

Mercado del Calzado en Francia

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

Diciembre de 2021

Índice

1. Definición del sector	1
2. Clasificación arancelaria	2
3. Tamaño del mercado y producción local	3
4. Comercio Internacional	6
5. Distribución y tendencias de consumo	12
6. Acceso al mercado	15
7. Anexos	17

INTRODUCCIÓN

Este informe tiene por objetivo analizar el sector del calzado en la República Francesa. En sus diferentes apartados se contiene información de carácter práctico sobre la oferta, la demanda y los intercambios comerciales para aquellos productores del sector interesados en penetrar en este mercado. En ese sentido, se agrega también información relativa a las asociaciones profesionales y ferias del sector.

1. DEFINICIÓN DEL SECTOR

Existen distintas nomenclaturas y fuentes de información, en función de la naturaleza de los datos: producción, comercio exterior o consumo.

Producción: la administración francesa utiliza la nomenclatura NAF, del INSEE – Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos de Francia. De acuerdo con la Nomenclatura Estadística Nacional de Actividades Francesas (NAF), en la sección letra C o sección INDUSTRIA MANUFACTURERA división 15, se encuentra la INDUSTRIA DEL CUERO Y DEL CALZADO. Dentro de esta división, a la Fabricación de Calzado le corresponde el segundo grupo.

Según la última revisión de los códigos NAF, la clasificación es la siguiente:

NOMENCLATURA	CÓDIGO NAF
Fabricación de calzado	15.2
Fabricación de calzado	15.20
Fabricación de calzado	15.20Z

Estas categorías incluyen:

- La fabricación de calzado de ciudad, de deporte o de interior, de cualquier material, incluido el calzado textil (de tenis, patucos o pantuflas), por cualquier procedimiento incluido el moldeado.
- La fabricación de botas de piel y de caucho o de materiales plásticos.
- La fabricación de calzado de seguridad.
- La fabricación de zuecos de madera o de materiales plásticos
- La fabricación de polainas, espinilleras y productos similares
- La fabricación de componentes del calzado.

A tenor de las precisiones que ofrece la categorización del producto, se ofrecen las siguientes categorías de calzado dentro de la sección de la Industria del Cuero y del Calzado:

- Calzado urbano
- Calzado deportivo
- Calzado de seguridad
- Calzado interior

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

En cuanto a la nomenclatura combinada TARIC, el CALZADO, tiene un código de producto que se encuadra en la SECCION XII, capítulo 64. La clasificación arancelaria se dispone de la siguiente manera:

- 64** CALZADO, POLAINAS Y ARTÍCULOS ANÁLOGOS; PARTES DE ESTOS ARTÍCULOS
 - 64.01** Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera
 - 64.02** Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico
 - 64.03** Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural
 - 64.04** Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil
 - 64.05** Los demás calzados
 - 64.06** Partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela); plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes

Aunque es conveniente consultar las posiciones del producto específico a 10 dígitos en la plataforma de la Comisión Europea, detallada en el apartado 6 - Acceso al Mercado, una primera aproximación por grupos de productos sitúa los niveles arancelarios en los siguientes tramos:

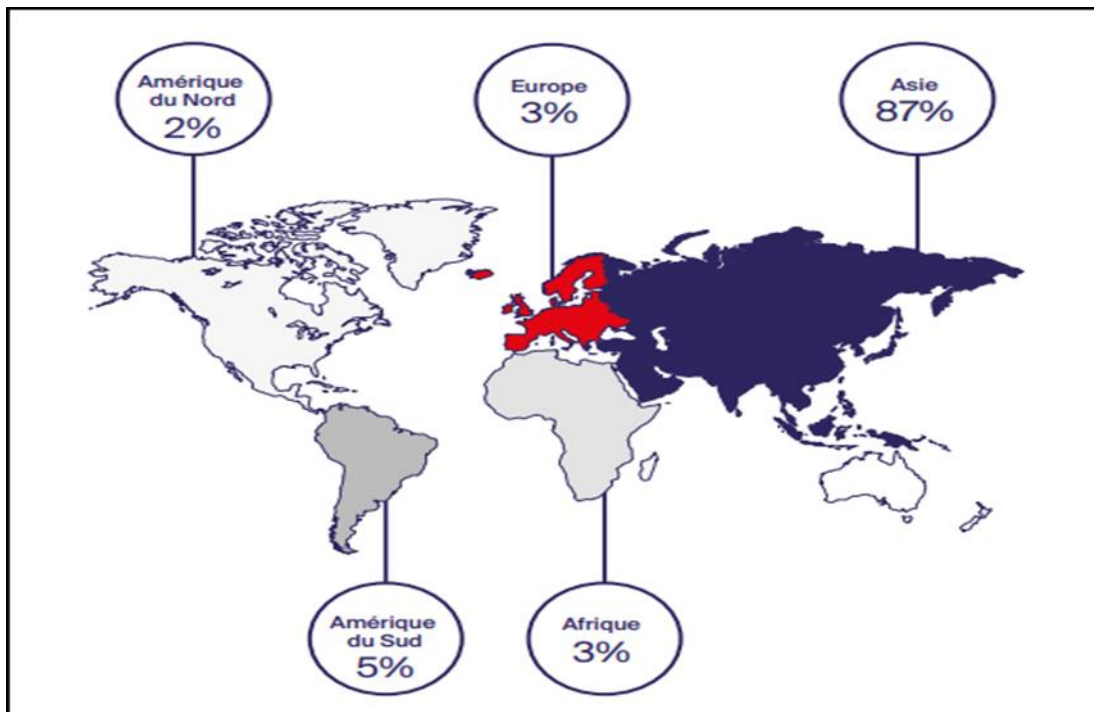
Barreras arancelarias UE por clasificación TARIC

Clasificación arancelaria	Arancel medio
6401 y 6402	16% - 17%
6403	5% - 8%
6404	17%
6405	3,5% - 4%
6406	3%

3. TAMAÑO DEL MERCADO Y PRODUCCIÓN LOCAL EN CONTEXTO

Según la revista Les Echos Executives, 415 millones de pares de zapatos se compran cada año en Francia. Las francesas son las primeras compradoras de Europa, con unos seis pares comprados por persona al año, mientras los franceses compran 3,5 pares. El mercado (ventas a los consumidores) está cifrado en 9.000 millones de euros para una población de 67 millones de personas, de acuerdo con los últimos datos del INSEE y la Fédération Française de la Chaussure (FFC). En cuanto a la producción, para ubicar el papel de Francia en el sector global del calzado hay que tener en cuenta que en torno al 90% de los zapatos vendidos en el mundo se producen en Asia. Sólo el 3% de la producción mundial se realiza en Europa, y menos del 0,2% se realiza en Francia.

Producción mundial en cantidades, 2019



Fuente: Fédération Française de la Chaussure (FFC)

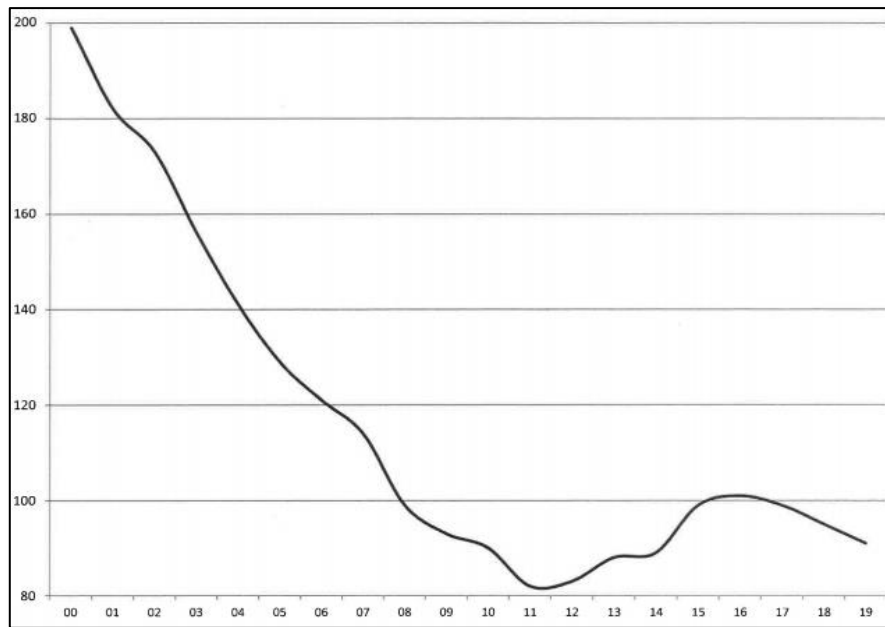
El número de empresas fabricantes de calzado en Francia se ha reducido drásticamente en los últimos años. Según datos del Consejo Nacional del Cuero, la industria francesa del calzado está compuesta por 91 empresas, que en 2019 empleaban aproximadamente a 4.312 trabajadores (1.661 gerentes, empleados, técnicos y supervisores, 2.651 trabajadores). En 2019, la producción francesa de zapatos y calzado asciende a 19,2 millones de pares, aproximadamente 1,4 millones menos que en 2018. La facturación, por su parte, cayó de 745 a 713 millones de euros, una disminución del 4%. El número de empleados del sector también pasó de 21.000 a 5.000 entre 2000 y 2017.

