

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Londres

Notas Sectoriales

El mercado de la alimentación Gourmet en Reino Unido

ICEX

El mercado de la alimentación gourmet en Re- ino Unido

Esta nota ha sido elaborada por Jesús Agra bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Londres

Julio 2008

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	7
II. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	9
3. Importaciones	10
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	12
1. Factores críticos de éxito	12
2. tendencias	13
3. segmentación	15
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	16
1. Precios	16
2. Márgenes	16
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	18
VI. DISTRIBUCIÓN	21
1. Intermediarios	21
2. detallistas	22
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	25
1. Legislación	25
2. Contacto con los intermediarios	26
VIII. ANEXOS	27
1. Listado de importadores	27
2. Ferias	54
3. Publicaciones del sector	55
4. Asociaciones	55
5. Otras direcciones de interés	55
IX. BIBLIOGRAFÍA	56

CONCLUSIONES

Esta nota sectorial describe la configuración del mercado británico para los productos delicatessen.

En primer lugar estudiamos la valoración del mercado y observamos que es un mercado cuyo valor está en crecimiento ya que tanto la producción local, como las importaciones están en expansión.

En general podemos calificar el sector de los productos gourmet como un mercado maduro, en el que hay un gran número de empresas compitiendo. Sin embargo también es un mercado abierto, en el que la posibilidad de introducir nuevos productos y la mayor preocupación por cuidar la alimentación, hacen que las cifras se mantengan en crecimiento. Dentro del sector gourmet, el subsector de los quesos es el que cuenta con mayor cuota de mercado en el Reino Unido seguido por el de la panadería y el de los embutidos.

Para los productores extranjeros, la innovación y el exotismo de sus productos es el principal factor crítico de éxito. Esto se diferencia de otros factores que podemos considerar claves para el producto delicatessen en este mercado en general como la tradición o la naturalidad, que también son factores muy importantes y que deben ser enfatizados, en caso de ser posible, por el productor español.

El consumo de producto gourmet se está generalizando y cada vez depende menos del nivel adquisitivo del consumidor. Asimismo cada vez tienen más aceptación los productos catalogados como orgánicos o ecológicos.

En cuanto a la distribución, lo más recomendable es contactar con importadores o distribuidores de productos gourmet. El canal más utilizado es el canal detallista que a su vez puede distinguirse entre grandes cadenas detallistas y pequeñas tiendas especializadas. También hay que destacar que para algunos productos el canal horeca puede ser el más adecuado.

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

El producto español ha ganado mucho en imagen en los últimos años. Sin embargo hay pocas marcas que han conseguido consolidarse (Carbonell, Ortiz, Fragata, Palacio de Oriente...). También hay cada vez más productos españoles que se ofrecen con marca blanca ya sea de una gran cadena detallista o de un distribuidor/importador.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border that has a slight drop shadow effect, giving it a three-dimensional appearance. The background of the page is white.

ICEX

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

En esta nota sectorial vamos a analizar el mercado del producto gourmet y delicatessen. Por ello es primordial empezar definiendo el sector.

Según Bob Farrand de la Asociación británica de productos Gourmet (Guild of Fine Foods Products) “la definición más adecuada de productos gourmet es la de alimentos elaborados en pequeñas cantidades utilizando los ingredientes más frescos y auténticos, normalmente basados en recetas de la cocina tradicional”. Esta definición, sin embargo, resulta un poco restrictiva aunque sirve para hacernos una idea del tipo de productos presentes en este sector.

En los siguientes subapartados veremos el tipo de productos que podemos incluir en esta definición y explicaremos las dificultades que pueden surgir para delimitar este sector.

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

.Los productos que más se comercializan por este canal son los siguientes:

- Quesos
- Panadería
- Transformados cárnicos y embutidos
- Aceite de oliva y aceitunas
- Conservas de pescado
- Conservas de verduras
- Dulces y pastelería
- Azafrán y especias

Sin embargo, hay que tener en cuenta que para ser considerado producto gourmet lo importante no es el tipo de producto sino la calidad del mismo. Los productos gourmet tienen que ser productos de gama alta, con ingredientes de calidad y elaboración artesanal.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

En este caso no vamos a usar clasificación arancelaria, ya que no existen códigos taric Específicamente, para los productos gourmet o delicatessen. La clasificación arancelaria se realiza por el tipo de producto, no por su calificación de calidad. Esto dificulta la delimitación del sector, especialmente a la hora de hablar de estadísticas.



ICEX

II. OFERTA

En primer lugar es preciso señalar la problemática que nos encontramos para obtener estadísticas de producto gourmet. Al no existir códigos arancelarios de producto gourmet, no existen estadísticas oficiales registradas por los organismos que se encargan normalmente de ello y por lo tanto, la obtención de estadísticas se supedita a informes o estudios de mercado llevados a cabo por las asociaciones del sector u organismos especializados. Por todo ello los datos en esta sección se basan en las estimaciones llevadas a cabo por la asociación británica de minoristas de producto gourmet o por TNS superpanel, empresa que se dedica a monitorizar el mercado agroalimentario británico .

1. TAMAÑO DEL MERCADO

La asociación Británica de minoristas de productos gourmet estima el mercado en las siguientes cifras:

(En millones de libras)	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción Doméstica	286,51	312,1	337,64	367,33	28,20%
+ Importaciones	68,85	75	81,15	89,15	29,63%
- Exportaciones	104,01	113,3	122,59	133,62	28,47%
Indicador de consumo aparente	251,35	273,8	296,2	322,86	28,51%

Fuente: Guild of fine food

Como podemos ver, por las estadísticas es un sector cuyo valor de mercado está en pleno crecimiento. Además es un sector en el que la producción local goza de una gran relevancia. Aunque también es cierto que, como veremos luego en secciones posteriores de esta nota, cada vez existe más tendencia a consumir nuevos productos y probar nuevos sabores, por lo que las importaciones también están en crecimiento.

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

En cuanto a productos, TNS superpanel estima que la composición de la categoría gourmet es la siguiente:

- Quesos 25%
- Productos de panadería 12%
- Transformados cárnicos y charcutería 11%

A continuación situamos el sector de las aceitunas y los aceites de oliva, el sector de las conservas de pescado y el sector del dulce.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Es muy difícil valorar la producción local de producto delicatessen. La “Asociación Británica de minoristas de productos gourmet” ofrece las siguientes cifras estimadas (en millones de libras esterlinas):

2003	2004	2005	2006	Variación 2003-2006
286,51	312,1	337,64	367,33	28,20%

Fuente: Guild of fine food

Según la “Asociación Británica de minoristas de productos gourmet” las ventas de la producción británica del total de las ventas del producto gourmet es aproximadamente un 73% del valor de mercado.

En modo general podemos decir que en Reino Unido hay una gran tradición de producto tradicional y elaborado a mano, lo que provoca que en los sectores que existe producción británica, exista una importante proporción de producto gourmet.

En el subsector del queso existe una importante producción, que al provenir de la tradición hace que los quesos británicos sean muy apreciados en todo el país. El queso más reconocido es el cheddar. Esto supone una gran competencia para los productores de quesos extranjeros. Sin duda, el sector del queso representa la mayor proporción de la producción británica de producto gourmet y también el que está en mayor crecimiento.

En el subsector de los embutidos, existe también una importante producción, pero el tipo de productos son distintos a los que se producen en España y no pueden considerarse produc-

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

tos gourmet. Por ello, los productos británicos no suponen una competencia tan dura para los productos españoles, que tienen que enfrentarse más bien, a competencia de otros países tales como Italia.

En el subsector del aceite y las aceitunas no existe producción. Sin embargo si hay empresas británicas que envasan y ponen su propia marca a aceite de oliva de calidad. También es frecuente que las grandes cadenas detallistas usen su marca de distribuidor de producto gourmet con aceites de oliva de calidad, que suelen ser de origen italiano o español.

