

---

# Estudio de Mercado Madera en Francia

Mayo 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por Sarah Ménard  
Oficina Comercial de ProChile en Francia

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. CÓDIGO SI STEMA ARMONIZADO LOCAL</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	4
<b>1. Arancel General</b> .....	4
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno</b> .....	4
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	5
<b>4. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	5
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	5
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas</b> .....	7
<b>3. Ejemplo de etiquetado del producto</b> .....	8
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	8
<b>1. Estadísticas 2011</b> .....	8
<b>2. Estadísticas 2010</b> .....	9
<b>3. Estadísticas 2009</b> .....	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	10
<b>1. Potencial del producto</b> .....	10
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	11
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)</b> .....	11
<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen)</b> .....	12
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto</b> .....	12

<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto .....</b>	<b>12</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución .....</i>	<i>13</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>14</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>15</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>16</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>17</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto .....</i>	<i>18</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto.....</i>	<i>19</i>

## I. PRODUCTO:

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

<b>4412</b>	Madera Contrachapada, Madera Chapada y Madera Estratificada Similar
<b>441239</b>	Plywood, O/T Bamboo, Nes, Ply <= 6 Mm

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Productos semi-elaborados de madera que incluyen madera contrachapada y madera estratificada similar de espesor igual o menos a 6 mm.

### 3. CÓDIGO SI STEM A ARMONIZADO LOCAL:

<b>4412</b>	Madera Contrachapada, Madera Chapada y Madera Estratificada Similar constituidas exclusivamente por hojas de espesor igual o menos a 6 mm
<b>441239</b>	Plywood, O/T Bamboo, Nes, Ply <= 6 Mm

## II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL

NC8	Descripción	Arancel Base
<b>441239</b>	Plywood, O/T Bamboo, Nes, Ply <= 6 Mm	7%

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

Chile posee ventajas arancelarias del acuerdo de Asociación Chile-UE.

NC8	Descripción	Arancel Acuerdo Preferencial
<b>441239</b>	Plywood, O/T Bamboo, Nes, Ply <= 6 Mm	0%

Fuente: [www.ec.europa.eu/taxation\\_customs](http://www.ec.europa.eu/taxation_customs)

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Países con ventajas arancelarias de 0%	
Albania	Bosnia Herzegovina
Suiza	Argelia
Egipto	Croacia
Israel	Iraq
Marruecos	Moldavia
México	Túnez
Siria	Serbia
Kosovo	Suráfrica

Fuente: [www.ec.europa.eu/taxation\\_customs](http://www.ec.europa.eu/taxation_customs)

### 4. OTROS IMPUESTOS:

No hay otros impuestos. Una vez ingresado el producto al país, se paga el IVA que corresponde al 19,6%.

### 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No existen barreras para-arancelarias para este tipo de productos.

Estos productos pueden estar sujetos a inspecciones por parte de las autoridades oficiales para comprobar que cumplan con los requisitos mínimos.

## III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Cumplimiento de la normativa UE  
 Cumplimiento adicional de normas específicas

- Estrictos controles de ingreso respecto a:

1. CITES (especies en peligro de extinción)
2. Sustancias peligrosas
3. Etiquetado
4. Documentos sanitarios

Con el propósito de cumplir la norma de la Unión Europea, referida a la importación de vegetales y sus productos (incluida la madera), se aplican las indicaciones contenidas en la Directiva Europea 2004/103/CE<sup>1</sup>, que establece entre otros aspectos, las medidas de protección para el ingreso en la UE de productos de origen vegetal.

Los controles buscan garantizar que el producto maderero esté libre de parásitos, insectos, hongos y otros agentes patógenos que podrían afectar los bosques comunitarios.

Se realiza una inspección visual del 100% de la carga respecto a la humedad de la madera (que en general debe ser inferior al 20%).

En el caso que existan dudas sobre el embarque, se realizan análisis específicos sanitarios y de humedad.

Asimismo, se realiza un control sobre los certificados fitosanitarios, en especial para maderas aserradas, que en el caso de Chile son emitidos por el SAG.