Según datos de la Federación Francesa del Calzado, en el año 2000 la producción francesa de calzado contaba con unas 200 entidades, que fabricaban anualmente unos 100 millones de pares de zapatos. En aquel año, un 35% de la producción era calzado de piel. Dentro del calzado de piel, el calzado femenino

representaba un 20%, el masculino un 10% y el infantil un 5%. Dos de cada nueve pares fabricados se comercializaban en Francia.

No obstante, la entrada de nuevos competidores asiáticos (fundamentalmente tras la adhesión de China a la OMC) supuso un fortísimo golpe para la manufactura francesa que empezó a experimentar una gran metamorfosis desde principios de siglo. La producción francesa de calzado ha disminuido en torno a un 80% entre el año 2000 y el 2019, llegando a situarse en los 19 millones de pares. Frente a estas dificultades, el sector francés del calzado trata de mantenerse a flote fomentando las exportaciones y promoviendo la fabricación de productos de altísimo valor añadido. En este sentido, el sector continúa su proceso de transformación.

Evolución del número de empresas en el sector francés del calzado, 2000-2019



Fuente: Conseil National du Cuir (CNC)

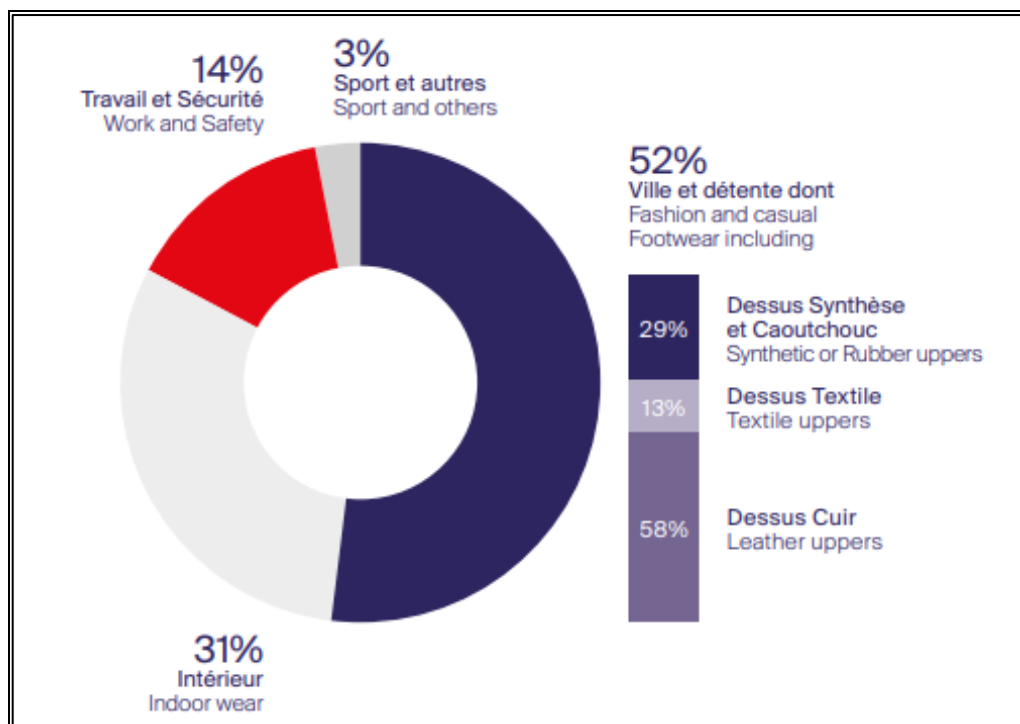
En términos de facturación, las regiones de Nueva Aquitania (35 empresas), Pays de la Loire (17 empresas) y Grand Est (4 empresas) son las que tienen una mayor actividad. Cada una de ellas genera el 29%, 24% y 22% del volumen de negocios del sector, alcanzando un nivel productivo, entre las tres, de 16,4 millones de pares. Sólo la región de Nueva Aquitania representa algo menos de la mitad de la producción nacional y emplea a 1.480 personas, es decir, más de un tercio de la mano de obra del sector.

En relación al tamaño de las unidades productivas, la industria del calzado todavía está compuesta por un gran número de pequeñas fábricas. 41 empresas tienen entre 11 y 50 empleados, y representan un cuarto de la producción en cantidad y un 20% en valor. Por contraste, 12 empresas tienen más de 100 empleados y sus cuentas de facturación representan más de la mitad de la facturación de la industria.

En cuanto a la composición productiva por categoría, en Francia, la Industria del Calzado comprende, como se refleja más arriba, cuatro grandes familias de artículos de calzado en función del uso que se le

atribuye: el calzado urbano y casual o desenfadado, el calzado interior, el calzado de seguridad y el calzado outdoor (calzado deportivo, botas, etc.).

Producción francesa por categorías de artículos, 2019



Fuente: Fédération Française de la Chaussure

Según datos de la FFC (Federación Francesa del Calzado), en 2019 la producción francesa de calzado se concentró en el calzado urbano y casual (supone más de la mitad de la producción nacional en cantidad) y en el calzado interior (31%). Les sigue el calzado de seguridad y el calzado sport/outdoor. Este último, cuya fabricación en Francia alcanza tan solo un 3% del total, es el sector que aporta más de la mitad del total de la cifra de negocios en el sector del calzado. Por tanto, teniendo en cuenta su escasísima fabricación en territorio francés, se trata de un tipo de calzado mayoritariamente importado.

4. COMERCIO INTERNACIONAL

Según el Consejo Nacional de Cuero, Francia se posiciona como el tercer importador mundial de calzado, con un 6% del total de importaciones globales. En 2019, según el propio CNC, se importaron 479,6 millones de pares de zapatos y otro tipo de calzado (425,8 millones de pares de zapatos y 53,8 millones de pares de zapatillas indoor), es decir, 23,8 millones de pares menos que en 2018 (una disminución general del 5%, el 4% para la Unión Europea y el 6% para Asia). El valor de las importaciones (6.800 millones de euros) ha aumentado un 4%. El precio aduanero medio aumentó un 10% (3% para los zapatos con parte superior de cuero, 11% para los zapatos con parte superior sintética, 11% para los zapatos con parte superior textil y 4% para las zapatillas).

La desaceleración del consumo interno causó una disminución de las importaciones. Sin embargo, las

cantidades importadas de algunos países están aumentando. Este es el caso de Vietnam, Indonesia, Bangladesh y Camboya. Las importaciones de estos países (unos 100 millones de pares) están creciendo en un 6%, 6%, 39% y 3% en cantidad. Al mismo tiempo, las entregas procedentes de China (245,7 millones de pares), que siguen representando más de la mitad de las importaciones, disminuyeron un 11%. De 4 zapatos o zapatillas importados por Francia, 3 vienen directamente de Asia.