En el subsector de la panadería industrial hay una importante producción británica y es un sector con mucha competencia. Lo mismo ocurre en sectores como el de las galletas o el de las mermeladas.

En el subsector de las conservas de pescado existen pocas empresas británicas que produzcan producto que podamos considerar gourmet, realmente. Sin embargo las empresas líderes del sector (John West y Princes) cada vez lanzan al mercado más productos capaces de competir en el segmento más alto del mercado.

Otro subsector que es relativamente importante para los productores británicos es el de los "Chutneys" & "Relishes", salsas provenientes de distintas tradiciones culinarias, normalmente elaboradas con frutas o verduras naturales. Estas son muy usadas para cocinar y son un producto muy habitual en todos los establecimientos que venden delicatessen..

3. IMPORTACIONES

Es muy difícil valorar las importaciones de producto delicatessen. La "Asociación Británica de minoristas de productos gourmet" ofrece las siguientes cifras estimadas (en millones de libras esterlinas):

2003	2004	2005	2006	Variación 2003-2006
68,85	75	81,15	89,15	29,63%

Fuente: Guild of fine food

No existen datos concretos de las importaciones desglosadas por país, pero en el caso de España podemos decir que está en crecimiento como demuestra la cada vez mayor presencia de productores españoles en las ferias especializadas y la mayor presencia de productos españoles en los lineales.

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

Productos como el jamón y los embutidos y los aceites españoles están en una clara expansión. Sin embargo el sector de los quesos se enfrenta a una gran competencia que por parte de los quesos británicos, lo que dificulta la penetración de mercado y el crecimiento en este sector.

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font, centered within a light gray rectangular border.

ICEX

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

En general podemos calificar el sector de los productos gourmet como un mercado maduro, en el que hay un gran número de empresas compitiendo. Sin embargo también es un mercado abierto, en el que factores como la posibilidad de introducir nuevos productos y la mayor preocupación por cuidar la alimentación, hacen que las cifras se mantengan en crecimiento.

En esta sección vamos a ver, en primer lugar, cuales serían los factores de éxito para competir en este mercado, posteriormente veremos las tendencias actuales de este sector en Reino Unido, tanto desde el punto de vista de la distribución, como desde el punto de vista del consumidor, para acabar hablando de la segmentación del mercado y del público objetivo.

1. FACTORES CRITICOS DE ÉXITO

En este sector resultaría obvio decir que la calidad es un factor crítico de éxito ya que se presupone en todos los productos. Sin embargo hay algunas características de determinados productos que son las que hacen que estos destaquen sobre el resto.

De forma general, en el mercado británico de producto gourmet podemos decir que estas características son las siguientes:

- Naturalidad: Quizás lo más importante para el producto gourmet, es dar una imagen de producto natural, que no lleve aditivos. Este factor consigue diferenciar muchas veces los productos gourmet del resto de productos presentes en los lineales.

Esto se puede observar en todos los subsectores (quesos, aceites, embutidos) y además hay que señalar que las denominaciones de orgánico y ecológico se valoran muy positivamente en el mercado y cada vez es más frecuente que productos de estas denominaciones se consideren delicatessen. Por lo tanto, estas denominaciones pueden facilitar mucho el acceso a los canales de distribución.

- Tradición: Uno de los enfoques que siguen muchas empresas para conseguir posicionar sus productos es el de enfatizar la tradición del producto. Esto muchas veces se suele unir a factores geográficos, sobre todo con regiones del Reino Unido. Si se quiere enfatizar el factor tradición, es importante que el envase del producto sea también acorde a esta imagen que se quiere transmitir. Una característica relacionada con esta y también importante es la elaboración artesanal. Si un producto está elaborado de forma manual y artesanal debería intentar enfatizarse ya que está muy bien visto por el consumidor británico.

Esto se puede extender a todos los subsectores (aceites, quesos, embutidos, especias).

Sin embargo, para los productores extranjeros existe otro factor relevante y que se deriva de la tendencia actual del consumidor británico a probar nuevos productos y experimentar nuevos sabores. Este factor es el exotismo. Un enfoque que está cada vez más de moda es el de conseguir que el producto, resulte exótico o nuevo. Esto puede representar una gran oportunidad para el productor español, ya que existen muchos productos que a pesar de ser muy consumidos en España, existe todavía un gran desconocimiento de ellos en el Reino Unido. Además, para este tipo de productos resulta más importante ser capaces de enfatizar la calidad, ya que al ser más desconocidos, el público puede no reconocer el producto como un producto de calidad.

Esto lo podemos ver claramente en el subsector de las conservas de pescado donde algunas de las empresas presentes de este sector tienen gamas de productos que llaman tapas, para llamar la atención del público inglés, al relacionar el producto con algo popular de la cocina española. Esto se podría aplicar también a otros subsectores como los embutidos o el queso y podría ser interesante para el sector de los platos precocinados.

Desde el punto de vista del productor español podemos decir que el factor crítico de éxito es el exotismo y la innovación. Normalmente los distribuidores/importadores de producto gourmet ya tienen cerradas sus líneas de productos y solo están abiertas a nuevos productos que introduzcan novedades o que cuenten con algún tipo de valor añadido.

2. TENDENCIAS

En este apartado debemos distinguir por un lado las tendencias que sigue la distribución en la venta y promoción de este tipo de productos y por otro lado las tendencias que sigue el consumidor en el proceso de compra.

2.1. Tendencias de la distribución

En primer lugar, debemos señalar la relevancia de las grandes cadenas detallistas y de los grandes almacenes en este sector. En el punto VII de esta nota sectorial explicaremos con más detalle la composición del comercio minorista en este sector.

Las grandes cadenas detallistas cada vez optan más por ofrecer productos que pueden catalogarse por gourmet. Sin embargo es frecuente que las grandes cadenas detallistas no hagan distinciones entre el producto gourmet y el resto de productos, compartiendo espacios en los lineales.

En las grandes cadenas detallistas es frecuente que el producto gourmet se presente bajo marca distribuidor, por lo que es fácil de distinguir. Por ejemplo Tesco tiene su marca “Tesco Finest” en la que agrupa los productos gourmet. Esto tiene una doble lectura para los productores españoles, ya que aunque por un lado abre oportunidades de mercado, por otro lado dificulta muchísimo la entrada con marca propia.

También es preciso señalar que cada vez las grandes cadenas detallistas están más dispuestos a ofrecer productos gourmet extranjeros.

En cuanto a los establecimientos especializados suelen trabajar más con marcas que las grandes cadenas detallistas aunque a veces es posible encontrarse con marcas de distribuidores o importadores británicos.

La tendencia en estas pequeñas cadenas pasa por ofrecer también todo tipo de productos, desde los más tradicionales hasta productos más nuevos y exóticos.

2.2. Tendencias del consumo

Tradicionalmente el consumidor británico, se ha inclinado por los productos gourmet británicos al percibir una mayor calidad, que viene unida a la tradición de esos productos.

Sin embargo, actualmente en el sector alimentario en general en Reino Unido, se está experimentando un gran incremento en el consumo de alimentos étnicos, debido, en parte, a la gran cantidad de comunidades de inmigrantes que conviven en el país. Esto ha provocado que haya más productos de este tipo, los cuales se han ido generalizando cada vez más. Dentro de este tipo de productos algunos se pueden considerar también delicatessen. El consumidor británico también está cada vez más interesado por probar nuevos sabores, lo cual

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

también está contribuyendo de manera importante a la entrada de este tipo de productos en el mercado y está actuando como catalizador para aumentar su calidad.

