

PMP

Estudio de Mercado de Frutas rojas congeladas en Francia

2014

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Francia - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Códigos y glosas arancelarias SACH objeto del estudio	4
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.	5
3. Análisis FODA.....	5
III. Acceso al Mercado	6
1. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	6
2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	7
3. Impuestos.....	9
4. Regulaciones y normativas de importación	9
4.1. Trámites aduaneros.....	10
4.2. Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal.....	10
5. Etiquetados requeridos para ingreso al país.....	11
5.1. Etiquetado de productos alimenticios	11
5.2. Normas del codex alimentarius para frutas rojas congeladas	12
5.3. Ejemplos de etiquetados de productos:	13
6. Certificaciones	16
IV. Potencial del Mercado	17
1. Producción local y consumo	17
1.1. Producción francesa:	17
Algunas cifras esenciales sobre el sector de las frutas y hortalizas procesadas:.....	17
1.2. Formas de utilización de las frutas rojas:.....	18
1.3. Ejemplos de consumo	19
1.4. Estacionalidad de consumo	20
2. Importaciones.....	21
V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado	25
1. Diagrama de flujo.....	25
2. Estrategia y política de diferenciación.....	26
3. Distribución Online	27
VI. Consumidor y tendencias	29
VII. Benchmarking y Tendencias	29
1. Competidores	29
2. Atributos de diferenciación de productos en el mercado	30
3. Tendencias.....	30

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	31
IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ..	32
X. Fuentes de información relevantes.....	33
1. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros	33
XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto	35

II. RESUMEN EJECUTIVO

1. Códigos y glosas arancelarias SACH objeto del estudio

0811: Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

Descripción del Producto:

Código	GLOSA
08111000	Frutillas (fresas)* sin cocer o cocidas en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congeladas
08111090	Las demás Frutillas (fresas)* sin cocer o cocidas en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congeladas
08112010	Moras sin cocer o cocidas en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congeladas
08112011	Moras orgánicas, sin cocer o cocidas en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congeladas
08112019	Las demás Moras sin cocer o cocidas en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congeladas
08112020	Frambuesas sin cocer o cocidas en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congeladas
08112021	Frambuesas orgánicas sin cocer o cocidas en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congeladas
08112029	Las demás Frambuesas sin cocer o cocidas en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congeladas
08112090	Las demás zarzamoras, moras-frambuesas y grosellas, sin cocer o cocidas en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congeladas
08119010	Arándanos sin cocer o cocidos en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congelados
08119019	Los demás arándanos sin cocer o cocidos en agua o vapor, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, congelados

Fuente: Banco Central de Chile

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

Francia es una de las potencias agroalimentarias más importante del mundo y un gran consumidor de materias primas dirigidas a la industria agroalimentaria. Chile ya está bien posicionado en este mercado.

- Industria agroalimentaria, sobre todo para la repostería, confitería o pastelería
- Supermercados especializados en productos congelados
- Súper alimentos por las características anti-oxidantes de los frutos rojos
- Gran oportunidad para productos orgánicos

3. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
Estrategia <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar las certificaciones orgánicas • Contribuir a las inversiones en Chile en este subsector 		<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad y sanos • Proveedor confiable 	<ul style="list-style-type: none"> • Distancia geográfica de Chile • Prioriza mercados asiáticos y americano
Factores Externos	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Francia es un mercado conocido y estable 	<ul style="list-style-type: none"> • Fidelizar sus clientes y desarrollar compromisos comerciales a largo plazo 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversificar mercado manteniendo un volumen de exportación significativo en Europa
	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia al consumo de productos con certificaciones orgánicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener certificaciones para desmarcarse de sus competidores • Evaluar desarrollo y posicionamiento de marca Chile para frutos rojos 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovar en los mercados históricos y estables como Francia

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

08111000	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
<u>08111011</u>	Frutillas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso
<u>08111019</u>	Frutillas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso <= 13% en peso
<u>08111090</u>	Frutillas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante
<u>08112011</u>	Frambuesas, Zarzamoras, Moras, Moras-Frambuesa y Grosellas congeladas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso
<u>08112019</u>	Frambuesas, Zarzamoras, Moras, Moras-Frambuesa Y Grosellas congeladas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante <= 13% en peso
<u>08112031</u>	Frambuesas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante
<u>08112039</u>	Grosellas negras , sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante
<u>08112051</u>	Grosellas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante
<u>08112059</u>	Zarzamoras, Moras, Moras-Frambuesa, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante
<u>08112090</u>	Otras grosellas (otras que negras o rojas), sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
<u>08119050</u>	Arándanos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

08119070 Arándanos 'Vaccinium myrtilloides' y 'Vaccinium angustifolium', sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

Fuente: Le Kioque de Bercy

2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

- Arancel general: 14%
- Arancel preferencial para el producto chileno:

Arancel preferencial producto chileno		
08111011	Frutillas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso	0%
08112011	Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas congeladas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso	17.30 % + 8.40 EUR / 100 kg
08112031	Frambuesas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante	0%
08112039	Grosellas negras, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante	0%
08112051	Grosellas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante	0%
08112059	Zarzamoras, Moras, Moras-Frambuesa, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante	0%
08119050	Arándanos sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	0%
08119070	Arándanos 'Vaccinium myrtilloides' y 'Vaccinium angustifolium', sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	0%

- Otros países con ventajas arancelarias

08111011	Frutillas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso	
PAISES CON PREFERENCIA ARANCELARIA		
Arancel 0%		
Andorra	Jordania	
Albania	Corea del Sur	
Bosnia-Herzegovina	Moldavia	
América Central	Montenegro	
CARIFORUM, excepto Haití	Méjico	
Camerún	Papua Nueva Guinea	
Colombia	Turquía	
Egipto	Kosovo	
Acuerdos de Asociación Económica	Serbia	

Estados de África Oriental y Meridional	Suráfrica
Fiji	Libano
Georgia	Grupo LOMB
Israel	Marruecos
Islandia	Macedonia, Antigua-República Yugoslava
Perú	Territorio Palestino ocupado
San Marino	Grupo SGPA
Grupo SPG	Ucrania
Serbia	África del Sur

