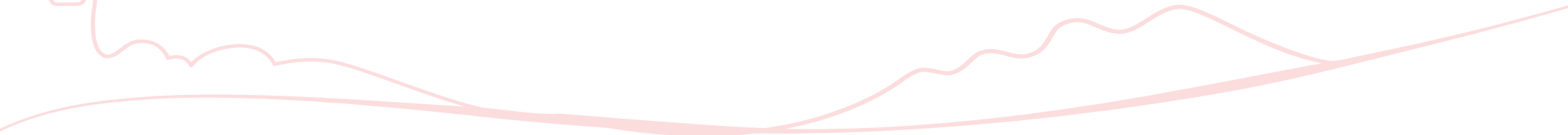




PRENDAS DE BEBÉ

Índice

01. <u>Características del producto</u>	06	08. <u>Cadena de Valor</u>	60
02. <u>Tamaño de mercado</u>	10	09. <u>Perfil del comprador</u>	63
03. <u>Análisis de la demanda</u>	21	10. <u>Actividades de promoción</u>	65
04. <u>Auditoría en tiendas</u>	28	11. <u>Oficinas y gremios</u>	67
05. <u>Atributo y percepción del producto</u>	36	12. <u>Fuentes de información</u>	68
06. <u>Condiciones de acceso al mercado</u>	37		
07. <u>Canales de comercialización y distribución</u>	50		



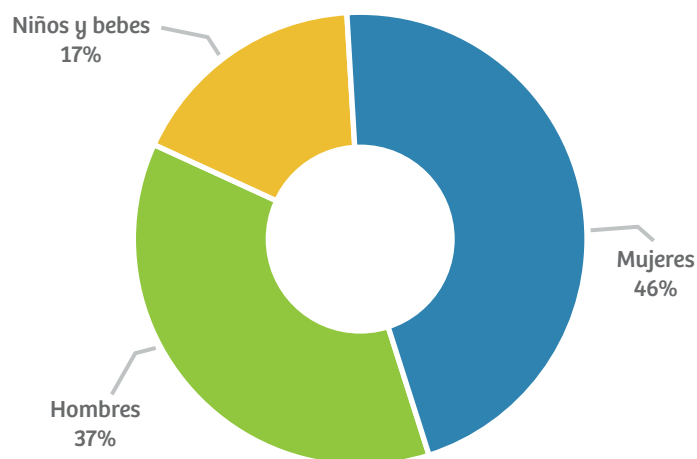
01

1. Características del producto

1.1. Descripción del producto

Las prendas para niños y bebés representan el 17% de las ventas totales de ropa en Francia.

Gráfico 1: Repartición del mercado vestimentario por tipo de clientes



Fuente: IFM (Instituto francés de la moda), FFPAPF (Federación francesa del prêt-à-porter femenino), 2017

La ropa para niños se diferencia en dos categorías:

- Las prendas para bebés y niños (0 – 2 años): Es un sector en buena salud,

muy deseado por las grandes marcas, y el sector de lujo del alta de gama. Ese mercado se caracteriza por el índice de natalidad, que viene siendo el más alto de Europa. Las materias

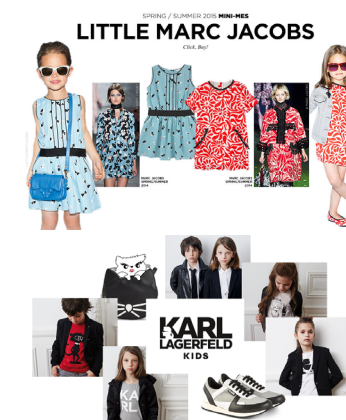
de esas prendas son variadas, y suelen ser confortables, sanas, y resistentes a los lavados. El algodón es mayoritariamente usado en esa industria, con un entusiasmo creciente para el algodón biológico, no tratado y teñido con tintas naturales.

- El mercado de prendas para niños (2-14 años) se diferencia del de los bebés, porque la manera de comprar es diferente y los gastos son menores. Las prendas para niños se componen esencialmente como la de las prendas para adultos: camisetas, camisas, vestidos, faldas, pantalones, shorts, etc. Las prendas de deporte constituyen también un segmento importante. Las materias de esas prendas suelen ser casi las mismas que las de la ropa para bebés. Esas prendas son esencialmente hechas para ser resistentes y agradables.

La ropa de alta gama para los niños se desarrolla también por marcas como Marc Jacobs, Boss, entre otros, que lanzaron sus colecciones para niños:

- Little Marc Jacobs,
- Boss enfant,
- Karl Lagerfeld kids, y otras.

Esas marcas hacen parte del CWF (children worldwide fashion).



1.2. Ficha técnica del producto

La ropa se puede clasificar según diferentes criterios: la marca, la materia, el género, y el lugar de fabricación. Ese criterio depende de muchas condiciones. Efectivamente, la fabricación de una prenda se distingue en 7 etapas:



many months®

Las prendas pueden tener diferentes usos, destacando las prendas térmicas que pueden servir para calentarse durante tiempos fríos o regular la temperatura durante el calor. Asimismo, pueden ser hechas con lana o fibras sintéticas, donde la lana usada es la lana merina, originaria de Australia, destacando los altos precios de los productos hechos en lana; aunque la ropa térmica hecha con fibras sintéticas es menos cara, pero presenta otros inconvenientes. Para los niños y los bebés, esas prendas térmicas se usan principalmente como ropa interior, y para proteger el niño del frío.

- La concepción,
- La cultura de la fibra (natural) o la creación de la fibra (artificial),
- La transformación de la fibra (limpieza, hilado etc.), y su tintura,
- El tejido, o el tejido de punto del hilo,
- La confección de la prenda,
- La finalización,
- El empaque.

Para que una prenda sea clasificada como "made in", basta que la confección o que la última transformación de la prenda sea hecha en el país, y que el costo de la fabricación hecho en el país represente más del 45% del valor añadido.

1.3. Usos y formas de consumo

Las prendas para niños se usan en forma final. Se ordenan en dos grupos:

Ropa exterior	Ropa interior
- Prendas de protección (abrigo, anorak, parka)	- Ligera (camisa, camiseta, biudí)
- Prendas femeninas (vestido, polera)	- Espesa (Pulóver, chaqueta de punto)
- Pantalón y jean	- Deporte (jogger, bañador)

Según la estación, se viste el niño con prendas gruesas o no. Las prendas están elegidas de acuerdo a la temperatura exterior, siendo el tejido muy importante en la elección. En efecto, los padres deben

tener cuidado con las materias de las prendas y privilegiar el algodón porque es el más confortable y suave. Además, éste absorbe mejor la transpiración.



02

2. Tamaño de mercado

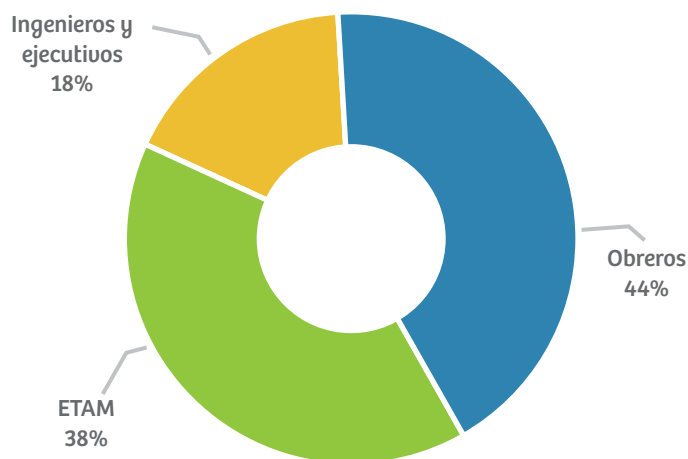
2.1. Producción local

En 2017, la producción de textil francés conoció un crecimiento de 1,4%. Esa industria textil representa un volumen de negocios de más EUR 13 miles de millones, y más de 60 000 empleos. Sin embargo, la balanza comercial francesa en el sector del textil es deficitaria. Efectivamente, las exportaciones representan unos EUR 8,9

miles de millones de EUR, mientras que las importaciones de textil suben hacia EUR 16,5 miles de millones.

Los perfiles de los empleados en la industria textil francesa se pueden clasificar en 3 categorías: los obreros, mayoritarios, los ETAM (empleados, técnicos, y los agentes de mando), y finalmente los ingenieros y los ejecutivos.

Gráfico 2: Efectivos por categoría de empleos



Fuente: Unión de las industrias textiles, 2017

Tan como las grandes firmas de ropa, las casas de alta costura suelen fabricar sus productos fuera de Francia. Efectivamente, algunas marcas que han lanzado sus colecciones para bebés y niños, como Givenchy, diseñan el producto en Francia, pero lo hacen fabricar en países donde la mano de obra es menos cara. Algunos productos tienen entonces la calificación de "made in france", aunque son hechos en otros países. En efecto, los procesos de confección y de finalización, hechos en Francia, son a veces suficientes para calificar el producto de "made in france".

Hay algunas marcas francesas de ropa para niños y bebés conocidas internacionalmente. Una de las principales es Petit Bateau, empresa francesa fundada en 1920 en Troyes. Tiene unos 4 000 empleados, y unos 1 100 de ellos trabajan en la región francesa de la Aube. En 1988,

Petit Bateau ha sido comprada por la marca francesa de cosmética Yves Rocher. Otras marcas muy conocidas son Jacadi y Cyrillus. Podemos sin embargo observar que esas 3 marcas son más orientadas hacia un público con un poder importante de adquisición. La ropa vendida por esa marca es una ropa de calidad, durable, pero no es accesible a todos.

2.2. Exportaciones del país de destino

En 2017, las exportaciones francesas de prendas para bebés (partida arancelaria: 6111.20) representaban unos USD 179,9 miles de millones y conocieron un crecimiento de 11,2%. El entusiasmo creciente para la "French Touch" impactó el sector de las prendas para niños.

Tabla 1: Principales países de exportación de Francia de prendas y complementos «accesorios» de vestir, de punto, de algodón, para bebés (exc. gorras) (Partida arancelaria 6111.20)

Principales países de exportación	Valores	2014	2015	2016	2017	2018
Italia	Valor en USD miles	40 584	34 549	32 179	36 323	33 234
	En toneladas	1 095	1 353	1 516	1 810	1 359
España	Valor en USD miles	32 524	30 979	26 991	30 791	39 042
	En toneladas	1 051	1 077	888	1 089	1 276
Bélgica	Valor en USD miles	26 551	22 329	24 178	24 868	23 934
	En toneladas	559	541	506	541	968
Alemania	Valor en USD miles	10 854	9 658	11 048	11 377	12 571
	En toneladas	195	262	217	220	255
Reino Unido	Valor en USD miles	10 463	10 784	11 136	11 270	11 128
	En toneladas	130	162	159	146	206
Total países	Valor en USD miles	184 045	163 102	161 740	179 942	189 123
	En toneladas	4 447	4 960	4 614	5 433	6 286

(Fuente: UN COMTRADE vía Trade Map, 2018)

* Estimación por UNSD (División estadísticas de Estados Unidos)

El primer cliente de Francia para la exportación de prendas para niños es Italia en términos de valor y de volumen. Se identifica un crecimiento en las exportaciones

de prendas para bebés de Francia en el 2017, excepto en Portugal, después de una ligera caída en 2016.