También hay que decir que la tendencia hacia una alimentación más sana, saludable y natural también beneficia el uso de los productos gourmet ya que, como hemos comentado en el apartado anterior, es común que este tipo de productos tiendan a ser productos frescos, naturales y tradicionales.

Otra tendencia que se puede observar es que a pesar de que cada vez la gente cocina menos en casa en general, cada vez se tiende a cocinar productos de mayor calidad, por lo que se tiende a usar el producto gourmet. Esto beneficia claramente a sectores que se pueden considerar como ingredientes culinarios. En este caso tenemos el ejemplo claro del aceite de oliva, pero también puede ser una gran oportunidad para los productores de especias como el azafrán o el pimentón.

3. SEGMENTACIÓN

Debido al precio del producto gourmet, siempre se ha asociado estos productos con gente de nivel socio-económico medio-alto. Es cierto que en este caso el nivel económico es una variable de segmentación importante, pero podemos decir que el producto gourmet se ha generalizado bastante debido a diversos factores:

- El auge de la marca distribuidor que ofrece producto gourmet a precios más asequibles que antaño.
- La mayor presencia de este tipo de producto en las grandes cadenas detallistas y su posición en los lineales, al lado de los productos Standard.
- El mayor interés de los británicos por cuidar su alimentación y usar productos naturales, sanos y de calidad.
- La mayor tendencia a cocinar platos más elaborados en casa.

Esto ha provocado que aunque el producto gourmet sigue siendo dirigido principalmente a personas de nivel adquisitivo medio-alto, cada vez más gente de nivel adquisitivo medio lo usa de vez en cuando, aunque la frecuencia de uso es menor que la de las personas con mayor adquisitivo.

IV . PRECIOS Y SU FORMACIÓN

1. PRECIOS

El precio del producto gourmet suele ser más alto que el del resto de los productos presentes en el lineal. Sin embargo cada vez es más frecuente encontrar en los lineales de producto gourmet precios más cercanos al resto de productos.

El precio más alto es una forma que tienen las grandes cadenas detallistas de diferenciar el producto gourmet del resto de los productos ya que, como ya hemos mencionado, suelen estar juntos en los lineales de las grandes cadenas detallistas.

Sin embargo en las pequeñas tiendas especializadas los precios suelen ser en general más altos ya que es una forma de conferir al producto imagen de exclusividad y calidad.

2. MÁRGENES

En este tipo de productos los márgenes manejados suelen ser en general altos, ya que el producto suele tener precios elevados. Los márgenes del detallista suelen ser, en general, mayores que los de los importadores/distribuidores.

Sin embargo los márgenes dependen también del tipo de producto. A continuación vamos a ver los márgenes promedio de algunos de los productos estudiados.

En el caso del aceite de oliva, los márgenes de los detallistas son, por regla general, mayores que los de los distribuidores-importadores. Los márgenes de los detallistas se sitúan entre el 35 y el 50% mientras que los de los importadores-distribuidores son entre un 15 y un 20%.

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

En el mercado de las conservas de pescado, el margen del distribuidor-importador suele ser sobre un 15 o un 20%. Este margen se amplía mucho en el caso de los detallistas que pueden llegar a obtener márgenes del 250%, aunque esto ocurre solo para determinados tipos de producto los cuales se quiere situar en una gama de mercado muy alta. Por media el margen medio de los detallistas está en torno al 30%.

En el caso del sector del queso, los detallistas operan con unos márgenes de beneficio también muy altos. Podemos cifrar los márgenes de las grandes cadenas detallistas en este sector entre un 40 y un 80%.



ICEX

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En general se puede decir que el producto español, en los últimos años ha ido ganando una mejor imagen respecto a sus principales países competidores, especialmente Italia. Cada vez se reconoce más la calidad de los productos españoles, lo cual provoca que los establecimientos que venden producto gourmet, tengan cada vez una mayor presencia de productos españoles, como veremos en la sección siguiente.

Sin embargo, la razón de esta mejora de imagen, no se fundamenta únicamente en la calidad de los productos españoles, sino que hay otros factores que han ayudado a que se produzca esta situación. Por un lado el público británico tiene cada vez más ganas de probar, nuevos productos más exóticos, lo que ha hecho que los tradicionales productos italianos se resientan dando paso a productos de otros países mediterráneos, siendo España la más beneficiada. Por otro lado, también podemos decir que España está de moda, como demuestra el hecho de que haya cada vez más restaurantes españoles. Por último el producto español es frecuentemente más competitivo en precios que el producto italiano, lo que provoca que cada vez sean más los establecimientos que apuesten por el producto español.

Sin embargo uno de los principales problemas con que se encuentra el producto español dentro del sector es la preferencia del consumidor británico hacia los productos locales. Esto no tiene relevancia en sectores donde no existe demasiada producción británica como el aceite, sin embargo en otros sectores como el queso o en algunos tipos de embutido, esto si que resulta un problema. De hecho como ya hemos visto en la sección dedicada a la oferta, la producción local abarca la mayor parte del valor de mercado.

Sin embargo, a pesar de que el producto español ha conseguido mejorar mucho su imagen y ganar penetración del mercado. Las marcas españolas siguen siendo poco conocidas y muy pocas han conseguido introducirse de forma integral en el mercado. Entre estas empresas destacan Carbonell, Revilla, Fragata, Ortiz y Palacio de Oriente. Muchas empresas que han conseguido entrar en el mercado británico lo han hecho como suministradores para distribuidores o grandes cadenas detallistas que utilizan su propia marca, lo cual dificulta la creación de imagen de marca para las empresas españolas

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

En el caso del aceite de oliva, el aceite español, a pesar de haber ganado terreno, compite con el italiano, cuyo prestigio es indiscutible en el mercado británico. En este sector Carbonell ha conseguido situarse en los lineales de las principales cadenas detallistas y además existe marcas muy especializadas que han conseguido posicionarse en algunos establecimientos. En el sector afín de las aceitunas y encurtidos la marca Fragata ha conseguido cierta penetración de mercado pudiendo encontrarse sus productos en los lineales de algunas de las principales cadenas detallistas.

En cuanto a carnes y embutidos, el producto español goza actualmente de una importante penetración de mercado. Aún así, el reconocimiento es mayor a nivel de pequeños establecimientos delicatessen y a precios elevados, que en los grandes establecimientos detallistas, lo que hace que entre el público en general el producto español no sea tan apreciado como correspondería a su calidad en general. En este sentido, sin embargo, se ha avanzado bastante recientemente y las grandes cadenas detallistas apuestan cada vez más por el producto español. Hay algunas marcas como Revilla que han conseguido introducirse en el mercado. También hay que señalar que, como veremos más adelante, muchas cadenas detallistas venden embutido español de alta calidad pero es frecuente que lo comercializan usando su marca distribuidor (tesco Finest, Waitrose, etc..). En el pequeño establecimiento especializado si que es más frecuente encontrar marcas españolas de jamón o embutidos.

Algo parecido ocurre en el sector de los quesos. El queso español goza de gran prestigio en tiendas delicatessen, pero es difícil de encontrar en grandes superficies. Además, el queso manchego es claramente el más conocido, siendo otros quesos de España bastante desconocidos para el público general. Como ya hemos comentado, uno de los principales problemas con que se encuentra el queso español es la preferencia de muchos consumidores británicos hacia los quesos ingleses tradicionales (cheddar, etc...) a la que hay que añadir además una feroz competencia por parte de países como Francia, Italia o Holanda. Al igual que con los embutidos, en las grandes cadenas detallistas, la mayoría del queso español se vende con marca distribuidor (Se estima que la marca distribuidor en el sector del queso es de aproximadamente el 73%). Sin embargo en los pequeños establecimientos especializados es más frecuente encontrar una mayor cantidad de marcas de queso españolas y una mayor variedad en cuanto a los tipos de queso ofrecidos.

