

A photograph of a field of tall grasses at sunset. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The sky is filled with soft, white clouds. A white banner is overlaid across the middle of the image, containing the title text.

La agroalimentación biológica en Francia



CCI FRANCE ESPAGNE
CÁMARA FRANCO-ESPAÑOLA
La Chambre



1. Panorama de la economía francesa



CCI FRANCE ESPAGNE
CÁMARA FRANCO-ESPAÑOLA
La Chambre







1. Panorama de la economía francesa

✓ Población



Con **67 millones de habitantes**, Francia es el segundo país más poblado de la Unión Europea (UE).

Distribución de la población en la UE (2019)

	Habitantes	% en la población UE	Crecimiento demográfico (2018-2050)*
 UE 28	512.372.000	100%	2%
 Alemania	83.019.213	16,2%	0%
 Francia	67.012.883	13,1%	18%
 Reino Unido	66.647.112	13,0%	7%
 Italia	60.359.546	11,8%	-8%
 España	46.937.060	9,1%	7%

* Proyecciones publicadas por Eurostat en junio de 2019/ Fuente: base de datos Eurostat/ Elaboración: Cámara Franco-Española







1. Panorama de la economía francesa

✓ Producto interior bruto



Francia es la segunda economía de la UE, detrás de Alemania (2.394 mil millones de euros - MM€)

Distribución del PIB de la UE (2019)

	PIB (MM€)	%PIB de la UE
 UE	16.441.458	100%
 Alemania	3.435.760	20,9%
 Francia	2.523.313	15,3%
 Reino Unido	2.418.997	14,7%
 Italia	1.787.664	10,9%
 España	1.245.331	7,6%

Fuente: base de datos Eurostat/ Elaboración: Cámara Franco-Española

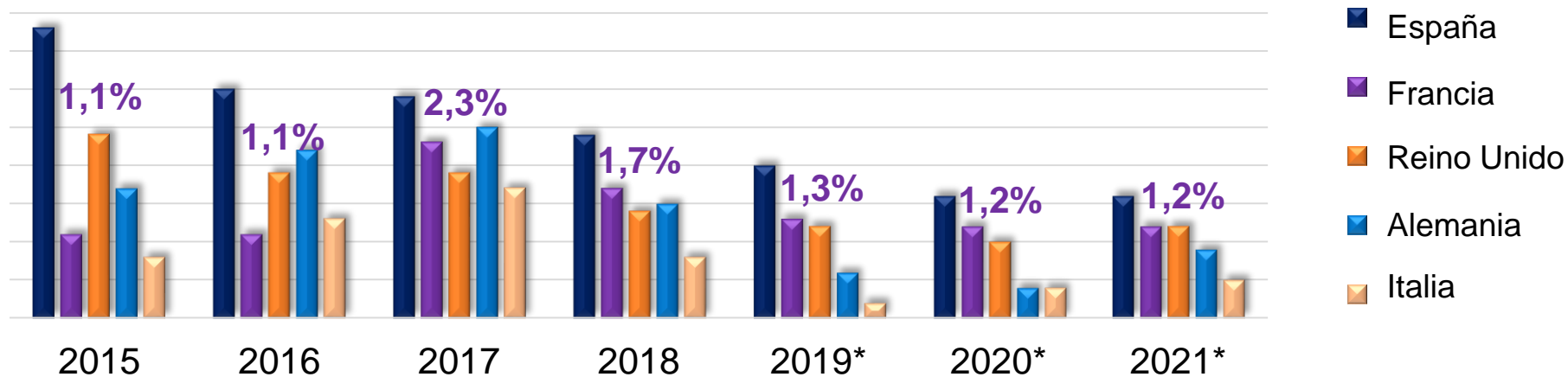
1. Panorama de la economía francesa

✓ Crecimiento económico



La economía francesa tiende a ser más estable que la de otros países europeos (crecimiento superior en época de desaceleración e inferior en época crecimiento)

Crecimiento del PIB y proyecciones antes del Covid-19



* Proyecciones: OCDE / Fuente: OCDE/ Elaboración: Cámara Franco-Española

1. Panorama de la economía francesa



✓ Otros indicadores (antes del Coronavirus)

- La tasa de desempleo baja lentamente (8,6% T3-2019)
 - PIB por habitante de 33.360 euros en 2019 (26.420 en España)
 - Deuda pública elevada pero estable (98,4% del PIB en 2018)
-
- Un país muy centralizado políticamente pero también económicamente (la región parisina representa el 30% del PIB nacional frente al 19% para Madrid en la economía española)
 - El noveno país en términos de IED (stock de IED recibido: 824,9 mil millones de dólares vs 659 para España)



2. Producción agroalimentaria biológica



CCI FRANCE ESPAGNE
CÁMARA FRANCO-ESPAÑOLA
La Chambre

2. Producción agroalimentaria biológica

✓ Producción de cultivos (2018)

- 2 millones de hectáreas (+17% en comparación con 2017) vs 2,2 millones en España.
- 7,5% de la tierra agrícola (6,5% en 2017 vs 9% en España)
 - 155.347 empleos directos.
- Los principales cultivos en superficie son: las superficies forrajeras (60%), cereales (18,4%), viña (4,6%), oleaginosas (4,3%), frutas (2,3%), proteaginosas (1,5%) y verduras frescas (1,4%).

