
Estudio de Mercado Carne de Wagyu en Francia

Agosto 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en París

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Descripción y origen	4
2. Características de presentación de la carne de wagyu y formas de consumo	5
<i>II. Situación arancelaria y para-arancelaria</i>	6
1. Código sistema armonizado Chileno SACH	6
2. Código sistema armonizado local:	7
3. Arancel general:	8
4. Arancel preferencial producto chileno	8
5. Otros países con ventajas arancelarias	9
6. Otros impuestos	9
7. Barreras para- arancelarias	9
<i>III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO</i>	10
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	10
2. Requisitos documentales en virtud del acuerdo de asociación económica con Chile	10
3. Protección de especies amenazadas	12
4. Control sanitario de los productos de origen animal destinados al consumo humano	12
5. Etiquetado de productos alimenticios	12
6. Productos orgánicos o Bio	13
7. Requisitos específicos para productos congelados	15
8. Documentos al momento de su ingreso a la UE	15
9. Ingresos a Francia	15
10. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	16
<i>IV. Oferta y distribución</i>	17

1. Oferta:	17
2. Distribución y precio	18
<i>V. Demanda</i>	20
1. El potencial de la carne en Francia	20
2. El consumo de carne de wagyu en Francia	22
<i>VI. Sugerencias y recomendaciones</i>	23
<i>VII. Ferias y eventos</i>	25
<i>VIII. Fuentes relevantes de información</i>	26

PRODUCTO:

1. DESCRIPCIÓN Y ORIGEN

Wagyu significa “vaca japonesa” en japonés. Su nombre proviene de la yuxtaposición de dos palabras: WA (Japón) y Gyu (vaca).

Es una raza bovina originaria de Japón, de tamaño medio (600 kg), y se refiere a varios tipos de ganado japonés, según la región en la que se encuentran: Tajiri o Tajima (región de Hyogo), Fujiyoshi o Shimame (región de Okayama), Tottri o Kedaka (región de Tottori), y vaca de Kobe (criada solamente en la ciudad de Kobe, de ahí su nombre). Toda carne de wagyu no es vaca de Kobe pero toda vaca de Kobe es wagyu: Vaca de Kobe es una denominación, wagyu una raza.

Es una de las razas más antiguas y genéticamente puras ya que los animales fueron aislados geográficamente desde la época feudal (por la geografía del país y la dificultad de hacer viajar el ganado, las guerras...).

Al principio, fueron criadas por su potencia y su fuerza en los trabajos agrícolas pero no por su carne. Hoy día, los animales son criados de manera intensiva y muy particular para desarrollar su masa muscular: su comida basada en cereales (sin hormonas ni antibióticos) está enriquecida con cerveza. Para que el animal no sea estresado, los ganaderos le dan masajes con Saké (bebida alcoholizada a base de arroz) y les ponen música clásica.

Se dice que la carne de wagyu es la mejor del mundo (algunos la llaman “caviar de vaca”), por sus características y sabor: suavidad, jugosidad, aspecto marmoleado, sabor a perejil y a manteca.

Varias universidades norteamericanas famosas demostraron que la grasa intramuscular de la carne de wagyu tiene menos colesterol que las otras carnes bovinas. Además, contiene un alto porcentaje de grasa oleaginosa e insaturada y su crianza especial produce una carne más saludable, que permitiría prevenir algunas enfermedades cardiovasculares o el cáncer.

Fuentes: wagyufranc.eu; boeuf-wagyu.com; www.archibaldgourmet.com



La carne de wagyu está considerada como exótica, ya que no es tradicionalmente consumida o vendida de forma masiva. En Francia, el consumo de productos exóticos está de moda, es un mercado de nicho pero está creciendo. Los productos exóticos llegaron a Francia con los flujos de inmigrantes, que trajeron nuevas tendencias culinarias (por ejemplo el cuscús, la quinoa...), y esta tendencia se está desarrollando.

El mercado francés de los productos exóticos está dominado por la comida asiática (116.5 millones de euros en la gran distribución en 2011), frente al tex mex (105 millones de euros) y la comida americana (5 millones de euros), pero es un mercado creciente, que se está abriendo a nuevos sabores de otros países (India, Líbano, Japón...).

Fuente: LSA (revista de la gran distribución y del consumo en Francia), 12 de julio de 2012

2. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DE LA CARNE DE WAGYU Y FORMAS DE CONSUMO



Carne de wagyu

Los mejores cortes son el filete, lomo liso y vetado, costillar y entrecote mientras que los cortes mas corrientes son la chuleta, pollo ganso, chochillo.

La carne de wagyu se vende más fresca que congelada. En efecto, los carniceros y grandes restaurantes no suelen conservar la carne en cámaras frigoríficas: es una carne de alta calidad que se consume inmediatamente y fresca.

Para una mejor conservación, es preferible poner la carne directamente al refrigerador y para preservar la calidad, sacarla una hora antes de su consumo, con el fin de evitar un choque de temperaturas que podría dañarla.

En lo que se refiere a su cocción, el wagyu siempre se sirve semi cocido o a punto.

La carne se puede consumir sin salsa (con un poco de sal y de pimienta) o con salsa. Lo ideal es comerla con una salsa a base de vino y chalota pero se puede también consumir con salsa "à la Bordelaise"(vino tinto de Burdeos, harina, chalotas, tomillo y laurel) o con salsa "Béarnaise"(chalotas, estragón, vinagre de vino, yemas, sal y manteca). La carne de Wagyu se acompaña con papas (en todas sus formas) o verduras asadas

El sabor de la carne se combina muy bien con vinos tintos, con sabor a fruta, pero no hay que abusar de los aliños y combinaciones de sabores, ya que la carne tiene un fuerte sabor.