En cuanto a conservas de pescado, el producto español está poco a poco haciéndose un hueco en la gran distribución. Hace algunos años, las conservas de pescado españolas gozaban de buena imagen a niveles de mercado alto, sin embargo, el producto español no acababa de encontrar un hueco en los lineales de delicatessen de las grandes superficies. En los últimos años, sin embargo el producto español ha conseguido afianzarse. Esto se debe principalmente a dos factores, en primer lugar su calidad, que ha provocado que tenga cada vez más espacio en establecimientos que desean ofrecer productos de la más alta calidad y en segundo lugar el hecho de que las empresas españolas han sido capaces de presentar el producto como un producto exótico y nuevo. Hay empresas del sector que denominan a algunos productos de su gama, tapas, para asociarlos claramente a la cultura gastronómica española. Esto hace que el sector de las conservas de pescado tenga dos marcas españolas

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

que han conseguido posicionarse en los lineales de las principales cadenas detallistas, como son Ortiz y Palacio de Oriente.

Un sector en el que el producto español resulta muy apreciado, es el de las especias, entre las que destacan especialmente el azafrán o el pimentón de la Vera, muy reconocidos, sobre todo en los pequeños establecimientos especializados y en detallistas de muy alta gama.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border that has a slight drop shadow, giving it a three-dimensional appearance. The background of the page is white.

VI. DISTRIBUCIÓN

1. INTERMEDIARIOS

Lo más común para distribuir productos en el sector gourmet en el reino Unido es entrar en contacto con los importadores especializados en el sector. Estos importadores son los que entran en contacto posteriormente con los detallistas, ya sea con las grandes cadenas o con los pequeños establecimientos.

Es preciso señalar que las grandes cadenas detallistas cuentan con compradores de producto gourmet. El problema es que para un productor suele ser muy difícil tratar con estos compradores, ya que estos últimos tienen mucha más capacidad de negociación. Por lo tanto, para una empresa española es mucho más recomendable tratar con los importadores primero, ya que además, estos, debido a su conocimiento del mercado serán capaces de orientar a la empresa española hacia el canal más adecuado para sus productos.

Estos importadores no solo tratan con las grandes cadenas detallistas, sino que también se encargan de tratar con los pequeños establecimientos gourmet y con otros canales como el canal horeca. Posteriormente en el punto VII de esta nota, haremos algunas recomendaciones para tratar con los importadores.

1.1. Principales importadores

En el anexo de esta nota sectorial se encuentra un listado completo con los principales importadores de producto gourmet. A continuación destacamos algunos de los más relevantes. Los hemos dividido en 2 categorías: Importadores/distribuidores especializados únicamente en producto español e Importadores/distribuidores de producto gourmet en general, que también comercializan producto español.

Distribuidores especializados en producto español: En esta categoría destacan Brindisa, Products from Spain, Flavours of Spain o La alacena entre otros. Estos distribuidores son de tamaños distintos, por un lado tenemos una empresa fuerte y consolidada como Brindisa y por otro lado otras empresas de más reciente creación y pequeño tamaño como Flavours of Spain o La Alacena.

Distribuidores de productos gourmet internacionales en general que tienen también producto español: En esta categoría podemos señalar como lo más reconocidos a Leathams, Bespoke foods, Nathan Frost, Papadeli o Petty Wood.

2. DETALLISTAS

Los productos gourmet se pueden encontrar tanto en las grandes cadenas detallistas, como en grandes almacenes, como en pequeños establecimientos especializados. A continuación veremos con más detenimiento ambos canales.

2.1. Grandes cadenas detallistas

En Reino Unido hay 5 cadenas detallistas que acaparan el mayor porcentaje del mercado. Estas son Tesco, Sainsbury's, Asda, Morrisons y Somerfield. Además existen otras cadenas como Waitrose y Marks and Spencer que están más destinadas a un segmento de mercado más concreto, en este caso el segmento de gama alta.

Todas estas cadenas tienen en sus lineales productos gourmet, pero sus enfoques son distintos:

Tesco: No es una cadena que se distinga por una gran cantidad de productos gourmet. Muchos de estos productos están etiquetados con la marca propia "Tesco finest" y suelen estar situados en el lineal junto al resto de productos. Entre la gama de productos de "Tesco finest" podemos encontrar productos españoles, entre los que cabe destacar embutidos (jamón serrano y chorizo) y quesos (manchego especialmente). Se puede considerar una de las cadenas con menor presencia de producto español.

Asda: ha optado por una estrategia de precio reducido, lo que provoca que la presencia de producto gourmet sea bastante escasa. Tampoco existen demasiados productos españoles y no hay ninguna marca española es Asda que pueda considerarse producto gourmet. El único

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

producto que puede considerarse gourmet de origen español son las aceitunas, que se ofrecen con marca distribuidor.

Sainsbury's: Los productos gourmet conviven con el resto de producto en los lineales y generalmente la manera de distinguirlos es por los precios. No existe una gran presencia de producto gourmet español pero si que hay presentes algunas marcas españolas como Palacio de Oriente, Revilla y Carbonell. En cuanto a la marca blanca, encontramos más productos de origen español en Sainbury's que en Tesco o Asda.

En algunos establecimientos de Sainsbury's existe la sección "Special Selection" en la que podemos encontrar productos de la más alta calidad. En ella es posible encontrar algunos productos españoles tales como membrillo, vinagre de jerez o conservas.

Morrisons: Tiene una estrategia similar a Sainsbury's. No hay una gran presencia de marcas españolas en el sector gourmet, aunque si existen algunas.

Waitrose: Debido a su enfoque de gama alta, es uno de los detallistas que mayor cantidad de producto español tiene en sus lineales. Marcas como Palacio de Oriente, Conservas Lorea o Marques de Valdeuzza forman parte del catálogo de Waitrose. Además en sus secciones de charcuteria tienen una gran cantidad de productos españoles como embutidos y quesos. También ofrecen embutidos y quesos loncheados españoles con la marca distribuidor.

Marks and Spencer: La gran mayoría de los productos de Marks and Spencer se venden como marca distribuidor. Existen algunos productos españoles como aceite, aceitunas y embutidos.

También debemos señalar que existen grandes almacenes como Harrods, Selfridges, Fortnum & Mason y Harvey Nichols, que tienen una sección de alimentación en la que todos los productos pueden considerarse delicatessen. En el caso específico de Harrods, existe una gran cantidad de producto español que se presenta con marca propia. Podemos encontrar marcas españolas en casi todos los productos que pueden tener una gama gourmet como aceites, embutidos, quesos, conservas vegetales, conservas de pescado, dulces, etc...

2.2. Pequeños establecimientos

Durante los años noventa y los primeros años de esta década, multitud de pequeños detallistas delicatessen cerraban sus puertas debido a la fuerte competencia de las grandes cadenas detallistas. Sin embargo en los últimos cinco años se puede decir que ha habido una expansión del comercio independiente.

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

Es difícil catalogar los pequeños establecimientos que venden producto gourmet, ya que existen desde pequeñas tiendas de barrios con productos exclusivos a pequeñas cadenas. También existen establecimientos especializados en producto español que venden producto delicatessen. Sin embargo existen unos puntos que podemos generalizar a todas ellas.

- Los productos se comercializan, normalmente, con marca propia, lo cual hace posible que la variedad de marcas que podemos encontrar en este tipo de tiendas es mayor que en las grandes cadenas detallistas.
- Compran a importadores/distribuidores y algunas tiendas incluso actúan como distribuidores o importadores.



ICEX

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

1. LEGISLACIÓN

Foods Standards Agency (FSA, Agencia de control de calidad de productos agroalimentarios) es el organismo encargado de control del tráfico de productos agroalimentarios en el reino Unido.

