



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

Noviembre de 2020



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Embajada de la República Argentina  
Francia

## VERMUT EN FRANCIA 2020

### I.- POSICIÓN ARANCELARIA:

**2205 10 10:** Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l, de grado alcohólico adquirido inferior o igual a 18 % vol

### II.- ARANCELES (al ingreso en la UE): 10,90 €/hl

#### En Francia, también se aplican dos impuestos adicionales:

- El IVA del 20%
- El impuesto sobre los vinos, bebidas fermentadas y productos intermedios:
  - 3,88€/hl para los vinos tranquilos con un grado alcohólico volumétrico superior al 1,2% e igual o inferior al 15% vol
  - 3,88€/hl para los vinos tranquilos con un grado alcohólico volumétrico superior al 15% e igual o inferior al 18% vol
  - 9,56€/hl para los vinos espumosos con un grado alcohólico volumétrico superior al 1,2% e igual o inferior al 15%
  - 3,88€/hl para las bebidas fermentadas con un grado alcohólico volumétrico superior al 1,2% e igual o inferior al 15%
  - 48,43€/hl para los vinos dulces naturales y vinos de licor
  - 193,73€/hl para todos los demás productos intermedios, con un grado alcohólico volumétrico superior al 1,2% e igual o inferior al 22% y que no estén incluidos en el ámbito de aplicación del impuesto sobre los vinos tranquilos y las bebidas fermentadas tranquilas
  - 1786,59 €/hl de alcohol puro para los productos con un grado alcohólico volumétrico superior al 22%.

### III.- REGLAMENTACIÓN APLICABLE:<sup>1</sup>

#### ∅ Control de contaminantes en alimentos

Los productos alimenticios que ingresan a la UE deben respetar la reglamentación vigente, elaborada para asegurar que no contengan niveles de contaminantes que puedan ser peligrosos para la salud humana:

- El reglamento (EU) 2017/625<sup>2</sup> (Official Controls Regulation - OCR) establece el nuevo marco legal que garantiza un alto nivel de protección del consumidor. Los contaminantes pueden presentarse en las diferentes etapas: producción, envasado, transporte y por la propia contaminación del medioambiente.
- El reglamento (EEC) 315/93 del 8 de febrero de 1993<sup>3</sup> establece los procedimientos comunitarios para los alimentos y reglamenta la presencia de los contaminantes.
- El reglamento 1881/2006<sup>4</sup> define los niveles máximos autorizados de ciertos contaminantes en los alimentos comercializados en la UE. **En el caso del vermut, es necesario referirse a las secciones 2 y 3:**
  - Sección 2: limitaciones para varias microtoxinas en las nueces, los cereales, la leche, pero también el vino, los espirituosos y demás productos,
  - Sección 3: niveles máximos de metales pesados en diferentes productos, entre ellos la leche, la carne, el vino, etc.

---

<sup>1</sup> <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/results?product=22051010&origin=AR&destination=FR>

<sup>2</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32017R0625>

<sup>3</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A31993R0315>

<sup>4</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1881&from=ES>

- El Reglamento 2016/52<sup>5</sup> establece los niveles máximos autorizados de contaminación radiactiva en alimentos después de un accidente nuclear u otro caso de emergencia radiológica.

Se puede consultar el sitio web de la Dirección General de Salud y Seguridad en Alimentos para obtener mayor información: <https://ec.europa.eu/health/>

Se instauraron también controles adicionales<sup>6</sup> para ciertos contaminantes importados de terceros países específicos, relativos esencialmente a aflatoxinas, melamina, aceites minerales, pentaclorofenol y dioxinas. Los alimentos que contienen niveles superiores a los autorizados no se podrán comercializar en la UE.

### Ø Control sanitario de alimentos de origen no animal

Las importaciones en la UE de alimentos de origen no animal deben respetar el Reglamento (EU) 2017/625<sup>7</sup>, reglas generales de higiene incluidas en el Reglamento (EC) 852/2004<sup>8</sup>, condiciones generales de preparación de productos alimenticios y condiciones específicas destinadas a evitar los riesgos para la salud pública y proteger el interés de los consumidores.

Cuando aparece o se expande un problema de higiene que puede presentar riesgos para la salud humana en el territorio de un tercer país, las autoridades de la UE pueden suspender las importaciones desde parte o todo el territorio de dicho país o tomar medidas temporarias de protección, dependiendo de la situación.

a) **Las reglas generales de higiene** se deben aplicar en todas las etapas de producción y distribución del alimento. Son relativas a los criterios microbiológicos para ciertos productos indicados en el Reglamento (EC) 2073/2005<sup>9</sup>; a los procedimientos basados en los principios HACCP y la aprobación y el registro de los establecimientos autorizados a exportar. Se puede consultar una guía especial en el siguiente link: [http://ec.europa.eu/food/safety/biosafety/food\\_hygiene/guidance\\_en](http://ec.europa.eu/food/safety/biosafety/food_hygiene/guidance_en)

b) La reglamentación europea define las **reglas relativas al tratamiento de alimentos, a los ingredientes y sus condiciones de uso** para proteger la salud de los consumidores. Por otra parte, directivas específicas abordan su composición, los aditivos autorizados, los criterios de pureza, las menciones obligatorias en el etiquetado, etc. También se aplican reglas específicas para los alimentos con objetivos nutricionales particulares (alimentos para bebés, sin gluten, etc.) que se pueden encontrar en el siguiente link: [http://ec.europa.eu/food/safety/animal-feed/feed-marketing\\_en](http://ec.europa.eu/food/safety/animal-feed/feed-marketing_en)

c) El nuevo Reglamento (EU) 2017/625 (Official Controls Regulation - OCR) indica que las autoridades nacionales competentes deben llevar a cabo controles en todas las etapas de producción, tratamiento, distribución y uso de animales, bienes, sustancias, materiales u otro insumo de la cadena agroalimentaria. El Reglamento (EU) 2019/2130<sup>10</sup> establece las reglas detalladas relativas a los controles de documentos, de identidad y controles físicos que se deben realizar en los puestos fronterizos.

