

Comerciante de venta ambulante ofreciendo hueso de presunto origen galo.



—FRANCIA—

El francés del futuro altera el lineal de verano en la distribución

Más sandía y menos Charentais. La presencia española garantizada en el inicio de campaña y en el tramo final. Y una menor exposición de la fruta de verano a favor de otras categorías.

POR RAFAEL I. LOSILLA |
Enviado especial a Francia

Los lineales franceses viven periodos de cambios significativos en las categorías de frutas de verano motivados por una reducción del melón Charentais y por la entrada de la oferta española en fruta de hueso, y no sólo por la vía paraguayo, sino en clave nectarina. Francia siempre ha presumido de poder abastecer con su oferta doméstica de fruta de hueso los linea-

les de las cadenas francesas, pero la realidad es distinta.

La entrada del paraguayo no es sólo una señal, sino que es una tendencia de la presencia de la oferta española en los lineales franceses.

El consumo de fruta de hueso en Francia no se ha incrementado con la entrada del paraguayo español, y ha desplazado a la oferta gala de melocotón, ya que el paraguayo está presente en los lineales galos hasta el final de temporada.

De hecho, la presencia española en los lineales galos se eleva tras la última semana de agosto, cuando la oferta gala llega a su fin.

EL DISCOUNT. “Es habitual ver como el comercio ‘discount’ galo eleva sus categorías españolas a partir de la última semana de agosto y hasta finales de temporada”, señala uno de los ‘category’ de Aldi. También es habitual ver como “el paraguayo eleva

NÚMERO DE REFERENCIAS EN MELOCOTÓN/NECTARINA Y MELÓN (2020)

Fuente: PB Conseils.

	Melocotón/Nectarina		Melón	
	Hiper	Super	Hiper	Super
Enero	2	1	1	0
Febrero	2	0	1	1
Marzo	2	0	2	1
Abril	2	0	4	2
Mayo	2	2	6	4
Junio	10	8	7	5
Julio	12	10	7	5
Agosto	12	10	7	5
Septiembre	10	8	6	4
Octubre	4	2	5	4
Noviembre	0	0	2	1
Diciembre	2	1	1	1

Las diferencias del verano de junio y de agosto en hueso

Los lineales galos ofrecen diferentes soluciones a lo largo del verano en las categorías de fruta dependiendo de los meses de campaña.

Julio es el mes de mayor demanda en los lineales de los supermercados y en donde la presencia francesa se hace más activa en melocotón y nectarina y en melón Charentais.

La entrada del paraguayo ha supuesto un respiro para la oferta española en la gran distribución, ya que ha permitido la entrada de nectarinas y melocotones, donde antes se hacía la oscuridad.

Agosto. Las tiendas descuento como Lidl y Aldi son las que más diversifican los orígenes, aunque conforme avanza

agosto todas las cadenas retoman el origen español, y más en la presente campaña donde la oferta de hueso en agosto de Provenza llega muy limitada. El hipermercado E. Leclerc es el que se mantiene en una posición más firme con respecto al origen galo y limita sobremano la entrada española. Ya durante la campaña pasada, algunas cadenas francesas tuvieron problemas de abastecimiento a finales de agosto por una cuestión de precio y grupos como Carrefour tuvieron que limitar el posicionamiento de la fruta de hueso a partir de la semana 35. La cadena gala ha tomado medidas y mantendrá su programa hasta septiembre con oferta de importación