La producción sustentable del recurso forestal, en relación a los temas medioambientales y sociales, está teniendo una importancia cada vez mayor en este mercado. Es recomendable acompañar certificados internacionales en este sentido.

No se permite la importación de madera procedente de especies en peligro de extinción que están incluidas en el acuerdo CITES. La UE reforzó los controles y emitió una norma que entrará en vigor en marzo de 2013, que reafirma la prohibición de importar madera proveniente de especies consideradas en peligro de extinción.

La legislación Europea sobre el uso de sustancias peligrosas está principalmente relacionada a las sustancias utilizadas para la conservación de la madera que contengan: cadmio, formaldehído, arsénico y compuestos de cromo, que pueden ser dañinas para la salud humana.

Existen leyes europeas que prohíben la aplicación de productos dañinos para el medio ambiente, como por ejemplo sustancias que puedan dañar la capa de ozono como los agentes espumosos.

La Unión Europea ha prohibido la importación de pallets, canastas de empaque, cajas y contenedores hechos de madera de coníferas que no hayan sido sometidos a tratamiento térmico y no estén libres de "nematodo" del pino (gusanillo que ataca las raíces de las coníferas).

Además, Francia exige para los embalajes de madera los estándares internacionales NMF N° 15 (los timbres deben ser legibles, permanentes y visibles).

Para mayor información sobre los requisitos fitosanitarios por producto, se puede consultar la información que el SAG entrega online: <http://www2.sag.gob.cl/reqmercado/default.asp>

También se puede encontrar información actualizada por producto, en el portal de la Unión Europea destinado a facilitar la exportación desde terceros países a dicha zona geográfica, el link es el siguiente:

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/MSServlet?languageId=EN&CFID=2866558&CFTOKEN=72434450&jsessionid=6430a8afe90226619404&newLanguageId=ES>

---

<sup>1</sup> [http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga\\_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&type\\_doc=Directive&an\\_doc=2004&nu\\_doc=103&lg=es](http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&type_doc=Directive&an_doc=2004&nu_doc=103&lg=es)

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS

Los trámites generales para ingresar la madera semielaborada deben ser tramitados ante la aduana del puerto de destino, quienes certificarán que los documentos que acompañan al producto concuerdan con las características efectivas de éste, autorizándolos por tanto, para ingresar al territorio francés y ser comercializados.

Al tratarse la madera aserrada y contrachapada de productos utilizados principalmente por la industria, normalmente no existen requerimientos ulteriores ni etiquetados especiales a los ya explicados en el punto anterior, III.1.

En el caso de la certificación del producto, ésta debe ser realizada por empresas autorizadas por la UE para emitir dichos certificados.

En el caso de la madera, existen certificaciones medioambientales, como Rain Forest, o Smart Wood, o de manejo sustentable del bosque como FSC (Forest Stewardship Council).

Dichas certificaciones y cualquier otra autorizada, pueden ser exhibidas por el distribuidor o comercializador y posteriormente acompañar al producto final.

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

Misión: Lucha contra el fraude y los tráficós internacionales, se encarga de la protección de los intereses económicos y financieros nacionales y comunitarios

Sitio web: [www.douane.gouv.fr](http://www.douane.gouv.fr) (disponible en inglés)

### b) Association française de normalisation - AFNOR (Asociación francesa de normalización)

Misión: Organizar y participar en la elaboración de normas francesas, europeas, o internacionales.

Sitio web: [www.afnor.fr](http://www.afnor.fr)

### c) Institut technologique Foret Cellulose Bois construction Ameublement (Instituto tecnológico encargado de las normas y certificaciones en el sector madera)

Misión: Entrega información sobre el mercado francés, reporte de actividades, y mejorar la sinergia entre los principales actores del sector

Sitio web: [www.fcba.fr](http://www.fcba.fr)

### 3. EJEMPLO DE ETIQUETADO DEL PRODUCTO

No aplica por dado que la madera es un producto que se vende a granel.

