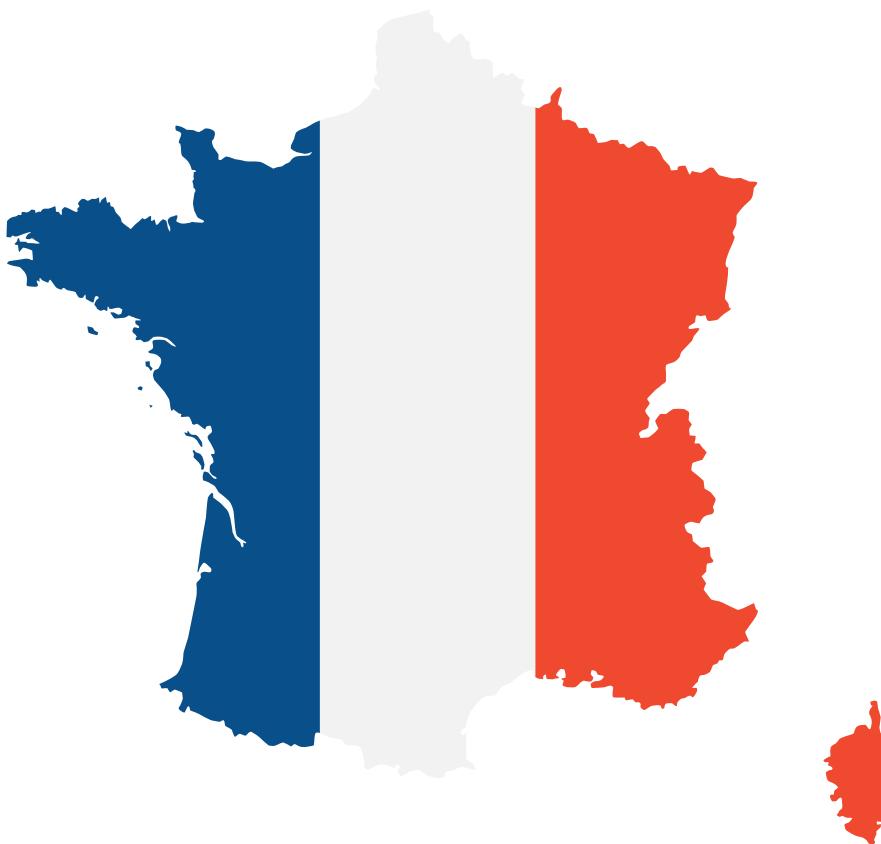


LA FRANCIA E LE NUOVE OPPORTUNITÀ



FRANCIA: LA SITUAZIONE ECONOMICA E LE OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE

Introduzione

Analisi geopolitica del Paese e caratteristiche socioeconomiche del mercato

La Francia è una Repubblica Presidenziale. È una potenza nucleare, membro permanente dell'ONU e membro del G7. Principale protagonista dell'Accordo di Parigi sul clima in occasione della COP21 nel 2015. Membro fondatore e seconda economia dell'Unione Europea in base al PIL e al numero di abitanti (67,1 milioni).

Sesta economia mondiale in termini di Prodotto Interno Lordo.

Economia a forte internazionalizzazione: settimo Paese esportatore mondiale e sesto importatore per i beni (3,4% quote mondiali), quarto Paese importatore e esportatore per i servizi (quota mondiale 5%).

Più di 40.000 imprese francesi hanno sedi all'estero (4,9% stock mondiale IDE) e sono 29.000 le filiali di gruppi multinazionali presenti in Francia (INSEE).

Attrattività IDE: 1° Paese d'accoglienza progetti investimento nel 2018 per R&D e investimenti industriali in Europa (Business France).

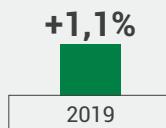
Snapshot dei principali dati macroeconomici

LA SITUAZIONE ECONOMICA

CRESCITA ANNUA REALE
(dati Insee)



INFLAZIONE
(Insee su 2019)



REDDITO PRO
CAPITE/FAMIGLIE
(Eurostat sul 2018)