No se requiere ningún certificado higiénico adicional, ni se requiere que pase ninguna inspección aduanera previa. Señala además que es responsabilidad de los operadores británicos del sector asegurarse de que el producto no presenta ningún riesgo para la salud, por lo que como comentaremos en el apartado dedicado a canales de distribución, es común que los distribuidores y mayoristas tengan rígidos sistemas de control de calidad.

La mayoría de los minoristas del Reino Unido exigen a sus proveedores la posesión de la certificación Global Food Standard del BRC. Esta exigencia será prácticamente obligatoria, si lo que queremos es fabricar la marca de distribuidor de alguno de las grandes cadenas detallistas de Reino Unido.

En la web de BRC Standards, <http://www.brc.org.uk/standards>, se dispone de completa información al respecto, así como acceso al directorio BRC Global Standards Directory, en el se pueden consultar los alimentos, envases y proveedores certificados por BRC, Organismos de Certificación y empresas autorizadas para formación en BRC Global Standards. La consulta del directorio requiere de registro, pero éste es gratuito.

En el caso del etiquetado, las normas son las que exige la Comunidad Europea. Estas normas están recogidas en “The Food Safety Act 1990” y “The Food Labelling Regulations 1996” (con las enmiendas de 1998 y 1999). Toda la información contenida en la etiqueta debe ser

veraz, debiendo incluir: nombre del producto, lista de productos añadidos si los hubiera (hierbas, etc.), fecha de caducidad o de consumo preferente, cualquier condición especial de conservación o uso, nombre y dirección del fabricante, del empaquetador o del vendedor, así como el origen del producto.

En este caso sin embargo es recomendable señalar que el consumidor británico está acostumbrado a que en el etiquetado figure toda la información nutricional del producto (ingredientes, calorías, grasas, azúcares, etc...) por lo que es recomendable que se incluya en un lugar fácilmente visible. Además es recomendable avisar de las contraindicaciones del producto, es decir, alergias y similares. Es posible incluso que el detallista exija esto como requisito para ofrecer el producto.

Al tratarse de producto delicatessen es recomendable que el envase enfatice la procedencia del producto y en caso de tratarse de un producto típico, que se enfatice la tradición, ya que es un factor muy valorado en este mercado.

2. CONTACTO CON LOS INTERMEDIARIOS

Como ya hemos dicho en apartados anteriores, la forma más habitual de acceso al mercado es mediante distribuidores o importadores que son los que se encargan de introducir posteriormente el producto en los canales correspondientes.

Es frecuente que los importadores pidan algunas condiciones para comercializar el producto como exclusividad, lo cual no siempre resulta recomendable.

Hay que señalar que para los importadores y distribuidores es muy importante asegurarse de que sus productos son de la mayor calidad, por lo que es frecuente que impongan férreos controles de calidad en los productos nuevos que va a adquirir.

Un buen lugar para establecer contactos con los importadores y los distribuidores son las ferias, entre la que destacan IFE, que se celebra cada dos años y la Speciality Food Fair, de carácter anual y que reúne toda la oferta de producto gourmet del país. En el anexo de esta nota sectorial podemos encontrar los datos de las ferias más relevantes.

VIII. ANEXOS

1. LISTADO DE IMPORTADORES

A. CAMACHO UK LTD.	
Farmhouse Suite Glebe Farm Campus Knapwell, Cambridshire CB3 8NR	
Tel: (+44) 195 426 8955	Fax: (+44) 195 426 8959
E-mail: info@acamacho.co.uk	
Web: www.acamacho.com	
Contact: Jim Collin	
ANDUTRA LTD.	
1 Kimbel Mews Humpfrey Lane Boughton, Northampton NN2 8XB	
Tel: (+44) 160 482 1200	Fax: (+44) 160 484 5667
E-mail: sales@eurobrands.co.uk	

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

Web: www.andutra.co.uk

Contact: Mr. Hibbins

ANTHONY ROWCLIFFE & SON LTD.

Provender House, Unit B

Paddock Wood Distribution Centre

Paddock Wood, Kent TN12 6UU

Tel: (+44) 189 283 8999

Fax: (+44) 189 283 6585

E-mail: arowcliffe@aol.com

cheezebiz@aol.com

Web: www.rowcliffe.co.uk

Contact: Len Child

AUTHENTIC BRANDS LTD. (Formerly Denby Grange LTD.)

Ware Priory

High Street

Ware, Herts SG12 9AL

Tel: (+44) 192 046 9107

Fax: (+44) 192 048 6646

E-mail: david@myukoffice.com

Web:

Contact: David Bataller

AVILTON FOODS LTD.

Malvern House

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

Matford Court, Yeoford Way Exeter, Devon EX2 8LB	
Tel: (+44) 139 282 2200	Fax : (+44) 139 282 2201
E-mail: avilton@avilton-foods.co.uk sales@avilton-foods.co.uk	
Web: www.avilton-foods.co.uk	
Contact: Diana Lewis (dlewis@avilton-foods.co.uk)	

BELLOTA FOODS UK LTD.	
Greenlands St. Weonards, Herefordshire HR2 8PW	
Tel: (+44) 198 158 0028	Fax: (+44) 198 158 0067
E-mail: info@bellota.co.uk	bellota@btinternet.com
Web: www.bellota.co.uk	
Contact: Peter Snow	

BESPOKE FOODS	
Unit 2C, Tideways Industrial Estate Kirtling Street Vauxhall, London SW8 5BP	
Tel: (+44) 207 819 4300	Fax: (+44) 207 819 4400
E-mail: sales@bespoke-foods.co.uk	
Web: www.bespoke-foods.co.uk	
Contact: Vicente Zaballo	

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

BEVELYNN	
Bevelynn House Unit 10, Fieldings Road Cheshunt, Herts EN8 9TL	
Tel: (+44) 199 264 1441	Fax: (+44) 199 262 2003
E-mail: main@bevelynn.co.uk	
Web: www.bevelynn.co.uk	
Contact: Peter Kakolyris	

BRINDISA LTD.	
9B Weir Road Balham, London SW12 0LT	
Tel: (+44) 208 772 1600	Fax : (+44) 208 772 1666
E-mail: sales@brindisa.com	
Web: www.brindisa.com	
Contact: Monica Linton	

BRISTOL MERCHANTS LTD.	
20 Fenton Road Bristol BS7 8ND	
Tel: (+44) 117 963 6718	Fax: (+44) 117 953 7937
E-mail: sales@bristolmerchants.com ,	
Web: www.bristolmerchants.co.uk	
Contact: Paul Miller (paul@bristolmerchants.com)	

CARBONELL UK LTD.	
29A, Walton Road East Molesey, Surrey KT8 0DH	
Tel: (+44) 208 941 4132	Fax: (+44) 208 941 4133
E-mail: clare@carbonell.co.uk	
Web:	
Contact: Claire Marsden (Director)	

CASA CONDE (EUROPE) LTD.	
Unit 10, Astbury Business Park Station Passage London SE15 2JR	
Tel: (+44) 207 639 2800	Fax: (+44) 207 639 0349
E-mail: noelia@padronpeppers.com	
Web: www.padronpeppers.com	
Contact: Noelia Conde	

C & D WINES LTD.	
Amapola House 25 Metro Business Centre Kangley Bridge Road London SE26 5BW	
Tel: (+44) 208 778 1711	Fax : (+44) 208 778 1710
E-mail: info@canddwines.co.uk	

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

Web: www.canddwines.co.uk

Contact: Félix Benito

CLARKS SPECIALITY FOODS LTD.