Fuente: www.ec.europa.eu/taxation_customs - TARIC

8112011	Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas congeladas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso
PAISES CON PREFERENCIA ARANCELARIA Arancel 0%	
Andorra	Jordania
Albania	Corea del Sur
Bosnia-Herzegovina	Moldavia
América Central	Montenegro
CARIFORUM, excepto Haití	Méjico
Camerún	Papua Nueva Guinea
Colombia	Turquía
Egipto	África del Sur
Acuerdos de Asociación Económica	Serbia
Estados de África Oriental y Meridional	Suráfrica
Fiji	Líbano
Georgia	Grupo LOMB
Israel	Marruecos
Islandia	Macedonia, Antigua-República Yugoslava
Perú	Territorio Palestino ocupado
San Marino	Grupo SGPA
Grupo SPG	Ucrania

Fuente: www.ec.europa.eu/taxation_customs - TARIC

8119070	Arándanos 'Vaccinium myrtilloides' y 'Vaccinium angustifolium', sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
8119050	Frutos del Vaccinium myrtillus (arándanos, mirtilos), sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
8112051	Grosellas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante

8112059	Zarzamoras, moras, moras-frambuesas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante
8112039	Grosellas negras, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante
8112031	Frambuesas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante
PAISES CON PREFERENCIA ARANCELARIA.	
Arancel 0%	
Andorra	Jordania
Albania	Corea del Sur
Bosnia-Herzegovina	Moldavia
América Central	Montenegro
CARIFORUM, excepto Haití	Méjico
Camerún	Papua Nueva Guinea
Colombia	Turquía
Egipto	Kosovo
Acuerdos de Asociación Económica	Serbia
Estados de Africa Oriental y Meridional	Suráfrica
Fiji	Líbano
Georgia	Grupo LOMB
Israel	Marruecos
Islandia	Macedonia, Antigua-República Yugoslava
Perú	Territorio Palestino ocupado
San Marino	Grupo SGPA
Grupo SPG	Ucrania
Serbia	Africa del Sur

Fuente: www.ec.europa.eu/taxation_customs - TARIC

3. Impuestos

Los productos alimenticios están sometidos al IVA de un 5,5%.

4. Regulaciones y normativas de importación

Las importaciones a Europa están sometidas a varias reglas:

4.1. Trámites aduaneros

Los productos importados en el territorio aduanero comunitario deben ir acompañados de una declaración sumaria que se presenta a las autoridades aduaneras del lugar donde deban descargarse. La asignación de las mercancías a cualquier destino aduanero se efectúa por medio del Documento único Administrativo (DUA), formulario común a todos los Estados miembros de la UE con arreglo al Código Aduanero Comunitario y al Reglamento (CEE) nº 2454/93.

Todos los procedimientos de importación de la UE están detallados en el siguiente link: [trade export helpdesk](#)

4.2. Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal

Los países de la Unión Europea tienen un procedimiento para evaluar la admisibilidad de productos alimenticios. Todos los productos congelados deben cumplir con los siguientes requisitos:

- a) La Autoridad chilena debe presentar una solicitud formal a la Dirección General de Sanidad y protección de los consumidores de la Unión Europea;
- b) La Dirección General de Sanidad y protección del consumidor envía un cuestionario con preguntas;
- c) Luego de evaluar la documentación, la Oficina Alimentaria puede realizar una inspección;
- d) Luego de la evaluación, la Dirección general de sanidad y protección del consumidor propone incluir al país en la lista con las condiciones requeridas;
- e) Todo tipo de exportación de productos alimenticio debe estar acompañada de un certificado de salud de la autoridad que corresponde;
- f) Control de sanidad: a la llegada, los productos y los certificados de acompañamiento, estos son verificados y comprobados por los funcionarios competentes (EU);
- g) El importador o su representante legal debe solicitar una inspección sanitaria de la mercancía importada;

Después de la verificación del documento, se verifica la identidad del producto y pasa a la inspección física que puede conducir a tomar una muestra para un análisis.

El producto puede entrar solo si los resultados del análisis son favorables.

Los productos comercializados en la Unión Europea (UE) están sujetos a las normas generales de etiquetado para los productos alimenticios y a las menciones obligatorias de etiquetado para los productos congelados.

Fuente: www.ec.europa.eu/dgs/health_consumer (disponible en inglés)

5. Etiquetados requeridos para ingreso al país

5.1. Etiquetado de productos alimenticios

Los productos comercializados en la Unión Europea (UE) están sujetos a las normas generales de etiquetado para los productos alimenticios y a las menciones obligatorias de etiquetado para los productos congelados.

En términos generales, las etiquetas deben contener como mínimo: origen, contenido, composición, utilización segura, precauciones especiales e informaciones específicas de los diferentes productos. Para ser comercializados en Francia la etiqueta debe estar escrita en francés, y del mismo modo se recomienda que también se incluya al menos otros idiomas.

(Fuente: www.exporthelp.europa.eu disponible en español)

La directiva [2000/13/CE](#) del Parlamento Europeo regula la implementación de normas de etiquetado, presentación y publicidad de los productos. Una guía detallada de las normativas de etiquetado está disponible en la [Síntesis Legislativa de la Unión Europea](#). En esta guía se encuentran informaciones relativas a los productos alimenticios.

Se deben observar las principales reglas:

- a) La etiqueta debe mostrar una variedad de información que informe objetivamente al consumidor en idioma francés.
- b) el etiquetado debe ser justo, claro y no debe inducir al consumidor en error:
 - la denominación de venta que define el producto.
 - la composición del producto con la lista de ingredientes utilizados en orden de importancia (incluidos los aditivos y aromas).
 - la cantidad neta del producto en volumen (producto líquido) o masa (otros productos). Si el producto se presenta en un líquido, la indicación del peso neto escurrido.
 - condiciones de conservación y utilización del producto.
 - el origen del producto.
 - Fecha de consumo para productos perecederos: el plazo límite de consumo Plazo **"a consumir hasta ... "** o para los productos de conservación : Fecha límite de utilización y consumo óptimo: **"utilizar o consumir de preferencia hasta el... / antes del ... "** . Estas menciones deben figurar de manera formal
 - la identificación del fabricante: nombre, dirección. Si el embalaje fue proporcionado por un proveedor, indicar información del centro de embalaje.
 - el número de lote de producción para fines de trazabilidad. Esta referencia es obligatoria desde el año 2005.

