



Distribución en Francia

22 de septiembre 2022

ACCIÓ



Generalitat de Catalunya
Government of Catalonia

Resumen

- I. Los diferentes canales de distribución
 - Gran distribución
 - Food service
 - Tiendas delicatessen

- II. Las tendencias del mercado francés

- III. ¿Cómo contactar a los distribuidores?

I. Los diferentes canales de distribución



GRAN DISTRIBUCIÓN



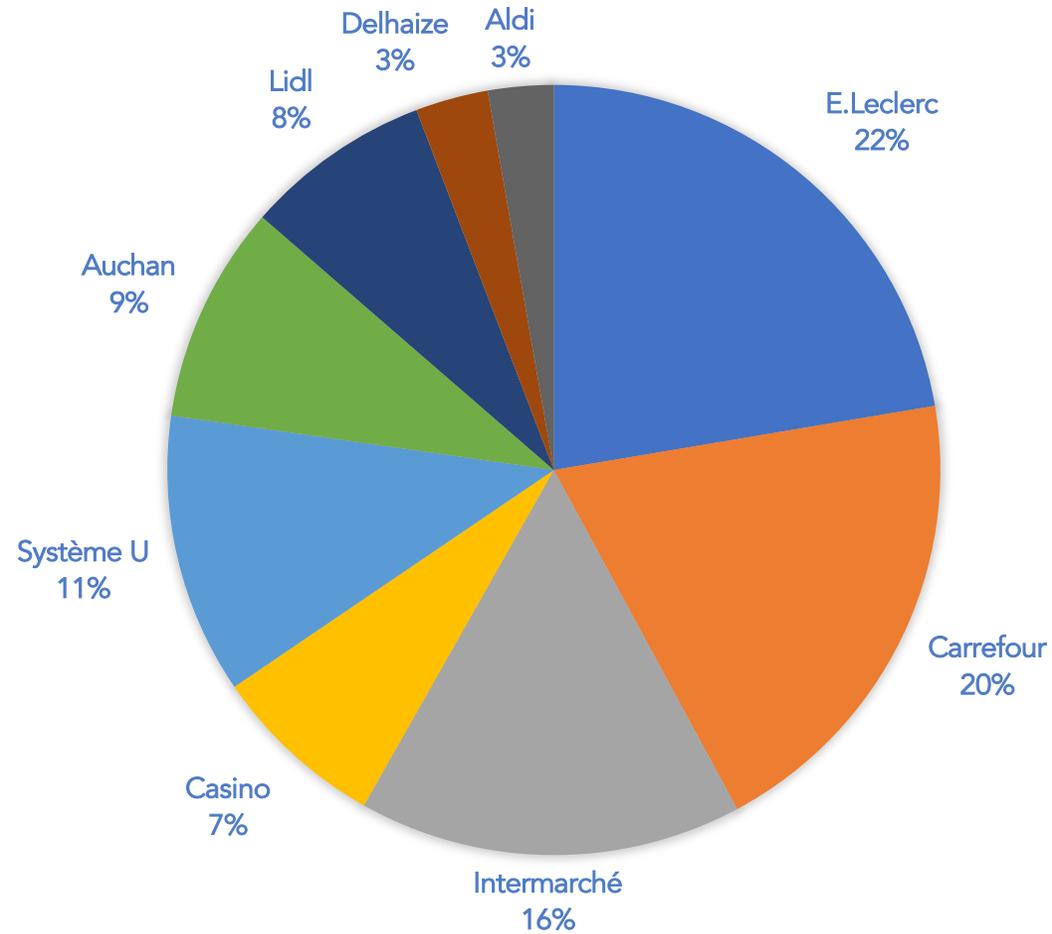
FOOD SERVICE



TIENDAS DELICATESSEN

Cuotas de mercado en la gran distribución

- En 2021



Dos sistemas diferentes

Incorporado



=> Un centro nacional de compras

Independiente



=> Varios centros de compras regionales

Perfiles de los distribuidores



€ 51 200 M (2021)

