



Estudios de Mercado  
**RESUMEN EJECUTIVO**

# El mercado de la aceituna de mesa en Francia

## Julio 2017

Este estudio ha sido realizado por  
Natalia Martín y Tamara Blas,  
bajo la supervisión de la  
Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en París

## EL MERCADO DE LA ACEITUNA DE MESA EN FRANCIA

El mercado agroalimentario francés es un mercado maduro y sofisticado, donde priman la calidad, la variedad, la presentación y la necesidad de saber adaptarse a los cambios que se producen en el mercado, el país gallo, es también un país atractivo, con consumidores sensibles a la gastronomía y dispuestos en pagar un precio alto para una calidad reconocida.

Teniendo en cuenta este contexto, el mercado de la aceituna de mesa no es muy diferente. Aunque su producción es muy escasa y presenta una tendencia estable (1.100 toneladas al año) con respecto a otros países mediterráneos, se han creado 6 denominaciones de origen, lo cual es signo del alto valor que se concede en el país a la producción nacional de calidad de aceituna de mesa.

Dado que con su escasa producción no llega a cubrir el consumo que se estima en 77.840 toneladas (en 2016), Francia importa cada año una mayor cantidad de aceitunas (79.611,80 toneladas por valor de 110,34 millones de euros en 2016). El origen de sus importaciones se encuentra sobre todo en Marruecos y España, las cuales se reparten el 94% de la cuota de mercado en volumen. No obstante, es significativo el hecho de que aunque las importaciones de aceitunas marroquíes están creciendo y acaparando mayor parte del mercado éstas mantienen su precio estable, mientras que las importaciones procedentes de España presentan una tendencia negativa en volumen y positiva en valor. Es decir, aunque se venda menos producto español éste tiene cada vez más, un mayor valor en el mercado francés.

En cuanto a las exportaciones, Francia exportó un total de 2860 toneladas de aceituna de mesa por valor de 8,17 millones de euros en 2016. Gran parte son reexportaciones a países como Estados Unidos y Reino Unido.

Así pues, aunque su oferta se compone principalmente de aceitunas de origen extranjero, este mercado está desarrollado y es bastante heterogéneo ya que existe gran variedad de aceitunas, ya no solo en cuanto al tipo, origen, formatos o cantidades de aceitunas sino también en cuanto a sabores, rellenos y aderezos que contienen.

Con respecto a precios, variedades y presentaciones, se ha realizado un amplio storecheck en las principales cadenas de distribución de alimentación de París con un análisis por varios criterios. Los resultados obtenidos se ofrecen en el apartado 5. Precios. No obstante se ha podido comprobar que existe un amplio rango y que estos son variables en función de diversos factores como márgenes de distribuidor, marcas, cantidad, tipos de envase etc.

Como se detalla en el storecheck aunque no es muy difícil encontrar aceitunas de origen español en el mercado francés, no son las empresas de nuestro país las que se adentran en el mercado sino que son las empresas francesas las que, principalmente, importan este producto para comercializarlo posteriormente.

## EL MERCADO DE LA ACEITUNA DE MESA EN FRANCIA

No obstante, la imagen del producto español en Francia tiene buena reputación, se percibe como bien posicionado en los que se refiere a relación calidad-precio y parece consolidarse en los últimos tiempos gracias entre otras cosas al interés de los franceses por España, su cultura y su gastronomía.

Se presentan en el estudio las cuatro vías principales para la distribución de la aceituna de mesa en Francia. Optar por una u otra vía dependerá de cómo se quiera posicionar el producto. Por otra parte, hay que tener en cuenta el alto grado de concentración del sector de la distribución, pues sólo 7 grupos dominan todo el mercado. A ellos hay que añadir los distribuidores hard discount.

En lo que respecta a barreras de entrada, al pertenecer Francia a la Unión Europea, éstas no existen como tal, sin embargo, las prácticas comerciales propias del país como hacer cambiar al potencial cliente de proveedor, cumplir las exigencias de calidad que requiere el mercado o conseguir condiciones de pago seguras para el vendedor entre otras, pueden suponer un obstáculo para las empresas a la hora de introducir sus productos en el mercado francés.

Dada la estabilidad de consumo que tiene en la actualidad este mercado, sería interesante destacar otros aspectos que se pueden asociar al consumo de aceitunas y que en la actualidad están en auge en este mercado para potenciar las ventas. Éstos aspectos podrían ser las propiedades saludables de la aceituna, las presentaciones de aliño tradicionales o regionales, o bien las incipientes modas del aperitivo que cada vez cobran mayor protagonismo en la cultura francesa.

Por último y de acuerdo a las características de este mercado, se presentan nichos y oportunidades de mercado que un productor de aceitunas debería de tener en cuenta a la hora abordar el mercado, BIO, contenido en sal, etc...