



ESTUDIO  
DE MERCADO

---

2024



# El mercado del queso en Francia

iCEX

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en París

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO  
DE MERCADO

15 de febrero de 2024

París

Este estudio ha sido realizado por  
Inés Benguría Ruiz de Aguirre y Marta González Pellitero

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en París

<http://francia.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240080



# Índice

1. Resumen ejecutivo	5
2. Definición del sector	7
2.1. Clasificación francesa: Código NAF	7
2.2. Clasificación Arancelaria (TARIC)	8
3. Oferta – Análisis de competidores	9
3.1. Análisis cualitativo del mercado interior	9
3.1.1. Proceso de fabricación	9
3.1.2. Segmentación del producto	9
3.2. Análisis cuantitativo del mercado interior	11
3.2.1. Tamaño del mercado	11
3.2.2. Producción de queso en Francia por tipología	12
3.3. Principales productores de queso en Francia	14
3.4. Comercio exterior	15
3.4.1. Balanza comercial	15
3.4.2. Exportaciones	17
3.4.3. Importaciones	18
4. Demanda	21
4.1. Evolución del consumo de queso en France	21
4.1.1. Consumo de queso en Francia por tipología	21
4.1.2. Consumo de queso en Francia por regiones	23
4.2. Análisis del consumidor y de sus preferencias	24
4.3. Tendencias del mercado	25
5. Precios	27
5.1. Descripción y evolución de los precios en el mercado	27
5.2. Composición del precio de venta	28
6. Percepción del producto español	30
7. Canales de distribución	31
7.1. Introducción a los canales de distribución	31
7.2. Canales habituales y principales distribuidores	31
7.2.1. La gran distribución	31
7.2.2. Queseros artesanos, establecimientos gourmet y establecimientos especializados	34
7.2.3. Venta <i>online</i>	34
7.3. Estrategias de canal	35
7.3.1. Selección del canal adecuado	35



7.3.2. Marketing	37
7.3.3. Promoción y publicidad	37
<b>8. Acceso al mercado – Barreras</b>	<b>39</b>
8.1. Obstáculos comerciales	39
8.2. Definición reglamentaria del queso	40
8.3. Etiquetado	40
8.4. Condiciones de acceso al mercado	42
8.5. Métodos de acceso	42
<b>9. Perspectivas del sector</b>	<b>44</b>
<b>10. Oportunidades</b>	<b>46</b>
<b>11. Información práctica</b>	<b>48</b>
11.1. Empresas	48
11.2. Ferias	48
11.3. Publicaciones del sector	48
11.4. Asociaciones	49
11.5. Otros	49
11.6. Bibliografía	49
<b>12. Anexos</b>	<b>50</b>
12.1. <i>Storecheck</i> de quesos españoles en Francia (2021)	50



# 1. Resumen ejecutivo

Francia es un país de marcada tradición quesera, que cuenta con una producción que engloba una gran variedad de quesos, acompañado de un consumo diario por gran parte de la población. De media, los franceses consumen 27kg de queso anuales. Además, la oferta de quesos es famosa por su calidad. Con 46 variedades de queso con Denominación de Origen Protegida (AOP), Francia es el primer país europeo en productos lácteos con signos oficiales de calidad.

En el presente estudio se ha realizado un análisis del mercado del queso en Francia. Para ello, se ha presentado la composición del mercado, tanto desde el lado de la oferta como del de la demanda. Posteriormente se han estudiado otros aspectos relacionados, con especial énfasis en la situación actual del mercado y en las oportunidades presentes para las empresas españolas.

Por un lado, en lo referente a la producción interna, en el año 2022 se produjeron algo menos de dos millones de toneladas de queso; de las cuales un 91% era procedente de leche de vaca. Tanto la producción de queso de leche de cabra como de oveja ha disminuido en 2022 respecto del año anterior. Si se analiza la producción de queso por categorías, destacan el queso emmental, el queso Brie y el Camembert.

Por otro lado, la tradición productora de queso en Francia se ve reflejada en las estadísticas de comercio exterior del último cuatrienio. Las exportaciones sitúan a Francia entre los principales países exportadores del mundo, siendo el destino de la mayor parte de estas exportaciones a países pertenecientes a la Unión Europea. Tal y como se analiza en el presente estudio, las importaciones han aumentado considerablemente en los últimos años, lo que refleja que, pese a su capacidad productora interna, los franceses buscan nuevas variedades de queso internacionales. Los países que más queso exportan al país son Italia, Alemania y Países Bajos, mientras que los quesos procedentes de Grecia e Italia están multiplicando sus ventas a Francia exponencialmente.

Todo ello se ve reflejado en la balanza comercial. El incremento de las importaciones año a año tiene como consecuencia que, aunque el saldo comercial continúe siendo positivo, la tendencia es a la baja. Por tanto, a pesar de que el mercado francés sigue destacando por su alto nivel de exportaciones de queso, los consumidores franceses cada vez tienen mayor interés en otros productos extranjeros. Concretamente, en lo que corresponde a las importaciones procedentes de España, el consumidor francés cada vez se interesa más por el queso español y la tendencia en las importaciones es al alza. Sobre todo, el queso más popular y más demandado por los franceses es el queso manchego.

En lo que corresponde a la demanda de queso en Francia, el país destaca por ser el mayor consumidor de queso del mundo. Al igual que sucede con la producción, el consumo de queso de



leche de vaca tiene el mayor peso, y los quesos más consumidos por los franceses son el Emmental, el Brie y el Camembert. Dentro de los quesos extranjeros más consumidos se encuentran el Gouda, Edam y Mimolette de los Países Bajos, la Mozzarella o el Parmesano italiano, toda clase de quesos frescos y Fondus alemanes y, por último, el feta griego.

El aumento del mercado en el 2022 ha sido resultado de las nuevas formas de consumir introduciéndolo en diferentes tipos de comidas y no sólo en las más tradicionales (snacks, quesos fundidos, categorías gourmet...). Asimismo, el sector se adapta y ofrece productos acordes a las nuevas preferencias de los clientes que buscan un queso socialmente responsable y comprometido con el medioambiente.

El mercado de queso francés se caracteriza por ser un mercado maduro y saturado, en el que cada vez existe una mayor demanda de nuevos productos y sabores. Esta situación se presenta como una oportunidad para los productores españoles, que ofrecen experiencias aún desconocidas para el consumidor francés. También se destaca la posibilidad de cubrir los mercados nicho que son tendencia en Francia. Al respecto, los quesos de procedencia ecológica tienen una creciente demanda en el mercado y todavía no presenta demasiada competencia. Asimismo, los consumidores franceses confían en los distintivos de calidad de los productos que compran, y por ello muestran especial interés en los productos con DOP. España, con 26 especialidades DOP en el mercado del queso, puede resultar un mercado interesante para los consumidores franceses.

En el momento de acceder al mercado francés, es recomendable centrarse en primer lugar por un mercado de nicho, como la venta en queserías o en tiendas gourmet, antes de lanzarse a la gran distribución. Para ello, debe elaborarse una estrategia de entrada adecuada, con una oferta muy específica y ajustada al canal de distribución. No obstante, la promoción del producto es un factor clave que debe estudiarse y prepararse con anterioridad. El envase debe tener un diseño acorde a la calidad del interior, con especificaciones nutricionales y de origen demostrando la tradición de elaboración, la calidad de la leche y su carácter específico (a partir de razas autóctonas, por ejemplo).

Finalmente, es importante analizar la oportunidad que abre la venta en el canal online para crear notoriedad e imagen, ya que el público francés está habituado a utilizarlo en la compra de productos alimentarios y su uso está incrementando. Así, mediante los marketplaces o la venta directa, los productores españoles pueden tener un canal de venta adicional sin necesidad de incurrir en demasiados gastos logísticos. En estos casos, también se aconseja realizar una fuerte inversión en promoción para poder visibilizar la imagen de la marca en la red.

Como conclusión, el mercado francés, a pesar de tratarse de un mercado que a primera vista puede parecer saturado, aún puede ofrecer oportunidades a productos provenientes del extranjero. Con la aparición de nuevos consumidores más abiertos a la innovación y la existencia de diferentes canales en los que se puede obtener el producto, los quesos españoles cuentan con oportunidades para llegar al consumidor francés.

## 2. Definición del sector

El objetivo del presente estudio de mercado es analizar el mercado del queso en Francia. Se pretende informar de la situación de dicho producto en el país, así como de las oportunidades que ofrece el mercado para los productos procedentes de España.

En Francia, la denominación “queso” se reserva al producto fermentado o no, curado o no, obtenido a partir de las materias de origen exclusivamente lácteo: leche, leche parcial o totalmente descremada, crema, grasa... utilizadas solas o mezcladas y coaguladas total o parcialmente, después de la eliminación parcial de una parte acuosa.

El presente estudio incluye todo tipo de quesos, independientemente del tipo de leche con la que han sido fabricados, del proceso de producción, de la materia grasa contenida o del tiempo de maduración.

### 2.1. Clasificación francesa: Código NAF

Los quesos están encuadrados, según la nomenclatura francesa de actividad (NAF 2008), en la categoría C “productos manufacturados” bajo la clase “productos lácteos” - C10.5. La subcategoría de los quesos es la **10.51.40** y comprende los siguientes tipos:

---

**Quesos frescos** (*petit suisses*, pastas saladas, quesos en encella o aromatizados), *Caillebotte*

---

**Quesos fundidos** (crema de *gruyère*, quesos para untar, etc.)

---

**Quesos de pasta azul** (*roquefort* y otros azules como *gorgonzola*, etc.)

---

**Quesos de cabra o de oveja**

---

**Quesos de pasta blanda** (*camembert*, *brie*, *coulommiers*, *carré de l'est*, etc.)

---

**Quesos de pasta prensada** (*edam*, *gouda*, *reblochon*, *Cantal*, *emmental*, *comté*, *gruyère*, etc.)

---

**Quesos rallados o en polvo**

---

Fuente: INSEE. 2024

Los yogures y cuajadas no se engloban en esta categoría, sino en la NAF C 10.51.52.



## 2.2. Clasificación Arancelaria (TARIC)

La partida arancelaria correspondiente al queso según la nomenclatura TARIC es la 04.06 de “Quesos y requesón”, que incluye los siguientes tipos de queso.

---

**Queso fresco** (sin madurar), incluido el del lactosuero, y cuajada

---

**Queso rallado o en polvo**, de cualquier tipo

---

**Queso fundido** (excepto el queso rallado o en polvo)

---

**Queso azul** y demás quesos que presenten vetas producidas por *Penicillium roqueforti*

---

**Demás quesos** (Queso feta y otros tipos de queso feta como camembert, brie, Parmigiano Reggiano, Queso Manchego, etc.)

---

Fuente: Acces2Markets, 2024.

ICEX

## 3. Oferta – Análisis de competidores

En este apartado se analizará el tamaño del sector, la producción local, las importaciones y exportaciones con el mundo, además del comercio bilateral de Francia con España.

### 3.1. Análisis cualitativo del mercado interior

En primer lugar, antes de proceder al análisis cuantitativo del mercado del queso en Francia, es necesario examinar las diferentes clases de queso, según su proceso de fabricación y refinamiento.

#### 3.1.1. Proceso de fabricación

La fabricación de cualquier clase de queso comienza con la etapa llamada “caillage”, que consiste en coagular la leche y transformarla en cuajada añadiéndole fermentos o coagulantes naturales. A continuación, la cuajada se corta, se parte y se fragmenta. El tamaño de estos fragmentos depende del agua que contengan, por lo que cuanto más pequeños sean más firme será la masa.

El tercer paso de la fabricación del queso consiste en el drenaje y moldeado. Esta etapa será la que condicione la calidad final del queso. El drenaje, que puede ser lento, de prensado acelerado o de prensado calentado, dura entre 12 y 48 horas y se efectúa en moldes perforados para las pastas blandas, o en moldes con fondo de madera para las pastas prensadas.

Posteriormente, el quesero selecciona la sal -fina, gorda o salmuera- para realzar el sabor del producto, actuando a su vez como conservante y antiséptico. Esta etapa de salado permite también la formación de la corteza y la evolución de la flora bacteriana para refinar el queso.

Finalmente, el queso se refina. El refinamiento consiste en mantener los quesos en cuevas naturales o artificiales para dejarlos madurar, y en las que el curador se ocupa del correcto desarrollo del proceso de maduración. Es esta fase la que proporciona al queso su textura, su color y su olor, y en la que los sabores del queso se desarrollan y se vuelven uniformes.

#### 3.1.2. Segmentación del producto

La diversidad climática y geográfica del territorio francés permiten ofrecer a los consumidores una gran variedad de quesos. La gama de productos de queso francés ofrece 1.200 variedades, pertenecientes a 8 familias. Además, el país cuenta con 55 variedades de queso con Denominación

de Origen (AOP)<sup>1</sup>. A continuación, se exponen los principales tipos de queso según su fabricación, así como las características de cada uno de ellos.

### *De pasta blanda*

Estos quesos están tratados a base de una fermentación mixta, con enzimas y ácidos, y durante el desuerado, la consistencia de la cuajada es moderada. Son quesos con una humedad del 50% aproximadamente, y un porcentaje de materia grasa que oscila entre el 20 y el 75%. Las variantes de queso más representativas de esta categoría son el queso Brie, el Coulommiers o el Camembert.

### *De pasta de corteza lavada*

La fabricación de estos quesos es similar a los de pasta blanda. La leche se cuaja de forma mixta con fermentos lácticos y cuajo, y su acidificación es leve. Después del refinado, los productos se lavan con agua salmuera, la cual permite dar a la cáscara su color anaranjado. Francia cuenta con una veintena de este tipo de quesos, de entre los que se pueden destacar el Maroilles, Pont-l'Évêque o Mont d'Or.

### *De pasta prensada no cocida*

El distintivo de esta variedad de queso es que la cuajada se prensa durante el proceso de desuerado. La intensidad de este prensado definirá el nivel de humedad del queso. Estos quesos maduran durante 2 semanas, hasta 2 ó 3 meses en el caso de los quesos Tommes, Morbier y Cantal, o durante más de un año en una bodega fresca y húmeda, a una temperatura de entre 10°C y 15°C. Destacan dentro de esta familia el queso Cheddar o el Gouda, así como el queso Raclette.