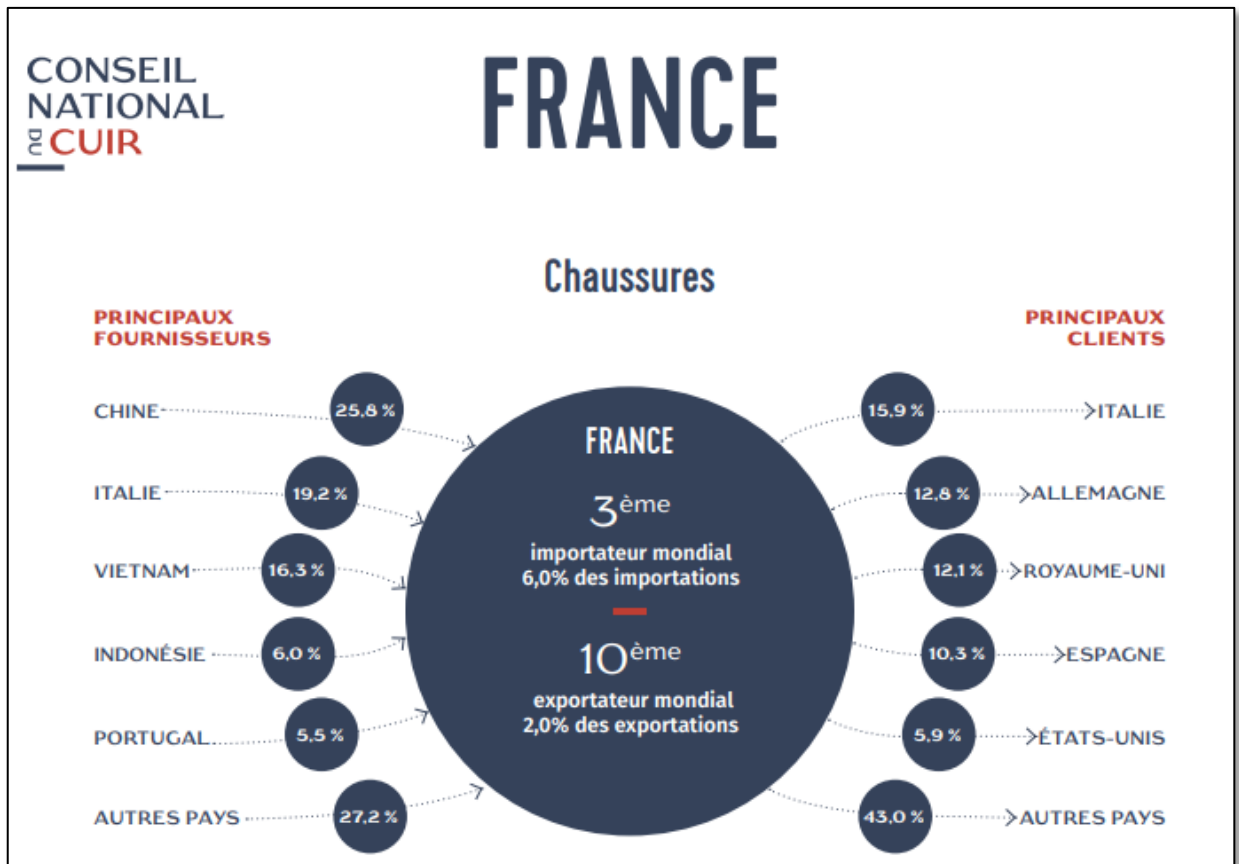
Importaciones por país (2019)

Millions d'euros Million euros	2019	% / 2018
1 Chine	1 638,5	-3%
2 Italie	1 347,8	+7%
3 Vietnam	1 160,5	+9%
4 Indonésie	399,8	+3%
5 Portugal	365,9	-1%
6 Inde	227,9	-5%
7 Espagne	221,9	-8%
8 Allemagne	213,4	+9%
9 Cambodge	173,1	+22%
10 Royaume-Uni	118,8	+1%
Autres pays	889,5	-
Total	6 757,1	+4%

Fuente: Fédération Française de la Chaussure

De acuerdo con datos del mercado francés, los principales países de origen de las importaciones son los que aparecen en la tabla anterior. Como podemos comprobar, el mercado francés se encuentra repartido entre países asiáticos y europeos, tanto en valor como en cantidad. Según esta tabla podemos ver así los principales competidores en el mercado. Si bien China es el principal país de origen de las importaciones francesas en número de pares, no se trata en su caso de un calzado de calidad, sino de un competidor en precio. Por su parte, Italia, cuyo producto es más caro, se lleva el grueso de las importaciones de Francia en valor.

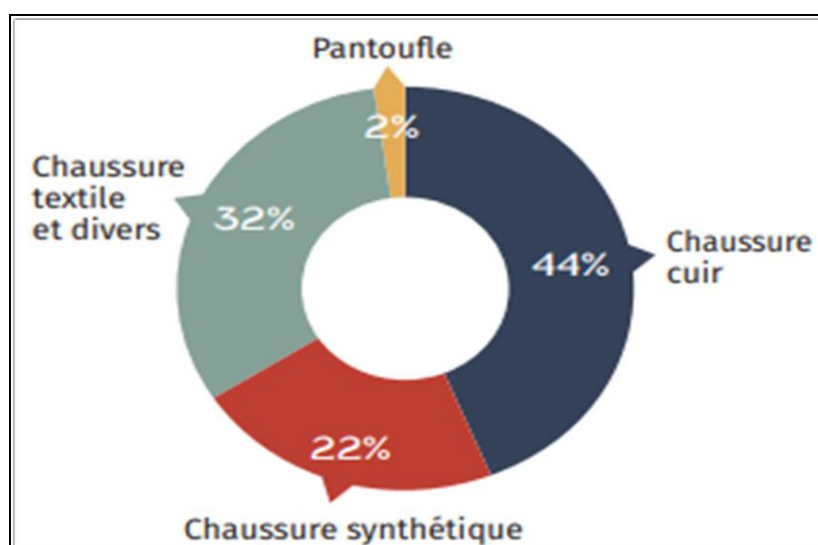
Principales proveedores y clientes de calzado por país - Francia (2019)



Fuente: Conseil National du Cuir

Del total de importaciones, el 44 % se refiere a calzado de cuero. La otra mitad está integrada por calzado de materia textil (32%), calzado principalmente sintético o de plástico (22%), y, por último, calzado interior (2%). Cabe decir que los países que encabezan la provisión de zapatos de cuero son Italia, China, Portugal, Vietnam e India entre otros. El abastecimiento de calzado sintético está liderado por países como China, Vietnam, Italia, Indonesia. Por su parte, el abastecimiento de calzado de materia textil está liderado por esos mismos países más España. Conforme a los datos de conjunto, tres son los orígenes principales de las importaciones francesas: China, Italia, y Vietnam, lejos del cuarto.

Importaciones francesas por producto (2019)

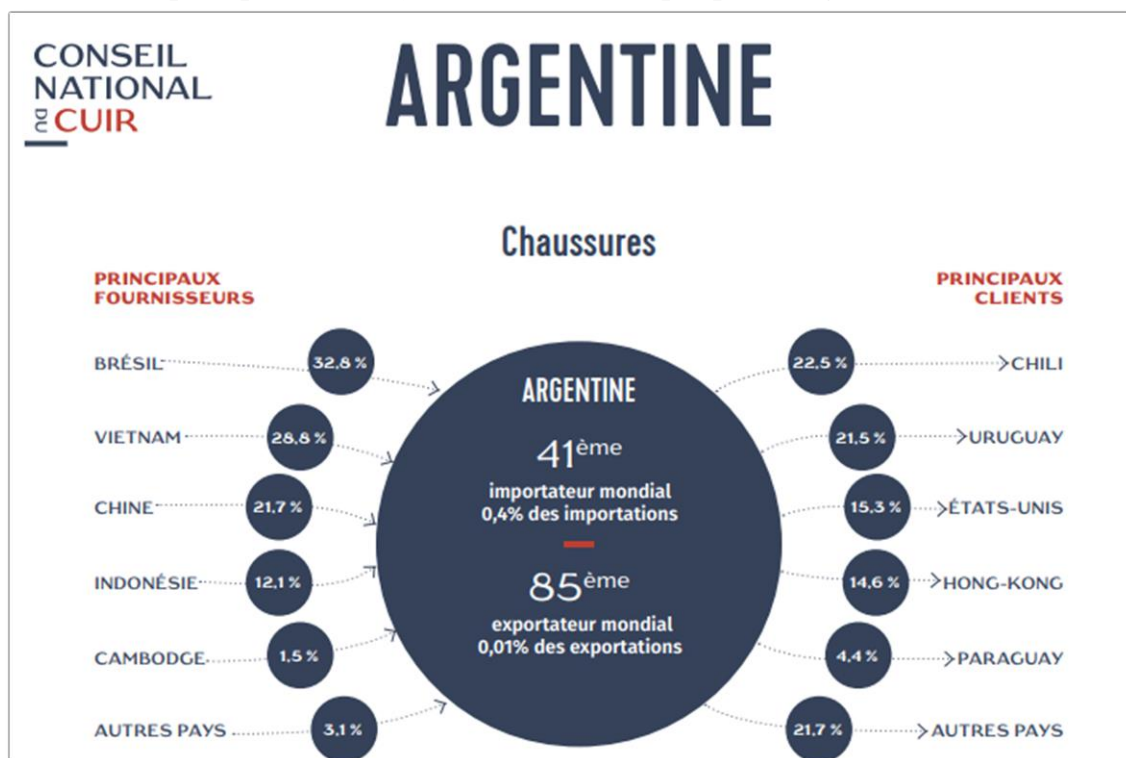


Fuente: Conseil National du Cuir

Por otro lado, el país galo ocupa el décimo puesto en el ranking mundial de exportaciones. Sus ventas al exterior representan el 2,0% del total de las exportaciones mundiales y sus clientes principales, en valor, son Italia, Alemania y el Reino Unido. En cuanto al calzado importado de Argentina, según datos del Ministerio de Producción argentino, Francia está muy abajo en el ranking de países compradores, tanto en cantidades como en valor, y el producto más relevante exportado a Francia desde Argentina son las botas de cuero.

