



OPORTUNIDADES EN EL MERCADO DE BISUTERÍA EN FRANCIA



Frankfurt, 2015



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Contenido

- Tendencias del mercado
- Producción
- Importaciones
- Canales de distribución
- Normatividad

Tendencias del mercado

Francia es una de las economías más grandes del mundo y más fuertes de la UE



PIB* no. 6 en el mundo

3° en Europa

2014: **US\$2.829 miles millones** (US\$2,8 billones)

Más de 7 veces el PIB de Col



PIB per cápita no. 18 del mundo

12° en Europa

2014: **US\$42.733**

Más de 5 veces el de Col

Población: 66.206.930 +39% que col (más de 18 millones más)

\$ x



Mercado no. 10 a

nivel mundial 2015:

ventas estimadas **por US\$591,8 millones**

2° Mercado para bisutería en Europa



X 25.5 millones de unidades

de ventas estimadas en 2015

2% crecimiento anual

Existe una gran competencia en el mercado Francés. Por un lado, existen numerosas empresas locales dedicadas a las ventas de bisutería. Además, Francia es un mercado muy concurrido por diseñadores de todo el mundo que confluyen en esta plaza.

Disminución generalizada del gasto

La economía francesa aún se encuentra débil y hay un ambiente de inseguridad debido a la crisis de la UE. Esto ha generado una restricción a nivel general del consumo, sobre todo en lo que tiene que ver con productos que no se consideran como necesarios.

Sin embargo, esta situación ha tenido un impacto positivo en la bisutería, pues los consumidores han optado por reemplazar sus compras de joyería por una opción más económica.

Polarización del consumo

El consumo de productos de gama alta ha aumentado, gracias a los consumidores de joyería que desplazaron sus compras a esta categoría. El segmento masivo a su vez a aumentado gracias a que los consumidores del segmento medio han desplazado su consumo hacia segmentos más económicos.

En esta medida, el segmento medio es el que se ha visto más afectado, pues sus consumidores se han desplazado a alguno de los otros dos segmentos.

Esto tiene un impacto en la medida en que las dos gamas más desarrolladas en el segmento de bisutería son los artículos de marcas reconocidas en la gama alta, y artículos del segmento masivo, de precio más bajos.



claire's®

Diversificación de canales de distribución

Además, la venta de bisutería no está limitada a las marcas especializadas. Actualmente las marcas de ropa han incluido líneas de accesorios dentro de sus colecciones, lo cual ha aumentado la competencia en este mercado. Esta tendencia se ve en marcas de todos segmentos, desde el Premium hasta las marcas de pronta moda.

Además, otros canales diferentes como peluquerías, han empezado a aumentar la oferta de este tipo de producto. Sin embargo, debido a los bajos volúmenes y el carácter disperso de este tipo de canales, es preciso llegar a un distribuidor que haga la labor de comercialización en el mercado

PRIMARK®

H&M

ZARA




Segmento masivo

En el mercado masivo se encuentran principalmente las cadenas como Claire's, Moa y Six. Este tipo de marcas se enfocan en el público más joven y tienen diseños modernos, con calidad intermedia y precios bajos.

claire's®

MOA

		 <p>ÉCONOMISEZ 11,99 €</p>
Lot de 2 colliers cœur Best Friends par Claire's 6,95 € Achat rapide	Lot de 2 breloques avec cœur imbriqué Meilleures amies par Claire's 7,95 € Achat rapide	Collier corde bleu marine et blanc par Claire's 16,99 € 5,00 € Achat rapide

 <p>NOUVEAU</p>	 <p>NOUVEAU</p>	 <p>NOUVEAU</p>
COLLIER FINE CHAÎNE DEMI LUNE AJOURÉE 7.99€ 1 COLORI(S) DISPONIBLE(S)	COLLIER COURT CHAÎNE DOUBLE TRIANGLE 6.99€ 1 COLORI(S) DISPONIBLE(S)	COLLIER COURT CORDE TUBES EN METAL ET METAL PENDANT 8.99€ 1 COLORI(S) DISPONIBLE(S)

Segmento masivo

En la categoría masiva o de entrada se debe tener en cuenta que no sólo está compuesta por las grandes cadenas sino que también entran a contar los almacenes especializados que venden las piedras y otros materiales para hacer los accesorios. Actualmente ha aumentado el consumo de este tipo de artículos por parte de las consumidoras francesas, quienes están optando por hacer sus accesorios ellas mismas. Ante esta tendencia han aparecido retailers online como Perles & Co, Breloques et Prendentifs, La Droguerie, La Perlerie o Mondial Perles.