### *De pasta prensada cocida*

Esta variedad de queso es similar a la anterior, salvo que se trata de un queso más firme ya que se cuece entre 45 y 65 grados, por lo que la masa en este caso es menos húmeda. Tras la cocción, la cuajada se moldea y se prensa durante varias horas, y posteriormente se sala. Así, se forma la corteza, se consigue el sabor del queso y se contribuye a su conservación. Para su maduración, los quesos se colocan en bodegas, con temperaturas diferentes según el tipo de queso. El Beaufort, el Comté y el Emmental son ejemplos de este tipo de quesos. De entre ellos, destaca por su popularidad el Comté, el primer queso francés con Denominación de Origen Protegida en términos de volumen vendido.

### *De pasta azul*

Los quesos de pasta azul deben su aspecto al desarrollo de *Penicillium roqueforti* o *glaucum*. Existen dos categorías de quesos de pasta azul: los quesos azules "fuertes" como el Roquefort, el Bleu d'Auvergne, etc.; y los quesos azules "suaves", como el Gorgonzola y el Bleu de Gex. El queso azul se elabora de la misma manera que los demás. La única diferencia es que, durante el proceso de coagulación, se inoculan con un hongo microscópico que produce los mohos azulados que pueden verse en el queso, dándole su aspecto marmolado.

<sup>1</sup> Produits Laitiers de France, 2024. Recuperado de <https://www.produits-laitiers-de-france.com/fromage/>

### Quesos frescos

El queso fresco es el único queso que no está curado y que puede consumirse directamente después de su elaboración. En comparación con otros quesos, tiene el mayor contenido de agua. Generalmente es el 73%. De ahí proviene su sabor fresco, pero también explica su corta vida útil después de abrirlos.

## 3.2. Análisis cuantitativo del mercado interior

### 3.2.1. Tamaño del mercado

En el año 2022 la producción de queso en Francia alcanzó los 1,87 millones de toneladas. Del total del queso producido, casi el 91% era de leche de vaca, mientras que el 9% restante provenía de leche de cabra (5%) y de leche de oveja (4%). Por su parte, en lo que corresponde al consumo de queso, los hogares franceses consumieron un total de 1,2 millones de toneladas en 2022, lo que equivale a 10.000 millones de euros<sup>2</sup>. Según los datos del Ministerio de Agricultura y la Soberanía Alimentaria, cada francés consume, de media, 27 kg de queso anuales<sup>3</sup>.

TABLA 1. TAMAÑO DEL MERCADO DE QUESO EN FRANCIA ENTRE 2020 Y 2022, EN TONELADAS

	2020	2021	2022	2020/22
<b>PRODUCCIÓN</b>	1.831.136	1.889.808	1.873.478	2%
<b>(+) IMPORTACIONES</b>	402.396	507.871	458.415	14%
<b>(-) EXPORTACIONES</b>	657.028	665.275	665.759	1%
<b>CONSUMO APARENTE</b>	1.576.504	1.732.404	1.666.134	6%

Fuente: Elaboración propia a partir de L'économie laitière en chiffres. Edition 2023, CNIEL.

El consumo aparente, obtenido comparando la producción nacional de queso con la balanza comercial del sector, demuestra la relevancia de este producto en el mercado interno. Según las cifras obtenidas, el consumo de queso en Francia superó las 1,6 millones de toneladas en 2022. Destaca el incremento de las importaciones que ha tenido lugar en los últimos dos años (14%), mientras que las exportaciones y la producción interna se han mantenido constantes (2% y 1% respectivamente). Las cifras demuestran un incremento del interés de la población francesa hacia nuevas variedades de queso provenientes de otros países.

<sup>2</sup> L'économie laitière en chiffres. Édition 2023, elaborado por el Cniel. Recuperado de [www.filiere-laitiere.com](http://www.filiere-laitiere.com)

<sup>3</sup> Agreste Graph'Agri 2022, Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire, 2022

Conviene observar a continuación la producción de queso en función del origen de la leche utilizada y su evolución.

### 3.2.2. Producción de queso en Francia por tipología

TABLA 2. PRODUCCIÓN DE QUESO SEGÚN EL TIPO DE LECHE, EN TONELADAS

	2019	2020	2021	2022	2019/2022
<b>Queso de vaca</b>	1.696.895	1.671.439	1.727.227	1.715.062	1,07%
<b>Queso de oveja</b>	98.738	99.799	99.552	97.485	-1,27%
<b>Queso de cabra</b>	59.849	59.898	63.029	60.931	1,81%
<b>TOTAL</b>	1.855.482	1.831.136	1.889.808	1.873.478	0,97%

Fuente : L'économie laitière e chiffres. Edition 2023, CNIEL

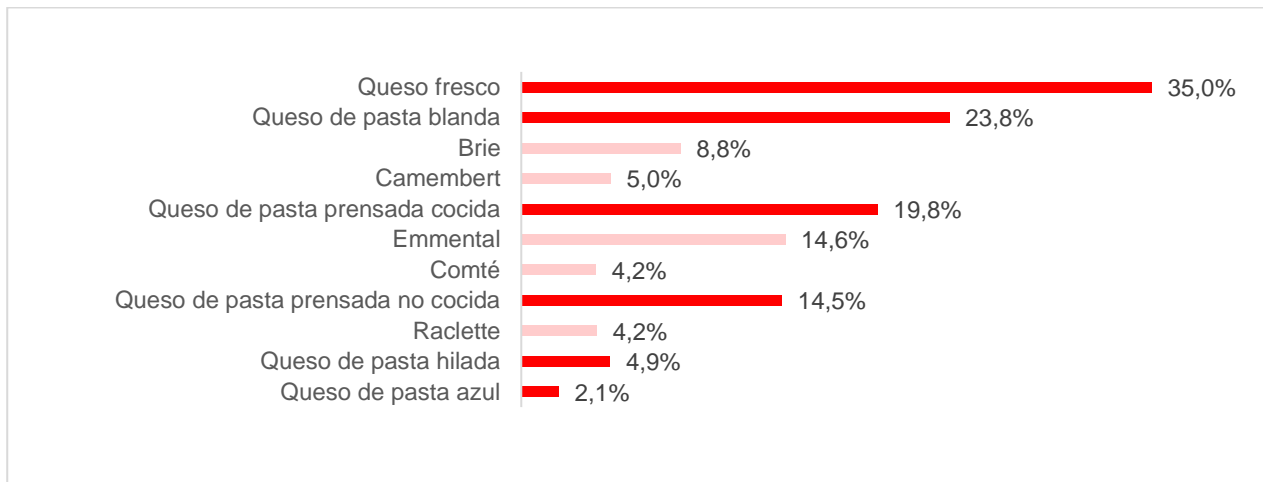
#### *Queso producido con leche de vaca*

Según *la Enquête Mensuelle Laitière*<sup>4</sup>, en 2022 el total de quesos y productos especializados producidos con leche de vaca se encontraban alrededor de los 1,7 millones de toneladas, representando el 91% de la producción total.

En cuanto a las distintas variedades producidas, tal y como se muestra en la gráfica a continuación, la mayor parte corresponde al queso fresco (35%), seguido por los quesos de pasta blanda (23,8%) y por la pasta prensada cocida (19,8%). También es importante destacar, dentro de las distintas modalidades, la producción de queso Emmental, que supone un 14,6% de la producción total, así como de los quesos Brie y Camembert, que representan un 8,8% y un 5% de la producción total, respectivamente.

<sup>4</sup> L'économie laitière en chiffres. Édition 2023, elaborado por el Cniel. Recuperado de [www.filiere-laitiere.com](http://www.filiere-laitiere.com)

FIGURA 1. PRODUCCIÓN DE QUESO DE VACA POR TIPOS EN FRANCIA, EN 2022



Fuente : L'économie laitière e chiffres. Edition 2023, CNIEL

En cuanto a la evolución de la producción de quesos provenientes de leche de vaca en Francia, se puede afirmar que esta se ha mantenido estable en la última década.

**Queso de leche de cabra:**

En lo que respecta a la producción de queso de cabra, en el año 2022 en Francia se produjeron 97.485 toneladas, habiendo disminuido casi un 4% respecto a la producción de 2018 (101.147 toneladas). Dentro de esta categoría, destaca la producción de los rulos de queso de cabra y del queso fresco de cabra.

**Queso de leche de oveja:**

La producción de quesos de oveja en Francia en 2022 fue de 60.931 toneladas, habiendo disminuido en un 3,4% respecto al año anterior. Del queso producido, un 29% corresponde a queso roquefort y otro 29% a quesos de pasta prensada no cocida. De entre los quesos de pasta prensada no cocida, es interesante destacar el Ossau-Iraty que representa el 7,3% de la producción total de queso de oveja.






A modo de conclusión, tras haber analizado la evolución de la producción del queso para los distintos tipos de leche, cabe mencionar lo siguiente. En primer lugar, el queso de leche de vaca es, sin duda, el más producido, con las variedades de queso fresco y de pasta blanda como principales productos fabricados. En segundo lugar, pese a que la producción de queso de cabra y de oveja no esté tan generalizada, esta se ha mantenido constante en los últimos años. Finalmente, se debe destacar la ligera disminución en la producción que ha tenido lugar en este último año y que ha afectado a las tres tipologías de queso, unida al ya mencionado incremento de las importaciones.

### 3.3. Principales productores de queso en Francia

El mercado de la *cr merie* francesa cuenta con más de 3.600 productores, desde pequeños fabricantes artesanales hasta grandes empresas internacionales. Sin embargo, son estas últimas las propietarias de la mayoría de las marcas existentes y, por tanto, las que cuentan con mayores cuotas de mercado.

En la tabla siguiente se analizan los principales productores presentes en el mercado.

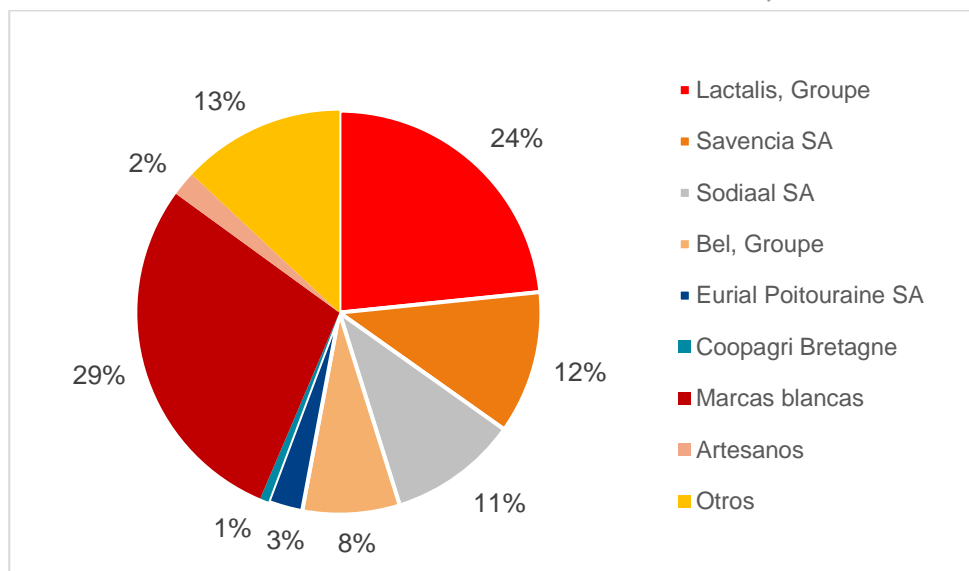
TABLA 3. PRINCIPALES EMPRESAS PRODUCTORAS DE QUESO EN FRANCIA

Grupo	Información	Marcas
	Es el primer grupo dedicado a la leche y el queso a nivel mundial y el primer grupo agroalimentario francés tras superar al grupo Danone en 2023.	Président, Galbani, Lactel, Bridel, Société, Le Roitelet, Lepetit, Salakis, Graindorge, entre otras.
	Centrado en especialidades de queso e ingredientes lácteos, Savencia Fromage & Dairy se encuentra entre los principales procesadores de leche del mundo, el grupo de queso número 2 en Francia y el número 4 a nivel mundial.	Caprice des Dieux, Saint Albroy, Le Rustique, C�ur de Lion, Saint Agur, Papillon, St-Mor�t, Tartare, Carr� Frais, Ap�rivrais, Chavroux, Saint-Loup, RichesMonts raclette.
	Fundado en 1865 en Francia, el grupo Bel se ha consolidado como uno de los más potentes grupos lácteos a nivel mundial.	La Vache qui rit, Apericube, Port Salut, Adler, Kiri, Cantadou, Les Enfants, Bonbel, Babybel, Cousteron, Samos, Limiano, Leerdammer, Gervais, Smetanito, entre otras.
	Una de las cooperativas lecheras más importantes de Francia. A ella pertenecen muchas de las empresas más potentes del mercado en términos de facturación	Entremont, Renard Gillard, La Pastourelle, Cantorel, Monts & Terroirs, Fromageries Blamont o RichesMonts, entre otras
	Grupo cooperativo lechero integrado por varias cooperativas como Colarena, UCAL y Poitouaine. Reúne 4.500 productores franceses de queso, mantequilla y otros lácteos. Desde 2016 es la división del mercado lácteo de Agrial.	Algunas de las marcas más representativas incluidas bajo su paraguas son: Soignon; Maestrella o Grand Fermage.

Fuente: elaboración propia.

Según los datos más recientes de *Euromonitor*, el panorama competitivo de proveedores de queso por facturación en 2023 se configuraba como sigue:

FIGURA 2. CUOTA DE MERCADO POR FABRICANTES, EN 2023



Fuente: Euromonitor 2024.

Como se ha anticipado, las marcas de grandes distribuidores cuentan con una importante cuota de mercado. Entre ellos, destaca la cuota del Grupo Lactalis (un 24%) y de Savencia S.A. (un 12%). También destaca el peso de las marcas blancas, que en 2023 se han hecho con casi el 30% de la cuota de mercado total en Francia.