Los vinos tintos de Burdeos (Margaux, Pauillac, Saint Estèphe, Pessac, Léogna), los vinos de Borgoña (Vosne Romanée) y los vinos de la valle del Rhône (Chateauneuf du Pape, Gigondas, Côte Rôtie) son perfectos.

Fuente: www.edelices.com

Algunos ejemplos de platos con carne de Wagyu:



Restaurante “Le Dauphin”, en París



Restaurante Akrame, en París

II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

La carne de wagyu no tiene código propio. Está dentro de la glosa carne bovina.

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH

Animal	Código	Descripción Producto
Bovinos	02013000	+ Carne bovina deshuesada fresca o refrigerada (total)
Bovinos	02013010	Carne bovina cuartos delanteros deshuesados, frescos o refrigerados
Bovinos	02013020	Carne bovina cuartos traseros deshuesados, frescos o refrigerados
Bovinos	02013090	Las demás carnes bovinas deshuesadas, frescas o refrigeradas
Bovinos	02021000	Carne bovina en canales o medias canales, congeladas
Bovinos	02022000	Carne bovina los demás cortes (trozos) sin deshuesar, congeladas
Bovinos	02023000	+ Carne bovina deshuesada congelada (total)
Bovinos	02023010	Carne bovina cuartos delanteros deshuesadas, congeladas
Bovinos	02023020	Carne bovina cuartos traseros deshuesadas, congeladas
Bovinos	02023090	Las demás carnes bovinas deshuesadas, congeladas

Fuente: Web Comex (estadísticas de comercio exterior)

2. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

Código	Descripción Producto en francés
02011000	Canales o medias canales, de bovino, frescas o refrigeradas
02012020	Cuartos llamados 'compensados', de bovino, sin deshuesar, frescos o refrigerados
02012030	Cuartos delanteros de bovino, unidos o separados, sin deshuesar, frescos o refrigerados
02012050	Cuartos traseros de bovino, unidos o separados, sin deshuesar, frescos o refrigerados
02012090	Carnes de bovino, sin deshuesar, frescas o refrigeradas (excluidas las canales y medias canales, los cuartos compensados y los cuartos delanteros y traseros)
02013000	Carnes deshuesadas de bovino, frescas o refrigeradas
02021000	Canales o medias canales, de bovino, congeladas
02022010	Cuartos compensados de bovino, sin deshuesar, congelados
02022030	Cuartos delanteros de bovino, unidos o separados, sin deshuesar, congelados
02022050	Cuartos traseros de bovino, unidos o separados, sin deshuesar, congelados
02022090	Carnes de bovino, sin deshuesar, congeladas (excluidas las canales o medias canales, los cuartos compensados y los cuartos delanteros y traseros)
02023010	Cuartos delanteros de bovinos, deshuesados, congelados, enteros o cortados en cinco trozos como máximo, presentándose cada cuarto delantero en un solo bloque de congelación, o cuartos compensados presentados en dos bloques de congelación que contengan, uno, el cuarto delantero completo o cortado en cinco trozos como máximo y, el otro, el cuarto trasero en un solo trozo (excepto el del filete)
02023090	Carnes deshuesadas de bovinos, congeladas (excluidos los cuartos delanteros enteros o cortados en cinco trozos como máximo, presentándose cada cuarto delantero en un solo bloque de congelación, o cuartos compensados presentados en dos bloques de congelación que contengan, uno, el cuarto delantero completo o cortado en cinco trozos como máximo y, el otro, el cuarto trasero en un solo trozo (excepto el filete) así como los cortes de cuartos delanteros y cortes de pecho australianos)

Fuente: TARIC (fiscalidad y Unión aduanera, Comisión Europea): <http://ec.europa.eu>

3. ARANCEL GENERAL:

Código Sach	Derecho de aduana
02011000	12,8% + 176.8 EUR/100kg
02012020	12,8% + 176.8 EUR/100kg
02012030	12,8% + 141.4 EUR/100kg
02012050	12,8% + 212.2 EUR/100kg
02012090	12,8% + 265.2 EUR/100kg
02013000	12.8% + 303.4EUR/100 kg
02021000	12,8% + 176.8 EUR/100kg
02022010	12,8% + 176.8 EUR/100kg
02022030	12,8% + 141.4 EUR/100kg
02022050	12,8% + 221.1 EUR/100kg
02022090	12,8% + 265.3 EUR/100kg
02023010	12,8% + 221.1 EUR/100kg
02023090	12,8% + 304.1 EUR/100kg

Fuente: TARIC (fiscalidad y Unión aduanera, Comisión Europea): <http://ec.europa.eu>

4. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

Arancel 0% para los siguientes productos (dentro de la cuota asignada):

Código Sach	Arancel Chile
02012020	0%
02012030	0%
02012050	0%
02012090	0%
02013000	0%
02022010	0%
02022030	0%
02022050	0%
02022090	0%
02023010	0%
02023090	0%

Solamente los productos 02011000 (Canales o medias canales, de bovino, frescas o refrigeradas) y 02021000 (Canales o medias canales, de bovino, congeladas) no tienen arancel 0%.