Un nuevo sistema de gestión de información para controles oficiales (IMSOC) establecido por el Reglamento OCR será instaurado por la Comisión Europea con la colaboración de los países miembros para la gestión integrada de mecanismos y herramientas a través de los cuales informaciones, datos

---

<sup>5</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0052>

<sup>6</sup> [https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu\\_heafocn\\_control\\_measures.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu_heafocn_control_measures.pdf)

<sup>7</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32017R0625>

<sup>8</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32004R0852>

<sup>9</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32005R2073>

<sup>10</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/es/TXT/?uri=CELEX%3A32019R2130>

y documentos relativos a controles oficiales y otras actividades de control serán tratados y compartidos automáticamente. Permitirá a todos los sistemas de control de la UE (Traces, Europhyt, Irasff, AAC) intercambiar y compartir informaciones y modelos así como extender sus funcionalidades.

### **Ø Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos**

Los operadores comerciales de alimentos y piensos tienen que respetar las obligaciones específicas definidas en el Reglamento (EC) 178/2002<sup>11</sup> del Parlamento Europeo y del Consejo (OJ L-31 01/02/2002) que cubre todas las etapas de producción y distribución de alimentos y piensos:

#### **1. Respeto de la reglamentación sobre alimentos**

Los alimentos y piensos importados tienen que respetar los requerimientos y condiciones de la UE o equivalentes. La autoridad competente del país exportador tiene que garantizar el respeto o equivalencia con la legislación europea.

#### **2. Trazabilidad**

La reglamentación europea define la trazabilidad como la habilidad de trazar y seguir cualquier alimento y/o pienso en cada etapa de su producción, transformación y distribución.

**a) Productos:** se exige la trazabilidad para toda sustancia destinada a ser incorporada en alimentos o piensos. Sin embargo, para ciertos productos más sensibles se tiene que respetar una reglamentación más estricta, como es el caso para los animales, los OGMs, las frutas y hortalizas, ciertos productos animales (bovinos, pescados, miel) y aceite de oliva.

**b) Operadores:** el objetivo es asegurar que los operadores de alimentos y piensos sean capaces de identificar el proveedor inmediato del producto y el comprador inmediato (principio de un paso atrás - un paso adelante) desde el importador europeo (que tiene que conocer el exportador fuera de la UE) hasta el minorista. Esos operadores también tienen que contar con los sistemas y procedimientos que permitan poder entregar estas informaciones a las autoridades competentes si fuera solicitado.

Asimismo, los alimentos y piensos destinados a ser comercializados en la UE tienen que estar adecuadamente etiquetados e identificados para facilitar su trazabilidad.

La trazabilidad permite, por lo tanto, prevenir riesgos potenciales que se puedan presentar en alimentos y piensos; tomar decisiones específicas para sacar temporalmente alimentos peligrosos del mercado; proveer la información adecuada al público; y evitar disrupciones en el comercio.

#### **3. Responsabilidades de los importadores de alimentos y piensos**

En cada etapa de producción, transformación y distribución de alimentos, los operadores deben asegurarse que cumplen con todos los requisitos de la legislación europea. Si un operador piensa que los alimentos o piensos importados no respetan los requerimientos exigidos, tendrá que iniciar inmediatamente los procedimientos necesarios e informar a las autoridades competentes.

Para obtener mayor información se pueden consultar los siguientes documentos:

- Principios de la legislación general sobre alimentos:  
[http://ec.europa.eu/food/safety/general\\_food\\_law/principles\\_en](http://ec.europa.eu/food/safety/general_food_law/principles_en)
- Legislación general sobre alimentos: sanidad, requerimientos, trazabilidad y responsabilidad de los operadores:  
[http://ec.europa.eu/food/safety/general\\_food\\_law/general\\_requirements\\_en](http://ec.europa.eu/food/safety/general_food_law/general_requirements_en)

---

<sup>11</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32002R0178>

- Folleto sobre las obligaciones claves de los operadores:  
[https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/gfl\\_req\\_business\\_operators\\_obligations\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/gfl_req_business_operators_obligations_en.pdf)

### Ø Etiquetado de alimentos

Todos los alimentos comercializados en la UE deben respetar las reglas europeas de etiquetado, cuyo objetivo es asegurar que los consumidores cuenten con todas las informaciones esenciales a disposición para elegir los productos deseados.

Existen dos tipos de reglas para el etiquetado de alimentos: reglas generales y reglas específicas para ciertos grupos de productos tales como los OGMs, los nuevos alimentos, los alimentos con objetivos nutricionales particulares, los aditivos y aromatizantes, los materiales destinados a estar en contacto con alimentos y los alimentos particulares.

El reglamento (EU) 1169/2011<sup>12</sup> del Parlamento Europeo y del Consejo modificó la legislación europea sobre el etiquetado de productos alimenticios en siguientes puntos:

- Informaciones nutricionales obligatorias en los alimentos transformados,
- Informaciones de origen de las carnes porcinas, ovinas y de aves de corral no procesadas,
- Informaciones sobre los posibles alérgenos en el listado de ingredientes, pero también en alimentos no envasados tales como en los que se venden en restaurantes o cafés,
- Una mejor visibilidad, gracias a un aumento del tamaño mínimo obligatorio de los textos en los paquetes.