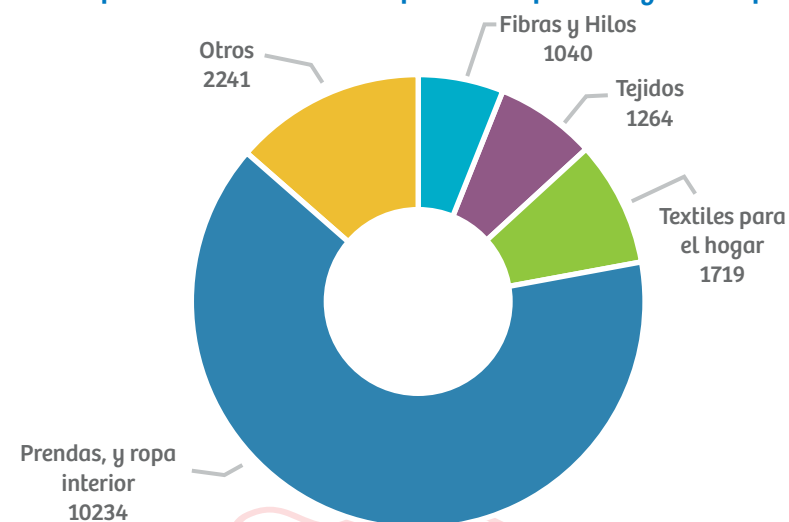
2.3. Importaciones del país de destino

La mayoría de la ropa vendida en Francia es importada. Los principales proveedores de prendas son China, Bangladesh, Turquía, India etc. En esos países, la mano de obra barata permite producir prendas a costo muy bajos, y entonces de proponer precios atractivos a los consumidores. Sin embargo, esos países no garantizan prendas de calidad, y las condiciones de trabajo de los obreros presentan denuncias frecuentes.

Italia también es un proveedor de ropa para Francia. Ese país exporta prendas, zapatos y bolsos de calidad, que se compran a precios más altos que la ropa originaria de Asia.

En 2017, las importaciones francesas de textiles representaban EUR 16,5 miles de millones (USD 18,7 miles de millones). En esas importaciones, las prendas representan más de la mitad del valor: EUR 10 234 millones.

Gráfico 3: Importaciones de textiles francesas por categoría de productos

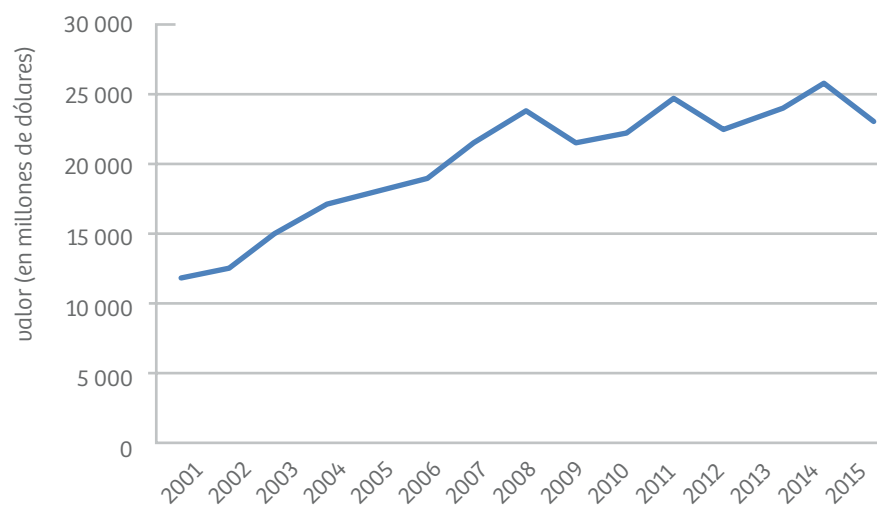


Fuente: Unión de las industrias textiles, 2017

También es importante indicar que la ropa infantil que se vende en Francia es básicamente de algodón, debido al tacto suave y «natural» de este material. Sin embargo, el algodón convencional puede contener ciertas sustancias tóxicas, como pesticidas, y productos químicos de los tintes utilizados. Por este motivo el algodón biológico es cada vez más utilizado en la fabricación de ropa infantil dirigida al

mercado francés. Además, se considera que el algodón orgánico es de mayor calidad que el convencional y mejor para el medio ambiente. Por lo tanto, es una alternativa mucho más atractiva para el creciente número de consumidores responsables. Finalmente, otra de las razones del éxito del algodón orgánico es que previene hipersensibilidad y alergias.

Gráfico 4: Importaciones francesas de ropa



Fuente: Perspective mode, 2018

Tabla 2: Principales países que exportan a Francia el producto cuyo número TARIC es: 6111.20 Prendas y complementos «accesorios» de vestir, de punto, de algodón, para bebés (exc. gorras)

Principales países de importación	Valores	2014	2015	2016	2017	2018
China	Valor en USD miles	251 608	224 590	187 807	172 869	162 078
	En toneladas	10 217	9 313*	8 443*	7 765*	7 108
Bangladesh	Valor en USD miles	51 898	59 801	64 517	72 359	84 282
	En toneladas	2 502	3 047*	3 205*	3 434*	4 058
India	Valor en USD miles	48 712	45 517	56 292	59 783	63 142
	En toneladas	1 921	2 053*	2 845*	2 988	2 633
Marruecos	Valor en USD miles	24 376	20 893	27 354	30 281	23 555
	En toneladas	781	761*	980*	1 100*	859
Camboya	Valor en USD miles	10 020	11 312	15 304	20 860	23 379
	En toneladas	436	528	739	1 056*	1 131
Total países	Valor en USD miles	491 586	451 872	435 056	453 785	463 439
	En toneladas	19 072*	20 389*	20 504*	20 744*	21 937*

Fuente: UN COMTRADE vía Trade Map, 2018

* Estimación por UNSD (División estadísticas de Estados Unidos)

Los principales países de importación se sitúan en el continente asiático, donde la mano obra es más barata que en otro lugar.

2.4. Importaciones desde Perú y principales competidores

Perú ocupó el puesto Nro. 34 en el ranking de proveedores franceses de estos artículos, siendo así el primer proveedor a nivel de Latinoamérica.



Tabla 3: Importaciones desde Perú de los productos cuyo número TARIC es 6111.20 Prendas y complementos «accesorios» de vestir, de punto, de algodón, para bebés (exc. gorras)

País de importación	Valores	2014	2015	2016	2017	2018
Perú	Valor en USD miles	121	38	58	73	53
	En toneladas	1	<1	1	1	0

Fuente: Dirección general de las aduaneras y de los derechos indirectos de Francia via TradeMap

Las exportaciones peruanas de prendas de vestir para bebés, de algodón han tenido como principal mercado de destino, durante el último quinquenio, a Estados Unidos, que en 2014 sumaron USD 18 millones. Otros mercados importantes fueron Chile, Venezuela, Ecuador y Argentina, con montos que fueron desde 3 millones hasta USD 1 millón. En el caso

de los envíos de este producto hacia el mercado francés, se han incrementado en 2017 alcanzado USD 73 mil.

La tradición en el textil peruano data de la época ante los incas, y es apoyada por el cultivo de fibras de calidad excepcional, como el algodón y la alpaca. La producción de textil y de ropa ha evolucionado en

la técnica y en los diseños, lo que permitió a esos productos de ser de alta calidad, y de orientarlos para las exportaciones. Además, esas fibras naturales, y especialmente la alpaca, tienen propiedades hipoalérgicas, y son entonces buenos materiales para la ropa de niños y bebés.

El Perú todavía no es un actor mayor en el sector de la ropa para niños y bebés francesa. Sin embargo, la capacidad del Perú para producir ropa de calidad, con materias naturales y con muchas propiedades, como la alpaca, podría convertirlo en un proveedor de ropa infantil en Francia, y especialmente para unos consumidores con poder adquisitivo dispuestos a pagar un poco más por productos de calidad que no presenten riesgos para el niño o el bebé.



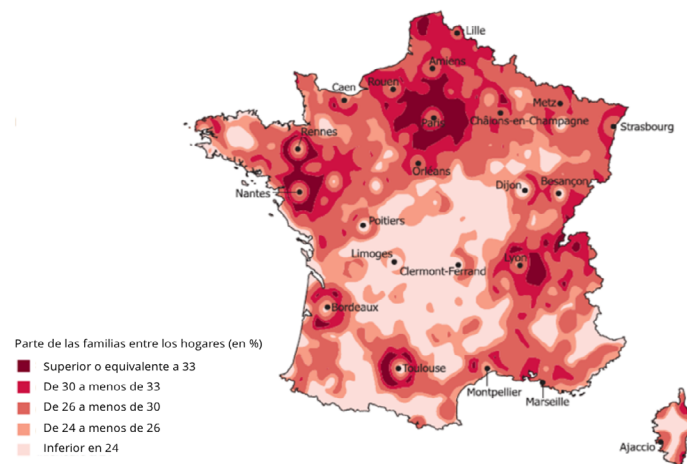
2.5. Regiones y sectores de mayor demanda

Hoy, gracias a los progresos de los métodos de contracepción y de la visión de la mujer, las mujeres suelen tener hijos más tarde que antes. Generalmente, las madres que viven en regiones que ofrecen más perspectivas de empleo tienen hijos más tarde que las madres que viven en regiones menos dinámicas económicamente. Efectivamente, en las Islas de Francia, una mujer tiene su primer hijo alrededor de 31,7 años, mientras que, en el Nord Pas de Calais, tiene su primer hijo alrededor de 29,8.

Sin embargo, el índice de nacimiento es también más alto en esas regiones más dinámicas, lo que se explica por la presencia de una población más joven.

Según el instituto de estadísticas francés, en 2016 había 28,3 millones de hogares y 8 millones de familias con un niño menor de edad en Francia, lo que representa un ratio medio de 28 familias para 100 cien hogares. La mayoría de esas familias (84%) viven en grandes áreas urbanas, en periferia de los centros urbanos.

Mapa 1: Porcentaje de las familias entre los hogares en Francia



Fuente: INSEE, Instituto Nacional de Geografía, 2016

Se observa en el mapa que el porcentaje de familias se concentra alrededor de las grandes ciudades de Francia tales como París, Nantes, Bordeaux Toulouse o Lyon. Se puede considerar que son las regiones donde la demanda es más intensa.



2.6. Análisis de la competencia

En el mercado francés, hay mucha competencia entre las empresas del sector. A la gente le interesa cada vez más saber lo que consumen y por eso las certificaciones son importantes.

Tabla 4: Lista de algunas empresas competidoras

Empresa (datos y web)	Función	País	Característico del producto	Certificación
MON PLUS BEAU JOUR 35 avenue du Dr Arnold Netter 75012 Paris - France https://www.baby-surprise.com/fr/	Productor y vendedor	Francia	Prendas y accesorios (peluche, juegos para bebés)	-
Le Papa de Jojo SAS 68, bud de la République 92100 BOULOGNE-BLLT - France https://www.papadejojo.fr/	Productor y vendedor	Francia	Prendas para niños	OEKO-TEX
Sun City 25, avenue du Bois de la Pie 93290 Tremblay-en-France - France https://www.suncity-fashion-group.com/fr	Productor y vendedor	Francia y Asia	Prendas para niños con licencia (Disney, Marvel, Pokémon...)	REACH, OEKO-TEX
Ma Peluche Panda 10, rue Louis Pasteur 29200 BREST - France https://peluchepanda.fr/	Importador y distribuidor	Tejido: Corea del Sur Fabricación: Francia	Prendas y accesorios sobre el tema del oso panda	-
Kiddy Stores 159 Avenue Victor Hugo 93300 Aubervilliers - France https://www.kiddystores.fr/fr/	Mayorista	Francia	Prendas para hombres, bebés y niños y accesorios con licencia	-
MAIA'S COMPANY LIMITED - Funky Giraffe 105 route des Pommiers 74370 Saint Martin Bellevue - France https://funkygiraffe.fr/	Distribuidor	Reino Unido	Prendas para niños	OEKO-TEX

03

Empresa (datos y web)	Función	País	Característico del producto	Certificación
Minabulle 16, Montseruet, 36140 Crevant - France https://minabulle.com/	Vendedor	Francia y Portugal	Prendas para niños	Algodón biológico
Kidikado 8 rue Nationale, 95490 VAUREAL - France Tel: +33 (0)9 51 84 97 34 https://www.kidikado.fr	Vendedor	Francia	Prendas para niños	OEKO-TEX
Brindilles 6 Rue Beffroy, 92200 Neuilly-sur-Seine - France Tel : +33 (0).69.92.19.20 https://www.brindilles.fr	Vendedor	Francia	Productos para bebés (prendas, salud...)	-



3. Análisis de la demanda

3.1. Perfil de la demanda del consumidor

Las materias naturales y respirantes como el lino o el algodón son las más adaptadas para los bebés y los niños. El mejor tejido es el algodón puro o las lanas finas, que son materias agradables para la piel y que no van a irritar la piel del bebé. Ahora, muchas marcas proponen algodón biológico, o lanas puras. Los consumidores intentan comprar esos productos de calidad, pero no tienen todos los recursos para comprarlos. Algunos deben entonces comprar productos hechos con materias sintéticas, que pueden dar alergias o irritaciones a los bebés, pero que son más accesibles.

