



Informe comercial elaborado por la
Embajada de la República Argentina en
Francia.

6 de julio de 2021



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Embajada de la República Argentina
Francia

Informe - Miel en Francia 2021

I. CONDICIONES DE IMPORTACION

Posición arancelaria

0409 00 00: Miel natural

a. Derechos de aduana

Argentina no se beneficia de un sistema de preferencias arancelarias como es el caso de otros países. Se le aplica un derecho de aduana del 17,30%. A la miel de sus principales competidores se aplican los siguientes derechos de aduana:

- países de la UE: 0%
- Ucrania: contingente de 6.000 toneladas por año con un 0%, luego el 17,30%
- Chile: 0%
- México: 8,6%
- Estados Unidos: 17,30%
- Brasil: 17,30%
- China: 17,30%

b. Otros impuestos

IVA del 5,5%

c. Reglamentación aplicable

La reglamentación aplicable para la importación de miel a Francia es la reglamentación europea, que se puede obtener en el siguiente sitio de la Comisión:

<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/results?product=0409&origin=AR&destination=FR>

La definición de la miel está claramente establecida en los textos legales: Directiva 2001/110/CE del Consejo del 20 de diciembre de 2001 relativa a la miel, y su respectiva actualización 2014/63/UE del Consejo del 15 de mayo de 2014 Anexo 1: "La miel es la sustancia natural dulce producida por la abeja Apis melífera, a partir del néctar de plantas o de secreciones de partes vivas de plantas o de excreciones de insectos chupadores presentes en las partes vivas de plantas, que las abejas recolectan, transforman combinándolas con sustancias específicas propias, depositan, deshidratan, almacenan y dejan en colmenas para que madure." El anexo 1b de la Directiva define claramente las características de composición de la miel.

Control sanitario de los productos de origen animal destinados al consumo humano

Las importaciones de productos de origen animal para la alimentación humana tienen que respetar ciertos requisitos con respecto a:

- las condiciones sanitarias relacionadas con la protección al público y de los animales,
- las reglamentaciones de sanidad vigentes en el país de destino,
- las condiciones para que el establecimiento de producción pueda obtener una autorización de exportación,
- los certificados sanitarios,
- los controles sanitarios.

Estos productos sólo pueden ser importados en la UE si provienen de un establecimiento aprobado para este producto específico, si están acompañados de los certificados sanitarios correspondientes y han pasado el control a la entrada del país de destino. En lo que concierne a las empresas argentinas, tienen que inscribirse en el SENASA, quien firmó un acuerdo con las autoridades europeas. Cabe mencionar que sin este proceso, los productos no podrán ingresar en el mercado de la UE. Sin embargo, las autoridades europeas pueden suspender las importaciones de cualquier país tercero cuando consideran que el producto presenta un riesgo para la salud de la población o de los animales del país, como es el caso cuando aparece una enfermedad grave.

Particularidades del control de los residuos en la miel

Como consecuencia de varias crisis alimenticias en los últimos años, la opinión pública europea se ha vuelto exigente en relación con la seguridad alimenticia. La persistencia potencial en los alimentos de residuos que podrían ser dañinos para la salud forma parte de esas preocupaciones.

La Directiva 96/23/CE del Consejo (DO L 125 de 23/05/1996) describe el procedimiento para evaluar si, al importar animales y productos de origen animal, las garantías sobre residuos de sustancias químicas presentadas por un tercer país pueden considerarse equivalentes a las solicitadas a los productos producidos con arreglo a las normas de la UE.

Dichos productos sólo se importarán de los países autorizados detallados en el cuadro que se encuentra en el siguiente link ([CELEX 32011D0163](#)), incluido en la Decisión 2011/163/UE de la Comisión (DO L-70 de 17/03/2011). La inclusión y retención en esta lista está sujeta a la presentación por el país tercero de un plan en el que se establezcan las garantías que ofrece en relación con el seguimiento de los grupos de residuos y sustancias contemplados en el anexo I de la Directiva. **Cabe mencionar que la Argentina está dentro de los países autorizados para la exportación de miel a Europa.**

En lo que concierne a la miel, producto de origen animal que la UE importa en grandes cantidades, la información de los países terceros sobre las exigencias europeas en materia de control de los residuos es esencial para evitar los bloqueos inútiles de mercaderías en las fronteras de la UE.

La miel oculta no sólo las marcas de todo tipo de intervención en las abejas que la han elaborado sino también de toda eventual contaminación de las zonas, a veces extensas, en las cuales los insectos libaron. El control de residuos en la miel es entonces un elemento muy importante para la protección de los consumidores. Contrariamente a la mayoría de los productos alimenticios de origen animal, la vigilancia de los residuos es la única exigencia sanitaria para la miel.

Se controla la presencia de tres grupos de productos:

- las sustancias veterinarias prohibidas tal como el cloranfenicol,
- las sustancias veterinarias autorizadas pero en exceso con respecto a los niveles autorizados. Se trata para la miel de antibióticos e insecticidas,
- los contaminantes del medio ambiente tales como los pesticidas y los metales pesados (plomo, cadmio).

Como se ha mencionado anteriormente, la Argentina forma parte de los países autorizados a proveer miel a la UE. Sin embargo, cada empresa argentina que desea exportar miel a Europa tiene que registrarse en el SENASA y aprobar los controles sanitarios.