- c) Indicaciones o expresiones reglamentarias:
- para productos "**orgánicos**" de la agricultura ecológica se requiere obligatoriamente una certificación por un organismo regulador.
 - para los productos "**hecho en casa**" o "**casero**" sólo si el producto no está preparado industrialmente.
 - para los productos "**naturales**", productos no transformado, sin procesar, tal como se encuentra en la naturaleza.

Existen también normas específicas para los productos alimenticios a granel

Estos productos se presentan a la venta a granel, sin embalaje y se emban según el pedido del cliente (frutas y verduras frescas, pan, etc...) Un cartel tiene que estar cerca del producto con las siguientes informaciones:

- la denominación de venta
- el estado físico del producto (ex. descongelado)
- precio de venta (ex. a la pieza o por kg)

Fuente: <http://www.economie.gouv.fr/dqccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Etiquetage-des-denrees-alimentaires>

5.2. Normas del codex alimentarius para frutas rojas congeladas¹

a) Fresas congeladas (CODEX STAN 52-1981)

Esta norma se aplica a las fresas sólo congeladas no al producto cuando se indica que es destinado a una ulterior elaboración o para otros fines industriales. Esta normativa rige la definición, las diferentes presentaciones del producto, la clasificación del tamaño y los factores esenciales de composición y calidad que las fresas congeladas deben presentar.

Fuente: www.codexalimentarius.org/input/download/standards/.../CXS_052f.pdf

b) Frambuesas congeladas (CODEX STAN 69-1981)

Esta norma define los mismos aspectos que los de las fresas congeladas.

Fuente: www.codexalimentarius.org/input/.../CXS_069s.pdf

c) Arándanos congelados (CODEX STAN 76-1981)

Fuente: www.codexalimentarius.org/input/.../CXS_076s.pdf

¹ <http://www.codexalimentarius.org/about-codex/que-es-el-codex/es/>

d) Las demás frutas rojas

Para las otras frutas rojas (moras, grosellas, zarzamoras) no existe norma específica.

Se recomienda consultar también el código internacional de prácticas referente a la elaboración y manipulación de los alimentos congelados rápidamente (CAC/RCP 8-1976).

Fuente: El codex alimentarius: www.codexalimentarius.net disponible en español

5.3. Ejemplos de etiquetados de productos:

- Monoprix - <http://www.monoprix.fr/>





Frambuesas enteras congeladas – paquete de 600 gr

Origen Francia – precio: 5 euros – 8.33 euros / 1 kg

6. Certificaciones²

En Francia existe un real potencial para los productos orgánicos. Estos productos requieren programación de las culturas, lo que implica una preparación en colaboración con los potenciales productores y exportadores antes de la temporada.

Las frutas y verduras orgánicas tienen que respetar las reglas básicas de frutas y verduras. En cuanto a la agricultura orgánica, las regulaciones definen reglas estrictas:

- principios de la producción , preparación y de importación
- listas positivas de productos utilizables (fertilización , el tratamiento , la transformación ...)
- definición de prácticas agrícolas ,
- principios de control, de certificación, de sanción y de etiquetado.

Este reglamento orgánico rige a varios niveles:

- a nivel mundial , que se define por el Codex Alimentarius
- a nivel europeo, que se define en la Directiva Europea CE nº 834/2007.

La Directiva Europea CE Nº 834/2007 se complementa con directivas de aplicación, en particular con la Directiva Europea 889/2008. Se mantienen los principios básicos de la agricultura orgánica: prohibición de productos químicos de síntesis, los OGM y tratamientos ionizantes. La gestión sostenible y el respeto por la biodiversidad: la rotación de cultivos, el control biológico, el bienestar animal...

Los organismos como Ecocert SA³ o Agence Bio⁴ son unos de los organismos de referencias de control y certificación que promueven respectivamente la marca “Ecocert” y la marca “AB” (Agricultura Orgánica)



² http://www.interfelbio.com/bio/bio_reglementation.asp#cadre

³ <http://www.ecocert.fr/>

⁴ <http://www.agencebio.org/>

IV. Potencial del Mercado

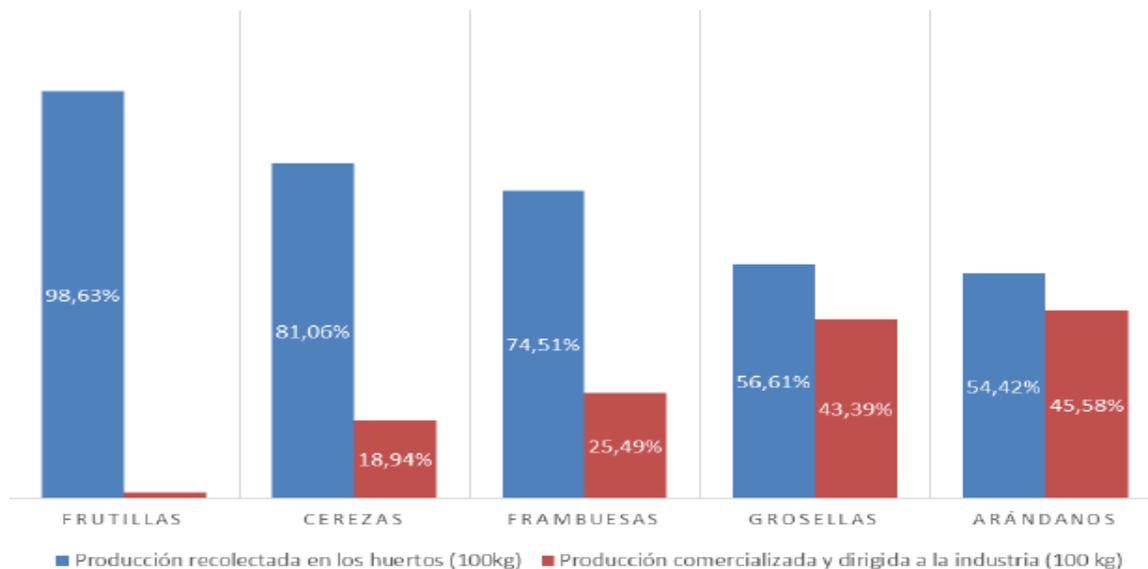
1. Producción local y consumo

1.1. Producción francesa:

Algunas cifras esenciales sobre el sector de las frutas y hortalizas procesadas⁵:

- En Francia hay 19 organizaciones de productores y transformadores
- 28 plantas de producción
- 240 millones de euros de facturación
- 639 millones de euros de exportaciones
- 69 400 hectáreas plantadas
- 819 000 toneladas de frutas y verduras congeladas
- Más de 379 000 toneladas de frutas y verduras congeladas

Proporción de la Producción total de frutas rojas destinada a la industria agroalimentaria y en fresco 2013⁶



⁵ <http://www.franceagrimer.fr/>

⁶ www.ctifl.fr/

Francia es una de las potencias agroalimenticia más importante en el mundo y un gran consumidor de materias primas dirigidas a la industria. Francia produce importantes cantidades de frutas rojas frescas destinadas al consumo local y a la exportación. Importa la mayor parte de las frutas rojas congeladas para abastecer su industria.

El consumo de vegetales procesados (frutas o verduras) en hogar, según el Grupo consumidores Kantar worldpanel⁷:

- baja de un 1.2% en volumen en 2013 vs 2012.
- el 82 % de las compras se refieren a enlatados y 18% congelados.
- las compras de conservas de futas y hortalizas cayeron de un 1,7% en volumen vs 2012, a diferencia de congelados que aumentaron de un 1,3% vs 2012.

1.2. Formas de utilización de las frutas rojas:

Las tendencias de consumo de los hogares son desfavorables para los productos frescos en general. Las frutas y las verduras no son una excepción a esta tendencia y es a favor de las frutas y verduras congeladas.

La mayor parte de las frutas rojas se consumen de las siguientes formas:

- Frutas en conserva
- Compotas
- Mermeladas
- Jalea
- Postres de frutas
- Productos alimenticios intermediarios
- Tortas, pasteles
- Otros productos a base de frutas rojas

⁷ <http://www.kantarworldpanel.com/fr/>

1.3. Ejemplos de consumo

Las frutas rojas se utilizan principalmente como ingredientes o como adorno para pasteles y tortas.

 <p>MACARON AUX FRAMBOISES Mousse à la vanille, Douceur macaron aux framboises, Framboises 7 pièces Pâtisserie surgelée 8 parts - Poids net 550 g Pâtisserie picard</p>	 <p>Prêt en 2 min ! Délice d'un instant Crumble aux fruits rouges CUIIT - SURGELÉ</p>
<p>Macaron Frambuesas – 8.95€ torta de 560gr Marca <u>Picard Surgelés</u></p>	<p>Crumble frutas rojas – 1.65€ para 170g Marca <u>Picard Surgelés</u></p>

Helados y postres helados

 <p>picard Gourmand CRÈME GLACÉE NOUGAT Sauce aux fruits rouges Eclats de pistache 900ml - 530g</p>	 <p>Bûche glacée fraise-verveine fruits rouges 8 parts - Volume - 200 ml</p>
<p>Helado turrón salsa de frutas rojas y copos de pistacho – 3.50€ los 900ml – 3.88€/L Marca <u>Picard Surgelés</u></p>	<p>Buche frutas rojas – 14€ para 180g – 17.50€/L Marca <u>Picard Surgelés</u></p>

Purés, crema líquida de frutas rojas, ensaladas de frutas rojas

	
<p>Ensalada de frutas rojas – 600g a 5€ Marca Thieret surgelés</p>	<p>Crema líquido a la Frambuesa 300g a 3.50€ - Marca Thieret Surgelés</p>

1.4. Estacionalidad de consumo

En Francia no existe temporada de mayor consumo de este tipo de productos. Pero las frutas rojas congeladas tienen más visibilidad en invierno, sobre todo durante las fiestas de fin de año durante las cuales se suele consumir un postre helado o en pastel con crema llamado “Bûche de Noël”. En estos casos las frutas rojas forman parte de la preparación o se presentan como adorno comestible encima del pastel o del helado. En verano se consume más frutas rojas frescas.

2. Importaciones⁸

2.1. 08111011: Frutillas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso

PAÍSES	2012			2013			12 últimos meses octubre 2013 - septiembre 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
HOLANDA	2886	1313	51,45	2386	1218	30,29	2660	1515	35,11
ESPAÑA	37	47	0,66	1245	715	15,81	2047	1661	27,02
POLONIA	1827	993	32,57	1659	1030	21,06	1546	1144	20,41
COLOMBIA	0	0	0,00	1871	373	23,75	1086	259	14,33
REINO UNIDO	260	66	4,64	341	56	4,33	3	0	0,04
EGIPTO	208	193	3,71	0	0	0,00	0	0	0,00
TUNISIA	149	121	2,66	0	0	0,00	0	0	0,00
OTROS PAISES	242	250	4,31	375	35	4,76	234	123	3,09
TOTAL	5609	2983	100	7877	3427	100	7576	4702	100

2.2. 08112011: Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas congeladas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso

PAISES	2012			2013			12 últimos meses octubre 2013 - septiembre 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
PORTUGAL	0	0	0,00	78	6	3,92	563	74	24,19
HOLANDA	867	168	73,79	1659	225	83,37	463	64	19,90
ESPAÑA	11	2	0,94	11	1	0,55	436	81	18,74
BELGICA	16	4	1,36	53	47	2,66	346	80	14,87
CHIPRE	0	0	0,00	0	0	0,00	179	82	7,69
OTROS	23	9	1,96	41	13	2,06	150	16	6,45
POLONIA	229	166	19,49	5	3	0,25	146	82	6,27
ALEMANIA	18	2	1,53	51	4	2,56	30	3	1,29
SERBIA	0	0	0,00	87	40	4,37	0	0	0,00

⁸ <http://lekiosque.finances.gouv.fr/>

OTROS PAIS	11	2	0,94	5	3	0,25	14	2	0,60
Total	1175	353	100	1990	342	100	2327	484	100

Chile no forma parte de los principales proveedores de Francia frutas rojas congeladas con adición de azúcar.