*Plantas con perfume, sabores y propiedades curativas

Fuente: Agencia francesa para el desarrollo y la promoción de la agricultura biológica (Agence bio)/ Elaboración: Cámara Franco-Española

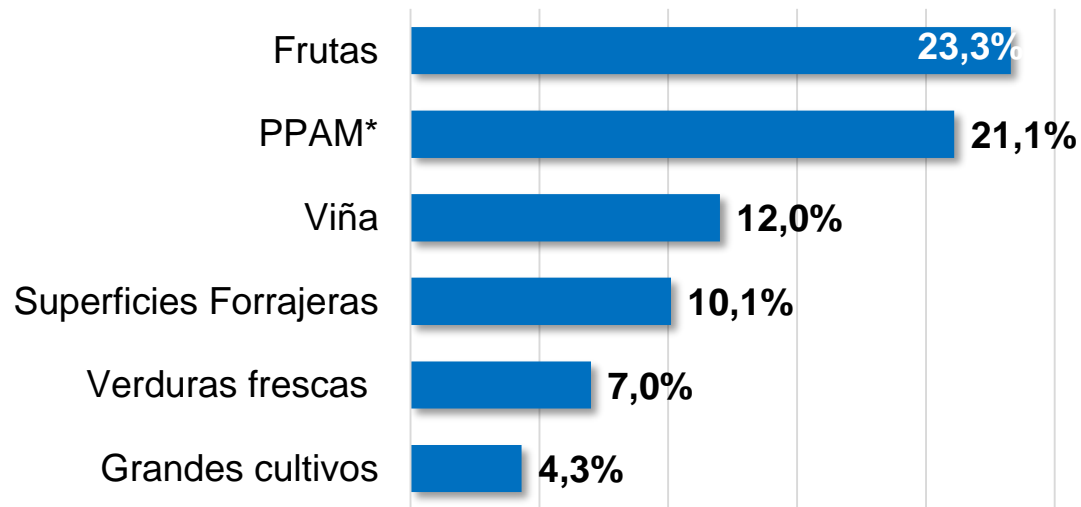


2. Producción agroalimentaria biológica



✓ Producción de cultivos (2018)

Peso de los productos orgánicos en la producción total de cada categoría



*Plantas con perfume, sabores y propiedades curativas

Fuente: Agencia francesa para el desarrollo y la promoción de la agricultura biológica (Agence bio)/ Elaboración: Cámara Franco-Española

2. Producción agroalimentaria biológica

✓ Producción de cultivos (2018)



El Suroeste es el líder en términos de superficie de cultivos biológicos

Ranking regiones por superficie de cultivos (ha)

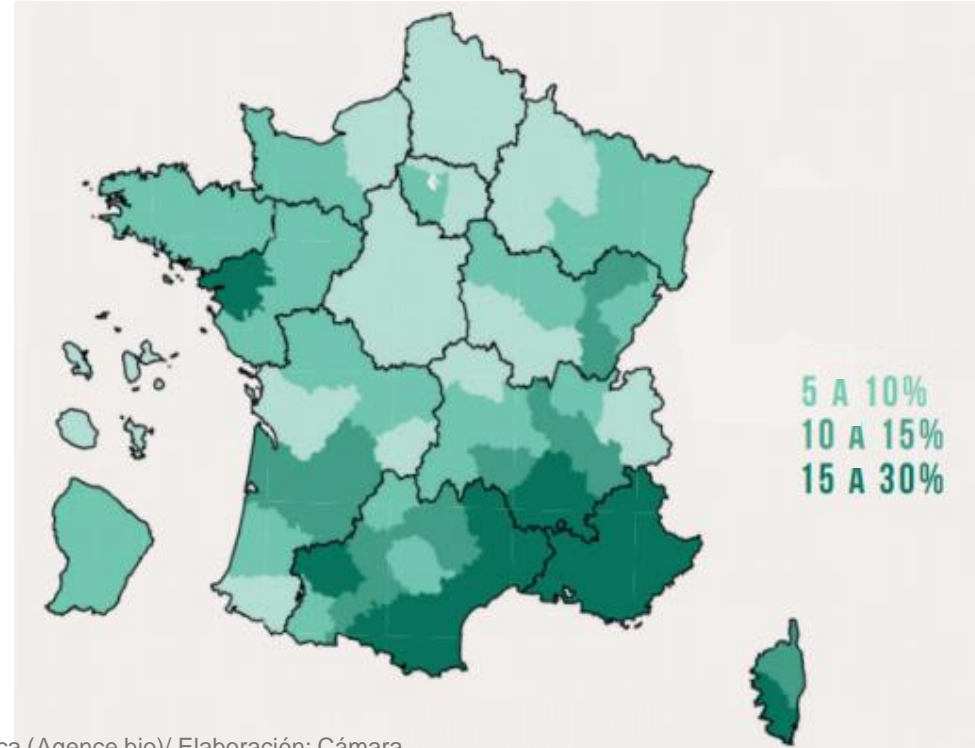
País	Superficie bio (ha)	Variación 2017-2018	% tot nacional
Occitania	476.328	17,4%	23,4%
Nueva Aquitania	275.953	27%	13,6%
Auvernia-Ródano-Alpes	251.776	8,5%	12,4%
Países del Loira	192.211	12,7%	9,4%
Borgoña-Franco Condado	169.534	18,4%	8,3%
PACA	151.412	10,9%	7,4%
Gran este	148.528	16,4%	7,3%