Como ejemplo en la madera semielaborada, PEFC y Rainforest son las dos certificaciones imprescindibles para exportar hacia el mercado francés:



## IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

### 1. ESTADÍSTICAS 2011

Francia Estadísticas de Importación			
4412 Madera Contrachapada, Madera Chapada Y Madera Estratificada Similar			
Principales Países de Origen	Cantidad (toneladas)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado en valor
Bélgica	239.002	64.315	18,3
España	136.980	38.397	11
China	231.625	36.176	10,3
Alemania	44.863	35.176	10
Chile (Posición: 17)	4.900	2.389	0,7
<b>Subtotal</b>	657.370	176.453	50,3
<b>Total</b>	1.135.071	351.090	100

Francia Estadísticas de Importación 441239, Plywood, O/T Bamboo, Nes, Ply <= 6 Mm			
Principales Países de Origen	Cantidad (toneladas)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado en valor
España	100.066	29.035	37,6
Finlandia	23.192	14.234	18,4
Bélgica	19.559	6.468	8,4
Brazil	15.132	5.005	6,5
Chile (Posición: 8)	4.900	2.389	3,1
<b>Subtotal</b>	162.848	57.131	74
<b>Total</b>	215.906	77.267	100

Fuente: Global Trade Atlas [www.gtis.com](http://www.gtis.com)

## 2. ESTADÍSTICAS 2010

Francia Estadísticas de Importación 4412 Madera Contrachapada, Madera Chapada Y Madera Estratificada Similar			
Principales Países de Origen	Cantidad (toneladas)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado en valor
Bélgica	283.463	60.961	18,1
Finlandia	189.446	43.382	12,9
Italia	281.221	35.422	10,5
Alemania	51.194	32.727	9,7
Chile (Posición: 17)	6.354	2.441	0,7
<b>Subtotal</b>	811.678	174.933	51,9
<b>Total</b>	1.477.545	337.583	100

Francia Estadísticas de Importación 441239, Plywood, O/T Bamboo, Nes, Ply <= 6 Mm			
Principales Países de Origen	Cantidad (toneladas)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado en valor
España	91.291	17.989	26,6
Finlandia	51.395	15.592	23,1
Bélgica	27.612	7.776	11,5
Brazil	20.073	4.402	6,5
Chile (Posición: 9)	6.354	2.441	3,6
<b>Subtotal</b>	196.725	48.200	71,3
<b>Total</b>	341.204	67.604	100

Fuente: Global Trade Atlas [www.gtis.com](http://www.gtis.com)

3. ESTADÍSTICAS 2009

Francia Estadísticas de Importación 4412 Madera Contrachapada, Madera Chapada Y Madera Estratificada Similar			
Principales Países de Origen	Cantidad (toneladas)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado en valor
Bélgica	244.041	55.519	18,8
Finlandia	84.716	38.429	13
Alemania	241.691	31.832	10,8
Italia	127.134	27.322	9,3
Chile (Posición: 19)	17.155	1.761	0,6
<b>Subtotal</b>	<b>714.737</b>	<b>154.863</b>	<b>52,5</b>
<b>Total</b>	<b>1.218.706</b>	<b>294.998</b>	<b>100</b>

Francia Estadísticas de Importación 441239, Plywood, O/T Bamboo, Nes, Ply <= 6 Mm			
Principales Países de Origen	Cantidad (toneladas)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado en valor
Finlandia	17.097	10.739	22,7
España	15.077	7.312	15,5
Bélgica	35.800	6.288	13,3
Brazil	17.733	3.655	7,7
Chile (Posición: 9)	17.060	1.714	3,6
<b>Subtotal</b>	<b>102.767</b>	<b>29.708</b>	<b>62,8</b>
<b>Total</b>	<b>167.886</b>	<b>47.208</b>	<b>100</b>

Fuente: Global Trade Atlas [www.gtis.com](http://www.gtis.com)

## V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO

#### Comercialización de la madera por las cooperativas forestales en Francia

Los propietarios forestales representan un total de 3,5 millones en Francia en 2011 y comercializaron 26,1 millones de m3 de madera durante el mismo periodo; es decir, el 68% de la producción nacional total.

