

ESTUDIO DE MERCADO MORAS CONGELADAS - FRANCIA

Prochile París, abril 2009

PRODUCTO: MORAS CONGELADAS

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0811 20 10

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Moras sin cocer o cocidas en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congeladas.

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

0811 20: Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas congeladas

0811 20 11: Con adición de azúcar u otro edulcorante

0811 20 11: Con un contenido de azúcares superior al 13 % en peso

0811 20 19: Las demás

0811 2031: Las demás

0811 20 59: Zarzamoras, moras y moras-frambuesa

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL- PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO- OTROS PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

	Arancel General	Arancel Chile	Aranceles otros países
0811 20 11	20.80 % + 8.40 EUR / 100 kg	17.30 % + 8.40 EUR / 100 kg	<u>Países con arancel 0%:</u> Albania, Andorra, Bosnia Herzegovina, Croacia, Islandia, Jordania, Kosovo, Líbano, Macedonia, Moldavia, Montenegro, San Marino, Serbia <u>Grupo de países con arancel 0%:</u> EPA, LOMB, SPGA <u>Africa del Sur:</u> 5.20 % + 1 EUR / 100 kg MAX 2.20 % + 1 EUR / 100 kg

Egipto: Contingente arancelario preferencial : 0 % + 8.40 EUR / 100 kg (Número de orden 091726-Fecha final

			31/12/2009)
			<u>México</u> : 5.20% + 2.20 EUR / 100 kg
			<u>Grupo de países</u> : SPGE: 0 % + 8.40 EUR / 100 kg
			<u>Turquía</u> : 0 % + 8.40 EUR / 100 kg - Contingente arancelario preferencial : 0 % (Número de orden 090219- Fecha final 31/12/2009)
0811 20 19	20.80%	2.600%	<u>Países con arancel 0%</u> : Africa del Sur, Albania, Andorra, Bosnia Hercegovina, Croacia, Islandia, Jordania, Kosovo, Líbano, Macedonia, Moldavia, Montenegro, San Marino, Serbia, Turquía
			<u>Grupo de países con arancel 0%</u> : EPA, LOMB, SPGA, SPGE
			<u>Egipto</u> : Contingente arancelario preferencial : 0 % (Número de orden 091726-Fecha final 31/12/2009)
			<u>Méjico</u> : 4.7%
0811 20 59	12%	0%	<u>Países con arancel 0%</u> : Albania, Andorra, Bosnia Herzegovina, Croacia, Islandia, Jordania, Kosovo, Líbano, Macedonia, Marruecos, Moldavia, Montenegro, San Marino, Serbia, Turquía

			Grupo de países con arancel 0%: EPA, LOMB, SPGA, SPGE
			Egipto: Contingente arancelario preferencial : 0 % (Número de orden 091726-Fecha final 31/12/2009)
			África del Sur: 1.2%
			México: 3%

OTROS IMPUESTOS: 5.5%

BARRERAS PARA ARANCELARIAS:

Etiquetado: Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo del 20 de Marzo del 2000, relativa al acercamiento de las legislaciones de los Estados miembros respecto al etiquetado y la presentación de los productos alimenticios.

http://eurlex.europa.eu/pri/fr/oj/dat/2000/l_109/l_10920000506fr00290042.pdf

Informaciones obligatorias :

- denominación del producto
- lista de ingredientes
- el peso
- la fecha de vencimiento
- condiciones particulares de conservación o uso del producto
- nombre o razón social del fabricante

Decreto N02005-944 del 2 de Agosto del 2005, relativo al etiquetado de los productos alimenticios, por el que se modifican las disposiciones del código del consumo y el decreto N°64-949 del 9 de Septiembre del 1964 respecto a la represión de fraudes para los productos congelados.