### 3.4. Comercio exterior

#### 3.4.1. Balanza comercial

TABLA 4. SALDO DE LA BALANZA COMERCIAL EN FRANCIA 2019-2022, EN MILES DE EUROS

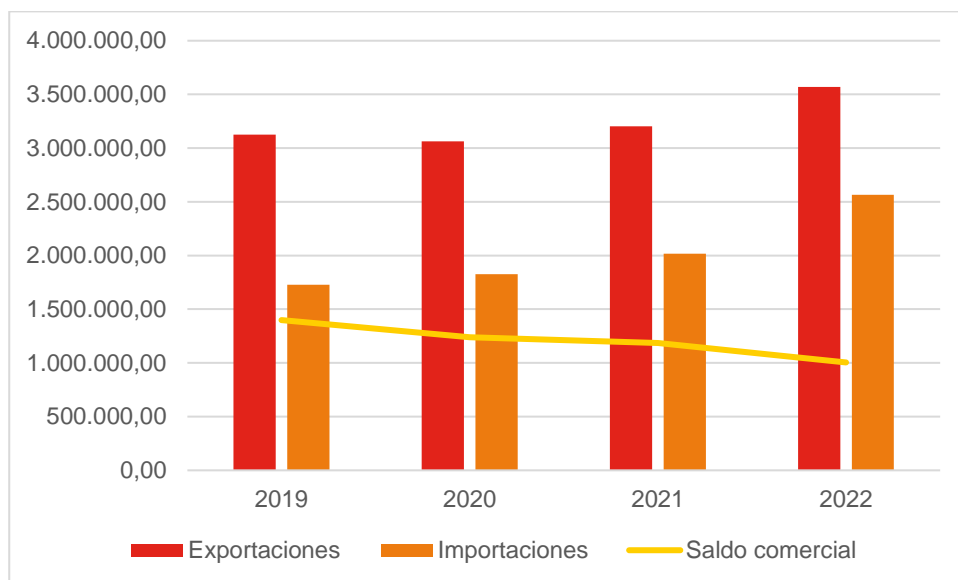
	2019	2020	2021	2022
<b>Exportaciones</b>	3.126.843,46	3.064.394,99	3.201.812,00	3.570.218,88
<b>Importaciones</b>	1.728.123,38	1.826.208,83	2.016.608,31	2.565.774,41
<b>Saldo comercial</b>	1.398.720,08	1.238.186,16	1.185.203,69	1.004.444,47
<b>Tasa de cobertura</b>	181%	168%	159%	139%

Fuente: Eurostacom 2024.

La tradición productora de queso en Francia se ve reflejada en las estadísticas de comercio exterior de los últimos años. Las exportaciones permanecen constantes y sitúan a Francia entre los principales países exportadores del mundo, con un valor de más de 3.500 millones de euros.

Por su parte, las importaciones siguen aumentando progresivamente. Pese a su capacidad productora interna, los franceses buscan cada vez más variedades de queso, aspecto que queda reflejado en el incremento de las cantidades importadas, que han logrado crecer casi un 50% desde 2019.

**FIGURA 3. SALDO DE LA BALANZA COMERCIAL DE QUESO EN FRANCIA 2019-2022, EN MILES DE EUROS**



Fuente: Euroestacom 2024.

En conclusión, aunque el saldo de la balanza comercial continúa siendo positivo, este cada vez es menor. Concretamente, la tasa de cobertura ha pasado de ser de un 181% en 2019 a un 139% en 2022. Aunque en la gráfica se observa un incremento paulatino de las exportaciones, igualmente existe un crecimiento ligeramente superior de las importaciones de queso en el mercado francés. Por ello, a pesar de que el mercado francés sigue destacando por su gran nivel de exportación, la demanda de queso extranjero es cada vez mayor.

### 3.4.2. Exportaciones

*En valor (miles de euros)*

De los más de 3.000 millones de euros exportados por Francia al resto del mundo, el 79% se obtiene de las ventas a la siguiente decena de países:

TABLA 5. EXPORTACIONES FRANCIA 2019-2022, EN MILES DE EUROS

Países	2019	2020	2021	2022	% / total
Alemania	709.287,54	735.232,70	746.208,20	774.569,50	22%
Bélgica	412.823,38	440.624,92	436.356,52	456.111,75	13%
España	260.115,96	236.053,58	263.462,05	322.846,76	9%
Reino Unido	294.331,67	274.836,65	268.802,41	297.523,47	8%
Luxemburgo	166.684,37	162.110,70	178.963,22	231.536,44	6%
Italia	177.095,33	156.127,27	162.574,53	196.700,93	6%
Estados Unidos	167.814,57	153.201,41	161.111,81	180.256,41	5%
Países Bajos	124.219,31	126.940,71	150.636,53	176.639,43	5%
Suiza	97.059,08	104.008,17	104.508,18	106.104,06	3%
Japón	68.183,75	63.924,99	70.655,41	65.884,97	2%
<b>TOTAL</b>	<b>3.126.843,46</b>	<b>3.064.394,99</b>	<b>3.201.812,00</b>	<b>3.570.218,88</b>	<b>100%</b>

Fuente: Euroestacom 2024.

El valor exportado por Francia dentro de las fronteras de la Unión Europea representó aproximadamente un 70% de las exportaciones totales en 2022.

Como se observa, el principal mercado destinatario del queso francés es **Alemania**, que supone un 21,70% de las exportaciones totales, cuyas compras se han mantenido constantes en los últimos años. Las exportaciones a Alemania se han mantenido constantes, rondando siempre los 700 millones de euros, incluso experimentando una evolución positiva.

Detrás del mercado alemán, el resto de los mercados más interesados por el queso francés son también europeos. Así, **Bélgica, Reino Unido, España e Italia** son clientes que representan, aproximadamente, un 36% de los envíos totales galos. De ellos, tanto Bélgica como España, han demandado siempre el producto francés de manera estable, mientras que otros países como Estados Unidos o Japón han incrementado sus compras en un 12% y un 10% respectivamente desde 2019.

*En volumen (toneladas)*

Durante el ejercicio 2022, Francia logró exportar más de 665.000 toneladas de sus variedades de queso al resto del mundo. Los diez países que se enumeran a continuación son los mayores importadores de queso francés, y representan el 81% del volumen total exportado por Francia.

TABLA 6. EXPORTACIONES DE QUESO EN FRANCIA 2019-2022, EN TONELADAS

Países	2019	2020	2021	2022	%/ total
Alemania	130.911,80	133.227,70	131.485,90	123.789,60	19%
España	69.235,30	63.565,90	72.114,70	80.352,30	12%
Países Bajos	66.819,20	70.735,80	77.239,70	76.537,20	12%
Bélgica	77.885,00	80.690,20	78.799,70	75.016,10	11%
Reino Unido	86.455,00	76.081,80	60.343,80	57.982,10	9%
Italia	43.340,00	38.199,30	38.156,40	39.532,00	6%
Luxemburgo	31.554,00	30.173,10	32.897,20	38.266,20	6%
Estados Unidos	22.962,30	20.439,30	21.311,90	22.229,60	3%
Dinamarca	12.640,90	13.290,00	13.494,90	14.435,60	2%
Suiza	13.111,90	14.018,90	13.715,00	13.357,30	2%
<b>TOTAL</b>	<b>680.163,80</b>	<b>657.027,80</b>	<b>665.274,80</b>	<b>665.758,60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Euroestacom 2024.

En el caso de las exportaciones de queso en volumen, **Alemania** continúa a la cabeza de la lista y sus compras representan casi el 20% del total. No obstante, en los últimos cuatro años las importaciones de Alemania han experimentado una disminución del 5%. Por su parte, **España** ocupa el segundo lugar, seguido por **Países Bajos**, ambos representando un 12% de las exportaciones totales de queso francés en volumen.

### 3.4.3. Importaciones

#### *En valor (miles de euros)*

Francia importó en el ejercicio 2022 **más de 2.500 millones de euros de queso extranjero**. En los últimos cuatro años las importaciones de queso en Francia han incrementado en casi un 50%, lo que demuestra las nuevas tendencias y gustos del consumidor francés. Un mayor conocimiento por parte del consumidor, junto con un incremento de las novedades de quesos de otros países, que invierten importantes cantidades de dinero en promocionar sus productos, hacen que Francia haya aumentado tanto su interés por el producto extranjero.

En la tabla a continuación se muestran los diez principales países proveedores de queso de Francia en los últimos cuatro años, cuyas importaciones suman más del 97% del total.

TABLA 7. IMPORTACIONES DE QUESO EN FRANCIA POR PAÍSES EN 2019-2022, EN MILES DE EUROS

Países	2019	2020	2021	2022	% / total
Italia	564.550,43	608.945,66	692.323,72	840.580,83	33%
Países Bajos	367.882,33	391.740,10	403.970,11	502.122,12	20%
Alemania	297.757,81	307.167,34	336.116,69	438.144,75	17%
Reino Unido	90.739,84	83.146,78	104.301,49	173.996,65	7%
Bélgica	125.062,92	125.559,68	122.278,15	152.977,18	6%



<b>España</b>	91.365,86	104.815,35	99.294,36	117.413,57	5%
<b>Irlanda</b>	43.025,85	39.793,62	65.051,30	96.346,02	4%
<b>Grecia</b>	25.278,25	30.882,10	45.183,21	61.191,02	2%
<b>Suiza</b>	43.178,64	47.475,41	56.341,67	59.248,83	2%
<b>Dinamarca</b>	32.621,81	36.389,00	37.375,90	54.774,34	2%
<b>TOTAL</b>	<b>1.728.123,38</b>	<b>1.826.208,83</b>	<b>2.016.608,31</b>	<b>2.565.774,41</b>	<b>100%</b>

Fuente: Euroestacom 2024

Los principales proveedores de queso en Francia en este último año son **Italia, Países Bajos y Alemania**, cuyas ventas representan el 68% del total de las importaciones francesas. Destaca el crecimiento de las importaciones de queso procedente de **Italia**, que han experimentado un aumento del 49% en los últimos cuatro años, permitiendo que el país refuerce su posición de proveedor líder. También resulta destacable el aumento de los intercambios con **Grecia**, que, aunque en octavo puesto, ha sido el proveedor con mayor desarrollo. Sus importaciones en 2022 son más del doble de las realizadas en 2019 (el aumento ha sido del 142%), debido principalmente al incremento del consumo del queso feta. Las importaciones desde Irlanda también han experimentado un aumento muy importante, de un 124%.

En lo que respecta a **España**, es el sexto país proveedor de queso a Francia, que en 2022 ha importado queso por un valor de 117,443 millones de euros. Al igual que sucede con el resto de los países, las importaciones desde España también han aumentado en estos últimos cuatro años, aunque en menor medida (un 29%).

**Alemania**, principal comprador de queso francés, ocupa el tercer puesto del *ranking* de proveedores, y ha incrementado sus ventas en un 47% desde 2019. Las importaciones de queso desde Alemania representan un 17% de las compras totales de queso en Francia, con un valor de 438 millones de euros en 2022.

El éxito de las importaciones de los tres primeros países se debe a las especialidades nacionales que estos ofrecen. Los Países Bajos son famosos por sus quesos *Gouda, Edam, o Madama*. Italia destaca por sus quesos frescos, como el *Mozzarella*, o curados como el *Parmesano*. En el caso de Alemania, la práctica totalidad de sus exportaciones de quesos son los frescos (queso quark) o quesos fundidos. Entre los quesos españoles, el queso más conocido en Francia es el Manchego, mientras que otros quesos como el cabrales o el queso de Mahón son cada vez más populares.

### *En volumen (toneladas)*

En 2022, Francia **importó un total de 458.415 toneladas de queso**. Los actores son los mismos que en el análisis de las importaciones por valor, aunque el orden de estos difiere ligeramente.

TABLA 8. IMPORTACIONES DE QUESO EN FRANCIA POR PAÍSES EN 2019-2022, EN TONELADAS

Países	2019	2020	2021	2022	% / total
Italia	94.607,70	102.157,80	116.235,80	123.694,30	27%
Alemania	86.545,20	89.862,80	97.239,20	100.454,70	22%
Países Bajos	88.819,60	94.853,40	168.211,30	89.301,10	19%
Reino Unido	22.251,00	20.549,60	23.629,90	34.386,00	8%
Bélgica	28.334,60	28.576,80	28.350,60	29.085,10	6%
España	19.885,00	22.545,80	19.980,70	19.889,70	4%
Irlanda	10.214,90	8.875,30	15.082,30	17.535,20	4%
Dinamarca	9.586,10	11.466,40	11.074,60	13.607,10	3%
Grecia	4.428,70	6.021,40	9.104,80	10.734,20	2%
Suiza	4.415,00	4.588,30	5.115,40	4.795,50	1%
<b>TOTAL</b>	<b>380.020,20</b>	<b>402.395,50</b>	<b>507.871,40</b>	<b>458.415,40</b>	<b>100%</b>

Fuente: Eurostacom, 2024

En 2022, Francia importó un total de 458.415 toneladas de queso. Los actores son los mismos que en el análisis de las importaciones por valor, e Italia se mantiene como primer proveedor de queso a Francia, con un total de 123.694 toneladas de queso importadas (un 27% del total). Además, estas cifras no han hecho sino incrementar, con un aumento de las importaciones de queso italiano de un 31% desde 2019.

Por su parte, Países Bajos y Alemania han sido tradicionalmente los principales proveedores de queso a Francia, incluso superando en algunos años las importaciones desde Italia. Las importaciones de Alemania han aumentado un 16% desde 2019, mientras que las de Países Bajos han experimentado una disminución del 88% entre el 2021 y 2022 debido al repunte de las importaciones que tuvo lugar en 2021.

De todas formas, el país que ha presentado una tasa de crecimiento más grande estos últimos años ha sido Grecia (142%), seguida por Irlanda (72%) y Reino Unido (55%). Cabe destacar a su vez, que España en el último año vendió **19.889 toneladas** de queso al país galo, ocupando el sexto lugar del *ranking* de proveedores y contando con un 4% de la cuota de mercado total en 2022.

Del mismo modo que en las importaciones medidas en valor, las estadísticas que muestran la cantidad de queso extranjero vendido en Francia también reparten el 70% del mercado entre los tres primeros países: Italia, Alemania y Países Bajos.