SECCIÓN PATROCINADA POR

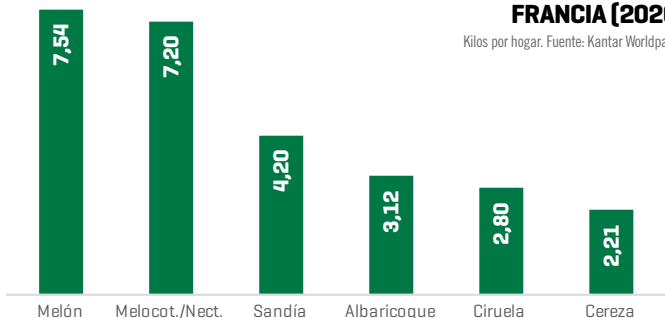
SUMMER FRUIT



MERCADOS

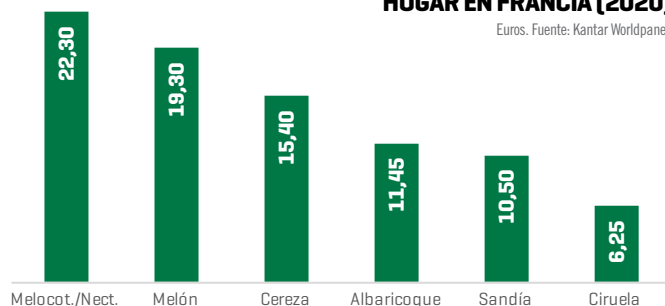
CONSUMO DE FRUTA DE VERANO EN FRANCIA (2020)

Kilos por hogar. Fuente: Kantar Worldpanel.



GASTO EN FRUTA DE VERANO POR HOGAR EN FRANCIA (2020)

Euros. Fuente: Kantar Worldpanel.



su presencia en el tramo final de la temporada gala veraniega conforme la oferta de nectarina francesa toca a su fin”, apuntan desde Socomo

Los ciclos en fruta de verano están muy marcados y dependiendo de la entrada de la producción francesa.

Durante el mes de junio, la fruta de verano ocupa la mitad del lineal de la categoría de fruta en las cadenas galas y comparte protagonismo con fruta de pepita, uvas, kiwis y la gama de tropicales.

Conforme la fruta francesa va tomando cuerpo, el espacio de la fruta de verano gana cuerpo →

ante la evidente falta de hueso francés.

El granel es predominante durante todos los meses de campaña, aunque en los meses de mayo con oferta extratemprana de España y Marruecos se ofrecen cestas de un kilo.

Una vez que entra en circulación la oferta del levante español, sólo los hipermercados y las tiendas descuento muestran cestas, aunque por motivos diferentes. El usuario del ‘discount’ es proclive a la compra de las cestas y por este motivo las cestas suelen ocupar el 50 por ciento de la oferta, mientras que el cliente del hipermercado no es tan favorable a las cestas.



Melones El Monarca
@melonpleisapo
@meloneselmonarca

Comprometidos con la solidaridad





→ hasta alcanzar el 60 por ciento del lineal “por el incremento del Charentais”, apunta Jérôme Jausseran, presidente de Force Sud.

Desde julio y hasta la semana 33-34 (agosto) es el periodo donde la fruta de verano se hace fuerte en los lineales franceses llegando a suponer hasta el

cuestiones de espacio. En los dos últimos años, el formato hipermercado está sufriendo sobremanera en la demanda de fruta de verano y los grupos Auchan, E. Leclerc y los hipermercados Carrefour han visto reducir su cuota de mercado.

De hecho, Kantar Worldpanel señala que el formato hipermercado se encuentra ahora con una cuota de mercado del 30 por ciento en frutas y hortalizas (Ver F&H 483).

Tradicionalmente, los meses de verano suelen ser los más bajos de ventas para el hipermercado en las grandes ciudades por el éxodo masivo a zonas turísticas o rurales de la ciudadanía gala.

La cadena E. Leclerc es la más fiel a la oferta francesa de fruta de hueso.

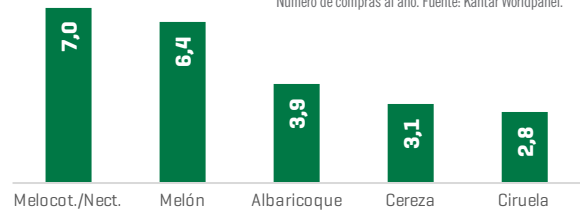
34 por ciento de las ventas de frutas y hortalizas en los lineales galos del sureste y Centro Este de Francia, según los estudios del PB Conseils.

A partir de la semana 34 se produce una reducción de la penetración del lineal de la fruta de verano, empezando por la sandía y el melón de importación para pasar posteriormente al mes de septiembre con rápidas reducciones de la fruta de hueso a favor de la uva, los tropicales y la fruta de pepita.