2. Producción agroalimentaria biológica

✓ Producción de cultivos (2018)



Mapa: Cuota de la superficies biológicas en la producción local de cada provincias (peso de la producción biológica local)

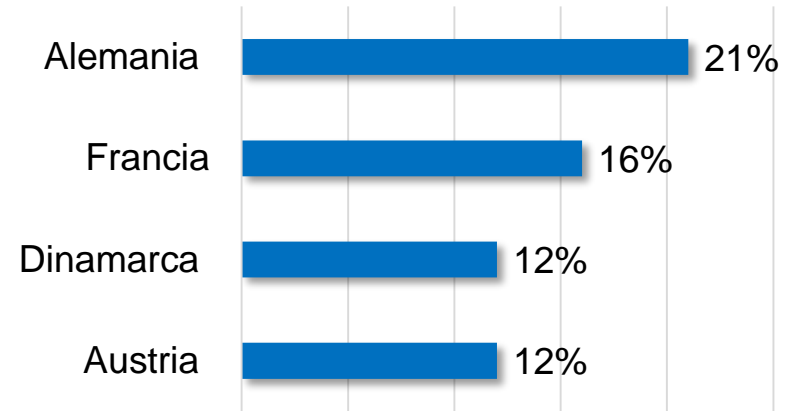


2. Producción agroalimentaria biológica

✓ Producción animal (2018)

- La cuota de animales dedicados a la producción biológica es particularmente elevada para la apicultura (17,6%) y las gallinas ponedoras (13,3%).
- Todas las categorías experimentan un fuerte crecimiento (entre el 6% y el 42%). La apicultura y las gallinas ponedoras tienen las tasas más altas.

Principales productores de leche orgánica en la UE



Fuente: Agencia francesa para el desarrollo y la promoción de la agricultura biológica (Agence bio)/ Elaboración: Cámara Franco-Española





3. Datos clave del mercado biológico



CCI FRANCE ESPAGNE
CÁMARA FRANCO-ESPAÑOLA
La Chambre

3. Datos clave del mercado

✓ Mercado mundial

Ventas mundiales 2018: 100,6 MM€ (+8,4%)

Francia es el tercer mercado mundial para los productos biológicos agroalimentarios con una cuota del 9% de las ventas totales frente al 2% para España (2017)



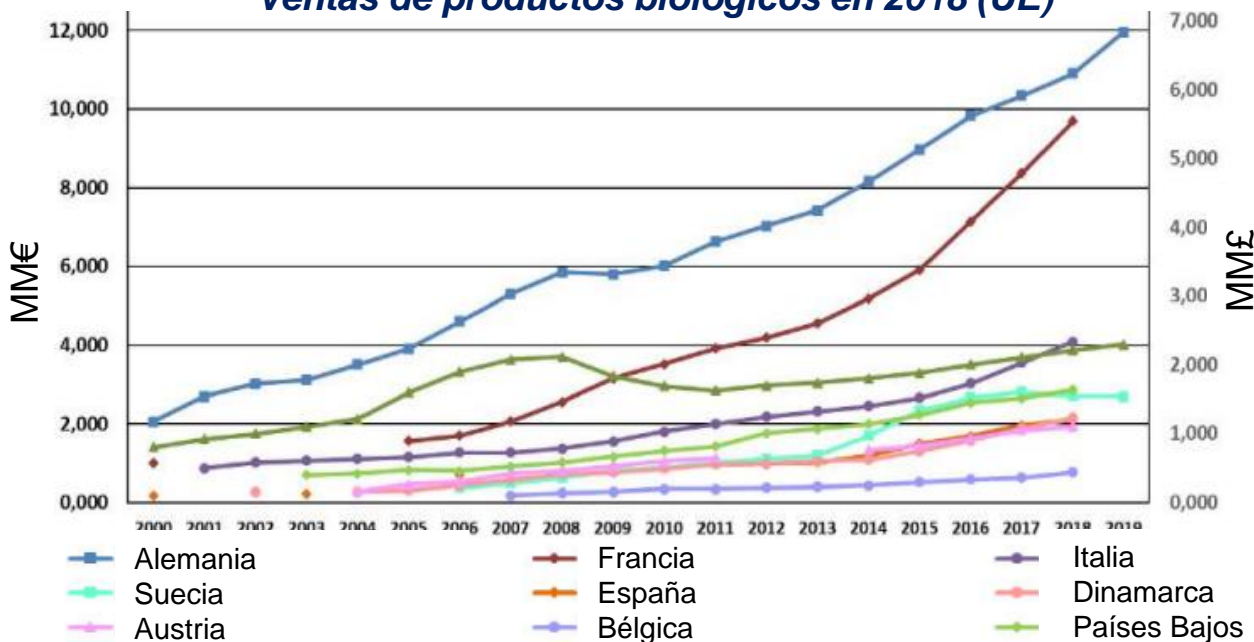
País	Cuota en valor 2017
EEUU	41%
Alemania	11%
Francia	9%
China	8%
Italia	4%
Canadá	3%
Suecia	3%
Reino Unido	3%
Suiza	3%
España	2%