El Consejo Nacional del Cuero analiza también los intercambios de calzado argentinos y cifra las exportaciones nacionales en un 0,01% del total mundial (pese a estar entre los 15 primeros productores mundiales), abasteciendo principalmente a los mercados chileno, uruguayo, estadounidense, hongkonés y paraguayo (casi el 80 % de la exportación nacional). Ese porcentaje colocaría a la Argentina, según el CNDC, en el puesto 85° de exportadores mundiales de calzado.

Principales proveedores y clientes de calzado por país - Argentina (2019)



Fuente: Conseil National du Cuir

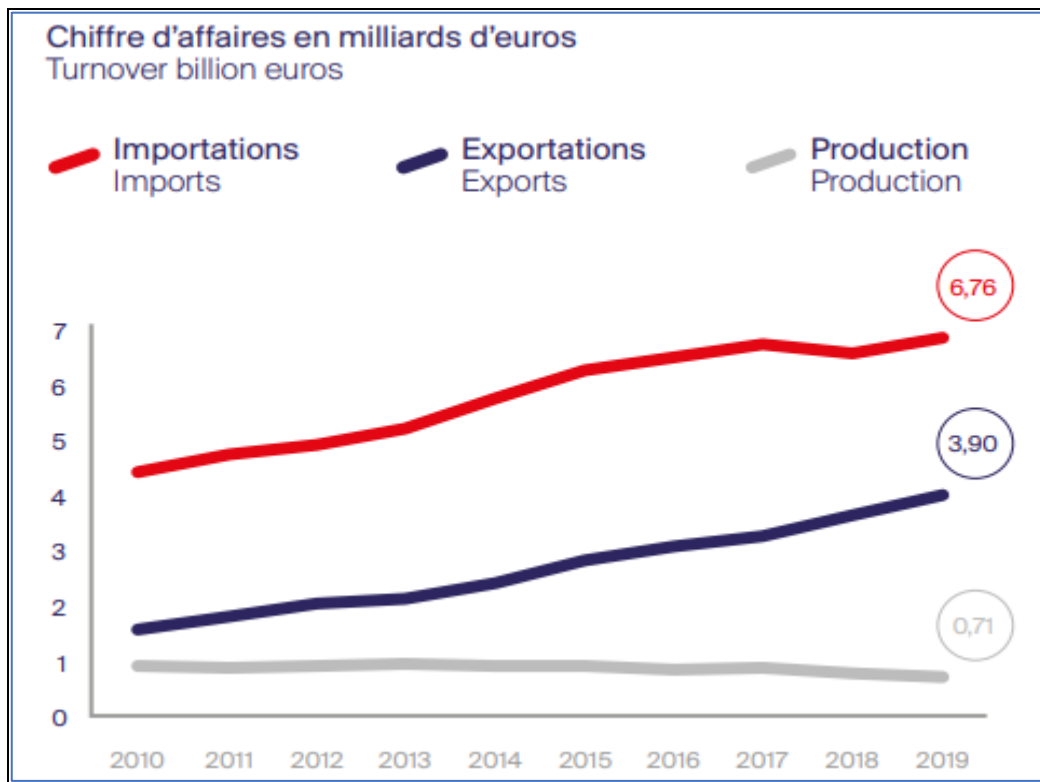
Volviendo al mercado francés, desde hace unos diez años, las exportaciones de calzado crecen a un ritmo sostenido de alrededor del 10% anual. Aunque el comercio sigue resultando deficitario, cada año se reduce este déficit. La tasa de cobertura del comercio ha aumentado en 3 puntos, hasta el 57%.

Se exportaron 121,2 millones de pares de zapatos y otro tipo de calzado (zapatos con parte superior sintética: 44,5 millones de pares; parte superior textil: 40,7; parte superior de cuero: 30,3; zapatillas indoor: 5,7) por un valor de 3.900 millones de euros (un aumento del 4% en cantidad y del 10% en valor). El precio medio en aduanas aumentó un 7%.

Esta diferencia significativa entre pares producidos y pares exportados tiene su explicación en los procesos de reexportación, que normalmente implican una importación desde un tercer país en regiones extracomunitarias (con pago de arancel correspondiente) para a continuación reexportar el producto a un país de la UE (con o sin transformación previa en Francia), esta vez sin pagar aranceles.

Las ventas francesas se realizaron principalmente en Europa. De 100 pares vendidos, 93 son comprados por países europeos. En términos cuantitativos, no de valor, los mayores clientes de Francia son España (22,6 millones de pares), Italia (18,0), Alemania (16,0) y Bélgica (11,2).

Producción, importaciones y exportaciones francesas desde 2010 en volumen de negocio



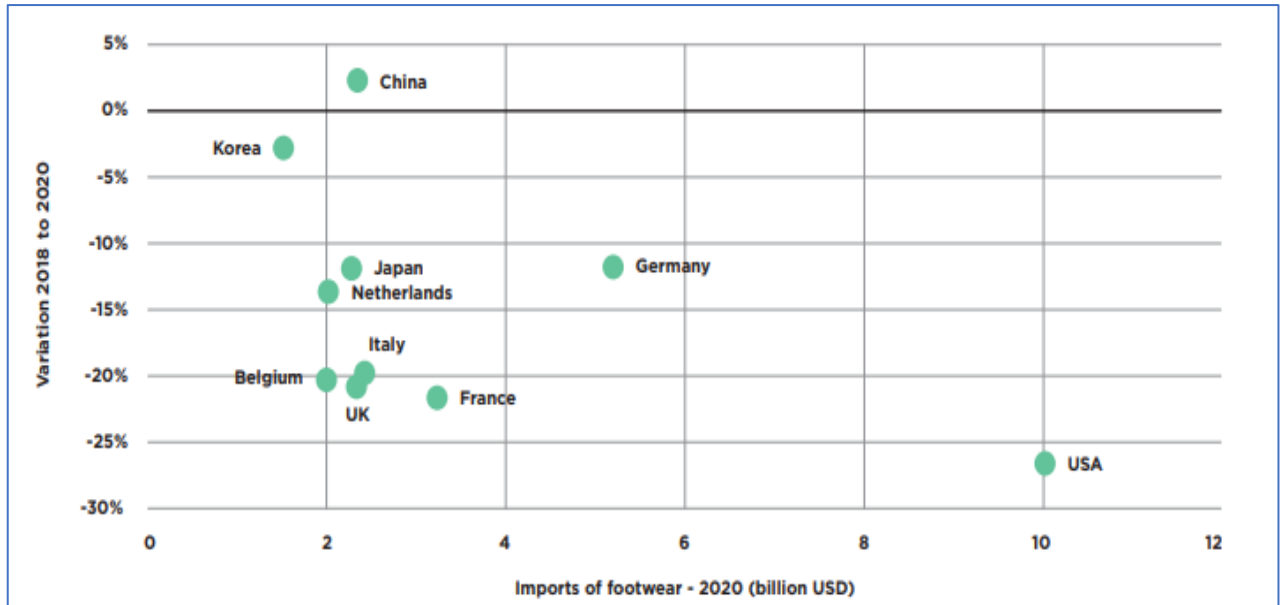
Fuente: Fédération Française de la Chaussure

En resumen, de acuerdo con los datos disponibles, durante el último quinquenio previo al particular año 2020 (2015 - 2019), se ha registrado un aumento tanto de las importaciones como de las exportaciones. Hay que destacar que, durante esos cinco años, para ambas variables ha habido estabilidad de crecimiento, a excepción del bache en las importaciones correspondiente a 2017. De igual manera, durante el quinquenio anterior, el tamaño y aumento de las importaciones sigue siendo superior a las exportaciones.

Asimismo, durante los últimos diez años, las importaciones han superado las exportaciones de calzado desde el país, lo que se traduce en un déficit en la balanza comercial del sector. No obstante, si bien es cierto que las importaciones superan en cantidad a las exportaciones, estas últimas han experimentado un crecimiento más constante en los últimos años duplicando en porcentaje al de las importaciones.