202 Bruntsfield Place

Edinburgh EH10 4DF

Tel: (+44) 131 656 0500

Fax: (+44) 131 656 0500

E-mail: pierre@clarksfoods.co.uk

Web: www.clarksfoods.co.uk

Contact: Pierre, Sales Director

CLASSIC FINE FOODS

D24-27 New Covent Garden Market - Nine Elms Lane

London SW8 5LL

Tel: (+44) 297 627 9666

Fax:

E-mail: vanessa@classicfinefoods.com

Web: www.classicfinefoods.com

Contact: Mickael Retailleau, Sales Manager

COFRUSA (UK) LTD.

17 The Broadway

Old Hatfield, Hertfordshire AL9 5HZ

Tel: (+44) 170 725 1000

Fax : (+44) 170 727 0278

E-mail: martin@cofrusa.freeseve.co.uk

Web: www.cofrusa.co.uk

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

www.cofrusa.com

Contact: Martin Lambert, Director

CONTINENTAL FINE FOODS

Guinness Circle, Stretford

Trafford Park, Manchester M17 1EB

Tel: (+44) 161 864 6600

Fax : (+44) 161 864 6601

E-mail: info@finefoods.co.uk

Web: www.finefoods.u-net.com

Contact: Vaz Frigerio (vaz.frigerio@finefoods.co.uk)

CREATIVE INGREDIENTS LTD.

2, Church Street

Sutton-on-Trent

Newark, Nottinghamshire NG23 6PD

Tel: (+44) 1636 550 020

Fax:

Mobile: (+44) 770 282 7007

E-mail: sales@creativeingredients.co.uk

Web: www.creativeingredients.co.uk

Contact: David Jopling

DAVID SOUTH (Cheese Distribution) LTD. (Filial de HB Foods)

Southdale House, Holloway Drive

Wardley Ind. Estate North

Worsley, Manchester M28 2LA

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

Tel: (+44) 161 279 8020	Fax: (+44) 161 279 8021
E-mail: mail@davidsouthcheese.co.uk nicky.philp@hb-foods.co.uk	
Web:	
Contact: David South / Nicky Philp - Purchasing Managers	

DAYBREAK FOODS	
Madison House 31 High Street Sunninghill, Ascot SL5 9NP	
Tel: (+44) 1344 874 445	Fax : (+44) 134 4874002
E-mail: info@daybreakfoods.co.uk	
Web: www.daybreakfoods.co.uk	
Contact: Damien Combes	

DELICIOSO	
Unit 14, Tower Business Park Berinsfield, Oxon OX10 7LN	
Tel: (+44) 186 534 0055	Fax: (+44) 778 222 0623
E-mail: info@delicioso.co.uk	
Web: www.delicioso.co.uk	
Contact: José Luis Álvarez Bernal and Kate Shirley-Quirk	

DONATANTONIO PLC	
Lupa House, York Way	

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

Borehamwood, Herts WD6 1PX	
Tel: (+44) 208 236 2222	Fax : (+44) 208 236 2288
E-mail: sales@donatantonio.com	
Web: www.donatantonio.com	
Contact: Valeria Ronco (vronco@dotanantonio.com)	

EL OLIVO – OLIVE OIL COMPANY	
1 Dalrymple Edinburgh EH9 2NU	
Tel: (+44) 131 662 4811	Fax: (+44) 131 662 4811
E-mail: info@elolivo-olive-oil.com	
Web: www.elolivo-olive-oil.com	
Contact: Maria Cumming	

EUROPA DELI	
Empire House, 1A Empire Way Tregonigge Ind Estate Falmouth, Cornwall TR11 4RX	
Tel: (+44) 1326379020	Fax: (+44) 1326379030
E-mail: chris_kinder@hotmail.com	
Web:	
Contact: Chris Kinder	

EDELI LTD.		
20	liberty	close

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

Woolsbridge	industrial	estate
Three	legged	cross
Wimborne, Dorset BH21 6SY		
Tel: (+44) 870 446 5483	Fax: (+44) 870 446 5484	
E-mail: emma.lopez-johnson@edeli.co.uk		
Web: www.edeli.co.uk		
Contact: Emma López Johnson		

FLAVOURS OF SPAIN LTD.		
The	Old	Dairy
Brewer		Street
Bletchingley, Surrey RH1 4QP		
Tel: (+44) 870 330 2879	Fax: (+44) 870 330 2879	
E-mail: enquiries@flavoursofspain.co.uk		
Web: www.flavoursofspain.co.uk		
Contact: Theresa Holmes, Ana Gomez		

FOOD BROKERS LTD.		
Food Broker House		
Northarbour Road		
Portsmouth, Hampshire PO63TD		
Tel: (+44) 239 222 2500	Fax: (+44) 239 222 2555	
E-mail: sales@foodbrokers.co.uk		
Web:		
Contact: Toby Craknell		

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

FOODHOUSE (UK) LIMITED	
Paul Anthony House, 724 Holloway Road, London N19 3JD	
Tel: (+44) 207 263 9170	Fax: (+44) 207 263 7666
E-mail: general@foodhouse.co.uk	
Web:	
Contact: Renzo Bentsik / Paola	

FRESH OLIVE CO OF PROVENCE	
7 Barrets Green Road London NW 10 7AE	
Tel: (+44) 208 838 1912	Fax: (+44) 208 838 1913
E-mail: george@fresholive.com sales@fresholive.com	
Web: www.fresholive.com	
Contact: George Bennell, Managing Director	

GARCIA & SONS	
250 Portobello Road London W11 1LL	
Tel: (+44) 207 221 6119	Fax : (+44) 207 221 6119
E-mail: tony@garciaportobello.fsnet.co.uk	
Web:	
Contact: Antonio García	

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

GAROUSCA LTD.	
Unit 6, Cullen Way - Park Royal London NW10 6JZ	
Tel: (+44) 208 961 1119	Fax: (+44) 208 961 2993
E-mail: info@garusana.com	
Web: www.garusana.com	
Contact: Shadiez Adol	

G COSTA & CO LTD.	
Unit 6, Quarry Wood Industrial Estate, Mills Road Aylesford, Kent ME20 7NA	
Tel: (+44) 162 271 7777	Fax: (+44) 162 271 3321
E-mail: tbeard@gcosta.co.uk tim.Beard@abworldfoods.com	
Web: www.gcosta.co.uk	
Contact: Tim Beard	

GEORGES BARBIER OF LONDON	
267 Lee High Road London SE12 8RU	
Tel: (+44) 208 852 5801	Fax: (+44) 208 463 0398
E-mail: barbier@f2s.com	
Web: www.georgesbarbier.co.uk	
Contact: Georges Barbier	

HAZLEWOOD FOODS	
Retford Road Manton Wood Enterprise Zone Mnaton Wood, Worksop S80 2RS	
Tel:	Fax:
E-mail: info@hazlewoodfoods.co.uk	
Web: www.hazlewoodfoods.co.uk	
Contact: David Lewis	

HARLEY FOODS LTD.	
Blindcrake Hall Blindcracke Cockermouth, Cumbria CA13 0QP	
Te: (+44) 190 082 3037	Fax: (+44) 190 082 8276
E-mail: info@harleyfoods.co.uk	
Web:	
Contact: Michael Watson	

HIDER FOOD IMPORTERS LIMITED	
Wiltshire Road Hull HU4 6PA	
Tel: (+44) 148 256 1137	Fax: (+44) 148 256 5668
E-mail: mail@hiderfoods.co.uk	
Web: www.hiderfoods.co.uk	
Contact: Mark Williams (Sales Manager)	

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

J C DUDLEY & CO LTD.	
Cheyney House, Francis Yard, East Street Chesam, Buscks HP51DG	
Tel: (+44) 149 479 2839	Fax: (+44) 149 479 2875
E-mail: sales@jcdudley.co.uk	
Web: www.jcdudley.co.uk	
Contact: Mark J C Dudley	