3. Datos clave del mercado

✓ Crecimiento mercado de la UE

Francia tiene uno de los mercados más dinámicos del mundo

Ventas de productos biológicos en 2018 (UE)



País	Crecimiento ventas 2018
Francia	16%
Italia	15%
Suiza	13,3%
España	7%
EEUU	6%
Alemania	5,5%
Reino Unido	4,8%
Suecia	1,1%

Fuente: Agencia francesa para el desarrollo y la promoción de la agricultura biológica (Agence bio)/
Elaboración: Cámara Franco-Española

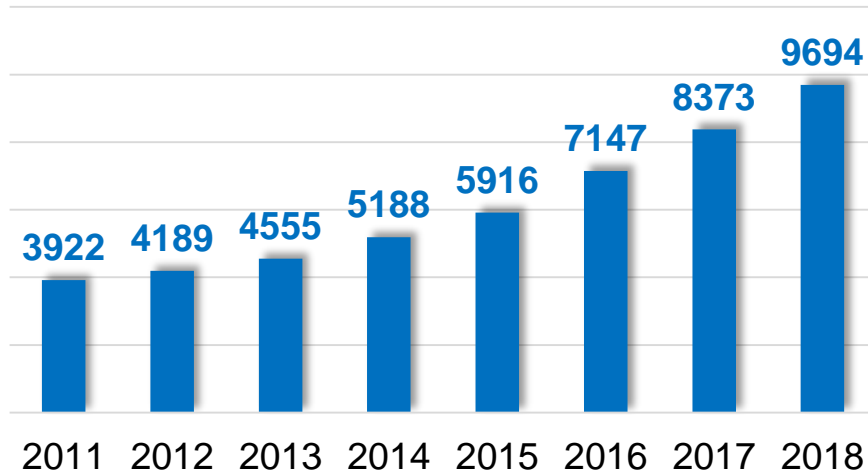
*La curva del Reino Unido se lee con el eje de derecha (en £)

3. Datos clave del mercado

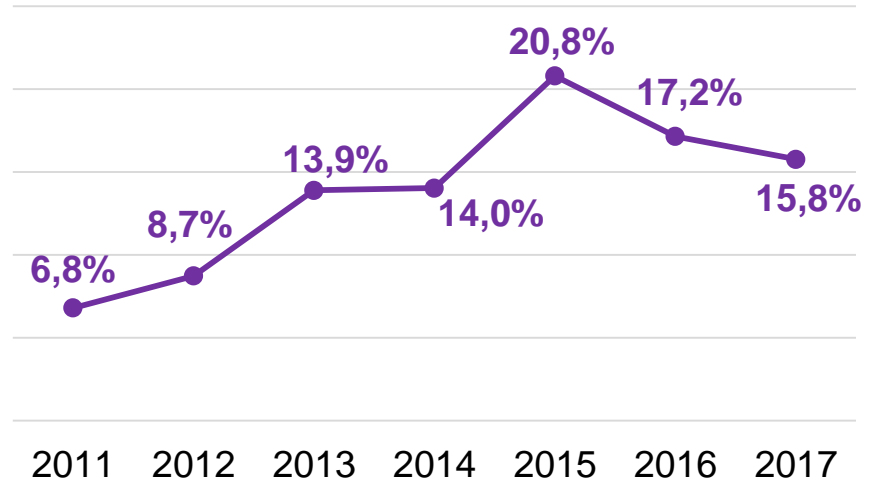
✓ Evolución de la facturación (Francia)

En 2018, la cifra de negocios alcanzó 9.694 MM€ (+15,8% respecto al año anterior) vs 2 MM€ en España (+7%).

Facturación (MM€)



Crecimiento facturación (MM€)