RONDES APLATIES 8 MM

N'afficher que les produits en promo

Trier par : Nom cro



Ronde aplatie en Zirconium 8mm
Champagne x1

1>9 2,10 € >10 1,80 €



Ronde aplatie en Zirconium 8mm Light
Rose x1

1>9 2,10 € >10 1,80 €



Ronde aplatie en Zirconium 8mm
Violet x1

1>9 2,10 € >10 1,80 €



Breloque Pendentif

Segmento medio

En el segmento medio, el mercado se encuentra dominado por las marcas francesas, las cuales se han posicionado gracias a calidad, innovación y tradición. Un ejemplo de esto son las empresas Agatha o Borgia, con amplia presencia en el mercado



BAGUE DOUBLYSHINE

Bague en argent, double jonc espacés, pavés de strass sur céramique.

89,00€



BAGUE ENTRELA

Bague, 2 fils ronds entrelacés.

75,00€



BAGUE MULTILOVE

S'il y a une bague à se faire offrir par son amoureux, c'est bien celle-ci.

120,00€




• BRACELET POMME •
par Agatha

Ref. 02470095-313-TU

Bracelet jonc plat et large. Diamètre : 6,8cm

Matière : Acier inoxydable

Couleur :  

[Guide des tailles](#)

69,00 €

Qté: 1 ▼

[Ajouter au panier >](#)

MES FAVORIS 

RÉSERVER EN BOUTIQUE 

LIVRAISON ET PAIEMENT ▼

RETOUR ET ECHANGE ▼

AIDE ET CONTACT ▼

Segmento de lujo

En cuanto a los productos de lujo, los consumidores del segmento prefieren las principales marcas a nivel mundial destacándose en el mercado francés como Hermés, Prada y Gucci. Sin embargo, también hay marcas exclusivas de bisutería en este segmento, como por ejemplo Swarovski y Frey Wille.

Grupo francés LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, dueño de varias marcas presentes en este mercado es el principal jugador en este segmento del mercado.

GUCCI

collier avec cristaux Swarovski et émail

description

- métal plaqué palladium
- pendentif mors
- émail rouge
- cristaux Swarovski vert d'eau et blancs
- Made in Italy
- fermoir

392751 | 6257 8645

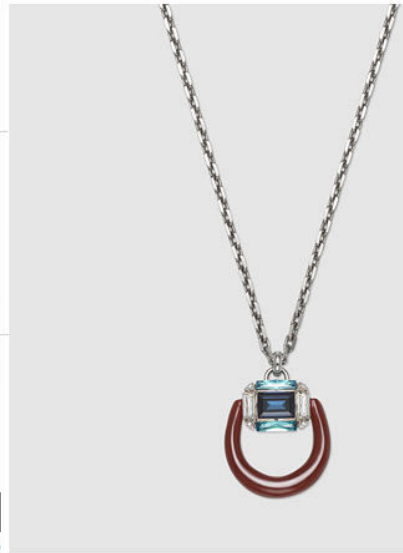
770€

votre sélection est disponible

livraison express gratuite et retour gratuit

ajouter à votre panier

ajouter à votre wish list trouver en boutique



Berluti

Céline

Christian Dior

Donna Karan

Edun

Emilio Pucci

Fendi

Givenchy

Kenzo

Loewe

Loro Piana

Louis Vuitton

Marc Jacobs

Nicholas Kirkwood



Las pulseras y los collares son los accesorios más comprados

Esto se debe a que tanto pulseras como collares son percibidos como accesorios de moda



Sin embargo, las ventas de aretes de fantasía han aumentado gracias a que son una opción más económica. Además, muchas marcas incluyeron aretes de fantasía dentro de sus colecciones, lo cual le permitió a los consumidores adquirir productos de calidad sin pagar el alto precio de la joyería.