La cooperación forestal cuenta hoy con 100.000 productores forestales, con una superficie que alcanza casi 2 millones de hectáreas. En 2010, esta cooperación forestal registró 6 millones de m3 de madera comercializada, con un aumento de 1 millón de m3 en relación a 2008.

Para cumplir con sus compromisos europeos en energía y materia ecológica que representa la madera, Francia se dio como objetivo alcanzar 21 millones de m3 adicionales para el 2020.

El 19 de mayo de 2009, el presidente Sarkozy anunció un plan de desarrollo para dinamizar el rubro forestal en Francia. Este plan tiene tres objetivos principales:

- Creación de nuevas oportunidades para la madera
- Restructuración del sector
- Apoyar el sector con una mejor preservación de la biodiversidad

Se creó una fundación para la madera financiada por el Grupo Eiffage, Crédit Agricole, ONF y el Fondo de Inversión Estratégico. En los primeros ocho meses de funcionamiento, la Fundación efectuó sus primeras inversiones por un monto total de 4,2 millones de euros en los sectores prioritarios de la construcción de madera y de energía. La inversión de la cooperativa forestal siguió siendo bastante fuerte en 2010 sobre los temas de la sustentabilidad.

En 2011, el número de propietarios socios de PEFC era de 28 350, es decir el 60% de los productores estaban comprometidos con la certificación PEFC.

El volumen de madera con certificación representó el 73% del volumen comercializado por las cooperativas.

### El mercado de los paneles contrachapados

El mercado de los paneles encontró dificultades durante 2010 por la crisis económica y también porque la empresa Plyrosol, especializada en madera contrachapada, se declaró en quiebra.

En 2011, las exportaciones de este producto bajaron en conjunto con la producción y las importaciones disminuyeron de manera más importante. Rusia fue el único país cuyas exportaciones hacia Francia aumentaron en 2011.

Por otra parte, la apertura de una nueva planta « Xilofrance » ([www.xilofrance.fr](http://www.xilofrance.fr)) en la zona del Lot-et-Garonne, el terremoto de Chile en 2010 y la prohibición de importar corteza de madera procedente de Gabón tuvieron impactos directos sobre la evolución del mercado en 2011.

#### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

En general la madera aserrada y los productos semielaborados de madera, como la madera contrachapada, son utilizadas por la industria transformadora, que les da mayor valor agregado, transformándola principalmente en: puertas, ventanas y muebles de diversos usos (oficina, cocina, habitación, etc.). Es comercializada directamente en los puntos de venta especializados de materiales de construcción.

#### 1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.)

Gracias a la estructura productiva de Francia, que cuenta con una fuerte presencia de PYMES asociadas, se promueven productos de diversas fábricas de semielaborados de madera a través del Comité Nacional de Desarrollo de la Madera (CNDB, [www.cndb.org](http://www.cndb.org)) con un servicio online que permite consultar el listado de las empresas del sector

Por otra parte, el sitio web de la certificación PEFC da acceso a todos los detalles técnicos de las empresas con dicha certificación de calidad, [www.pefc-france.org](http://www.pefc-france.org)

### 1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

#### Entrevista de Isabelle Lebretn de la empresa Rural Loft

En relación a la madera contrachapada indica que el producto chileno es una garantía de calidad y que las empresas que lo exportan son serias, también que la madera contrachapada chilena tiene un nombre ganado en la industria que la utiliza. Sin embargo, señala que se debiera ajustar los precios, en especial debido a la crisis del sector en Francia.

En general la opinión de los importadores franceses es que los exportadores chilenos son serios, pero que podrían tener mayores posibilidades (en especial la madera aserrada), si lograran ser más competitivos con los precios.

En cuanto a la calidad no hubo mayores comentarios, salvo algunos defectos estéticos y a veces falta de continuidad en la entrega de las maderas nativas.