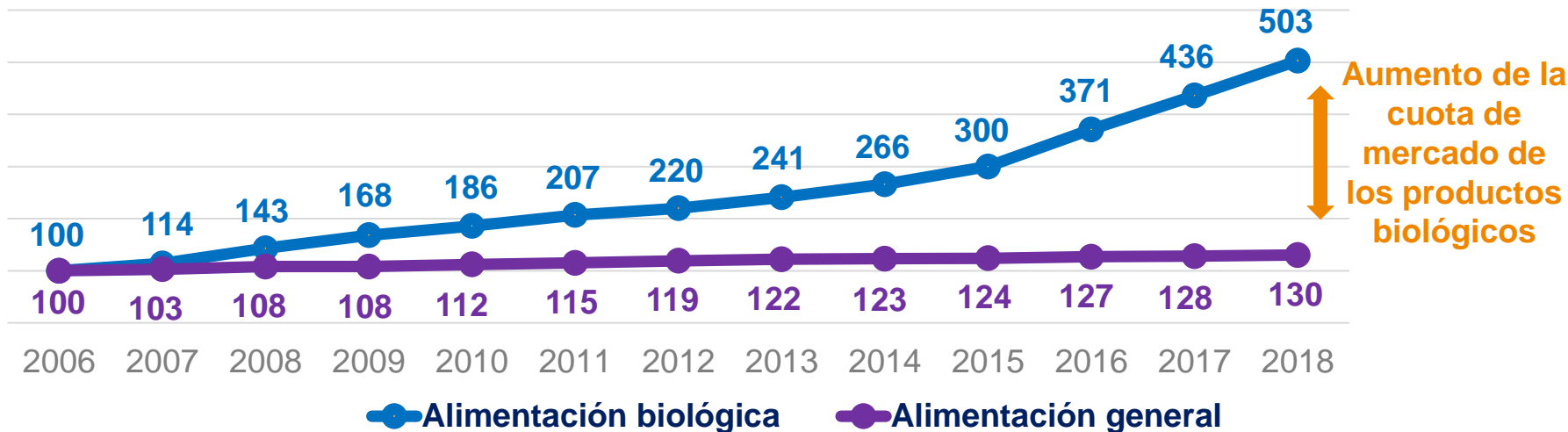


3. Datos clave del mercado

✓ Evolución del peso del consumo biológico

Entre 2006 y 2018 el consumo de alimentos orgánicos aumentó mucho más rápidamente que el consumo alimentario total (+400% frente al +30%).

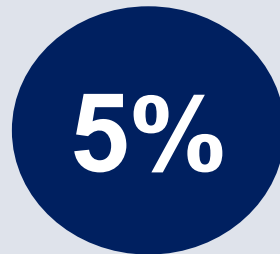
Índice de evolución del consumo de alimentos (año 2006 = base 100)



3. Datos clave del mercado



En Francia, en 2018, la agroalimentación biológica representó el



de las compras alimentarias* de los hogares franceses (en euros)

En promedio, cada francés gasta 136 euros en las compras de productos agrobiológicos

**agua incluida*

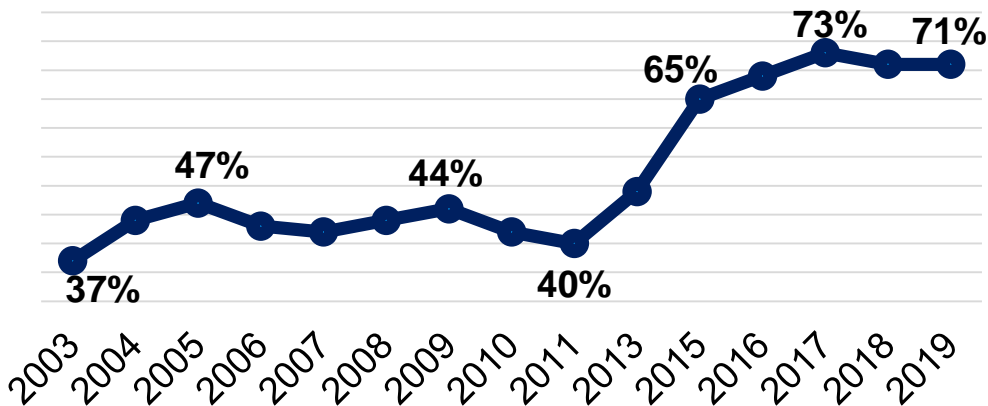
Fuente: Agencia francesa para el desarrollo y la promoción de la agricultura biológica (Agence bio)/ Elaboración: Cámara Franco-Española

3. Datos clave del mercado

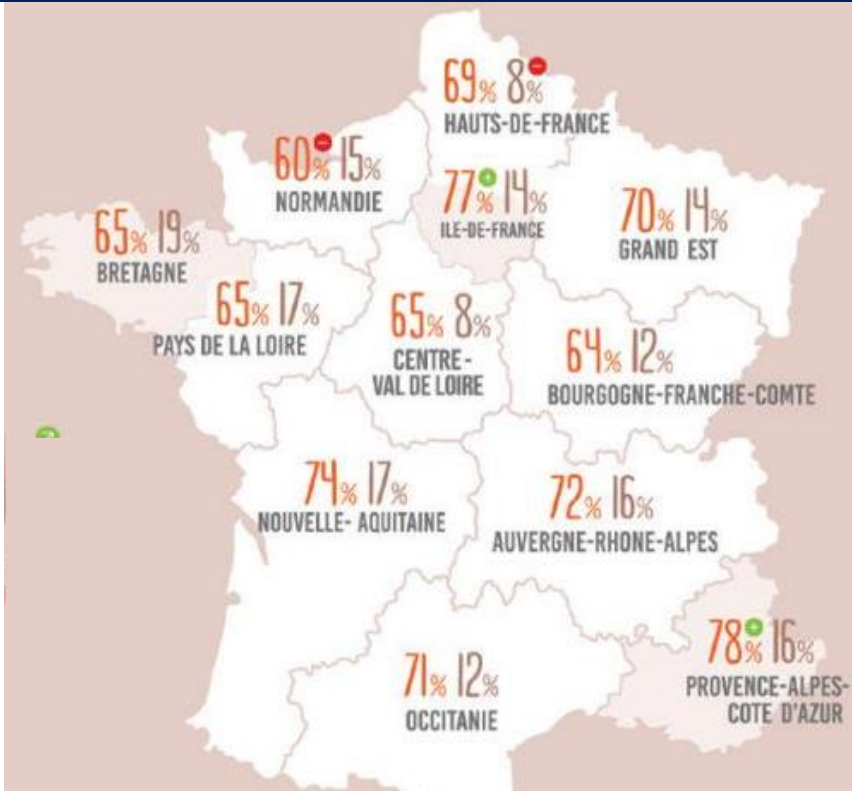
✓ Hábitos de consumo

El 71% de los franceses aseguran que comen orgánico al menos una vez por mes y el 14% todos los días.