Materiales diversos

Además, se destaca el uso de materias diversos como cueros, plástico, vidrios, acrílicos, conchas, madera, plumas, entre otros.



Colección de bisutería hecha de conchas exhibida en la de la feria francesa Bijorhca.



Dusky Halskette
EUR 599,00

BRACELET CERCLÉ DIVA



Collection
Floral Symphony
Bouquet of Dreams
890,00 €

SIZES: M, L
MATERIAL: ÉMAIL GRAND FEU, PLAQUÉ AU RHODIUM/PALLADIUM
GAMME: EDITION CLASSIQUE
CATÉGORIE: BRACELETS CERCLÉS

[Envoyer une demande](#)

[Nos boutiques](#)

Accesorios personalizados

Las consumidoras francesas están optando por accesorios personalizados, o que consideren que son únicos, lo cual ha privilegiado los diseños artísticos y extravagantes. Un ejemplo de esto es la marca Pandora, la cual se ha beneficiado de estas preferencias al permitirle al comprador crear los accesorios a su gusto a través de la selección de las piezas que van a componer cada joya.

VOUS AIMEREZ PEUT-ÊTRE AUSSI DERNIERS ARTICLES CONSULTÉS



€ 65,00 € 55,00 € 19,00 € 39,00 € 69,00



BRACELET JONC PANDORA
Article #590713

€ 59,00

+ GUIDE DES TAILLES

Choisissez votre taille Sélectionner ▼

Pulsera y accesorios por separado. Tienda Online de Pandora con cobertura den Francia

Marcas internacionales

Las consumidoras, especialmente del segmento medio han optado por preferir marcas internacionales como Swarovski, Pandora o Folli Follie.

AEGEAN HEART COLLAR

70,00 €

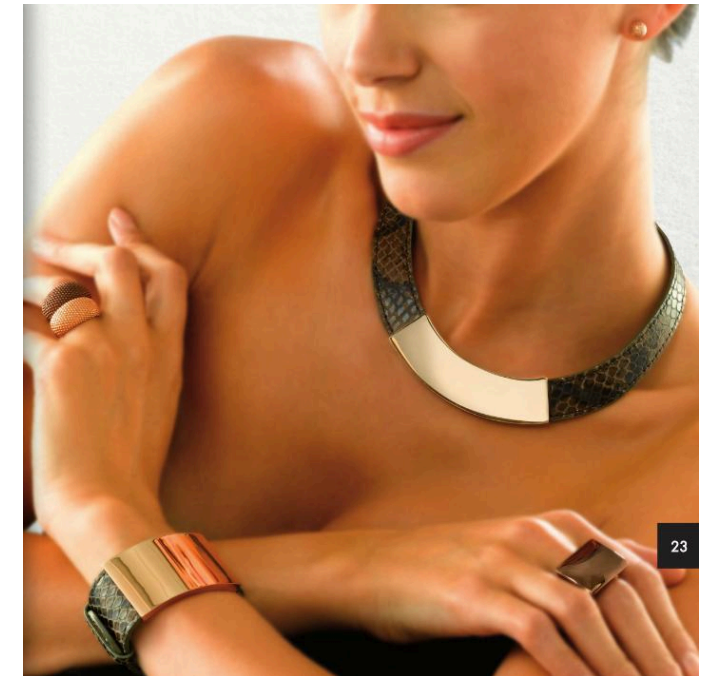


Folli Follie



Accesorios MAXI

Los accesorios voluminosos, especialmente collares han permanecido como tendencia en el mercado.