Fuente: TARIC (fiscalidad y Unión aduanera, Comisión Europea): <http://ec.europa.eu>

5. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Código Sach	Arancel 0%
02012020	Andorra, Australia, Canadá, Egipto, Estados de África Oriental y Meridional, Israel, Jordania, Líbano, Moldavia, Nueva Zelanda, San Marino, Turquía, Estados Unidos y Uruguay
02012030	
02012050	
02012090	
02013000	
02022010	
02022030	
02022050	
02022090	
02023010	
02023090	

6. OTROS IMPUESTOS

El impuesto de valor agregado tiene una tasa normal de 19.6%, y reducida a 5.5% (para los productos alimenticios básicos).

Fuente: Aduanas: www.douane.minefi.gouv.fr

7. BARRERAS PARA- ARANCELARIAS

La cuota de exportación anual de carne chilena para la totalidad de la UE alcanza en la actualidad 1.950 toneladas y aumenta automáticamente en 100 toneladas a partir del 1° de julio de cada año.

La cuota de carne es de “libre acceso” y es administrada solamente por FAENACAR que da prioridad a quien llega primero.

En efecto, las fracciones de cuota se van distribuyendo y certificando según el orden de llegada de las solicitudes. Los certificados los solicitan las empresas exportadoras y se obtienen después de 3 etapas:

- Envío del certificado de autenticidad que contiene los detalles de los productos que se van a exportar
- Entrega del certificado zoosanitario por el SAG, que debe estar al día
- Envío de la guía de despacho de los productos

Una vez enviados esos documentos, FAENACAR emite el certificado para exportar a la Unión Europea y si la cuota está superada, no emite este certificado.

Entonces, si la empresa sigue queriendo exportar fuera de la cuota, o sea sin certificado, debe pagar los derechos aduaneros para ingresar a la Comunidad Europea.

En la raza Wagyu, son los ganaderos quienes deciden dónde faenar. En consecuencia, si necesitan exportar a Europa faenan en un matadero habilitado a la Unión Europea. Los frigoríficos habilitados son los siguientes:

- Carnes Ñuble SA : <http://www.carnes.cl/>
- Frigorífico Temuco SA: <http://www.frigotemuco.cl/>
- Frigorífico Karmac SPA : <http://www.karmac.cl/>
- Matadero frigorífico del Sur SA: <http://www.mafriur.com>
- Frigorífico Osorno SA: <http://www.frigosorno.cl/>
- Frigorífico O'Higgins SA

Fuente: ProChile



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Las disposiciones comerciales del Acuerdo de Asociación UE–Chile entraron en vigor el 1 de febrero de 2003. El Acuerdo concede preferencias comerciales recíprocas (pero asimétricas en favor de Chile) y su objetivo es la liberalización progresiva del comercio bilateral con el fin de establecer una zona de libre comercio entre los socios el 1 de enero de 2013.

2. REQUISITOS DOCUMENTALES EN VIRTUD DEL ACUERDO DE ASOCIACIÓN ECONÓMICA CON CHILE

- Prueba de origen

De conformidad con el Título V del anexo III del Acuerdo, los productos originarios de la Comunidad exportados a Chile y los productos originarios de Chile exportados a la Comunidad se beneficiarán de los tipos de derechos preferenciales previstos en el Acuerdo, sujeto a la presentación de un certificado de circulación EUR.1 o, en casos específicos, de una declaración en factura expedida por el exportador.

- *Un certificado de circulación EUR.1*, del que se facilita un modelo en el apéndice III (ver link), expedido por las autoridades aduaneras o las autoridades gubernamentales competentes del país exportador.
El exportador que solicita la expedición de dicho documento deberá poder presentar, a petición de las autoridades aduaneras o las autoridades gubernamentales competentes del país exportador, todos los documentos apropiados que prueben el carácter originario de los productos en cuestión.
http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/june/tradoc_143606.pdf
- *Una declaración en factura*, de la que se facilita un modelo en el apéndice IV (ver link), podrá ser expedida por un «exportador autorizado» o por cualquier exportador para cualquier envío constituido por uno o varios paquetes que contengan productos originarios cuyo valor total no supere 6.000 euros.
El exportador que solicita la expedición de dicho documento deberá poder presentar, a petición de las autoridades aduaneras o las autoridades gubernamentales competentes del país exportador, todos los documentos apropiados que prueben el carácter originario de los productos en cuestión.
http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/june/tradoc_143622.pdf

Se aconseja consultar las Notas explicativas del anexo III para ampliar la información sobre la elaboración de las pruebas de origen.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2003:321:0022:0025:EN:PDF>

Los certificados de circulación EUR. 1 se expiden en Chile por la Dirección de Relaciones Económicas Internacionales, del Ministerio de Relaciones Exteriores, así como por las oficinas de ProChile. DIRECON también es responsable de la concesión, seguimiento y retirada de las autorizaciones a los exportadores autorizados.

Asimismo, es competente para efectuar los controles posteriores realizados a petición de una autoridad aduanera de la Comunidad.

Por otra parte, las autoridades aduaneras chilenas son competentes para solicitar a las autoridades aduaneras de la Comunidad que comprueben el carácter originario de las mercancías o la autenticidad de la prueba de origen.

Período de validez de las pruebas de origen

La validez de las pruebas de origen es de diez meses.

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/rules_origin/preferential/article_788_en.htm#chile

Exenciones del requisito de presentar la prueba de origen

La presentación de la prueba de origen no será necesaria cuando el valor total de los productos importados no sea superior a 500 euros en el caso de pequeños paquetes o de 1.200 euros en el caso de productos que formen parte del equipaje personal de los viajeros.

Fuente: <http://exporthelp.europa.eu/>

3. PROTECCIÓN DE ESPECIES AMENAZADAS

Las importaciones de algunas especies de animales y de plantas (o pedazos o productos derivados de ellas) deben cumplir con las normas de la UE sobre fauna y flora.