## 4. Demanda

### 4.1. Evolución del consumo de queso en France

El queso es un producto tan tradicional en Francia que la mayoría de los nacionales lo consumen a diario. De hecho, según los datos recopilados por el CNIEL, Francia fue en 2021 el país más consumidor de queso, con un consumo medio de 27,6 kg de queso por persona y un gasto medio de 307,5€ por cada compra. El 96% de la población francesa, consume queso al menos 10 veces por semana.

#### 4.1.1. Consumo de queso en Francia por tipología

En el presente apartado se analiza la evolución del consumo de queso en Francia en los últimos cuatro años, teniendo en cuenta las compras realizadas por los hogares franceses en dicho periodo. En este sentido, en la tabla siguiente se observa una tendencia similar a la analizada en el apartado destinado a la producción.

TABLA 10. CONSUMO DE QUESO SEGÚN EL TIPO DE LECHE EN 2019-2022, EN TONELADAS

	2019	2020	2021	2022	2019/2022
<b>Queso de vaca</b>	700.923	761.229	732.000	743.851	6,12%
<b>Queso de oveja</b>	30.934	32.710	32.180	31.072	0,45%
<b>Queso de cabra</b>	58.391	62.649	60.424	60.216	3,13%
<b>TOTAL</b>	<b>793.851</b>	<b>859.933</b>	<b>828.041</b>	<b>839.247</b>	<b>5,72%</b>

Fuente : La consommation de produits laitiers en 2022. FranceAgriMer, 2023

En primer lugar, destaca el queso de vaca como principal variedad adquirida por los consumidores, a diferencia del queso de oveja y el de cabra, que no alcanzan el 12% del consumo total de queso. En segundo lugar, es importante hacer referencia al repunte en el consumo que tuvo lugar en el año 2020 en las tres tipologías de queso, lo cual puede tener su explicación en el incremento generalizado del consumo por los hogares en los meses de pandemia. Finalmente, se puede afirmar que la tendencia del consumo de queso en Francia es positiva, con un aumento significativo en el consumo de queso de vaca.

#### *Consumo de queso de vaca*

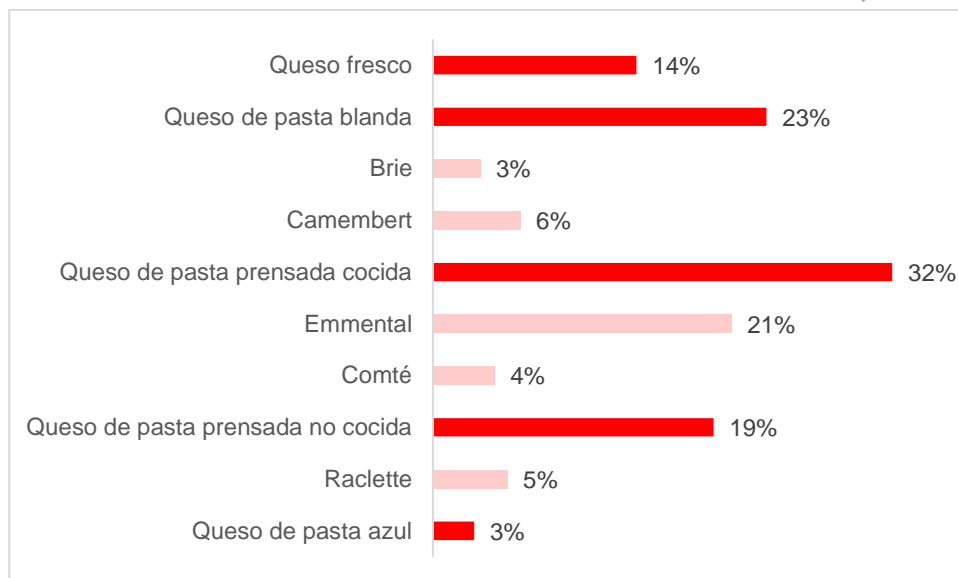
El queso elaborado a partir de leche de vaca es el que presenta un mayor consumo, al igual que sucede en el caso de la producción. El mercado francés consume alrededor de 740.000 toneladas

anuales y la tendencia se mantiene positiva, con un incremento del consumo del 6,12% desde 2019<sup>5</sup>.

Dentro de los quesos de vaca, destaca el consumo de pasta prensada cocida, que representa el 32% del total. Entre las variedades de esta subcategoría se debe hacer especial mención al queso Emmental, pues su consumo representa el 21% del total, con más 154.000 toneladas consumidas. Por su parte, también es relevante el consumo de queso de pasta blanda, que incluye los quesos Brie y Camembert, y representa el 23% del total consumido.

Por último, los quesos de pasta prensada no cocida, entre los que se encuentra el queso Raclette, han representado un 19% del consumo de queso de vaca en 2022.

FIGURA 5. CONSUMO DE QUESO DE VACA POR TIPOLOGÍA, EN 2022



Fuente : La consommation de produits laitiers en 2022. FranceAgriMer, 2023.

### Consumo de queso de oveja

El consumo de queso de oveja se ha mantenido muy similar en los últimos cuatro años. Pese a haber una diferencia positiva del 0,45% desde 2019, la tendencia desde 2020 ha sido decreciente. De hecho, en el último año, el consumo de queso de oveja por los franceses ha disminuido un 7,5%.

De entre los quesos de leche de oveja destaca el consumo de quesos frescos como el queso Feta, que ha aumentado en un 1,2% en el 2022, alcanzando las 8.558 toneladas consumidas, y siendo la única variedad de queso de oveja cuyo consumo no ha disminuido. También es importante

<sup>5</sup> La consommation de produits laitiers en 2022. FranceAgriMer, 2023

mencionar la denominación Ossau Iraty que, pese a su popularidad, ha disminuido su consumo en más de un 10% respecto a 2021.

### Consumo de queso de cabra

El consumo de queso de cabra ha evolucionado positivamente en estos últimos años, con un incremento del 3% desde 2019. Sin embargo, al igual que sucede con los quesos de leche de oveja, desde 2020 se lleva experimentando una lenta caída en las compras de este tipo de quesos, con un descenso del 5,4% en 2022 respecto a 2021.

El rulo de cabra es el principal producto consumido dentro de esta tipología de quesos, pues representa más del 50% del consumo total de queso de cabra. Concretamente, en 2022, la sociedad francesa consumió más de 35.000 toneladas de rulo de cabra.

### Consumo de queso según la forma de venta

Si se analiza el consumo de queso según la forma en la que se vende, podemos distinguir tres categorías: el libre servicio o autoservicio, el precortado en cuña y el queso al corte. Sin duda, la modalidad más generalizada de venta de queso es el libre servicio, que cubre más del 80% de las ventas, mientras que el 20% restante se vende precortado (10%) o al corte (10%)<sup>6</sup>. Además, es importante mencionar que la evolución de estas dos últimas modalidades de venta es decreciente, habiendo disminuido un 6,4% y un 7,5% desde 2021, respectivamente.

TABLA 11. CONSUMO DE QUESO SEGÚN LA FORMA DE VENTA, EN MILES DE EUROS

	2019	2020	2021	2022	2022/2021
<b>Venta libre</b>	6.307.028	7.003.633	6.842.203	7.129.155	4,20%
<b>Precortado</b>	884.437	917.340	904.506	846.660	-6,40%
<b>Al corte</b>	868.641	920.483	928.776	858.849	-7,50%
<b>TOTAL</b>	<b>8.060.106</b>	<b>8.841.456</b>	<b>8.675.485</b>	<b>8.834.664</b>	

Fuente : La consommation de produits laitiers en 2022. FranceAgriMer, 2023.

## 4.1.2. Consumo de queso en Francia por regiones

Las regiones francesas donde más queso se consume son las regiones **Oeste** (un 18,9% del total nacional), la **Región Parisina** (15,6%) y el **Centro-Este** (15,2%). En la cola de zonas donde menos queso se consume en Francia encontramos el Centro-Oeste (8,1%) y Sudoeste (9,4%).

- Los quesos de leche de vaca son consumidos principalmente en la región Oeste.
- Los elaborados con leche de oveja son consumidos en la Región Parisina y en el Centro-Este.
- Los quesos de cabra en las regiones Este y Parisina.

<sup>6</sup> La consommation de produits laitiers en 2022. ÉDITION juillet 2023. FranceAgriMer

## 4.2. Análisis del consumidor y de sus preferencias

### *Momentos de consumo*

El queso es un producto muy presente dentro de los hábitos alimenticios de los consumidores franceses. Concretamente, según el CNIEL, el 69% de los franceses consumen queso en la cena, y el 48% en la comida, ya sea como alimento individual o como ingrediente dentro de una elaboración culinaria. Es costumbre en Francia consumirlo como último plato antes del postre, lo cual hace que los supermercados ofrezcan tablas ya preparadas con distintos quesos. No obstante, en los últimos años, el aperitivo y las comidas para llevar se han convertido en momentos importantes en el consumo de queso, que ya no encuentra su lugar solo al final de una comida.

### *Preferencias de compra*

Con una gran diferencia, el queso más consumido por los franceses es el queso Emmental, con un consumo que supera las 154.000 toneladas en 2022. En segundo lugar, le sigue el queso Camembert, con un consumo de más de 45.000 toneladas. La mayoría de los franceses demuestran una preferencia por los quesos de gusto más fuerte. No obstante, los menores de 35 años prefieren los quesos de gusto suave y textura ligera. A medida que envejece, el público comienza a conocer una gama mayor de productos y a apreciarlo cada vez más fuerte.

Se pueden distinguir tres tipos de consumidores según sus preferencias de consumo:

- Consumidores innovadores: compradores apasionados de queso, ansiosos por experimentar con una amplia gama de productos, incluidos nuevos sabores y productos alternativos como el queso vegetal. Estos consumidores tienen un gran interés en los métodos de fabricación y la procedencia de los quesos.
- Consumidores selectivos: muestran interés en las características y la producción de sus quesos. Compran quesos con regularidad y están abiertos a las novedades, pero prefieren quedarse con un número menor de variedades.
- Consumidores tradicionales: tienen un consumo menos variado. Ya sea para picar o para las comidas, estos consumidores siempre prefieren los mismos tipos de queso y tienen poco interés en los métodos de fabricación.

En lo que se refiere a las preferencias a la hora de comprarlo, como hemos comentado en el anterior apartado, el libre servicio es la modalidad más utilizada por los consumidores.

Por otro lado, en lo que respecta a la cantidad normalmente comprada por cada acto de compra, en el caso de los quesos de oveja y cabra la compra media está entorno a los 200g. En cambio, el queso de vaca, el cliente compra unos 600g por cada acto de compra, lo que refleja la preferencia de los consumidores de este tipo de queso. Además, dentro de las categorías del queso de vaca, la cantidad comprada media se encuentra en unos 300g.



### *Segmento de la población que presenta una compra más activa*

A pesar de que el queso es consumido en Francia por el 97% de su población, existe un segmento en el que tiene una especial aceptación. Según el Kantar Worldpanel, los principales consumidores de queso son los ciudadanos de edades entre 35 y 64 años. Se suele tratar de parejas en edad media, con o sin hijos, y con una especial afluencia en las familias con hijos mayores. La frecuencia de compra es semanal y el presupuesto destinado a la compra de quesos es de aproximadamente 230€ al año.

Por otra parte, el consumo de queso también se ve afectado por los ingresos de los consumidores. Los mayores consumidores de queso son aquellos que cuentan con unos ingresos medios-bajos (consumen el 42,6% del total), seguidos de aquellos cuyos ingresos corresponden a la categoría medios-altos (28,5%).

### *Estacionalidad del consumo*

En general, no existe estacionalidad en el consumo de queso, puesto que es un producto que se come durante todo el año. Se observa, sin embargo, una ligera preferencia por su consumo en meses más fríos (de octubre a marzo) en comparación con el resto del año. Asimismo, se debe tener en cuenta que existen algunas variedades de queso cuyo consumo sí presenta una estacionalidad marcada. Se trata de los quesos de mayor calidad como el Comté o el Ossau-Iraty, que tienen picos de consumo en diciembre, coincidiendo con las fiestas navideñas, o el queso Raclette, que se consume en los meses más fríos. Por su parte, variedades como el queso feta o la mozzarella, más adecuados para consumir en ensalada, tienen sus picos de consumo en los meses más cálidos.

## **4.3. Tendencias del mercado**

El mercado de queso francés está en pleno cambio y existen una serie de tendencias que lo protagonizan. A continuación, se exponen las principales tendencias que afectan actualmente al mercado, relativas sobre todo al origen de los ingredientes y a la creciente importancia de la calidad de los productos consumidos.

### *Búsqueda de mayor calidad y transparencia*

Los quesos de calidad fabricados según el método tradicional son, hoy en día, los más buscados. Los consumidores valoran cada vez más la historia y la tradición detrás de cada queso, así como el trabajo de los productores locales. Preocupados por el origen de los alimentos, los consumidores prefieren los quesos artesanales, producidos localmente, que tienen una huella de carbono más baja y son más frescos y sabrosos. Por ello, prefieren realizar sus compras en las pequeñas queserías de barrio, que ofrecen un servicio y un producto mejor que el industrial ofrecido en la gran distribución. Asimismo, el consumidor francés confía mucho en la calidad que representan las denominaciones de origen, por lo que estas juegan un papel fundamental a la hora de elegir los quesos.



### *Búsqueda de nuevos sabores*

Los franceses son cada vez más curiosos acerca de los productos extranjeros, que ahora representan en promedio entre el 10 y el 15 % del surtido en una quesería. Siempre y cuando el queso no compita con un queso francés ya establecido, el consumidor francés buscará nuevos sabores y experiencias. Quesos ahumados con maderas nobles, quesos infusionados con vino o combinaciones con trufa, son parte de esta nueva tendencia en el mercado del queso francés.

### *Preocupación por la sostenibilidad*

Los fabricantes de queso trabajan cada vez más en la reducción de su huella ambiental mediante el uso de métodos de producción sostenibles, la reducción de residuos y el uso de envases ecológicos respetuosos con el medio ambiente. Los quesos artesanales, elaborados en pequeñas granjas locales, han ganado popularidad. Los consumidores también aprecian los quesos orgánicos y ecológicos, elaborados con leche de vacas alimentadas con pasto o heno, considerados más saludables y respetuosos con el medio ambiente.