% que consume al menos una vez por mes



Fuente: Agencia francesa para el desarrollo y la promoción de la agricultura biológica (Agence bio)/ Elaboración: Cámara Franco-Española



Cifras en naranja: % población que consume al menos una vez por mes

En morado pálido: % que consume diariamente

3. Datos clave del mercado

✓ Composición de las compras de los hogares

Los productos frescos representaron más de la mitad de las compras biológicas en 2018.

Distribución de las ventas por categorías de productos biológicos (2018)



3. Datos clave del mercado



3. Datos clave del mercado

+6%



+10%



+13%



3. Datos clave del mercado

✓ Cuota de mercado del sector biológico por categoría de productos (2018)



Huevos

32,2%



Leche

14,7%



Vino

12,5%



Frutas y verduras

7,8%

3. Datos clave del mercado

✓ Focus frutas y verduras

En 2018, el mercado francés de frutas y verduras representó 1,7 MM€ (+13%) y 500.000 toneladas (896 millones para las frutas y 807 millones para las verduras).

Top 8 de las principales frutas y verduras vendidas en 2018 (en volumen)

	Toneladas	Valor	% importación*
Banana	99.350	194.773	100%
Manzana	56.665	206.573	16%
Citricos	66.250	216.975	97%
Patata	54.206	102.387	6%
Zanahoria	54.250	125.350	20%
Calabacín	13.283	36.671	55%
Tomate	30.347	147.192	61%
Kiwi	19.812	96.759	58%
Total	394.163	1.126.681	

* *Circuito largo*

Fuente: Agencia francesa para el desarrollo y la promoción de la agricultura biológica (Agence bio)/ Elaboración: Cámara Franco-Española

3. Datos clave del mercado



✓ Focus frutas y verduras

Otras categorías importantes bajo el impulso de la diversificación y ampliación de la oferta y demanda biológica

	Toneladas	% Importación*
Pera	18.000	14%
Cebolla	15.000	45%
Aguacate	11.000	100%
Pepinillo	7.000	60%
Remolacha	6.700	20%
Uva	5.500	50%

* Circuito largo

Casi dos tercios de las importaciones de aguacates son procedentes de España

Fuente: Agencia francesa para el desarrollo y la promoción de la agricultura biológica (Agence bio)/ Elaboración: Cámara Franco-Española

3. Datos clave del mercado

✓ Focus frutas y verduras

Los distribuidores y autónomos especializados siguen siendo el principal canal de venta aunque la facturación aumenta más rápidamente en las grandes y medianas superficies.

Los principales canales de venta

	Grande y medianas superficies	Canal especializado	Artesanos y comerciantes	Ventas directas	Total
Facturación*	581	733	18	370	1703
Cuota	34%	43%	1%	22%	100%
Var 2018	17%	8%	13%	17%	13%

* Millones de euros

Fuente: Agencia francesa para el desarrollo y la promoción de la agricultura biológica (Agence bio)/ Elaboración: Cámara Franco-Española



3. Datos clave del mercado

✓ Comercio exterior 2018

- **Exportaciones**

Francia es el quinto país exportador del mundo de productos biológicos (800 millones de euros)(+12,5%)

- **Importaciones**


Sus importaciones se elevaron en 2018 a unos 1,9 MM€ (+15%).

- **Saldo comercial**

Déficit de 1,1 MM €.

A pesar de la importancia de los criterios del origen y de la proximidad en la decisión de compra, las importaciones son indispensables para abastecer el mercado.

Ranking exportadores biológicos (2018)

	País	Millones €
	Italia	2.300
	Países Bajos	1.200
	China	1.050
	España	900
	Francia	800
	India	650
	EEUU	500

Fuente: Agencia francesa para el desarrollo y la promoción de la agricultura biológica (Agence bio)/ Elaboración: Cámara Franco-Española



4. Los principales actores



CCI FRANCE ESPAGNE
CÁMARA FRANCO-ESPAÑOLA
La Chambre

4. Los principales actores

✓ Evolución de la cuota de mercado según los canales de venta

La restauración y distribución generalista son muy dinámicas (sobre todo el comercio electrónico, las tiendas de proximidad y los minoristas de descuento). La distribución especializada pierde terreno aunque sus ventas siguen aumentando.