Las estadísticas más recientes sobre el comercio de calzado en 2020 muestran un panorama muy oscuro, aunque esperado. En el primer semestre del año, las importaciones de calzado cayeron en casi todos los países, pero Francia fue uno de los más impactados: una caída superior al 20% en el primer semestre, según World Footwear.

Variación en las importaciones de calzado entre el primer semestre de 2018 y de 2020



Fuente: World Footwear

En la siguiente tabla aparece, en primera instancia, la caída de la producción (cerca del 30%), la caída en el volumen de negocios de las empresas productoras, de las importaciones y de las exportaciones (14%) en los nueve primeros meses del año en Francia. También puede apreciarse una bajada pronunciada (del 20,2%) en el volumen de negocios de las tiendas, con una caída de las ventas del 18% y una caída del precio medio del 1,7%. Como es lógico, estos resultados se explican por el confinamiento aplicado por el gobierno durante los meses de marzo, abril y mayo, y el cierre de los negocios no esenciales. Finalizado el año, las estimaciones actuales cifran la caída de la facturación anual en un 20% (Les Echos).

Variación diferentes indicadores del sector calzado en Francia, Enero-Septiembre 2019 / Enero-Septiembre 2020

CHAUSSURE		
Chiffre d'affaires des entreprises de la fabrication : -21,2%	Production totale : -28,9%	
Importations : -14%	Exportations : -14%	
Enseignes de la chaussure (distribution des succursalistes) :		
Chiffre d'affaires à structures comparables : -20,2%	Ventes en volume : -17,8%	Prix moyen : -1,7%

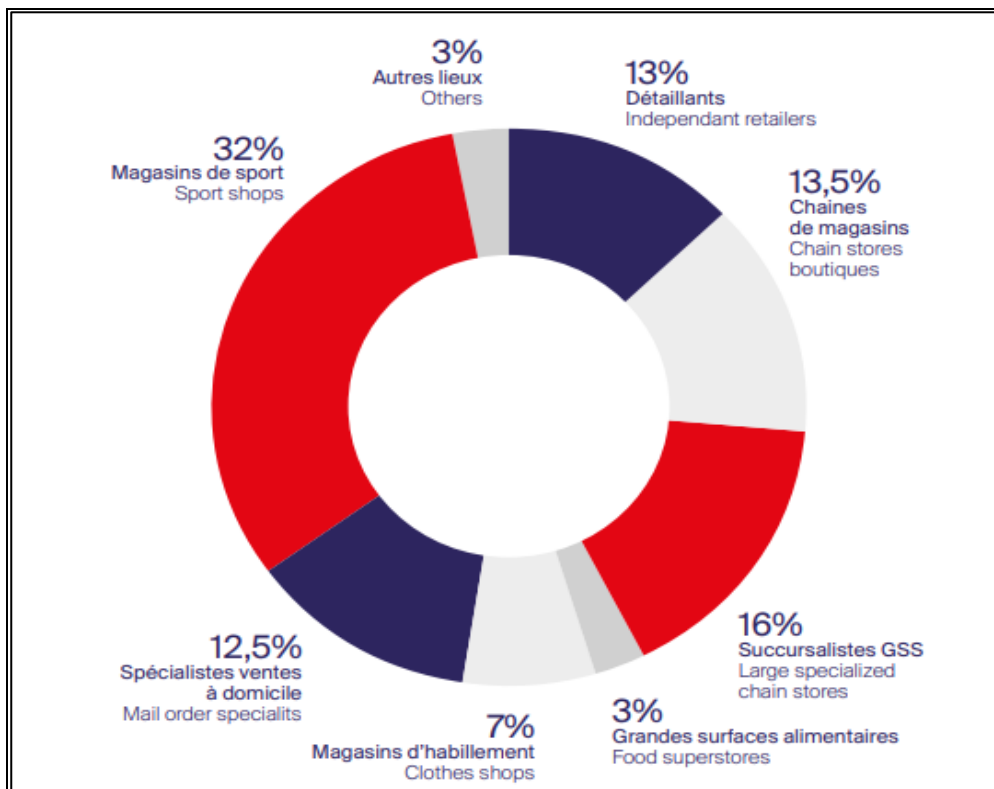
Fuente: Conseil National du Cuir

5. DISTRIBUCIÓN Y TENDENCIAS DE CONSUMO

El comercio minorista de calzado se enfrenta a grandes dificultades. Las tensiones en el poder adquisitivo están llevando a los hogares a prestar mayor atención a los precios y a realizar la mayoría de sus compras de zapatos durante los períodos de rebajas o de promoción (durante los cuales los márgenes de los profesionales son menores). Además, aunque el calzado resiste un poco más que la ropa, su participación en el presupuesto familiar está disminuyendo en favor de otras partidas de gastos (vivienda y ocio en particular).

Mientras que el comercio especializado (grandes superficies especializadas, redes de marca, tiendas especializadas) representa en torno al 50% del volumen de negocios del sector, el peso de las tiendas de deportes no deja de aumentar y representa actualmente más del 30% del mercado en términos de valor. Este canal de distribución se beneficia de la preferencia de los consumidores por el calzado deportivo, que ya no está reservado a la práctica del deporte: las zapatillas de deporte representan hoy casi la mitad del valor del mercado del calzado.

Reparto de ventas, en valor, por canal de distribución, 2019



Fuente: Fédération Française de la Chaussure

Muchas cadenas de minoristas y comercios independientes de calzado en Francia han tenido dificultades en los últimos años debido a esta creciente preferencia por las zapatillas de deporte en detrimento de otros tipos de calzado. Ello se debe también a que las principales marcas de zapatillas de deporte suelen tener acuerdos de distribución preferente o exclusiva con las principales cadenas de tiendas de artículos deportivos, como Decathlon, Foot Locker o Courir.

Además, el peso del comercio electrónico sigue creciendo. Su atractivo posicionamiento en materia de precios, combinado con la profundidad de su oferta y sus servicios (entrega a domicilio, devolución gratuita), tiende a exacerbar las presiones competitivas sobre las redes físicas. A pesar de las estrategias de distribución multicanal, los *pure players* (empresas de comercio electrónico especializadas en la venta en línea de calzado) están en auge (Sarenza, Spartoo, Zalando).

Principales filiales de los grupos de calzado en Francia

Nombre Grupo	Filiales de fabricación	Filiales Comerciales	Marcas
Grupo Aigle	Aigle International	Aigle Internaitonal	Aigle
Grupo Eram	MFC Eram, Parade, Techni Synthèse	Dresco	Eram, TBS, Bocage, Parade, Heyraud, Mellow Yellow
Grupo Mephisto	Mephisto	Allrounder	Sano, Allrounder, Mobils, Mephisto
Grupo Royer	Royer Sport, MA	Euroka, Royer Licences, Royer Soccer, NBR	Aster Kickers, Converse, New Balance, Umbro
Grupo Vivarte	Cie Vosgienne de la Chaussure	Pataugas, Européenne de Negoce André	Besson, Pataugas, André, La Halle aux Chaussures, Minelli, San Marina,

Por último, en su búsqueda de motores de crecimiento en un mercado de la moda en declive, las cadenas de ropa están aumentando la presión competitiva sobre el minorista especializado ofreciendo calzado. En ese contexto, los dos grupos históricos (Eram, Vivarte) se reestructuraron recientemente. Aunque en 2019 seguía siendo la tercera empresa de calzado de Francia, una deuda colosal ha obligado a Vivarte a ceder la mayoría de sus marcas en los últimos años. Después de haber cedido Pataugas al Grupo Hopps en 2017, en el primer semestre de 2018 vendió Naf Naf a La Chapelle Fashion, André a Spartoo y Besson al Grupo Philippe Ginestet. Estas marcas cedidas por Vivarte (que ha perdido más de un cuarto de su cifra de negocios en el período 2019-2020) aparecen

en rojo en la tabla anterior.

En general, para tener éxito, los profesionales del sector buscan destacar especializándose (zapatillas de deporte, zapatos para niños, zapatos de alta gama, zapatos eco-responsables, etc.) y mejorando sus servicios (personalización de productos, atención personalizada y experiencia cliente, etc.). La digitalización de los puntos de venta también se considera un factor esencial.

En relación a los factores determinantes en el consumo de particulares, el mercado francés se caracteriza por ser un mercado maduro. Los consumidores realizan sus compras con criterios de moda o estilo más que por criterios de uso, si bien las razones tradicionales siguen teniendo su peso: el 39% de los seniors (50 a 75 años) declaran que en la elección de sus zapatos influyen también ciertas limitaciones relacionadas con su condición física (estudio de la FFC). En Europa, esto afecta a casi 1 mujer de cada 2, y 1 hombre de cada 4. Las causas son múltiples: desde deformaciones en los pies, hasta dolores físicos (rodillas, espalda, caderas...), pasando por dificultades para ponerse y atarse los zapatos, o la necesidad de incorporar plantillas ortopédicas. Por su parte, el calzado deportivo y de ocio sigue siendo importante para los usuarios franceses. La tendencia de las sociedades modernas a la práctica del deporte y a actividades de ocio favorece esta tendencia de mercado.