### *Auge de los productos vegetales*

Los productos alternativos de origen vegetal están en alza. Aunque el queso vegetal sigue siendo un producto de nicho, el mercado ha experimentado claramente un crecimiento rápido en pocos años. Los quesos vegetales suelen considerarse como una alternativa más saludable a los quesos tradicionales, ya que son ricos en nutrientes y contienen menos grasas saturadas. También suelen ser sin lactosa, lo que los convierte en una alternativa interesante para clientes intolerantes a la lactosa. Se elaboran a partir de diversas fuentes de proteínas vegetales como anacardos, almendras, semillas de girasol, frijoles o garbanzos.

## 5. Precios

### 5.1. Descripción y evolución de los precios en el mercado

En el año 2022 **los precios del queso al consumidor han aumentado** respecto al año anterior **(+5,3%)<sup>7</sup>**, continuando con la tendencia creciente de los últimos cinco años, aunque con una subida mucho más alta que en el año anterior (+1,7% del año 2020 al año 2021).

Los precios del queso han sufrido cambios dispares según el tipo de queso del que se trate. Mientras que en los quesos producidos con leche de vaca se encuentra la mayor subida de precios (+5,5% respecto al año anterior), el precio de los quesos mixtos e indeterminados ha disminuido (-3,5%). Los quesos elaborados con leche de oveja han mantenido la subida de sus precios por debajo de la media de la subida de los quesos, pero destaca el queso Feta y sus similares, que han tenido la mayor subida de precios (10,3%), alcanzando un precio de 11,17€/kg.

En lo referente a **canales de venta**, como se ha observado en los últimos años, las queserías siguen contando con el precio más elevado, aunque cabe destacar que, por primera vez en los últimos años, el precio de venta respecto al año anterior ha disminuido. Han sido los hard-discounts donde más ha aumentado el precio en el año 2022 (+1,7 pts.).

TABLA 12. PRECIO MEDIO DEL QUESO EN FRANCIA POR CANAL Y TIPOLOGÍA 2022

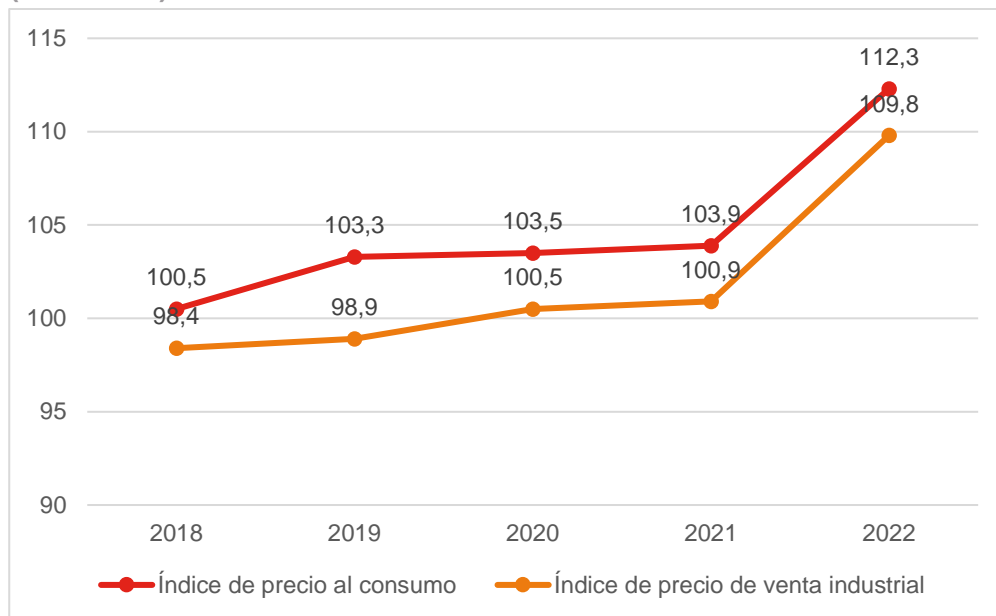
en €/kg	Quesos	Queso de vaca	Queso de oveja	Queso de cabra	Quesos mixtos e indeterminados
<b>TOTAL</b>	<b>10,53</b>	<b>10,04</b>	<b>16,12</b>	<b>13,17</b>	<b>17,08</b>
<b>GMS</b>	10,11	9,71	15,33	12,21	16,62
<b>Hyper</b>	10,26	9,87	15,44	12,25	16,90
<b>Super</b>	10,73	10,29	16,15	12,84	17,32
<b>Hard-discount</b>	8,60	8,29	13,00	10,74	14,35
<b>Proximidad</b>	11,42	10,88	16,61	14,43	16,03
<b>Online</b>	9,33	9,03	13,84	11,11	16,29
<b>Circuitos especializados</b>	<b>16,91</b>	<b>15,69</b>	<b>22,70</b>	<b>21,98</b>	<b>19,11</b>
<b>Tiendas especializadas</b>	16,82	15,84	21,78	23,18	17,41
<b>Mercados y ferias</b>	19,73	18,46	25,48	22,05	20,28
<b>Venta directa</b>	16,16	15,16	21,38	20,25	ns

Fuente : La consommation de produits laitiers en 2022. FranceAgriMer, 2023.

<sup>7</sup> Consommation de produits laitiers en 2022, julio 2023. France Agrimer.

## 5.2. Composición del precio de venta

FIGURA 6. INDICE DE PRECIOS AL CONSUMO Y DE VENTA DE INDUSTRIAL EN FRANCIA (2018-2022)

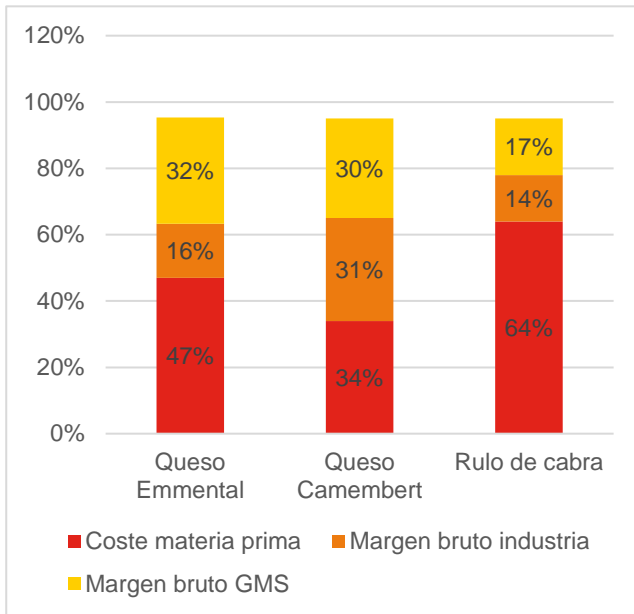


Fuente : L'économie laitière en chiffres. Edition 2023, CNIEL

En cuanto al precio de venta, la evolución en los precios industriales ha sido proporcional a la de los precios al consumo. Ambas han sufrido un fuerte aumento en el año 2022 respecto al 2021, con mucha diferencia respecto a la estabilidad de los años anteriores. Esto se debe principalmente a la inflación en Francia en 2022 de un 5,2% respecto al 1,6% del año 2021<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique de France, enero 2024.

FIGURA 7. COMPOSICIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN GMS DEL QUESO (EN EUROS) 2021



	Emmental		Camember		Rulo de cabra	
	€	%	€	%	€	%
<b>Coste materia prima</b>	3,52	47%	2,43	34%	6,08	64%
<b>Margen bruto industria</b>	1,15	16%	2,26	31%	1,33	14%
<b>Margen bruto GMS</b>	2,40	32%	2,18	30%	1,57	17%
<b>Impuesto TVA</b>	0,39	5%	0,38	5%	0,49	5%
<b>Precio venta al público</b>	7,46	100%	7,25	100%	9,49	100%

Fuente : *Rapport au Parlement – France Agrimer*, mayo 2022, \*GMS: Grandes y medianas superficies; \*\* TVA: I.V.A francés

Ha habido una subida en el precio de las materias primas en el año 2022, lo que ha provocado que los márgenes hayan tenido que bajar también. En el **queso de cabra** cobra más importancia el coste de la materia prima (un 64%) y por tanto aporta un menor margen. A pesar de ello, el precio de venta al público ha disminuido del año 2020 (9,56€/) al año 2021 (9,49€). En cambio, el queso con mayor margen es el **camembert**, en el que la materia prima representa el 34% del total del precio. Además, podemos encontrar el queso **emmental**, en el que las materias primas suponen casi la mitad del total del precio de venta (47%).

## 6. Percepción del producto español

El queso español es todavía poco conocido por el gran público en Francia. Otros quesos de países como Italia o Países Bajos son reconocidos en el país por su origen debido a la promoción en el extranjero que se hace de los mismos y, especialmente en el caso de Italia, con la presencia de numerosos establecimientos, pizzerías, restaurantes de nivel medio y medio-alto que dan a conocer toda la oferta de su país, tanto en recetas como en la tabla de quesos de sus menús.

A pesar de que la gastronomía española cuenta con cierta popularidad, especialmente en el concepto de “tapas”, en las tiendas de alimentación francesas sigue habiendo una presencia escasa de queso español y no existe una red de restaurantes españoles comparable a la que tiene Italia.

El queso español cuyo origen es reconocido en Francia es el **queso manchego**. Este se comercializa con regularidad en Francia y se puede encontrar en los principales hipermercados y supermercados como Carrefour, Lidl o Monoprix, así como en casi todas las queserías, según un estudio de campo realizado en 2022 en puntos de venta de París.

Con motivo de dicho estudio de campo, se preguntó a los responsables de las queserías su opinión acerca del Manchego y casi todos apuntaron la buena imagen del producto y su calidad, y destacaron la demanda habitual de este queso por parte de sus clientes.

El queso español también cuenta con presencia en tiendas especializadas en productos españoles y también en muchas tiendas *gourmet*.

La gran mayoría de quesos vendidos en Francia por empresas españolas cuentan con una denominación de origen. Sin embargo, el desconocimiento del producto y la fuerte competencia tanto de quesos franceses como extranjeros hace que el queso español no sea tan popular entre los consumidores en Francia.

El interés creciente de los franceses en el concepto de aperitivo entre amigos, más informal que el almuerzo clásico, junto al desarrollo de una gama cada vez más extensa de jamones y embutidos españoles en Francia (serranos/ibéricos, chorizo, fuet, lomo, etc....) puede influir en la demanda asociada de quesos españoles.

La clave, como se ha dicho anteriormente, reside en la promoción de la oferta quesera española, dando a conocer las producciones tradicionales, por tipo de leche, elaboración, etc.

## 7. Canales de distribución

### 7.1. Introducción a los canales de distribución

En Francia existen diversos circuitos por los que el queso llega al consumidor, si bien las ventas de queso se realizan principalmente en los circuitos generalizados (GMS) como supermercados e hipermercados, que concentran el 94% de las ventas totales. Los EDMP (anteriormente conocidos como *hard-discounts*) representan un 14,4% de las ventas totales de queso, mientras que las tiendas artesanales únicamente venden el 1% del total.

TABLA 13. REPARTO DE CONSUMO DE QUESO POR CIRCUITO, 2022

en %	Total de quesos	Queso de vaca	Queso de oveja	Queso de cabra	Quesos mixtos
<b>GMS</b>	<b>93,8</b>	<b>94,4</b>	<b>89,2</b>	<b>90,2</b>	<b>81,2</b>
Hyper	45,4	45,7	44,1	42,6	45,9
Super	19,3	19,2	21,2	18,7	15,9
<b>EDMP</b>	<b>14,4</b>	<b>14,6</b>	<b>9,7</b>	<b>14,2</b>	<b>8,3</b>
Proximidad	6,6	6,6	7,7	7,2	6,7
Online	8,1	8,3	6,5	7,4	4,4
<b>Circuitos especializados</b>	<b>6,2</b>	<b>5,6</b>	<b>10,8</b>	<b>9,8</b>	<b>18,8</b>
Tiendas especializadas	2,8	2,7	4,8	3,1	8,3
Mercados y ferias	1,5	1,2	3,4	3,9	4,7
<b>Venta directa</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,7</b>	<b>1,3</b>	<b>ns</b>

Fuente Consommation de produits laitiers en 2022. France Agrimer 2023.

En los siguientes apartados se realizará un análisis más detallado de los distintos canales de venta del producto, así como de los principales distribuidores, que en este caso forman parte de las grandes superficies.

### 7.2. Canales habituales y principales distribuidores

#### 7.2.1. La gran distribución

##### *El canal de la gran distribución*

Este canal concentra la mayor parte de la distribución de queso en Francia. Por un lado, la importancia de la rotación de los volúmenes permite a los hipermercados y supermercados tener

precios inferiores a la media. Por otro lado, los progresos tecnológicos de envasado han permitido a las grandes superficies alimentarias aumentar la variedad de su oferta y de proponer otro tipo de productos como los quesos de pasta prensada en libre servicio.

Uno de los factores clave de la venta de la gran distribución es el libre servicio, que representa el 87,7% de las ventas totales. El creciente interés de los consumidores por esta forma de venta en los últimos años ha hecho que el número de referencias en los lineales haya aumentado progresivamente. Igualmente, algunos GMS han puesto en marcha una estrategia para dinamizar las ventas de quesos vendidos al corte, que han experimentado una reducción del 10% en 2022, debida al incremento de precios.