La simplicidad y la comodidad de la ropa es también un criterio importante para los compradores. Lo práctico es la palabra clave para la ropa de niños y bebés. Los corchetes a presión o los nudos son generalmente más apreciados por los padres que los botones o las cremalleras. Los enterizos (pijamas que envuelven totalmente al bebé) son también apreciados por los padres, especialmente para los niños de pecho.

Un criterio importante para la ropa de niños y de bebés es también la resistencia. Efectivamente, los movimientos de los niños son

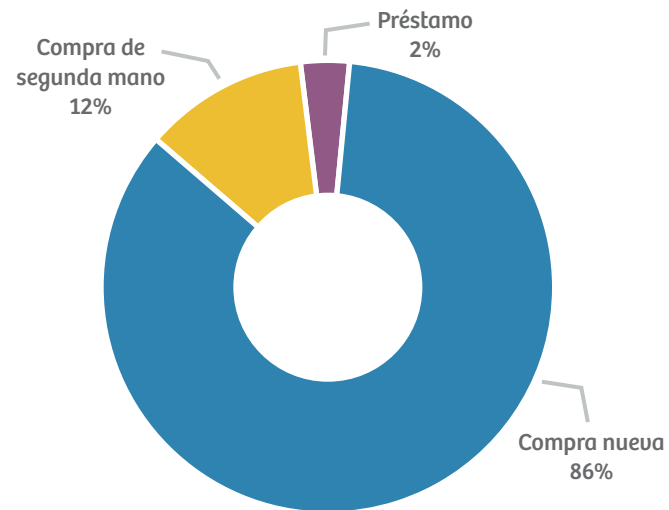
susceptibles de romper las prendas que llevan, entonces materias resistentes son necesarias y pedidas por los consumidores, que quieren comprar ropa resistente.

Los colores generalmente comprados para la ropa de niños y bebés son generalmente colores simples y pálidos. El azul todavía predomina para los niños, mientras que los padres prefieren comprar ropa rosada para sus hijas.

Para los niños más grandes, la ropa comprada por los padres no es muy diferente de la suya: camisetas, camisas, faldas, pantalones, entre otros. Además, una nueva tendencia consiste en vestir su niño como sí mismo. Esa tendencia crece tanto más cuanto que las celebridades se muestran en las redes sociales, con su ropa combinada con la de sus hijos. Los ejemplos más famosos son Kim Kardashian, Beyoncé, y muchos otros.

Además, la demanda de los hogares está evolucionando frente a las tensiones sobre el poder adquisitivo y la preocupación medioambiental. Por eso, los hogares optan cada vez más por solucionar de consumo alternativo tales como la ropa de segundo mano, el alquiler, el trueque, reparto y donación.

Gráfico 5: Reparto de la procedencia de las prendas para niños

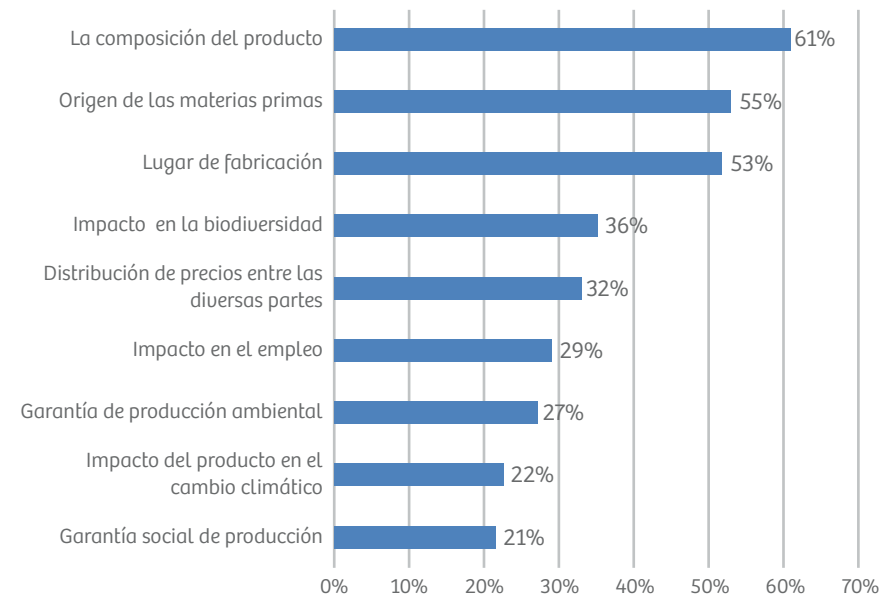


Fuente: Crédoc, encuesta de consumo de 2011 (más reciente)

En el mercado de la ropa para niños, la compra nueva era la más común en 2011 y la compra de segunda mano no es muy desarrollada. Sin embargo, según un estudio de 2014 de mismo organismo, el 60% de las madres jóvenes compraron de segunda mano para sus niños. Este sistema permite evitar la producción masiva de prendas y la limitación de las pérdidas.

Este cambio de hábitos interviene al mismo tiempo que una toma de consciencia general sobre el tema del medio ambiente. La empresa Ética Greenflex en 2016 ha destacado esta tendencia global.

Gráfico 6: La necesidad francesa de información sobre los productos que consumen



(Fuente: Ethicity – GreenFlex, 2016)

Después de la composición de los productos que es importante para el 61% de los encuestados, el origen de las materias primas y el lugar de fabricación llegan casi en igualdad. El cuestionario se prosigue en este sentido ya que el 49% de los franceses consideran que comprar local es un medio de consumir de otro modo. Además, el 85% de los encuestados privilegian las empresas que han preser-

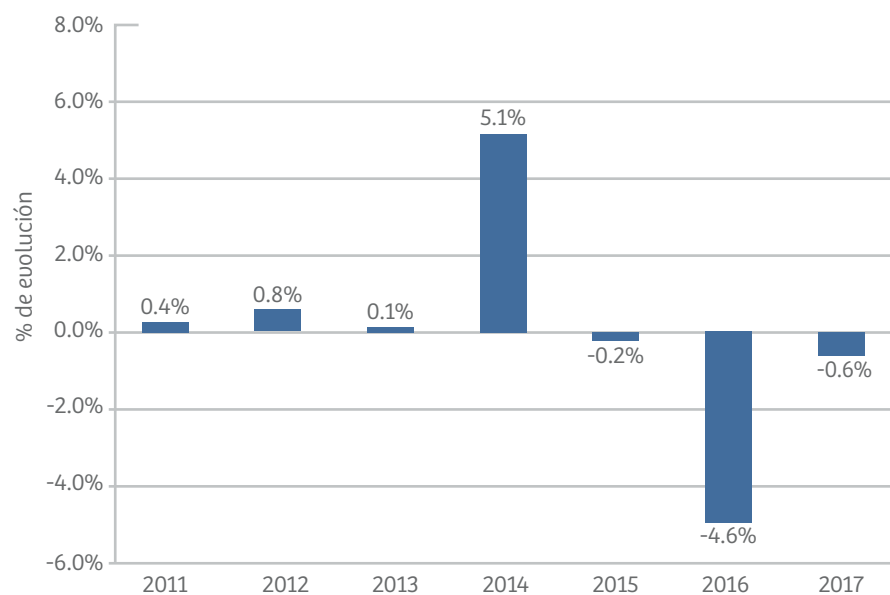
uado una implantación (establecimiento) local. Así, los consumidores desean comprar mejor pero no en detrimento de otros. Según la fundadora de Ethicity, las lógicas de compras son más hedonistas, pero contribuyendo al bienestar general. La noción de precio disminuyó por otro lado, el dinero no es más un criterio que determina el acto de compra, incluso hasta en los hogares modestos.

3.2. Análisis de tendencias

El número de nacimientos está bajando desde hace cuatro años consecutivos (-2,1%). Esta reducción se explica en parte por la disminución de las mujeres que

procrean (entre 20 y 40 años) y también por la disminución de la fecundidad de las mujeres entre 25 y 29 años. En la misma tendencia, el número de niños entre 0 – 14 años está disminuyendo.

Gráfico 7: Evolución de la población de niños entre 0 y 14 años en Francia



Fuente: INSEE (Instituto Nacional de la estadística y de los estudios económicos), 2017

Así, la demanda de prendas para niños sigue la tendencia del público meta. Se puede observar una desaceleración de la caída de la población entre 0 y 14 años entre 2016 y 2017.

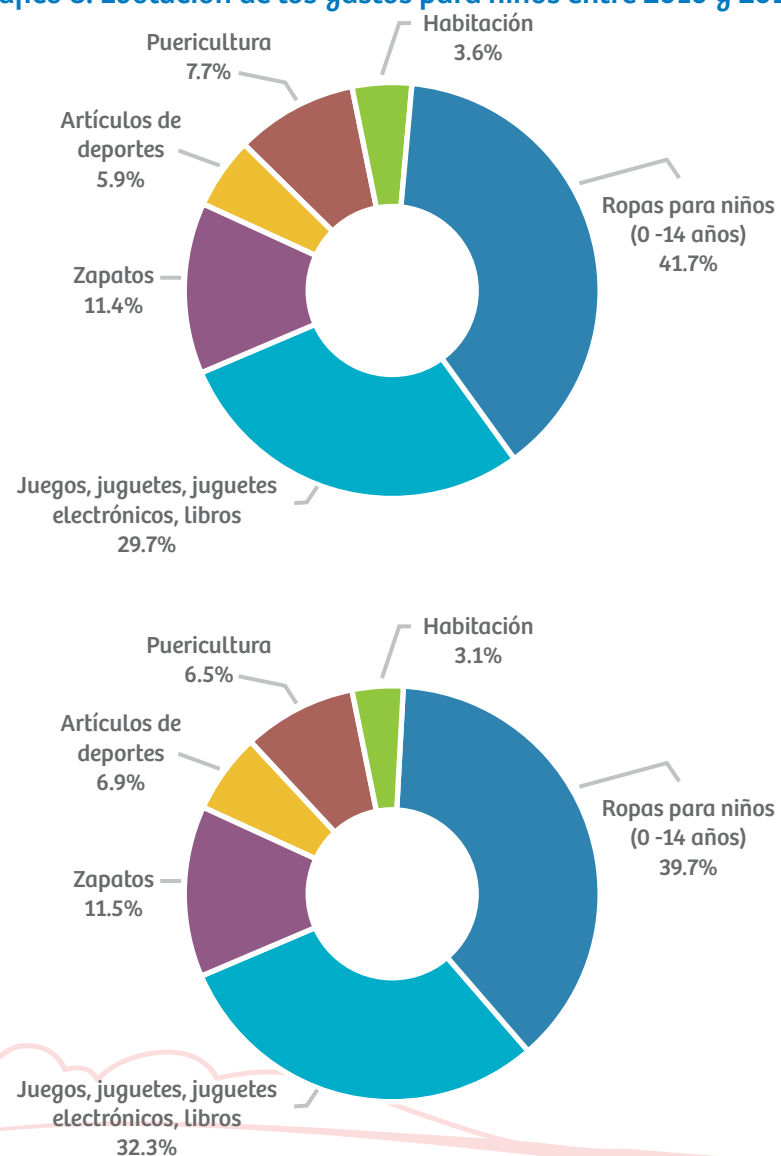
Entre 2013 y 2016, el crecimiento del prêt-à-porter para niños es muy variable según el año. Aunque en 2016 la facturación disminuyó de 2%, el instituto de estudios Xerfi prevé una crecida en 2017 y 2018. Entre los canales de distribución, las tiendas especializadas realizan las

mejores facturaciones (2017: +2% y 2018: +2,5%)

Los independientes tienen dificultad en el mercado del prêt-à-porter. En efecto, no se observa una evolución positiva de sus facturaciones desde 2013. Por una parte, se explica por la ofensiva de los líderes del mercado y por otra parte por el desarrollo de la venta por Internet que propone precios muy bajos con respecto a sus precios.