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Identificación de las agencias pertinentes ante las cuales se deben tramitar permisos de ingresos, el registro de productos y etiquetas:

- ❖ **Direction Générale de l'Alimentation-Mission de coordination sanitaire internationale- Bureau de l'importation pays tiers – Dirección general de la alimentación- Misión de coordinación sanitaria internacional- Oficina de importación países terceros).**

Dirección: 251 rue de Vaugirard-75732 Paris cedex 15

Tel: 0033 1 49 55 84 84

Fax: 0033 1 49 55 83 14

❖ **Direction générale des douanes et droits indirects (Dirección general de las aduanas e impuestos indirectos)**

Dirección principal : 11, rue des deux Communes- 93558 Montreuil cedex.

Tel : 0 811 20 44 44

Fax: 0033 1 57 53 49 37

❖ **Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (Ministerio de la Agricultura y Pesca)- <http://agriculture.gouv.fr/>**

Dirección: 78, rue de Varenne- 75349 Paris 07 SP

Ejemplos de etiquetado de productos:

Producto PICARD- de Chile.



ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

Valor en miles de euros

Cantidad en toneladas

Fuente:

http://lekiosque.finances.gouv.fr/Appchiffre/LEO/surcadre_LEO.asp?debnc=9

Código arancelario: 0811 20 11: Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas con un contenido de azúcares superior al 13 % en peso

	2006	
	valor	cantidad
Total	699	313
Europa	699	313

Holanda	252	37
Polonia	234	201
Bélgica	193	72
Bulgaria	0	0
España	17	2
Otros países	3	1

	2007		2008		12 últimos meses cumulados febrero 2008- enero 2009	
	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad
Total	1 562	648	2 533	723	2 679	782
Europa	1 562	648	2 457	685	2 603	744
América	0	0	76	38	76	38

Holanda	609	120	1 331	236	1 416	253
Polonia	431	304	477	236	549	285
Bélgica	286	120	294	85	290	81
Italia	29	15	270	114	260	109
Chile	0	0	76	38	76	38
España	74	11	2	0	2	0
Bulgaria	105	57	0	0	0	0
Otros países	28	21	83	14	86	16

Código arancelario: 0811 20 19: Las demás frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas

	2006	
	valor	cantidad
Total	529	363
Europa	462	341
América	67	22

Holanda	289	227
Chile	67	22
Serbia	12	10
Bulgaria	9	6
Bélgica	49	28
Polonia	49	43
Alemania	42	23
Otros países	12	4

	2007		2008		12 últimos meses cumulados febrero 2008-enero 2009	
	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad
Total	589	358	388	164	389	164
Europa	481	287	388	164	389	164
América	103	70	0	0	0	0
Otros	5	1	0	0	0	0

Holanda	232	157	181	88	181	88
Polonia	42	31	120	44	120	44
Alemania	23	7	42	18	42	18
Bélgica	50	20	30	10	31	10
Bulgaria	63	30	15	4	15	4
Chile	95	69	0	0	0	0
Serbia	65	40	0	0	0	0
Otros países	19	4	0	0	0	0

Código arancelario: 0811 20 59: Las demás zarzamoras, moras y moras-frambuesas

	2006	
	valor	cantidad
Total	6 696	4 324
Europa	3 265	2 015
América	3 384	2 280
Asia	31	27
Otros	16	2

	valor	cantidad
Chile	3 384	2 280
Serbia	1 565	1 034
Holanda	517	273
Alemania	208	157
Polonia	208	113
Bélgica	231	141
Portugal	126	75
Bulgaria	28	16
Suiza	123	43
Otros países	306	192

	2007		2008		12 derniers mois cumulés février 2008 - janvier 2009	
	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad
Total	7 850	5 135	7 594	4 604	7 485	4 534
Europa	4 100	2 651	4 670	2 885	4 577	2 836
África	68	33	66	32	66	32
América	3 623	2 399	2 821	1 659	2 805	1 638
Asia	36	49	17	24	17	24
Otros	23	3	20	4	20	4

	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad
Chile	3 622	2 399	2 820	1 658	2 804	1 638
Serbia	1 388	887	1 455	1 191	1 404	1 161
Holanda	1 004	483	1 023	500	1 017	507
Portugal	81	48	722	342	669	316
Bélgica	282	142	389	221	421	238
Alemania	490	643	404	256	369	235
Polonia	549	257	311	153	361	173
Chypre	64	43	80	51	71	46
Reino Unido	4	3	72	41	41	22
Bulgaria	96	49	7	3	7	3
Otros países	270	181	311	188	321	195

POTENCIAL DEL PRODUCTO:

- ❖ **Código arancelario: 0811 20 11:** Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas con un contenido de azúcares superior al 13 % en peso.