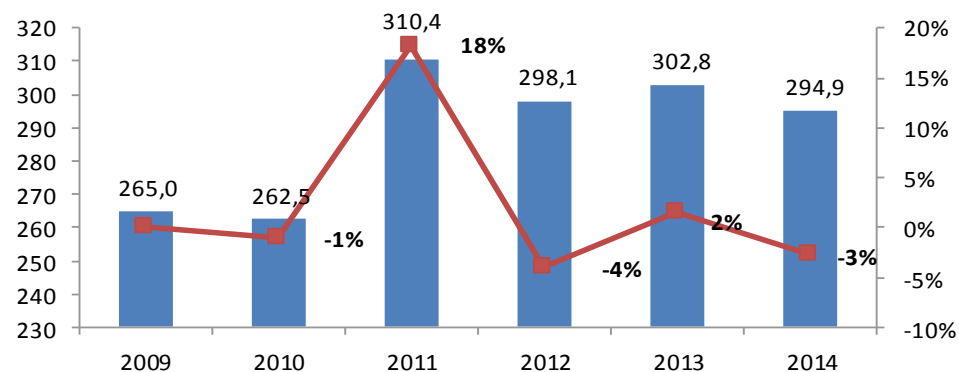


Producción

La industria local es de gran importancia en el mercado, especialmente en el segmento medio y alto.

La producción de joyería y bisutería tiene una amplia tradición en el mercado francés. En esta media, esta industria ha logrado mantenerse activa incluso a pesar de las tendencias de deslocalización de la producción en Europa. Esta tradición le ha valido a Francia para que sus productos de joyería, bisutería y relojes sean importantes productos de exportación. Alrededor del 25% de la producción de bisutería es destinada a la exportación.

Valor de la producción de bisutería en Francia
US\$ millones



Fuente: ECOSTAT, Franceclat. Principaux chiffres du secteur HBJO – Historique
France - Production, commerce extérieur et distribution - Années 1995 à 2014

Sin embargo, cabe resaltar que los artículos de bisutería del segmento masivo, incluso de marcas francesas si se ha deslocalizado a través del sourcing en otros países.

La gran competencia está afectando a las marcas locales

En 2014 se registraron 2.759 empresas productoras, 28 empresas menos que el año anterior.

La producción está concentrada principalmente en la región de Ile de France, en donde se encontraron el 35% de las empresas fabricantes en 2014, con 947.

Número de empresas productoras de joyería, bisutería y relojes en Francia por región, 2014

Provincia	Número de empresas
Ile de France	947
Rhône-Alpes	421
Provence-Alpes-Côte d'Azur	325
Alsace	53
Franche-Comté	55
Picardie	22
Pays de la Loire	96
Autres régions	812
Total	2.731

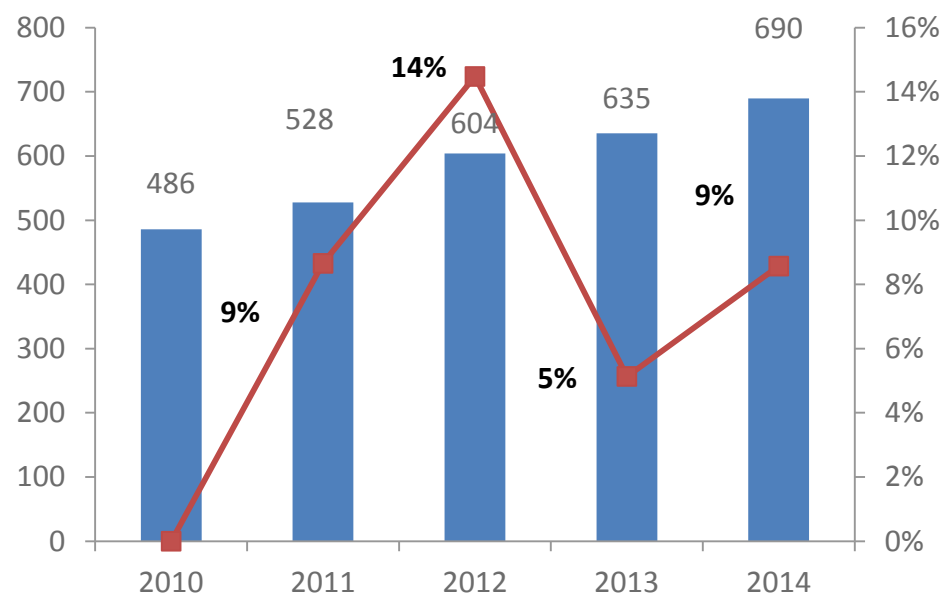
Fuente: Franceclat. La production française HBJO en 2014