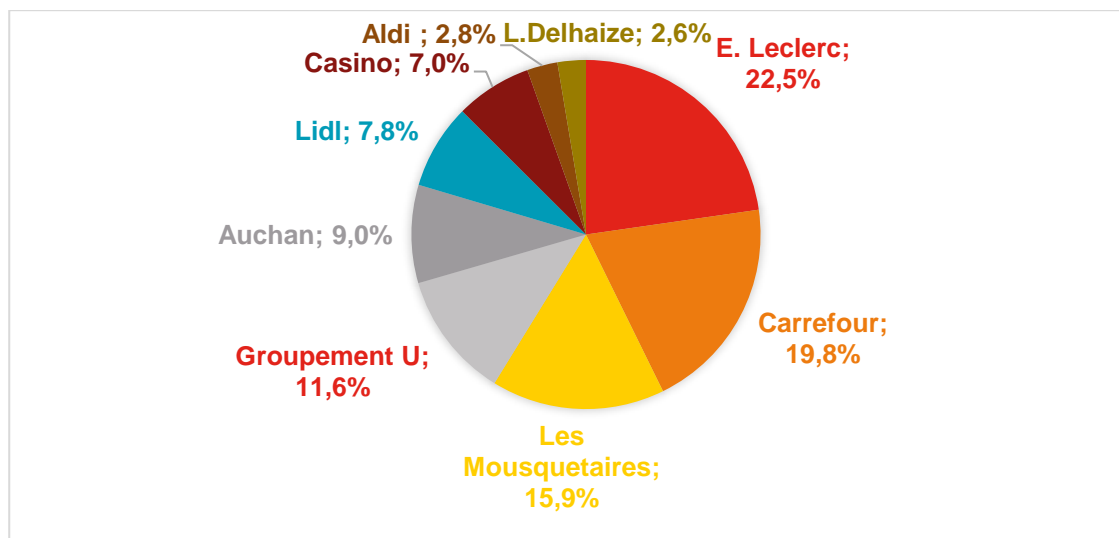
En cuanto a posibilidad de acceder a este canal de venta, las centrales de compras son muy exigentes en cuanto a los precios. El mercado francés es muy competitivo y las grandes superficies se disputan las cuotas de mercado a partir de una lucha de precios que pretende atraer al máximo número de consumidores posible.

Además de presentar una relación calidad-precio imbatible, las empresas proveedoras de las grandes superficies deben también cumplir unos requisitos de logística y servicio muy rigurosos, de tal manera que se recomienda que las empresas españolas que deseen vender a una central de compras francesa cuenten con una experiencia semejante en el mercado español.

**Principales distribuidores del sector**

A consecuencia de las operaciones de agrupación que han tenido lugar en Francia durante las últimas décadas, las centrales de compras se han visto reducidas prácticamente a cinco, además de las centrales de EDMP (*hard-discount*) independientes. En el gráfico siguiente se muestran las principales empresas que forman parte de esta concentración de la gran distribución francesa.

FIGURA 8. CUOTA DE MERCADO DE PRINCIPALES DISTRIBUIDORES EN FRANCIA 2019



Fuente: Distribook 2023

Tal y como se observa en la figura anterior, los principales actores de la gran distribución en el año 2022 fueron E. Leclerc y Carrefour, con unas cuotas de mercado del 22,5% y el 19,8% respectivamente. A ellos, les siguen Les Mousquetaires- Intermarché (15,9%) y Groupement U (11,6%).

Cada central dispone de un parque de hipermercados, de supermercados, de cadenas de comercios de proximidad o de *hard discounts*. Además, algunas de ellas cuentan con cadenas de grandes y medianas superficies especializadas en confección, deporte, bricolaje... En el siguiente gráfico, se muestra como está dividida la actividad de los grandes grupos de la distribución franceses, así como su cifra de negocios.

**TABLA 14. DATOS CLAVE DE LOS PRINCIPALES ACTORES EN FRANCIA 2022**

	Facturación Francia (m€)	Facturación Total (m€)	Hiper (nº)	Super (nº)	Hard-discount (nº)	Proxi (nº)
<b>E. Leclerc</b>	55.200	57.000	643	88 Leclerc Express		
<b>Groupe Carrefour</b>	42.000	92.200	234	993 Carrefour Market		625: Carrefour Contact; 964 Carrefour City
<b>Les Mousquetaires- Intermarché</b>	38.500	52.600	97	1.338	306 Netto.	137 Intermarché Express. 288 Intermarché Contact.
<b>Système U</b>	30.400	30.400	64 Hyper U	712 Super U		358 U Express.
<b>Groupe Auchan (HT)</b>	17.100	33.000	137 Auchan	431 Casino Supermarché 310 Monoprix	54 Leader Price	796 Fanprix
<b>Groupe Casino (HT)</b>	15.900	33.600	66 Géant Casino	267 Auchan Supermarché. 23 Atac. 71 Bi1		
<b>Groupe L. Delhaize</b>	6.600	8.500	60 Cora	114 Supermarché Match		

Fuente: Distribook 2023

**Carrefour, E. Leclerc e Intermarché** son los líderes en cifra de negocio en el año 2022. Dentro de estos grupos, los hipermercados y supermercados son los que aportan la mayor parte de la facturación, sobre todo en las grandes superficies. Los hipermercados tienen una gran importancia en Francia, ya que es donde gran parte de los franceses realizan sus compras.

## 7.2.2. Queseros artesanos, establecimientos gourmet y establecimientos especializados

Los queseros artesanos también están presentes en el mercado a través de los circuitos de distribución habituales. Su producto se caracteriza por la exclusividad y el envasado clásico.

Las empresas españolas productoras de queso pueden contactar con los pequeños establecimientos multimarca especializados en productos tipo *gourmet*, tanto franceses como internacionales, para el caso de productos de este tipo. La cuota de mercado de este tipo de tiendas es muy baja y la gama de productos de quesos extranjeros es muy reducida.

Las tiendas dedicadas al 100% a productos españoles pueden encontrarse en todo el territorio pero su escaso número, en comparación con la oferta italiana, no sería suficiente para contar con ellos en una estrategia de exportación. Y todos disponen ya de su oferta de quesos y de contactos con proveedores.

En conclusión, aunque los hipermercados y supermercados siguen dominando el panorama de la distribución en Francia, los canales más pequeños, como las pequeñas tiendas de comestibles locales y las tiendas de conveniencia, están ganando terreno. Esto refleja en parte una tendencia a favor de compras más localizadas y de menor escala, así como un mayor interés en las opciones lácteas regionales, de producción nacional y artesanales.

## 7.2.3. Venta online

El comercio electrónico sigue creciendo como canal de distribución, aunque a un ritmo relativamente más lento en comparación con el punto álgido de la pandemia. Su penetración también depende en gran medida del producto. Los productos envasados y no perecederos están experimentando un sólido crecimiento a medida que los consumidores adoptan las compras en línea de las opciones de *click & collect* de los supermercados, junto con la entrega a domicilio cada vez más accesible en las zonas rurales de Francia. Por su parte, los consumidores que optan por comprar productos más artesanales prefieren acudir a la tienda local.

Con todo, en Francia el comercio electrónico de alimentos representa una cuota de mercado del 9% y tiene una tasa de penetración del 38,9%<sup>9</sup>. Actualmente, las compras online tienen un peso del 8,8% en el gasto alimentario de los consumidores franceses pero la mayoría de concentra en el “Drive”, es decir la realización de pedidos por internet y la recogida de la compra en coche en tiendas dedicadas al “Drive”. En zonas urbanas existen modelos de compras similares denominados “Drive Pietons – peatones” equivalentes, pero con pedidos por internet y recogida de las compras en puntos especificados.

<sup>9</sup> Distribook Linéaires 2023

**TABLA 15. CUOTA DE MERCADO EN VALOR POR CANAL Y VARIACIÓN EN VOLUMEN (LÁCTEOS Y HUEVOS) EN 2023.**

Canal de distribución	Cuota	Evolución en volumen
e-Commerce	9%	+1,9%
Hipermercados	36,2%	-0,1%
Supermercados	32,7%	-0,7%
Hard-discount	11,3%	-4,5%
Proximidad	10,8%	+0,8%

Fuente: Circana, CAM à fin P11 2023, tous circuits GSA

Como se puede ver en la tabla, a pesar de que la gran mayoría de los consumidores siguen adquiriendo el queso y lácteos en supermercados e hipermercados, se puede observar un creciente cambio en el uso de los canales. Cada vez son más las personas que compran queso por internet en Francia (un 1,9% más en el año 2023) y también las tiendas de proximidad han ganado relevancia. El perfil del nuevo consumidor se ve reflejado en el canal de distribución en el que adquiere los lácteos.

## 7.3. Estrategias de canal

### 7.3.1. Selección del canal adecuado

#### *Tipos de canales*

El canal tradicional para acceder al mercado es mediante los distribuidores mayoristas, que trabajan principalmente a nivel regional. El creciente trato directo de las centrales de compras con los productores está provocando la decadencia del comercio mayorista, aunque aún persisten algunas centrales de especial importancia en los sectores de alimentación y de productos frescos, gracias a los mercados de interés nacional (Rungis en París; Saint Charles en Perpignan, etc.)

El acceso a pequeños distribuidores regionales tampoco resulta fácil, ya que suelen estar muy solicitados y reciben múltiples ofertas. Las empresas que respondan a la demanda francesa y que puedan dar resultado en el mercado serán las que despierten el interés de los pequeños distribuidores regionales.

Por un lado, a continuación, se enumeran algunas recomendaciones para que las empresas españolas interesadas puedan abordar el mercado francés:

- Decidir cuál es la estrategia de entrada en el mercado (con marca propia, marca blanca, primer precio, producto gourmet...) y analizar los productos de la competencia y su posicionamiento.
- Elaborar una oferta específica, eligiendo los canales de distribución que le interesen y definiendo la política de precios, logística y de promoción. Se recomienda elaborar una estrategia diferenciada por cada canal elegido. El envase, el folleto de venta, los argumentos, la política de precio son distintos en función de los canales.
- Elaborar un dossier completo que contenga, entre otros, las fichas de presentación del producto y los argumentos de venta, (qué es lo que puede conducir a un comprador a decantarse por su producto, teniendo en cuenta la saturación del mercado y la dificultad a la hora de introducir nuevas referencias), así como preparar la primera reunión.

Por otro lado, se aconseja seguir una serie de pasos para ponerse en contacto con potenciales clientes nacionales:

- Es imprescindible que el representante de la empresa española hable francés, se pueda desplazar de manera regular a Francia y tenga experiencia en este tipo de negociaciones. Si no es posible, la figura del agente comercial o del importador - distribuidor es recomendable en esta serie de negociaciones.
- Es conveniente contactar con un importador que posteriormente suministra a puntos de venta especializados (en productos “gourmet”, en productos españoles...), a las centrales de compras o al canal HORECA.
- También es posible contactar directamente con el establecimiento minorista. No obstante, el importador realiza una importante labor de intermediación y de información frente a la empresa española. El importador puede asesorar sobre las posibilidades de comercialización de su producto: adaptación del producto, *packaging*, etiquetado, entregas, etc.
- No es lo mismo contactar directamente con la gran distribución que con un importador. En la gran distribución existen unos procesos de “referenciación”, complicados y que demoran varios meses. Se requiere experiencia en este sentido para contactar con las centrales de compras.

Asimismo, a la hora de contactar con clientes potenciales es necesaria una fuerte inversión económica y de recursos humanos, ya que el mercado francés es un mercado muy competitivo y maduro, en el que se requieren grandes esfuerzos para introducir un nuevo producto o para desplazar a un proveedor actual. En este sentido, es muy importante aportar referencias de clientes actuales del producto español, así como presentar argumentos de venta válidos y convincentes que atraigan al consumidor francés.

Por último, hay que tener en cuenta que los productores franceses llevan a cabo acciones de promoción y de marketing dirigidas a dinamizar la demanda y a atraer nuevos consumidores. La

sociedad está cada vez más preocupada por su salud y por la procedencia de lo que consumen, por lo que los productores están poniendo su foco en esta nueva tendencia. Tratan de seguir los dictados de la seguridad alimentaria, desarrollan nuevas formas de presentación del producto, y refuerzan la publicidad de sus productos. En conjunto, una serie de acciones de promoción a las que la mayoría de los fabricantes españoles son ajenos.

Por todo ello, en términos generales, es aconsejable visitar algunos puntos de venta para estudiar la oferta presente en las tiendas, la gama, calidad y precios y, sobre todo, los envases y cantidades de productos que se ofrecen al consumidor. Es importante conocer las características de los productos ya presentes en el mercado para elegir la forma más adecuada de introducirse en él.

En conclusión, entrar en el mercado francés es posible, aunque requiere de un análisis exhaustivo. A priori, el canal de distribución más adecuado para los productos gourmet es la tienda o el importador especializado. La situación habitual es el contacto con un importador que abastece a tiendas locales (*épiceries fines*). En anexo, este estudio incluye varios listados de empresas con esta actividad.

### 7.3.2. Marketing

El queso es un producto dirigido al estrato más alto del mercado, por lo que no sólo es necesario que la presentación del envase sea clara y cumpla la normativa establecida, sino que la imagen debe corresponder con la calidad del producto. Se debe incluir en el envase la enumeración precisa de los ingredientes y elementos nutricionales, así como del origen del producto.

Además, se debe poner el foco en la combinación de la alta calidad con unos precios asequibles. La decisión del envasado será importante en este punto. Mientras que el primer factor de compra es la originalidad del envasado, si este es excesivo puede generar el rechazo del consumidor francés. La segunda y sucesivas compras dependerán de la calidad del producto, por lo que la combinación de originalidad y calidad será lo que determine la recurrencia de consumo del cliente francés.

Finalmente, puede ser relevante también dar a conocer los productos españoles a través de la restauración, como han hecho los competidores italianos, que disponen de un escaparate permanente y un modo de promoción gratuito de sus productos gracias a los restaurantes.

### 7.3.3. Promoción y publicidad

Es necesario recordar que en el mercado del queso en Francia es altamente competitivo y en él se encuentran los líderes del sector. Por ello, únicamente tendrán éxito los quesos con una imagen fuerte y fiable en los mercados extranjeros.

La falta de notoriedad de la oferta española explica la poca presencia de quesos españoles en los lineales de los supermercados franceses. Las cadenas de distribución aceptan integrar productos



nuevos siempre cuando piensan que sus clientes demandaran el producto, y el producto español aún no ha logrado suficiente reconocimiento.

En el supuesto que el productor español quiera entrar en el mercado de productos gourmet (queserías tradicionales), existen varias formas de conseguir notoriedad: enviar muestras del producto a periodistas gastronómicos del país, fomentar publicación de recetas en las que el producto en cuestión sea uno de los ingredientes, organizar degustaciones en puntos de venta, realizar folletos informativos (historia y utilización del producto), o asociar el producto a algo que se utilice ya habitualmente.