### 1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO

La madera es una de las primeras fuentes de energía renovable en Francia. En 2011, su consumo alcanzó más de 9 millones de toneladas al año, es decir el 4% de las necesidades en energía del país.

Los períodos de mayor utilización del producto van desde enero a junio y desde septiembre a diciembre, en consideración al período de vacaciones de verano en Francia (julio y agosto), en el cual una buena parte de la industria cierra o disminuye su producción.

### 1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

El modelo productivo organizado por este tipo de empresas se caracteriza por descentralización, cooperación productiva y flexibilidad, formando los famosos distritos industriales, que representan las principales zonas y centros de consumo para madera contrachapada y madera chapada.

Existe un sistema de pequeñas empresas que compiten y cooperan entre sí. Este sistema esta caracterizado por:

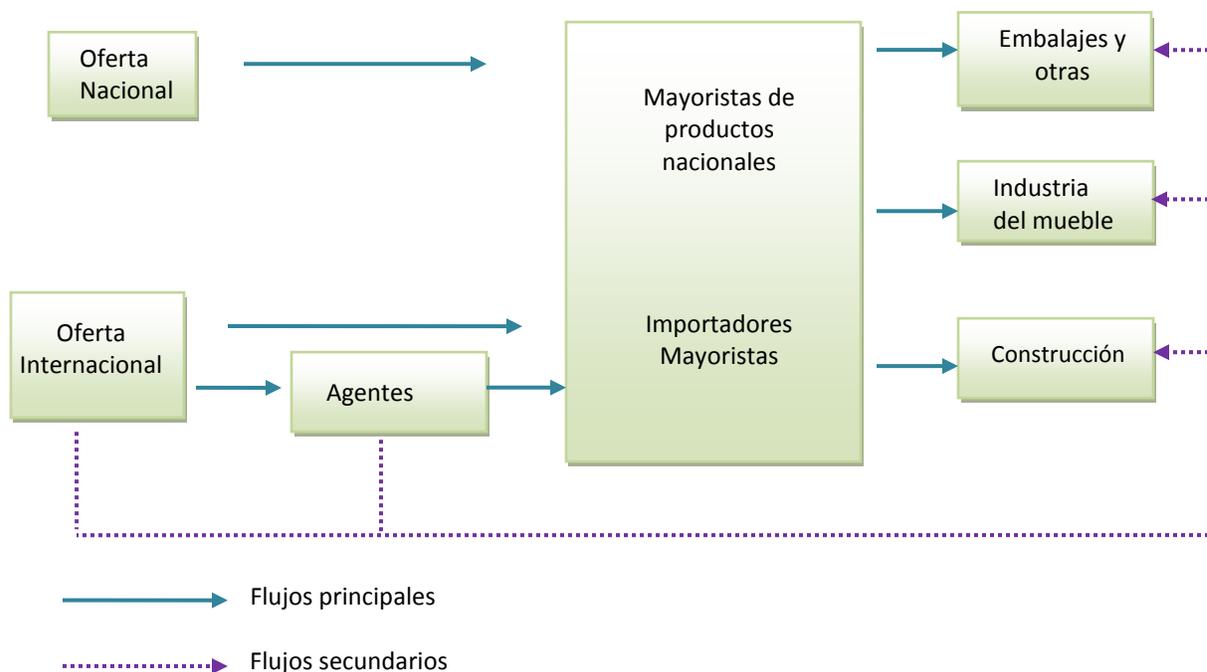
- Orientación productiva hacia un producto típico
- Concentración local de las empresas
- Fuerte vínculo relacional entre productores, clientes, proveedores y gremios locales.

# VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La distribución especializada se comprometió en promover el uso de productos eco certificados a través de una carta de compra y de venta responsable.

La gran distribución busca oportunidades para ampliar su oferta de productos certificados para una gran gama de madera: parquet, muebles, carpintería con el objetivo de satisfacer las exigencias de los consumidores.