Etiquetado de productos alimenticios

Todo producto alimenticio comercializado en la Unión Europea tiene que respetar las reglas de etiquetado cuyo objetivo es proveer toda la información necesaria al buen conocimiento del producto por parte del consumidor al momento de comprarlo.

La etiqueta debe mencionar los siguientes elementos (lista no exhaustiva)

- Nombre del producto (nombre legal),
- Lista de ingredientes por orden decreciente,
- Cantidad neta,
- Fecha de vencimiento,
- Condiciones de almacenamiento o condiciones de uso,
- País de origen o lugar de procedencia,
- Instrucciones de uso,
- Inscripción de lote sobre productos alimentarios pre acondicionados con la letra previa "L",
- Declaración nutricional,

Existen provisiones especiales cuando se trata de los OGM, los aditivos y saborizantes, etc.

En lo que concierne más específicamente a la miel, la Directiva 2001/110/CE garantiza, en el etiquetado del producto, una información más completa al consumidor, en la que figuran el país de origen y las mezclas. La Directiva define límites para el etiquetado de la miel como tal. Por ejemplo, no se le podrá retirar ningún componente, excepto cuando resulte inevitable en el proceso de eliminación de materias ajenas a la miel. Así, la miel filtrada, la miel en panal, la miel con trozos de panal y la miel para uso industrial no podrán etiquetarse solamente con la mención «miel». Además, la etiqueta de sus embalajes podrá completarse mediante indicaciones relativas a un origen floral o vegetal, regional, territorial o topográfico, o mediante criterios específicos de calidad.

A finales de mayo de 2020, los diputados franceses aprobaron, en segunda lectura, la propuesta de la ley EGALIM, relativa a la transparencia de la información en los productos agrícolas y alimenticios. Trata, entre otros, del etiquetado de la miel vendida en mezclas: "Para la miel que se compone de una mezcla de mieles provenientes de más de un país miembro de la UE o de un tercero país, se tendrá que indicar a todos los países de origen de la cosecha, en el etiquetado, por orden ponderal decreciente".

Representa una victoria para la apicultura francesa que siempre pidió más transparencia y una mejor trazabilidad de las mieles comercializadas. **Según Famille Michaud, líder en Francia de la distribución de miel, representa también una oportunidad muy interesante para las mieles argentinas que gozan de una buena imagen entre los compradores.**

Falta todavía la publicación del decreto de aplicación que debería realizarse en las próximas semanas.

Productos de producción ecológica - Normas aplicables a partir de enero 2021

El Consejo de la Unión Europea ha adoptado el 30 de mayo de 2018, el nuevo reglamento de producción ecológica y etiquetado de productos ecológicos. El [Reglamento \(UE\) 2018/848](#) sustituirá el [Reglamento 834/2007](#). La entrada en vigor del nuevo reglamento europeo fue el 1 de enero de 2021.

Entre las novedades del reglamento está la ampliación del ámbito de aplicación de la norma, con la inclusión de nuevos productos como la sal, corcho, cera de abeja, yerba mate, capullos de seda, gomas y resinas naturales, aceites esenciales, algodón y lana sin cardar y peinar, o preparaciones

vegetales tradicionales a base de plantas. También aborda nuevas normas de producción para conejos, cérvidos y aves.

Asimismo, se fomentan los circuitos cortos de distribución y las producciones locales en los territorios de la Unión, se refuerza el concepto de “producción ligada al suelo” y se promueve el uso de nuevos materiales ecológicos de reproducción vegetal, así como de razas de animales con un alto grado de diversidad genética, resistencia a las enfermedades y longevidad. También se incluye la posibilidad de que los pequeños productores europeos puedan acogerse a la certificación de grupo.

Uno de los aspectos más relevantes es el establecimiento de un **nuevo marco para el comercio con terceros países** que, además de abordar por primera vez las exportaciones, establece como norma general el sistema de cumplimiento, que garantiza que **el producto a importar desde un tercer país tiene que haber sido producido en conformidad con la normativa europea**, con lo cual se restringe el modelo de equivalencia al marco de un acuerdo comercial.

d. Posibles importadores

Importadores y/o acondicionadores de miel

COMPAGNIE APICOLE GATINAIS ET CENTRE (CAGEC)

Tel : +33 (0)2 38 30 03 80

Joseph BENAZRA, Director General

Email : direction@compagnie-apicole.com; floramiel@compagnie-apicole.com;

commercial@compagnie-apicole.com; achats@compagnie-apicole.com

Web: www.compagnieapicole.com

CULTURE MIEL

Tel: +33 (0)2 38 85 31 52

Thierry LAUVERGEAT, Presidente Director General

Email: contact@culturemiel.com - Web: www.culturemiel.com

FAMILLE MICHAUD APICULTEURS

Tel: +33 (0)5 59 21 91 37

Valérie LAFITTE, Compradora de miel de Argentina

Email: vlafitte@famillemichaud.com - Web: www.famillemichaud.com

FAMILLE VACHER - Les Apiculteurs Associés

Tel : +33 (0)2 38 76 94 56

Véronique JENNY, Asistente de Dirección - Email: veronique.jenny@apiasso.com

Hélène IZEL, Asistente Comercial - Email: helene.izel@apiasso.com; contact@apiasso.com

Web: www.famillevacher.fr

KARINA FRANCE

Tel: +33 (0)4 67 11 01 48

Christine Millerat, Directora - Email : contact@karinafrance.fr

MIEL FACTORY

Tel: +33 1 44 93 92 72

Rémi PORTHAULT, Fundador - Email: contact@miel-factory.com – Web: www.miel-factory.com

Especializada en mieles monoflorales. Vende miel argentina de menta y miel de ulmo de Patagonia chilena, entre otras.