2.3. 08112031: Frambuesas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante

PAISES	2012			2013			12 últimos meses octubre 2013 - septiembre 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
SERBIA	29897	16901	50,01	38117	16394	48,75	40069	16410	49,43
BELGICA	5791	2594	9,69	8501	3159	10,87	10825	3785	13,35
POLONIA	6232	4745	10,42	8403	5141	10,75	9727	4981	12,00
CHILE	7420	3587	12,41	8833	3983	11,30	6419	2446	7,92
BULGARIA	1992	664	3,33	2912	887	3,72	4302	1342	5,31
CHIPRE	2730	1523	4,57	4621	1960	5,91	4237	1737	5,23
HOLANDA	1340	637	2,24	1698	768	2,17	1258	540	1,55
OTROS	1176	473	1,97	1223	443	1,56	1190	392	1,47
ALEMANIA	1385	863	2,32	1967	1159	2,52	699	286	0,86
OTROS PAISES	1822	1002	3,05	1912	946	2,45	2341	975	2,89
TOTAL	59785	32989	100	78187	34840	100	81067	32894	100

En este cuadro notamos que Chile era el 2do proveedor de Francia en 2012, sus exportaciones en frambuesas disminuyeron a favor de las importaciones serbas que ocupa el primer lugar como proveedor de Francia en 2013 y 2014, dejando a Chile rango 4 durante estos dos años consecutivos.

2.4. 08112039: Grosellas negras, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante

PAISES	2012			2013			12 últimos meses octubre 2013 - septiembre 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
POLONIA	799	624	41,23	951	872	62,65	820	910	63,13
BELGICA	508	331	26,21	137	110	9,03	146	142	11,24
HOLANDA	384	173	19,81	165	116	10,87	103	80	7,93
ITALIA	61	130	3,15	88	186	5,80	75	161	5,77
ALEMANIA	88	61	4,54	27	27	1,78	68	59	5,23
SERBIA	10	5	0,52	19	11	1,25	40	21	3,08
SUECIA	0	0	0,00	30	11	1,98	34	12	2,62
HUNGRIA	43	23	2,22	25	15	1,65	12	7	0,92
DINAMARCA	0	0	0,00	27	23	1,78	0	0	0,00
GRECIA	0	0	0,00	39	42	2,57	0	0	0,00
OTROS PAISES	45	19	2,32	10	6	0,66	1	0	0,08

TOTAL	1938	1366	100	1518	1419	100	1299	1392	100
-------	------	------	-----	------	------	-----	------	------	-----

En este cuadro no aparecen las importaciones francesas desde Chile.

2.5. 08112051: Grosellas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante

PAISES	2012			2013			12 últimos meses octubre 2013 - septiembre 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
BELGICA	1412	648	68,64	1405	671	54,48	1522	756	53,33
POLONIA	503	482	24,45	623	661	24,16	764	783	26,77
HOLANDA	69	41	3,35	378	202	14,66	257	136	9,00
SERBIA	10	9	0,49	132	66	5,12	236	107	8,27
OTROS PAISES	63	45	3,06	41	33	1,59	75	62	2,63
TOTAL	2057	1225	100	2579	1633	100	2854	1844	100

2.6. 08112059: Zarzamoras, Moras, Moras-Frambuesa, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante

PAISES	2012			2013			12 últimos meses octubre 2013 - septiembre 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
SERBIA	3640	1857	33,76	3660	1708	32,89	3487	1833	35,35
CHILE	4534	1938	42,06	3684	1590	33,11	2826	1300	28,65
MEXICO	0	0	0,00	79	42	0,71	629	340	6,38
HOLANDA	97	44	0,90	445	158	4,00	605	226	6,13
PORTUGAL	400	165	3,71	332	134	2,98	474	196	4,81
ITALIA	192	99	1,78	1157	492	10,40	458	234	4,64
ESPAÑA	196	23	1,82	263	25	2,36	343	34	3,48
CHIPRE	248	101	2,30	271	117	2,44	320	109	3,24
BELGICA	594	280	5,51	425	178	3,82	216	86	2,19
POLONIA	354	147	3,28	149	51	1,34	128	55	1,30
AUSTRIA	134	70	1,24	0	0	0,00	97	60	0,98
BOSNIA-HERZEGOVINA	60	20	0,56	182	68	1,64	86	34	0,87
INGLATERRA	1	0	0	166	55	1	44	18	0,45
OTROS PAISES	331	169	3,07	314	113	2,82	151	77	1,53
TOTAL	10781	4913	100	11127	4731	100	9864	4602	100

En este cuadro se destaca la 2da plaza para Chile, a pesar de que esos 3 últimos años su participación en las importaciones francesas esté disminuyendo.

2.7. 08119050: Arándanos sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

PAISES	2012			2013			12 últimos meses octubre 2013 - septiembre 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
CANADA	4542	1505	26,03	5039	1785	25,32	3343	1168	20,70
POLONIA	2839	902	16,27	2748	1056	13,81	2189	973	13,56
BELGICA	1878	582	10,76	1424	434	7,16	1793	543	11,10
HOLANDA	869	266	4,98	1772	513	8,91	1571	510	9,73
UCRANIA	1885	579	10,80	2524	908	12,68	1513	548	9,37
SERBIA	1722	454	9,87	1461	452	7,34	1361	440	8,43
RUSIA	1099	312	6,30	1679	450	8,44	1298	284	8,04
CHIPRE	233	68	1,34	627	163	3,15	631	227	3,91
LITUANIA	541	155	3,10	870	286	4,37	570	193	3,53
BELARRUSIA	175	57	1,00	726	274	3,65	532	204	3,29
PORTUGAL	0	0	0,00	0	0	0,00	367	89	2,27
ALEMANIA	344	77	1,97	189	54	0,95	334	128	2,07
MARRUECOS	196	130	1	88	54	0	84	56	0,52
ESTONIA	132	40	1	209	68	1	76	27	0,47
CHILE	444	158	3	30	13	0	59	28	0,37
OTROS PAISES	552	148	3,16	512	236	2,57	425	151	2,63
TOTAL	17451	5433	100	19898	6746	100	16146	5569	100