Por primera vez en 2008, Chile exporta ese producto a Francia. Representa una nueva oportunidad de negocio con Francia.

- ❖ **Código arancelario: 0811 20 19:** Las demás frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas.

Entre 2006 y 2007 las exportaciones aumentaron, mientras que las exportaciones entre 2007 y 2008 disminuyeron en un 34.13% en valor y -54.19% en cantidad.

Las exportaciones de Chile cayeron y en 2008 Chile no exportó más ese producto. Los únicos proveedores que aumentaron sus exportaciones a Francia son Polonia y Alemania.

Se puede pensar que las exportaciones han sido registradas bajo otro código arancelario (podría ser el arancelario 0811 20 11).

- ❖ **Código arancelario: 0811 20 59:** Las demás zarzamoras, moras y moras-frambuesas.

Entre 2007 y 2008, las importaciones totales francesas de ese producto disminuyeron en un 3.26% en valor y en un 10.34% en cantidad (el precio unitario-valor/cantidad- aumentó, pasando de 1.53 euros en 2007 a 1.65 euros en 2008).

La tendencia de las importaciones francesas provenientes de Chile sigue la misma tendencia a la baja pero en proporciones aún más importantes (-22.14% en valor y -30.89% en cantidad).

El precio unitario-valor/cantidad de los productos chilenos es superior al precio medio 1.70 euros y aumentó en comparación con el 2007 (1.51 euro, era entonces inferior al precio medio).

Sin embargo, desde el 2006, Chile es el primer proveedor de Francia para este producto, representando el 37.13% de sus importaciones en valor y 36.01% en cantidad en 2008 (cuando en 2006 Chile representaba más de la mitad de las importaciones francesas).

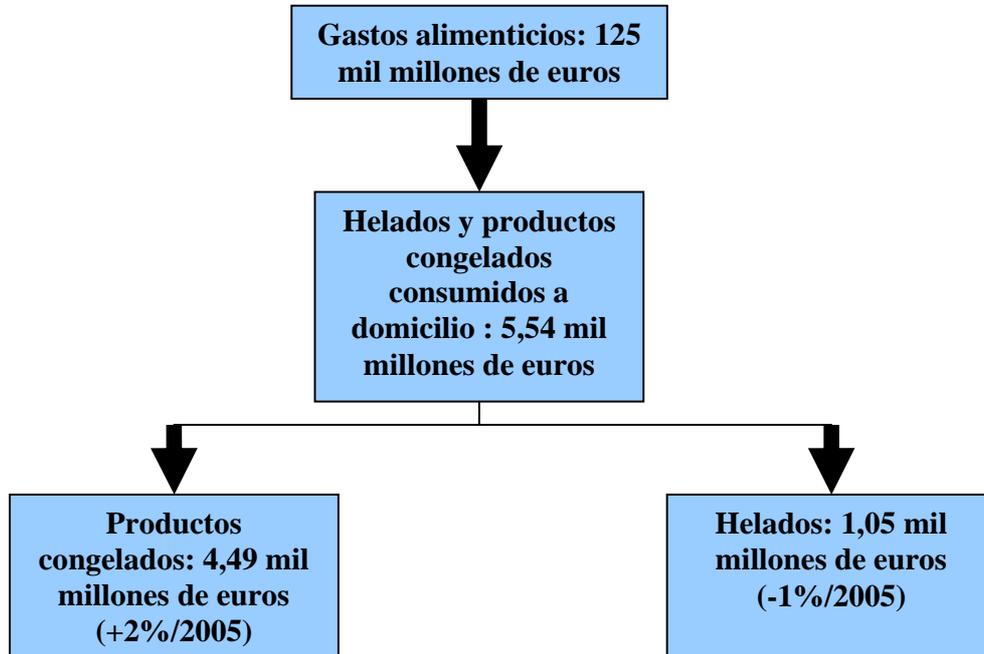
El aumento del precio junto con la baja de compra se confirma en los comentarios de los importadores franceses que aconsejan a Chile tener cuidado en ese punto, porque a pesar de la calidad de sus productos no hay que olvidar la importancia que tiene el precio al momento de seleccionar un proveedor.