MIELLERIE DES BUTINEUSES

Xavier CROCHET, Director

Tel : +33 (0)4 90 22 47 52

Email : contact@miellerie.fr - Web: <http://miellerie.fr/>

NATURALIM FRANCE MIEL

Aurore BONNEPART, Responsable de Compras

Tel: +33 (0)3 84 37 89 33

Email: abonnepart@naturalim.fr - Web: www.naturalim.fr

YARDEN FRANCE 92

Adi ADIRI, Presidente Director General

Tel: +33 (0)1 76 29 90 00

Email: yarden.france@wanadoo.fr

Centrales de compra de supermercados**AUCHAN**

Sebastien DE LE CROIX, Comprador (productos gourmet dulces)

Tel: +33 (0)3 28 37 77 89

Email : sdelecroix@auchan.fr

CARREFOUR

Frédéric TORRES, Director Categoría Dietética, Productos del Mundo, Ingredientes dulces, Productos salados snacks

Tel: +33 (0)1 64 50 88 59

Email: frederic_torres@carrefour.com

François VINCENT, Director Compras Productos Alimenticios

Tel : +33 (0)1 58 63 47 51

Email : francois_vincent@carrefour.com - Web: www.carrefour.com

DEGRENNE DISTRIBUTIONS

Tel : +33 (0)2 31 25 02 50

François DEGRENNE, Director

Email : contact@degrenne-distribution.fr

LIDL

Tel : +33 (0)1 56 71 34 00

Email : fr_masterdata_foodspecials_admin@lidl.fr

METRO

Julie COHEN, Asistente de Dirección

Tel : +33 (0)1 47 86 60 14

Email : julie.cohen@metro.fr

Mathieu XOLIN, Jefe de Grupo Productos gourmet dulces (Chef de Groupe Epicerie Sucrée)

Tel: 33 (0)1 47 86 63 77

Email: mathieu.xolin@metro.fr

Tiendas especializadas en productos orgánicos

LEA NATURE

Sra. Géraldine MENIER

Tel: +33 5 46 34 30 00

Email: gmenier@leanature.com - Web: www.jardinbio.fr - www.leanatureboutique.com

MARKAL

Lionel BROUTY, Responsable de Compras

Tel: +33 4 75 58 72 20

Email: markal@markal.fr - Web: www.markal.fr

LA VIE CLAIRE

Tel: +33 4 72 67 80 00 - Fax: +33 4 72 67 80 01

Laurence BUTIN, Responsable de Compras

Tel: +33 4 72 67 80 08

Email: contact@lavieclaire.com - Web: www.lavieclaire.com

II. CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA

El consumo de miel en Francia alcanza los 600g por habitante o sea un total de unas 45.000 toneladas por año. Francia forma así parte de los principales países europeos consumidores. Conoce un leve aumento en los últimos años, en parte debido a la búsqueda de productos saludables por los consumidores. Un 75% de la población consume regularmente miel. El 10% se usa para la industria: cereales para el desayuno, golosinas, pastelería, industria farmacéutica y cosmética.

Mientras crece el consumo cada año, disminuye la producción local. Se dividió por tres en los últimos 20 años. Alcanzaba 33.000 toneladas en 1995, 25.500 toneladas en 2004, 16.000 en 2012, 13.200 toneladas en 2014 y menos de 10.000 toneladas en 2016. Se debe esencialmente a condiciones climáticas desfavorables y una baja del número de abejas por el aumento del uso de pesticidas, etc. Según los productores, 2019 fue el peor año para la producción francesa en los últimos 70 años, sin embargo, gracias a condiciones meteorológicas particularmente favorables, y, en menor medida, a los confinamientos generalizados que habrían permitido una actividad más intensa de las abejas por una disminución de los efectos de la actividad humana, las estimaciones para el 2020 muestran un aumento en la producción, aunque, por supuesto, no suficiente para abastecer el mercado local.

Los principales productores de miel tienen unas 400 colmenas (el 38% de los productores). Siguen los que tienen entre 150 y 400 colmenas (el 26%) y luego los que tienen entre 50 y 150 colmenas (el 11%). **La producción francesa se concentra principalmente en el sur del país**, esencialmente en la región Occitanie donde se produce el 22% de la miel nacional.