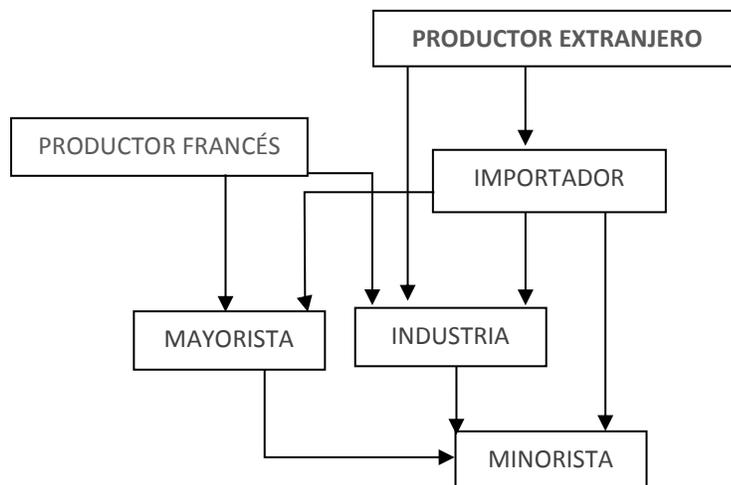
2.8. Glosa 08119070: Arándanos 'Vaccinium myrtilloides' y 'Vaccinium angustifolium', sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

PAISES	2012			2013			12 últimos meses octubre 2013 - septiembre 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
CANADA	7668	2619	96,07	8152	2694	95,49	6500	2224	90,34
HOLANDA	0	0	0,00	2	1	0,02	272	92	3,78
ALEMANIA	41	19	0,51	4	2	0,05	141	59	1,96
OTROS PAISES	273	78	3,42	379	131	4,44	282	92	3,92
TOTAL	7982	2716	100	8537	2828	100	7195	2467	100

Se aprecia que Chile es uno de los principales proveedores de frambuesas, zarzamoras y arándanos, detrás de Serbia que, desde algunos años, se ha vuelto un proveedor muy competitivo para Francia. Chile no aparece como principal proveedor para las frutillas, grosellas negras, arándanos.

V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado

1. Diagrama de flujo



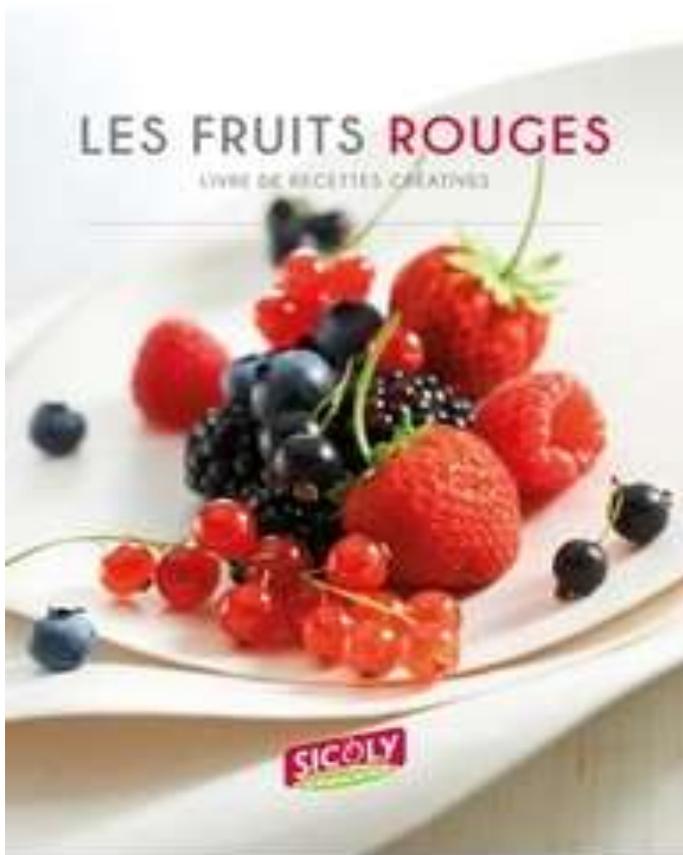
La mayor parte de las frutas rojas provenientes de Chile es destinada a la industria agroalimentaria y a importadores que venden a canales de distribución tradicional (supermercados) y especializados (PICARD) y a mayorista que proveen el canal HORECA. Se encuentra una variedad interesante de ofertas en la distribución al por menor: desde la compra de las clásicas frutas rojas congeladas a las más elaboradas e innovadoras, como tortas, pasteles, helados, purés de frutas rojas en hipermercados y tiendas especializadas: en supermercados, tiendas especializadas en venta de productos congelados.

2. Estrategia y política de diferenciación

No existen campañas estratégicas ni política de diferenciación para las frutas rojas congeladas. Las marcas propias proponen el mismo tipo de productos:

- Coctel de frutas rojas
- Frutas rojas enteras
- Trozos de frutas rojas
- Frutas rojas convencionales u orgánicas

Algunos productores e importadores realizan campañas de promoción para las frutas rojas:

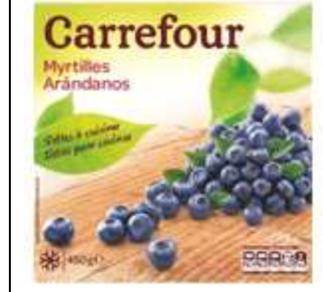


Empresa Sicolý: “libro de rectas en base solo a frutas rojas”

3. Distribución Online

Varios grupos de distribución tienen tiendas en línea como:

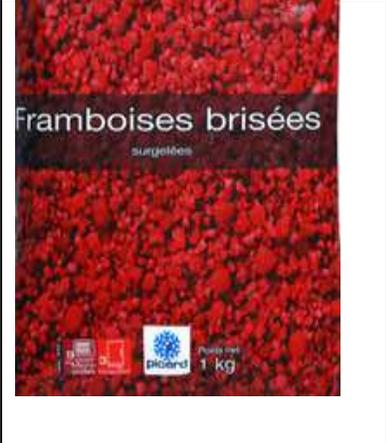
- CARREFOUR - <http://www.ooshop.com/>

		
<p>Paquete de 450gr a 3.71€ 8.24€/kg - Mezcla de Frutas rojas-Origen Bélgica</p>	<p>Paquete de 450gr a 3.82€ 8.49€/ kg - Frambuesas Origen Bélgica</p>	<p>Paquete de 450 gr a 4.65€ 10.33€/ kg - Arándanos Origen Francia</p>