Las moras no se consumen mucho en Francia así que no tienen mucho potencial. Dentro de los berries, el producto que más se consume es la frambuesa. Sin embargo la mayoría de las frutas de esa categoría que se encuentra en Francia es de origen chileno.

Mercado de los productos congelados en Francia en 2006:

Fuente:

http://www.picard.fr/LexigencePicard/QuiSommesNous/PicardEnChiffres/picard_en_chiffres947.html?Retour=1



Formas de consumo del producto:

Como todas las frutas congeladas, las moras se encuentran:

- enteras, solas o en mezclas de berries, en bolsa de plástico o en tazón individual.
- también se usan para elaboración de postres (tortas, crumbles, etc. Davigel: www.davigel.fr- Brossard: www.brossard.fr)
- se usan para elaboración de helados (Pilpa: www.maison-boncolac.fr-
- se encuentran en purée y lechada (www.ravifruit.com- www.ponthiersa.com)
- a veces sirven como decoración de postre (e.j: en un pastel de chocolate).

El cliente objetivo sería las empresas transformadoras, fabricantes de helados y lácteos, pastelerías, bebidas, jaleas, mermeladas, etc. Las moras congeladas se usan más como ingrediente o elemento ornamental en la industria alimentaria.

La fruta congelada entera que más se vende al cliente final es la frambuesa.

Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto:

En el sitio web de Picard, se puede pedir los productos y recibirlos a casa.

Comentarios de los importadores:

Ravifruit- entrevista con el responsable de las compras.

Criterios de selección:

Ravifruit trabaja con Chile desde hace más de 10 años.

- *que las plantas respeten las normas*
- *que los proveedores respeten los términos de referencia*
- *que haya una buena trazabilidad del producto*
- *que los proveedores sean competitivos (precio razonable)*
- *que los términos del contratose cumplan (lo que no ha sido el caso el año anterior).*

Chile hoy tiene precios muy altos, lo que no es razonable, aún menos durante una crisis como la que estamos viviendo, es muy peligroso. Las moras no representan un gran mercado ahora pero en el caso de las frambuesas es muy arriesgado seguir con precios tan importantes. Si Chile sigue así vamos a asistir dentro de poco a una inversión del mercado: los europeos van a dejar de consumir estos productos en provecho de otros.

Ponthier-: entrevista con responsable de las compras.

Motivación de la selección de un origen:

- *La calidad del producto : maduro, con gusto, bien seleccionado, con buena trazabilidad*
- *El proveedor: ya referenciado o no en la empresa (la empresa privilegia las relaciones de confianza y durables), proveedor que no use pesticidas.*
- *El precio*

La empresa ya trabajó con Chile para las moras pero ahora no más pero no es un problema de calidad sino que de precio. En estos momentos se encuentran productos de calidad igual a precio inferior en Europa.

Temporadas de mayor demanda/consumo del producto:

No hay temporada de mayor demanda, pero se puede suponer que hay más espacio para consumo de este tipo de producto fuera de las temporadas de los demás postres como los helados en verano y la "bûche de Noël" (postre de Navidad, el equivalente del pan de pascua chileno) en diciembre.