Existen en Francia dos Denominaciones de Origen (AOP en francés), tres Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), y tres "Label Rouge" (LR):

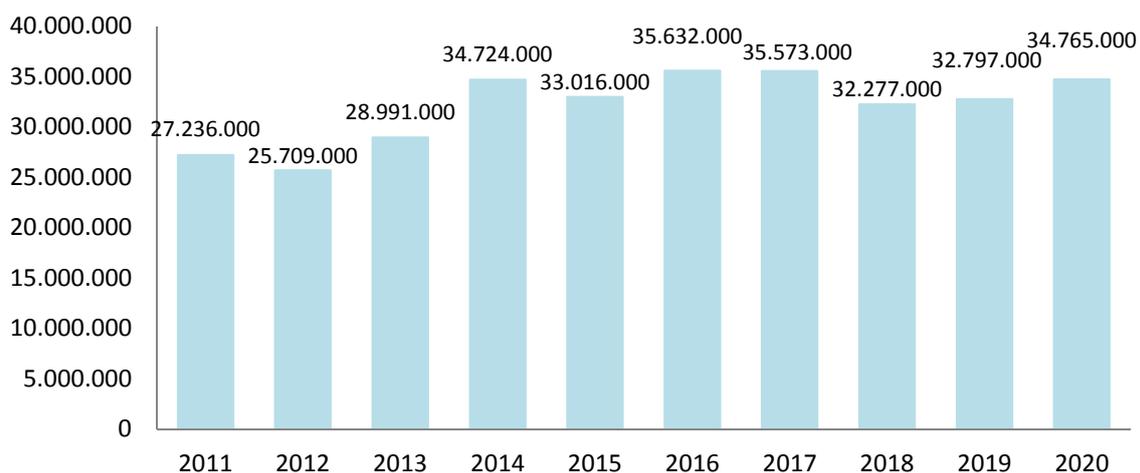
- AOP: - miel de Corse – mele di Corsica (miel de Córcega),
 - miel de sapin des Vosges (miel de abeto de las Vosges).
- IGP: - miel d'Alsace (miel de Alsacia),
 - miel de Provence
 - miel de Cévennes
- LR: - miel de lavande et lavandin (miel de lavanda),
 - miel de sapin (miel de abeto),
 - miel toutes fleurs (miel todas flores).

También existe la mención "miel de montaña" (miel de montaña), valorada por los consumidores.

Son producciones muy reducidas que se venden localmente (el 90% de la miel de Córcega se vende en Córcega), principalmente en forma directa del apicultor al consumidor a precios bastante altos (12 a 13 €/kg). El turista es el mejor comprador.

A pesar de la gran diversidad de mieles presentes en Francia, se contabilizan unas cuarenta variedades, los productores franceses no logran satisfacer la demanda interna lo que implica la **creciente necesidad de importar el producto**, pasando de 6.000 toneladas de miel importadas en 1995 a unas 34.700 toneladas en 2020 con un costo de 112 millones de euros.

Evolución de las importaciones francesas en volumen (kg) entre 2010 y 2020



Fuente: Aduana francesa

Después de los dos años récord de 2016 y 2017 que vieron las importaciones francesas sobrepasar las 35.500 toneladas, se estabilizaron alrededor de 32.500 toneladas 2018 y 2019 para luego acercarse de nuevo a las 35.000 toneladas en 2020, a pesar del contexto sanitario inédito.

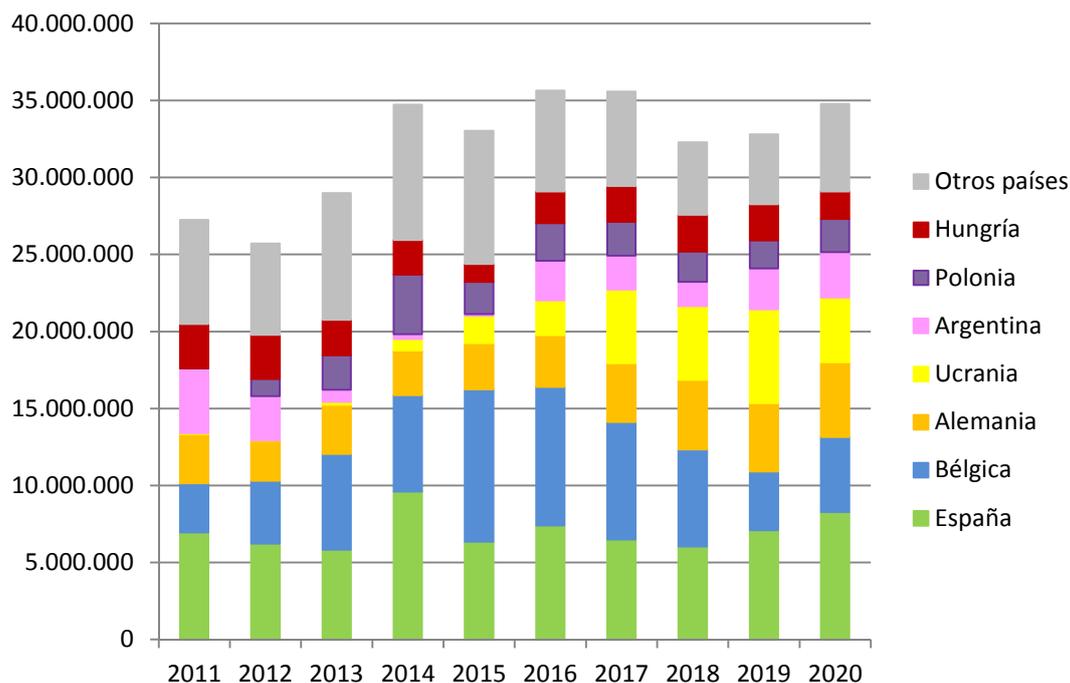
Importaciones francesas de miel

	2018	2019	2020	Variación 2020/2018
Volumen (toneladas)	32.277	32.797	34.765	7,71%
Valor (mil €)	109.938	105.872	112.746	2,55%
Precio promedio (€/kg)	3,41	3,23	3,24	-4,98%

Fuente: Aduana francesa

En 2020, las importaciones de miel crecieron en volumen (+1968 toneladas) para alcanzar cerca de 35.000 toneladas. El precio promedio aumentó levemente en 2020, comparado con el año anterior, pero sin volver a alcanzar el nivel de 2018.