Precios bajos

1 555 tiendas

583 hipermercados
64 supermercados
87 tiendas proximi
909 Click & Collect



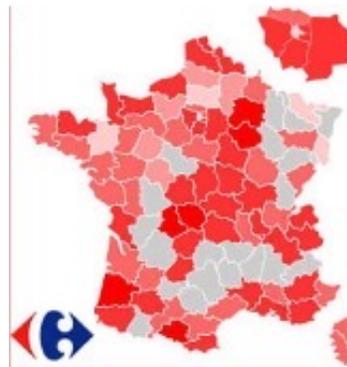
Carrefour

€35 283 M (2021)

Premium e innovador
Líder del mercado orgánico

2 388 tiendas

253 hipermercados
1040 supermercados
+ 4000 tiendas proximi
1287 Click & Collect



€36223 M (2021)

Productor
Precios medios

3 265 tiendas

93 hipermercados
1343 supermercados
446 tiendas proximi
1728 Click & Collect



Perfiles de los distribuidores

€ 16100 M € (2021)
 Premium



5 715 tiendas

100 hipermercados
 700 supermercados
 +4000 tiendas proximi
 915 Click & Collect



MONOPRIX

franprix 🍏

€1950 M

Precios medios

1 251 tiendas
 61 hipermercados
 412 supermercados
 341 tiendas proximi
 431 Click & Collect



€4537 M

Premium

330 tiendas
 322 supermercados
 191 Click & Collect



€406 M

Premium e innovación

775 tiendas
 867 tiendas proximi
 49 Click & Collect



Perfiles de los distribuidores



€26600 M (2021)

Local/hecho en Francia
Precios medios



1 955 tiendas

67 hipermercados
757 supermercados
780 tiendas proximi
833 Click & Collect



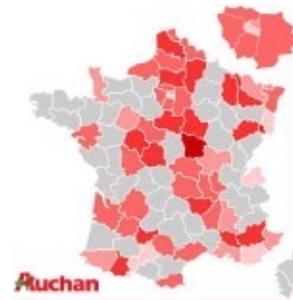
€16233 M (2021)

Seguidor/precios medios



846 tiendas

136 hipermercados
233 supermercados
41 tiendas proximi
495 Click & Collect



€12 M € (2021)

Descuento



1580 tiendas

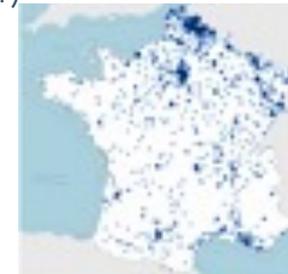


€5 500 M (2021)

Descuento



1322 tiendas



€5800 M (2021)