Principales zonas o centros de consumo del producto:

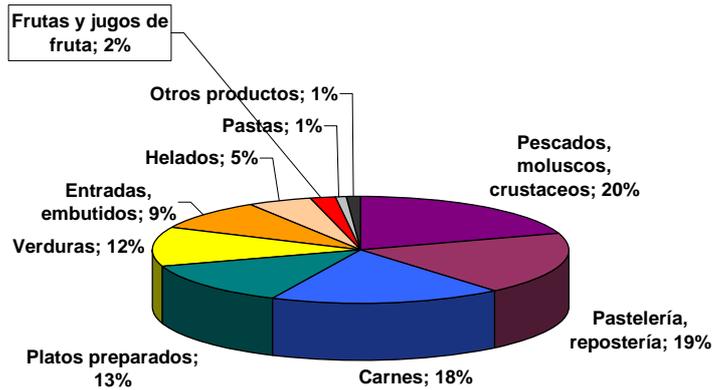
No hay zona particular en Francia donde se consuma más ese producto.

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

En revistas especializadas tipo Le Monde du Surgelé, no se encuentran anuncios específicamente para moras congeladas ni para una fruta congelada en particular, pero a veces se pueden encontrar anuncios de una marca para el conjunto de sus productos congelados, incluyendo sus purées y coulis de frutas.

Promociones realizadas en 2008 para los productos congelados

- Como se puede ver, se hicieron pocas promociones para frutas y jugos de fruta congelados.



- En Francia, existe una campaña de promoción de las frutas en general, dirigida por PPNS: www.mangerbouger.fr, que también beneficia a los berries congelados y por lo tanto a las moras congeladas.

- Interfel también hace una campaña de promoción para aumentar el consumo de frutas, programa "Fresh' attitude": www.fraichattitude.com, pero es sobretodo para las frutas y verduras frescas.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Canales de distribución de los productos congelados



- **Industriales y transformadores** (hacen postres pero también purée, como es el caso de la empresa Ravifruit, que vende sus productos al mercado gourmet, ya sean artesanos o industriales- www.ravifruit.com).

- **Profesionales HORECA**, vía distribuidores y mayoristas tipo Metro (www.metro.fr)

- **Venta al por menor**, directo al consumidor final en varios canales de distribución posibles:

1/ **GMS**: Supermercados e hipermercados tipo E.Leclerc, Carrefour, Intermarché, Auchan, etc.

2/ **Hard-discounters**

3/ **FREEZER CENTERS**: Tiendas especialistas en productos congelados- principales: Picard, Gel 2000, Thiriet

4/ **HOME SERVICE**: Especialistas- Entrega a domicilio: Tourpagel es el líder de ese mercado. Luego, vienen las 3 empresas Thiriet, Maximo y Argel.

Existen otras empresas que participan en este rubro pero en forma regional como es el caso de Croquegel, La Banquise, Bofrost y Eismann.

La oferta de fruta congelada distribuida en supermercados e hipermercados se resume más o menos a venta de frambuesas, enteras o en coulis, con pocas referencias que tratan de seguir ocupando su espacio al lado de las pastelerías y resistir a las fluctuaciones estacionales de los helados en verano y de las "bûches de Noël" (postre de Navidad, el equivalente del pan de pascua para Chile).

Las frutas congeladas se venden principalmente en cadenas especializadas que ofrecen una gama de productos mucho más amplia y que venden moras congeladas.

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

❖ Venta al consumidor final.

PICARD: Tienda especializada- venta de productos congelados en línea y en tiendas. www.picard.fr



Mezcla de berries

Origen frambuesas: Chile
 Origen moras: Chile o Polonia o Serbia o Bulgaria
 Origen grosellas: Dinamarca
 Origen otros berries: Suecia, Hungría, Polonia
 Peso: 450g
 Precio: 3.70 euros



Ensalada de Berries

Origen frambuesas: Chile o Francia
 Origen moras: Chile
 Origen cerezas: Polonia
 Origen de otros berries: Colombia- Ecuador
 Peso: 750g
 Precio: 5.95 euros



Tazón de berries.