De conformidad con el Reglamento (EU) 1169/2011, desde el 13 de diciembre de 2016 es obligatorio incluir en el etiquetado una declaración de nutrición que contenga datos sobre la energía y las cantidades de grasas, grasas saturadas, carbohidratos, azúcares, proteínas y sal. Se puede completar esta información con las cantidades de grasas mono-insaturadas, poliinsaturadas, polioles, fibras, etc.

#### 1. Reglas generales de etiquetado de alimentos:

- **Nombre:** debe corresponder con el nombre legal del producto. No se puede reemplazar por un nombre protegido por propiedad intelectual, marca o nombre de moda. Mayor información sobre las menciones que se pueden inscribir con el nombre surge del Anexo VI del Reglamento<sup>13</sup>.
- **Listado de ingredientes:** precedido por la palabra “Ingrédients”, el listado debe incluir todos los ingredientes (incluidos los aditivos<sup>14</sup>, aromas<sup>15</sup> y enzimas) en orden decreciente de peso, con su nombre específico. Cualquier ingrediente o sustancia que fue utilizada en la preparación que aparece en el anexo II del Reglamento<sup>16</sup> tiene que ser específicamente identificado.
- **Cantidad neta:** tiene que ser indicada en unidades de volumen en el caso de productos líquidos (litros, centilitros, mililitros) y unidades de peso para los demás productos (kilogramos, gramos).
- **Fecha de caducidad mínima:** tiene que ser la fecha hasta la cual el producto mantiene todas sus propiedades si se conserva en las condiciones adecuadas. Se tiene que inscribir bajo el formato de día, mes y año y precedido de las palabras “A consommer jusqu’au” o “A consommer de préférence avant le”, en conformidad con el anexo 10<sup>17</sup> del reglamento.

<sup>12</sup> <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:es:PDF>

<sup>13</sup> [https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu\\_lblfood\\_annex6\\_r1169\\_2011.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu_lblfood_annex6_r1169_2011.pdf)

<sup>14</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32008R1333>

<sup>15</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=celex%3A32008R1334>

<sup>16</sup> [https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu\\_lblfood\\_annex2\\_r1169\\_2011.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu_lblfood_annex2_r1169_2011.pdf)

<sup>17</sup> [https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu\\_lblfood\\_annex10\\_r1169\\_2011.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu_lblfood_annex10_r1169_2011.pdf)

- **Condiciones de conservación o de uso:** deben ser indicadas si el producto requiere condiciones especiales de almacenamiento o de uso.
- **Origen:** es obligatorio mencionar el origen del producto cuando la falta de su indicación puede confundir al consumidor sobre el origen verdadero del producto.
- **Instrucciones de uso:** se pueden indicar si facilita el uso apropiado del producto.
- **Número de lote:** el número de lote tiene que indicarse en el envase, precedido de la letra "L".
- **Declaración nutricional:** desde el 13 de diciembre de 2016, es obligatorio indicar el valor energético y las cantidades de grasas, grasas saturadas, carbohidratos, azúcares, proteínas y sal. Se recomienda también incluir las grasas monoinsaturadas, las poliinsaturadas, los polioles, las fibras, las vitaminas y los minerales.

Las informaciones indicadas en el etiquetado tienen que ser fáciles de entender, visibles, legibles e indelebles y aparecer en el idioma oficial del país miembro en el cual se comercializa el producto. Sin embargo, el uso de términos o expresiones extranjeras fáciles de entender por el comprador puede ser autorizado.

## 2. Reglas específicas

Además de las reglas generales, se aplican reglas específicas a ciertos productos.

Para las bebidas alcohólicas, el anexo XII<sup>18</sup> del reglamento general establece que la cifra correspondiente al grado alcohólico volumétrico adquirido de las bebidas que contengan más del 1,2% en volumen de alcohol incluirá un decimal como máximo. Irá seguida del símbolo "% vol" y podrá estar precedida de la palabra "alcohol" o de la abreviatura "alc.". El grado alcohólico se determinará a 20°C.

Existe una tolerancia positiva y negativa del 1,5% vol. de grado alcohólico volumétrico para las bebidas que contengan frutas o partes de plantas en maceración. Se aplicará sin perjuicio de las tolerancias que se deriven del método de análisis utilizado para determinar dicho grado alcohólico.

Además, el Reglamento (EEC) 1601/91 del 10 de junio de 1991<sup>19</sup> establece las normas relativas a la definición, designación y presentación de los vinos aromatizados, de las bebidas aromatizadas a base de vino y de los cócteles aromatizados de productos vitivinícolas, entre los cuales el vermut definido como "un vino aromatizado preparado a partir de los vinos contemplados en la letra a) del apartado 1, cuya aromatización característica haya sido obtenida mediante la utilización de sustancias adecuadas derivadas, en particular, de especies de artemisa, que deberán utilizarse siempre; para la edulcoración de esta bebida únicamente podrán utilizarse el azúcar caramelizado, la sacarosa, el mosto de uva, el mosto de uva concentrado rectificado y el mosto de uva concentrado."

Define también términos tales como "edulcoración", "aromatización", "coloración", "adición de alcohol", "grado alcohólico volumétrico".

Considerando que la reputación de ciertas bebidas está estrechamente vinculada a un lugar de origen, es obligatorio mencionar el origen del producto cuando no corresponde con el lugar tradicional de producción.