La Convención sobre el comercio internacional de especies amenazadas de fauna y flora silvestres (CITES) enmarca controles dobles a la exportación e importación en el país de origen y a nivel europeo. Este acuerdo asegura que el comercio internacional de animales y plantas salvajes no amenace su supervivencia en su ambiente natural.

Página web de la CITES: <http://www.cites.org> (página disponible en español)

4. CONTROL SANITARIO DE LOS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL DESTINADOS AL CONSUMO HUMANO

Las importaciones de productos de origen animal destinados al consumo humano deben cumplir con algunos requisitos generales de salud relacionados con:

- Aprobación sanitaria del país
- Aprobación de los establecimientos por el país
- Certificados sanitarios
- Controles sanitarios

Se puede exportar estos productos a la UE si proceden de un establecimiento aprobado por un tercer país presente en la lista de países que reúnen los requisitos en cuanto a los productos a exportar; si disponen de los certificados sanitarios y si han aprobado el control obligatorio de la oficina correspondiente del Estado miembro en la frontera al ingresar a la UE.

En Chile, el SAG (servicio agrícola y ganadero) puede entregar más informaciones sobre este tema:

<http://www.sag.cl>

5. ETIQUETADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Todos los alimentos que se comercializan en la UE deben cumplir con las normas relativas al etiquetado, la cual debe proporcionar al consumidor la mayor cantidad de información relativa a los componentes de cada producto.

De ahí la importancia de proveer la mayor cantidad de información posible que se encuentra en los siguientes capítulos:

- Normas generales sobre el etiquetado de los alimentos
- Provisiones específicas para algunos productos
- Etiquetado de alimentos modificados genéticamente
- Etiquetado de alimentos destinados a usos nutricionales

Ejemplo de etiqueta de carne de wagyu:



6. PRODUCTOS ORGÁNICOS O BIO

Los productos orgánicos procedentes de terceros países pueden ser comercializados como tales en la UE, siempre y cuando su etiquetado así lo indique. El etiquetado debe considerar información precisa relativa a su producción orgánica que debe ajustarse a la normativa comunitaria.

El 1 de enero de 2009 entró en vigor el nuevo reglamento de la UE para la producción, control y etiquetado de productos ecológicos. Sin embargo, algunas de las nuevas disposiciones sobre el etiquetado no entraron a regir sino a partir del 1 de julio de 2010.

Según el nuevo Reglamento, los productores de alimentos ecológicos envasados deben utilizar el logo ecológico de UE.



Logo ecológico de UE

Sin embargo, el uso del logo en los alimentos ecológicos de terceros países es opcional. A partir del 1 de julio de 2010, cuando se utiliza el logo ecológico de la UE, el país productor de los ingredientes ecológicos deberá quedar indicado.

La distribución de productos ecológicos de terceros países está permitida en el mercado común sólo si éstos han sido producidos y controlados siguiendo condiciones similares o equivalentes a las de la UE. El régimen de importación se ha ampliado con la nueva legislación.

Anteriormente, sólo los alimentos ecológicos de terceros países reconocidos por la UE o los bienes cuya producción había sido controlada por los Estados Miembros y que hubieran recibido una licencia de importación, podían importarse.

El procedimiento para la obtención de licencias de importación se remplazará en un futuro por un nuevo régimen de importación. La Comisión Europea y los Estados Miembros autorizarán y seguirán a los organismos de control que trabajan en terceros países.

Este nuevo procedimiento permite a la Comisión de la UE supervisar y seguir más de cerca la importación de productos ecológicos y el control de las garantías ecológicas. Además, se presentaron las bases para la aceptación de la normativa de la UE para acuicultura y algas marinas ecológicas en esta legislación.

En el Reglamento de la Comisión (CE) No 889/2008 todos los niveles de producción animal y vegetal quedan regulados, desde el cultivo de la tierra y el mantenimiento de los animales, hasta el proceso de distribución de alimentos ecológicos y su control. El Reglamento da una información técnica y detallada, constituyendo, de esta forma, una extensión del anterior Reglamento, excepto donde se regula de manera distinta al Reglamento del Consejo.

Se han añadido múltiples anexos al Reglamento de la Comisión. Entre ellos se pueden encontrar los siguientes:

- Productos permitidos en la agricultura ecológica como fertilizantes, tierras calcáreas y pesticidas.
- Requisitos mínimos sobre el tamaño del alojamiento y de las áreas de ejercicio, entre los que se incluyen el forraje para el ganado ecológico, según las especies animales y su estado de desarrollo.
- Pienso no ecológico, aditivos alimentarios y ayudas de procesamiento permitidas en la producción de piensos compuestos y las premezclas permitidas en la agricultura ecológica.
- Ingredientes no ecológicos, aditivos y ayudas de procesamiento permitidas en la producción de alimentos ecológicos (incluida la producción de levaduras).
- Requisitos del logo Comunitario

Estos anexos y otras partes de este Reglamento de la Comisión pueden ser suplementados por la Comisión con el fin de mantenerlos actualizados en relación al continuo desarrollo en tecnología, ciencia y el mercado ecológico.

Se han impuesto medidas de transición con el fin de facilitar la puesta en marcha de estas nuevas normas y de incorporar algunas exenciones ya vencidas del anterior Reglamento.

Además de la legislación para la agricultura y la producción ecológica de la UE, los agricultores y procesadores de productos ecológicos operativos deben adherirse también a las normas de aplicación general para la producción y el procesamiento de productos agrícolas. Esto implica que todas las normas aplicables a la regulación de la producción, el procesado, el marketing, el etiquetado y el control de productos agrícolas también son aplicables a los alimentos ecológicos.