Cora: precios bajos a medios



Match: precios medios a altos

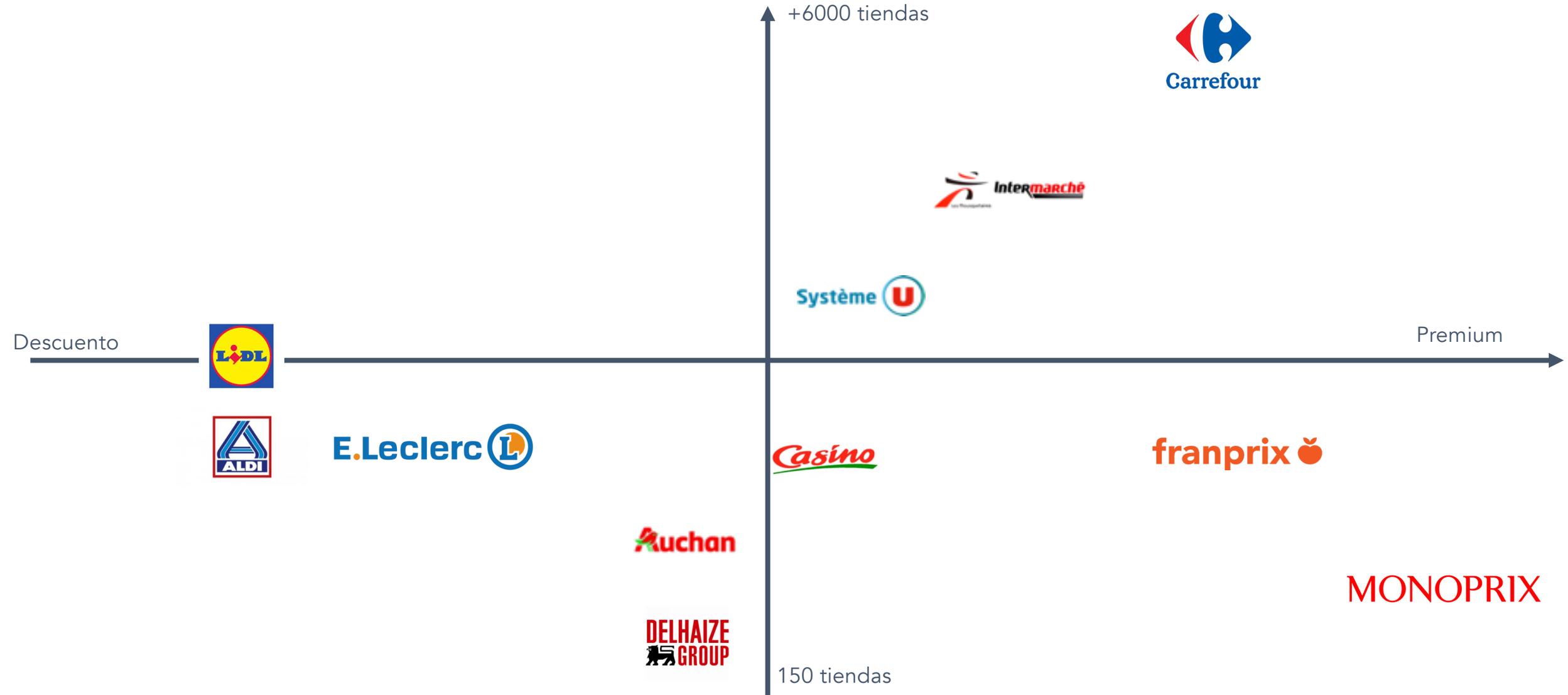


357 tiendas

60 Hipermercados
115 Supermercados
181 Click & Collect



Perfiles de los distribuidores



I. Los diferentes canales de distribución



GRAN DISTRIBUCIÓN



FOOD SERVICE



TIENDAS DELICATESSEN

Los diferentes sectores



Restauración institucional

- ✓ Empresas/servicios públicos
- ✓ Educación
- ✓ Salud
- ✓ Social
- ✓ Prisiones

Restauración comercial

- ✓ Restaurantes (sentados)
- ✓ Restaurantes (autoservicio)
- ✓ Comida rápida
- ✓ Hoteles
- ✓ Transportes
- ✓ Turismo

Bebidas

- ✓ Cafés
- ✓ Bares (cerveza)
- ✓ Bares (vino)

Vida nocturna

- ✓ Bares
- ✓ Discotecas
- ✓ Bolerías
- ✓ Casinos
- ✓ Cabarets

Canales alternativos

- ✓ Panaderías
- ✓ Terminales de cocina
- ✓ Delicatessen
- ✓ Comida para llevar
- ✓ Tiendas de conveniencia