<sup>18</sup> [https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu\\_lblfood\\_annex12\\_r1169\\_2011.pdf/](https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu_lblfood_annex12_r1169_2011.pdf/)

<sup>19</sup> <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1991R1601:20070101:ES:PDF>

#### **IV.- PRODUCCIÓN FRANCESA**

El país tradicional de producción del vermut es Italia, líder a nivel mundial. Sin embargo, a principios del siglo 19, Chambéry y Torino formaban ambos parte del reinado de Piamonte-Cerdeña, dirigido por los reyes de Saboya, lo que permitió a Francia tener también su producción, reconocida a nivel internacional. Las principales marcas francesas de vermut que se comercializan actualmente son:

##### **a) Noilly Prat**

Joseph Noilly producía licores en Lyon. Empezó su producción de vermut en 1813, junto con su nuero británico, Claudious Prat, para "corregir" los aromas y sabores de vinos blancos, los cuales, transportados por vía marítima y fluvial desde del sur de Francia hasta Lyon o más al norte, se oxidaban y se volvían impropios para el consumo. También se dio cuenta que estos mismos vinos desarrollaban características muy específicas por su modo de transporte, por lo cual decidió instalarse en Marseillan, cerca de Béziers, y reproducir las mismas condiciones de viaje para el envejecimiento de los vinos: el sol, el viento, el frío y el aire cargado de sal.

Para sus 4 tipos de vermuts ("Original Dry", "Extra Dry", "Ambré" y Rojo), utiliza vinos blancos regionales de los cepajes piquepoul, muscat y clairette que guarda primero 8 meses en sus instalaciones y coloca después en toneles de 500 litros al exterior, cerca del mar y en pleno sol durante un año. Luego realiza sus mezclas con alcoholes y unas veinte plantas y especias. La marca es reconocida a nivel mundial, tanto para la preparación de cócteles clásicos como para la alta gastronomía. Fue comprada en 1987 por el grupo Bacardi.

##### **b) Dolin**

Dolin empezó sus actividades en 1821, en Chambéry, entonces territorio del reinado de Piamonte y Cerdeña. En 1860, con la anexión de Saboya por Napoleón III, el vermut Dolin se volvió unos de los pioneros en Francia. Galardonada con una medalla de oro en la exposición universal de Filadelfia en 1876, la marca Dolin simbolizó durante muchos años el éxito internacional de los aperitivos de Saboya.

Según Pierre-Olivier Rousseaux, Presidente de la firma, desde hace 5 o 6 años se observa un fuerte crecimiento de las ventas de vermut, después de un periodo más difícil durante unos 30 años. El vermut representa actualmente la mitad de su facturación de 12 millones de euros. Se vende en un 95% a la exportación, en 60 países. En 10 años, Dolin pasó de 100.000 a 1 millón de botellas comercializadas, de las cuales el 70% a Estados Unidos.

##### **c) Routin (Distillerie des Alpes)**

Siempre en Chambéry, Philibert Routin, un herboristero, empezó su producción de vermut en 1883. Gracias a su hijo, el "Vermouth de Chambéry" obtuvo una denominación de origen en los años 1920. La empresa se llama ahora Distillerie des Alpes, sigue su producción y amplió su oferta con otros licores y alcoholes.

##### **d) Dubonnet**

El alquimista Joseph Dubonnet inventó el vermut Dubonnet en París en 1846, a partir de quinina obtenida del quinaquina, para curar a los enfermos del paludismo en África del Norte. Para suavizar su amargura, Dubonnet introdujo plantas y especias logrando así crear una bebida del gusto de los consumidores civiles, que empezaron a tomarlo en los bares y cafés. En 1976 la marca fue comprada por el grupo Pernod Ricard que sigue comercializándola actualmente.

##### **e) Lillet**

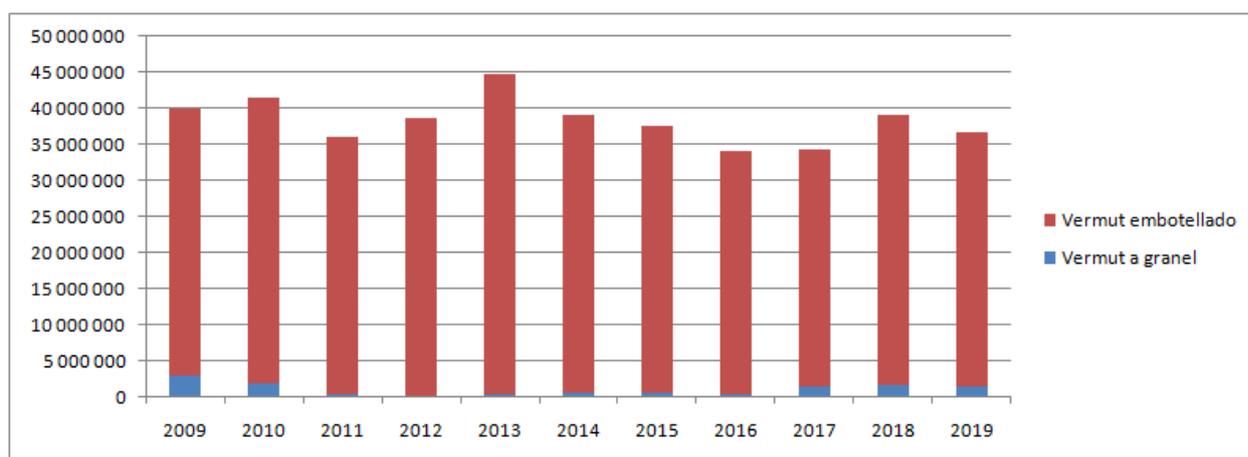
La empresa Lillet Frères (licoristas y negociantes de vinos y espirituosos) fue creada en 1872 en Podensac, cerca de Burdeos, y empezó a producir vermut a base de quinquina. Se desarrolló rápidamente en Francia y en las grandes ciudades europeas después de la Primera Guerra Mundial. Llegó a Estados Unidos en 1946, donde tuvo mucho éxito y logró introducirse en los segmentos más selectivos de consumo. En 2008 fue comprada por el grupo Pernod Ricard, que lanzó un vermut rosado Lillet un año más tarde, galardonado con varios premios a nivel mundial.