KIRIL MISCHEFF LTD.	
Enterprise House, Carlton Road Worksop, Notts S81 7QF	
Tel: (+44) 190 953 4000	Fax: (+44) 190 950 1844
E-mail: kelly.webb@kiril-mischeff.com	
Web: www.kiril-mischeff.com	
Contact: Kelly Webb	

LA ALACENA (UK) LTD.	
6 St. Peters Gardens Weston Favell Village Northampton; Northants NN3 3JT	
Tel: (+44) 160 478 4159	Fax:
E-mail: info@alacena.co.uk	
Web: www.alacena.net	
Contact: Rob Carter	

LA ROCHELLE FOODS LIMITED	
Leigh Wharf, Twist Lane Leigh, Lancashire WN7 4DB	
Tel: (+44) 194 226 0303	Fax : (+44) 194 226 1135
E-mail: sales@larochelle.co.uk	
Web: www.larochelle.co.uk	
Contact: Barry Wilkinson	

L'AQUILA IMPORTERS + DISTRIBUTORS	
860 Coronation Road London NW107PS	
Tel: (+44) 208 965 0666	Fax: (+44) 208 965 0999
E-mail: info@laquila.co.uk	
Web: www.laquila.co.uk	
Contact: Sue Thistlewaite	

LEATHAMS PLC	
227-255 Ilderton Road London SE15 1NS	
Tel: (+44) 207 635 4016	Fax: (+44) 207 635 4006
E-mail: buyingenquiries@leathams.co.uk	
Web: www.leathams.com	
Contact: Tony Walker	

GR FINE FOODS LTD.

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

Unit 7A-7B, Southam Business Park, Churchstow Kingsbridge, Devon TQ7 3QR	
Tel: (+44) 154 885 4259	Fax: (+44) 154 885 4593
E-mail: info@grfinefoods.co.uk	
Web: www.grfinefoods.co.uk	
Contact: Richard Burt (grfinefoods@hotmail.co.uk)	

MAC EWEN FALCONER & CO LTD.	
3 Park Gardens Glasgow G37YE	
Tel: (+44) 141 332 9333	Fax: (+44) 141 331 2713
E-mail: g.sloan@macewenfalconer.com	
Web:	
Contact: Graham Sloan	

MARITIME FOODS LTD.	
River House, 1 Maidstone Road Sidcup, Kent DA14 5RH	
Tel: (+44) 208 305 5080	Fax: (+44) 208 269 6900
E-mail: tim@maritimefoods.com	
Web:	
Contact: Tim Bertin	

MARTIN MATHEW & CO. LTD.	
The Colonnade, Beechholm Mews	

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

140 High Street Cheshunt, Herts EN8 0DJ	
Tel: (+44) 199 264 1641	Fax: (+44) 199 264 1333
E-mail: sales@martinmathew.co.uk	
Web: www.martinmathew.co.uk	
Contact: Mathew Donnelly	

MEDITERIA LTD.	
Unit 2C, 102 Lower Guilford Road Knaphill, Woking, Surrey, GU21EP	
Tel: (+44) 845 884 4500	Fax: (+44) 788 195 5434
E-mail: info@mediteria.com	
Web: www.mediteria.com	
Contact: Simon Parry	

MEDITERRANEAN PANTRY	
PO Box 12465 Sutton Coldfield West Midlands B7 34BE	
Tel: (+44) 121 351 4202	Fax: (+44) 121 351 4202
E-mail: simon@medpantry.co.uk	
Web: www.mediterraneanpantry.co.uk	
Contact: Simon Parry	

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

MERIDIAN FOODS LTD.	
Industrial State – Corwen Denbighshire LL21 9RT	
Tel: (+44) 149 041 3151	Fax: (+44) 149 041 2032
E-mail: websiteinfo@meridianfoods.co.uk	
Web: www.meridianfoods.co.uk	
Contact: John Dennemy	

MILLENIUM FOOD SERVICES LTD.	
Unit 6, Kendal Court Avenue Acton, London W30RU	
Tel: (+44) 208 992 4567	Fax: (+44) 208 579 8395
E-mail: sales@millennium.com	
Web: www.millenniumfoods.com	
Contact: Peter Scarles	

MINSTER FINE FOODS LTD.					
Park	View	House,	16	South	Street
Bourne, Lincolnshire PE10 9LT					
Tel: (+44) 177 839 4333			Fax: (+44) 177 839 4111		
E-mail: sales@minsterfinefoods.co.uk					
Web: www.minsterfinefoods.co.uk					
Contact: Richard Burbidge, Managing Director richard@minsterfinefoods.co.uk Ellyot Doyle, Sales Director ellyot@minsterfinefoods.co.uk					

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

NATHAN FROST LTD.	
Unit 12, Millmead Industrial Estate Millmead Road Tottenham, London N17 9QU	
Tel: (+44) 208 808 4106	Fax: (+44) 208 801 4601
E-mail: enquiries@nathanfrost.com brunestar@aol.com	
Web: www.nathanfrost.com	
Contact: David Frost (david@nathanfrost.com)	

OLIVES ET AL LTD.	
Olives Et Al 1, North Dorset Business Park Sturminster Newton, Dorset DT10 2GA	
Tel: (+44) 125 847 4300	Fax: (+44) 125 847 4301
E-mail: shop@olivesetal.co.uk steve@olivesetal.co.uk (Operations Director)	
Web: www.olivesetal.co.uk	
Contact: Giles Henschel, Managing Director (giles@olivesetal.co.uk)	

ORGANICO REALFOODS	
Unit 3, City Limits, Danehill Lower Earley Reading, Berkshire RG6 4UP	
Tel: (+44) 118 923 8767 / (+44) 118 923 8762	Fax: (+44) 118 923 8761

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

923 8762	
E-mail: sales@organico.co.uk (Sales) kate@freestonepr.co.uk (Kate Freestone - Press Enquiries) accounts@organico.co.uk (Accounts) inma@organico.co.uk (Inma Carpena- Buyer)	
Web: www.organico.co.uk	
Contact: Oliver Martínez	

PAPADELI	
84 Alma Road Clifton, Bristol BS8 2DJ	
Tel: (+44) 117 973 6569	Fax: (+44) 117 973 6569
E-mail: info@papadeli.co.uk	
Web: www.papadeli.co.uk	
Contact: Simon and Catrin McDonnell	

P & J CONTINENTAL FOODS	
1 Endeavour Park, Addington West Malling, Kent ME19 5SH	
Tel: (+44) 208 801 0075	Fax: (+44) 208 801 0116
E-mail: peterpanayiotis@hotmail.com	
Web:	
Contact: Peter Panayiotis	

PEATY MILLS

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

Bridge House, N° 1 Endeavour Park	
Addington	
West Malling, Kent ME19 5SH	
Tel: (+44) 173 287 9800	Fax: (+44) 173 287 4692
E-mail: hq@peatymills.com headoffice@peatymills.com	
Web: www.peatymills.com	
Contact: Nicholas Peaty	

PETTY, WOOD & CO. LTD.	
P. O. Box 66	
Livingstone Road	
Andover, Hampshire SP10 5LA	
Tel: (+44) 126 434 5500	Fax: (+44) 0126 433 2025
E-mail: info@pettywood.co.uk	
Web: www.pettywood.co.uk	
Contact: John Weaver, Commercial Director John Holland, Spanish products' buyer (jhpemble@pettywood.co.uk)	

PRINCES FOODS	
Royal Liver Building	
Pier Head, Liverpool L31NX	
Tel: (+44) 151 236 9282	Fax: (+44) 151 236 1057
E-mail: enquiries@princes.co.uk	