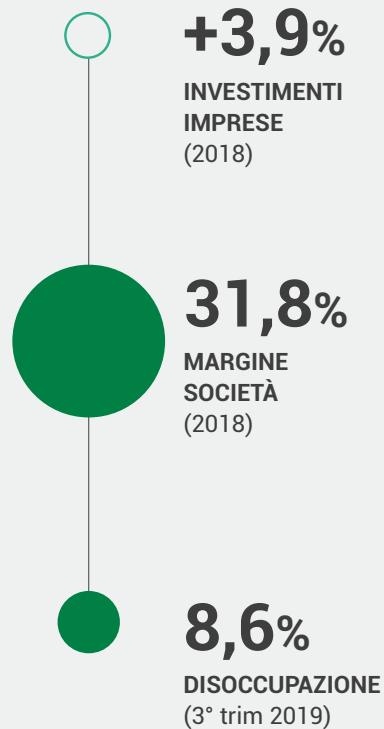
22.220 €

16.844 Italia
22.713 Germania

REDDITO MEDIO
CLASSI AGIATE
MENSILE
(Insee sul 2019)

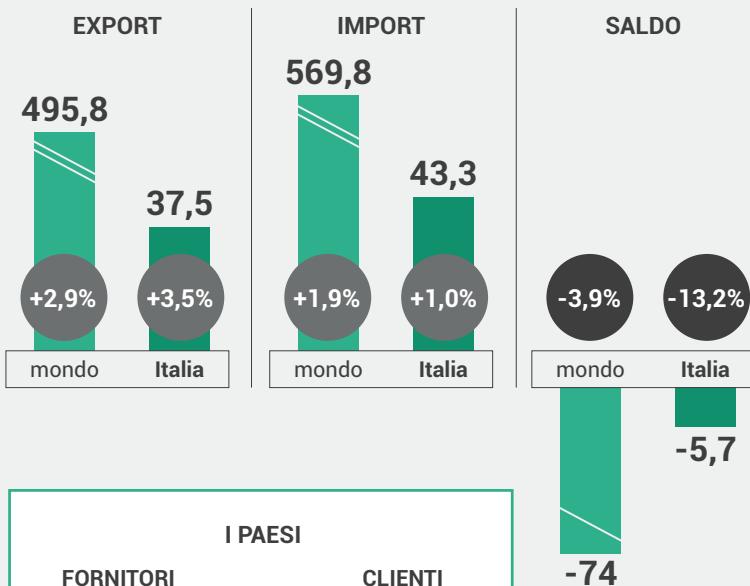
3.100 €

20%
la popolazione
con più
di 5.650 €/mese



GLI SCAMBI COMMERCIALI

(dati TDM-dogane francesi 2019 in miliardi di euro e var.ni sul 2018)



I PAESI

FORNITORI

- 1 Germania
- 2 Cina
- 3 Italia

CLIENTI

- 1 Germania
- 2 Cina
- 3 Italia

PRINCIPALI SETTORI DI INTERSCAMBIO CON L'ITALIA

imprese italiane
in Francia

1.700

imprese francesi
in Italia

1.930

Cenni sul quadro normativo regolamentare; rilievo barriere doganali ed ostacoli al commercio

- In quanto Stato membro dell'Unione Europea, in Francia vige la libera circolazione delle merci e dei servizi all'interno dello spazio comunitario, dei capitali e delle persone (in quest'ultimo caso all'interno dello spazio Schengen) e vengono applicate le Direttive ed i Regolamenti europei
- Procedure doganali esistenti solo per beni extra UE
- Dogane francesi: www.douane.gouv.fr - Autorità Antitrust: www.autoritedelaconurrence.fr
- Esistenza di alcuni settori regolamentati: ordine pubblico, sicurezza, salute, armi e difesa

Informazioni di tipo contingente

Breve illustrazione di eventuali trend o eventi di particolare rilevanza nel mercato di riferimento

Terziario molto avanzato (bancario, assicurazioni, high tech, turismo..), spesa in R&S (settori privato e pubblico) superiore alla media europea e pari al 2,2% del PIL (2017), qualità del sistema universitario francese, attrazione ricercatori esteri, valorizzazione delle competenze, forte numero di pubblicazioni scientifiche, politiche di attrazione IDE, sviluppo soluzioni per l'intelligenza artificiale, sostegno e sviluppo per start-up innovanti e *licorne* (unicorni) e creazione della "French Tech" che riunisce tutti gli attori dell'ecosistema dell'innovazione.

Organizzazione dei prossimi giochi olimpici nel 2024 con un investimento previsto pari a 3 miliardi €, grandi progetti di sviluppo delle infrastrutture nelle principali città francesi (Parigi, Lione, Marsiglia, Bordeaux).