Gráfico 8: Evolución de los gastos para niños entre 2010 y 2015



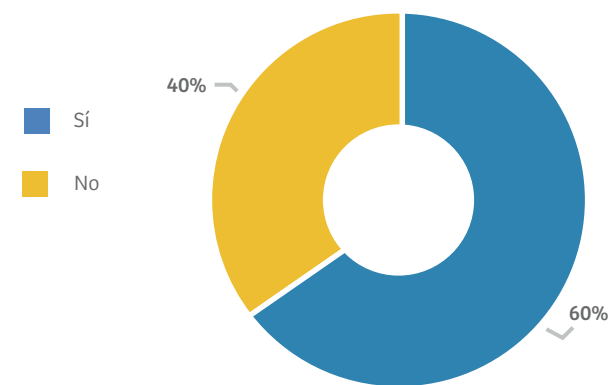
Fuente: INSEE, organismos profesionales, 2015

En Francia, el primer puesto de gastos dedicado a los niños es la ropa que representa más de un tercio de los gastos totales. Este puesto es particularmente sensible cuando hay una crecida o una bajada del poder de consumo. Pero disminuyó entre 2010 y 2015 del 2% frente a otros puestos tales como los ocios (juegos, tabletas, videoconsolas, libros: +2,5%). Sin embargo, se debe atenuar los resultados porque hoy en día, los nuevos ocios tales como las tabletas y videoconsolas son más caros que antes.

3.3. Percepción del producto peruano

El instituto Territoires & Marketing condujo una encuesta en el 2018 (del 7 de febrero hasta el 13 de febrero) sobre 298 personas que representaron la población francesa.

Gráfico 9 : Respuesta a la pregunta:



Fuente: Territoires & Marketing, 2018



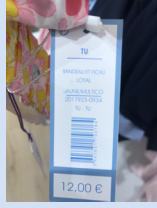
De manera general, los franceses presentan cuidado con el origen de la ropa que compran (el 60%). Es 20% de menos que la misma pregunta sobre la procedencia de los productos alimentarios. Además, el 47% de los entrevistados

compran prendas para niños y 15% al menos una vez por mes. Por fin, el 58% de los entrevistados gastan entre EUR 10 y 25 en cada compra. Si el producto procede de Perú, los entrevistados están dispuestos en pagar el mismo monto.

04

4. Auditoria en tiendas

Empresa comercializadora		Empresa Proveedora						Formato (Imagen del Producto)
Canales de Comercialización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web/ Marca)	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extranjera - país)	Certificaciones	
Hipermercado	Centre Commercial Valdoly, 8 Rue de la Longueaie, 91270 Vigneux-sur-Seine https://www.auchan.fr/magasins/montgeron-vigneux/sl-178	SNC Organisation Intra-groupe des achats (marca : Disney Sahinler) 200 rue de La Recherche, Le Colibri 59650 Villeneuve-d'Ascq	100% algodón	Unidad	EUR 9,99	-	-	
		SNC Organisation Intra-groupe des achats (marca : In Extenso) 200 rue de La Recherche, Le Colibri 59650 Villeneuve-d'Ascq	100% algodón	Unidad	EUR 8,99	Myanmar	-	
		Petit Bateau BP 525 10081 Troyes https://www.petit-bateau.fr/	100% algodón	Unidad	EUR 17,99	-	OEKO-TEX*	
	72 Avenue Jean Jaurès, 91230 Montgeron http://www.e-leclerc.com/montgeron	CS 10020 94859 Iury-sur-Seine https://collection.tissaia.leclerc/univers/bebe/	100% algodón	Unidad	EUR 7,95	-	Biológico	

Empresa comercializadora		Empresa Proveedora						Formato (Imagen del Producto)
Canales de Comercialización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web/ Marca)	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extranjera – país)	Certificaciones	
Hipermercado	110 Avenue de la République, 91230 Montgeron https://www.magasins-u.com/superu-montgeron	Coopérative U Enseigne 20 Rue d'Arcueil, 94150 Rungis	100% algodón	Unidad	EUR 6,90	India	-	
Tienda especializada en ropa para niños	CC CARRE SENART, 3 Allée du Préambule, 77127 Lieusaint https://www.jacadi.fr/	Jacadi 25 rue Louis Le Grand 75002 Paris	95 % algodón, 5% elastano	Unidad	EUR 39	China	-	
			100% algodón	Unidad	EUR 35	Vietnam	-	
			100% algodón	Unidad	EUR 12	Madagascar	-	

Empresa comercializadora		Empresa Proveedorora						Formato (Imagen del Producto)
Canales de Comercialización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web/ Marca)	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extranjera – país)	Certificaciones	
Tienda especializada en ropa para niños	CC CARRE SENART, 3 Allée du Préambule, 77127 Lieusaint https://www.jacadi.fr/	Jacadi 25 rue Louis Le Grand 75002 Paris	100% algodón	Unidad	EUR 39	Madagascar	-	
	CC CARRE SENART, 3 Allée du Préambule, 77127 Lieusaint	Jacadi 25 rue Louis Le Grand 75002 Paris	80 EUR algodón, 20% poliéster	Unidad	EUR 45	China	-	
			https://www.jacadi.fr/	Unidad	EUR 99	China	"Made from recycled plastic bottles"	
	Centre Commercial Carré Sénart, 77127 Lieusaint https://www.okaidi.fr/	75002 Paris	100% algodón	Unidad	EUR 11,99	Bangladesh	Act for Kids	

Empresa comercializadora		Empresa Proveedora						Formato (Imagen del Producto)
Canales de Comercialización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web/ Marca)	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extranjera – país)	Certificaciones	
Tienda especializada en ropa para niños	Centre Commercial Carré Sénart, 77127 Lieusaint https://www.okaidi.fr/	75002 Paris	80% algodón, 20% poliéster	Unidad	EUR 16,99	China	-	
			100% algodón	Unidad	EUR 14,90	-	-	
	Petit Bateau Carré Sénart BP 525 10081 Troyes https://www.petit-bateau.fr/	Petit Bateau BP 525 10081 Troyes https://www.petit-bateau.fr/	80% algodón, 20% poliéster	Unidad	EUR 39,90	-	-	
			100% algodón	Unidad	EUR 15,90	-	OEKO-TEX	

Fuente: Auditoria en tiendas Territoires & Marketing, diciembre 2018

*OEKO – TEX: es un sistema prueba y de certificación estandarizado a nivel mundial para todos los productos textiles en bruto, semiacabados y terminados en todas las etapas de procesamiento.

05

5. Atributo y percepción del producto

Las prendas para niños son indispensables en toda la familia. Como se explicó, existen varios tipos de prendas tanto para niños o adultos. Además, este mercado es muy sensible porque es correlacionado a las fluctuaciones de la natalidad. El mercado del prêt-à-porter para niños puede organizarse en dos partes:

- Las prendas para bebés (0 – 2 años)
- Las prendas para niños (2 – 14 años)

Por una parte, se utilizan de manera general materias primas como el algodón porque es cómodo y práctico. Además, el segmento del algodón orgánico está creciendo. Para seguir la tendencia e influencia del “bien comer” y del bienestar,

los franceses privilegian los productos orgánicos porque tienen más confianza en ellos. Esta tendencia se ve en las tiendas especializadas porque desarrollan cada vez más colecciones con algodón orgánico.

Por otra parte, la venta de prendas de segunda mano se desarrolla cada vez más. En efecto, algunos especialistas de Internet eligen este modo para vender sus productos. Por ejemplo, la franquicia especializada Petit Bateau desarrolló una plataforma para permitir a los padres de vender e intercambiar sus prendas de la marca Petit Bateau.



06

6. Condiciones de acceso al mercado

5.1. Aranceles, tributos aduaneros e impuestos

Cuando una empresa compra productos al por mayor fuera de la Unión Europea, debe pagar los derechos de aduana y el impuesto al valor agregado (IVA). Los derechos de aduana son impuestos gravados sobre un producto importado cuando pasa a través de la frontera. Estos derechos pueden ser fijos o representar un porcentaje del precio (es decir, derechos ad Valorem). Se calculan sobre el valor en aduana, incluido el costo de compra de los bienes, el seguro y el transporte hasta el destino.

Dicho de otro modo:

Derechos de aduana: tasa (en porcentaje) * valor en aduana

Valor en aduana: valor del producto + costo del transporte + seguro.

Los derechos de importación en la Unión Europea no están disponibles para los códigos TARIC: 6111200000 – Prendas y complementos “accesorios” de vestir, de

punto, de algodón para bebés (exc. gorras) y 6111000000 – Prendas y complementos “accesorios” de vestir, de punto, para bebés (exc. gorras) vía nuestra fuente: Trade Helpdesk.

Sin embargo, si un país extranjero quiere exportar un producto textil en un país de la Unión Europea, debe respetar las condiciones siguientes:

Etiquetado

Solo los productos textiles que están etiquetados, marcados y acompañados de documentos comerciales de conformidad con el Reglamento (UE) n°1007/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-272 18/10/2011) (CELEX 32011R1007) pueden comercializarse en el mercado de la UE. El principal objetivo del Reglamento es garantizar que los consumidores, al comprar productos textiles, reciban una indicación precisa de su composición de fibra.

Definición del producto

El Reglamento se aplica a los productos textiles definidos como cualquier producto en bruto, semi trabajado, trabajado, semi

manufacturado, manufacturado, semiacabado o confeccionado que se compone exclusivamente de fibras textiles, independientemente del proceso de mezcla. Además, los siguientes productos son tratados como productos textiles:

- Productos que contengan al menos 80% en peso de fibras textiles;
- Revestimientos de muebles, sombrillas y sombrillas que contengan al menos el 80% en peso de productos textiles;
- Los componentes textiles de la capa superior de recubrimientos de piso multicapa, recubrimientos de colchones y recubrimientos de artículos para acampar,
- Productos que incorporan componentes textiles y que forman parte integrante del producto, donde se deben especificar las composiciones.

El Reglamento no se aplica a productos personalizados fabricados por sastres autónomos.

Requisitos de etiquetado y marcado

Requisitos generales

Al colocar un producto textil en el mercado, el fabricante, distribuidor o importador debe garantizar el suministro de la etiqueta o marca que indica la composición de la fibra del producto.

La información debe ser precisa, no engañosa y fácilmente inteligible. La etiqueta o marca debe ser duradera, fácilmente legible, visible, accesible y, en el caso de una etiqueta, adherida de forma segura. Además, se proporcionará en el idioma o idiomas oficiales del Estado miembro en el que el producto se ofrece al consumidor.

La información proporcionada en las etiquetas no debe contener abreviaturas, excepto los códigos de procesamiento mecanizado, o cuando las abreviaturas se definen en las normas internacionales.

Requisitos específicos

- Solo los productos textiles compuestos exclusivamente por la misma fibra pueden etiquetarse o marcarse como «100%», «puro» o «todos».
- Los productos textiles de múltiples fibras deben estar etiquetados o marcados con el nombre y el porcentaje en peso de todas las fibras constituyentes en orden descendente. Las fibras que aún no figuran en el Anexo I de este reglamento o las fibras que representan menos del 5% del peso total, pueden designarse como «Otras fibras», inmediatamente precedidas o seguidas de su porcentaje total en peso.
- El producto textil que contiene dos o más componentes textiles que tengan

diferentes contenidos de fibra textil deberá llevar una etiqueta o marcado que indique el contenido de fibra textil de cada componente.

- Las fibras decorativas y las fibras con efecto antiestático que no excedan el 7% y el 2%, respectivamente, del peso del producto están excluidas de la indicación del contenido de fibra.
- La presencia de partes no textiles de origen animal debe estar marcada como «Contiene partes no textiles de origen animal» en el etiquetado o marcado.
- Para los productos textiles cuya composición de fibra es difícil de determinar, se pueden usar los términos

«fibras mixtas o composición textil no especificada».