HIPER Y SUPER. Este cambio se produce antes en el formato supermercado que en el hipermercado por

ACTOS DE COMPRA EN FRUTA DE VERANO (2020)

Número de compras al año. Fuente: Kantar Worldpanel.



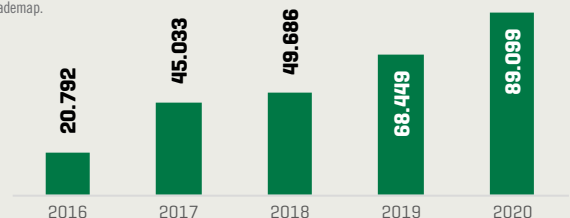
El Sapo en melón y la Dumara en sandía

Las categorías de melón y sandía son las que más han cambiado en el lineal de las cadenas francesas. El melón Charentais ha pasado de monopolizar la categoría con una penetración del 80% a tener que compartir el espacio a partes iguales con el resto de melones. El Charentais durante los meses de junio y agosto contempla el 50% del espacio en melón y comparte espacio con el resto de la gama.

El Piel de Sapo ha pasado a ser segunda categoría de referencia en las cadenas francesas durante el mes de junio y las cadenas francesas apuntan a marcas españolas de distribución para completar sus lineales. Desde la presente campaña, Carrefour ha introducido las marcas de El Monarca e Intermarché introduce Piel de Sapo de La Mancha de la marca El Melonero.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE SANDÍA DE MARRUECOS A FRANCIA

Tns. Fuente: Trademap.



El Piel de Sapo se ha convertido en la segunda categoría de referencia de melón en las cadenas galas durante junio.



Es por este motivo que los hipermercados son el formato más activo en el inicio de campaña y en el final de campaña en fruta de hueso, melón y sandía. De hecho, es el formato que inicia antes la entrada de estas categorías en sus lineales y los últimos en abandonarlos.

LA FRUTERÍA. El canal tradicional tiene una cuota de mercado del 27 por ciento en frutas y hortalizas pero durante los meses de verano en categorías de hueso y melón las ventas se elevan en las zonas turísticas y rurales. De hecho, los mayoristas franceses acaparan el 50 por ciento de las ventas de fruta de hueso en el mercado galo. En su mayoría es oferta española que desplazan al comercio tradicional y a los puntos de venta rurales. Tradicionalmente, “las cadenas francesas han apostado por abastecerse de oferta doméstica, mientras el comercio tradicional

se ha abastecido de la oferta española que le ofrecen los mayoristas”, señala Raphael Martinez, presidente del colectivo Fruits et Legumes de France.

En este sentido, el origen que marcan los frutereros y los comerciantes galos de la venta ambulante queda en entredicho por la Fédération des Fruits et Légumes d’Occitanie. ■

Desde julio hasta la semana 33-34 las ventas de hueso y melón lideran el lineal de las cadenas galas

Piel de Sapo + Dumara. Las cadenas francesas trabajan con piezas sobre los 2.500 gramos, excepto la cadena Grand Frais que apuesta por los grandes calibres porque su perfil de clientela es diferente y buscan otros criterios en la demanda. La Dumara se consolida en Francia. Y lo hace por tres motivos a juicio de los operadores que la trabajan: sabor, demanda de la inmigración y “las dificultades que está teniendo la población marroquí de acudir de vacaciones a sus lugares de nacimiento por la pandemia, lo que provoca una mayor demanda de este tipo de sandía en el mercado galo”, señala Marcello Gomes, administrador de Le Soleil Roy International. De hecho, las exportaciones de sandía de origen marroquí se elevaron hasta las 89.000 toneladas durante 2020, lo que supuso un nuevo techo comercial en el mercado galo.

fruites font
NATURALMENT

melocotón · nectarina · paraguayano
kiwi · paraguayano-nectarina
pera · manzana

prat de la riba, s/n
25170 torres de segre · lleida · spain
tel. +34 973 792 346 · www.fruitessfont.com