también quisieran tener la posibilidad de consumir alimentos orgánicos, no sólo en la comodidad de su hogar sino también fuera de este, como por ejemplo en las cafeterías de sus centros laborales, en los centros de esparcimiento u hoteles durante sus vacaciones, en los restaurantes y, aunque en menor medida, en los restaurantes de comida rápida o en las máquinas expendedoras.
- Por otro lado, uno de cada dos franceses ha declarado comprar productos biológicos no alimentarios. Entre estos figuran principalmente productos de limpieza para el hogar (detergentes, lava-vajillas, etc.) y productos cosméticos y de cuidado personal.
- Adicionalmente, según France Bio, 41% de franceses consideran que es normal pagar un poco más por un producto orgánico o ecológico, pues son conscientes de los riesgos y mayores costos en los que se incurre para obtenerlos.



#### 4.- Distribución y Comercialización de productos Bio

- Las grandes y medianas superficies alimentarias (GSA, por sus siglas en francés), son los principales lugares de concurrencia y de compra de productos ecológicos (80% de los consumidores concurren a buscar al menos un producto), le siguen los mercados semanales (32% de consumidores), las granjas (26%) y las tiendas especializadas (25%).

Gráfico 1: Canales de Comercialización y Distribución en el mercado de alimentos funcionales en Suiza



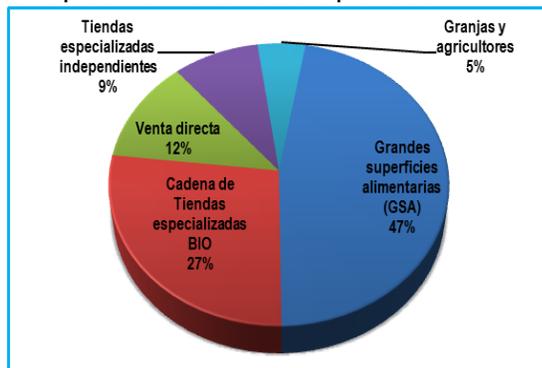
Fuente: Agencio France BIO (Barometre 2012)  
Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados – Promperú

(\*) En el siguiente link, administrado por la Agence Bio France, <http://annuaire.agencebio.org/>, se puede encontrar un listado de los distintos actores (cadenas de tiendas especializadas, importadores, especialistas minoristas y demás) del sector orgánico en Francia.

(\*\*) Las Ventas Online dentro de Francia aún no son tan representativas. Sin embargo muchas tiendas y grandes comercios están desarrollando este servicio en sus webs. Del mismo modo, existen otros actores que operan exclusivamente a través del comercio electrónico como [www.paysans.fr](http://www.paysans.fr), [www.bienmanger.com](http://www.bienmanger.com), o [www.toutelabio.com](http://www.toutelabio.com).

- En cuanto a ventas, en 2012, estas ascendieron a 4.1 billones de Euros. Las GSA (Carrefour, Auchan, Casino, etc.) tienen la mayor participación de mercado (47%), registrando en 2012 un crecimiento de 3% respecto a 2011. Las cadenas de tiendas especializadas (Biocoop, La Vie Claire, Biomonde, entre otros) crecieron 16% en el último año, y representan el 27% del total vendido. Finalmente, la venta directa (granjas, mercados, tiendas independientes, e incluso ventas online), representan el 26% restante. En el último año sus ventas crecieron 12%, principalmente ofreciendo vinos y frutas y hortalizas frescas.

**Gráfico 2: Participación de valor de ventas de productos Bio en Francia (2012)**



Fuente: Agencio France BIO (Barometre 2012)

No se ha tomado en cuenta la venta de productos bio correspondientes al sector restauración.

- Se debe señalar también que otro canal de consumo importante de productos biológicos son los comedores colectivos<sup>3</sup>, los cuales se ubican dentro de hospitales, asilos, escuelas, cafeterías de empresas y similares. El 56% de estos lugares incluyen dentro de sus menús productos bio al menos una vez al mes. Esto ha generado que el valor de compras de ingredientes orgánicos por estos establecimientos ascienda a 169 millones de euros en 2012, lo que implica un crecimiento de 7%, en comparación a 2011.
- En lo que concierne a importaciones, en 2012, se estima que estas representaron el 25% del mercado de productos orgánicos. Estas compras se dividen principalmente en tres categorías:

- Productos exóticos: como el café, té, cacao, bananas y otras frutas. En este grupo se incluyen, las especialidades gastronómicas, en especial las que poseen denominación de origen.
- Productos poco disponibles o de mínima producción en territorio francés, como arroz, trigo o soja.
- Insumos o complementos para alimentos, principalmente para cereales o productos lácteos, como frutas y verduras que hayan pasado por un proceso de transformación previo (lío-filización, secado, entre otros).



Muesli de cereales (kiwicha y avena), Barra de chocolate con nueces (Perú), Café arábico (Guatemala)  
Fuente: [www.auchan.fr](http://www.auchan.fr)

**Gráfico 3: Participación de las importaciones de productos Bio en Francia (2012)**



Fuente: Agencio France BIO (Barometre 2012)

<sup>3</sup> En estos comedores, el costo no es asumido en su totalidad, por el consumidor final sino por la entidad, institución o empresa que contrata dicho servicio.