- El Anexo IV del reglamento contiene disposiciones especiales para el etiquetado y marcado de ciertos productos textiles (productos de corsetería, textiles bordados, etc.).

Nombres autorizados

Solo las fibras que se enumeran en el Anexo I del Reglamento pueden utilizarse para la descripción de la composición de las fibras:

Tabla 5: Fibras autorizadas según su denominación

1	lana (f.)
2	Alpaca (m.), Lama (m.), Camello (m.), Cachemira (m.), Mohair (m.), Angora (m.), Vigogne (h.), Yack (m.), Guanaco (m.), cashgora (m.), castor (m.), nutria (f.), estén o no precedidos por la palabra «lana de» o «cabello de»
3	Cabellos (m.) O crin (m.) Con o sin indicación de especies animales (p. Ej., Cabras de ganado, cabras de cabra, crin)
4	De seda (f.)
5	Algodón (m.)
6	Capoc (m.)
7	Lino (m.)
8	Cáñamo (m.)

Fuente: Acceso al derecho europeo, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A32011R1007>

Los fabricantes pueden solicitar a la Comisión que agregue un nuevo nombre de fibra textil a esta lista. La solicitud debe incluir un archivo técnico compilado de acuerdo con los requisitos del Anexo II.

El uso de los siguientes nombres está sujeto a ciertas condiciones:

- El término «unión de la ropa de algodón» se reserva para los productos que tienen una urdimbre de algodón puro y una trama de lino puro, en la que el porcentaje de lino representa no menos del 40% del peso total de la tela. Este nombre debe ser acompañado de la especificación de la composición «urdimbre de algodón puro - trama de lino (o lino) puro».
- Los términos «lana virgen» o «lana polar» se pueden usar solo para productos compuestos exclusivamente de una fibra que:
 - no ha sido previamente parte de un producto terminado,
 - no ha sido sometido a ningún proceso de hilado y / o fieltro que no sean los requeridos en la fabricación de ese producto,
 - no ha sido dañado por tratamiento o uso.

Estos nombres pueden usarse para describir mezclas de fibras sujetas a ciertas

condiciones. La composición porcentual completa debe rellenarse en tales casos. En algunos casos, pueden permitirse pequeños porcentajes de fibras extrañas.

Alternativas de etiquetado

Solo los productos destinados a la venta al consumidor final deben estar etiquetados. Para otros productos el etiquetado o marcado puede ser reemplazado o complementado por los documentos comerciales que lo acompañan. En el caso de los productos textiles enumerados en el anexo VI del Reglamento, la etiqueta puede sustituirse por una etiqueta inclusiva, cuando sean del mismo tipo y composición de fibra. Los productos vendidos por el medidor deben estar etiquetados solo en la pieza o rollo que se ofrece para la venta.

Vigilancia del mercado

Las autoridades de vigilancia del mercado verificarán la conformidad de la composición de fibras de los productos textiles con la información suministrada de acuerdo con los métodos de análisis establecidos en el anexo VIII del Reglamento. Cuando se establece y se prueba los porcentajes de fibra, es necesario aplicar las tolerancias acordadas pertinentes establecidas en el Anexo IX del Reglamento a la masa anhidra de cada tipo de fibra.

El Reglamento permite algunas tolerancias entre la composición de fibra indicada y los porcentajes obtenidos después del análisis.

Los elementos enumerados en el Anexo VII (por ejemplo, partes no textiles, botones, accesorios, decoraciones ...) no se tendrán en cuenta para la determinación de la composición de la fibra.

Legislación

Reglamento (UE) nº 1007/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de septiembre de 2011, sobre los nombres de las fibras textiles y el etiquetado y marcado correspondiente de la composición de las fibras de los productos textiles y por la que se deroga la Directiva 73/44 / CEE del Consejo y las Directivas 96/73. / CE y 2008/121 / CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-272 18/10/2011) (CELEX 32011R1007)

Información adicional para Francia

Todas las informaciones que deben aparecer en las etiquetas, los paquetes de presentación y las instrucciones de uso debe estar en francés. El país de origen de los productos debe ser incluido solo en los casos en que la información provista pueda inducir a error en el país real donde se fabricó el producto.

La uigilancia e inspección sobre la conformidad de la composición de los productos textiles con la información proporcionada por el etiquetado puede tener lugar en cualquier etapa de la cadena (por ejemplo, despacho de aduanas, almacenes de distribuidores, mayoristas o puntos de venta minoristas ...).

Las autoridades competentes

Ministère de l'Économie et des Finances (Ministerio de Economía y Finanzas)

Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes, (Dirección general de la Competencia, de la Comisión y de la Réplica de los Fraudes (Dirección General de Competencia, Asuntos del Consumidor y Antifraude)

59, boulevard Vincent Auriol, 75703 Paris
Tel: (+33) 1 44 87 17 17

Correo electrónico: dirgen@dgccrf.fr

finances.gouv.fr

Sitio web: <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf>

Legislación

- Arrêté del 24/06/1998 sobre nombres textiles (Journal Officiel del 30/07/1998).

Etiqueta ecológica (Voluntaria) para productos textiles

La etiqueta ecológica comunitaria o el «logotipo de la flor» es la marca oficial en la Unión Europea (UE) para los productos con el menor impacto en el medio ambiente en una gama de productos. Su objetivo es promover, así como ayudar a los consumidores a identificar aquellos productos que contribuyen significativamente a las mejoras en relación con aspectos ambientales clave.

La participación en el esquema es voluntaria. Esto significa que los productos se pueden vender en el mercado de la UE sin el logotipo de Flower y que no hay regulaciones que obligan a solicitar la etiqueta ecológica.

Definición del producto

Según la Decisión 2014/350 / UE de la Comisión (DO L-174 13/06/2014) (CELEX 32014D0350), el grupo de productos «productos textiles» comprende:

- Ropa y accesorios textiles: ropa y accesorios que consisten en al menos el 80% en peso de fibras textiles en forma tejida, no tejida o tricotada,
- Textiles para interiores: productos textiles para uso interior que consisten en al menos el 80% en peso de fibras

textiles en forma tejida, no tejida o tricotada,

- Fibras textiles, hilados, telas y paneles de punto: productos intermedios destinados al uso en prendas de vestir textiles y accesorios y textiles para interiores, incluidos tejidos de tapicería y tictac de colchones antes de la aplicación de refuerzos y tratamientos asociados con el producto final,
- Elementos sin fibra: productos intermedios que se incorporan a la ropa y accesorios textiles y textiles para interiores, incluidos cremalleras, botones y otros accesorios, así como membranas, revestimientos y laminados,
- Productos de limpieza: productos tejidos o no tejidos hechos de fibras textiles y destinados a la limpieza en seco o húmeda de superficies y al secado de utensilios de cocina.

Procedimiento

Cuando un producto está incluido en la definición del grupo de productos y cumple con los criterios de etiqueta ecológica publicados, los fabricantes, importadores, proveedores de servicios, comerciantes o minoristas que desean comercializar sus productos en la UE, pueden solicitar la etiqueta ecológica de acuerdo con Reglamento (CE) nº 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo,

de 25 de noviembre de 2009, relativo a la etiqueta ecológica de la UE (DO L-27 30/01/2010) (CELEX 32010R0066).

Para un producto fabricado fuera de la Comunidad Europea, la solicitud debe presentarse ante un organismo competente de cualquiera de los Estados miembros en los que se va a comercializar el producto. La aplicación debe incluir toda la documentación relevante para demostrar que el producto cumple con los criterios ecológicos y de rendimiento. El organismo competente informará al solicitante de los documentos necesarios que deben presentarse, los resultados de las pruebas que deben proporcionarse, cómo deben llevarse a cabo, etc.

Después estas verificaciones, el Órgano competente decidirá sobre la adjudicación de la etiqueta. Si la solicitud es exitosa, el organismo competente celebrará un contrato con el solicitante que cubra los términos de uso de la etiqueta. Los productos con etiqueta ecológica pueden comercializarse en todos los Estados miembros. Una vez obtenido, el titular tiene la opción de mostrar el logotipo de Flower en cualquier parte del producto. Se puede utilizar desde la fecha en que se otorga hasta el final del período de validez de los criterios. Las solicitudes para la concesión de una etiqueta ecoló-

gica están sujetas al pago de una tarifa. Además, existe una tarifa anual por el uso de la etiqueta.

Requerimientos

Para obtener la etiqueta ecológica comunitaria, los productos textiles deben cumplir con los criterios establecidos en el anexo de la Decisión 2014/350 / UE de la Comisión que hace referencia a:

- Criterios de fibra textil,
- Componentes y accesorios,
- Productos químicos y procesos,
- Responsabilidad social corporativa,
- Información de asistencia.

El final del período de validez de los criterios para los productos textiles será el 20 de diciembre de 2020.

La información detallada sobre el esquema de etiqueta ecológica, así como una hoja de información del producto fácil de usar en varios idiomas, está disponible en: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/products-groups-and-criteria.html>

En Francia, el organismo que se encarga del control es:

Association Française de Normalisation - AFNOR (Asociación Francesa de Normalización) - (AFNOR Certification)

11 rue Francis de Pressensé, 93571 La Plaine Saint- Denis CEDEX
Tel: (+33) 1 41 62 80 00
Website: <http://www.afnor.org/metiers/certification/>

El sitio web europeo http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=fr permite conocer la tasa de aduana aplicable según el código TARIC (HS en inglés). El resultado del código 611120000: Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón para bebés (exc. gorras) está

disponible en la página siguiente. También es necesario prestar atención al código TARIC suministrado por el proveedor porque es posible que sea ligeramente diferente para que los aranceles aduaneros sean más bajos. Esta doble verificación evitará sorpresas desagradables.

En el caso de Perú cuenta con arancel del 0% (<https://www.macmap.org>)

El IVA se calcula después de este paso. Corresponde a: 20% (tasa normal) * (valor en aduana + derechos de aduana).

Tabla 6: Control a la importación del código TARIC: 611120000: Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón para bebés (exc. gorras) de pieles de gatos y perros

B1	Presentación de un certificado/licencia/documento Y 922	Importación/exportación autorizada después de control
B2	Presentación de un certificado/licencia/documento	Importación/exportación no autorizada después de control

Fuente: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

Tabla 7: Control a la importación del código TARIC: 611120000: Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón para bebés (exc. gorras) de productos derivados de la foca

B1	Presentación de un certificado/licencia/documento C 679*	Importación/exportación autorizada después de control
B2	Presentación de un certificado/licencia/documento C 680**	Importación/exportación no autorizada después de control

B3	Presentación de un certificado/licencia/documento C 683***	Importación/exportación autorizada después de control
B4	Presentación de un certificado/licencia/documento Y 032****	Importación/exportación autorizada después de control
B5	Presentación de un certificado/licencia/documento	Importación/exportación no autorizada después de control

Fuente: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

*C679 : Certificado (productos derivados de la foca), emitido por un organismo reconocido de conformidad con el Reglamento (UE) no 737/2010 antes del 18 de octubre de 2015.

**C680 : Notificación escrita de importación y un documento que pruebe el lugar de adquisición de los productos (productos derivados de la foca).

***C683 : Unión Europea - Certificado para la comercialización en el mercado de la Unión de productos derivados de la foca procedentes de actividades de caza de los Inuit u otras comunidades indígenas, de conformidad con el Artículo 3, Apartado 1, del Reglamento (CE) nº 1007/2009, sobre el comercio de productos derivados de la foca.

****Y032 : Otros productos distintos a los productos derivados de la foca mencionados en el Reglamento (UE) 2015/1850, DO L 271.

La primera parte («semilla») resume la información sobre el código de los productos en cuestión, el país de origen o destino y la fecha en que la información es válida. También existe el tipo de medida, en este caso, el control de importación de productos orgánicos y el posible derecho aplicable.