Origen moras: Chile
 Origen frambuesas: Chile o Francia
 Origen cerezas: Chile, Francia, Italia, Alemania, Suiza, Austria
 Peso: 150g
 Precio: 1.95 euros



Moras enteras de Chile

Peso: 450g
 Precio: 2.65 euros

❖ Venta a profesionales:

RAVIFRUIT: www.ravifruit.com

- **Purée de fruta** en bote de plástico de 1kg, 5kg y 20kg-
http://www.ravifruit.com/pdf/produits/FICHE_Puree_surg.pdf

- **Fruta congelada-**
http://www.ravifruit.com/pdf/produits/FICHE_Fruits_surgeles.pdf

SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO

El mercado de las moras congeladas no es un mercado muy importante en Francia. No es un producto que se vende mucho al consumidor final sino que a industriales y transformadores. Sin embargo el producto chileno es conocido y los berries congelados que se venden en tiendas como Picard, directo al consumidor final, son de origen chileno.

Para mantener sus exportaciones, Chile tiene que tener cuidado con los precios especialmente en este tiempo de crisis, porque muchos importadores se quejaron de sus precios altos que siguen aumentando.

FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

SIAL: www.sial.fr Feria Internacional de los productos agroalimenticios. Próxima edición: 17-21/10/2010.



SIRHA: www.sirha.com- Feria Internacional de la Restauración, Hostelería y Alimentación. Próxima edición: en 2011 en la ciudad de Lyon.

OTRA INFORMACION RELEVANTE

↳ Empresas especializadas en los productos congelados y canales de distribución:

www.picard.fr: tiendas PICARD, especializadas en distribución de productos congelados.

www.croquegel.com: distribución de productos congelados en línea.

www.toupargel.fr: distribución de productos congelados en línea.

www.boironfreres.com: Transformación y comercialización de Frutas, purés de frutas, coulis de frutas congelados y preparaciones congeladas a base de frutas.

www.capfruit.com: Transformación y comercialización de Frutas, purés de frutas, coulis de frutas congelados y preparaciones congeladas a base de frutas.

www.ponthiersa.com: Transformación y comercialización de Frutas, purés de frutas, coulis de frutas congelados y preparaciones congeladas a base de frutas.

www.ravifruit.com: Transformación y comercialización de Frutas, purés de frutas, coulis de frutas congelados y preparaciones congeladas a base de frutas.

www.descours.fr: Transformación y comercialización de Frutas, purés de frutas, coulis de frutas congelados y preparaciones congeladas a base de frutas.

www.sicol.fr: Producción y transformación de frutas.

www.gelpass.com: Profesional de los congelados- Frutas, purés de frutas, coulis de frutas congelados y preparaciones congeladas a base de frutas.

www.cap-diana.com: Producción y venta de ingredientes técnicos y culinarios y de productos agroalimenticios listos para usar.

Organismos profesionales:

www.snce.org: sitio web del Sindicato nacional del comercio exterior de los productos congelados.

www.syndigel.org: Federación europea del comercio y de la distribución de los productos bajo temperaturas dirigidas, helados, congelados, refrigerados. Organización gremial representativa de las empresas de comercio especializadas en la distribución bajo cadena del frío.

www.surgeles-glaces.org: SNFPSC/SFIG: Sindicato nacional de los fabricantes de productos congelados/ Sindicato nacional de los fabricantes industriales de helados.

Dirección: 18, rue de la Pépinière-75008 PARIS

↪ **Requisitos y barreras de ingreso:**

<http://www.douane.gouv.fr>: Sitio web de las Aduanas francesas.

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/tarchap?Lang=ES: sitio web del Taric- Hay que tener en cuenta el hecho de que los códigos chilenos y europeos son distintos. Solo las 6 primeras cifras están iguales.

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/MSServlet?languageId=ES>: Export Helpdesk.

↪ **Estadísticas:**

<http://lekiosque.finances.gouv.fr/>