Evolución de la estructura de las importaciones francesas de miel en volumen (kg) de 2011 a 2020



Fuente: Aduana francesa

Importaciones francesas de miel en volumen (kg) por origen, en los últimos 5 años

	2016	2017	2018	2019	2020	Part. sobre el total 2020
España	7 409 000	6 490 000	6 049 000	7 099 000	8 286 000	23,83%
Bélgica	8 988 000	7 639 000	6 302 000	3 811 000	4 869 000	14,01%
Alemania	3 363 000	3 810 000	4 510 000	4 445 000	4 838 000	13,92%
Ucrania	2 270 000	4 777 000	4 778 000	6 087 000	4 205 000	12,09%
Argentina	2 551 000	2 207 000	1 594 000	2 644 000	2 956 000	8,50%
Polonia	2 460 000	2 200 000	1 957 000	1 840 000	2 161 000	6,22%
Hungría	2 037 000	2 312 000	2 393 000	2 327 000	1 771 000	5,09%
Subtotal	22 030 000	22 716 000	21 639 000	21 442 000	22 198 000	83,66%
TOTAL	35 632 000	35 573 000	32 277 000	32 797 000	34 765 000	100,00%

Fuente: Aduana francesa

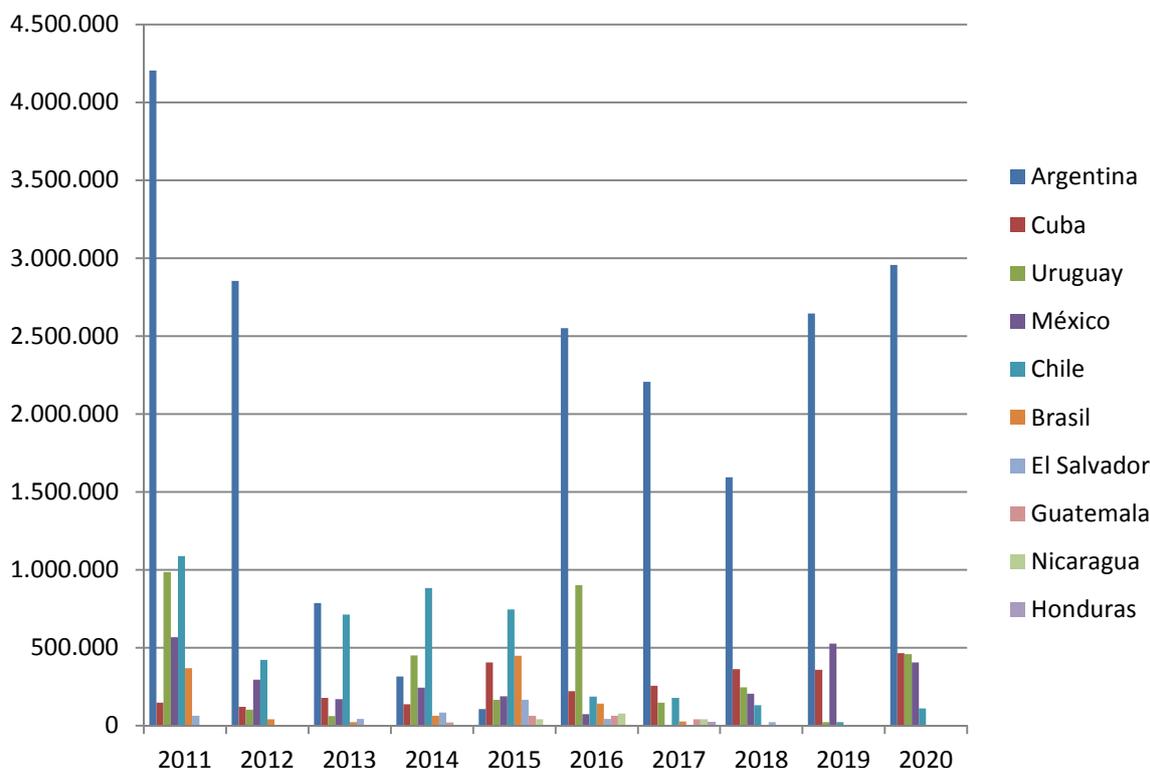
Francia importa miel desde unos 35 países (al menos 1 tonelada), sin embargo, entre 6 y 7 países representan más del 80% de los volúmenes importados. España concentra más del 20% de las compras, pero es importante subrayar, que como Bélgica y Alemania, que llegan en 2ª y 3ª posición en 2020 (con cerca del 14% de participación de mercado en los dos casos), son países que reexportan gran parte de sus importaciones de miel que pueden proceder de otros países europeos o países fuera de la UE. Sigue Ucrania en 4ª posición, que gracias a precios muy reducidos, logró posicionarse en el mercado en los últimos años pasando de 19 toneladas en 2012 (30º proveedor de Francia) a 6.000 en 2019 (2º proveedor) y 4.200 en 2020 (4º proveedor).