Istruzioni per affrontare il mercato / accedere

Presentazione degli aspetti normativi nazionali (e, ove presenti, locali): sistemi doganali, forme di pagamento, norme igienico-sanitarie, standard qualitativi, norme su etichettatura. Focus su eventuali accordi commerciali

- Normative europee e procedure doganali solo per le merci extra UE
- Utilizzo lingua francese obbligatorio su etichettatura prodotti e contrattistica
- Applicazione norme ISO e CE, esistenza di un sistema di certificazione e normalizzazione applicato e capillare, importanza delle norme volontarie locali quali NF per la validazione della qualità e conformità dei prodotti. AF-NOR è l'organismo francese di normalizzazione che rappresenta la Francia in seno dell'OIN (Organizzazione Internazionale di Normalizzazione) e della CEN (Comitato Europeo di Normalizzazione). Riconoscimento importante dei marchi europei di origine (IGP, AOP, AOC), del "Made in", forte sviluppo del Biologico
- Sistema bancario internazionale e fortemente sviluppato, Sistema di pagamento SEPA (Single Euro Payments Area) della zona Euro
- In quanto Paese membro dell'Unione Europea, la Francia aderisce ai principali accordi commerciali internazionali negoziati dalla Commissione Europea

Principali caratteristiche dei canali di importazione, distribuzione e vendita

- Forte sviluppo e presenza capillare della grande distribuzione e del franchising, modernità e molteplicità dei canali di distribuzione e di vendita
- La grande distribuzione in Francia rappresenta 190 miliardi di giro d'affari (FCD Federation Commerce e Distribution 2019), 4 dei 25 leader mondiali del settore sono francesi (Carrefour, Auchan, Casino e Leclerc), il 40% del fatturato è realizzato all'internazionale e il 70% degli acquisti alimentari dei Francesi sono effettuati nella GDO.

La Francia conta 44.000 punti vendita alimentari sul territorio presenti in 10.900 comuni. Complessivamente sono circa 6.000 i supermercati, 3.600 gli Hard Discount e 2.300 gli Ipermercati

- Distribuzione fortemente sviluppata e specializzata anche negli altri settori di largo consumo (Moda, Cosmetica, Articoli per la casa e arredo, per lo Sport, Elettronica, Ottica...)
- Grandi magazzini presenti dal 1852 (primo mondiale il Bon Marché a Parigi) su tutto il territorio nazionale.
- Franchising: 2.050 reti esistenti in Francia con 78.200 punti vendita e un fatturato di 67,8 miliardi di € nel 2019 (+9,3%) (Federation de la Franchise FFF)
- Forte presenza e sviluppo dell'e-commerce (103,4 miliardi di fatturato nel 2019 +11,6%). 39 milioni di Francesi acquistano on line su 180.000 siti internet commerciali attivi. Il 50% dei consumatori francesi che acquista on line acquista su siti europei (FEVAD)
- Forte sviluppo dell'e-commerce francese anche nel BtoB via EDI 440 miliardi di € (19% delle transazioni totali inter impresa in Francia) per un giro d'affari di 150 miliardi di € nel 2018

Percezione dei prodotti italiani da parte dei consumatori: *strengths and weaknesses*

- Buona immagine del Made in Italy (agroalimentare, vino, design, arredamento, automotive, meccanica). Forte complementarità tra le due economie: innumerevoli esempi di fusioni, acquisizioni e cooperazioni industriali e commerciali tra i due Paesi (FCA-PSA, Fincantieri e Naval Group, Luxottica Essilor...)
- Buona percezione dei prodotti italiani, della loro qualità e immagine
- Necessità di forti investimenti promozionali e pubblicitari per entrare sul mercato
- Importanza della gestione della logistica, soprattutto nei confronti della GDO
- Dimensione ridotta della maggior parte delle imprese esportatrici italiane

Cross cultural management and business etiquette: gestire gli aspetti culturali del Paese, declinare e adattare la comunicazione online e offline dell'azienda

- Paese profondamente europeo e integrato nella UE
- Importanza dell'utilizzo del francese
- Criteri di comunicazione, di gestione degli affari e di negoziazione di standard europeo

L'utilizzo del digitale nel mercato di riferimento: focus su social network e Marketplace

- Forte presenza e sviluppo dell'e-commerce e del m-commerce, digitale in forte sviluppo, forte presenza dei social network
- Presenza sul territorio dei principali Marketplace mondiali che sono responsabili del 30% dei volumi d'affari dell'e-commerce in Francia. I principali Marketplace in Francia, in termini di visitatori, sono nell'ordine: Amazon, Cdiscount, FNAC, VeePee (ex Vente Privée) e Booking.com (Fonte: FEVAD)
- 2 PMI su 3 in Francia dispongono di un sito internet
- Maturità dei 30 milioni di consumatori francesi in termini di acquisti on line
- 86,4% dei Francesi ricorrono ai social network (in ordine di importanza: FaceBook, YouTube, Twitter, Instagram, WhatsApp, Google Hangout)

Opportunità per mercato-settore / crescere

Trend di mercato: settori con elevata crescita e opportunità di ingresso per i prodotti italiani

L'EXPORT ITALIANO IN FRANCIA

La Francia è il 2° mercato di sbocco per merci e servizi italiani



Germania

12,3%

stabile



Francia

Quote 2019

10,5%

Flussi sul 2018

+1,7%



Usa

9,5%

+5,1%

PREVISIONI DI CRESCITA DELL'IMPORT FRANCESE DALL'ITALIA PER IL 2021 (Prometeia)



+2,9%

Moda



+5,6%

Arredo



+3,2%

Meccanica



+6,8%

Agroalimentare



EXPORT ITALIANO IN FRANCIA NEL 2019 PER SETTORE (dati TDM - Istat)

	Posizione della Francia tra i Paesi clienti	Quota di export italiano destinato alla Francia	Var.ne export sul 2018
● Meccanica	3°	7,8%	+0,6%
● Automotive	2°	14,3%	+0,4%
● Elettronica	2°	9,7%	-5,3%
● Moda	2°	11,3%	+7,3%
● Calzature	2°	14,7%	+8,8%
● Abbigliamento	1°	10,2%	+5,3%
● Agroalimentare	2°	11,1%	+5,0%
● Farmaci	4°	11,4%	+8,7%
● Materie plastiche	2°	13,2%	-2,1%
● Mobili e arredamento	1°	15,5%	+2,9%

Indicazioni per settori su andamento domanda e concorrenza degli altri partner commerciali

- Concorrenza con Germania e Cina per la maggior parte dei prodotti manufatti
- Domanda in crescita nel 2019 per Moda, Agroalimentare, Meccanica e Arredamento
- Le previsioni di crescita delle importazioni francesi dall'Italia per 2021 per la Moda sono del +2,9%, +5,6% per l'Arredamento, +3,2% per la Meccanica e +6,8% per l'Agroalimentare (Prometeia)
- Opportunità nei settori dell'energia verde e rinnovabile e nell'economia circolare e eco-industria (riciclo e rivalorizzazione), nell'ambito della transizione ecologica e degli obiettivi dell'Accordo di Parigi (neutralità carbone, fine vendita veicoli termici entro 2040, chiusura centrali carbone entro 2022)
- Opportunità nell'Intelligenza Artificiale e High Tech, Big Data, economia digitale, settori in cui la Francia investe molto, sia a livello privato che pubblico (French Tech, Yei Start Up, Alliance du Futur, Piano Nano 2022, Fondi di investimento per le IT...). Dal 2014 la French Tech ha raccolto fondi per 15,5 miliardi di €, di cui 3,6 miliardi di € nel solo 1° semestre 2019 (CBInsight)
- La Francia è al 9° posto mondiale per l'Innovazione (Bloomberg) e al 7° posto per il numero di start up nella IA (Roland Berger-Asgard)
- La produzione francese di alta tecnologia è pari al 7% della produzione totale (Italia 3%)

Strumenti governativi per attrazione degli investimenti esteri e opportunità di gare internazionali

- Forte mobilitazione per l'attrazione degli IDE. Esistenza di un'Agenzia di accompagnamento dedicata "Business France" (www.businessfrance.org)
- Nel 2018 sono stati registrati 1.323 nuovi progetti di investimento e la Francia è il 2° Paese di accoglienza di IDE in Europa, dietro a Regno Unito e davanti a Germania e il 1° Paese europeo per i progetti industriali e logistici e per i progetti di ricerca e sviluppo
- 5° Paese più attrattivo al mondo per i prossimi 3 anni (Kantar, AT Kerney, Altares)
- La Francia è al 15° posto nella classifica della competitività WEF 2019
- Opportunità per le aziende italiane nel settore dell'edilizia e della cantieristica e nell'ambito dei grandi progetti di urbanismo (Grand Paris, Giochi Olimpici 2024...)
- Sito nazionale per le gare d'appalto (servizi, appalti e forniture): www.boamp.fr