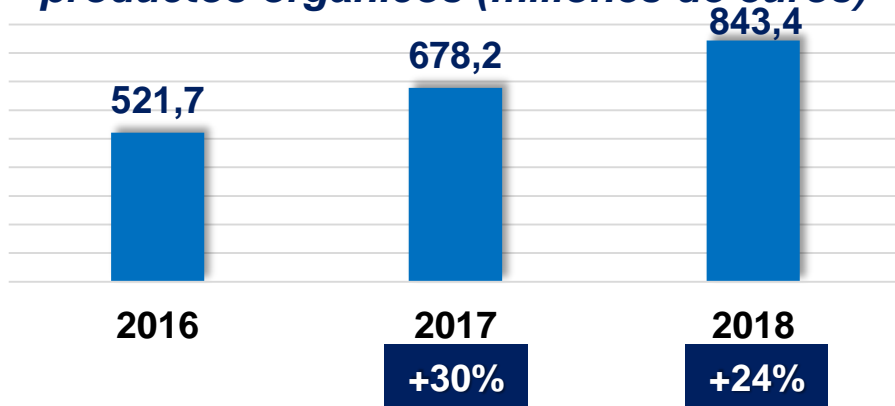
Canal de venta	2011	2017	2018	Variación % 2017-2018*	% crecimiento ventas 2018
Grandes y medianas superficies	47,0%	43,6%	46,2%	2,6	22,6%
Distribución especializada	33,8%	34,3%	31,9%	-2,4	7,7%
Ventas directas	10,8%	12,0%	11,7%	-0,3	12,8%
Artesanos y comerciantes	4,3%	4,7%	4,4%	-0,3	10,3%
Restauración colectiva	4,0%	2,9%	3,3%	+0,4	29,7%
Restauración comercial	0,0%	2,5%	2,4%	-0,1	14,6%
Total	100%	100%	100,0%	-	15,8%

4. Los principales actores

✓ El comercio electrónico

La cuota de mercado de las ventas en línea en las ventas totales de los productos biológicos pasó del 7,3% al 8,7% entre 2016 y 2018.

Facturación del comercio electrónico de productos orgánicos (millones de euros)



Fuente: Agencia francesa para el desarrollo y la promoción de la agricultura biológica (Agence bio)/ Elaboración: Cámara Franco-Española



4. Los principales actores

✓ Las cadenas generalistas

Las principales cadenas de retail tienen su marca de productos biológicos. Además, Carrefour decidió abrir su propia franquicia dedicada a este tipo de productos.



Franquicia: Carrefour Bio
Marca: Bio'optimismo



Marca propia Casino Bio
500 productos



Marca propia U bio



Marca Auchanbio (370 productos) comercializada en las tiendas generalistas Auchan



Marca Bio village 700 productos (80% franceses y 20% extranjeros)

4. Los principales actores

✓ Las cadenas especializadas



637 tiendas en Francia



360 tiendas

NATURALIA

Más de 200 tiendas en Francia y unas 10.000 referencias

Biomonde

200 tiendas en Francia



152 tiendas (124 en Francia, 16 en Italia, 7 en Bélgica y 5 en España)



4. Los principales actores

✓ Las cooperativas y los pure players

Coop. productoras

**UNI
VERT**
PREMIERE COOPERATIVE
BIO EQUITABLE
DE FRANCE


HÉRACLÈS

Norabio
Producteurs de nature


les **300**
& bio
300 LACTIERS UNIS EN COOPERATIVE

Coop. distribuidoras

Biomonde

Synadis
BIO

* les
nouveau
Robinson


Pure players

ParaNatura.Bio


Nos courses
BIO

kazidomi


AURORE
MARKET


greenw&wz

Etik' & Bio
Tierra verde - corpo sano !

LA
FOURCHÉ

5. Las certificaciones



CCI FRANCE ESPAGNE
CÁMARA FRANCO-ESPAÑOLA
La Chambre

5. Los principales actores

✓ Proceso de certificación y control

Sello principal

Sello de la UE (obligatorio)



Sellos opcionales



5. Los principales actores

✓ Proceso de certificación y control

Los doce organismos certificadores acreditados por el Instituto Nacional del Origen y de la Calidad (INAO) se encargan de la certificación.

Es la Dirección de la Competición, del consumo y de la represión del fraude (DGCCRF), que se encarga de los controles en los mercados.



5. Estrategía comercial



5. Estrategia comercial

✓ Canales de venta

1) Venta directa de productos

Mediante un equipo comercial propio, ubicado en España o Francia.

2) Venta mediante intermediarios

A través de agentes comerciales, distribuidores u otros.

Vender en Francia necesita:

- *Invertir dinero y dedicar tiempo*
- *Conocer las diferencias culturales y lingüísticas*
- *Perseverar y tener paciencia*

5. Estrategia comercial

Ventas mediante un intermediario

Productor

**Intermediario
(distribuidor o agente
comercial)**

Cliente final

5. Estrategia comercial

✓ Las ventajas del agente comercial

Por lo general suele cobrar una comisión sobre las ventas realizadas.

Cada vez más, los agentes comerciales se agrupan en agencias comerciales.



5. Estrategia comercial

✓ ¿Cómo encontrar un agente comercial?

- En algunos sectores existe una escasez de agentes comerciales.
- Publicar anuncios y buscar en diferentes plataformas (agentco.fr y LinkedIn Premium).
- Relacionarse con las asociaciones de agentes comerciales y participar en sus eventos (APAC y FNAC).
- La Cámara Franco-Española les puede ayudar a captar agentes comerciales.



5. Estrategia comercial



✓ **Salón Marjolaine**

- 10 días
- 550 expositores
- 75 talleres para descubrir otra forma de consumir
- 36 conferencias
- Presencia de varias asociaciones de protección de la naturaleza y de la agricultura biológica

El mercado biológico más grande de Francia

5. Estrategia comercial



Salón Marjolaine

**Alimentación, vinos y licores,
belleza y cosmética, bienestar y
salud, decoración y regalos, moda
y ética, muebles, jardinería, etc.**



5. Estrategia comercial

¿ Cómo funciona la gran distribución?