Además de estas marcas históricas, se desarrolló recientemente una oferta nueva de vermut a base de vinos pineau des Charentes, entre los cuales "Quintinye Vermouth Royal", "Vermouth de Forcalquier" y "Vermouth Guérin".

## V.- COMERCIO EXTERIOR

En 2019, Francia fue el tercer país europeo importador de vermut con el 12,9% de las importaciones continentales totales (35,2 millones de euros), detrás de España (55,4 millones de euros; 20,4%) y Alemania (37,4 millones de euros; 13,8%).

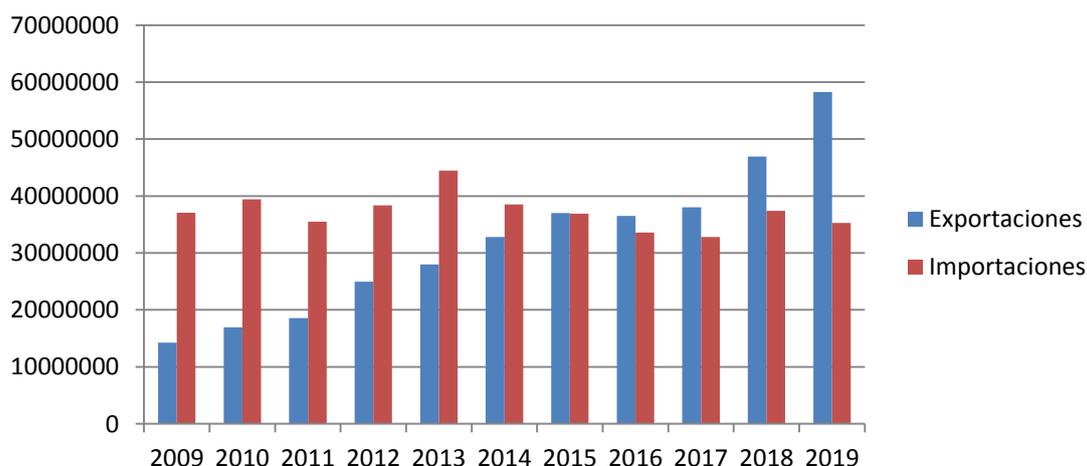
Evolución de las importaciones francesas de vermut 2009-2019



*Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de la Comisión Europea*

Entre 2009 y 2019, las importaciones francesas de vermut pasaron de 40 a 35,2 millones de euros, con un pico de 45 millones de euros registrado en 2013. Las importaciones de vermut embotellado superan de lejos las de vermut a granel.

Comparativo de las importaciones y exportaciones francesas de vermut embotellado 2009-2019



Entre 2009 y 2019, las exportaciones francesas de vermut embotellado se cuadruplicaron, pasando de 14,2 a 58,2 millones de euros. Superan las importaciones desde 2016.

Origen de las importaciones francesas de vermut 2017-2019

	2019		2018		2017	
	Valor (EUR)	% del total	Valor (EUR)	% del total	Valor (EUR)	% del total
Italia	28 158 852	79,79	27 589 524	73,73	23 976 865	73,08
España	3 521 439	9,98	7 223 425	19,30	6 065 282	18,49
Estados Unidos	2 083 939	5,91	1 145 414	3,06	1 182 832	3,61
Alemania	627 204	1,78	732 864	1,96	735 407	2,24
Jamaica	411 300	1,17	285 448	0,76	484 765	1,48
<b>Subtotal</b>	<b>34 802 734</b>	<b>98,60</b>	<b>36 976 675</b>	<b>98,81</b>	<b>32 445 151</b>	<b>98,90</b>
<b>TOTAL</b>	<b>35 289 344</b>	<b>100,00</b>	<b>37 420 850</b>	<b>100,00</b>	<b>32 809 187</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de la Comisión Europea*

Casi el 80% de las importaciones francesas de vermut proviene de Italia, el 10% de España y el 6% de EE.UU. Los 5 principales proveedores representan el 99% de las importaciones totales. En 3 años, España perdió casi la mitad de su mercado. No se registraron importaciones desde Argentina en los últimos años.