En relación a la estacionalidad, la vuelta a clase después del verano es otro determinante de mercado, sobre todo en el sector infantil y juvenil, sector que abarca el 20% de las ventas. El resto se divide entre el sector femenino, 50% y masculino, 30%.

El otro gran sector consumidor de calzado es el dedicado a las actividades económicas. El ejercicio de profesiones al aire libre, la industria, la agricultura y la construcción acaparan las ventas del subsector del calzado profesional, cada vez más necesitado debido a los requisitos de prevención de riesgos del trabajo.

Respecto al comercio electrónico, además de los citados, hay que tener en cuenta varios criterios. El comportamiento de compra de los consumidores está cambiando con la digitalización. Se está produciendo un auge del comercio electrónico vía Smartphones, tablets, etc. Esta tendencia se ha acentuado por la pandemia de Covid que está experimentando el planeta y el consiguiente aumento de tiempo pasado en casa por los consumidores: según la FFC, el e-commerce representó entre el 80% y el 90% de las ventas en el mercado francés del calzado durante el período de confinamiento.

Por tanto, a la hora de diseñar herramientas de marketing digital, es preciso tener en cuenta algunas tendencias:

- Incremento de la tendencia ROPO, « Research Online, Purchase Offline »
- Abandono del sitio web en función de la velocidad de carga de la

- página
- Presentación del producto, que es evaluado por el consumidor en 90 segundos
- Decisión de compra en función de la buena integración de fotos y videos del producto

Precios al consumo:

Según datos de la Fédération Française de la Chaussure, dentro de los modelos del prêt-à-porter, el precio medio pagado por el consumidor en los zapatos tipo urbano se sitúa en torno a los 50-55€ y alrededor de los 40-50€ en los de tipo informal. Por su parte, el precio medio de las sandalias oscila entre los 20€ y los 30€, y el de los mocasines alcanza los 45€.

El muestrario de precios en los sitios web de las principales cadenas de moda, como Zara o HM, confirma estos datos y arroja, salvo excepciones, una gama de precios comprendida en las horquillas indicadas.

6. ACCESO AL MERCADO

Uno de los primeros factores a considerar a la hora de plantear una incursión en el mercado francés son las barreras arancelarias de la Unión Europea. Para consultar estas barreras, la Comisión Europea dispone de una plataforma web (My Trade Assistant: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/>) donde pueden realizarse búsquedas por país de origen y país de destino de las mercancías, indicando el producto por posición arancelaria a 10 dígitos.

En el siguiente enlace, se presenta un ejemplo de la información provista por la plataforma (aranceles, impuestos, requisitos de importación, estadísticas de flujos comerciales) para un producto específico que quiera introducirse en Francia desde Argentina en el sector que nos ocupa:

6406.10.1010 - Partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela); plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes

- **Partes superiores de calzado y sus partes** (excepto contrafuertes y punteras duras)

- **De cuero natural**

- **Hechos a mano**

<https://trade.ec.europa.eu/access-to->

Por otra parte, el acceso al mercado francés del calzado está condicionado por varios aspectos cualitativos, entre los cuales cabe destacar:

- Mercado exigente: hay que cumplir cuidadosamente con las exigencias de calidad, los plazos y las condiciones de entrega.
- Pago seguro: en un contexto de coyuntura económica complicada es preciso pactar medios de pago seguros para ambas partes, que consoliden la confianza mutua. Para las transacciones entre empresas, éstas pueden variar desde pagos inmediatos al recibir la mercancía (a menudo con un pequeño descuento negociado) hasta un pago negociado a 60 días.
- Idioma de la negociación: es recomendable que el personal encargado de las relaciones comerciales hable francés con fluidez para poder comunicarse directamente con su potencial cliente. Además, es conveniente que los folletos y las ofertas comerciales estén redactados en francés.
- Competencia de países emergentes, principalmente asiáticos: la llegada al mercado francés de productos procedentes de países cuyos costes de producción son inferiores aumenta la competencia por precio.
- Relaciones consolidadas: para desplazar a distribuidores habituales habrá que ofrecer unas condiciones de precio y calidad más ventajosas y contar con buenas referencias comerciales, así como cumplir con procedimientos estrictos de selección de proveedores. En la cultura de negocios francesa, las visitas y las reuniones habituales son algo común y a veces necesario.
- Conocimiento del sector francés: es necesario conocer de antemano la situación en la que se encuentra el sector del calzado en Francia, así como algunos puntos relevantes de su regulación legal.

Sobre este último punto, para proteger a los consumidores, pero también a las empresas, las mercancías que circulan por el territorio europeo deben cumplir con una serie de requisitos específicos de naturaleza técnica y medioambiental (en el apartado de *Import requirements* de la plataforma *My Trade Assistant* se detallan aquellos requisitos esenciales).

La regulación francesa establece que el periodo de rebajas para la venta a distancia en sitios e-commerce debe coincidir con las fechas de rebajas nacionales del comercio tradicional. Además, los productos rebajados deben haber sido puestos a la venta al menos un mes antes del comienzo de las rebajas.

El etiquetado del calzado (https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/footwear-label/index_es.htm) debe informar sobre los materiales utilizados para su confección en al menos uno de los artículos del par de zapatos → Artículos 4 y 5 del Decreto nº 96-477 de 30 de mayo 1996¹ donde se especifican la definición y composición de las diferentes partes del calzado, así como los pictogramas de esas partes y materiales utilizados. El calzado de piel o similares ha de añadir un etiquetado especial que informe sobre su composición.

Asimismo, rige una ley de consumo muy exigente. Respecto al comercio digital hay que destacar las disposiciones sobre información para el consumidor, plazos de retracción del cliente y de reembolso. Cualquier casilla de pagos suplementarios al producto seleccionado por el consumidor debe aparecer deseleccionada.

En relación a las vías idóneas para un primer acceso, el mercado francés funciona normalmente mediante agentes comerciales que son quienes habitualmente actúan como intermediarios. Estos profesionales trabajan a comisión y cobran un porcentaje medio de entre el 10 y el 20%.

Por cuanto refiere a las ferias, una vía clave para la atracción de clientes y apertura de nichos de mercado, se distinguen dos tipos en el sector:

- a. Las ferias para exponer las últimas tendencias y las colecciones de temporada, a las que acuden principalmente los fabricantes como expositores.
- b. Las ferias que buscan agrupar a los agentes comerciales de las diferentes marcas, en las que se entablan contactos para hacer los pedidos de esa temporada y en las que se sustancia el intercambio comercial.

7. ANEXOS

7.1. FERIAS

En este particular periodo que atraviesa el sector, muchas ferias están adoptando un formato online y otras han sufrido cancelaciones. Puede consultarse la celebración de este tipo de eventos en los siguientes enlaces:

<https://www.nsalons.com/>

<https://www.foiresinfo.fr/>

¹ <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000742905/2020-12-15/>

Algunas ferias de moda, de accesorios y del sector calzado:

PREMIÈRE CLASSE	https://www.premiere-classe.com/	PARIS
TRANOI	https://www.tranoi.com/	PARIS
MAISON&OBJET	https://www.maison-objet.com/	PARIS
CRECENDO EXPO	https://www.arici-expo.com/	PARIS- BORDEAUX- TOULOUSE
PREMIERE VISION – LE CUIR A PARIS	https://paris.premierevision.com/fr/le-salon/	PARIS