Dispensadoras

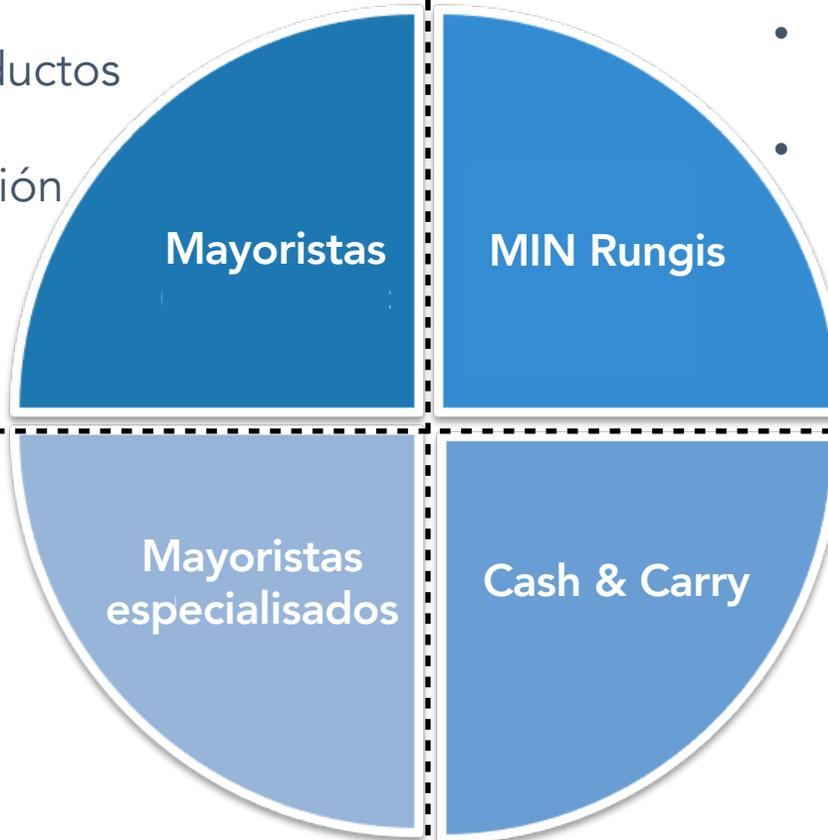
El food service en Francia

- Oportunidad para nuevos actores que quieran entrar en el mercado francés (nuevos actores = 40% del mercado).
- Los restaurantes, las cafeterías y la comida rápida buscan nuevos productos y sabores que promocionarán indirectamente.
- Los consumidores y compradores buscan productos rentables y de buena calidad.
- Auge del ambiente "acogedor" y de los conceptos extranjeros (cafeterías, hamburguesas, cocina del mundo, conceptos híbridos).
- 53000 millones de euros en restauración commercial
- 21000 millones de euros en restauración colectiva
- 11000 millones de euros en el segmento de impulso
- Presupuesto anual de 1400 euros por habitante - 2019



Los grandes actores

- Oferta completa de todos los productos
- Clientes del sector de la alimentación



- El mayor mercado alimentario del mundo
- 1193 empresas/mayoristas



- Gama de productos técnicos
- Clientes especializados

- Almacenes autoservicio que ofrecen la gama de alimentos integrales/bebidas.
- Los clientes van al almacén.



I. Los diferentes canales de distribución



GRAN DISTRIBUCIÓN



FOOD SERVICE



TIENDAS DELICATESSEN

Tiendas delicatessen — Grandes almacenes

- Ofrecen todas las categorías de productos
- Amplia selección de productos franceses e internacionales
- Prospección
 - En directo a través de compras centrales
 - A través de un dispensador



Perfiles

LA GRANDE EPICERIE PARIS

- €90 M (2019)
- 30000 referencias
- 2 tiendas en París
- E-shop



Lafayette GOURMET

- 2 tiendas: Lafayette
Hausmann y BHV París
- Veinte esquinas



GALERIES GOURMANDES

Supermarché • Épicerie fine • Cave

- 16000 referencias
- 1 tienda



Perfiles

MAISON PLISSON

- €5 M (2018)
- 6000 referencias
- 3 tiendas (2 restaurantes)
- Concepto Petit Plisson (Verano en el Jardín de las Tullerías)
- E-shop