Destino de las exportaciones francesas de vermut 2017-2019

	2019		2018		2017	
	Valor (EUR)	% del total	Valor (EUR)	% del total	Valor (EUR)	% del total
Alemania	24 467 594	42,02	17 390 983	37,04	9 763 368	25,68
Estados Unidos	9 063 471	15,56	7 772 327	16,56	8 230 591	21,65
Reino Unido	5 528 180	9,49	3 731 470	7,95	3 479 327	9,15
Bélgica	2 299 604	3,95	2 420 099	5,16	2 333 415	6,14
Austria	2 126 788	3,65	2 471 247	5,26	1 046 433	2,75
Canadá	1 997 212	3,43	1 947 033	4,15	2 410 910	6,34
Polonia	1 644 955	2,82	1 007 085	2,15	368 023	0,97
Colombia	1 035 793	1,78	576 367	1,23	304 350	0,80
Suiza	867 105	1,49	862 590	1,84	1 245 837	3,28
Japón	762 304	1,31	514 421	1,10	887 834	2,34
<b>Subtotal</b>	<b>49 793 006</b>	<b>85,51</b>	<b>38 693 622</b>	<b>82,42</b>	<b>30 070 088</b>	<b>79,09</b>
<b>TOTAL</b>	<b>58 233 553</b>	<b>100,00</b>	<b>46 945 802</b>	<b>100,00</b>	<b>38 021 548</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de la Comisión Europea*

Entre 2017 y 2019, las exportaciones francesas de vermut crecieron fuertemente, pasando de 38 a 58 millones de euros. Las ventas se concentran esencialmente en Alemania (42%), EE.UU (15,5%) y el Reino Unido (9,5%).

## VI.- CONSUMO

El vermut francés estuvo muy de moda hasta los años 40'-50'. Registró luego un declive importante durante unos treinta años debido a, según los expertos, la hegemonía de las marcas italianas pero también a las “vacaciones pagas” que permitieron a los franceses descubrir el pastis en el sur del país. Según Pierre-Olivier Rousseaux, Director de Dolin, los cócteles creados desde el siglo 19 por los barmen de grandes hoteles fue lo que salvó al vermut. Es también gracias a estos mismos cócteles, plebiscitados por una nueva generación de bartenders en búsqueda de productos vintage, originales y cualitativos, que Dolin, Routin y Noilly Prat deben su renacimiento.

Se observa desde hace unos años (antes de la pandemia del covid-19) una proliferación de bares de cócteles de calidad en Francia, esencialmente en las grandes ciudades, lo que impacta directamente las ventas de vermut, ingrediente de base de numerosos cócteles clásicos, con un nivel relativamente

reducido de alcohol y una imagen de producto más natural, elementos valorados actualmente por los consumidores.

Unos de estos bares especializados se llama Kachette (<https://www.instagram.com/kachette.bar/>), que se reivindica como la primera vermutería de París. Abierta en marzo de 2019, propone etiquetas del mundo entero, puros, con tónicos o en cócteles.

Según una encuesta publicada en 2019 por el estudio de referencia en el sector, Sowine<sup>20</sup>, sobre los hábitos de consumo de alcohol de los franceses:

- para el consumo general, el vino tranquilo sigue siendo el favorito (48% de los sondeados), delante de la cerveza (43%), del champán (30%) y de los cócteles;
- el 67% de los franceses consumen espirituosos, un 34% puros (un 48% para los de 50-65 años) y un 33% en cócteles (un 45% para los jóvenes de 18-25 años);
- el ron (79%) se posiciona delante del whisky (75%), del vodka (66%), de los licores y del tequila;
- los consumen sobre todo en los hogares (79%), pero también en restaurantes (29%) y bares de cócteles (20%);
- 2/3 de los sondeados compran espirituosos: un 7% son grandes compradores (compran espirituosos varias veces por semana), un 16% compradores regulares (algunas veces por mes) y un 45% compradores ocasionales (algunas veces por año); con una frecuencia de compra superior para los de 18-35 años (20% de compradores regulares) que los 36-65 años (14% de compradores regulares);
- los franceses los compran esencialmente en los súper e hipermercados (88%) y en menor medida en las tiendas especializadas (18%) o por internet (10%);
- el presupuesto promedio para la compra de una botella es de menos de 10 euros para el 7% de los consumidores, entre 11 y 20 euros para un 53%, entre 21 y 50 euros para el 37% y más de 50 euros para el 3%;
- se observa un aumento del consumo de ciertas bebidas casi olvidadas: vermut, licores de plantas, gin, mezcal, así como de algunos alcoholes de Asia (saké, baijiu) que empiezan a introducirse en las redes;
- la mixología, o arte de hacer cócteles, interesa a un tercio de los consumidores, esencialmente las mujeres (38% contra el 28% de los hombres) y los jóvenes de 19-35 años (el 39% contra el 22% para los 50-65 años).

## VI.- PRECIOS INDICATIVOS DE VENTA

					
	Martini Blanc	Martini Rosso	Martini Rosato	Martini Riserva Speciale Rubino	Martini Riserva Speciale Ambrato
Gran distribución (Carrefour)	14,4% de alcohol; 1,5L 11,25 euros 1L: 7,69 euros 50cl: 5,40 euros	14,4% de alcohol; 1,5L 11,25 euros 1L: 7,69 euros 50cl: 5,40 euros	14,4% de alcohol; 1L: 8,30 euros		

<sup>20</sup> <https://sowine.com/barometre/barometre-2019/page-6/>

Tienda especializada (Nicolas)	14% de alcohol 1L: 15 euros	14% de alcohol 1L: 15 euros			
Por internet (whisky.fr)	15% de alcohol; 1L 12,90 euros	15% de alcohol; 1L 12,90 euros		18% de alcohol; 75cl 19,90 euros	18% de alcohol; 75cl 19,90 euros <sup>21</sup>
					
	Noilly Prat Original Dry	Noilly Prat Ambre	Dolin Vermouth Rouge	Dolin Vermouth Dry	Dolin Vermouth Blanc
Gran distribución (Carrefour)	18% de alcohol 75cl: 9,63 euros				
Tienda especializada (Nicolas / Lavinia)	18% de alcohol 75cl: 16,50 euros	16% de alcohol 75cl: 19,90 euros		17,5% de alcohol 75cl: 19,50 euros	
Por internet (whisky.fr)	18% de alcohol 75cl: 16,90 euros	16% de alcohol 75cl: 19,90 euros	16% de alcohol 75cl: 18,50 euros	17,5% de alcohol 75cl: 18,50 euros	16% de alcohol 75cl: 18,50 euros
					