En 2020, Argentina vendió 2.956 toneladas de miel a Francia, ocupando el 8,5% del mercado. Su posición también conoció fuertes fluctuaciones en los últimos 10 años. Fue el 2º proveedor de Francia en 2011 con 4.200 toneladas de miel comercializadas y pasó a ser el 24º en 2015 con 107

toneladas vendidas. Se encuentra de nuevo entre los 7 principales proveedores de Francia a partir de 2016 con volúmenes comprendidos entre 1.600 y 2.900 toneladas según los años.

En 2020, Hungría abasteció el 5% del mercado, esencialmente con miel de acacia. *China no exportó miel directamente a Francia por segundo año consecutivo.*

Evolución de las importaciones francesas en volumen de miel latinoamericana 2011 - 2020



En lo que concierne la miel de América latina, en los últimos 10 años, Argentina lideró la venta directa del producto a Francia, salvo en los años 2014 y 2015, dominados por Chile pero con cantidades reducidas. En 2020, Cuba, Uruguay y México exportaron casi 500 toneladas de miel a Francia. Las exportaciones directas de los demás países de la zona fueron muy reducidas.

Precios de importación

Por un precio promedio de 100, los precios a la importación varían entre 50 y 200 o sea en una relación de 1 a 4. El caso de Nueva Zelanda con un precio promedio de cerca de 25 €/kg se considera a parte, se trata de un mercado de nicho, el de mieles de Manuka, cuyo volumen total fue inferior a 100 toneladas en 2019.

Las mieles importadas de los países que no pertenecen a la UE son particularmente competitivas como es el caso de Argentina con un precio inferior en un 30% al precio promedio de las importaciones (entre 2,30 y 2,50 €/kg). Sin embargo, Ucrania se posiciona con un precio netamente inferior (1,76€/kg) lo que explica su fuerte desarrollo en el mercado.

En lo que concierne a los países europeos que exportan a Francia, los precios varían del simple al doble: para los países que reexportan, entre los cuales Bélgica y España, los precios son levemente inferiores al promedio (índice 113 a 117). Los mieles que provienen de Alemania y Hungría son un

30% superiores al promedio lo que se explica por la participación importante de mieles monoflorales, de acacia por ejemplo para Hungría. Los volúmenes importados de Italia que sólo representan el 2,5% del total se venden a un valor doble al promedio, se tratan de mieles monoflorales y muchas veces orgánicos con certificación.

Consumidores y preferencias

La miel se consume casi siempre en asociación con productos tales como tostadas, pan, medialunas, generalmente con manteca. Por otra parte, la tendencia actual, derivada de una búsqueda de modo de vida más saludable es añadirla en yogures, queso fresco, infusiones y recetas de tortas y postres en los cuales la miel se usa como edulcorante.

Las mieles de apelación multiflores representan los dos tercios del mercado. El consumidor francés tiene preferencia por las mieles ambarinas, bastante claras. Son percibidas como de mayor calidad y pureza. Por otra parte, los franceses aprecian las denominaciones de origen, que son el símbolo de un producto de calidad y cada vez más los orgánicos.

El precio y el diseño del envase son determinantes en el proceso de decisión de compra. Existen principalmente dos tipos de clientela con expectativas bien definidas:

- un primer grupo, de más de 40 años, que es fiel a sus productos. Es la clientela más importante. Este segmento busca un producto de calidad con un packaging que tenga un cierto valor agregado. Aprecian los envases atractivos, que sean “chic”, para poder mostrarlo a sus invitados o que evoquen la tradición, la artesanía, sinónimo de calidad,
- un segundo segmento, más joven, que realiza compras ocasionales, generalmente impulsivas. Prefieren los potes con capuchón o los “squeezers” más prácticos.

Existe un fenómeno de carácter estacional, con ventas más importantes en invierno que en verano, más o menos fuerte según el segmento de clientela:

- el primer tercio, son los clientes que compran miel regularmente, no están influidos por el cambio de estación,
- el segundo tercio, los que compran la miel por sus beneficios saludables, compran más en invierno,
- y el último tercio, son los que compran de manera impulsiva, en las ferias artesanales, sobre todo en vacaciones de verano.

Ciertas empresas disminuyen este fenómeno compensando la disminución de las ventas en verano por la venta a los turistas. Esta estrategia está hecha sobre todo por los apicultores con tiendas propias en regiones turísticas.

En términos de precios, la venta de miel se divide esencialmente en tres segmentos:

- las de primer precio que son generalmente mieles todas flores,
- las marcas de distribuidores que dan preferencia cada vez más a los terruños franceses y a las categorías “premium”,
- las marcas nacionales, representadas por ejemplo por *Lune de Miel* (Famille Michaud).

Entre estos segmentos, las marcas económicas son las que han visto sus ventas disminuir más rápidamente.

La empresa número 1 de miel acondicionada en Francia, el grupo Famille Michaud, apuesta a la demanda cualitativa del consumidor francés y presenta como prueba que las mejores ventas en los negocios son las mieles con los precios por kg más elevados. Su marca *Lune de Miel* ve su participación de mercado aumentar cada año frente a las marcas de distribuidores. Su política consiste en seleccionar los orígenes y los apicultores, poner en marcha procesos tecnológicos que preservan las cualidades, innovar en los envases y dirigirse tanto al gran público como a los consumidores conocedores.