## 5.- Actividades de Promoción

- Se debe señalar que otra manera, a veces más efectiva, de contactar y/o afianzar relaciones de negocios consiste en visitar y participar en una feria del sector. Los más importantes en territorio francés y a los cuales asisten los importadores, distribuidores, minoristas se listan en la siguiente tabla. Estos deben tenerse en consideración por la importancia y el reconocimiento que tienen dentro del mercado francés.

**Tabla 1: Información sobre Ferias de Productos Biológicos u Orgánicos en Francia**

Feria	Lugar	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
<i>Natexpo</i>	Paris	<a href="http://www.natexpo.com">www.natexpo.com</a>	3 días	600	12,000
<i>Bionazur</i>	Nice	<a href="http://www.bionazur.com">www.bionazur.com</a>	3 días	100	30,000
<i>Salon International d'Alimentation</i>	Paris	<a href="http://www.sialparis.fr">www.sialparis.fr</a>	5 días	5,890, de los cuales 700 de productos Bio	150,258, de los cuales 23,000 buscan productos Bio.

Elaboración: Inteligencia de Mercados- Promperu.

La data de las ferias corresponde a las últimas ediciones (2012-2013).

## 6.- Presencia peruana

- Actualmente no se cuenta con data estadística de las importaciones de productos orgánicos a nivel mundial, pues no hay una partida arancelaria que las agrupe. Sin embargo, de manera general, la Agence France Bio ha estimado que el monto de importación (incluidos los países miembros de la U.E.), de productos orgánicos represento en 2012 el 25% de lo consumido en el mercado francés, es decir, alrededor de 1 billón de euros.
- No se puede precisar la posición peruana como proveedor de productos ecológicos en Francia por la falta de estadísticas. No obstante, en 2012, Perú exportó hacia este mercado US\$ 3 millones en productos orgánicos. Estos productos fueron enviados por 30 pequeñas y micro empresas, ubicadas principalmente en los departamentos de Junín, Lima, Piura e Ica.

**Tabla 2: Exportaciones Peruanas de Productos Orgánicos hacia Francia (Valor FOB en US\$)**

RK	Producto	Enero - Diciembre				Enero - Junio			
		2011	2012	Var. 12/11	Part. 11	2012	2013	Var. 13/12	Part. 13
<b>Total</b>		<b>3,395,017</b>	<b>2,878,532</b>	<b>-15.2%</b>	<b>100%</b>	<b>1,331,635</b>	<b>1,770,248</b>	<b>32.9%</b>	<b>100%</b>
1	<b>Jojoba</b>	335,725	516,664	53.9%	18%	417,333	879,058	110.6%	50%
2	<b>Maca</b>	222,845	156,699	-29.7%	5%	45,233	160,776	255.4%	9%
3	<b>Quinua</b>	13,091	69,805	433.2%	2%	12,094	145,728	1105.0%	8%
4	<b>Cacao</b>	98,737	237,934	141.0%	8%	121,133	142,394	17.6%	8%
5	<b>Café</b>	1,936,681	1,104,741	-43.0%	38%	355,236	129,868	-63.4%	7%
6	<b>Panela</b>	295,869	321,463	8.7%	11%	69,203	91,254	31.9%	5%
7	<b>Papa</b>	-	80,481	-	3%	43,438	50,982	17.4%	3%
8	<b>Sacha Inchi</b>	140,512	163,487	16.4%	6%	118,027	47,641	-59.6%	3%
9	<b>Maíz</b>	-	21,684	-	1%	8,510	32,832	285.8%	2%
10	<b>Aguaymanto</b>	18,426	42,817	132.4%	1%	15,222	18,649	22.5%	1%
<b>Los demás</b>		<b>333,133</b>	<b>162,757</b>	<b>-51.1%</b>	<b>6%</b>	<b>126,207</b>	<b>71,068</b>	<b>-43.7%</b>	<b>4%</b>

Fuente: Sunat

Elaboración: Inteligencia Comercial – PROMPERU

- Los productos mostrados en la tabla anterior son utilizados tanto en la industria alimentaria, y también sirven como insumos para la elaboración de productos cosméticos, nutracéuticos, fármacos y funcionales. Así, la jojoba y el sachá inchi, que se exportan principalmente como aceite, son utilizados en la elaboración de champús, acondicionadores, cremas para el cuidado de la piel, entre otros. Otro ejemplo es la maca, la cual se utiliza en la elaboración de energizantes, reguladores hormonales o también champús, cremas para el cuerpo y similares, con lo cual su uso es por demás diverso.

- Esto demuestra claramente el potencial de nuestros productos dentro del sector orgánico en el mercado francés, por lo que sería conveniente realizar actividades de promoción e investigación que permita tener un mayor conocimiento de las oportunidades que este mercado ofrece. Asimismo, es importante desarrollar a base de productos naturales, productos de valor agregado, de acuerdo a las tendencias de mercado y consumidor indicadas.