	Lillet Blanc	Lillet Rosé	Lillet Rouge	La Quintinye Vermouth Royal Blanc	La Quintinye Vermouth Royal Rouge
Gran distribución (Carrefour)	17% de alcohol 75cl: 11,08 euros	17% de alcohol 75cl: 11,08 euros	17% de alcohol 75cl: 11,10 euros		
Tienda especializada (Nicolas)	17% de alcohol 75cl: 17,95 euros	17% de alcohol 75cl: 17,95 euros	17% de alcohol 75cl: 14,50 euros		
Por internet (whisky.fr)	17% de alcohol 75cl: 17,50 euros	17% de alcohol 75cl: 17,50 euros		16% de alcohol 75cl: 26 euros	16,5% de alcohol 75cl: 26 euros

## VII.- POTENCIALES IMPORTADORES CONTACTADOS

<sup>21</sup> Existe también en rubino, con el mismo precio.

Se envió la presentación del vermut La Fuerza a las empresas indicadas en el listado que se incluye a continuación. No se obtuvieron respuestas positivas por el momento, tomando en cuenta que el escenario no se presenta como el ideal para lanzar una nueva marca de espirituoso en un mercado que continúa experimentando el impacto económico de la crisis del covid 19.

#### **BARDINET**

Domaine de Fleurenne, Rue de Fleurenne, 33290 Blanquefort

Tel: 01 43 53 81 81 - Email: [sales@lm.fr](mailto:sales@lm.fr)

Valérie LYET, Directora de Compras

Mathieu BELET, Director de Compras

Fanny RIVALLAND, Area Manager Latin America & Caribbean

Distribuidor de LA MARTINIQUAISE, forma parte del top 10 de los grupos de espirituosos a nivel mundial con una amplia gama de marcas internacionales.

#### **LA FRANCO ARGENTINE**

Gonzalo CRUZ, PDG - Email: [gcruz@francoargentine.com](mailto:gcruz@francoargentine.com) - Cel: 33 6 95 33 40 32

Gonzalo BERRUEZO - Email: [g.berruezo@francoargentine.com](mailto:g.berruezo@francoargentine.com) - Cel: 34 687 782 501

Importador y distribuidor de los vinos Bodega Lagarde, Bodegas Nieto Senetiner, Bodegas Escorihuela Gascón, Bodega Ruca Malen, golosinas Don Satur, Lheritier, alfajores, yerba mate, etc. Es uno de los principales importadores de productos argentinos en Francia y España.

#### **MAJOR INTERNATIONAL SPIRITS DISTRIBUTION (MISD - filial de la Compagnie de Guyenne)**

26 rue Pascal Combeau, 16100 Cognac

Tel: 33 5 45 82 32 10 - Fax: 33 5 45 82 79 31

Email: [contact@majorcognac.fr](mailto:contact@majorcognac.fr) - Web: [www.majorspirits.fr](http://www.majorspirits.fr)

Patrice MARCHAL, National Sales Director

Importador / distribuidor en Francia de espirituosos de renombre internacional.

#### **MOET HENNESSY DIAGEO (MHD)**

Louise QUILLARD, Pierre PRIEUR

Tel: 33 1 58 97 67 87

Email: [lguillard@moethennessy.com](mailto:lguillard@moethennessy.com); [dp.ay.acp@mhdfrance.fr](mailto:dp.ay.acp@mhdfrance.fr); [fchaumont@mhdfrance.fr](mailto:fchaumont@mhdfrance.fr)

Filial del grupo de lujo de renombre mundial Louis Vuitton Moet Hennessy, Importador / distribuidor de los vinos Terrazas de los Andes y Cheval des Andes, entre otros.

#### **PERNOD RICARD**

Laurent SCHEER, Vicepresidente, Director Asuntos Públicos

Cel: 33 6 78 93 81 79

Email: [laurent.scheer@pernod-ricard.com](mailto:laurent.scheer@pernod-ricard.com)

Uno de los líderes mundiales de distribución de licores y espirituosos. El Sr. Scheer transfirió la propuesta a los responsables y nos informará de su decisión.

#### **SAPHY INTERNATIONAL**

Tel: 33 1 43 96 38 66

Email: [commercial@saphy.com](mailto:commercial@saphy.com) - Web: [www.saphy.com](http://www.saphy.com)

Mathilde LE GROS, Directora General

Empresa especializada en la importación y distribución en Francia de bebidas, entre las cuales bebidas alcohólicas de América del Sur (cachaça, vinos chilenos, caipirinha). Los productos se destinan a la gran distribución, a los mayoristas, el segmento HORECA y a las colectividades.

#### **S.A.S. SECRET ARTS OF SPIRITS**

6, Rue des Saladelles, ZAC des Etangs

13920 Saint Mitre les Remparts

Tel: +33 4 42 02 51 52

Arthur CHAKHOIAN, Presidente - Cel: 33 6 50 10 11 73

Email: [a.chakhoian@sas-spirits.com](mailto:a.chakhoian@sas-spirits.com) - [contact@sas-spirits.com](mailto:contact@sas-spirits.com) - Web: [www.sas-spirits.com](http://www.sas-spirits.com)  
Importadora/distribuidora de espirituosos

#### **SDV FRANCE**

Marc MAUMONT, Director General  
Nathalie FOTIA, Responsable de Compras  
ZA Le Pont Neuf, CS 10017 Salles d'Angles - 16121 Cognac cedex  
Tel: 33 5 45 85 83 11 - Fax: 33 5 45 83 98 96  
Email: [contact@sdvfrance.fr](mailto:contact@sdvfrance.fr) - Web: [www.sdvfrance.fr](http://www.sdvfrance.fr)  
Empresa especializada en la importación y distribución de productos tex mex y de América latina.