Centrales de compras europeas

Central nacional de compras

centrales de compras regionales

Integrados vs franquiciados

5. Estrategia comercial

✓ Mercado de Rungis

El mayor mercado de productos frescos del mundo



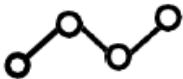
Una ubicación prestigiosa



Un centro único de competencias



Infraestructuras modernas y adaptadas



En el centro de una red excepcional



Una influencia nacional e internacional



El líder mundial de productos frescos



5. Estrategia comercial

✓ Rungis: sectores y cifras clave



5. Estrategia comercial

✓ Rungis: sectores y cifras clave



Las frutas y verduras representan el 70% de los productos del mercado de Rungis y generaron unos 3,7 mil millones de euros.

Distribución de los productos vendidos en Rungis

Categorías y número de productos	% número de productos del mercado	Cifra de negocios (miles de euros)
Frutas y verduras (1.208.608)	70%	3.695.167
Productos cárnicos (270.619)	16%	1.559.526
Productos catering y gastronomía (83.844) y productos lácteos (73.975)	9%	1.687.188
Productos del mar y de agua dulce (92.786)	5%	978.879

5. Estrategia comercial

✓ Las empresas de Rungis

Las empresas de Rungis (principalmente mayoristas e importadores pero también centrales de compra, productores, exportadores, etc.) tienen diferentes tipos de clientes: 227 trabajan con las grandes y medianas empresas, 194 con la restauración colectiva, 280 con la restauración comercial, 239 con el comercio minorista.

Ejemplos de centrales de compra



Una de las principales cadenas de gran distribución en Francia. 1.568 puntos de venta.

METRO

Mayorista para restauradores y comerciantes autónomos. 800.000 clientes y 4.000 proveedores.



Central para la restauración. Compra el equivalente de 220 millones de euros cada año.



Trabaja como proveedor de productos del mar para 500 tiendas Leclerc (la principal cadena retail del país).

5. Estrategia comercial

✓ Saint Charles International (Perpignan)

Saint Charles International es la 1ª plataforma de comercialización, transporte y logística de frutas y verduras en Europa.



Cifras clave

- 70 hectáreas
- 150 empresas
- 2.164 empleos directos
- 200.000 m² de almacenes climatizados
- 1.950 millones de € de volumen de negocio
- 1,76 millones de toneladas de frutas y verduras



5. Estrategia comercial

✓ Saint Charles International

Saint Charles International representa por sí sola, respectivamente, el 31% y el 24% de entradas y salidas de frutas y verduras (en valor) en el territorio nacional francés.



5. Estrategia comercial

✓ Saint Charles Internacional

España es de lejos el principal proveedor de Saint Charles Internacional (SCI).

Distribución del origen de las frutas y verduras en SCI



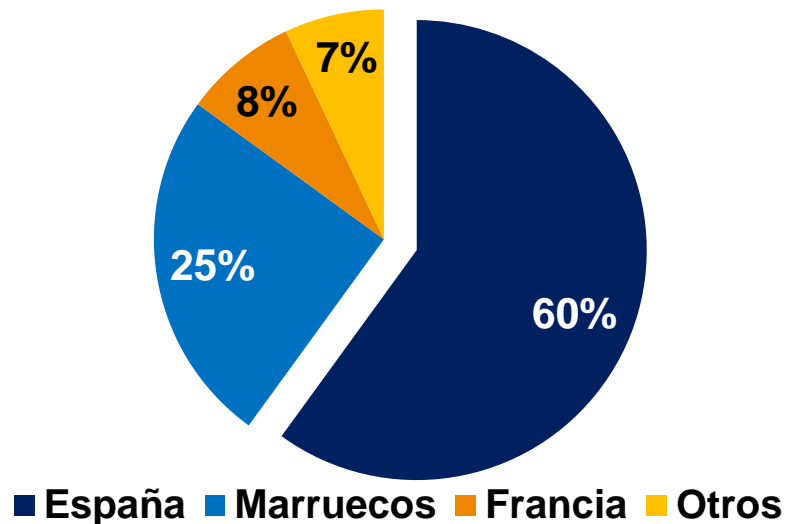
60% (971.459 toneladas)



25% (411.565 toneladas)



8% (132.922 toneladas)



5. Estrategia comercial

✓ Las empresas de SCI

Saint Charles International cuenta con 134 empresas de las cuales 63 pertenecen a la categoría importadores/ exportadores.

Ejemplos de importadores-exportadores



Alpropim. Importación y exportación de productos de América Latina y de los países mediterráneos.



Especializado en la producción y importación de España y de Marruecos, en el almacenamiento y la venta a Francia.



Anecoop. Cooperativa valenciana

Gracias por su atención

Sebastián Álvarez, Responsable Dept
Estudios e Implantaciones
(salvarez@lachambre.es)

Sandrine Gil, Responsable Delegación
Valencia (sgil@lachambre.es)

Geli Villaescusa, consultora
(gvillaescusa@lachambre.es)



CCI FRANCE ESPAGNE
CÁMARA FRANCO-ESPAÑOLA
La Chambre

Phare, plouzané, France