- €4 M (2018)
- 2500 referencias
- 3 tiendas
- Click & Collect o entrega



MARCHÉ & DÉGUSTATION PRINTEMPS DU GOÛT

64 BOULEVARD HAUSSMANN
75009 PARIS

- 2500 referencias
- 1 tienda (1 restaurante)



II. Las tendencias alimentarias en Francia



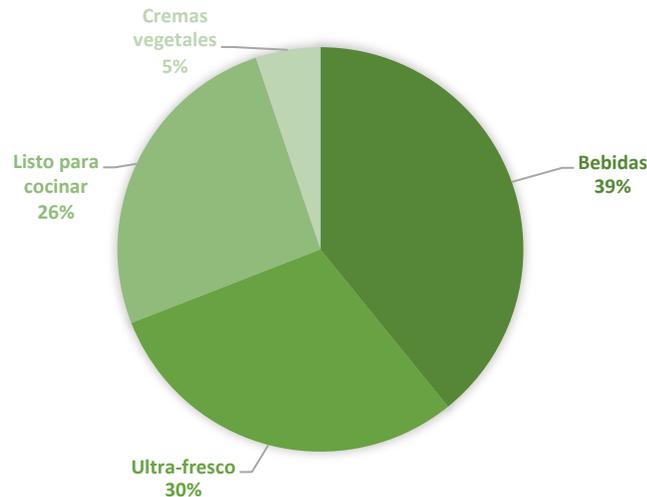
- El **73%** de los consumidores han cambiado su comportamiento alimentario en los últimos dos años.
- La cantidad de ingredientes en las recetas de nuevos productos se ha reducido un **20%**.



- En 2021, los franceses han gastado **12M de euros** en productos orgánicos.
- Francia es el **segundo** país con mayor comercialización de productos orgánicos.
- El **31%** de los productos orgánicos son importados.
- **9 de cada 10 personas** consumen productos orgánicos.



- En 2021, el mercado vegetal representaba **468M € (+30%)**.
- Cuotas de mercado de las categorías:



- Más y más personas consumen productos alimentarios por sus **beneficios nutricionales y terapéuticos**.
- El **62%** de los franceses afirman que miran la lista de ingredientes y la información nutricional.
- La oferta de productos sin gluten ha aumentado un **31%**. La de productos sin azúcar, un **15%**.

III. ¿Cómo contactar a los distribuidores?



Preparar la presentación

⇒ Breve presentación en frances (10-15 diapositivas)

1. Historia de la empresa
2. Centro de producción (capacidad y certificación)
3. Gama de productos
4. Unique selling points (USP)
5. Plan de comunicación y apoyo (promociones, comunicación en la tienda, etc.)

Correo de presentación

- Centrarse en la gama de productos y en los USP.
- Pedir una reunión de presentación.



Consejos

- Utilizar frases cortas.
 - Trabajar en la traducción de la presentación y el correo electrónico.
-
- Trabajar en sus redes sociales.

III. ¿Cómo contactar a los distribuidores?



Conocer al distribuidor

- ¿Incorporado o independiente?
- ¿Cuál es su posicionamiento?
- ¿Cuántas tiendas son y qué tipo de implantación geográfica tienen?
- ¿Cuál es la oferta en la tienda? ¿Y los precios?

Preparar su oferta

- Tarifa general
- MOQ
- Plazos de entrega
- Extra:
 - ¿Descuento potencial?
 - ¿Exclusividad potencial?