Los cuadros de las figuras 14 y 15 especifican las condiciones aplicables a la importación. Se presenta en una tabla de tres columnas:

- Primera columna: representa un número y una letra de secuencia de la condición. La secuencia debe ser seguida.

- Segunda columna: identificación de la condición con una letra seguida de tres dígitos. La letra indica la presentación de un certificado, licencia o documento específico.

- Tercera columna: acción a tomar si la columna está llena. Si la casilla está vacía, significa que la medida no es aplicable.

Los impuestos y el IVA se regulan de manera diferente dependiendo del modo de transporte.

- Por aire: se pagan a la compañía aérea. El transportista se ocupa del despacho de aduana de los productos al entrar

en el territorio francés. Luego presentará la factura a la compañía.

- En barco: a la compañía de envío Solo un transportista autorizado puede realizar el despacho de aduana de los productos al entrar en Francia. Según las costumbres francesas, las tasas de despacho de aduana varían de una compañía a otra.

Es aconsejable utilizar un intermediario para facilitar el proceso en lugar de tratar de gestionar la logística solo.

6.2. Restricciones, estándares y normas de ingreso al mercado

Debemos distinguir entre las actividades de importación dentro de la Unión Europea y las del resto del mundo. Las reglas son diferentes y las importaciones del exterior se ven obligadas a tener más condiciones. Antes de importar un producto a un país, es necesario hacer las preguntas correctas.

¿Qué estado de compañía elegir?

Todos los tipos de empresa le permiten llevar a cabo una actividad de importación:

- Autoorganización o microempresa,
- Empresa individual a la realidad (IE o EIRL),

- Compañía (Empresa individual de responsabilidad limitada - EURL, Sociedad anónima de responsabilidad limitada - SARL, Sociedad anónima simplificada - SAS, Sociedad anónima simplificada - SASU)

Algunas de estas estructuras son más ventajosas que otras en términos de impuestos. La DGCCRF especifica que el estado de EURL, SARL y SAS permite la recuperación del IVA. De hecho, cuando se crea una de estas compañías, el gerente recibe un identificador de impuestos. Puede comprar productos libres de impuestos en la Unión Europea y recuperar el IVA que aplica la aduana a productos de países fuera de la UE. Además, no tiene que aplicar el IVA sobre las ventas de bienes para la exportación.

¿Cuál es el número de EORI y cómo obtenerlo?

El número EORI es un número único de identificador de comunidad obligatorio que se utilizará para todas las transacciones internacionales. Establecido en el Reglamento (CE) no 312/2009, de 16 de abril de 2009. Fue introducido por los Estados miembros de la UE para asegurar el comercio que entra y sale de la UE. En Francia, este número se utiliza principalmente en declaraciones electrónicas

relacionadas con el despacho de mercancías. Para obtenerlo, dos medios son posibles:

- Si la empresa tiene un procedimiento de despacho de aduana domiciliado, la obtención se realiza en el gerente de aprobación de la aduana,

En caso contrario, en el Centro de Acción Económica (EAP) de la Dirección Regional de Aduanas. La dirección de los polos se puede encontrar en esta dirección: https://pro.douane.gouv.fr/rush/API_Service.asp?sid=&app=. El PAE Paris se encuentra en 30 rue Raoul Wallenberg, 75019, París.

Los operadores económicos establecidos en un tercer país (fuera de la Unión Europea) deben solicitar el número EORI completando una solicitud específica de registro (CERFA no 13930 disponible en el portal ministerial). Luego deben dirigirse a la oficina E3 - Política de despacho de aduana de la Dirección General de Aduanas y Derechos Indirectos enviando un correo electrónico a dg-e3-eori@douane.finances.gouv.fr. El registro en Francia solo tiene lugar si el operador no está ya registrado en otro Estado miembro.

¿Cuáles son las formalidades para importar bienes de un país fuera de la Unión Europea?

El término importación se refiere a las operaciones comerciales llevadas a cabo (aquí en este caso) dentro del territorio de la UE sobre un producto o producto de un país no perteneciente a la UE, es decir, un tercer país.

Desde el 1 de enero de 2011, la legislación comunitaria ha introducido un sistema de control de importaciones denominado ICS (Import Control System). Esto último crea obligaciones de seguridad para los operadores de comercio exterior.

Obligaciones comunitarias:

El transportista debe enviar una declaración resumida de entrada (ENS para "entry summary declaration") que contenga datos de seguridad y protección a las autoridades aduaneras en el primer punto de entrada de la Unión Europea antes de la llegada o del cargamento del medio de transporte. La ENS es enseguida objeto de un análisis de riesgo para evaluar la seguridad o la protección, lo cual puede conducir a: un permiso, una prohibición

de cargar la nave en el país extranjero para los contenedores de larga distancia, una ejecución de los controles aduaneros.

Obligaciones nacionales:

La presentación en aduana de las mercancías en el contexto de ICS se traduce en Francia mediante una notificación de descarga emitida por el transportista, para informar a los servicios, los controles aduaneros prescritos.

Todas las mercancías importadas de un país no perteneciente a la UE están sujetas a una declaración en aduana y están sujetas a cualquier arancel aduanero e IVA (ver 4.2 Aranceles y Aduanas).

El origen de los productos es importante porque cuando la UE concluye un acuerdo de libre comercio con terceros países, un producto que cumpla con las normas de origen de este acuerdo puede ser elegible para la importación de un arancel aduanero reducido o nulo, previa presentación de una prueba de origen válida.

¿Quién puede desaduanar los productos?

El despacho de aduanas consiste en pagar los derechos de aduana y el IVA en la importación. En la mayoría de los casos, el transportista (o cualquier otro proveedor de servicios, incluido La Poste)

puede encargarse de todos los trámites de despacho y adelantar a la aduana el importe de los derechos de aduana y el IVA. El transportista luego factura estos montos al consignatario, junto con las tarifas. Tenga cuidado de no confundir estas tarifas con las tarifas de aduana, ya que no tienen conexión con el impuesto recaudado en nombre del Tesoro.

Con el fin de garantizar la calidad sanitaria y / o biológica de los alimentos de origen no animal, los controles de importación se llevan a cabo de forma sistemática, con pilotos de la DGCCRF y DGDDI (Dirección General de Aduanas y Derechos Indirectos). Se fabrican antes de que los bienes sean despachados a libre práctica.

Reglas de empaquetado y etiquetado

Los productos alimenticios y todos los demás bienes transportados están sujetos a normas estrictas sobre envasado y etiquetado. Si no se toman todas las medidas necesarias, podrían ser una fuente de complicación.

En caso de daño causado a la mercancía, la mercancía puede ser reembolsada, reemplazada sin cargo o entregada al cliente por el transportista porque se presume responsable del deterioro de la mercancía en el plan. legal. Sin embargo,

si puede demostrar que el embalaje fue de mala calidad o no es adecuado, la empresa se hace responsable. Por lo tanto, es esencial garantizar el embalaje adecuado de los productos.

El etiquetado cumple tanto con una lógica clara de comunicación del producto como con las necesidades logísticas. Por un lado, se deben respetar dos reglas principales:

- El etiquetado debe incluir información que informa objetivamente al consumidor. Deben estar al menos en francés,
- El etiquetado debe ser justo y preciso. No debe inducir al consumidor.

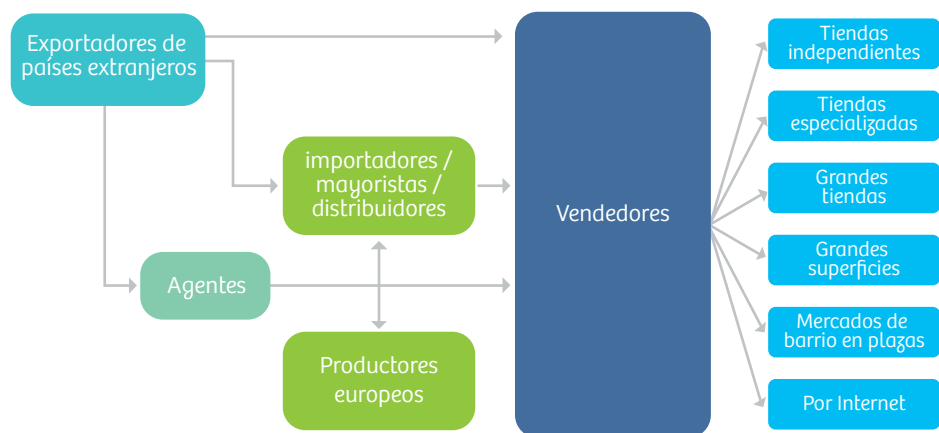


07

7. Canales de comercialización y distribución

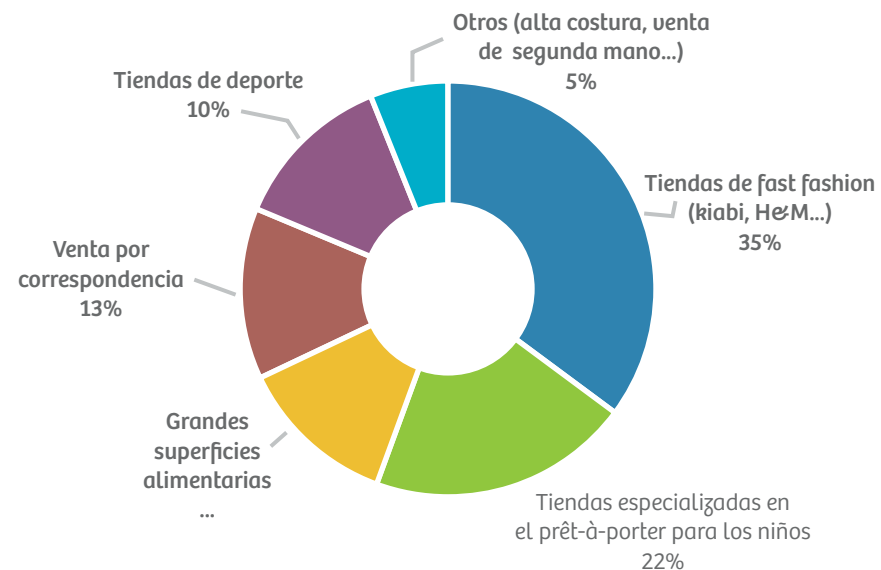
La ropa para niños y bebés se vende principalmente en tiendas físicas especializadas, pero la venta en internet y la venta de segunda mano crecen poco a poco.

Canales de distribución de ropa para niños y bebés



(Fuente: Product Factsheet Children's wear in Europe, CBI 2016)

Gráfico 10: Cuota de mercado de diferentes distribuidores de prendas para niños y bebés



Fuente: Xerfi, 2017

Agentes:

Los agentes son intermedios que se encargan de representar a las marcas y mostrar los productos a los compradores pudiendo incluso negociar precios y cantidades. Incluso se han desarrollado plataformas que intermedian productos

textiles como los siguientes:

French Select
<https://www.french-select.com/fr/agence-mode-france>

Mouutex
<https://www.mouutex.com/>

SelecTo

<https://www.selec.to/>

Importadores:

Las tiendas de “fast-fashion”: siguen siendo el canal de distribución mayoritario en la venta de prendas para niños. Efectivamente, otras maneras de comprar ropa son como en las grandes superficies alimentarias consideradas maneras de adquisición más prácticas y rápidas que agradables. La “compra placer” se efectúa principalmente en esas tiendas especializadas, donde hay variedad en los productos.

La venta de segunda mano se desarrolla, gracias a la creación de páginas web especializadas, pero todavía no es una manera de comprar muy común, y se destina principalmente a los compradores que buscan productos de calidad pero que no tienen suficiente poder de adquisición para comprar productos nuevos.

Además, la ropa para bebés y niños se adquiere también a través de la familia y de la gente cercana. Efectivamente, esas prendas se reúsan de un niño al otro, y se pueden ofrecer cuando ya alguien no la usa. Aquí ejemplos de importadores.