Es importante recordar que el francés será imprescindible en cualquier actividad de promoción que se pretenda realizar. La correcta traducción al francés de todas las acciones publicitarias que se lleven a cabo determinará el alcance de estas.

Además de la labor de marketing que pueden hacer los *chefs*, es muy recomendable acercarse a las escuelas de cocina y restauración de renombre en Francia, de las que saldrán los próximos profesionales y prescriptores del sector (ver Anexo).

En estos últimos años se pretende cambiar la imagen del uso tradicional del queso. En Francia, a pesar de que el queso se ha consumido tradicionalmente como postre o después del plato principal, cada vez está más generalizado el consumo del queso en otros momentos del día, como aperitivo o como ingrediente dentro de alguna elaboración culinaria. En efecto, este puede ser uno de los atractivos de la oferta española, aprovechando la moda de las tapas o del *snacking* para atraer al consumidor francés.

## 8. Acceso al mercado – Barreras

### 8.1. Obstáculos comerciales

Francia es un mercado de 68 millones de consumidores con un elevado poder adquisitivo y con una tendencia de crecimiento moderada. El mercado francés se caracteriza también por ser un mercado maduro y organizado, y por dirigirse a una clientela muy exigente.

Al ser Francia un país perteneciente a la Unión Europea no tiene sentido hablar de barreras comerciales propiamente dichas (aranceles, cuotas, etc.); sin embargo, existen una serie de aspectos que pueden suponer una serie de obstáculos comerciales para las empresas que decidan introducir sus productos en el mercado francés.

A continuación, se analizan una serie de aspectos propios del mercado francés que pueden suponer un obstáculo para las empresas españolas que se quieran incorporar en este mercado. Entre otras características, destacan las siguientes:

- *Desplazamiento de otros proveedores*, que son conocidos por el cliente potencial y suelen ser sus proveedores habituales. Es difícil desplazar a los proveedores ya existentes, ya que para ello hay que ofrecer condiciones mejores y contar con buenas referencias comerciales en el país de origen.
- *Cumplimiento de las exigencias de calidad que requiere el mercado*. En Francia tanto los compradores profesionales como los consumidores son muy exigentes. Hay que respetar estrictamente las condiciones de venta estipuladas, cumplir los plazos, las calidades, etc.
- *Utilización de la lengua francesa* en las comunicaciones. La comunicación en francés aporta una ventaja estratégica considerable a las empresas a la hora de establecer relaciones comerciales. Por lo general, los franceses son reticentes a comunicarse en otros idiomas, por lo que el dominio del francés es imprescindible.
- *Facilitar la información al comprador* poniendo a su disposición folletos informativos sobre la empresa y productos (en francés), contar con buenos argumentos de venta, conocer las últimas técnicas de fabricación, así como de las normas europeas y mundiales. Los compradores franceses cuentan con un elevado nivel de información, y conocen tanto la oferta nacional como de extranjera, por lo que son muy exigentes a la hora de comprar nuevos productos.
- *Importancia de la logística del transporte*. Las empresas españolas deben aprovechar la ventaja que implica la proximidad geográfica y la pertenencia al mismo espacio económico.
- *Tener que ocupar nichos de mercado*. El mercado francés es competitivo y maduro, por lo que cuanto mayor sea la diferenciación del producto ofrecido, más oportunidades tendrán las

empresas españolas de adentrarse en este difícil mercado. La búsqueda de nichos será clave en la internacionalización de las empresas extranjeras.

En conclusión, a pesar de no existir barreras comerciales reales, la dificultad de acceso al mercado por su competitividad y madurez hace que la venta del producto español sea todo un reto para las empresas. Un buen conocimiento de mercado y una buena promoción serán imprescindibles para cualquier empresa extranjera interesada en el mercado francés.

## 8.2. Definición reglamentaria del queso

El término “*fromage*” está regulado en Francia desde 1953 aunque en un nuevo texto con fecha 30 de diciembre de 1988, fue claramente redefinido. En esta última definición se designó entonces “*como un producto fermentado o no, refinado o no, el cual se obtiene a partir de productos exclusivamente lecheros utilizados solos o en mezcla*”. Estos productos lácteos son coagulados entera o parcialmente antes o después de la eliminación parcial de su parte acuosa.

**AOC – Appellation d’Origine Contrôlée:** es una noción jurídica que protege un producto contra imitaciones. En Francia, una treintena de quesos tienen clasificación AOC. En 2002, una nueva AOC se acordó por decreto en el documento de BAUGES.

La armonización de las **normas europeas** ha obligado a derogar ciertas disposiciones de la AOC. Los reglamentos adoptados y ratificados por el GATT en 1993 definen dos tipos de productos:

- **AOP - Appellation d’Origine Protégée-** cuyas características se definen según diferentes criterios (el territorio, la producción, la transformación y elaboración en una zona delimitada)
- **IGP - Indications Géographiques Protégées** por las cuales uno sólo de estos criterios. debe ser respetado en la zona.

Por su parte, existen otras dos etiquetas que, sin estar ratificadas por el GATT, también son un indicador de calidad de los quesos. Estas son la etiqueta *Label Rouge* y la *Bleu-Blanc-Cœur*.

Los productos encuadrables en la definición reglamentaria del queso en Francia incluyen aquellos legalmente fabricados o comercializados conforme a la legislación de cualquier otro país comunitario.

## 8.3. Etiquetado

Entre los requisitos de acceso al mercado, destaca la legislación francesa sobre etiquetado de productos alimenticios, redactado en francés y conteniendo la denominación de venta, un listado de ingredientes, la cantidad neta, fecha límite de consumo, razón social de fabricante o del comercializador y el lote de producción.

El etiquetado de queso, excepto del queso fundido y el queso de *lactoserum*, comporta las indicaciones siguientes<sup>10</sup>:



1 – **Nombre comercial:** Nombre de la marca y el producto elegidos por la empresa propietaria de la marca.

2 – **Tipo de queso**

3 – **Composición:** los tipos de leche utilizados (si son de cabra u oveja. Si es de leche de vaca, no es necesario).

4 – **Porcentaje de materia grasa.**

5 – **Logo Denominación de Origen Protegida** (en francés, AOP).

6 – **Identificación del responsable de comunicación:** La inserción del nombre o razón social y dirección del responsable de la marca – del productor o distribuidor si es una MDD- es obligatorio. Normalmente también se incluye “*Service Consommateurs*”: servicio de comunicación de la empresa par informaciones o reclamaciones.

8 – **Código de barras** – EAN – sistema europeo de codificación de bienes de consumo.

9 – **Fecha de caducidad:** Fecha límite óptima de consumo, “*à consommer de préférence avant le*”. Puede consumirse varios días después si se ha conservado en buenas condiciones.

10 – **Marca de sanidad o número de acuerdo sanitario** que demuestra que el establecimiento del que proviene el queso responde a las normas de sanidad e higiene. Una de las cifras corresponde al número INSEE del municipio en que se sitúa la productora fabricante.

11 – **Número de lote** de fabricación interno del fabricante.

Asimismo tener en cuenta la ley AGECE (Loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire) publicada en el Journal Officiel del 10 de febrero de 2020 y que tiene como objetivo actuar en favor del medio ambiente a través de varias medidas, la reducción de los residuos, el fomento del reciclaje de los bienes (economía circular), la reducción/eliminación de los plásticos, el alargamiento de la vida de los bienes de consumo para reducir las emisiones de CO2 y preservar la biodiversidad.

Una de las medidas de la ley AGECE se refiere a la mejora de la información a los consumidores con el objetivo de modificar los comportamientos y alcanzar una mejor gestión de los residuos gracias a un cambio de logo que aparece en las etiquetas de los embalajes y una simplificación del color de las distintas basuras que recogen dichos residuos. Consultar con esta Oficina para ampliar las

<sup>10</sup> CNIEL. Recuperado de <http://www.produits-laitiers.com/les-produits-laitiers/etiquetage/etiquetage-fromage/>

informaciones en relación con los logos Trimán o la REP o Responsabilidad Extendida del Productor.

## 8.4. Condiciones de acceso al mercado

En principio, existe una cláusula de **libre circulación** intracomunitaria de queso, de tal forma que los productos legalmente fabricados o comercializados en otros Estados miembros y que gocen, por ende, de la autorización para hacerlo, pueden también circular libremente en el territorio francés. No obstante, se deben tener en cuenta los principios generales no traspuestos desde instancias comunitarias que están **previstos por la normativa francesa** sobre el etiquetado de productos alimenticios y de queso, en concreto.

## 8.5. Métodos de acceso

Una de las formas de promoción más generalizadas en el sector agroalimentario en Francia es la asistencia a ferias agroalimentarias y específicas del producto, la inclusión de elementos en revistas especializadas o incluso una campaña de *mailing* haciendo promoción de los productos ofrecidos.

Aunque son condición de acceso al mercado, hay una serie de **puntos clave** que los fabricantes españoles pueden tener en cuenta a la hora de **negociar con la gran distribución**.

Como se ha comentado, los compradores de la gran distribución tienen un gran poder de decisión, al abarcar grandes cuotas de mercado. El aumento del peso de las marcas blancas se traduce, por su parte, en un aumento del coste de referenciación (proceso en que un producto pasa a formar parte del conjunto de referencias de una central de compras) y largos plazos de pago de impuestos a los proveedores. Todo ello deriva en un débil poder de negociación de las PYMES.

En este sentido, **negociar** con las centrales de compras de hipermercados y supermercados requiere una experiencia y un saber hacer importantes. Los procesos de negociación suelen durar entre 12 y 18 meses.

Se recomienda:

- Que la empresa española decida cuál es su **estrategia** de entrada en el mercado (con marca propia, marca blanca, primer precio, producto gourmet...) y analice los productos y posicionamiento de la competencia.
- Elaborar una **oferta específica**, eligiendo los canales de distribución que le interesen y definiendo la política de precios, logística y de promoción.
- Elaborar un buen **dossier de presentación *plaque*** que contenga, entre otros, las fichas de presentación del producto y los argumentos de venta, (qué puede conducir a un comprador a



decantarse por su producto, teniendo en cuenta la saturación del mercado y la dificultad a la hora de introducir nuevas referencias).

- La **primera reunión** es clave, debe prepararse debidamente.

Cabe destacar el papel de las **queserías** en Francia, ya que son establecimientos dedicados especialmente al queso, y en general a quesos franceses y extranjeros de gran calidad.

Por todo ello, suele ser conveniente que la persona representante de la empresa española **hable francés de forma fluida**, se pueda desplazar de manera regular a Francia y tenga sobrada experiencia en este tipo de negociaciones. Si no es posible, la figura del **agente comercial** es recomendable en esta serie de negociaciones, ya que será una persona experta en el mercado francés con una amplia red de contactos.

Es aconsejable también **visitar algunos puntos de venta** para estudiar la oferta presente en las tiendas, las gamas, calidades y precios y, sobre todo, los envases y cantidades de productos que se ofrecen al consumidor.

Siguiendo estas pautas y si se desea realmente entrar en el mercado francés, la empresa podría elaborar una oferta comercial atrayente, con argumentos sólidos que pueden diferenciarla de los productos presentes en los lineales y presentársela a las distintas centrales de compras o a distribuidores/mayoristas regionales. Ahora bien, Francia no deja de ser un mercado **muy competitivo y maduro**, por lo que se requiere de una sólida actividad comercial para lograr presentar el producto y que sea aceptado. La oferta española aún necesita hacerse notar en el mercado francés, ya que no tiene la suficiente popularidad, y la demanda de queso español es todavía escasa. En consecuencia, la promoción y diferenciación del producto español es el elemento clave para la empresa que desee introducirse en este mercado tan competitivo.

## 9. Perspectivas del sector

El mercado del queso en Francia es un mercado muy maduro con una alta tasa de penetración, siendo un producto de consumo cotidiano por los franceses. Esto se ve reflejado en la fabricación de queso, que se ha mantenido constante en los últimos años. Así, este mercado tiene un gran peso sobre el total de ventas al consumo, donde los productos lácteos son los segundos más comprados en las grandes superficies.

La producción láctea francesa está en un punto de inflexión y se dirige hacia una mayor sostenibilidad. Factores como estándares de alta calidad, sostenibilidad y sistemas de producción diversificados generarán más valor agregado en el sector. Se espera que políticas ambientales más estrictas reduzcan la ganadería lechera de la UE en un 13% para 2035<sup>11</sup>. Consideraciones de sostenibilidad social, como el bienestar animal, podrían contribuir al aumento de rendimientos, pero se espera que el crecimiento se desacelere significativamente.

Otro factor que puede afectar a las ventas de queso es la creciente concienciación por la salud de los consumidores franceses, sobre todo en el caso de los más jóvenes. Dado que cada vez optan más por productos más sanos cabe esperar que las empresas respondan con nuevos desarrollos de productos en esta dirección. El cambio hacia dietas veganas y vegetarianas ejercerá también una fuerte influencia en los tipos de queso ofrecidos y sus alternativas.

En cuanto a la variación de los productos ofertados, se espera un incremento de la producción de los quesos ahora en tendencia, tales como los quesos de origen orgánico, bio e incluso vegano. Del mismo modo, parece haber una tendencia en el sector de crear productos nuevos, con sabores y usos distintos. Por un lado, se apuesta por nuevos momentos de consumo (para picar entre horas, aperitivo...); por otro, nuevos platos de comida utilizando el queso como base (queso para consumir en caliente o tablas de queso ya preparadas).

Asimismo, desde el fin de la pandemia la venta online ha incrementado su popularidad y ha atraído a nuevos consumidores, sobre todo con el servicio de *drive* que ahora ofrecen las grandes superficies. La venta de queso online representa actualmente el 5% de la cuota de mercado de los supermercados, y se espera que esta cifra incremente en el futuro. También se empieza a notar la relevancia de nuevos circuitos como el *crowdfarming*.