Según los grupos Famille Michaud y Naturalim, el gran público solicita mieles de orígenes locales y francesas, privilegian las mieles “todas flores” clásicas pero también de acacia, proveniente de Hungría. Sin embargo, los consumidores conocedores se comportan un poco como los amantes de vino: menos buscadores del origen francés, no dudan en pagar precios relativamente altos para utilizar un producto de buena calidad. Para ellos, Famille Michaud selecciona los “mejores orígenes” monoflorales del mundo: miel de naranja de España, de lavanda de Provence, de trébol de Canadá o de Nueva Zelanda, de acacia de Hungría. Pero a pesar de eso, tanto el gran público como los conocedores son cada vez más sensibles al criterio orgánico y a la información sobre las cualidades nutricionales.

Canales de distribución

En lo que concierne a los canales de distribución, en Francia, más de la mitad de la miel producida se vende directamente a los consumidores y a los minoristas. La venta directa al consumidor representa un 38%. La venta indirecta constituye el 46% del total de la miel comercializada por los productores franceses, de éstos el 25% corresponde a las ventas a las envasadoras de miel.

La venta al consumidor final se hace a través de varios tipos de negocios:

- la venta directa del apicultor al consumidor en ferias,
- la gran distribución alimenticia: súper e hipermercados, hard-discounters,
- los negocios de productos gourmet,
- los negocios especializados en productos orgánicos,
- los negocios especializados en productos de la colmena,
- el consumo fuera del hogar (restaurantes, cafés, hoteles, creperías).

Miel argentina

La miel de nuestro país se importa principalmente a granel, para mezclas con miel de otros orígenes, para aumentar las cualidades organolépticas de la miel obtenida. Sin embargo, se observa en Francia la aparición de miel argentina monofloral, como es la miel de trébol y de menta, que podrían encontrar un cierto éxito con mayor difusión, más particularmente la miel orgánica con certificación.



Miel orgánica de trébol de Argentina¹
 Marca: Ma Ruche Bio
 7,00 € los 250 g



Miel orgánica de trébol de Argentina²
 Marca: Gabriel Perronneau
 4,30 € los 250g



Miel de menta cosechada en Argentina³
 Marca: La Maison du Miel
 9,00 € los 250g



Miel de menta de la Pampa argentina⁴
 Marca: Miel Factory
 7,00 € los 250g

¹ <https://www.leanatureboutique.com/fr/miel-agave-sucre/21596-miel-de-trefle-d-argentine-3456300015041.html>

² https://www.bienmanger.com/1F38368_Miel_Trefle_Bio.html

³ <https://maisondumiel.fr/miels-du-monde/miel-de-menthe-d-argentine-125.html>

⁴ <https://www.miel-factory.com/products/miel-menthe-argentine>

III. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES

Como lo vimos en la parte II del presente informe, los principales competidores de Argentina en el mercado francés son España, Bélgica, Alemania, Ucrania, Polonia y Hungría.

España y Bélgica son importantes actores en importación, mezclas, acondicionamiento y reexportación de miel. Trabajan grandes volúmenes.

Alemania y Hungría se especializaron en mieles monoflorales, de acacia esencialmente para Hungría.

Ucrania se posicionó en el mercado de miel de primer precio. Su precio promedio de venta es inferior de un 25% al de la miel argentina.

Nueva Zelanda, con una participación en volumen del 0,27% del mercado francés (93 toneladas), pero del 2,71% en valor (3 millones de euros), se especializó en miel de Manuka orgánico, muy valorado por sus propiedades terapéuticas, y productos derivados.

En menor medida, Italia también se posicionó en las mieles de calidad, monoflorales y con certificación orgánica.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El mercado francés de miel representa, bajo ciertas condiciones, una oportunidad para el crecimiento de las exportaciones argentinas.

Existe un circuito consolidado de comercialización de **miel a granel** que ha llegado a su pico en 2011 con 4.200 toneladas de miel exportada, para luego descender a un piso de 107 toneladas en 2015. La recuperación posterior (aunque con los altibajos correspondientes a la producción) implicó que en el año 2020 se hayan exportado casi 3.000 toneladas. Esta miel se comercializa en mezcla con mieles de otros orígenes, sin embargo, **su calidad es bien valorada tanto por los importadores como por el consumidor**, por lo que *la nueva reglamentación que obligaría a indicar en el envase los países de origen de las mezclas de miel, podría representar una oportunidad interesante para la producción de nuestro país.*

Sin embargo, en este circuito prevalecen ciertos desafíos vinculados a la calidad de la producción, la estabilidad de precios y la relación comercial entre los socios argentinos y franceses. Los actores del sector en Francia conocen la situación de la miel argentina en los Estados Unidos, por lo que están a la espera de la reacción y repercusiones en el mercado. Sin embargo, señalaron que la calidad de la miel que se vende a los Estados Unidos es más baja.

Asimismo, en el pasado se han registrado numerosos diferendos en relación a la calidad y condiciones de los envíos que han generado problemas en la relación comercial entre los socios, sería importante lograr consensos entre los diferentes actores de la cadena en la Argentina, a efectos de evitar este tipo de conflictos, que afectan a la miel argentina en general (por ejemplo, el principal importador de miel argentina ha instalado sus propios laboratorios en la Argentina para poder hacer análisis de calidad antes de que la miel se despache, lo cual ha elevado los costos).