Importaciones

Francia es el segundo importador de bisutería del mundo

Francia tuvo el **7% de las importaciones mundiales** de bisutería en 2014. El valor de las importaciones de bisutería de Francia ha mostrado una **tasa de crecimiento anual compuesta de 9%** entre 2010 y 2014 pasando de US\$486 millones en 2010 a US\$690 millones en 2014.

Importaciones de bisutería en Francia
US\$ millones



Fuente: Trade Map

Gran participación del segmentos masivo reflejada en proveedores asiáticos

China es el principal proveedor de bisutería de Francia con una participación del 36% de las importaciones totales.

Sin embargo, hay una gran participación de otros proveedores europeos como Alemania, Italia, Suiza, y Austria.

Algunos de estos proveedores europeos están mostrando tasas de crecimiento mayores.

Principales proveedores de bisutería a Francia
2014

No.	Países de origen	Valor import. 2014 US\$ millones	Part.% 2014	TCAC10-14
	Mundo	690	-	
1	China	251	36%	5%
2	Alemania	134	19%	21%
3	Italia	80	12%	19%
4	Tailandia	65	9%	7%
5	Suiza	30	4%	22%
6	Austria	26	4%	-4%
7	Hong Kong	11	2%	9%
8	España	11	2%	17%
9	India	10	1%	1%
10	Vietnam	9	1%	93%
11	Corea del Sur	7	1%	-2%
12	Bélgica	5	1%	-7%
13	Reino Unido	5	1%	-6%
14	EE.UU.	4	1%	25%
15	Filipinas	4	1%	-5%
-	Otros	40	6%	-

Fuente: Trade Map

El promedio de precio de los principales proveedores es mucho mayor al de China

El 66% de los productos de bisutería en términos de peso provienen de China. Estas importaciones tienen un valor por tonelada equivalente a un 55% del precio promedio.

Las importaciones de bisutería provenientes de Alemania e Italia tienen precios unitarios equivalentes al más de 5 y 3 veces más respectivamente.

Algunas de las grandes marcas también producen joyería en Asia.

Desde Latinoamérica hubo importaciones provenientes de Costa Rica con US\$843.000, Brasil por US\$818.000, con participaciones menores al 1%.

Colombia es el proveedor número 31 de bisutería de Francia.

Principales proveedores de calzado a Países Bajos
2014

Origen	2014	Import.	Part. %	Import.	Part. %
	Valor unitario, US\$/Toneladas	2014 US\$ millones		2014 Toneladas	
Mundo	78.929	690	-	8.736	-
China	43.732	251	36%	5.738	66%
Alemania	238.664	134	19%	560	6%
Italia	153.929	80	12%	518	6%
Tailandia	504.516	65	9%	128	1%
Suiza	237.312	30	4%	125	1%
Austria	79.272	26	4%	324	4%
Hong Kong	165.176	11	2%	68	1%
España	117.750	11	2%	92	1%
India	45.311	10	1%	228	3%
Vietnam	199.837	9	1%	43	0%
Corea del Sur	79.951	7	1%	82	1%
Bélgica	46.808	5	1%	104	1%
Reino Unido	58.785	5	1%	79	1%
EE.UU.	133.258	4	1%	31	0%
Filipinas	128.419	4	1%	31	0%
Otros	-	40	6%	585	7%

Canales de distribución

Diversificación de canales de distribución

Complementar líneas de ropa para marcas francesas u otras marcas en el mercado:

La tendencia de las marcas de ropa a incluir accesorios en sus colecciones tiene un impacto también en boutiques y otros outlets de moda.