#### **SOCIETE VELAYOS**

Rafaël et Katia VELAYOS  
1 Avenue Jean Alfonséa, Parc Ecchobloc Bâtiment 2, 33270 Floirac  
Tel: 33 5 56 06 46 12  
Email: [contact@velayos.fr](mailto:contact@velayos.fr) - Web: <https://velayos.fr/>  
Importadora/distribuidora de bebidas alcohólicas entre las cuales los vinos de la Bodega Monteviejo

#### **TERROIR DISTILLERS (Distributeur spiritueux PVS)**

5 Chemin du Château, 21190 Chassagne-Montrachet  
Tel: 33 3 80 21 98 61  
Laurent ROMILLAT, Marketing & Business Development Director  
Email: [contact@terroirdistillers.com](mailto:contact@terroirdistillers.com) - Web: <https://terroirdistillers.com/>  
Uno de los mayores importadores / distribuidores de bebidas alcohólicas

#### **Respuestas negativas:**

#### **BACARDI-MARTINI FRANCE**

64-68 Pleyad 4, 64 rue Pleyel, 93200 Saint-Denis  
Frédéric PORCHERON, Responsable Mercado Prestigio  
Email: [fporcheron@bacardi.com](mailto:fporcheron@bacardi.com) - Celular: 33 6 48 67 56 50  
Uno de los líderes a nivel mundial, indicó que no le interesa actualmente distribuir nuevas marcas de vermut.

#### **CAMPARI FRANCE DISTRIBUTION (BARON PHILIPPE DE ROTHSCHILD FRANCE DISTRIBUTION) (5e plus important)**

14-16 rue Montalivet, 75008 Paris  
Tél : +33 1 49 24 20 20 - Fax : +33 1 49 24 20 00  
Web: [www.camparifrance.fr](http://www.camparifrance.fr)  
Frédéric FAUCHIE, Brand Relations  
Cel: 33 6 75 09 80 90 - Fax: 33 1 49 24 20 41  
Email: [ffauchie@rfd.fr](mailto:ffauchie@rfd.fr)  
Géraud DE LA NOUE, Director General - Email: [GDelaNoue@rfd.fr](mailto:GDelaNoue@rfd.fr)  
Alexandre RUCK, Director Regional de Ventas - Email: [ARuck@rfd.fr](mailto:ARuck@rfd.fr)  
Stéphane CRONIER, Director Marketing Espirituosos - Email: [SCronier@rfd.fr](mailto:SCronier@rfd.fr)  
Thomas GUILBAUD, Director Grandes Cuentas  
Tel: 33 1 49 24 20 96 - Cel: 33 7 85 32 13 12  
Email: [tguilbaud@rfd.fr](mailto:tguilbaud@rfd.fr)  
Agradecen el envío y le desean mucho éxito a la marca pero no buscan ampliar su gama de marcas en este segmento por el momento.

#### **EDMOND DE ROTHSCHILD HERITAGE**

Boris BREAU, Director General

Cel: 06 83 32 99 02

mail: b.breau@edr-heritage.com

Importa y distribuye exclusivamente los vinos y espirituosos de sus propiedades.

#### **ETABLISSEMENT DUGAS**

2 chemin des Marais, ZA du Grand Marais, 94000 Créteil

Tel: 33 1 81 800 200 - Fax: 33 1 43 07 08 66

Pierre DELAGE, Director Comercial

Email: p.delage@dugas.fr- Web/ www.dugas.fr

El Sr. Delage felicitó el concepto de la Fuerza. Dice que ya distribuyen los vermutos Carpano y Luston en pleno desarrollo y no desean hacerles competencia directa con el vermut La Fuerza.

#### **FRANCOIS LURTON – PARDELA WINES**

Productor e importador de los vinos de la Bodega Piedra Negra

Loic PAROLA, Director General - Email: loic.parola@francoislurton.com

Tom GHOUL, Comercial - Email: [tom.ghoul@francoislurton.com](mailto:tom.ghoul@francoislurton.com)

Cel: 33 6 85 43 71 45

No buscan nuevos productos actualmente.

#### **PHILIPPONNAT**

Nicolas D'ORMESSON

[nicolas.ormesson@philipponnat.com](mailto:nicolas.ormesson@philipponnat.com)

Cel: 33 6 20 14 16 50

Felicita el trabajo de La Fuerza. Desgraciadamente, por el contexto actual, prefieren concentrarse en las marcas que ya distribuyen.

#### **SEGEP - SOCIETE D'EXPLOITATION DE LA GRANDE EPICERIE DE PARIS**

Tel: +33 1 44 39 81 11 - Fax: +33 1 44 39 81 17

Hugues FORGET, Jefe de la Bodega - Email: [hforget@la-grande-epicerie.fr](mailto:hforget@la-grande-epicerie.fr)

Gautier LASPALAS, Responsable de Compras - Email: [glasपालas@la-grande-epicerie.fr](mailto:glasपालas@la-grande-epicerie.fr)

- Web : <http://www.lagrandeepicerie.fr>

No buscan este tipo de productos actualmente.



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>