Se mantendrá el reconocimiento bilateral común de terceros países por parte de la Comisión en cooperación con los Estados Miembros. De esta forma, la Comisión, con el apoyo de los Estados Miembros, supervisará la producción y el control de productos ecológicos, los cuales han de estar en conformidad con los objetivos y principios de la legislación ecológica, aunque estos no deben ser exactamente los mismos. Se puede encontrar una lista de terceros países reconocidos en el Anexo III del [Reglamento de Importación](#).

Fuente: http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/legislation_es

7. REQUISITOS ESPECÍFICOS PARA PRODUCTOS CONGELADOS

Artículo R112-9, vigente a partir del 22 de abril 2010, modificado por Decreto n°2005-944 del 2 de agosto 2005. En este se indica las informaciones legales que deben obligatoriamente aparecer en las etiquetas de cualquier producto alimenticio:

- Denominación de venta del producto
- Lista de los ingredientes (la cantidad de determinados ingredientes o categorías de ingredientes de conformidad con las disposiciones del artículo 7°)
- Cantidad de algunos ingredientes o categorías de ingredientes, según las condiciones mencionadas en los artículos R. 112-17 y R. 112-17-1 en porcentajes
- Cantidad neta
- Fecha límite de caducidad del producto
- Condiciones de conservación y de utilización del producto
- Nombre o razón social y dirección del fabricante, de empresas de embalajes o de un vendedor establecido dentro del territorio de la UE
- Número del lote
- Lugar de origen o de procedencia del producto, en caso de que no esté mencionado

8. DOCUMENTOS AL MOMENTO DE SU INGRESO A LA UE

- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración de valor de aduana
- Seguro de transporte
- Documento único administrativo

Para ingresar a la Unión Europea, toda exportación debe venir acompañada de un certificado de salud. A su ingreso los productos y sus certificados de acompañamiento son revisados y comprobados por funcionarios para dar cumplimiento a las provisiones de la directiva 97/78/EC. De cumplir éstas provisiones y aplicando los procedimientos de la regulación EC 136/2004, el resultado de la inspección será adjuntado al Documento de Entrada a la UE.

9. INGRESOS A FRANCIA

Los controles de Salud se llevan a cabo en puntos de control y Puestos de Inspección Fronterizos (PIF) del Ministerio de Agricultura y Pesca. El importador o su representante legal deben solicitar de antemano una inspección sanitaria de la mercancía importada, sometiendo la parte 1 del documento veterinario común armonizado de la Unión de la entrada (CVED), junto con todos los certificados necesarios. Después de la

verificación del documento, se constata la identidad del producto y pasa a la inspección física que puede conducir eventualmente a una toma de muestra para su análisis. El resultado de la inspección se refleja en la parte 2 del CVED. El producto puede entrar para el consumo solamente después de un resultado favorable.

Fuentes : <http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l11023.htm>
<http://www.codexalimentarius.net/search/advanced.do?lang=es>
<http://www.legifrance.com>
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:352:1:1:es>

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

- **France AGRIMER**
 Oficina agrícola francesa cuya misión es aplicar, en Francia, algunas medidas previstas por la Política Agrícola Común, y hacer acciones en favor de las actividades agrícolas.
 12, rue Henri Rol-Tanguy
 93555 Montreuil-sous-Bois
 Tel.: +33 1 73 30 30 00 / Fax: +33 1 73 30 30 30
<http://www.franceagrimer.fr> (página en francés)

- **AFNOR** (Association Française de Normalisation)
 Asociación Francesa de Normalización
 11, avenue Francis de Pressensé
 93571 St. Denis La Plaine
 Tel.: +01 41 62 80 00 / Fax: +01 49 17 90 00
<http://www.afnor.org> (página disponible en inglés)

- **AFSSA** (Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments)
 Agencia Francesa de Seguridad Sanitaria de los Alimentos
 22, rue Pierre Curie
 94700 Maisons Alfort
 Tel.: +01 49 77 13 00 / Fax: +01 49 77 26 12
<http://www.anses.fr> (página disponible en inglés)

- **CIV** (Centre d'Information des Viandes)
Centro de Información de las Carnes
64, rue Taitbout
75009 Paris
Tel.: +01 42 80 04 72 / Fax: +01 42 77 26 12
<http://www.civ-viande.org> (página disponible en inglés)

Contacto en Chile:

- **SAG** (Servicio Agrícola y Ganadero)
Av Presidente Bulnes 140 Santiago, Chile
Tel: 600 81 81 724 ; Página web: www.sag.cl

IV. OFERTA Y DISTRIBUCIÓN

1. OFERTA:

El termino “vaca de Kobé” está prohibido en Francia, así como la importación de la vaca de wagyu japonesa.

La carne que encontramos en Francia proviene de crianzas europeas (el período de engorda es de 200 días en Europa, contra 400 días en Japón), americanas o australianas.

En efecto, su producción se limita a:

- *España* (Burgos): el Señor Patxi, dueño del criadero, provee exclusivamente a Yves Marie Bourdonnec: dueño de una carnicería ubicada en Asnières (Francia). En este criadero dan vino en vez de cerveza a sus animales. Empezó a importar wagyu desde Japón hace 30 años desde Chile y Argentina. Hace 10 años, se instaló en España dónde tiene aproximadamente 120 animales en su predio de 400 hectáreas.
- *Bélgica*: el Sr. Johan Hammelaere descubrió el Wagyu durante un viaje a Japón y de ahí empezó su crianza en Bélgica. En 2007, expandió su actividad a Francia en Thiérache.

