
2020



El mercado del aceite de oliva en Francia

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 mayo de 2020
París

Este estudio ha sido realizado por
Ayoub Halym Bellaaziz

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

<http://Francia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 114-20-020-9

España, con unas exportaciones a Francia de 80,35 miles Tm por un valor total de 271,09 millones €, se ha consolidado en los últimos años como el primer proveedor de aceite de oliva de Francia, tanto en términos de valor como en términos de volumen, representando el 65,95% del volumen y el 63,92% del valor.

En la misma línea, España es el principal país proveedor de aceite de oliva de la gran distribución francesa, pero el público francés lo percibe de manera diferente. Efectivamente, la presencia de los productos franceses, italianos o tunecinos muestran su origen en el etiquetado de una manera más visual, es decir, aprovechan mejor la política de packaging, mientras que los productos españoles se venden con las marcas de los distribuidores franceses, los cuales están poco interesados en comunicar o promocionar el origen español de su aceite de oliva (utilizan el marcado CE) en tanto que consideran que realizar tal promoción no aportaría valor a su oferta. **Esto se debe, principalmente, a la falta de imagen de calidad de la oferta española en Francia y la ausencia de campanas de promoción de envergadura del aceite de oliva español.**

Francia es un país con una pequeña producción de aceite de oliva (5,9 Tm), focalizada en la región de Provenza, pero es el octavo consumidor mundial. El consumo en los últimos 5 años sigue una tendencia estable, con pequeños altibajos. No hay que olvidar que en la cultura gastronómica francesa se utiliza más la mantequilla o la margarina que en otros países del mediterráneo, producto que puede actuar como sustituto del aceite de oliva, pero los franceses están mostrando un interés creciente por la oleicultura y empiezan a valorar el aceite de oliva de forma más positiva por sus propiedades gastronómicas y terapéuticas.

Aunque en Francia se consume mucho más aceite vegetal que aceite de oliva en términos de volumen, el elevado precio del aceite de oliva por unidad provoca que las ventas de este segundo tipo de producto supongan más del 50% de la facturación total del mercado del aceite.

En términos generales, **el mercado francés del aceite de oliva es un mercado maduro en el que las oportunidades futuras pasarán por los nichos de mercado, la variedad, la diferenciación y la distribución a través del comercio electrónico.** En este sentido, un dato para destacar es que en el mercado francés del aceite de oliva se consume solamente aceite de oliva virgen, al contrario de lo que pasa en otros países.

En la misma línea, el aceite de oliva virgen extra tiene un posicionamiento en el mercado francés de producto de gama alta. De hecho, el precio medio del aceite de oliva de **origen francés** en la gran distribución puede alcanzar, fácilmente, los 25 €/litro, lo que pone de relieve la estrategia de diferenciación en la que se basan las empresas del país galó.

Por su parte, el consumidor francés, al igual que el cliente profesional, demanda productos de primera calidad y valora de forma muy positiva el servicio de asesoramiento durante el proceso de compra. De hecho, **la presentación del producto o las nociones del fabricante/productor son**



elementos que refuerzan la idea de calidad del producto, desde el punto de vista de la percepción del consumidor, y actúan como factores decisivos de la compra.

En todo caso, conviene diferenciar el aceite de oliva virgen español, vendido con marca blanca o con marca francesa en el país galo, y el cual representa el 97,65 % de nuestra exportación (nos sitúa como primer proveedor de Francia), del aceite de oliva virgen de calidad y presentación gourmet, el cual debe ser el nicho de mercado al que debemos aspirar.

Por último, a nivel de tendencias, existen oportunidades latentes en el **sector ecológico en Francia**, cuyo auge se espera que continúe en el futuro, del mismo modo que **la producción de aceites de oliva aromáticos y la promoción de las Denominaciones de Origen españolas** pueden conferir a las empresas nacionales una imagen de producto artesanal, tradicional y de saber hacer con la que poder aprovechar mejor las tendencias actuales de consumo en el mercado francés.

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

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

www.icex.es