CWF

www.groupecwf.com

Monoprix

<https://www.monoprix.fr/mode/mode-enfant>

Jacadi

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

Tiendas especializadas en el prêt-à-porter para los niños:

En otro lado, las tiendas especializadas pueden pasar por centrales de compras propias o directamente por el proveedor. En el mercado francés, hay cinco grupos que dominan el mercado:

Tabla 8: Datos de los cinco mayores protagonistas en el mercado del prêt-à-porter para niños

Grupo	Franquicias	Datos y sitio web	Número de tiendas en Francia	Volumen de negocios 2017
IdKids	Id Kids, Okaïdi, Abaïdi, Jacadi, Oxybul, Veronique Delachaux – OB'Mum	Id Kids : https://www.idkids.fr Okaïdi - Obaïdi : https://www.okaidi.fr Jacadi : https://www.jacadi.fr Oxybul : https://www.oxybul.com Veronique Delachaux – OB'Mum :	530	EUR 861 millones
Orchestra	Orchestra Prémaman	Orchestra Prémaman: https://fr.shop-orchestra.com	265	EUR 608,3 millones
Sergent Major	Sergent Major, Du Pareil au Même, Natalys	Sergent Major: http://www.sergent-major.com Du Pareil au Même : http://www.dpam.com Natalys : http://www.natalys.com	669	EUR 450 millones
Kidiliz Group	Kidiliz, Catimini, Z, Tartine & Chocolat, Absorba, Enfance, Teenfactory	Kidiliz: https://www.kidiliz.com/fr-fr/ Catimini : https://www.catimini.com/fr-fr/ Z: https://www.z-eshop.com/fr-fr/ Tartine & Chocolat: https://www.tartine-et-chocolat.com/fr-fr/ Absorba: http://www.absorba.com Enfance: - Teenfactory: http://www.teenfactory.fr	374	EUR 430 millones
Aubert	Aubert, Marese, Ooxoo	Aubert: https://www.aubert.com Marese: https://www.marese.com Ooxoo: https://www.ooxoo-outlet.com	210	EUR 400 millones

Fuente : Sitio web, Territoires & Marketing, 2018

Tiendas de deporte

Las tiendas de deporte incluyen también en su oferta, prendas para niños y bebés para hacer deporte. En Francia, hay cuatro cadenas que dominan el mercado:

Tabla 9: Tiendas de deporte

Empresa	Datos y sitio web	Número de tiendas en Francia	Volumen de negocios (2017)
Decathlon	https://www.decathlon.fr/	289	EUR 11 mil millones
Go Sport	https://www.go-sport.com/	425	EUR 807 millones
Intersport	https://www.intersport.fr/	570	EUR 2 mil millones
Sport 2000	https://www.sport2000.fr/	450	626 millones EUR

Fuente: Sitios web y Territoires & Marketing 2019

Online Market Places especializados en prendas de niños

Tabla 10: Principales empresas especializadas en el prêt-à-porter para niños online

	Melijoe	Bebeboutik.com (ventas privadas)	Babystock.fr
CA	EUR 17 millones	EUR 15 millones	< EUR 1 millón
Población objetivo	0 a 16 años	0 a 12 años	0 a 3 años
Cifras claves	103 000 envíos anuales a 92 países Entrega en Francia = 20%	30 a 70% menos caro 2 millones de miembros	Más de 800 referencias

Fuente: Sitio web, Territoires & Marketing, 2018

Centrales de Compra / importadores: Territoires & Marketing condujo un estudio con un contacto que trabaja en la cadena francesa de hipermercado Carrefour a propósito de su rayo textil ((sea para adultos o niños). La central de compras

se encarga del proceso de importación. Decida de todo el proceso, de la elección de los productos que se venden, por ejemplo. Compran los productos de textil y reparten las colecciones según:

- El tamaño del hipermercado,
- El tipo de clientela.

La central vende los productos a los hipermercados que les vendan con una margen de 20 a 25% con respecto al precio de la central. El sector textil de Carrefour está bajando al -9% y de manera general, los productos non-alimentarios no tienen mucho suceso en los hipermercados.

Dirigen los negocios con los productores y proveedores. En Francia, hay mucha competencia entre las varias cadenas de hipermercados y es muy difícil obtener la información de sus proveedores directos. Las grandes marcas francesas quieren hacer importantes conexiones en el campo de las compras para negociar los

precios y aumentar el margen. Los franceses Auchan, Casino and Schieuer, y el alemán METRO, quieren unir fuerzas en una alianza llamada Horizón. La Autoridad de la Competencia está estudiando esta solicitud.

Los centrales de compras son los principales actores en la actividad de las cadenas de hipermercados. Cumplen diferentes papeles:

- El estudio de los productos,
- La búsqueda de proveedores,
- La negociación de las compras.

Existen varias centrales de compras en el sector de la distribución.

Tabla 11: Principales centrales de compras para los hipermercados

Centrales de compras	Páginas webs	Nombre	Número total en Francia	Distribución (% área)
Alphaprim	-	O Marché Frais, Marché Frais Géant	8	0,3%
Auchan Holding	https://www.auchan-holding.com/fr	Auchan, Auchan Supermarché, Les Halles d'Auchan, Enseignes diverses	158	12,64%
Carrefour France	http://www.carrefour.com/fr	Carrefour, Market, Carrefour Market	433	23,1%

Centrales de compras	Páginas webs	Nombre	Número total en Francia	Distribución (% área)
Casino Guichard-Perrachon	https://www.groupe-casino.fr/	Géant Casino, Monoprix, Hyper Casino, Casino	220	9,5%
Cora	http://cora-france.fr/	Cora, Record	60	5,0%
Le Bon Marché	https://www.24seures.com/fr-fr/	Grande Epicerie de Paris	2	0,1%
Leclerc Galec	https://www.mouvement.leclerc/	Centre E. Leclerc, Leclerc Express	561	26,0%
Migros France	https://www.migros.ch/fr/entreprise/groupe-migros.html	Migros	2	0,1%
Société Les Mousquetaires	http://www.mousquetaires.com/	Intermarché Super, Intermarché Hyper	419	11,2%
Supermarchés Match	https://www.supermarches-match.fr/	Match	11	0,3%
U Enseigne	https://www.magasins-u.com/accueil	Super U, Hyper U, U Express	388	12,0%
Divers	-	-	1	0,2%
TOTAL			2 267	100%

Fuente: Revista Panorama 2019

En la cadena de hipermercado Système U, solo se vendan productos finales. Para proponer productos textiles en los hipermercados de la cadena, se debe contactar el comprador vía:

- Feria Made in France,
- Feria del prêt-à-porter,
- Feria Fashion Week,
- Feria especial dedicada a un país (por ejemplo: Marruecos).

La cadena utiliza agente que hacen el intermedio entre el proveedor y la cadena. Trabaja al nivel local o internacional. Este agente presenta los productos a los jefes de productos. Junta las informaciones sobre:

- el proveedor,
- el tiempo de fabricación y de entrega del producto,
- la calidad del producto,
- las condiciones de trabajo para evitar el trabajo de los niños o el colapso de usinas.

Según nuestra fuente, Système U tiene un agente en América del Sur que:

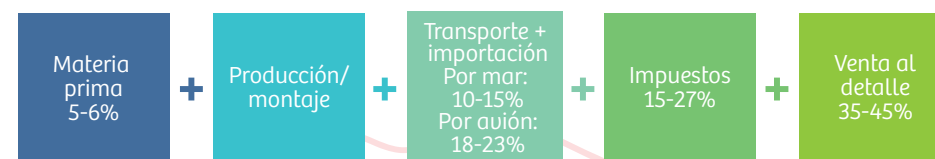
- Busca los proveedores,
- Dirige una red de usinas de diferentes proveedores.

Los productores de prendas para niños que quieren proponer sus productos a Système U tienen que trabajar para marcas. Entonces, las marcas pueden contactar los agentes de la cadena de hipermercados. Si el Perú quiere vender sus productos en Francia, debe saber el grado de calidad que buscan y elegir la buena marca y el buen canal de distribución según este grado.

Mark up:

En los países europeos, incluido en Francia, los precios de la ropa se construyen de la misma manera. Una vez se añaden los márgenes y los impuestos en la cadena de valor, se puede estimar que el costo de la materia prima corresponde al 5 o 6% del precio de venta del producto.

Gráfico 11: Composición del precio de prendas de niños en Europa



(Fuente: Product Factsheet Childrens wear in Europe, CBI 2016)

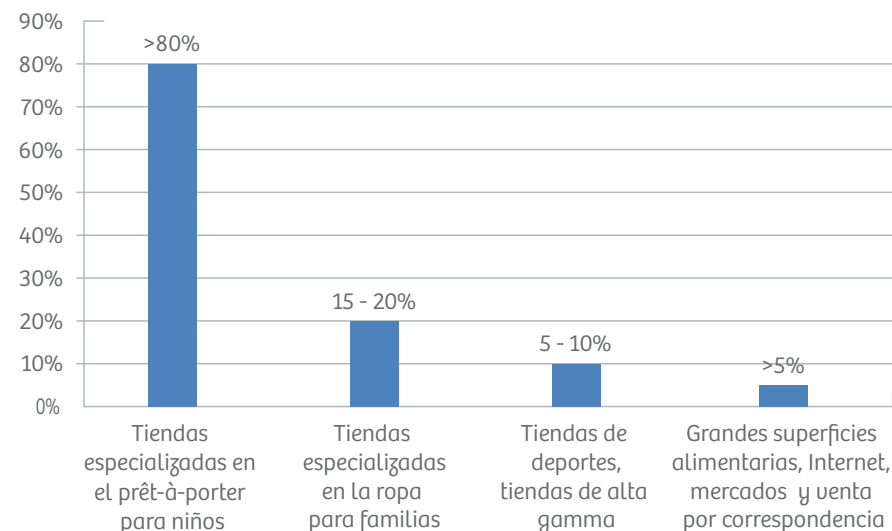
En general, el mark up de los países de Europa es al mínimo de 300%.

Figura 12 : Ventajas y debilidades

	Ventajas	Debilidades
Tiendas de fast fashion (Kiabi, H&M...)	<ul style="list-style-type: none"> - Muchas tiendas en Francia, - Oferta muy larga y frecuentemente renovada - Precios accesible para todos, - Programas de fidelidad, - Medios de comunicación desarrollados, - Poder de negocios con los proveedores, - Sitio web donde se puede comprar los artículos y estrategias de cross canal. 	<ul style="list-style-type: none"> - No tienen una buena imagen frente a los fashionistas, - Pocos consejos
Tiendas especializadas en el prêt-à-porter para los niños	<ul style="list-style-type: none"> - Muchas tiendas en Francia, - Enseñas conocidas de todos, - Implantación en centros comerciales donde hay un flujo de población importante, - Programas de fidelidad, - Oferta muy larga y frecuentemente renovada, - Sitio web donde se puede comprar los artículos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Precios elevados porque tienen un poder de negocios débil frente a los proveedores, especialmente los independientes, - Tiendas pocas conocidas, - Dificultades para renovar las colecciones frecuentemente como las cadenas.
Grandes superficies alimentarias	<ul style="list-style-type: none"> - Muchas tiendas en Francia, - Flujo de población importante en tiendas, - Muchas ofertas promocionales, - Precios muy bajos gracias a centrales de compras potentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Oferta limitada, - No hay consejos, - No tienen una buena imagen frente a los fashionistas.
Venta por correspondencia	<ul style="list-style-type: none"> - Oferta larga y original, - Oferta orientada en la moda, - Pericia en la gestión de la relación con los clientes y en la logística. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se puede probar la ropa
Tiendas de deporte	<ul style="list-style-type: none"> - Oferta con marcas conocidas de deporte, - Monopolio de los artículos de deporte para niños, - Presupuesto importante dedicado a la comunicación, - Precios atractivos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Poca presencia en el Internet para los independientes, - Oferta limitada en los artículos de deporte.

Fuente: Territoires & Marketing

Gráfico 12: Peso de la moda para niños en los canales de distribución



(Fuente: Xerfi, Le prêt-à-porter pour enfants, 2018)

En Francia, las tiendas especializadas en el prêt-à-porter para niños realizan más del 80% de su facturación en el segmento "niños". Las tiendas especializadas en la ropa para familias tales como Kiabi, H&M o Zara, realizan también una parte importante de su facturación en el segmento "niños". Aunque tienen una oferta de ropa

para niños, las grandes superficies alimentarias no venden mucha ropa para niños. Además, nuestro contacto en la cadena de hipermercado Système U dijo que las ventas de ropa para niños están cayendo a causa de la venta de ropa de segunda mano entre particulares.