- AUCHAN - <http://www.auchandirect.fr/>

		
<p>Paquete de 450gr a 3.09€ 6.87€/kg - Mezcla de Frutas exóticas</p>	<p>Paquete de 450gr a 3.66€ 8.13€/kg - Fresas enteras</p>	<p>Paquete de 450gr a 2.74€ 6.09€/kg - Mescla de Frutas rojas</p>

- PICARD - <http://www.picard.fr/>

		
<p>Paquete de 1kg a 6.75€ - Frambuesas – Origen Chile</p>	<p>Paquete de 450gr a 5.30€ 11.77€/kg - Coctel de frutas rojas orgánicas Origen Polonia y Bulgaria</p>	<p>Paquete de 1kg a 5.95€ - Frambuesas cortadas Origen Chile</p>
		
<p>Paquete de 450 gr a 3.80€ 8.44€/ kg - Coctel de frutas rojas Origen Bélgica</p>	<p>Paquete de 450 gr a 6.60€ 14.66€/ kg – Frambuesas enteras orgánicas Origen Bulgaria</p>	<p>Paquete de 600gr a 4.60€ 7.66€/kg – Cerezas enteras sin cuesco</p>

VI. Consumidor y tendencias

Según un estudio realizado por la ANIA⁹, existen varias tendencias alimenticias que han evolucionado y se han modificado con el tiempo.

Como lo pudimos ver existe una oferta alimenticia muy diversificada e individualizada para el consumidor final.

El consumidor francés se preocupa por su salud y busca asociar los aspectos siguientes:

- Alimentación → Salud: en este caso las frutas rojas son asociados a “superfrutas” y antioxidantes.
- Alimentación → Placer: las frutas rojas es un producto que le gusta al consumidor francés, es considerado como un producto que se consume en ocasiones especiales.
- Alimentación → conciencia ecológica: en este caso se consumirán productos orgánicos

Las tendencias:

- Democratización de los productos orgánicos. El consumidor francés es muy sensible a los productos con certificaciones porque les garantiza la calidad y trazabilidad del producto.
- Importancia otorgada a los productos locales, cabe recalcar que el origen del producto no impulsa al consumidor a comprar tal o tal producto.

VII. Benchmarking y Tendencias

1. Competidores

Chile tiene como competidores principales

- **Serbia**

Serbia lidera más de la mitad de las importaciones francesas en frambuesas desde ya unos 4 años y está poco a poco invadiendo los demás mercados europeos. La razón de este liderazgo son los precios competitivos, la calidad y la proximidad. Algunos productores que exportan e importan han invertido en Serbia.

⁹ www.ania.net

Es el caso de dos grandes grupos franceses :

- **Roger Descours** : <http://www.descours.fr/upload/medias/PDF-ACTUS/Article-Frucom-Food-Le-Monde-du-Surgele-Avril-2014.pdf>
Este grupo tiene también filial en Chile: <http://www.descours.fr/la-primavera.html>
- **Sicol**: http://www.sicol.fr/data/classes/revuepresse/rdp_18_coupure.pdf

- **Polonia y Bulgaria**

Estos dos países han logrado desarrollar sus empresas en términos de transformación, calidad y trazabilidad de sus productos.

2. Atributos de diferenciación de productos en el mercado

El gobierno francés menciona algunas certificaciones para elegir un producto de calidad.¹⁰

- El **“Label Rouge”**: esta certificación pone de hincapié la calidad del producto cuyos procesos de elaboración han de respetar el medio ambiente. Algunas frutas tienen este sello.
- **Los logos bio AB¹¹** (europeo y AB) indican que los productos son 100% orgánicos y contienen al menos un 95 % de productos agrícolas orgánicos en el caso de los productos transformados, los 5% está expresamente autorizado a no ser orgánico.

3. Tendencias

El sector de las frutas rojas se caracteriza por varias tendencias:

- **La segmentación del mercado** con diferenciación de las gamas según las utilidades.
- **Frutas rojas orgánicas**. Para las cuales se requiere obligatoriamente una certificación.
- **Frutas rojas frescas**. Hay una vuelta hacia la sencillez y simplicidad del producto por parte de los fabricantes. El consumidor desea consumir saludable y natural.
- **Respeto del medio ambiente**.
- **Alimentación saludable: antioxidantes**

¹⁰<http://www.agencebio.org/la-marque-ab>

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

- **Sicolý** - www.sicolý.fr

Es una cooperativa agrícola que pertenece a 150 productores independientes. Durante algunos años importaron frutas rojas congeladas de Chile, sobre todo la frambuesa que se destinaba a la industria alimenticia. Son muy exigentes con la calidad del producto que importan y necesitan que los proveedores cumplan acuciosamente los términos de referencia y una buena trazabilidad del producto. El precio es primordial al importar. Sicolý tiene muy buena imagen de Chile que considera como un proveedor confiable y con muy buenos productos.

El mayor problema de Chile y por el que la empresa decidió cambiar de origen es el precio considerado demasiado alto. Al llegar Serbia al mercado de las frambuesas congeladas, con precios competitivos, los mismos estándares de calidad y, además, con la proximidad respecto a las distancias: Sicolý limitó y disminuyó las frecuencias de sus importaciones desde Chile.

Algunas empresas francesas desplazan sus plantas de producciones y de transformaciones en los países de Europa del Este. Sicolý tiene una planta de producción en Serbia: “frambuesas de Serbia complementan los frutos de nuestros productores, pero no sustituyen. Nuestros volúmenes de producción no son suficientes para cubrir nuestras necesidades. La implementación en Serbia aumenta nuestra oferta para satisfacer todas nuestras demandas”

- **FRDP Surgelés** - <http://www.bioregard.fr/>

Sebastien Ranchin, responsable de compras y calidad

Empresa especializada en frutas y verduras congeladas orgánicas destinadas a la industria y a los distribuidores agroalimentarios.