En términos generales, existe la solicitud de contar con mayor información confiable sobre estadísticas de producción en la Argentina.

Por otro lado, el segmento de **miel envasada** cuenta con oportunidades en el mercado local, teniendo en cuenta el perfil del consumidor francés, con alto poder adquisitivo y que busca nuevas

opciones, sabores y una actitud de consumo más responsable ambientalmente. En este sentido, la miel argentina debe aún crear una identidad propia, con una “historia” sobre producción y cualidades. Asimismo, el mercado crece en segmentos especializados en mieles monoflorales, BIO o con características particulares (Ej. Miel de montaña), que permiten una comercialización con precios más elevados.

Su canal de comercialización incluye la gran distribución, tiendas del tipo “gourmet” y distribuidores especializados en productos apícolas.

Esta Sede se reunió con la Dirección de Compras de la empresa Famille Michaud, número uno de la importación y del acondicionamiento de miel en Francia y que se presenta como líder mundial de distribución de miel. Comercializa la miel con sus propias marcas y con marca del distribuidor. Tiene su sede en Francia y vende los productos en más de 70 países. Compra miel de muy alta calidad que analiza en sus propios laboratorios con una tecnología de resonancia magnética nuclear. Importa miel argentina desde hace muchos años que trae por barco desde Buenos Aires a la ciudad francesa de Pau, vía los puertos de Le Havre o Amberes. La participación de Argentina en sus abastecimientos es variable según los años. En 2020, las importaciones de miel argentina alcanzaron 1.300 toneladas. Habían sobrepasado las 1.800 toneladas en 2019.

Trabajan con 5-6 proveedores regulares más 4-5 nuevos. Siempre buscan nuevos proveedores y nuevos productos. Les interesan particularmente actualmente las mieles monoflorales como podría ser la miel de naranjo que compran en Brasil y México, y la miel orgánica con certificación. Compran en contenedores de 20 toneladas por lo cual privilegian los exportadores o las cooperativas. En anexo se adjunta el pliego de bases y condiciones que aplica la empresa a sus compras provenientes de Argentina.

ANEXO 1: PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES – FAMILLE MICHAUD

PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES		
Producto	POLIFLORA F/G < 1,05	POLIFLORA F/G > 1,20
HMF (mg/kg)	$x \leq 10$	$x \leq 10$
H2O (%)	$\leq 18,5$	$\leq 18,5$
% Polen de interés	NA	NA
PH	$3,2 \leq x \leq 4,5$	$3,2 \leq x \leq 4,5$
Color(mmPfund)	$5 \leq x \leq 70$	$5 \leq x \leq 70$
Conductividad(μ S/cm)	$x \geq 100$	$x \geq 100$
Thixotropie		
Ratio F/G	$x \leq 1,05$	$x \geq 1,20$
F+G(%)	$\geq 60\%$	$\geq 60\%$
Tasa glucose(%)	$23,1 \leq x \leq 45,6$	$23,1 \leq x \leq 45,6$
Tasa fructose (%)	$31,7 \leq x \leq 47,3$	$31,7 \leq x \leq 47,3$
Tasa saccharose(%)	$x < 5$	$x < 5$
Trisaccharides(%)		
Diastasa(DZ Schade)	≥ 18	≥ 18
Glyfosato (ppb)	$x < 50$ ppb	$x < 50$ ppb
Tasa de pesticidas aceptadas (incluyendo productos de tratamiento contra varoa) por molécula, Normativa correspondiente	396/2005	396/2005
Residuo Cloranfenicol (ppb)	$x < 0,15$ ppb	$x < 0,15$ ppb
Residuo Dapson(ppb)	$x < 0,5$ ppb	$x < 0,5$ ppb
Residuo Nitrofuranos (AHD-SEM Nitroimidazole (por molécula)(ppb)	$x < 0,5$ ppb	$x < 0,5$ ppb
Résiduo Nitrofuranos (AOZ, AMOZ) (ppb)	$x < 0,2$ ppb	$x < 0,2$ ppb
Otros residuos de Antibiótico (por molécula)(ppb)	$x < 10$ ppb	$x < 10$ ppb
Clorato/ Perclorat(ppb)	$x < 50$ ppb	$x < 50$ ppb
Azúcar exógena	Ausencia	Ausencia
Levaduras	$< 200\ 000/g$	$< 200\ 000/g$
Pirolizidinas alcaloides(ppb)	< 50 ppb	< 50 ppb
Repulsivos(ppb)	< 10 ppb	< 10 ppb
OMG Normativa correspondiente	1829/2003/CE	1829/2003/CE

Vendedor

Comprador

LAFITTE Valérie

FAMILLE MICHAUD APICULTEURS

S.A. au capital de 831 200 €
 Domaine St Georges - 9 Chemin de Berdoulou
 CS 30027 - 64290 GAN (France)
 Tél.33(0)5 59 21 91 00 - Fax.33(0)5 59 21 66 60
 SIREN 775 638 117 - RCS PAU - CIF FR 84 775 638 117





Muchas gracias por su atención.

Ante cualquier duda, comuníquese con la Embajada Argentina en Francia.

<http://efran.cancilleria.gob.ar>

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>