7.2. PARIS FASHION WEEK – CALZADO DE ALTA GAMA

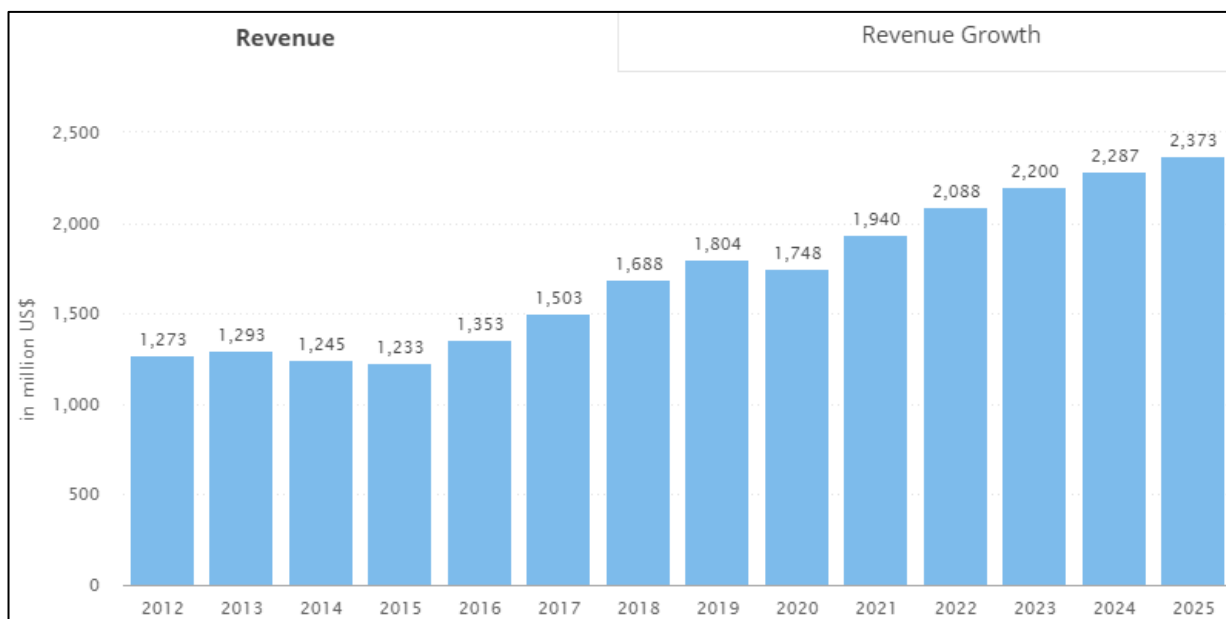
Por su repercusión mediática, los eventos que atraen mayor visibilidad y reúnen a más estilistas, compradores y actores del mercado mundial de la alta gama son aquellos que se enmarcan dentro de las semanas de desfiles conocidas como **Paris Fashion Week**, organizadas por la Fédération de la Haute Couture et de la Mode (Federación de moda y alta costura). Cada una de estas semanas está programada en torno a un segmento diferente (alta costura, moda femenina, o moda masculina) y reúne a más de 800 compradores profesionales.

El calzado y la alta costura femenina cobran una relevancia particular en la PFW. Aunque se asocia a menudo con el lujo de las grandes marcas (Christian Dior, Coco Chanel, Yves Saint Laurent, Pierre Cardin, o Hubert de Givenchy), y es cierto que estos grandes nombres contribuyen al prestigio del evento, no son los únicos protagonistas. La alta costura, el cuero en particular en el sector femenino del calzado, y la fabricación más artesanal, de pequeños productores, ocupan un lugar destacado, dado que aparte de los grandes distribuidores, acuden a París todo tipo de clientes y representantes de tiendas de alta gama en busca de originalidad y artículos más personalizados. En este sentido, cabe recordar que,

según una encuesta de la Fédération Française de la Chaussure de finales de 2019, dos de cada tres franceses conceden importancia a la dimensión artesanal y humana. Según la misma encuesta, el 66% de los franceses dicen ser sensibles y estar dispuestos a pagar más por productos de marcas que tienen un enfoque humano en la fabricación de sus zapatos.

Las estimaciones para el sector francés de la alta gama prevén que los ingresos por ventas de calzado de lujo alcancen los 1.940 millones de dólares en este año 2021 y sigan creciendo en los años siguientes (siguiente tabla). Sobre este particular, hay que tener presente la tendencia de muchas grandes marcas de lujo a entrar en el mercado de las *sneakers*, calzado de deporte para usos urbanos, con modelos cuyos primeros precios alcanzan los 300 euros y pueden llegar a superar los mil euros. Según Boston Consulting Group, las sneakers de lujo ya representan una quinta parte del total del mercado del calzado de lujo y se les atribuye un crecimiento estimado de alrededor del 8-10% anual durante los próximos cinco años. En 2019, las sneakers ya representaban más del 40% de las ventas de calzado para hombre en Hermès y Louis Vuitton, el 70% en Pierre Hardy o Gucci, y el 90% en Balenciaga, según la revista Capital.

Estimación de ingresos en el sector del calzado de lujo en Francia, 2012-2025



Fuente: Statista

Junto al sector del lujo, el prêt-à-porter y la moda masculina, mucho más rentables para los diseñadores, tienen también un papel relevante en sus semanas correspondientes de la Paris Fashion Week. Para 2021 y 2022, ya está fijado el calendario para presentar las colecciones en las seis semanas de desfiles que se desarrollarán en enero, marzo, junio, julio y octubre.

- Página oficial: <https://parisfashionweek.fhcm.paris/fr/>
- Fechas para las PFW 2021 y 2022: <https://fhcm.paris/fr/paris-fashion-week-fr/dates/>

7.3. ASOCIACIONES PROFESIONALES Y EMPRESARIALES

CONSEIL NATIONAL DU CUIR (CNC)

109, rue du Faubourg St. Honoré 75008 París

Tel.: +33 (0)1.43.59.05.69

Fax: +33 (0)1.43.59.30.02

www.conseilnationaldu cuir.org/

FEDERATION FRANÇAISE DE LA CHAUSSURE (FFC)

51, rue de Miromesnil 75008 París

Tel.: +33 (0)1.44.71.71.71

Fax: +33 (0)1.44.71.04.04

E-mail: chaussuredefrance@laposte.fr

<https://www.chaussuredefrance.com/>

UNION FRANÇAISE DES DISTRIBUTEURS IMPORTATEURS-EXPORTATEURS

EN CHAUSSURES (U.D.I.C.)

105, rue Faubourg Saint-Honoré

75008 París

01 43 59 10 72

fcjt@fcjt.org

www.fcjt.org/udic

SYNDICAT GENERAL DES CUIRS ET PEAUX

105, rue du Faubourg Saint-Honoré

75008 París

Télf.: +33 01 43 59 89 43

Fax: +33 (0)1 40 39 97 31

office@cuirsetpeaux.org

www.cuirsetpeaux.org/

FDCF- FEDERATION DES DETAILLANTS EN CHAUSSURES DE FRANCE

46, boulevard de Magenta
Télf.: +33 (0)1 42 06 79 30
Fax: +33 (0)1 42 06 52 09
E-mail: fdcf@chaussure.org
<https://www.chaussure.org/>

FEDERATION FRANÇAISE DE LA MAROQUINERIE

122, rue de Provence
75008 Paris
info@maroquineriefrancaise.com
Tel: 01 42 46 13 68
www.maroquineriefrancaise.com

FÉDÉRATION DES ENSEIGNES DE LA CHAUSSURE (FEC)

105, rue du Faubourg Saint Honoré
75008 Paris
Tel: 01 43 59 89 45
Mail: contact@f-e-c.fr
<https://www.f-e-c.fr/>

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA TANNERIE – MÉGISSERIE

122, Rue de Provence 75008 Paris
Télf: +33 (0)1 45 22 96 45
Fax: +33 (0)1 42 93 37 44
fftm@leatherfrance.com
<https://leatherfrance.com/>

UNION SPORT & CYCLE

33-35 rue Nungesser et Coli
75016 Paris
Tel: 01 47 31 56 23
Mail: contact@unionsportcycle.com
<http://www.unionsportcycle.com/fr>

**A.F.T.I.C. - ASSOCIATION FRANÇAISE DES TECHNICIENS
DES INDUSTRIES DE LA CHAUSSURE**

4, rue Hermann Frenkel
69367 - LYON Cedex 07
Tél.: 04 72 76 10 10
Fax: 04 72 76 10 01
<http://www.aftic.org/>

7.4. PRENSA ESPECIALIZADA

Journal du textile	https://www.journaldutextile.com/
L'Essentiel de la Chaussure	http://www.lessentiel.com/
C+Accessoires	https://www.cplusaccessoires.com/
Pointure Magazine	https://www.pointure-magazine.com//

7.5. LISTADO DE IMPORTADORES

BERNARD RAFFI DIFFUSION, BRD	Mme Françoise Vareilhes Responsable Commercial	ROND POINT DU CANET BATIMENT A LES CARRES DE L ARCADE 13590 MEYREUIL France	+33 4 42 12 56 30	contact@br-clarks.fr	http://www.bragency.net
BESNARD		2 & 4, avenue du Chêne Vert BP 85109 35651 LE RHEU CEDEX	+33 2 99 14 77 77	besnard@bersnard.fr	www.chaussures-vetements-besnard.fr
BESSON CHAUSSURES	Mme Ludivine Clerc, Responsable des	1 AV DES FRERES MONTGO LFIER 63170	+33 4 73 44 04 40	service-clients@besson-chaussures.com	http://www.besson-chaussures.fr