L'attività di supporto e promozione di ICE

Principali servizi erogati dalla Rete estera (riferimento catalogo servizi) con focus su aziende servite, tipologia di servizi erogati, presentazione eventuali desk (FDI, Startup, Ostacoli al commercio e Anticontraffazione etc)

A seguito della nuova policy dei servizi, è oggi in vigore il nuovo catalogo dei servizi di ICE, con cui si offrono alle imprese italiane 28 servizi ripartiti in due sezioni: Servizi per Conoscere (20 tipologie tutte gratuite) e Servizi per Crescere (8 tipologie a corrispettivo in quanto a maggior valore aggiunto e personalizzati). Tra i principali servizi erogati: l'organizzazione di eventi e azioni promozionali in Francia e di business tour in Italia; la ricerca clienti e partner esteri; la ricerca di investitori esteri. Fornite anche informazioni di primo orientamento, riservate e di natura tecnica (fiscali, legali). ICE si rivolge al mondo imprenditoriale italiano, in particolare alle PMI in grado di avviare un percorso di internazionalizzazione. Sono operativi presso ICE Parigi la FDI Unit per la promozione in Francia di progetti di investimento italiani nei settori industriali e in quello immobiliare e il Desk Innovazione per promuovere le startup italiane presso venture capital e incubatori francesi.

Programma di iniziative promozionali ICE per il Paese nel secondo semestre del 2020 (le date dei singoli eventi potrebbero subire variazioni)

- Manifestazioni fieristiche di particolare rilevanza per singoli settori di attività (condivisione calendario eventi).
- Attività di *incoming*: missioni di operatori in Italia (condivisione calendario eventi)
- Attività di formazione per operatori stranieri: seminari su strategie di marketing internazionale e successivo study tour in Italia

Progetto speciale Francia destinato a consolidare l'export italiano, con attenzione ai beni ad alta tecnologia: realizzazione della partecipazione collettiva italiana in occasione di Toulouse Aeromart, 2-3 dicembre (aerospazio), Pollutec, 1-4 dicembre (tecnologie ambientali), Micronora, 22-25 settembre (microelettronica e nanotecnologie); estensione del Global Startup Program alla Francia al fine di sviluppare la presenza di start up innovative italiane presso Station F il più grande incubatore d'Europa (1000 startup già presenti); realizzazione del programma "Natale Italiano" presso la catena BHV (gruppo Galeries Lafayette), una promozione di 8 settimane dedicata a tutti i prodotti italiani, incluso l'agroalimentare, con caratterizzazione natalizia; progetto Giochi Olimpici 2024 in programma a Parigi, il cui impatto complessivo (organizzazione, turismo e costruzione) viene valutato tra i 5,3 e i 10,7 miliardi di euro e per la cui realizzazione sono previsti 3 miliardi di euro di investimenti in lavori di costruzione e di rinnovo; infine, organizzazione di un workshop di presentazione delle nuove soluzioni italiane in tema di mobilità sostenibile, veicoli intelligenti e auto elettriche. In programma anche la realizzazione della partecipazione collettiva italiana in occasione diverse fiere in Francia, tra cui: SIAL dal 18 al 22 ottobre (con 215 imprese italiane presenti), la più grande fiera europea del settore agroalimentare insieme all'ANUGA di Colonia; Equiphotel dal 15 al 19 novembre (horeca) che vedrà l'Italia Paese ospite; MAPIC dal 17 al 19 novembre per accrescere il volume degli investimenti esteri in Italia nell'immobiliare retail; Cannes Yachting Festival dal 8 al 13 settembre (nautica) e Gourmet dal 13 al 14 settembre (agroalimentare) a beneficio delle imprese del Sud Italia in ambito PES2. A tutto ciò si aggiungono numerose missioni di incoming di buyer e giornalisti francesi alle fiere in Italia, tra cui: Cosmoprof, Cersaie, Marmomac, Eicma.



www.ice.it

Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

ITA - Italian Trade Agency 

@itatradeagency 