Muchos almacenes independientes no necesariamente producen sus propias líneas pero sí han empezado a incluir líneas de accesorios como complemento a la ropa. Este tipo de cliente puede ser de interés en la medida en que le permite entrar al mercado con cantidades pequeñas y medir el desempeño del producto en el mercado.

Además, este tipo de cliente suele orientar al productor acerca de las preferencias del mercado, lo cual hace de este canal una excelente opción para quienes quieren empezar en el mercado francés.

Dependiendo del cliente, es posible que los productos sean vendidos bajo la marca de la boutique o la marca del exportador.

Diversificación de canales de distribución

Marca:

Las marcas dedicadas exclusivamente a la venta de bisutería y accesorios con fuerte presencia en el mercado francés tienen presencia en **varios canales de distribución**, pues tradicionalmente cuentan con sus propias tiendas a la vez que tienen presencia en tiendas por departamento y venden en línea a través de sus páginas web.

Actualmente las tiendas por departamento cuentan con zonas que son arrendadas a las marcas de bisutería y accesorios, en donde cada marca tiene su vitrina con sus productos y su material promocional.

En esta medida, la tienda por departamento no está asumiendo el costo de los productos sino que es la marca, ya sea a través de presencia propia o de un socio local o representante la que asume el riesgo.

Diversificación de canales de distribución

Las **ventas online** han aumentado su importancia en cuanto a artículos de moda en general, incluyendo la bisutería. En esta medida, tanto de moda en general como las especializadas en bisutería cuentan con páginas web propias a través de las cuales hacen venta directa.

Cabe resaltar, que existen marcas que sólo venden bisutería a través de la web. En esta medida, se puede decir que es posible tener presencia en el mercado sólo a través de ventas en línea. Sin embargo, esto requiere de una inversión a nivel de promoción del sitio web en el mercado.

Las ventas online de bisutería no sólo se hacen actualmente a través de las páginas de las marcas, sino también a través de las páginas de las tiendas por departamento o de los retailers como Zalando.

La venta de accesorios se ha ampliado a **otros canales no especializados** como es el caso de peluquerías. Sin embargo, debido a los bajos volúmenes y el carácter disperso de este tipo de canales, es preciso llegar a un distribuidor que haga la labor de comercialización en el mercado.

Un socio local es clave en la distribución

Los distribuidores son el canal por excelencia de las marcas pequeñas independientes provenientes de otros mercados.

Por lo general estos se especializan en un tipo de producto o segmento, como bisutería étnica, diseñadores y compran el stock, lo cual implica un menor riesgo para el exportador.

Además, los distribuidores tienen la capacidad logística que requieren las marcas medianas y grandes, las cadenas de retailers y algunas plataformas de venta en línea.

Normatividad

La legislación común de la UE es la que rige el comercio de bisutería en Francia. Las siguientes condiciones son establecidas por la UE.



<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>

Seguridad

1907/2006 EC Chemicals REACH

En lo referente a accesorios, esta legislación prohíbe el contenido de ciertas sustancias o ciertas sustancias en artículos de joyería.

Níquel y sus compuestos:

- Se prohíbe el contenido de níquel en artículos que vayan a ser introducidos en perforaciones como aretes o piercings, a menos que la migración del contenido de níquel no supere los $0,2 \mu\text{g}/\text{cm}^2/\text{semana}$.
- Se prohíbe el contenido de níquel en artículos en contacto con la piel, a menos que la migración del contenido de níquel no supere los $0,5 \mu\text{g}/\text{cm}^2/\text{semana}$. Por otra parte, este tipo de artículos se podrá comercializar en el mercado aunque contenga níquel, siempre y cuando cuente con una cubierta libre de níquel que garantice que la transmisión de este componente es equivalente o menos al límite de $0,5 \mu\text{g}/\text{cm}^2/\text{semana}$ por un periodo de uso normal de dos años.

Seguridad

Cadmio y sus compuestos:

- Las partes metálicas no pueden contener más de 0.01% (100mg/kg) de cadmio.