Finalmente, es importante hacer referencia a las consecuencias de la inflación en este último año. A pesar de las expectativas de crecimiento en el mercado, el incremento del precio del queso ha tenido como consecuencia una reducción de su consumo, frenando en cierta medida la tendencia

<sup>11</sup> EU agricultural outlook 2023-35. Comisión Europea, 29 de enero 2024. Recuperado de [https://agriculture.ec.europa.eu/data-and-analysis/markets/outlook/medium-term\\_en](https://agriculture.ec.europa.eu/data-and-analysis/markets/outlook/medium-term_en)



positiva de la recuperación postpandemia. Así, se espera que los precios del queso en la UE aumenten más que los de otros productos lácteos. Aunque se pronostica que las exportaciones totales de productos lácteos se mantendrán estables en términos de volumen, se espera que aumenten en valor.

icex

## 10. Oportunidades

Francia es un país con una larga tradición quesera, que cuenta con un público exigente y conocedor del producto. El mercado francés del queso es un mercado maduro, con mucha competencia y una amplia variedad de quesos disponibles. Tanto es así, que es normal que se hable de «*la France des 1.000 fromages*» (la Francia de los 1.000 quesos). Además, el público francés es un cliente muy fiel al producto nacional, tanto en el caso del queso como del resto de las categorías de productos alimentarios, sobre todo con la creciente tendencia de apoyo a los productores locales.

No obstante, desde años se ha observado una apertura del mercado francés hacia los quesos provenientes de otros países, hecho que se ve reflejado en el aumento de las importaciones en casi un 50% en los últimos cuatro años. Concretamente, una de las categorías de quesos que más han aumentado han sido los quesos mediterráneos, dentro de los cuales destacan la mozzarella y el queso feta. Igualmente, tiene un gran número de ventas el queso parmesano, resaltando por ser uno de los quesos de leche de vaca con un precio medio más caro del mercado. En este sentido, es interesante destacar que, desde 2019, las importaciones desde Italia y desde Grecia han aumentado un 49% y un 142%. Esto muestra, por tanto, que el público francés, está cada vez más abierto a probar variedades de queso extranjeras, siempre que sean distintas a las variedades francesas tradicionales.

Además, en lo que respecta a las importaciones de queso provenientes de España, estas también han aumentado considerablemente estos últimos años (29%), principalmente debido al incremento en la popularidad y aceptación de variedades españolas como el queso manchego.

El mercado francés de queso está adaptándose constantemente a los gustos y necesidades del público objetivo. Además de los productos tradicionales, los consumidores franceses buscan productos y sabores de calidad, que respondan a las nuevas tendencias del mercado: productos orgánicos y de proximidad, que además sean beneficiosos para la salud y el medioambiente.

El mercado interno está saturado debido a la alta penetración del producto francés, por lo que una forma de estimular la demanda es a través de productos de fuera como los de España. Esto se presenta como una buena oportunidad para los productores de queso manchego, que poco a poco consigue abrirse camino y ganar reconocimiento en el mercado. Igualmente, destaca el segmento de los quesos de oveja, en el que España tiene una gran tradición quesera, y este presenta unos precios superiores a la media.

Igualmente, existe una oportunidad para los fabricantes españoles en la cobertura de las nuevas tendencias de consumo. En este sentido, los quesos de procedencia ecológica tienen una creciente demanda en el mercado, donde todavía no existe mucha competencia. Del mismo modo, hay que



destacar el gran valor que le dan los consumidores franceses a los productos de Denominación de Origen Protegido, destacando que España cuenta con 26 especialidades DOP. En conclusión, el público francés está cada vez más abierto a nuevos sabores y dispuesto a innovar en las formas de consumir queso, lo cual representa una oportunidad para los proveedores españoles.

Finalmente, se debe hacer referencia a la oportunidad que abren los nuevos canales como la venta online, ya que el público francés se está habituando a utilizarlo para la compra de productos alimentarios. Así, mediante los *marketplaces* o la venta directa, los productores españoles pueden tener un canal de venta adicional en el en país galo, sin necesidad de incurrir en demasiados gastos logísticos. En estos casos, se aconseja invertir también en promoción y marketing *online* para poder visibilizar la imagen de la marca en la red. En lo que se refiere a los pequeños productores, se recomienda entrar mediante canales alternativos a las GMS como las quoserías, puesto que es en a estos canales a los que los consumidores franceses acuden en busca de nuevos sabores.

icex

# 11. Información práctica

## 11.1. Empresas

Además de los listados de distribuidores de productos alimenticios de origen español y de productos tipo “gourmet”, que pueden solicitar en la Oficina, es posible consultar el listado de mayoristas de productos lácteos del mercado mayorista de Rungis (París) en la dirección [www.rungisinternational.com](http://www.rungisinternational.com)

## 11.2. Ferias

Actualmente, en Francia hay dos ferias nacionales relevantes en la industria quesera. Ambas se celebran en la capital de forma bianual:

- SIAL: es la principal del sector de alimentación. Se celebra cada dos años en París y la media de expositores es de más de 1.000 empresas. <http://www.sial.fr>
- Salon du Fromage et des Produits Laitiers. Paris Expo. Porte de Versailles. Cada dos años desde la edición de 2014.

Además, existen varias ferias más pequeñas de carácter regional, en las que se exponen los productores locales. Sin embargo, estas no suelen ser de interés para los expositores españoles, ya que están abiertas al público general.

## 11.3. Publicaciones del sector

Las principales hacen referencia al mundo de los productos de gran consumo. Casi todas presentan los mismos datos de consumo y de tendencias.

- LSA ([www.lsa.fr](http://www.lsa.fr))
- POINTS DE VENTE ([www.pointsdevente.com](http://www.pointsdevente.com))
- LINÉAIRES ([www.lineaires.com](http://www.lineaires.com))
- FAIRE SAVOIR FAIRE ([www.fairesavoirfaire.com](http://www.fairesavoirfaire.com))
- RLF – REVUE LAITIÈRE FRANÇAISE ([www.rlf.fr](http://www.rlf.fr))



## 11.4. Asociaciones

El principal organismo del sector lácteo en Francia es el **CNIEL – Centre National Interprofessionnel de l'Économie Laitière**. Facilita datos sobre el mercado de productos lácteos. Dirección : Maison du lait. 42, rue de Châteaudun, 75314 Paris cedex 09 [www.maison-du-lait.com](http://www.maison-du-lait.com) Igualmente, este organismo comprende:

- FNPL (Federación nacional de productores de leche). Telf: 01.49.70.71.90
- ALTA: Asociación de Transformación Láctea. Telf: 01.49.70.72.72

## 11.5. Otros

### Ministerio de Agricultura y pesca:

Servicio central de encuestas y estudios estadístico4, Av. Saint Mandé, 75570, Paris Cedex 12.  
Tlf : 01.43.44.46.63  
[www.agreste.com](http://www.agreste.com)

## 11.6. Bibliografía

**CNIEL, LE –L'économie laitière en chiffres, Edition 2023**

**FRANCE AGRIMER**, « Les marchés des produits laitiers, carnés et avicoles . Bilan 2022, Perspectives 2023 ».

**FRANCE AGRIMER – Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires**, « *Rapport au Parlement 2022* »,

**FRANCE AGRIMER-** « Consommation de produits laitiers en 2022 »,Données et bilans de FranceAgriMer, Julio 2023.

**LES PRODUITS LAITIERS DE FRANCE**, <https://www.produits-laitiers-de-france.com/>

**EUROMONITOR INTERNATIONAL**, <https://www.euromonitor.com/>

**COMISIÓN EUROPEA**, [https://commission.europa.eu/index\\_en](https://commission.europa.eu/index_en)

**LSA**, se han consultado los siguientes artículos disponibles en línea:

- [Quelles sont les 50 catégories championnes de la croissance en volumes en 2023 ?](#)
- [Tous les chiffres sur le beurre-œufs-lait](#)

## 12. Anexos

### 12.1. Storecheck de quesos españoles en Francia (2021)

La Grande Epicerie		38 Rue de Sèvres, 75007 Paris
Producto	Precio/kilo	
Queso de cabra con romero	37€/kg	
Manchego AOP de oveja 12 meses	38€/kg	
<b>Comentarios</b>		
Solo tienen quesos de cabra y de oveja españoles. Los mismos de sección de corte están en el libre servicio. No trabajan con quesos de vaca españoles.		
Transmiten que hay mucha aceptación del manchego y que estaría muy bien tener un stand como los italianos para promocionar los quesos españoles.		

Monoprix Montparnasse		31 Rue du Départ, 75014 Paris
Producto	Precio/kilo	
Solo tienen queso manchego de oveja de 12 meses	26,80€/kg	
<b>Comentarios</b>		
Hace 5 años tenían manchego de 6 meses, pero ahora solo 12 meses.		
La responsable indica que no hay demanda de quesos españoles, poco conocidos, si hay de italianos.		

Galeries Lafayette Gourmet		35 Bd Haussmann, 75009 Paris
Producto	Precio/kilo	
Manchego de oveja con trufa	46,50€/Kg	
Manchego de oveja curado AOP	29,90€/Kg	
Manchego de oveja con romero	29,90€/Kg	
<b>Comentarios</b>		
Nos indican que no hay mucha demanda a parte del clásico Manchego. Tenían un queso azul pero ya no lo tienen porque no ha habido fabricación- <i>Rupture de stock</i> .		



<b>COW - Cheese of the World</b>		<b>30 Bd Saint-Germain, 75005 Paris</b>
<b>Producto</b>	<b>Precio/kilo</b>	
<b>Manchego (leche cruda de oveja)</b>	<b>37,90€/Kg</b>	
<b>Manchego con trufa (leche cruda de oveja)</b>	<b>45,90€/Kg</b>	
<b>Manchego 14 meses (leche cruda de oveja)</b>	<b>39,90€/Kg</b>	
<b>Cabrales (leche pasteurizada de vaca)</b>	<b>45,90€/Kg</b>	
<b>Comentarios</b>		
<p>El consumidor francés conoce sobre todo el manchego. Pero demanda más otros productos como cabrales y cebreiro. Tienen 5 referencias y suelen tener entre 5 y 7 en tienda. Van variando y en el año llegan a tener unas 12 variedades.</p> <p>El consumidor busca productos especiales, artesanales y si son poco conocidos es una buena señal y atrae más al consumidor.</p>		

<b>Barthélemy</b>		<b>51 Rue de Grenelle, 75007 Paris</b>
<b>Producto</b>	<b>Precio/kilo</b>	
<b>Manchego (leche de oveja)</b>	<b>50,80€/Kg</b>	
<b>Manchego con trufa</b>	<b>64,80€/Kg</b>	
<b>Comentarios</b>		
<p>Aquí no se ve tan clara la nacionalidad de los quesos. Venden quesos franceses, italianos, suizos y algún inglés.</p> <p>No hay mucha demanda de quesos españoles. Españoles solo el Manchego y hay 2 tipos. Tuvieron capricho y cabrales.</p>		

<b>Quatrehomme Sèvres</b>		<b>62 Rue de Sèvres, 75007 Paris</b>
<b>Producto</b>	<b>Precio/kilo</b>	
<b>Manchego con leche pasteurizada</b>	<b>37,90€/Kg</b>	
<b>Manchego con leche cruda a la trufa</b>	<b>43,30€/Kg</b>	
<b>Comentarios</b>		
<p>No tienen más que 2 manchegos, 1 normal y otro a la trufa. También tienen charcutería española, jamón serrano, chorizo y lomo ibérico y cecina.</p>		



Quatrehomme Issy Les Moulineux 9		Rue du Général Leclerc, 92130 Issy-les-Moulineux	
Producto		Precio/kilo	
Manchego curado con leche cruda		37,90€/Kg	
<b>Comentarios</b>			
Esta tienda es más pequeña que la de Sèvres. La demanda de quesos españoles es muy reducida.			

Fromage Alleosse		13, Rue Poncelet, Paris	
Producto		Precio/kilo	
Manchego curado leche de oveja		42,75€/Kg	
<b>Comentarios</b>			
Solo tienen 1 manchego. También trabajan con la Torta del Casar. Están muy interesados en quesos españoles y están en contacto con productores españoles para ampliar su oferta a final de año. Lo más importante es el gusto. Los clientes solicitan quesos con sabor fuerte.			

Fromagerie Laurent Dubois Printemps MOF		Printemps 64 Bd Haussmann, 75009 Paris	
Producto		Precio/kilo	
<b>Comentarios</b>			
Solo tienen quesos franceses.			

Quatrehomme		32, Rue de l'esperance XIII, Paris	
Producto		Precio/kilo	
Manchego curado leche cruda		37,90€/Kg	
Manchego leche cruda de oveja a la trufa		43,30€/Kg	
Manchego leche cruda de oveja al romero		39,50€/Kg	
Mahón Menorca leche de vaca y de oveja AOP		39,50€/Kg	
<b>Comentarios</b>			
Hay 3 manchegos y 1 Mahón de Baleares.			

Quatrehomme		4, Rue du rendez-vous XII, Paris	
Producto		Precio/kilo	
Manchego leche cruda de oveja		37,90€/Kg	
<b>Comentarios</b>			
Nos indican que no hay demanda de queso español. El cliente pide queso de oveja y ellos recomiendan el manchego.			



La fromagerie de Paris		229 Rue de Charenton, 75012 Paris
Producto	Precio/kilo	
Manchego AOP de oveja 12 meses	38€/kg	
<b>Comentarios</b>		
<p>Ofrecen una buena variedad de quesos holandeses, algo de inglés y la mayor gama es italiana. Tienen también dulce de membrillo (Emily Food).</p> <p>Destaca el precio del Parmigiano Regiano, 34,20 euros/kilo, inferior al manchego.</p> <p>Buena aceptación del queso manchego pero menor demanda que Italia</p>		

La fromagerie du Marché Aligre		6 Pl. d'Aligre, 75012 Paris
Producto	Precio/kilo	
Manchego AOP de oveja 12 meses	38€/kg	
<b>Comentarios</b>		
<p>Ofrecen una buena variedad de quesos holandeses, algo de inglés y la mayor gama es italiana.</p> <p>Destaca el precio del Parmigiano Regiano, 32 euros/kilo, inferior al manchego.</p> <p>Buena aceptación del queso manchego forma parte de los más demandados junto con el Parmigiano.</p>		

# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)