	Achats	AUBIERE France			
BOTALO	M. Jean-Christophe Coriat, Président du Conseil d'Administration	AVENUE DE LA BALLASTIERE ZONE INDUSTRIELLE LA BALLASTIERE 33500 LIBOURNE France	+33 5 57 51 27 11	mail@botalo.com	http://www.botalo.com
CAREL SA	Mme Frédérique Picard Président, Directeur Commercial	32 RUE DE MOGADOR 75009 PARIS 9 France	33 1 42 66 21 58	carel@carel.fr	http://www.carel.fr
CERRUTI 1881	M. Laurent Grosogogeat Président	3 PLACE DE LA MADELEINE 27 RUE ROYALE 75008 PARIS 8 France	+33 1 53 30 18 81	commercial@cerruti.com	http://www.cerruti.com
ASIAN EUROPEAN FOOTWEAR	M. Benjamin Rohel Responsable des Achats	2 RUE MICHAEL FARADAY 2 4 44800 SAINT HERBLAIN France	+33 2 4 57 03 00		http://www.bentcriss.com
CHAUSS SERVICE	M. Alain Constant Responsable commercial	7 RUE DU COMMERCE ZA 12450 LUC LA PRIMAUBE France	+33 5 65 89 22 89		http://www.chauss-service.fr

CHAUSS'EUROP	M. Nicolas Dewaele Président	ZA DE coupeauville BP 50 76133 EPOUVILLE	+33 2 35 47 30 16	chauss@chauss-europ.com	
CHAUSSUD	M. Jacques Royer, Président Directeur Général	Lieudit Marcouly 12350 MALEVILLE	+33 5 65 29 34 67	contact@grouperoyer.com	www.grouperoyer.com
COMPTOIR COMMERCIAL ET INDUSTRIEL (CCI)		ZA du Chassereau 2-4, rue Bernard Palissy 85607 MONTAIGU CEDEX	+33 2 51 94 02 62	cci@ccishoes.com	www.ccishoes.com
DELECOLLE SARL (Delecolle)	M. Eric Delecolle, gérant	RUE DES LILAS FEELING 62220 CARVIN France	+33 3 21 37 11 22		
DESMAZIERES (Chauss'Expo)	M. Jerry Desmazieres, Président du Directoire	2 RUE DU PETIT QUINQUIN ZI 59810 LESQUIN France	+33 3 20 87 44 44	contact-client@desmazieres.tm.fr	http://www.chausseexpo.fr
DIDRY CHAUSSURES (C/O ROYER)		ZI de l'Aumailèrie 1, rue Eugène Freyssinet 35133 JAVENE	+33 2 99 94 82 82	contact@grouperoyer.com	http://www.grouperoyer.com/fr
DISTRIB'EST		Rue de l'Ingénieur Bertin BP 73 21604 LONGVIC CEDEX	+33 3 80 68 43 55	distrib-est@wanadoo.fr	

ETS COLONNIER COIFFARD (Etablissement Colonnier Coiffard)	Mme Melanie Colonnier , Responsable des Achats	10 RUE DE LA VENDEE 49280 SAINT LEGER SOUS CHOLET France	+33 2 41 49 00 49	info@colonniercoiffard.com	http://www.georeino.com/
EURASIA TRADING INTERNATIONAL, ETI	Mme Clémence Antoine, Responsable Import	30 CRS LIEUTAUD D 13001 MARSEILLE 1 France	+33 4 91 33 25 16	info@reqins.fr	https://www.reqins.fr/
FITCO	M. Philippe FALCOT ET Président	88, avenue de l'Europe 77184 EMERAINVILLE	+33 1 64 80 41 72	fitco@fitco.fr	
GANTE SA (Gante)	M. Xavier Gante Directeur Commercial	8 IMPASSE DE RASEYRE GANTE 31300 TOULOUSE France	+33 5 62 74 82 82	gante@gante.fr	
IDEALSKO	Mme Antonia Heine Co-Gérant	44 Rue de l'Industrie 67160 WISSEMBOURG France	+33 3 88 54 83 43	service@idealsko.fr	http://www.idealsko.fr
J.P. CHAUSURES (J.P. Chaussures)	M. Rémy Bergeot Responsable Commercial	38 RUE DIDEROT 93500 PANTIN France	+33 1 41 83 28 88		
LUCIEN COLAS	Mme Catherine Colas, Président Directeur Général	142, avenue Amédée Mercier 01000 BOURG EN BRESSE	04 74 23 28 24	commercial@lucien-en-colas.fr	https://www.lucien-colas.fr/

MONSIEUR LUCAS VILLIOT	M. Lucas Villiot Gérant	Avenue de Lodve 34725 ST ANDRE DE SANGONIS France	+33 7 83 03 87 60		
PALMERO INTERNATIONAL	M. Simon Humeau, Gérant	21 B BOULEVARD DU GENERAL DE GAULLE 49600 BEAUPREAU-EN-MAUGES France	33 2 41 63 02 83		http://www.palmero.fr/
RIEKER GABORIEAU	M. Eric Guérin Président	9, rue du Stade 85130 LES LANDES GENUSSON 35302 FOUGERES CEDEX	02 99 94 82 82	contact@grouperoyer.com	http://www.rieker.com
ROGER VIVIER PARIS	M. Emilio Macellari, Président	29 RUE DU FAUBOURG SAINT HONORE ROGER VIVIER 75008 PARIS 8 France	+33 1 53 43 00 85		http://www.rogervivier.com
ROYER	M. Jacques Royer, Président Directeur Général	ZI de l'Aumailerie 1, rue Eugène Freyssinet 31300 TOULOUSE	+33 5 62 74 82 84	contact@grouperoyer.com	

SAN MARINA	M. Laurent Portella, Président	155 RUE DU DIRIGEABLE ZONE INDUSTRIELLE LES PALUDS 13400 AUBAGNE France	+33 4 42 84 33 50		http://www.sanmarina.fr
SFEC DOPY		15, rue du Bois Moussay 93240 STAINS	+33 1 48 27 24 73	chauss@sfecdopy.net	
SKECHERS USA FRANCE	M. Pierre Eymard, Responsable Commercial	11 RUE GERTY ARCHIMEDE 11-15-2 A 14 ET 75012 PARIS 12 France	+33 1 44 55 31 31		http://www.fr.skechers.com
SOCIETE ACB	M. Stéphane Fiaschi, Directeur Général	28 RUE GENERAL MICHELE R ZONE ARTISANALE NORD EST 51100 REIMS France	33 3 26 07 06 57	acb-france@wanadoo.fr	http://www.acb-diffusion.fr
SOCIETE NATION CHAUSSURES	M. Maurice Palacci, Président	7 AVENUE DU TRONE DOLCE 75011 PARIS 11 France	33 1 48 50 36 36		http://www.dolce.fr
SOGAMAX DIFFUSION		ZI de Bruèges 30101 ALES CEDEX	04 66 86 40 18		

TOD S FRANCE	M. Umberto Macchi Di Cellere Président	22 RUE DU GENERAL FOY 75008 PARIS 8 France	33 1 55 35 20 20		http://www.todsgroup.com
TORTORA AUGUSTO JEUNE (Pierre Cardin Chaussures)	M. François Tortora, Président	12 RUE GILLIBERT CHAUSSEES PIERRE CARDIN FRANCE 13005 MARSEILLE 5 France	+33 4 91 48 37 13	contact@tortoraaugusto.com	http://www.tortoraaugusto.com/
VKF	M. Jean-Philippe Mielle, co-gérant	7 RUE DE L'INDUSTRIELLE ZONE INDUSTRIELLE LES DORICES 44330 VALLET France	33 2 40 36 39 94	info@robinchaussures.com	https://www.robinchaussures.com/online-store/femme/marques-femme/vkf.html
Chauss Erop	Lucie Mathon, Import officer	1 Rue de Coupeauville, 76133 Épouville	02 35 47 30 15		
Security Tex	Ludovic Guimier, CEO	48 rue principale 72190 Sargé Lès Le Mans FRANCE	+33 982 48 57 74	service.commercial@security-tex.com	https://security-tex.com/produits/?categorie=48
JefChaussures	Woestelandt Gérard, Director	32 GRAND PLACE 62120 Aire Sur La Lys FRANCE	+33 321 12 83 71	service-client@jefchaussures.com	https://www.jefchaussures.com/



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>