Importante

TARIFA GENERAL

- La misma para todos los clientes del mismo canal

III. ¿Cómo contactar a los distribuidores?



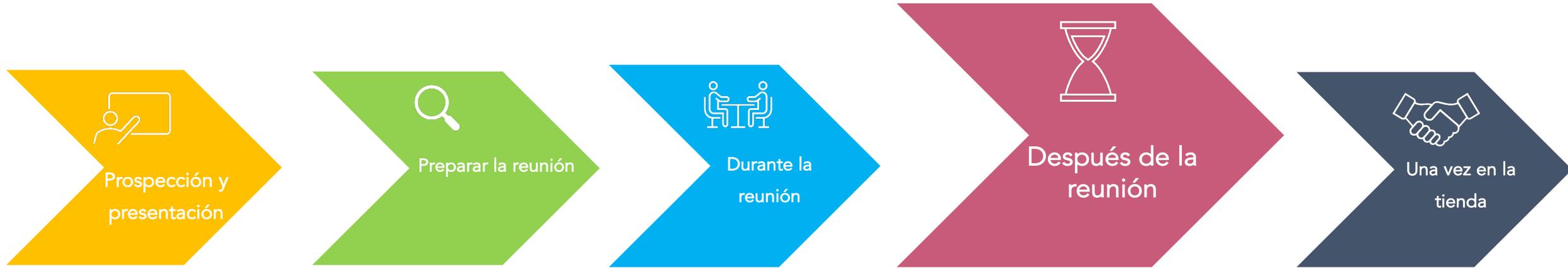
Prepararse

- Presentar la empresa y los productos.
- Llevar muestras para que el cliente pueda probar los productos.
- Discutir la tarifa (si es con el comprador).
- Definir los objetivos de venta y comprender las expectativas del cliente.
- Desarrollar un plan de comunicación y promoción.
- Acordar las próximas etapas.



Mostrar lo que el producto puede aportar.

III. ¿Cómo contactar a los distribuidores?



Paciencia y perseverancia

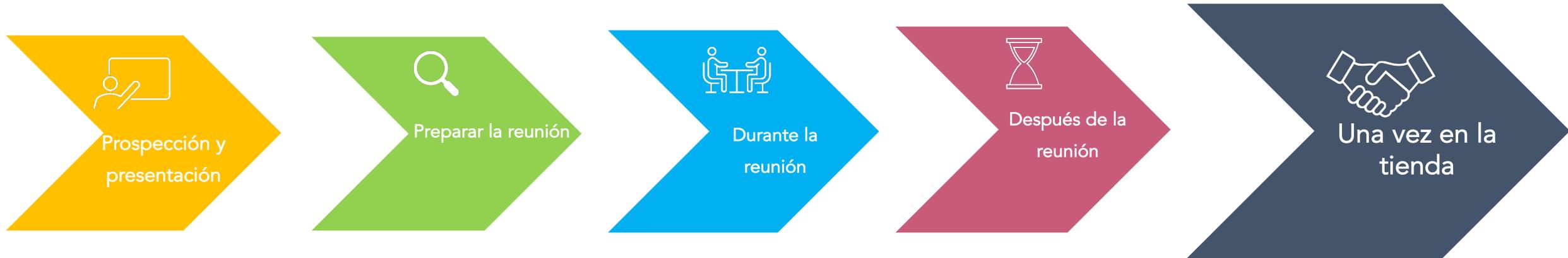
- Ser proactivo => realizar seguimiento de las muestras y de la oferta.
- Aportar nueva información importante.
- Completar documentos en francés.



Puede tomar de 9 a 12 meses.



III. ¿Cómo contactar a los distribuidores?



Construir una relación

- Seguir las ventas y preparar las negociaciones.
- Discutir los resultados con el comprador.
- Visitar las tiendas.
- Implementar acciones promocionales y sesiones de degustación para aumentar la visibilidad y el conocimiento de la marca.
- Utilizar la situación para acercarse a otros distribuidores.




Las negociaciones anuales tienen lugar de noviembre a febrero. En este momento se pueden (re)negociar:

- el precio
- las condiciones de pago
- la gama
- la cantidad de tiendas



Muchas gracias !

ACCIÓ



Generalitat de Catalunya
Government of Catalonia