- *Francia* (Aisne, en Thiérache “Domaine du Tilleul”): por una parte, en 2008, el señor Hammelaere empieza a vender sus productos a grandes restaurantes con estrellas Michelin. Hoy en día, tiene pocos animales, es un pequeño productor que mata un animal al mes y su carne es bastante cara (según Archibald gourmet). Por otra parte, un joven estudiante en agroindustria está empezando su crianza de wagyu en la Somme (Norte de Francia).
- *Estados Unidos*: a partir de 1993, Japón exportó wagyu a EEUU en colaboración con organismos japoneses para criar la raza fuera de Japón. En esa época, solamente existían dos ganaderías: una en los Países Bajos, la otra en Francia. La cantidad de wagyu doméstico ha ido aumentando desde entonces. El centro de crianza de wagyu más grande fuera de Japón está en Harwood, Texas (más de 5000 animales que se alimentan de una mezcla de maíz, alfalfa, cebada, y paja de trigo). En el año 2007, los EEUU no podían enviar ganado wagyu a Japón puesto que este último requiere que la carne de res importada de los EEUU sea de ganado no más viejo que de 20 meses (el ganado wagyu es comúnmente matado entre los 30 y 35 meses).
- *Canadá*: tendrán un stand “wagyu Canadá inc” en la SIAL 2012 que tendrá lugar en París del 21 al 25 de octubre de 2012.
- *Uruguay*: la carne de wagyu uruguaya está llegando en Francia y es cada vez más consumida.
- *Chile*: la carne de wagyu chilena también está llegando a Francia. A modo de ejemplo, el importador francés Archibald gourmet importa su carne de Chile.
- *Australia*: carne destinada a ser exportada a Corea, EEUU, Hong Kong, Medio Oriente y Unión Europea. La continúa sequía y el alza de precios han puesto presión a productores, alimentadores, procesadores y exportadores para mantener los precios bajos.
- Se puede encontrar carne de wagyu en los siguientes países también: Países Bajos, Inglaterra, Italia, Argentina, México y Nueva Zelanda.

2. DISTRIBUCIÓN Y PRECIO

En Francia, existen cuatro distribuidores importantes que se comparten el mercado de la carne de wagyu:

- Archibald gourmet: <http://www.archibaldgourmet.com/>
Ya sirve dos palacios de los ocho que existen en Francia

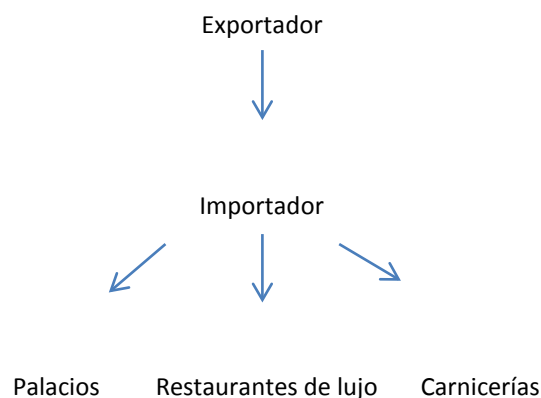
- Los productores españoles, y sobre todo el señor Patxi en Burgos: www.patxilarranaga.com
- Metzger frères : <http://www.metzger-freres.eu/>
45 rue de Poitou (bât D8)
94619 Rungis Cedex
+33 1 41 80 10 30
- Jean Denaux

Metzger frères y Jean Denaux no promueven mucho sus productos: su prioridad no es la comunicación sino la compra y venta directa de su carne a los clientes que ya conocen. En realidad, estas dos empresas no ocupan un lugar importante en los canales de distribución franceses.

En Francia, la carne es distribuida en pocos lugares, en los siguientes circuitos:

- Algunos restaurantes de lujo (ej: le Dauphin, restaurante Akrame...)
- Algunos hoteles de lujo e incluso palacios (ej: Park Hyatt en Paris)
- Algunas carnicerías, como por ejemplo:
 - El “Couteau d’Argent” (en Asnières), dirigida por Yves Marie Bourdenec y cuyo proveedor es el señor Paxti (productor español de Burgos). El dueño de la carnicería empezó a importar wagyu el 13 de noviembre de 2009 y también vende jamón de wagyu.
 - La Carnicería Lamartine, en París, también dirigida por Yves Marie Bourdonnec
 - La Carnicería Lemoine en Neuilly, cuya carne de wagyu viene de Francia, del Domaine du Tilleul.
 - La Carnicería Belleville que compra su carne de España y que vende también salchichón de wagyu.
 - La Carnicería Chezy en Neuilly...
- Ventas en internet:
 - Wagyufrance.eu: 285€ el kg (índice 8/10) + 39€ de gastos de transporte
 - Edelices.com: origen Chile y Argentina: entrecote índice 8+ origen Chile: 95€ los 370g
 - Archibald gourmet: 255€ el kg (índice 4/5) y 285€ el kg (índice 10/11)

Canal de distribución de la carne de wagyu en Francia:



El precio se fija en función de la tasa de grasa en el animal, según un índice de 1 a 12.

Más elevado es el índice de grasa, más cara es la carne porque tiene más jaspeado. El índice 12, indica que es la mejor carne: tiene mucha grasa y es más blanca que roja. La vaca de Kobé tiene obligatoriamente un índice 10/12.