La Oficina Nacional de los Bosques se encarga de la comercialización del 40% de la madera. Desde 2009, este organismo implementó varias reformas para reforzar su papel en el sector forestal, más específicamente a través del desarrollo de los contratos de abastecimiento con los industriales.



La comercialización se basa en los intermediarios: agentes de importación y comercio mayorista y no es comprada directamente por sus usuarios.

Existe una gran cantidad de agentes. Predominan los agentes especializados y operan agrupados particularmente en dos áreas:- sector de la construcción y sector del mueble.

Los aserraderos nacionales venden principalmente su producción al comercio mayorista o bien la destinan a la exportación.

Existe también flujo secundario. Los consumidores finales se abastecen en línea directa con el proveedor extranjero o bien utilizando un agente intermediario.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Según el Ministerio de las industrias forestales, en 2010 el precio promedio de la madera de los bosques públicos era de 30,4 €/m<sup>3</sup> (contra 39,7 €/m<sup>3</sup> en 2008).

Esta baja de precios (-23%) se justifica por la caída de ventas de roble de calidad, y por la mala coyuntura económica en general.

Sin embargo, las perspectivas de ventas de madera durante 2011 experimentaron un aumento significativo para la mayoría de los productos, y más específicamente para los resinosos blancos (muy utilizados en construcción), chapa de madera y madera de uso industrial.

Los precios en el sector de la madera en Francia son fluctuantes y dependen principalmente de la disponibilidad de materia prima, de los resultados de la industria manufacturera, así como también de la calidad del producto.

Algunas referencias serían las siguientes, en relación a precios mayoristas puestos en bodega (sin IVA), entregados por importadores, cámaras de comercio y distribuidores:

Madera Contrachapada: Varía su precio dependiendo de su espesor y del tratamiento que se utilice, como por ejemplo en el caso de contrachapado "marino".

Algunos precios para el producto 4412391000: Las demás maderas de coníferas, constituidas exclusivamente por hojas de madera

- Madera contrachapada 250 x 122 grosor de 3 mm = 19,30€ en 2011
- Madera contrachapada 250 x 122 grosor de 10 mm = 23,90€ en 2011
- Madera contrachapada 250 x 122 grosor de 15 mm = 77€ en 2011

# VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

El Comité Nacional para el Desarrollo de Madera (la CNDB) en conjunto con Skogsindustrierna (Federación Sueca de las Industrias Forestales) se encargan de la campaña de comunicación “La madera, es esencial! ”.

Estas campañas de promoción están cofinanciadas por el Ministerio de Agricultura y tiene como objetivo promover el uso de la madera para la construcción. La madera como materia prima es cada vez más utilizada para la construcción de casas.

Esta promoción sigue tomando importancia con acciones concretas tales como un ciclo de conferencias en Francia desde 2009 “Bois & Cité”.

BOIS.COM tiene prevista la difusión de un spot publicitario en junio 2012 en France Télévision.

**TV**  
**LE BOIS À LA TV**  
**AU PLUS FORT DE LA SAISON !**

**3 semaines de diffusion**

**774 spots**

**74 millions de contacts sur la cible 25-59 ans**

De 14 mars au 8 avril, BOIS.COM s'affiche en télévision avec un nouveau film publicitaire décliné en deux formats courts (20'' et 12'') pour favoriser la répétition du message pendant les trois semaines de diffusion de la campagne.

Installés dans leur salon, deux jeunes parents expliquent à leur petite fille comment, à sa naissance, ils ont pu agrandir leur maison grâce à une extension bois, puis embellir leur jardin avec une terrasse en bois. C'est sur une tablette numérique qu'apparaissent les photos de la maison qui se transforme, avant que les trois personnages sortent sur la terrasse pour dévoiler au téléspectateur la maison dans sa réalité.

Toujours signé BOIS.COM, le film 2012 est diffusé, comme en 2010 et en 2011, aux heures de grande écoute sur les chaînes nationales du Service Public : France 2, France 3, France 5. Il est aussi proposé aux téléspectateurs des chaînes de la TNT à forte audience (TMC, Direct 8, BFM TV) et deux chaînes thématiques : Télé Maison et Vivolta.