Ellos importan principalmente de España, Italia, Holanda, Alemania, Bélgica y Serbia. Sebastien Ranchin explica que antes de empezar a importar la gran parte de sus frambuesas, arándanos y grosellas congelados de Serbia y Bélgica estaban en contactos con una productora chilena de frambuesas y arándanos convencionales congelados que estaban en proceso de certificación orgánica. En términos de calidad y de calibre estaban satisfechos pero el precio era demasiado alto, lo que fue un freno para concretizar el negocio. Buscaron otros contactos de empresas chilenas pero ninguna tenía la certificación orgánica o si la tenía no era reconocida en Europa ni en Francia, además no tenían los volúmenes suficientes.

Desde ahí encontraron proveedores en Serbia con los cuales tienen contrato de exclusividad para las frambuesas. Nos explica que los proveedores serbos venden las mismas frambuesas que Chile, tienen los volúmenes suficientes y regularidad en la producción. Sobre todo, hay una diferencia importante de precios y el transporte es menos costoso por la proximidad entre ambos países.

FRDP Surgelés recomienda que los productores hagan el esfuerzo de certificar sus productos con organismos certificadores reconocidos en Europa y que equilibren sus precios.

- Gelpass - <http://www.gelpassgroup.com/>

Responsable de compras

Empresa especialista en vegetales tanto en frescos como congelados destinados a la industria, restauración colectiva, comercial y la gran distribución.

Gelpass importa importantes cantidades de frambuesas y moras frescas, pequeñas cantidades de frambuesas congeladas de Chile. El responsable de compra explica que los chilenos tienen productos de calidad, pero muchas veces no tienen el volumen necesario. Saben que Chile tiene mercado con los EE-UU y los países del Asia y que dedican gran parte de sus producciones a esos mercados: *“Francia es un mercado histórico para Chile y es una lástima que no consiguen abastecer y fidelizar a sus primeros clientes”*.

IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

- **Fidelización de los mercados europeos**

Es importante mejorar ese punto para que se tenga en la mente que Chile es un proveedor confiable y que produce productos de calidad y como buenos estándares. Muchos importadores comentan que Chile exporta lo más importante de su producción a USA y que los restos los envían a Europa.

- **Vender con precios competitivos**

Muchos importadores han dejado de comprar a Chile porque los precios son muy altos, respecto a países como Serbia o Polonia que, además de vender a precios interesantes, proveen el mismo producto que los productores chilenos y el tiempo de transporte es menos largo.

- **Proponer productos con certificaciones orgánicas**

Los importadores recalcan la importancia de la calidad y de las certificaciones que otorgan más visibilidad a los productos en Francia. Es importante adaptarse a la sensibilidad del consumidor francés respecto al mercado orgánico. Por lo tanto, es imprescindible fomentar el desarrollo de productos con certificaciones reconocidas en Europa y en Francia.

X. Fuentes de información relevantes

1. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros

- **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: (+33) 1 49 55 84 84

Fax: (+33) 1 49 55 83 14

Sitio web: www.agriculture.gouv.fr/la-dgal-et-ses-services-de-terrain (disponible en francés solamente)

Misión: Vigilar la calidad y la seguridad de los alimentos durante cada etapa de la cadena alimenticia, controlar las reglamentaciones del sector sanitario y las certificaciones para la exportación

- Direction générale des douanes et droits indirects**
Dirección general de las aduanas e impuestos indirectos
 Dirección: 11, rue des deux Communes- 93558 Montreuil cedex.
 Tel: (+33) 8 11 20 44 44
 Fax: (+33) 1 57 53 49 37
 Sitio web: www.douane.gouv.fr (disponible en inglés)

Misión: Lucha contra el fraude y los tráficoes internacionales, se encarga de la protección de los intereses económicos y financieros nacionales y comunitarios
- Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)**
Dirección General de la competencia, del consumo y de la represión de las fraudes
 Sitio web: www.dgccrf.bercy.gouv.fr (disponible en inglés y español)

Misión: Lucha contra las prácticas comerciales desleales, lucha contra las imitaciones, asegura el control a nivel europeo del grado de peligrosidad de los productos
- Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi**
Ministerio de la Economía, de la Industria y del Empleo
 Dirección: 59, Boulevard Vicent Auriol
 F-75703 Paris Cedex 13
 Tel: (+33) 1 44 97 23 23
 Fax: (+33) 1 44 97 05 27
 Sitio web: <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf>
- Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt**
Direction Générale de l'Alimentation
Ministerio de la Agricultura, de Agroalimentación y del Bosque
Dirección general de la Alimentación
 Dirección: 251 rue de Vaugirard
 F-75732 Paris CEDEX 15
 Tel: (+33) 1 49 55 58 11 / 49 55
 Fax: (+33) 1 49 55 81 82
 Email: infodoc@agriculture.gouv.fr
 Sitio web: <http://www.agriculture.gouv.f>
- EUROSTAT**, (Instituto Estadístico de la Unión Europea (ver capturas, flotas, entre otros)
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/fisheries/data/main_tables
- ExportHelp**. Un FAQ y base de datos de los procesos de Exportación hacia el mercado común Europeo
<http://exporthelp.europa.eu/>
- Le kiosque de Bercy** - <http://lekiosque.finances.gouv.fr/>

- France Agrimer, <http://www.franceagrimer.fr/>
- ADEPALE, Association Des Entreprises de Produits Alimentaires Elaborés - <http://www.adepale.org/>
- Interfel Bio, Comité de la inter profesión de las frutas y verduras orgánicas - <http://www.interfelbio.com/>
- SNCE, Sindicato Nacional del Comercio Exterior para los productos congelados
<http://www.institutionnel.gs1.fr/>
- CTIFL, Centro Técnico al servicio del sector de las frutas y verduras - <http://www.ctifl.fr/>

XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto

<p>SIRHA: Feria Internacional de la Restauración, Hostelería y Alimentación.</p> <p>Próxima edición: entre el 24 y 28 de enero 2015 en Lyon, Francia.</p> <p>www.sirha.com</p>	
<p>MDD: Feria de las marcas de distribuidores</p> <p>Próxima edición: entre el 31 de marzo y el 01 de abril 2015 en París, Francia – Porte de Versailles</p> <p>www.mdd-expo.com</p>	
<p>SIAL: Feria Internacional de los productos agroalimenticios e innovaciones alimentarias.</p> <p>Próxima edición: entre el 16 y el 20 de octubre de 2016 en París, Francia.</p> <p>www.sial.fr</p>	