Según Archibald gourmet, el precio de la carne de wagyu es 3 veces más alto que una carne de res clásica de buena calidad.

En efecto, los precios de producción en Francia son los siguientes: el kilo de carcasa vale 3€ para una vaca de calidad media (tipo Bigard), entre 5 y 7€ el kilo para una carne de buena calidad (tipo Charolais), entre 8 y 10€ por kilo para una carne de excelente calidad (tipo Angus) y 14€ el kilo de carcasa de wagyu. En cuanto al precio de venta a público de la carne de wagyu, esta sale entre 200 y 300 € el kilo en Francia, según la pieza y el origen de la carne.

V ■ DEMANDA

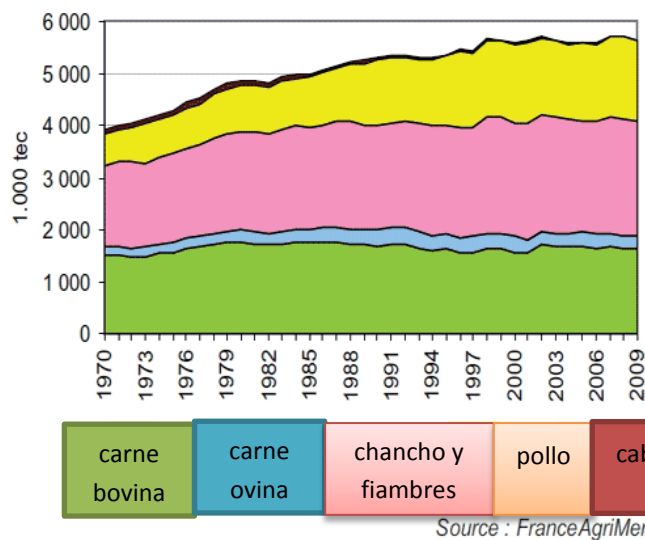
1. EL POTENCIAL DE LA CARNE EN FRANCIA

Según una conferencia organizada por France Agrimer en 2010, los franceses son los octavos consumidores de carne de la UE con 88 kg por año y por persona contra 40 kg en el mundo. Los mayores consumidores de la UE son Malta (135 kg), España (104 kg) y Portugal (100 kg). Asimismo, los franceses son los primeros consumidores de carne bovina con 25 kg por año por persona (15 kg en Europa) y los sextos de carne ovina con 3,8 kg en 2008 (2,4 kg en Europa). Un quinto del consumo de carne se hace fuera del hogar: restaurantes, hospitales, casinos...

Según el panel Mingle Trend de la Société Respondi de agosto del 2011, el 60% de los franceses consumen carne cuatro veces a la semana y el 19% consumen carne todos los días.

En 2011, el consumo de carne disminuyó a pesar de una reactivación en 2010: el contexto económico fue desfavorable para el mercado de la carne en Francia. El consumo de carnes de carnicería se contrajo de 2% y volvió a 3.72 millones de toneladas equivalente carcasas (Mtec). La carne bovina retrocedió de forma menos brutal (-1.5% o sea 1.61 Mtec), que la carne ovina-caprina (-2.8% o sea 0.194 Mtec).

La carne porcina sigue siendo la más consumida pero sus ventas disminuyeron de 2%, lo que corresponde a 1.88 Mtec. El pollo (+2.3%), la pava (+0.1%) y el pato (+2.7%) progresan mientras que el conejo (-7%) retrocede notoriamente en 2011, después de un buen resultado en 2010 (+5%).



Fuente: Ministerio de la Agricultura, marzo 2012

Evolución del consumo de carne en Francia de 1970 a 2009 (France Agrimer, 2010)

En Europa, existen grandes empresas productoras de carne (ovina, bovina y porcina). La empresa francesa Bigard es la primera productora de carne bovina en Europa.

Francia	Facturación 2011 (en millones de Euros)	Cuota de mercado (en %)
Groupe Bigard (Bigard, Charal, Socopa)	4 350	57%
Cooperl Arc Atlantique	1 952	26%
Groupe SVA	1 300	17%
Sub Total	7 602	100

UE	Países	Facturación 2011 en millones de Euros	Cuota de mercado (en %)
Vion Food	Holanda	9 500	48%
Danish Crown	Dinamarca	6 000	30%
Groupe Bigard	Francia	4 350	22%
Subtotal	-	19 850	100

Fuente: páginas web de las empresas citadas (www.bigard.fr; www.cooperl.com; www.vionfoodgroup.com; www.danishcrown.com)

2. EL CONSUMO DE CARNE DE WAGYU EN FRANCIA

a. Perfil del consumidor

La carne de wagyu es muy cara y forma parte del mercado del lujo en Francia: es un producto de alta gama. Es consumida particularmente por el grupo de mayores ingresos así como también por turistas de altos ingresos que visitan el país (por ejemplo, los turistas del Medio Oriente aprecian mucho este tipo de carne).

Por consiguiente, la carne de wagyu se consume más en los lugares de mayor ingreso como París y la Costa Azul (ej: Saint Tropez, Monaco, Montecarlo... al sureste de Francia). Sin embargo, se puede encontrar, en menor medida, en todo el país sobre todo en las ciudades grandes.