2 3 5  
tmc Direct 8 BFM TV  
TELE MAISON Vivolta

La campaña televisiva se transmitirá durante 3 semanas en la señal pública (France 2, France 3, France 5), canales con mucha audiencia (TMC, BFM TV) y canales especializados (Télé Maison y Vivolta) que estuvieron dirigidos a un público entre los 25 y 59 años.

Ejemplo de una de éstas en: [http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=mGtroAZQEGU](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=mGtroAZQEGU)

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Presentación de productos contrachapas de madera en Francia	
	
Contrachapada pino Elliotis Brasil Medidas 250x125 15mm Empresa Le Point P	Contrachapada Combiplak okoumé 250x122 10mm Empresa Le Point P
	
Contrachapada pino Radiata Chile Medidas 250x122 9/12/15mm Empresa Silverwood	Contrachapada pino Elliotis Chile Medidas 250x122 7/9/12mm Empresa Silverwood
	
Contrachapada de importación madera exótica Meranti Medidas 250x122 10/12/15mm Empresa Henry Timber	Contrachapada de importación madera exótica Red canarium Medidas 250x122 10/12/15mm Empresa Henry Timber

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Las empresas que actualmente están exportando madera hacia Europa deben estar constantemente monitoreando tanto las estrategias de la competencia, como los precios y tendencias del mercado, con el fin de mantener su competitividad y poder anticipar y/o adaptarse a cualquier cambio e incrementar en lo posible su participación de mercado.

Uno de los factores claves que las empresas productoras de maderas deben considerar son las inversiones en promoción, es decir dar a conocer la marca del producto en el mercado. Esto es imprescindible para mantener la visibilidad en el mercado, al igual que darle continuidad al producto y tener una mejor idea de las tendencias, nuevas tecnologías, productos, precios.

Además los empresarios chilenos que quisieran entrar al mercado de Francia, o bien ya están en el mercado, deben estar constantemente visitando y exponiendo en ferias del rubro (ver parte Ferias: Expobois, Batimat).

Los compradores del mercado francés son selectivos y exigentes, por este motivo, hay que conseguir las principales certificaciones (PEFC y Rainforest Alliance). Además, las empresas francesas tienen más tendencia a trabajar con socios de países vecinos, porque a pesar de la buena calidad de la madera chilena, Francia está muy comprometido con el desarrollo sustentable y exige obligatoriamente dichas certificaciones, y tiende a dar prioridad a países “corta distancia”.

También los empresarios deben estar averiguando constantemente tanto los niveles productivos, como los niveles de calidad de la competencia en el mercado de sus productos. Las empresas deben poder entregar lo que busca el comprador, al igual que el empresario debe estar en condiciones de poder entregar un excelente servicio de post-venta. Los compradores franceses necesitan establecer relaciones estables y de confianza con los importadores extranjeros aún más cuando se tratan de empresas fuera de Europa.

Por lo anterior, para abordar el mercado francés, se sugiere las siguientes acciones en concreto:

Realización de acciones de promoción y marketing adecuadas y constantes dirigidas a agentes y fabricantes de muebles y artículos de madera basadas en:

- Invitar a expertos en diseño y desarrolladores de nuevos productos en madera que permitan a los productores chilenos no sólo exportar madera contrachapada y/o sino también productos con mayor valor agregado
- Participación en ferias del sector tales como Expo Bois y también las ferias a nivel europeo, y/o detectar oportunidades de negocios con importadores franceses

# XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

1	<p><b>BATIMAT</b></p> <p><a href="http://www.batimat.com">www.batimat.com</a></p>	<p>4 al 9 Noviembre 2013 en Paris (Bianual)</p> <p>Salón internacional de la construcción</p> <p>2 800 expositores y 480 000 visitas</p>
2	<p><b>EXPOBOIS</b></p> <p><a href="http://www.expobois.fr">www.expobois.fr</a></p>	<p>8 al 13 Febrero 2013 Paris Villepinte (Bianual)</p> <p>Soluciones y tecnologías para la transformación y la valorización de la madera</p> <p>300 expositores y 20 000 visitas</p>
3	<p><b>CARREFOUR INTERNATIONAL DU BOIS 2012 (INTERNATIONAL TIMBER TRADE SHOW)</b></p> <p><a href="http://www.timbershow.com">www.timbershow.com</a></p>	<p>6 al 8 junio 2012 Nantes (Bianual)</p> <p>Todos los productos elaborados en base a madera</p> <p>500 expositores y 10 000 visitantes</p>

# XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN

## Requisitos y barreras de ingreso

- Sitio web de las Aduanas francesas, en el cual se puede consultar el sitio de la UE Taric (aranceles y restricciones a la entrada): [www.douane.gouv.fr](http://www.douane.gouv.fr)
- Normativa de etiquetado de la UE: [www.exporthelp.europa.eu](http://www.exporthelp.europa.eu)
- Asociación francesa de normalización AFNOR : [www.afnor.fr](http://www.afnor.fr)

## Estadísticas

- Export HelpDesk: [www.exporthelp.europa.eu](http://www.exporthelp.europa.eu)
- Global Trade Atlas: [www.gtis.com](http://www.gtis.com)
- Instituto francés La Sofres: [www.tns-sofres.com](http://www.tns-sofres.com)

## Organismos profesionales:

- PEFC en Francia (Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes): [www.pefc-france.org](http://www.pefc-france.org)
- CNDB (Comité Nacional para el Desarrollo de Madera): [www.cndb.org](http://www.cndb.org)
- FCBA (Instituto Tecnológico del bosque, celulosa, madera construcción): [www.fcba.fr](http://www.fcba.fr)
- France Bois Forêt (Promoción del desarrollo económico para el uso de madera por los profesionales y el público): [www.franceboisforet.fr](http://www.franceboisforet.fr)
- UNECE Timber Committee (United Nations Economic Commission for Europe): [www.unece.org](http://www.unece.org)
- Sitio web de información para los consumidores sobre el uso de madera de construcción y muebles: [www.bois.com](http://www.bois.com)
- Instituto de promoción de la madera aserrada en Francia: [www.frenchtimber.com](http://www.frenchtimber.com)
- Revista especializada para los profesionales del rubro forestal: [www.boisinternational.com](http://www.boisinternational.com)
- Asociación de profesionales de la distribución de madera: [www.lecommercedubois.org](http://www.lecommercedubois.org)
- Instituto tecnológico encargado de las normas y certificaciones en el sector madera: [www.fcba.fr](http://www.fcba.fr)
- Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora: [www.cites.org](http://www.cites.org)
- CODIFAB (Comité Profesional de Desarrollo de las Industrias Francesas del mobiliario y madera: [www.codifab.fr](http://www.codifab.fr)

## Empresas francesas

- Anuario de las empresas francesas de madera: [www.entreprises-bois.fr](http://www.entreprises-bois.fr)
- Xilofrance: [www.xilofrance.fr](http://www.xilofrance.fr)
- Le Point P (material de construcción): [www.pointp.fr](http://www.pointp.fr)
- Dispano (Distribuidor especializado en madera, paneles): [www.dispano.fr](http://www.dispano.fr)
- Savare SA (madera de la zona norte de Francia para uso industrial): [www.savare.fr](http://www.savare.fr)
- Rougier (importación y comercialización de madera tropical y paneles/contrachapada): [www.rougier.fr](http://www.rougier.fr)
- Silverwood (fabricante francés y primer importador francés de madera del norte): [www.silverwood.fr](http://www.silverwood.fr)
- Henry Timber: [www.henry-timber.com](http://www.henry-timber.com)

## Ferias y eventos profesionales especializados

- [www.netbois.com](http://www.netbois.com)

Documento elaborado por Sarah Ménard ([smenard@prochile.gob.cl](mailto:smenard@prochile.gob.cl))