Plomo y sus compuestos:

- Se prohíbe la venta de artículos de joyería o bisutería que tengas un contenido de plomo igual o superior al 0,05 % del peso de la parte. Esto aplica también para las partes de joyería y bisutería vendidas por separado.
- Este requisito no aplica para las piezas de vidrio cristal, componentes internos de relojes (no en contacto con la piel), piedras preciosas y semipreciosas y esmaltes, definidos como mezclas vitrificables resultantes de la fusión, vitrificación o sinterización de minerales fundidos a una temperatura mínima de 500 °C.

Retardantes de llama:

- Se prohíbe el uso de los siguientes piretardantes de llama en textiles que estarán en contacto con la piel
 - ✓ Tris (2,3 dibromopropyl) phosphate (TRIS)
 - ✓ Tris (aziridinyl) phosphineoxide (TEPA)
 - ✓ Polybromobiphenyles (PBB)
 - ✓ PentaBDE

Seguridad

Otros componentes:

- Se prohíbe el uso de Di- μ -oxo-di-n-butilestaño-hidroxiborano hidrogenoborato de dibutilestaño C₈H₁₉BO₃Sn (DBB) si la concentración es igual o superior al 0,01 % en peso del metal.
- Se prohíbe el contenido de colorantes azoicos y tintes azoicos que puedan liberar más aminas aromáticas superiores a 30 mg/kg (0,003 % en peso) en textiles y artículos de cuero destinado a entrar en contacto con la piel. En el apéndice 8 de esta legislación se puede ver cuáles aminas están prohibidas.
- Se prohíbe la venta de artículos que contengan NP (C₆H₄(OH)C₉H₁₉) o NPEs (C₂H₄O)_nC₁₅H₂₄O)₁ en concentraciones de 0.1 % o más por masa.
- Los productos no pueden contener Contaminantes orgánicos persistentes

El comité profesional de desarrollo de la relojería, joyería y bisutería de Francia Francéclat publica en su página web las actualizaciones de la legislación relevantes para el sector. En le siguiente enlace se pueden ver las actualizaciones sobre legislación. <http://www.franceclat.fr/4-44-actualites.html>

Portal gratuito de la UE: <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>

Etiquetado

Actualmente no hay un requisito de etiquetado específico para la venta de artículos de joyería y bisutería.

Este tipo de producto debe cumplir con la legislación general de etiquetado de la UE. Esto implica que debe incluir mínimo la siguiente información:

Tipo de producto

Peso bruto y neto en kilos

Nombre y dirección del importador o del productor

Número de serie (lote)

La información debe poderse leer en el código de barras

Es posible que el comprador defina alguna otra información para poner en el etiquetado.

El país de origen es una información requerida en muchas ocasiones.

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>

Acuerdo Comercial Colombia - UE

Aranceles

El arancel base de los artículos de bisutería es de 4%. Gracias al acuerdo comercial de Colombia con la Unión Europea, los productos colombianos que cumplan origen bajo el marco de este acuerdo entrarán con cero arancel a la UE.

Norma de origen

Para los productos de bisutería (partida 7117), hay dos normas con las cuales se puede cumplir origen.

Por un lado, se puede cumplir si todos los materiales utilizados se clasifican en una partida diferente a la del producto.

Por otro lado, se puede cumplir si la fabricación se hace a partir de partes de metales comunes, sin platear o recubrir de metales preciosos, siempre que el valor de todos los materiales utilizados no exceda el 50 por ciento del precio franco fábrica del producto

Fuentes

TradeMap www.trademap.org

Export Help Desk <http://exporthelp.europa.eu/>

Euromonitor International <http://www.portal.euromonitor.com/>

ECOSTAT, Franceclat. <http://www.ecostat-franceclat.fr/>

Observatoire de la franchise <http://www.observatoirede lafranchise.fr/>

Comité Franceclat <http://www.franceclat.fr/>

Bijorhca Paris <http://www.bijorhca.com/>

Who's Next Paris www.whosnext.com

BOCI <http://www.boci.org/>

GRACIAS

GRACIAS
MERCI
THANK YOU
OBRIGADO
DANKE
TEŞEKKÜRLER
СПАСИБО
谢谢
ありがとう
감사합니다