Hay temporadas donde se consume más esta carne: para las vacaciones de verano (de junio a agosto en Francia), los turistas de mayores ingresos que viajan al sur de Francia pueden encontrar muchos hoteles y restaurantes que ofrecen en sus menús carne de wagyu. El resto del año, París es la mejor zona para comprar carne de wagyu. Para las fiestas de fin de año, los franceses prefieren las carnes típicas como el pavo, el wagyu no es un producto común.

b. Tendencias de consumo

La carne de wagyu sigue y seguirá siendo un producto de lujo, o sea un nicho de mercado con un nivel de toneladas vendidas más bien bajo, pero es cada vez más conocida en Francia. En efecto, es un mercado que está creciendo: la oferta y la demanda se encuentran estrechamente vinculadas ya que el número de productores de wagyu aumenta y los precios disminuyen por la competencia. La gente está esperando que bajen los precios aún más para poder consumir esta carne, actualmente reservada casi exclusivamente a los sectores de mayores ingresos.

Según el gerente de Archibald gourmet, en el futuro, es muy posible que sea distribuida en los supermercados de alta gama.

VI. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

a. Halal y Kosher

Francia es el primer mercado de productos HALAL en Europa con cerca de 6 millones de musulmanes y 5 millones de consumidores potenciales. Los musulmanes consumen 30 a 40 % más de carne que el resto de los franceses y hay que tener en cuenta que el 99,3% de consumidores de productos HALAL compra carne.

En lo que se refiere a la carne de wagyu, certificar la carne Halal permite abrir más puertas ya que este tipo de carne de lujo es muy apreciada por los turistas musulmanes de altos ingresos. (ej: Medio Oriente).

El mercado de productos KOSHER es más pequeño, pero sigue siendo importante, ya que Francia tiene la mayor comunidad de judíos de Europa (alrededor de 700 000 según un artículo del Monde Diplomatique de julio 2012, periódico francés). Además, a partir de los años 1990, la venta de productos casher ha crecido de un 16% al año (según Kosher Spanish Foods).

Se recomienda a los productores chilenos certificar su carne para poder tener un valor agregado en el mercado francés.

b. Orgánico

El mercado de productos orgánicos se duplicó entre 2005 y 2010 y representaba cerca de 2,6 mil millones de euros en 2009 y un 1,4% del mercado total de alimentos. La carne representa un 11% del mercado orgánico, o sea un porcentaje menor del mercado convencional de alimentos, dado que los consumidores de alimentos orgánicos consumen menos carne.

En Francia, la gente está cada vez más consciente de consumir productos locales u orgánicos, teniendo en cuenta el desarrollo sostenible y el comercio justo.

Fuente: LSA 2011 (revista de la gran distribución y del consumo en Francia)

Se sugiere a los productores chilenos vender carne orgánica, certificada, para poder tener un valor agregado en el mercado francés, que conoce más la carne que proviene de Argentina (la denominación "Argentinean Beef" es una estrategia de promoción de la carne argentina muy buena) o Uruguay que de Chile por ejemplo. Una carne de wagyu chilena certificada orgánica sería muy apreciada.

c. Productos derivados

Los alimentos derivados del wagyu se hacen cada vez más importantes y las carnicerías francesas empiezan a distribuir esos productos. Entre ellos, destacamos el jamón, el salchichón, las croquetas y el chorizo de wagyu.

Así, la oferta va ampliándose y vemos que el wagyu, ya sea bajo la forma de carne o fiambres, es un producto que tiene éxito.

En este sentido, recomendamos a los productores diversificar su oferta y tener en cuenta que el wagyu se puede comercializar bajo otras formas.

Jamón de wagyu
Carnicería le Couteau d'Argent



Croquetas de wagyu
Tienda de Santa Rosalía (España)
(www.tiendadesantarosalia.com)



VII. FERIAS Y EVENTOS

<p>SIAL: Feria Internacional de los productos agroalimenticios e innovaciones alimentarias. Próxima edición: 21-25 de octubre de 2012 en París, Francia. Este salón se dirige a los profesionales del sector agroalimentario, se presentan las nuevas tendencias de consumo, se exponen productos cada vez más innovadores en su composición o en el empaquetado.</p> <p>Link : www.sial.fr</p>	
<p>SIRHA: Feria Internacional de la Restauración, Hostelería y Alimentación. Próxima edición: 28-29 de enero de 2013 en la ciudad de Lyon, Francia.</p> <p>Link : www.sirha.com</p>	
<p>Omnivore Food Festival: Festival Internacional imaginado por los fundadores de la revista "Omnivore" y que hace hincapié en los jóvenes chefs; Próxima edición: marzo 2013</p> <p>Link: http://www.omnivore.fr/</p>	

VIII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN

- **Direction générale des douanes et droits indirects
(Dirección general de las aduanas e impuestos indirectos)**
Dirección principal: 11, rue des deux Communes- 93558 Montreuil cedex.
Tel: 0 811 20 44 44
Fax: 0033 1 57 53 49 37
<http://www.douane.gouv.fr/>

- **Ministère de l'Agriculture et de la Pêche
(Ministerio de la Agricultura y Pesca)**
78, rue de Varenne- 75349 Paris 07 SP
www.agriculture.gouv.fr/

- **Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression
des fraudes – DGCCRF:
(Dirección general de la competencia, de los consumidores y de la represión de fraudes):**
Dirección: 59, Boulevard Vicent Auriol
F-75703 Paris Cedex 13
Tel: (+33) 1 44 97 23 23
Fax: (+33) 1 44 97 05 27
www.dgccrf.bercy.gouv.fr/espagnol.htm/

- **FranceAgriMer
(Organismo nacional de la agricultura y de la pesca)**
Dirección: 12, rue Henri Rol-Tanguy-TSA 20002 – 93555 Montreuil-sous-Bois cedex
Tel: (+33) 1 73 30 30 00
Fax: (+33) 1 73 30 30 30
www.franceagrimer.fr/