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

neil.brownbill@princes.co.uk
Web: www.princes.co.uk
Contact: Neil Brownbill

PRODUCTS FROM SPAIN	
Units 17 & 18 Cumberland Business Park 17 Cumberland Avenue London NW10 7RT	
Tel: (+44) 207580 2905	Fax: (+44) 207 580 2906
E-mail: mail@productsfromspain.co.uk	
Web: www.productsfromspain.co.uk	
Contact: Ms. Beatriz López	

PURE SPAIN	
Unit 202, 80 High Street Winchester, Hampshire SO23 9AT	
Tel: (+44) 196 277 4942	Fax: (+44) 196 277 4822
E-mail: info@purespain.co.uk	
Web: www.purespain.co.uk	
Contact: Victoria Low (victoria.low@btinternet.com)	

SABOR DE ESPAÑA
1 Beachamp Court Victors Way Barnet Herts EN5 5TZ

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

Tel: (+44) 778 844 3926 / (+44) 207 221 6427	Fax: (+44) 207 229 6057
E-mail: info@sabordeespana.com carne.farre@sabordeespana.com	
Web: www.sabordeespana.com	
Contact: Carne Farré	

SILBURY MARKETING LTD.	
2 Trinity Mews Priory Road Warwick CV34 4NA	
Tel: (+44) 192 641 0022	Fax: (+44) 192 647 6200
E-mail: sales@silbury.co.uk kate@silbury.co.uk ,	
Web: www.silbury.co.uk	
Contact: Glyn Moses, Director Kate Hall, Sales Executive	

SAYELL FOODS	
71 Fanshaw Street London N1 6LA	
Tel: (+44) 207 256 1080	Fax: (+44) 207 256 1090
E-mail: jim@sayellfoods.co.uk wendy@sayellfoods.co.uk	

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

sales@sayellfoods.co.uk
Web: www.sayellfoods.co.uk
Contact: James and Wendy Sayell

S & B HERBA FOODS LTD.	
Berwick House 8-10 Knoll Rise Orpington, Kent BR6 0EL	
Tel: (+44) 870 724 3722	Fax: (+44) 168 989 0790
E-mail: sales@sandb.co.uk sales@sbhf.com peter.cattaneo@sbhf.com	
Web: www.sandb.co.uk	
Contact: Jim White, Miriam Pérez and Peter Cattaneo	

SPANISH FOOD IMPORTERS LTD.	
3 Rose Close, Stratford London E15 2HX	
Tel: (+44) 208 555 1227 / (+44) 871 200 3177	Fax: (+44) 208 472 0077
E-mail:	
Web:	
Contact: Jesús Rodríguez	

THE CHEESE AND WINE SHOP

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

8 Clarks Road Co Durham DL37QH	
Tel: (+44) 132 538 4803	Fax :
E-mail: ukcheeseandwine@talktalk.net	
Web: www.cheeseandwineshop.co.uk	
Contact: Terry Farr	

THE CHEESE CELLAR CO.	
Unit 11-12, Elleslie Square Lyham Road London SW2 5EE	
Tel: (+44) 845 241 0210	Fax: (+4) 845 410 212
E-mail: stephanie.breuser@hb-foods.co.uk simon.pullin@hb-foods.co.uk	

THE FOODFINDERS	
Great Bowden Road Market Harborough Leicester LE16 7DE	
Tel: (+44) 185 843 8030	Fax: (+44) 185 846 1140
E-mail: kelly.derbyshire@fosters-food.co.uk	
Web: www.blueberrygroup.net	
Contact: Kelly Derbyshire	

THE FRESH OLIVE COMPANY OF PROVENCE
--

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

7 Barretts Green Road	
London NW10 7AE	
Tel: (+44) 208 838 1912	Fax: (+44) 208 8381913
E-mail: sales@fresholive.com gemma@fresholive.com	
Web: www.fresholive.com	
Contact: George Bennell	

THE OIL MERCHANT	
47 Ashchurch Grove	
London W12 9BU	
Tel: (+44) 208 740 1335	Fax: (+44) 208 740 1319
E-mail: om@oilmerchant.co.uk	
Web:	
Contact: Charles Carey	

THE WALNUT TREE	
Nº 2 Abbey Viwe Mill Hill	
London NW74PB	
Tel: (+44) 208 959 5346	Fax: (+44) 208 959 5346
E-mail: beverly@the-walnut-tree.co.uk	
Web: www.the-walnut-tree.co.uk	
Contact: Beverly	

TOM HIXSON & CO LTD.

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN GOURMET EN REINO UNIDO

221 Central Markets Smithfields London EC1 9AE	
Tel: (+44) 207 248 3569	Fax: (+44) 207 213 9460
E-mail: sales@tomhixon.co.uk	
Web:	
Contact: Nigel Green, Chris Grannan (chris@tomhixon.co.uk)	

WATERLOO WINES CO.	
6 Vine Yard, Borough London SE1 1QL	
Tel: (+44) 207 403 7967	Fax: (+44) 207 357 6976
E-mail: sales@waterloowine.co.uk patricia@waterloowine.co.uk	
Web:	
Contact: Patricia	

WESSEX FOODBROKERS LTD.	
1 Bowes Hill Rowlands Castle, Hampshire PO9 6BP	
Tel: (+44) 239 241 3388	Fax: (+44) 239 241 3377
E-mail: sales@wessexfoodbrokers.co.uk	
Web: www.wessexfoodbrokers.co.uk	
Contact: Andrew Spraggs	

WILTON WHOLEFOODS	
Sunrize House Salisbury Road Downton, Salisbury SP5 3JJ	
Tel: (+44) 172 551 3122	Fax: (+44) 172 551 3122
E-mail: martin@wiltonwholefoods.co.uk	
Web: www.wiltonwholefoods.co.uk	
Contact: Martin Rimer	

WINTERBOTHAM DARBY & CO LTD.	
Granville House, Gatton Park Business Centre Merstham, Surrey RH1 3LG	
Tel: (+44) 173 764 6646	Fax: (+44) 173 764 6600
E-mail: gwise@windar.co.uk	
Web:	
Contact: Granville Wise and Jun Shelton	

2. FERIAS

- ❖ **Speciality Fine Food Fair**, anual, 7-9 de Septiembre 2008. Grand Hall, Olympia, en Londres. Existen dos ediciones de esta feria, siendo la más representativa y de mayor tamaño la de Londres. La otra edición tiene lugar en Harrogate, del 15 al 16 de junio. Más información en la página web: <http://www.specialityandfinefoodfairs.co.uk>
- ❖ **IFE (International Food Exhibition)**, 15-18 marzo 2009, ExCeL, Londres. Más información en la página web: www.ife.co.uk.

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

- ❖ **Sector Profesional Alimentación:** The Grocer (semanal) www.thegrocer.co.uk, www.foodanddrink.co.uk, Good Food Retailing y Fine Food Digest (mensual) www.finefooddigest.co.uk, Foodnews (semanal) www.foodnews.co.uk
- ❖ **Sector Profesional Restauración:** Caterer & Hotelkeeper (semanal) www.caterer.com y The Restaurant Magazine (mensual).
- ❖ **Sector Consumidor:** BBC Good Food Magazine (www.bbcgoodfood.co.uk), Food and Travel, Food Illustrated (mensuales).

4. ASOCIACIONES

Asociación Británica de minoristas de producto gourmet (Guild of fine food): www.finefoodworld.co.uk

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

- ❖ **Department for Environment, Food and Rural Affairs (Defra):** www.defra.gov.uk
- ❖ **Department of Trade & Industry:** www.dti.gov.uk
- ❖ **Food Standards Agency:** www.foodstandards.gov.uk

IX. BIBLIOGRAFÍA

Guild of fine foods

Euromonitor

Defra,

Mintel,

The Grocer, “Focus on Speciality and fine foods”

Conversaciones con las siguientes empresas:

- **Authentic Brands**
- **Europa Deli**
- **Bristol Merchants**