08

8. Cadena de Valor

Sea para el algodón, el lino o el poliéster, el mercado de la distribución de prendas incluye una multitud de etapas desde la producción de fibra hasta la confección de la prenda.

Tabla 13: Empresas extranjeras proveedoras de empresas francesas especializadas en la fabricación y exportación de prendas para bebés y niños

Empresa (datos y web)	Función	País	Característico del producto	Certificación
Ataman Textile HACIEYÜPLÜ MAH. HACIEYÜPLÜ CAD. NO 11 DENİZLİ, Turquía Tel: 0258 371 99 90 http://atamantekstil.com	Exportador	Turquía	Prendas, accesorios y regalos para niños	OEKO-TEX 100
SMB Export Atatürk Mah. Funda Sk. Ömür Apt. No:2/3 34500 Istanbul, Turquía http://smbexport.com	Exportador	Turquía	Calcetines para hombres, mujeres y niños	-
Kids & Co Wholesale UK Est 1983 17 Highmeres Road Leicester LE4 9LZ Reino-Unido https://kidsandcowholesale.co.uk	Exportador	Turquía	Prendas para niños desde 0 hasta 16 años	-
Cangurito 24, rue Gabrielle Chatelain 5020 Vedrin Belgica	Fabricante y exportador	Bélgica	Prendas, accesorios y regalos para niños	OEKO-TEX 100
Ooplabo 5 allée Marie-Louise à 4121 Neupré, Bélgica Tel: +32 (0) 492 66 11 02 http://www.ooplabo.be/fr/	Proveedor	Bélgica	Prendas y accesorios para niños	OEKO-TEX 100

Empresa (datos y web)	Función	País	Característico del producto	Certificación
Serendipity organics Dyrehavevej 10 , 2930 Klampenborg Dinamarca https://serendipity-organics.com	Fabricante y proveedor	Dinamarca	Prendas y accesorios para niños	GOTS (Global Organic Textile Standard)
Fragos S.A. 423b, Vouliagmenis Ave. 163 46 Ilioupoli Grecia	Fabricante	Grecia	Prendas para niños desde 0 hasta 16 años	-

Fuente: Europages, Territoires & Marketing, 2018

Tabla 14: Empresas francesas especializadas en la fabricación y exportación de prendas para bebés y niños

Empresa (datos y web)	Función	País de exportación	Característico del producto	Certificación
SNC Organisation Intra-groupe des achats (marca : In Extenso) 200 rue de la Recherche, le Colibri 59650 Villeneuve-d'Ascq	Importador	-	Prendas para hombres, mujeres y niños	-
Petit Bateau BP 525 10081 Troyes https://www.petit-bateau.fr/	Importador, distribuidor	-	Prendas para niños desde 0 hasta 16 años	OEKO-TEX 100
CS 10020 94859 lury-sur-Seine https://collection.tissaia.leclerc/uniuers/bebe/	Importador	-	Prendas para niños desde 0 hasta 16 años	-

09

9. Perfil del comprador

Empresa (datos y web)	Función	País de exportación	Característico del producto	Certificación
Coopérative U Enseigne 20 Rue d'Arcueil, 94150 Rungis	Importador	-	Prendas para hombres, mujeres y niños	-
Jacadi 25 rue Louis Le Grand 75002 Paris https://www.jacadi.fr/	Importador, distribuidor	Vietnam, Madagascar, China	Prendas para niños desde 0 hasta 16 años	Act for kids
Okaidi / Obaïdi 162 boulevard des Fourmies 59100 Roubaix https://www.kaidi.fr/	Importador, distribuidor	Bangladesh, China	Prendas para niños desde 0 hasta 16 años	

Fuente: sitios web, Territoires & Marketing, 2018

Los proveedores pueden ser cultivadores, de algodón por ejemplo o productor de fibra sintética tal como el lino. Luego, las materias primas están tratadas para ser transformadas en tejido. El tejido es destinado a varios sectores tales como el sector del prêt-à-porter o el sector industrial. Para cada estos sectores, hay un representante sindical que lucha para los derechos de los trabajadores.



Entre los compradores de prendas están usualmente los agentes que trabajan para las centrales de compras de las cadenas de hipermercados o para las tiendas especializadas en prêt-à-porter para niños y bebés, aunque sus nombres son secretos porque hay mucha competencia entre los canales de distribución.

Tabla 15: Perfil de compradores de prendas de bebés

Canal de comercialización	Nombre completo de la empresa	Página web	Teléfono	Descripción de la empresa
Hipermercado	Auchan Holding	https://www.auchan-holding.com/fr	03 59 30 59 30	Uno de los mayores hipermercados en Francia
	Carrefour France	http://www.carrefour.com/fr	0 980 980 986	Uno de los mayores hipermercados en Francia
	Casino Guichard-Perrachon	https://www.groupe-casino.fr/	04 77 45 31 31	Hipermercado de tamaño medio
	Cora	http://cora-france.fr/	01 41 24 41 24	Hipermercado de tamaño medio
	Leclerc Galec	https://www.mouvement.leclerc/	01 49 87 50 00	Uno de los mayores hipermercados en Francia
	Migros France	https://www.migros.ch/fr/entreprise/groupe-migros.html	04 50 87 87 87	Hipermercado de tamaño medio
	Société Les Mousquetaires	http://www.mousquetaires.com/	01 69 64 10 88	Hipermercado de tamaño medio

10

10. Actividades de Promoción

Hipermercado	Supermarchés Match	https://www.supermarches-match.fr/	03.20.42.63.63.	Hipermercado de tamaño medio
	U Enseigne	https://www.magasins-u.com/accueil	01 45 15 95 00	Uno de los mayores hipermercados en Francia
	SNC Organisation Intra-groupe des achats (marca : In Extenso)	-	-	Organización dependiente de la cadena Auchan
	SIMPLEC (marca : Tisaia)	https://collection.tissaia.leclerc/univers/bebe/	09 69 32 42 52	Organización dependiente de la cadena E.Leclerc
Tiendas multi-marcas	Le Bon Marché	https://www.24seures.com/fr-fr/	01 44 39 80 00	Tiendas de prendas de alta gama
Tiendas especializadas	Petit Bateau	https://www.petit-bateau.fr/	03 25 71 14 81	Tiendas de prendas de niños

Fuente: Revista Panorama 2019, Territoires e Marketing 2019

10.1. Ferias

SALON BABY

Este salón ayuda a los futuros padres de la llegada de bebés y los primeros años de su hijo.

1er semestre 2019

Paris Porte de Versailles : 22-23-24 mars
1 place de la Porte de Versailles 75015 Paris

Lyon Eurexpo : 6-7 avril
9 Avenue Louis Blériot, 69680 Chassieu

Bordeaux Parc des Expositions : 1-2 juin
Rue Jean Samazeuilh, 33070 Bordeaux Cedex

2e semestre 2019

Paris La Villette : 4-5-6 octobre
Lille Grand Palais : 19-20 octobre
Rennes Parc des Expositions : 16-17 novembre
<https://www.enjoyfamily.fr/salon-baby-salon-des-futurs-et-jeunes-parents/>

FASHION WEEK PARIS PRÊT-A-PORTER

Es una feria internacional que presenta las últimas tendencias de moda.

Tel: 01 42 66 64 44

Página web: <https://fhcm.paris/fr/paris-fashion-week-fr/>

Fecha para la Paris Fashion Week haute-couture: del 21 hasta el 24 de marzo 2018

Fecha para la Paris Fashion Week Otoño/Invierno: del 25 de febrero hasta el 5 de marzo 2018

SALON PLAYTIME

Esta feria es dedicada a los desfiles de moda de alta gama para los niños. Mas de 500 marcas internacionales esposan en la feria, donde se encuentran 7 000 visitantes de todo el mundo. Exposa en diferentes países:

Paris: 26 – 28 de enero 2019
SEPE – Parc Floral de Paris - Route du Champ de Manœuvre, 75012 Paris

Tokio: 4 – 6 de febrero 2019
150-0013 Tokyo, Shibuya, Ebisu, 1 Chome-20-8 Ebisu subaru building 3F

Las Vegas: 4 – 5 de febrero 2019
3667 S Las Vegas Blvd, Las Vegas, NV 89109

Nueva York: 10 – 12 de febrero 2019

Metropolitan Pavilion & The Altman
between 6th & 7th Aves, 135 W 18th St,
New York, NY 10011

Shanghái: 23 y 24 de Julio 2019
1933 Shanghai

Página web: <https://www.iloveplaytime.com/paris>

10.2. Publicaciones especializadas

Parents

Es una revista para acompañar los nuevos padres en la educación de sus niños. La suscripción a la revista para un año costa EUR 25,90 para 9 revistas. En el sitio Internet se publican también algunos artículos sobre los niños y las actualidades.

UNI MEDIAS, CIL, 22 rue Letellier
75739 Paris
<https://www.parents.fr/>

Journal du Textile

Es una revista sobre las tendencias de moda para hombres, mujeres y niños que es publicado cada semana. La suscripción a la revista cuesta EUR 150 por año para 42 revistas. En el sitio web, se puede leer artículos sobre las últimas tendencias y actualidades del sector, pero también, se puede comprar los antiguos números.

61 rue de Malte, 75541 Paris
<http://www.journaldutextile.com>



Fédération Nationale de l'Habillement (FNH)

La Federación nacional de la ropa es la organización profesional de los comercios independientes que tienen una actividad en el prêt-à-porter. Se destina a los minoristas o franquicias.

9, Rue des Petits-Hôtels
75010 Paris
Tel.: +33 (0)1 42 02 17 69
Sitio web: www.federation-habillement.fr

Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGC-CRF)

La DGCCRF controla todos los campos de consumo en todas las etapas de la actividad económica e independientemente de la forma de comercio. Por lo tanto, garantiza el funcionamiento adecuado de los mercados, en beneficio de los consumidores y las empresas.

8 rue Froissart, 75153 PARIS CEDEX 03
Tel.: +33 (0)1 40 27 16 00
Sitio web: <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/dgccrf>

11. Oficinas y gremios

Institut Français de la Mode (IFM)

El instituto francés de la moda es un centro de formación, de búsqueda y de pericia en los sectores de la moda, del diseño y de la creación.

36 Quai d'Austerlitz
75013 Paris
Tel.: 01 70 38 89 89
Sitio web: www.ifm-paris.org

Institut Français du Textile et de l'Habillement

El instituto francés del textil y de la ropa se dedica a la industria para desarrollar nuevos productos o nuevos procesos para varios mercados tales como el transporte, la salud, la ropa o el armazón.

Avenue Guy Collonque
69134 Ecully cedex
Tel. : +33 (0)4 72 86 16 00
Site : www.ifth.org

12

12. Fuentes de información

Sitio web oficial público

- INSEE <https://www.insee.fr/fr/accueil>
- Comisión Europa https://ec.europa.eu/commission/index_fr
- Trade Map <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Sitios web de información

- Objectif Import / Export <https://www.objectif-import-export.fr/fr>

Sitios web oficiales

- Unión de las industrias textiles: http://www.textile.fr/wp-content/uploads/2018/06/chiffres_cles.pdf
- Pass creamode : <http://www.passcreamode.com/Marches-et-produits/Marche-et-Produits/Pret-a-Porter-enfant>
- Alignet: <http://www.alignet.fr/2017/04/la-mode-enfant-challenges-et-opportunités/>
- Servicios al exportador : <http://www.sicex.gob.pe/sicex/documentosportal/alertas/documento/doc/690943287rad7DF0B.pdf>

Artículos de prensa

- Les indépendantes : <http://lesindependantes.com/articles/blog/le-made-in-france/qu-est-ce-que-%C3%A7a-veut-dire/-u41311>



2019



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo