

An abstract graphic on the left side of the slide, composed of various colorful lines and shapes. It includes a Wi-Fi symbol, a wine glass, a gear, a hashtag, a leaf, and a gear, all rendered in a vibrant, multi-colored style against a dark blue background with a subtle dot pattern.

EXPORT MORNING

Franța

Parlez-vous français?

De ce FRANȚA?



1 Franța este o putere economică majoră

Franța este o **putere economică majoră** (cu un PIB de 2.9 trilioane de dolari în 2021) fiind a 7-a cea mai mare economie din lume.



2 G-7, G-20, UE, OMC, OCDE

Franța este **membră** a G-7 și G-20, a Uniunii Europene, a OMC și a OCDE.



3 Economia Franței

Economia Franței este **puternică și avansată**, bazată pe sectorul serviciilor, înregistrând o creștere economică de 6,3 % în anul 2021 față de 2020.



4 E-commerce

Franța este **a treia cea mai mare piață de e-commerce din Europa**, după Marea Britanie și Germania, cu peste 40 de milioane de cumpărători care cumpără în mod activ în mediul online. Piața de retail online a atins peste 11,5 miliarde de euro la sfârșitul anului 2020.



5 Relațiile bilaterale Moldo-Franceze

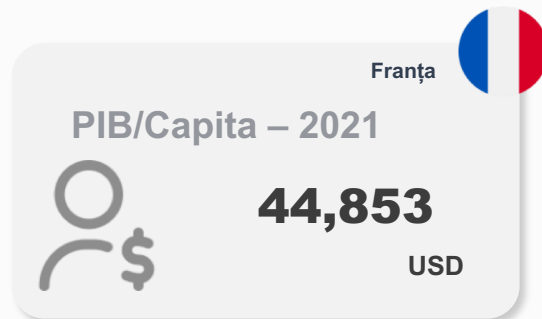
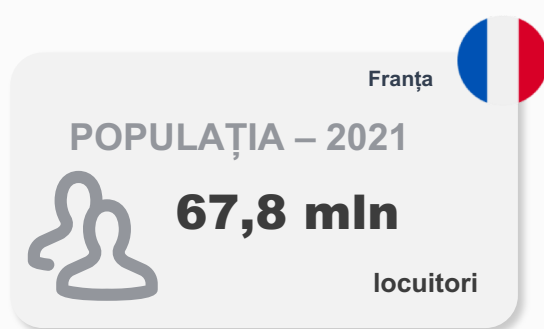
Istoric cu **potențial puternic al relațiilor bilaterale moldo-franceze**, în materie de limbă, educație, instituții (AUF).



5 În perioada 2016 – 2020 în Franța crește importul de:

- Alcool etilic – **de cca 5 ori** (543.8 mln USD)
- Damigene, sticle, borcane, căni, ambalaje tubulare, fiole și alte recipiente, din sticlă – **54,8%** (1,574.7 mln USD)
- Alt mobilier și părți ale acestuia – **46,6%** (5,815.9 mln USD)
- Fire, cabluri și alte conductoare electrice – **39,4%** (4,940.3 mln USD)
- Articole de transport sau de ambalare din materiale plastice; bușoane, dopuri, capace, capsule – **25,2%** (3,412.2 mln USD)
- Medicamente, preparate în scopuri terapeutice sau profilactice – **18,2%** (17,957.2 mln USD)

Profil de țară - Franța



Doing Business

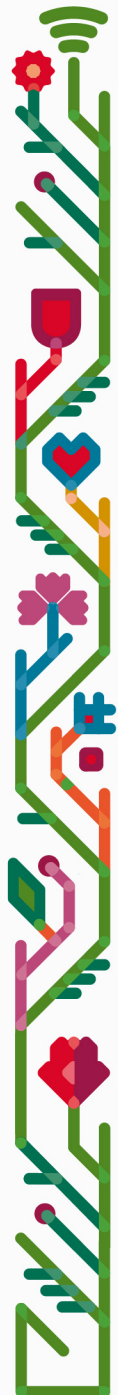
 DOING
BUSINESS 2020

32 (48)

Competitiv Index

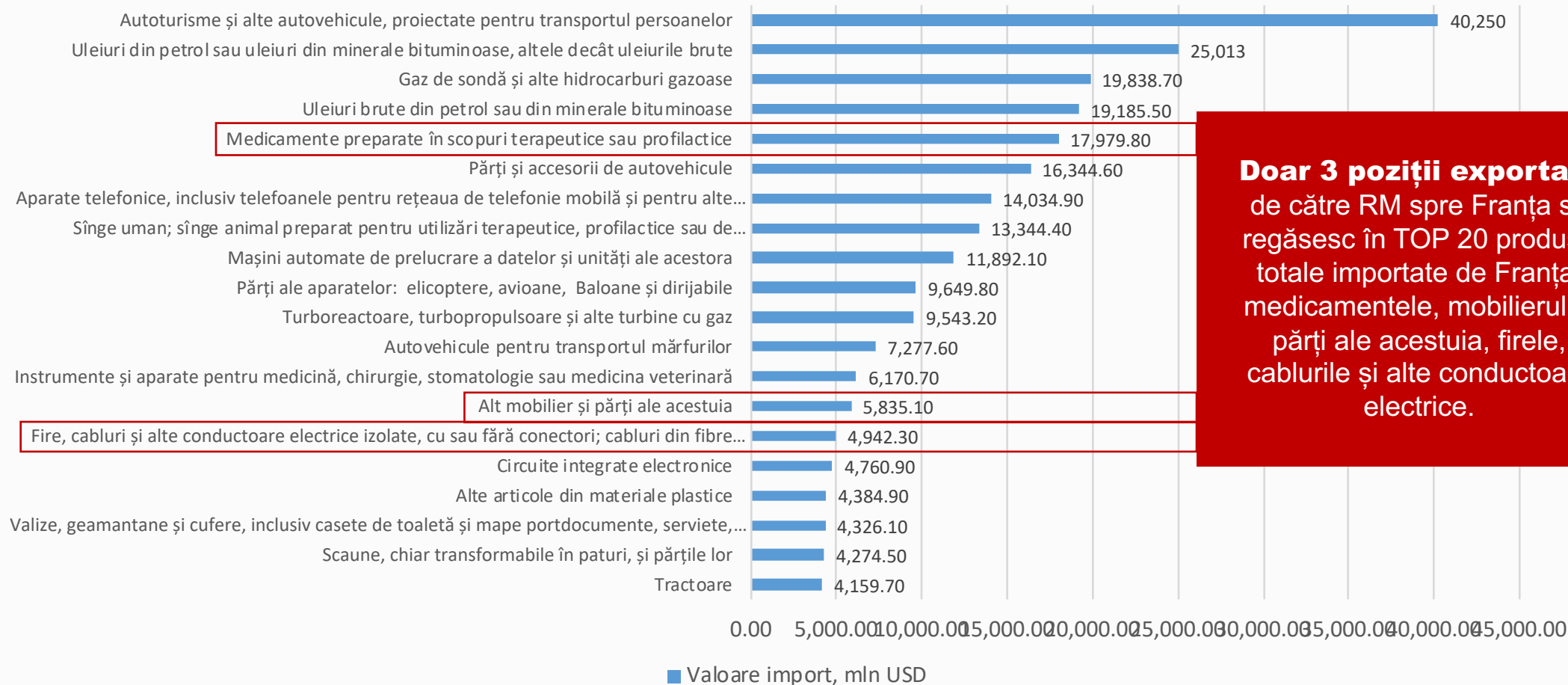
 WORLD
ECONOMIC
FORUM 2019

15 (86)



Importurile Franței

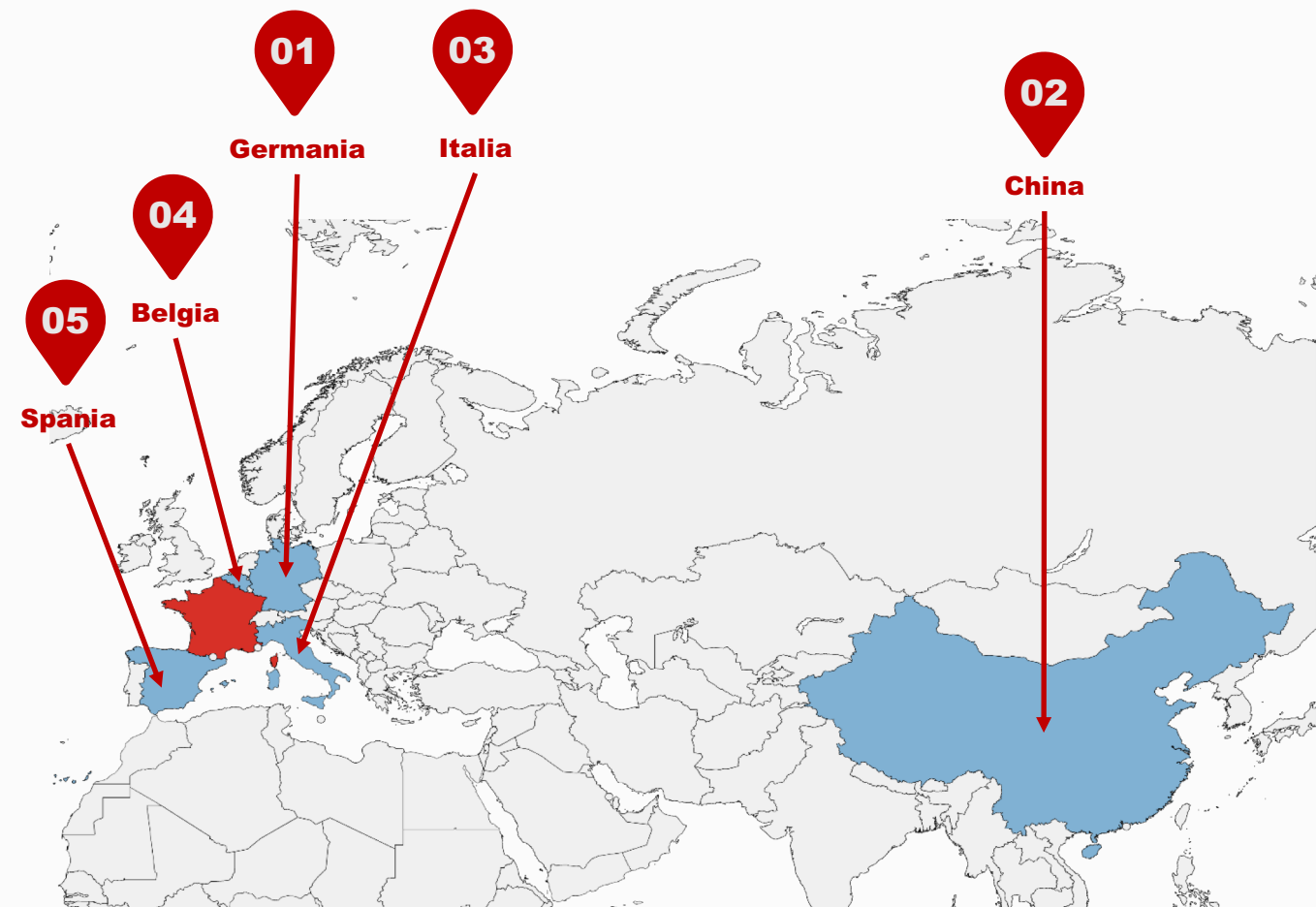
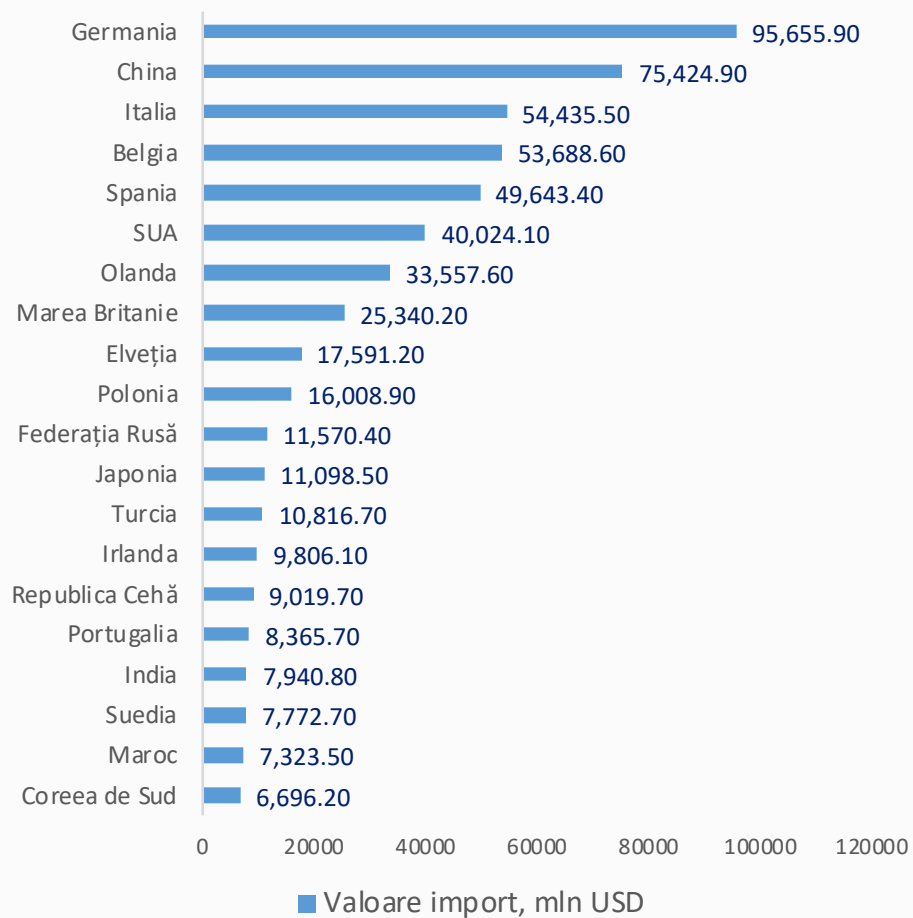
TOP 20 PRODUSE IMPORTATE DE FRANȚA, 2021



Doar 3 poziții exportate de către RM spre Franța se regăsesc în TOP 20 produse totale importate de Franța: medicamentele, mobilierul și părți ale acestuia, firele, cablurile și alte conductoare electrice.

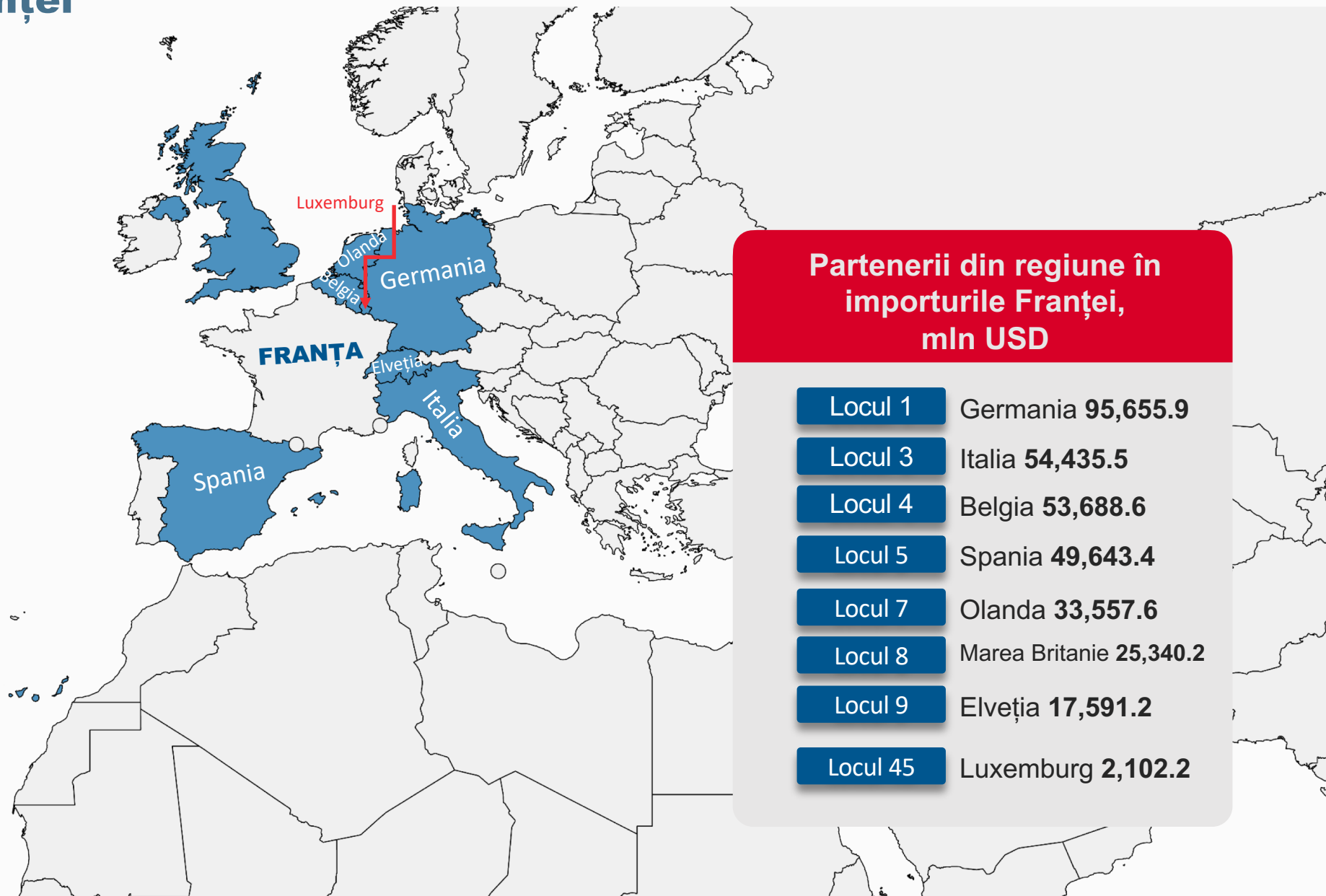
Importurile Franței

TOP 20 ȚĂRI DE IMPORT ALE FRANȚEI, 2021



În 2021, Moldova ocupă locul 113 în importurile Franței, coborând comparativ cu poziția ocupată pe parcursul ultimilor cinci ani (2016-2020) – 108.

Importurile Franței



PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN FRANȚA

Cum analizăm Piața



TRADE MAP

Trade statistics for international business development
Monthly, quarterly and yearly trade data. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc.



Home & Search **Data Availability** Reference Material Other ITC Tools More Login English

Product:

World Country:

Partner:

other criteria:

Country Group:

Partner Group:

1

2

List of products imported by France *i*

3

Unit : US Dollar thousand

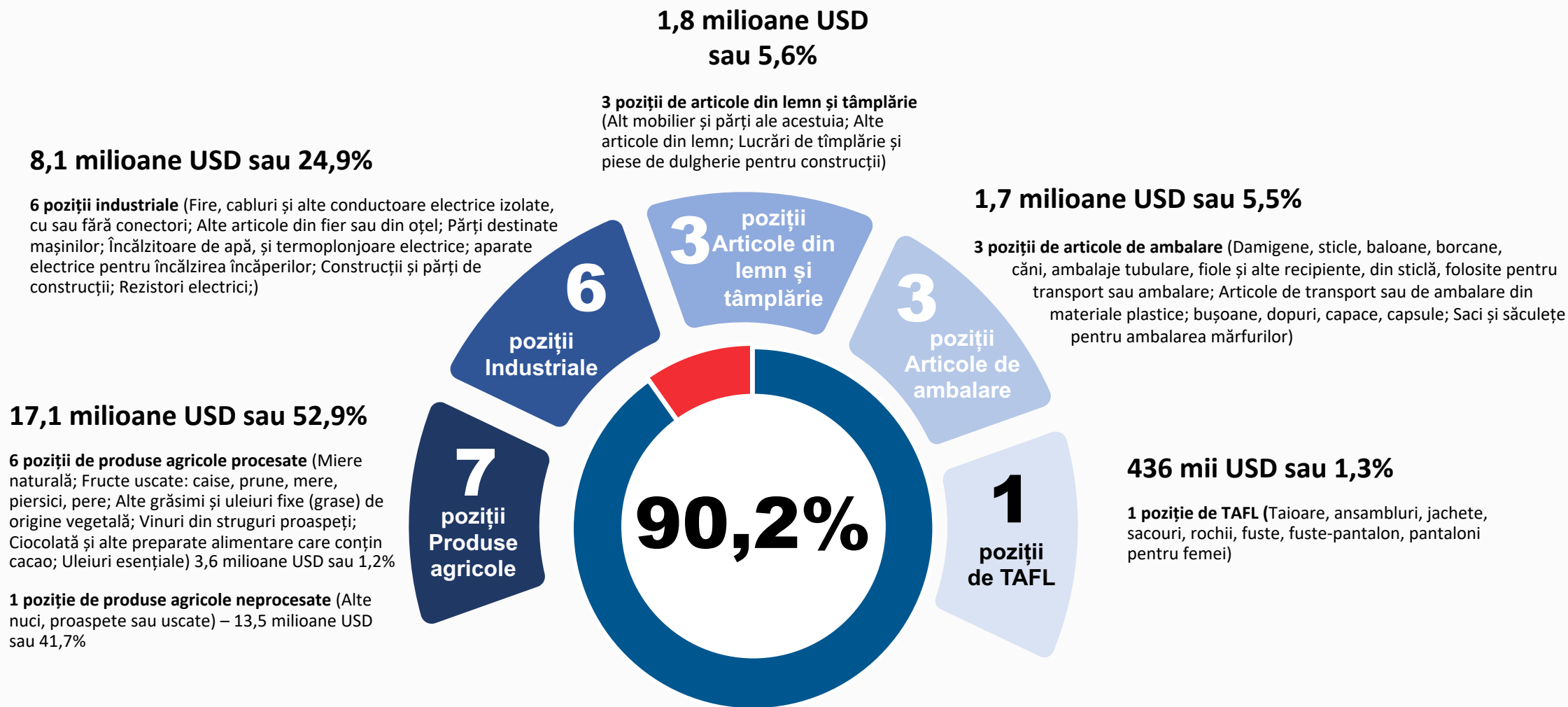
Table **Graph** Map Companies

Download:

Time Period (number of columns) : Rows per page:

HS6	Code	Product label <i>i</i>	Imported value in 2017	Imported value in 2018	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021
	TOTAL	All products	610,231,098	665,157,927	643,953,084	569,325,016	701,907,963
	8703	Motor cars and other motor vehicles principally designed for the transport of persons, incl. ...	34,912,459	38,304,008	38,559,070	36,554,483	40,249,928
	2710 <i>i</i>	Petroleum oils and oils obtained from bituminous minerals (excluding crude); preparations containing ...	18,849,447	24,385,909	24,120,881	16,351,266	25,012,959
	2711 <i>i</i>	Petroleum gas and other gaseous hydrocarbons	12,694,140	16,315,415	13,465,213	8,186,049	19,838,666
	2709 <i>i</i>	Petroleum oils and oils obtained from bituminous minerals, crude	23,853,234	28,465,973	24,597,066	11,597,684	19,185,448
	3004 <i>i</i>	"Medicaments consisting of mixed or unmixed products for therapeutic or prophylactic uses, ...	14,740,952	15,479,683	15,792,622	18,156,236	17,979,819
	8708	Parts and accessories for tractors, motor vehicles for the transport of ten or more persons, ...	15,290,068	17,672,408	16,702,195	12,908,130	16,344,693
	8517 <i>i</i>	Telephone sets, incl. telephones for cellular networks or for other wireless networks; other ...	13,001,390	13,243,153	12,063,684	12,066,490	14,034,955
	3002 <i>i</i>	Human blood; animal blood prepared for therapeutic, prophylactic or diagnostic uses; antisera ...	6,434,871	7,409,062	7,079,072	8,353,980	13,344,451
	8471 <i>i</i>	Automatic data-processing machines and units thereof; magnetic or optical readers, machines ...	9,497,468	9,813,665	9,526,551	10,354,008	11,892,057
	8803	Parts of aircraft and spacecraft of heading 8801 or 8802, n.e.s.	16,637,528	16,359,737	15,201,031	9,882,010	9,649,844
	8411 <i>i</i>	Turbojets, turbopropellers and other gas turbines	13,045,191	15,366,291	17,156,991	8,889,925	9,543,165
	8704	Motor vehicles for the transport of goods, incl. chassis with engine and cab	6,374,603	7,595,126	7,197,330	6,138,031	7,277,664
	9018 <i>i</i>	Instruments and appliances used in medical, surgical, dental or veterinary sciences, incl. ...	4,608,776	4,932,855	5,268,674	5,344,841	6,170,714
	9403	Furniture and parts thereof, n.e.s. (excluding seats and medical, surgical, dental or veterinary ...	4,287,157	4,668,484	4,710,871	4,467,167	5,835,144
	8544 <i>i</i>	"Insulated ""incl. enamelled or anodised"" wire, cable ""incl. coaxial cable"" and other insulated ...	4,107,344	4,785,855	4,920,506	3,966,065	4,942,374
	8542 <i>i</i>	Electronic integrated circuits; parts thereof	4,150,955	4,951,168	4,445,592	3,709,050	4,760,903
	3926 <i>i</i>	Articles of plastics and articles of other materials of heading 3901 to 3914, n.e.s.	3,346,083	3,621,835	3,502,491	3,572,781	4,384,917

Produsele moldovenești în Franța

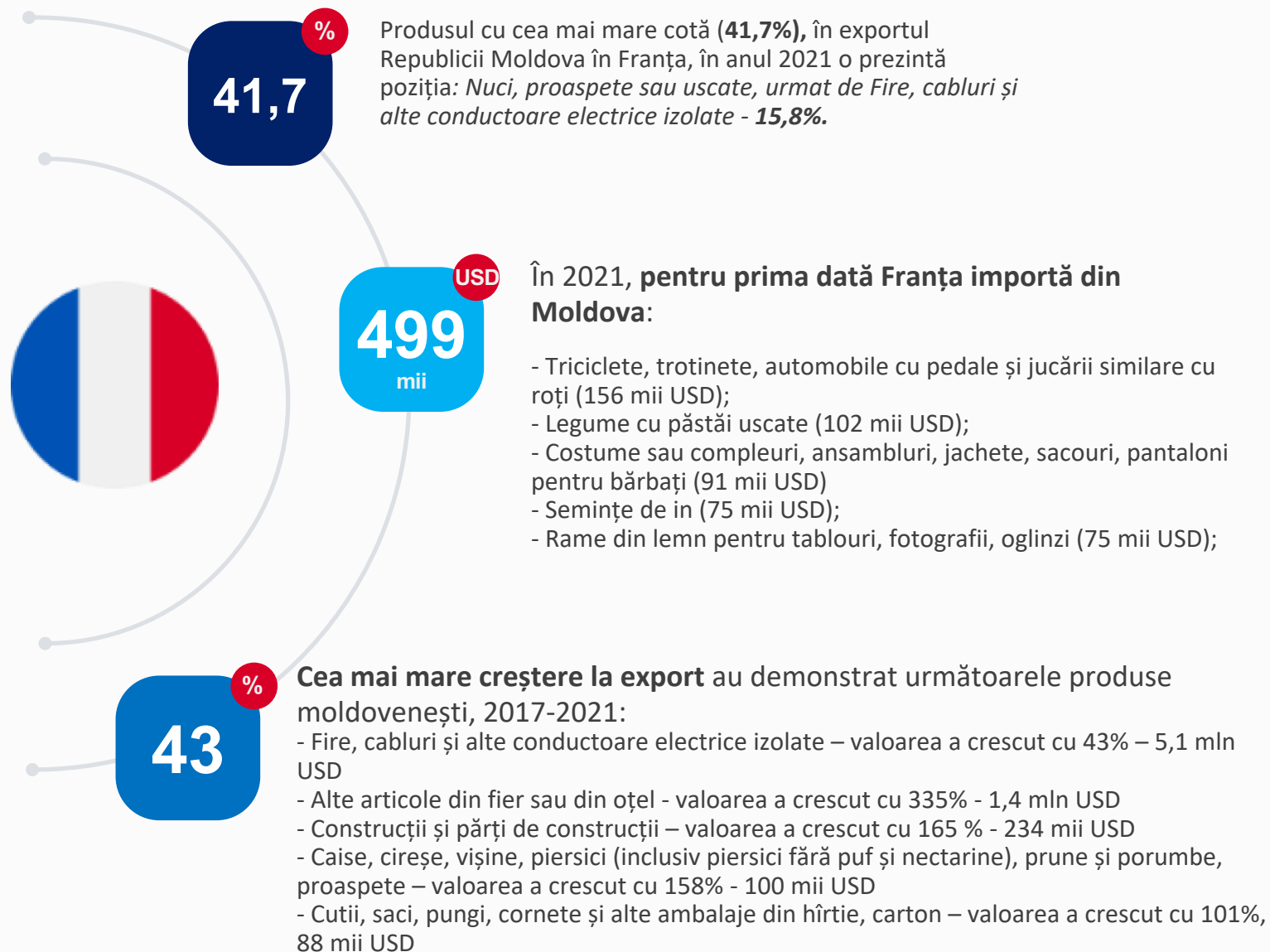


Top 20 produse moldovenești importate de Franța însumează 29,2 milioane USD





PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN FRANȚA, 2021



Ce potențial putem valorifica la export în Franța



Valoarea exportată în 2021 (mii USD) Republica Moldova	Creșterea anuală, a exportului 2021/2017, % p.a.)	Denumire produs	Valoarea importată în 2021 (mii USD) Franța	Creșterea anuală, a importului 2021/2017, % p.a.)
462,5	8	Fire, cabluri și alte conductoare electrice izolate; cabluri din fibre optice	4 942,40	2
127,2	15	Porumb	341,9	4
118,7	24	Ulei de semințe de floarea-soarelui, de sofrănaș sau de semințe de bumbac	378,8	6
87,8	19	Mere, pere și gutui, proaspete	310,4	1
84,9	4	Medicamente, preparate în scopuri terapeutice sau profilactice	17 979,80	6
54,9	14	Damigene, sticle, baloane, borcane, căni, ambalaje tubulare, fiole și alte recipiente, din sticlă	1 575,10	7
35,3	8	Jerseuri, pulovere, cardigane și articole similare, veste și articole similare	3 345,00	1
33,5	10	Caise, cireșe, vișine, piersici (inclusiv piersici fără puf și nectarine), prune și porumbe, proaspete	359,1	5
33,1	15	Alcool etilic nedenaturat cu titru alcoolic volumic de minimum 80% vol.	544,6	32
31,2	8	Alt mobilier și părți ale acestuia	5 835,10	6
30	6	Articole de transport sau de ambalare din materiale plastice	3 417,20	2
26,8	29	Transformatoare electrice, convertizoare statice, bobine de reactanță și de inductanță	2 987,60	5
20,1	22	Șrot	441,5	7
16,6	10	Fructe uscate: caise, prune, mere, piersici, pere, piersici	117,4	2
13,5	43	Fructe, nuci și alte părți comestibile de plante	1 019,90	1

Produsele moldovenești în Franța

Top 20 produse moldovenești exportate în Franța, 2021

Nr.	Top Produse	Valoare export, mii USD	Cotă în importul Franța, %	2021/2020, %	Tip produs
1	Alte nuci, proaspete sau uscate, chiar decojite sau fără piele	13,510	1,82%	-20,2%	ALIMENTARE
2	Fire, cabluri și alte conductoare electrice izolate, cu sau fără conectori	5,128	0,10%	82,8%	NEALIMENTARE
3	Alte articole din fier sau din oțel	1,417	0,06%	12,8%	NEALIMENTARE
4	Fruite uscate: caise, prune, mere, pere, papaya	1,295	1,10%	187,8%	ALIMENTARE
5	Alt mobilier și părți ale acestuia	931	0,02%	10,7%	NEALIMENTARE
6	Damigene, sticle, baloane, borcane, căni, ambalaje tubulare, fiole și alte recipiente, din sticlă	829	0,05%	278,5%	NEALIMENTARE
7	Miere naturală	827	0,68%	-11,0%	ALIMENTARE
8	Alte grăsimi și uleiuri fixe (grase) de origine vegetală	807	0,23%	154,6%	NEALIMENTARE
9	Articole de transport sau de ambalare din materiale plastice; bușoane, dopuri, capace, capsule	745	0,02%	-28,4%	NEALIMENTARE
10	Încălzitoare de apă, instantanee sau cu stocare și termoplonjoare electrice; aparate electrice pentru încălzirea încăperilor	534	0,02%	127,2%	NEALIMENTARE
11	Părți și accesorii destinate numai sau în principal mașinilor	525	0,07%	43,4%	NEALIMENTARE
12	Alte articole din lemn	471	0,09%	53,4%	NEALIMENTARE
13	Taioare, ansambluri, jachete, sacouri, rochii, fuste, fuste-pantaloni, pantaloni pentru femei	436	0,01%	67,7%	NEALIMENTARE
14	Lucrări de tâmplărie și piese de dulgherie pentru construcții	419	0,05%	106,4%	NEALIMENTARE
15	Vinuri din struguri proaspeți	256	0,03%	11,3%	ALIMENTARE
16	Construcții și părți de construcții	234	0,03%	28,6%	NEALIMENTARE
17	Rezistori electrici	233	0,08%	-39,6%	NEALIMENTARE
18	Uleiuri esențiale	230	0,05%	-24,1%	NEALIMENTARE
19	Saci și săculeți pentru ambalarea mărfurilor	221	0,07%	30,0%	NEALIMENTARE
20	Ciocolată și alte preparate alimentare care conțin cacao	211	0,01%	58,6%	ALIMENTARE
EXPORT TOP 20 PRODUSE(90,2% din total)		29,259			
EXPORT TOTAL		32,422			

Produsele moldovenești în Franța

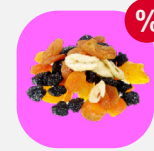
54,9%

Top 20 produse
ALIMENTARE ocupă 54,9%
din exportul total
moldovenesc pe piața
Franței

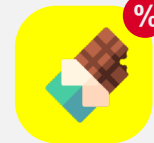
Produsele moldovenești alimentare care ocupă poziții de top în importul Franței:



1,82% - Alte nuci, proaspete sau uscate, chiar decojite sau fără piele (13,51 mln USD)



1,10% - Fructe uscate: caise, prune, mere, pere (1,29 mln USD)



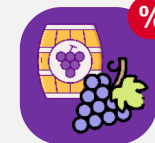
0,01% Ciocolată și alte preparate alimentare care conțin cacao (211 mii USD)



0,03 % - Caise, cireșe, vișine (100 mii USD)



0,68% Miere naturală (827 mii USD)



0,03% Vinuri din struguri proaspeți (256 mii USD)



0,06% Legume cu păstăi uscate (102 mii USD)

Produsele moldovenești în Franța

Produse **ALIMENTARE** moldovenești exportate, 2021

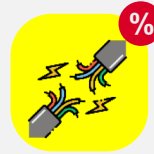
	Produse	Valoare export, mii		Cotă în importul Franței,	
		USD		%	2021/2020, %
1	Alte nuci, proaspete sau uscate, chiar decojite sau fără pielică	1351		1,82%	-20,20%
2	Fructe uscate: caise, prune, mere, pere	1295		1,10%	187,80%
3	Miere naturală	827		0,68%	-11,00%
4	Vinuri din struguri proaspeți	256		0,03%	11,30%
5	Ciocolată și alte preparate alimentare care conțin cacao	211		0,01%	58,60%
6	Legume cu păstăi uscate	102		0,06%	-
7	Caise, cireșe, vișine, piersici (inclusiv piersici fără puf și nectarine), prune și porumbe	100		0,03%	112,80%
8	Produse de brutărie, de patiserie și biscuiți, chiar cu adaos de cacao	97		0,00%	De 6 ori
9	Alcool etilic nederivat cu titru alcoolic volumic sub 80% vol.; distilate, rachiuri, lichioruri și alte băuturi spirtoase	84		0,01%	-25%
10	Semințe de in	75		0,22%	-
11	Semințe de floarea-soarelui	63		0,03%	-
12	Struguri, proaspeți sau uscați	58		0,02%	152,20%
13	Produse zaharoase fără cacao	50		0,01%	-2,00%
14	Porumb	36		0,01%	De 11 ori
15	Zahăr din trestie sau din sfeclă	35		0,01%	-
16	Ape, inclusiv ape minerale și ape gazeificate, care conțin zahăr	24		0,00%	De 7 ori
17	Fructe, nuci și alte părți comestibile de plante	22		0,00%	46,70%
18	Dulcețuri, jeleuri, marmelade, paste și piureuri de fructe	18		0,01%	De 5 ori
19	Bere fabricată din malț	11		0,00%	-
20	Sucuri de fructe (inclusiv mustul de struguri) și sucuri de legume	9		0,00%	De 9 ori
	TOTAL 20 PRODUSE ALIMENTARE	16,883		0,002%	
	TOTAL EXPORT	32,422			

Produsele moldovenești în Franța

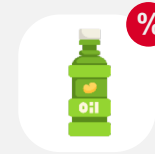
42,8%

**Top 20 produse
NEALIMENTARE** ocupă
42,8% din exportul total
moldovenesc pe piața
Franței

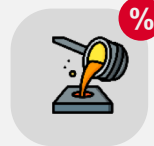
Produsele moldovenești **NE**alimentare care ocupă poziții de top în importul Franței:



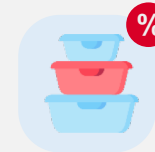
0,10% Fire, cabluri și alte conductoare electrice izolate (5,12 mln USD)



0,23% Grăsimi și uleiuri fixe (grase) de origine vegetală (807 mii USD)



0,06% Articole din fier sau din oțel (1,41 mln USD)



0,02% Articole de transport sau de ambalare din materiale plastice; bușoane, dopuri, capace, capsule (745 mii USD)



0,02% Mobilier și părți ale acestuia (931 mii USD)



0,02% Încălzitoare de apă, și termoplonjoare electrice; aparate electrice pentru încălzirea încăperilor (534 mii USD)



0,05% Damigene, sticle, baloane, borcane, căni, ambalaje tubulare, fiole și alte recipiente, din sticlă (829 mii USD)



0,07% Părți și accesorii destinate mașinilor (525 mii USD)

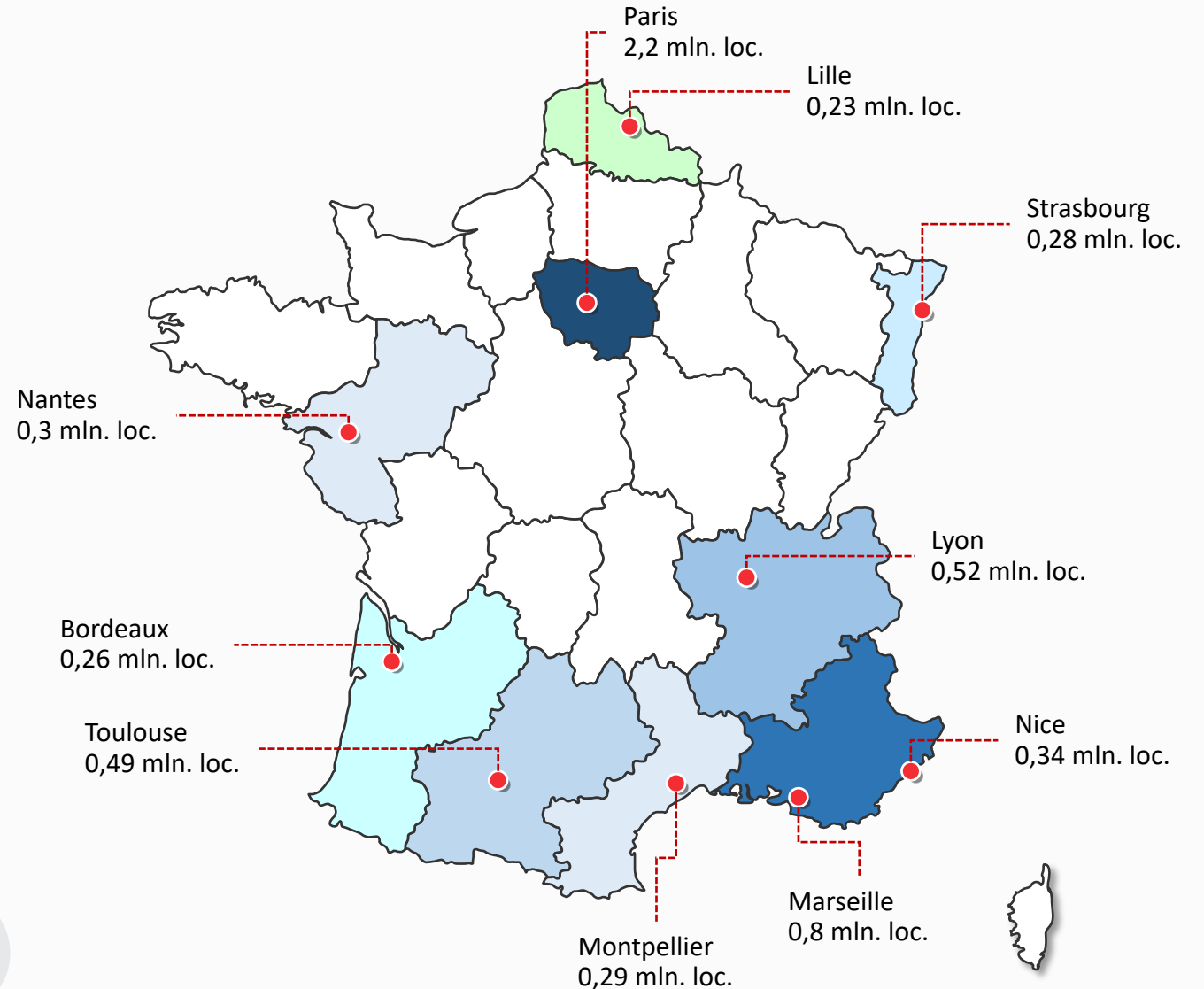
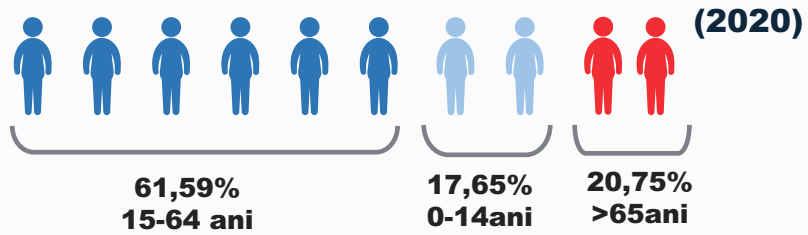
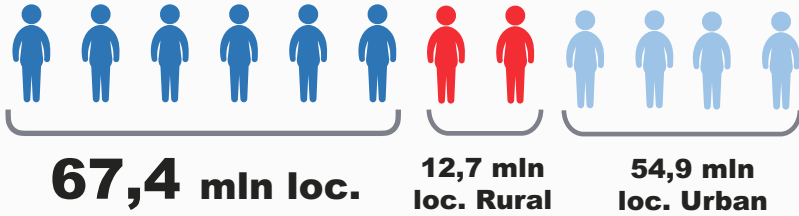
Produsele moldovenești în Franța

Produse **NEALIMENTARE** moldovenești exportate, 2021


Produse	Valoare export, mii USD	Cotă în importul Franței, %	2021/2020, %
Fire, cabluri și alte conductoare electrice izolate (chiar emailate sau oxidate anodic), cu sau fără conectori	5128,000	0,10%	82,80%
Alte articole din fier sau din oțel	1417,000	0,06%	12,80%
Alt mobilier și părți ale acestuia	931	0,02%	10,70%
Damigene, sticle, baloane, borcane, căni, ambalaje tubulare, fiole și alte recipiente, din sticlă	829	0,05%	278,50%
Alte grăsimi și uleiuri fixe (grase) de origine vegetală	807	0,23%	154,60%
Articole de transport sau de ambalare din materiale plastice; bușoane, dopuri, capace, capsule	745	0,02%	-28,40%
Încălziătoare de apă, instantanee sau cu stocare și termoplonjoare electrice; aparate electrice pentru încălzirea încăperilor	534	0,02%	127,20%
Părți și accesorii destinate numai sau în principal mașinilor	525	0,07%	43%
Alte articole din lemn	471	0,09%	53%
Taioare, ansambluri, jachete, sacouri, rochii, fuste, fuste-pantaloni, pantaloni pentru femei	436	0,01%	67,70%
Lucrări de tâmplărie și piese de dulgherie pentru construcții	419	0,05%	106,40%
Construcții și părți de construcții (poduri și elemente de poduri, tumuri, piloni, stâlpi)	234	0,03%	28,60%
Rezistori electrici	233	0,08%	-39,60%
Uleiuri esențiale	230	0,05%	-24,10%
Saci și săculeți pentru ambalarea mărfurilor	221	0,07%	30,00%
Plante și părți de plante, semințe și fructe din speciile folosite în principal în parfumerie, medicină	174	0,13%	De 86 ori
Triciclete, trotinete, automobile cu pedale și jucării similare cu roți	156	0,01%	-
Paltoane, scurte, pelerine, hanorace, bluzoane pentru bărbați	153	0,02%	57,70%
Scaune	119	0,00%	-35,70%
Seturi compuse din bucăți de țesături și din fire, cu sau fără accesorii, pentru confecționarea covoarelor	115	2,17%	187,50%
TOTAL 20 PRODUSE ALIMENTARE	13,877	0,002%	
TOTAL EXPORT	32,422		

PROFILUL CONSUMATORULUI DIN FRANȚA

Profilul consumatorului din Franța, 2021



Profilul consumatorului din Franța, 2021

- 
- Una dintre provocările actuale ale sectorului demografic este **tendința de îmbătrânire a populației**, vârsta medie fiind de 42 de ani în 2020 față de 41,3 în 2008. Mai mult de jumătate din populație are vârsta cuprinsă între 15 și 64 de ani, în timp ce 17,65% are sub 14 de ani și 20,75% are peste 65 de ani.
 - 80% din populație este concentrată în **zonele urbane, în special în regiunea Ile de France** (Parisul și suburbiile sale). Nivelul de educație și numărul absolvenților de universități este relativ ridicat, menținându-se o tendință de creștere în acest sens.
 - Aproximativ 48% din consumatorii francezi, cel mai frecvent, își fac cumpărăturile în lanțul de supermarketuri **E. Leclerc**, al doilea în topul preferințelor fiind rețeaua **Carrefour**, care a câștigat simpatia a 47% dintre consumatori
 - Franța se află în top 3 state europene **cu cel mai mare indice de încredere al consumatorilor**. Populația franceză are o înaltă și diversificată **cultură a consumului în masă**. Pentru majoritatea francezilor consumul este sinonim cu plăcerea, prin urmare, călătoriile, restaurantele, practicarea sportului, cultura, produsele și serviciile de divertisment sunt destul de importante pentru a trăi frumos à la française.
 - Încrederea consumatorilor** în comercianții cu amănuntul și marile companii este de două ori mai mică decât încrederea acordată micilor magazine și meșteșugarilor (40% față de 80%).
 - Loialitatea francezilor față de brand **depinde de tipul de produs**. Pentru produse cosmetice, îmbrăcăminte, TV/hi-tech, jumătate dintre consumatori vor rămâne fideli, în timp ce pentru electrocasnice și mobilier pentru casă, majoritatea francezilor nu vor ține cont de marca produsului.
 - Majoritatea consumatorilor francezi sunt preocupați de big data și de **protecția datelor cu caracter personal**. Rețelele de socializare pot influența luarea deciziilor consumatorilor, în special în ceea ce privește **gătitul, produsele de înfrumusețare și modă**, datorită reclamelor, opiniilor și comentariilor utilizatorilor și influențelor.
 - Unul din trei utilizatori de internet urmăresc **un influencer**, iar 75% dintre acești urmăritori au făcut deja o achiziție în urma sfaturilor unui influencer.
 - Comportamentul consumatorilor francezi a suferit **mai multe schimbări în ultimii ani**, consumatorul caută să adopte obiceiuri de consum mai responsabile (calitate, trasabilitate, compoziție, autenticitate, transparență, protecția mediului etc.). Aceasta include un interes din ce în ce mai mare pentru produsele „sustenabile”: organice, locale, naturale, fără parabeni sau conservanți.

Profilul consumatorului din Franța, 2021

Cumpărături online în Franța



ON
LINE

Francezii sunt **tot mai atrași de vânzările online**, comerțul electronic și e-commerce (utilizarea smartphone-urilor). Această practică se aplică și pentru achiziționarea de produse de larg consum, în primul rând alimente.

MADE
IN FRANCE %
79

Produsele străine sunt răspândite în supermarketuri și alte canale de distribuție. Cu toate acestea, produsele „**Made in France**” câștigă importanță pentru 79% dintre consumatorii francezi, care cred că participă la sprijinirea economiei locale și percep produsele autohtone ca o garanție a calității

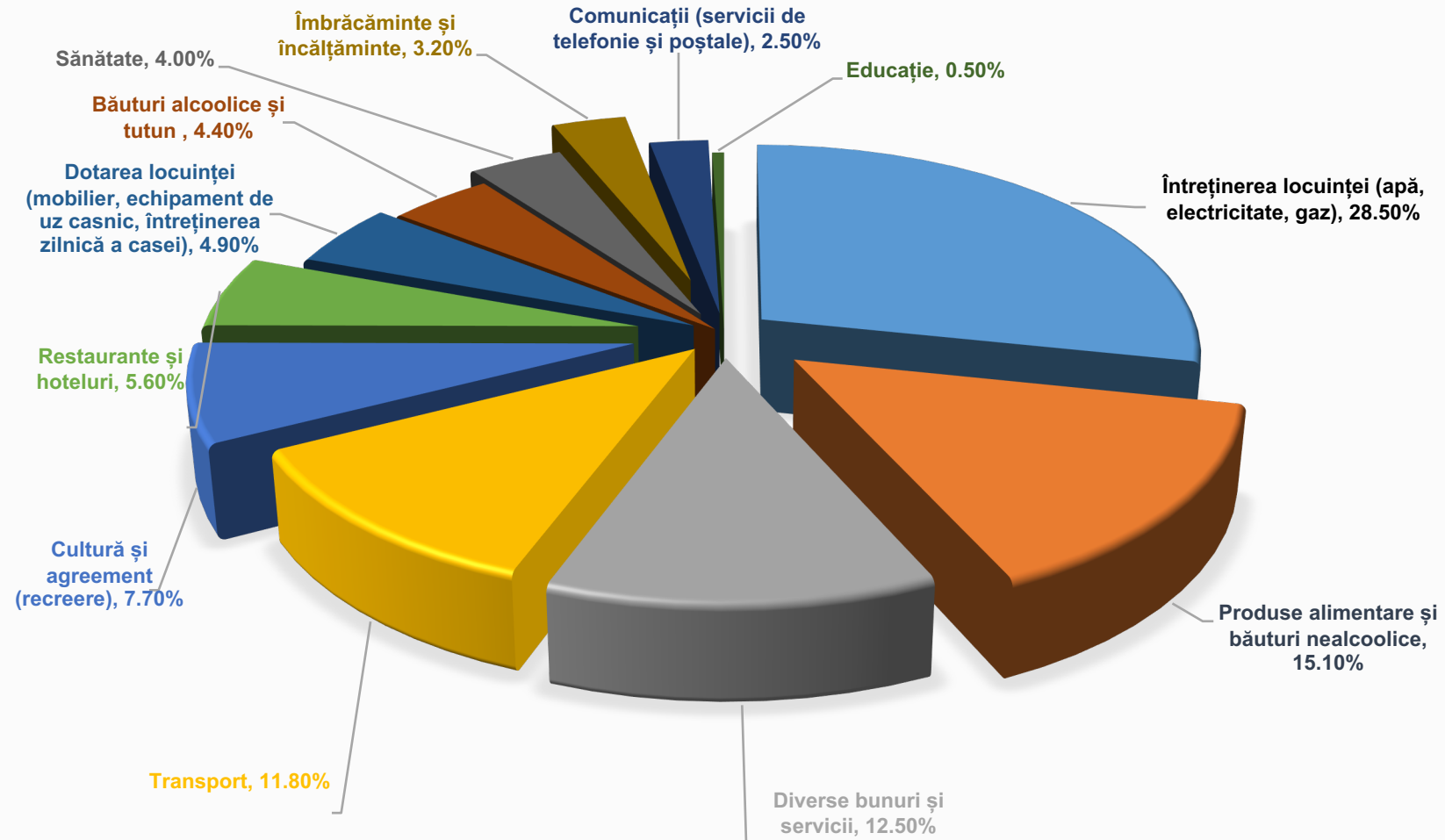
MAGAZINE ON-LINE

10

Cele mai populare **10 magazine online** printre francezi sunt amazon.fr, cdiscount.com, veepee.fr, auchan.fr, apple.com, fnac.com, showroomprivé.com, laredoute.com, carrefour.com, zalando.com

Profilul consumatorului din Franța, 2021

Structura cheltuielilor de consum ale unei familii franceze, 2020













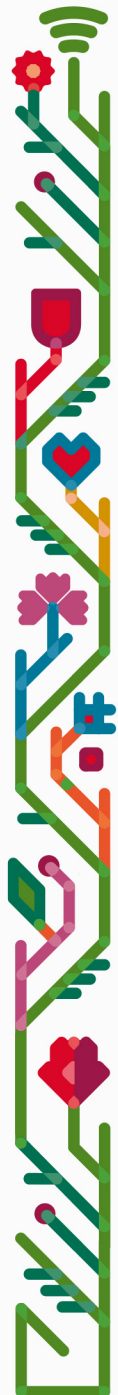
CANALELE DE VÂNZARE ÎN FRANȚA

Canalele de vânzare în Franța



TOP 10 retaileri Franța, 2021

	Brand	Cifra de afaceri, mlrd EUR	Nr. magazine
	E. LECLERC	40.9	720+
	CARREFOUR	35.3	5,640
	INTERMARCHÉ	26.0	2,161
	SYSTÈME U	22.97	1,550
	AUCHAN	16.2	600+
	CASINO	14.1	7,600
	LIDL	14.0	1,600
	METRO	7.6	98
	ALDI	5.3	800+
	NETTO	1.26	300+
	TOTAL Top 10 Retaileri (mlrd EUR)	183.63	21,060+



Piața de Retail din Franța (comerțul modern)



Retailul Franței este dominat de 4 lanțuri de supermarketuri: **E. LECLERC, CARREFOUR, LES MOUSQUETAIRES (ITM), SYSTÈME U**. Circa 48% din consumatorii francezi, cel mai frecvent, își fac cumpărăturile în lanțul de supermarketuri E. Leclerc, al doilea în topul preferințelor fiind rețeaua Carrefour, care a câștigat simpatia a 47% dintre consumatori.



Sectorul de retail francez este un sector de activitate important, dinamic și competitiv în Franța, dominat de marile lanțuri alimentare multinaționale, hipermarketurile fiind omniprezente aproape în toate regiunile. Piața franceză a comerțului cu amănuntul și a produselor alimentare a înregistrat venituri **totale de 321,3 miliarde USD în 2020**, reprezentând o rată de creștere anuală de 2,4% între 2016 și 2020.

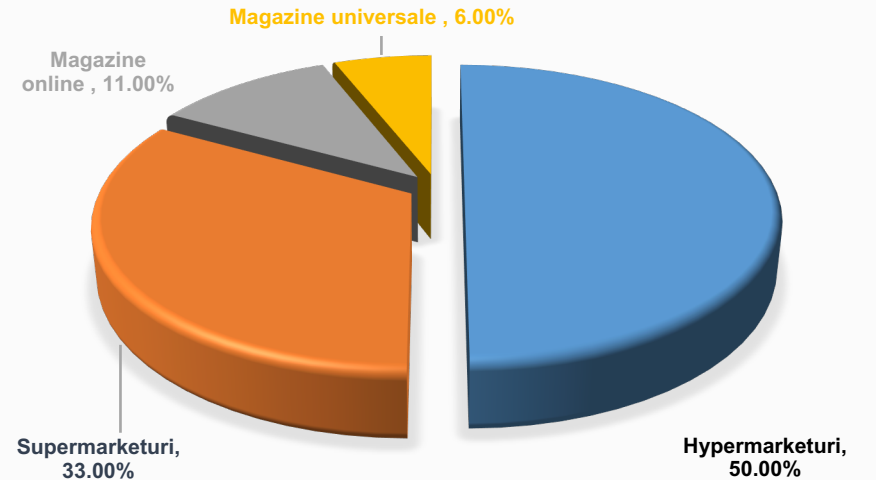


Segmentul alimentar a fost cel mai profitabil pentru piața franceză în anul 2020, cu un venit total de 247,1 miliarde USD, echivalentul a **76,9% din valoarea totală a pieței**. În domeniul comerțului cu alimente, 4 din cei 25 de lideri mondiali sunt francezi și 40% din cifra de afaceri este generată în afara granițelor naționale ale Franței.



Majoritatea populației franceze s-a reorientat spre **magazinele alimentare locale (de proximitate)**, acestea fiind printre puținele magazine care nu au înregistrat pierderi masive în timpul lockdown – ului și care reușesc să răspundă ferm schimbărilor profunde în comportamentul de cumpărare și consum.

Cotă în vânzări (Q1, 2022):



Piața de Retail din Franța (comerțul modern)

Sectorul de retail alimentar este, în general, format din **cinci tipuri de unități:**

1

HIPERMARKETURI

oferă spre vânzare **25.000 - 40.000** de produse la prețuri competitive, dintre care 3.000 - 5.000 de produse alimentare și 20.000 - 35.000 de articole nealimentare. Situate în general în suburbii, acestea acoperă o suprafață totală de vânzare de 11,8 milioane de metri pătrați. În 2020, existau 2.257 de hipermarketuri, în care activau peste 330.000 de oameni. Cele mai populare hipermarketuri sunt **E. Leclerc, Intermarché, Super U și Carrefour**.

2

SUPMARKETURI

oferă o gamă de circa **3.000 - 5.000** de articole, dintre care 500 - 1.500 sunt produse nealimentare, și acoperă o suprafață totală de vânzare de 7,1 milioane de metri pătrați. În 2020, existau 5.716 supermarketuri, unde activau peste 160.000 de oameni. Cele mai importante supermarketuri sunt **Carrefour, Intermarché Super, Carrefour Contact, Franprix și Casino**

3

HARD DISCOUNTERS

În comparație cu hiper/supermarket-uri, magazinele hard discount **oferă o gamă mai mică de mărfuri la prețuri mai mici**. La sfârșitul anului 2020, în Franța existau 3.430 de magazine hard discount. Primele patru companii cu hard-discount sunt **Lidl, Aldi, Leader Price (Casino)**.

4

MAGAZINE DE PROXIMITATE

sunt, în general, situate în **centrelor orașelor de dimensiuni mici și mijlocii**, la etapa actuală, bucurându-se de succes și în orașele mari. În prezent, există peste 7.140 de puncte de vânzare cu o suprafață medie de vânzare de 177 de metri pătrați. Din 2009, magazinele de proximitate au devenit mai populare, iar lanțurile de hipermarketuri/supermarketuri au început să creeze magazine locale cu mărcile lor.

5

MAGAZINE TRADIȚIONALE

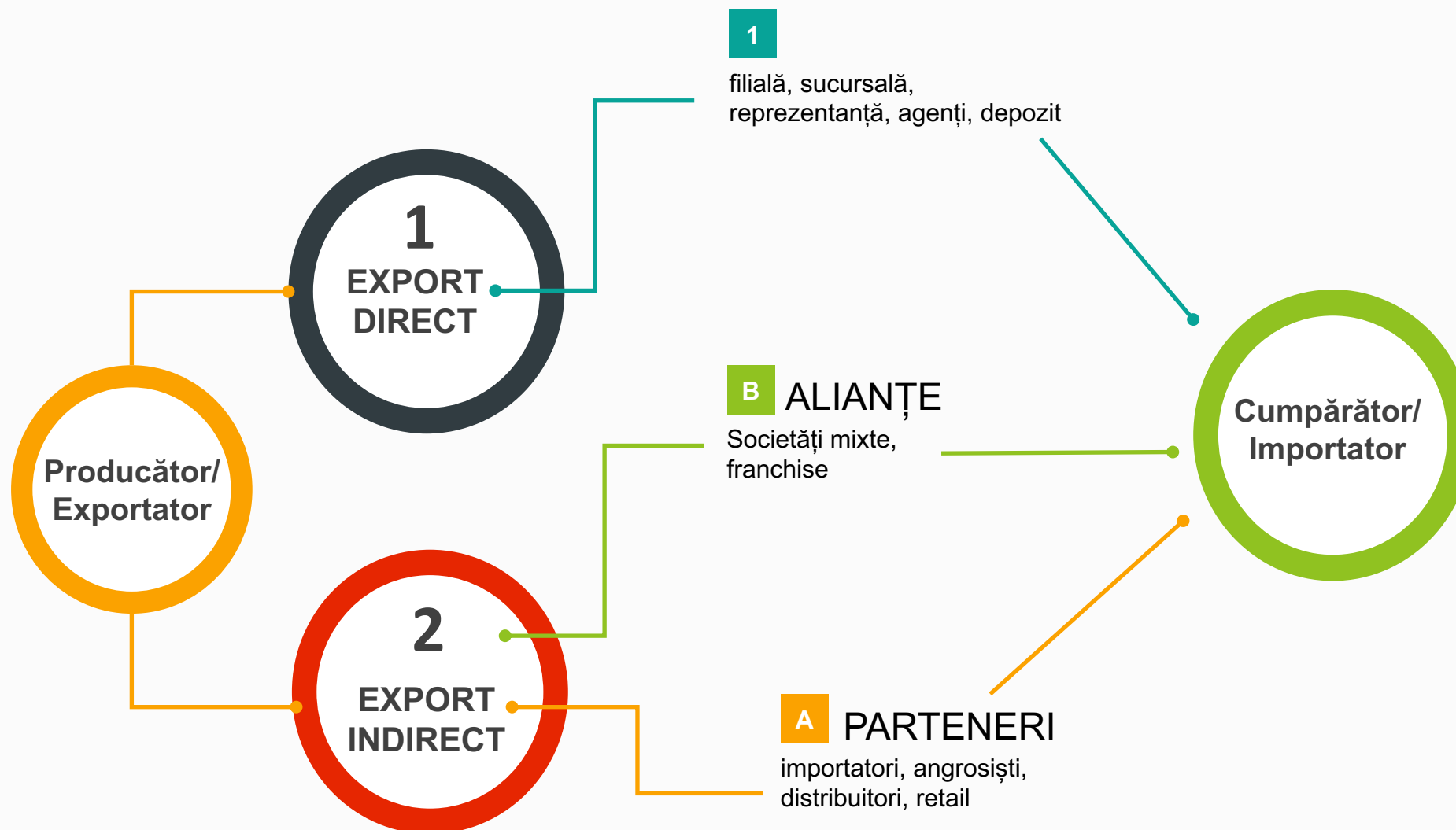
inclusiv magazine de cartier brutării și măcelării - **includ o gamă largă de unități, de la magazine alimentare de colț, brutării și măcelării de cartier, la piețe în aer liber**, la magazine de produse alimentare congelate și gourmet.

TOP 15 companii de distribuție de PRODUSE DE LARG CONSUM în FRANȚA

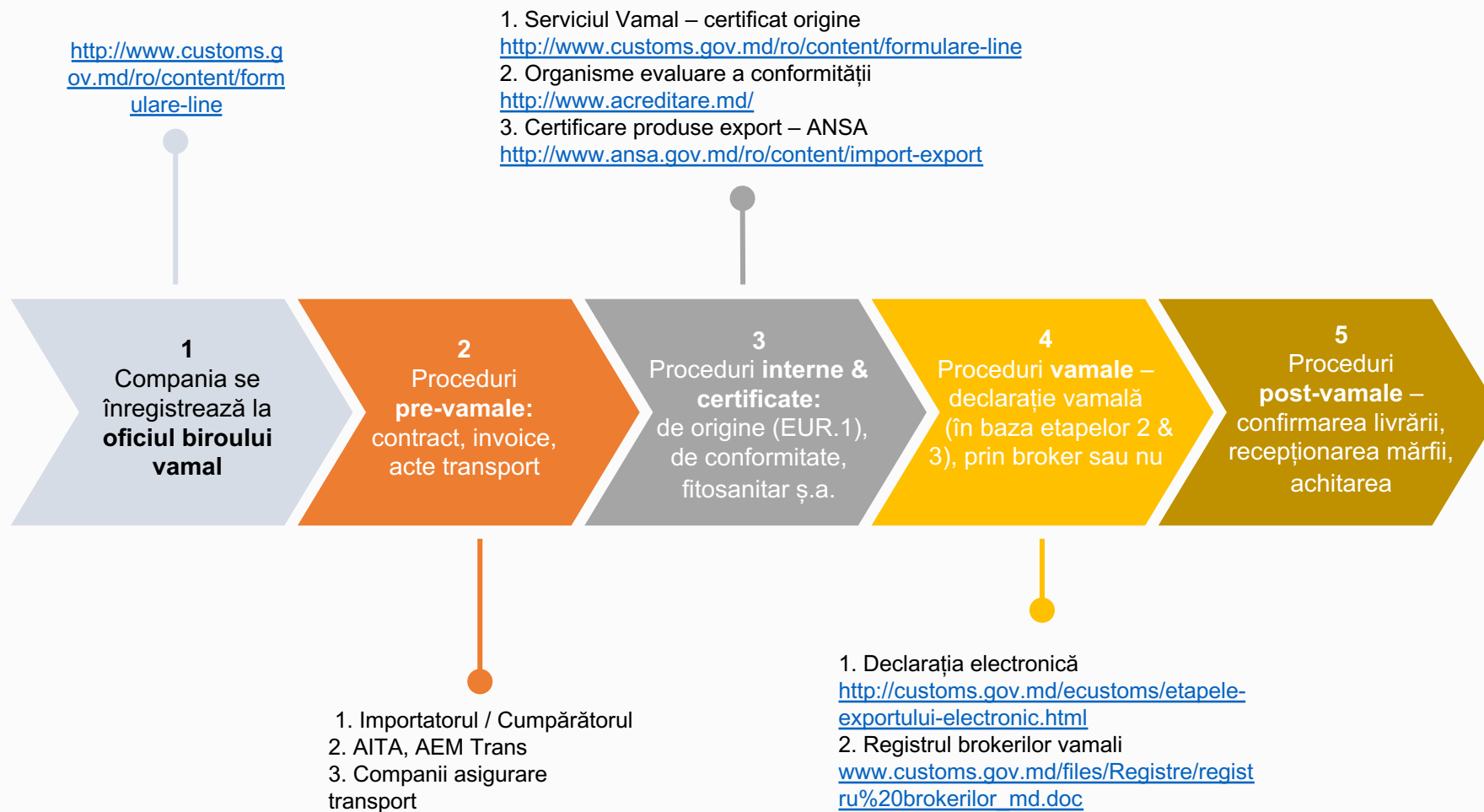
	Produse	Domeniu de distribuție	Cifra de afaceri, mlrd USD (2020)
1	ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL	FMCG	19,72
2	COOPERATIVE U ENSEIGNE	FMCG	14,77
3	SOCIETE D'IMPORTATION LECLERC	FMCG	12,09
4	OCP REPARTITION	FARMACEUTICA	7,00
5	SOC COOPER GROUPEM ACHAT CENTRE LECLERC	FMCG	6,65
6	ASTERA	FARMACEUTICA	5,65
7	ALLIANCE HEALTHCARE REPARTITION	FARMACEUTICA	4,87
8	SYSTEME U OUEST	FMCG	4,84
9	METRO FRANCE	FMCG	4,64
10	GROUPE LACTALIS	FMCG, LACTATE	3,36
11	ITM ALIMENTAIRE CENTRE EST	FMCG	3,31
12	ITM ALIMENTAIRE SUD EST	FMCG	3,30
13	ITM ALIMENTAIRE SUD OUEST	FMCG	2,97
14	LOGISTA FRANCE	FMCG	2,60
15	POMONA	FMCG	2,60
	TOTAL Top 15, mlrd USD		98,37

CUM PĂTRUNDEM PE PIAȚA FRANȚEI

Cum pătrundem pe piața Franței



Procesul și procedurile de export în Franței



Cum pătrundem pe piața Franței



FRANCEZII CA PERTENERI DE AFACERI

Francezii ca parteneri de afaceri

Introducere în afaceri: crearea unei prime impresii bune



Relațiile sunt o parte importantă a culturii de afaceri franceze și **este salutară o scurtă discuție de câteva minute** pentru a-ți cunoaște interlocutorii și a reafirma scopul principal al întâlnirii, înainte de a discuta propriu-zis despre afaceri.



Orele de business sunt intervalul cuprins între ora **8:30-9:00 și 18:30-19:00**. În practica de afaceri franceză convorbirile încep la ora 11.00 dimineață. Întrerupere participanților poate să li se ofere dejunul.



În Franța, pauza de masă **este „sacră”**. Fiecare companie oferă angajaților o pauză de masă cu durata de una sau două ore. În acest context, este recomandat a planifica întâlnirile de afaceri sau a apelurile înainte sau după ora mesei, sau eventual, a invita partenerul de afaceri la un business lunch. Neglijarea acestui aspect ar putea deteriora imaginea dumneavoastră ca partener de afaceri.



Cărțile de vizită care v-ar recomanda ca partener de afaceri trebuie **să fie în limba franceză sau engleză**, și să conțină denumirea poziției dumneavoastră în compania pe care o reprezentați, precum și titlul didactice și de cercetare.

Francezii ca parteneri de afaceri



Salutul



Salutul potrivit este o strângere de mână. Strângerile de mână în stil francez sunt cunoscute a fi **vii și ușoare**. Ar trebui să vă așteptați la o strângere de mână ușoară cu doar una sau două mișcări în sus și în jos.



Strângerea mâinilor la despărțire și la întâlniri este un obicei general, indiferent cât de bine se cunosc persoanele între ele. Îmbrățișările mai **călduroase**, inclusiv sărutul pe ambii obraji, sunt obișnuite între cunoștințele de sex opus.



Bătutul pe spate sau pe orice altă parte a corpului **este considerat nemanierat**, iar umorul este rar folosit la ocaziile legate de afaceri.



În ceea ce privește titlurile de curtoazie, se obișnuiește **utilizarea exclusivă a prenumelor** atunci când participanții au convenit în acest sens. În cadrul întâlnirilor de afaceri, francezii utilizează pronumele de politețe *vous* – dumneavoastră.

Francezii ca parteneri de afaceri



Arta conversației



Este recomandat să vă completați bagajul de cunoștințe și cu **câteva expresii de bază în limba franceză**. Eforturile dumneavoastră urmează a fi apreciate, iar interlocutorii francezi vor trece la limba engleză în cazul în care vor observa că întâmpinați dificultăți de exprimare.



Subiectele de conversație binevenite includ aprecierea **bucătăriei franceze, artei, muzicii și filosofiei**.



Întrebările cu **caracter personal** privind opțiunile politice sau venitul omologului francez nu sunt binevenite, fiind considerate nepoliticoase.

Francezii ca parteneri de afaceri

Luarea deciziilor



Ritmul de luare a deciziilor în eticheta de afaceri franceză este destul de lent. Deciziile nu se iau de obicei **la prima întâlnire**, deoarece oamenii de afaceri preferă să discute lucrurile în detaliu și să se consulte cu superiorii.



Întrevederea de afaceri poate dura **două ore sau chiar mai mult**, prin urmare, va trebui să vă înarmați cu răbdare, fapt ce va fi apreciat.



Tehnicile de vânzare agresive nu vor genera un răspuns pozitiv, esențial este să vă axați **pe discuții constructive și schimb de informații**.

Francezii ca parteneri de afaceri



Dress to impress

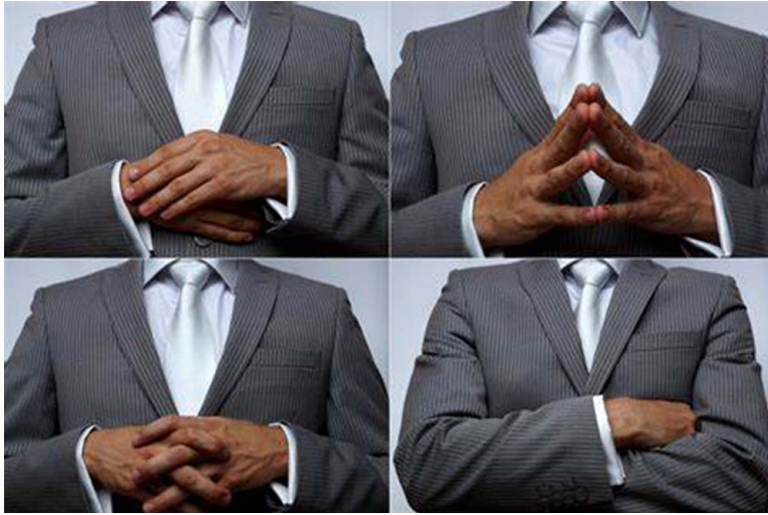


Primele impresii în Franța depind în mare măsură de aspectul fizic, prin urmare, sunt binevenite ținute de **afaceri conservatoare**, de cea mai înaltă calitate, completate cu accesorii potrivite. Însă dacă veți apărea purtând o ținută prea elegantă sau neobișnuită, riscați să creați o impresie nu tocmai bună.



O invitație în care se menționează un **dress code informal** nu implică un tricou și pantaloni scurți! În eticheta de business franceză „informal” presupune de obicei un sacou și o cravată pentru bărbați.

Francezii ca parteneri de afaceri



Limbajul corpului



Esențial pentru o discuție de afaceri eficientă este de a avea o **postură corectă**, a menține contactul vizual și distanța optimă cu interlocutorul.



Un cerc cu degetul mare și arătător nu înseamnă „OK” în toate țările. În Franța acest semn înseamnă zero sau inutil. Prin urmare, cel mai indicat ar fi să arătați aprobarea ridicând degetul mare.



Punctualitate



La **mesele de afaceri** francezii se conduc de regula: cu cât este mai mare statutul persoanei, cu atât el vine mai târziu.



Reuniunile trebuie să fie aranjate cu **săptămâni în avans** și să fie confirmate înainte de ziua programată ca un gest de etichetă de afaceri bun.



Francezii ca parteneri de afaceri



Cadourile



Cadourile trebuie tratate cu discreție – este binevenit schimbul de mici cadouri, dar nu la prima întâlnire. Cadoul nu trebuie să fie însoțit de **cartea de vizită**.



Bucătăria franceză



Francezii se mândresc cu bucătăria lor, de aceea **se recomandă de a lăuda felurile de mâncare și băuturile** cu care sunteți servit. Nu trebuie de adăugat sare sau piper după gust, sau de lăsat pe farfurii mâncare.

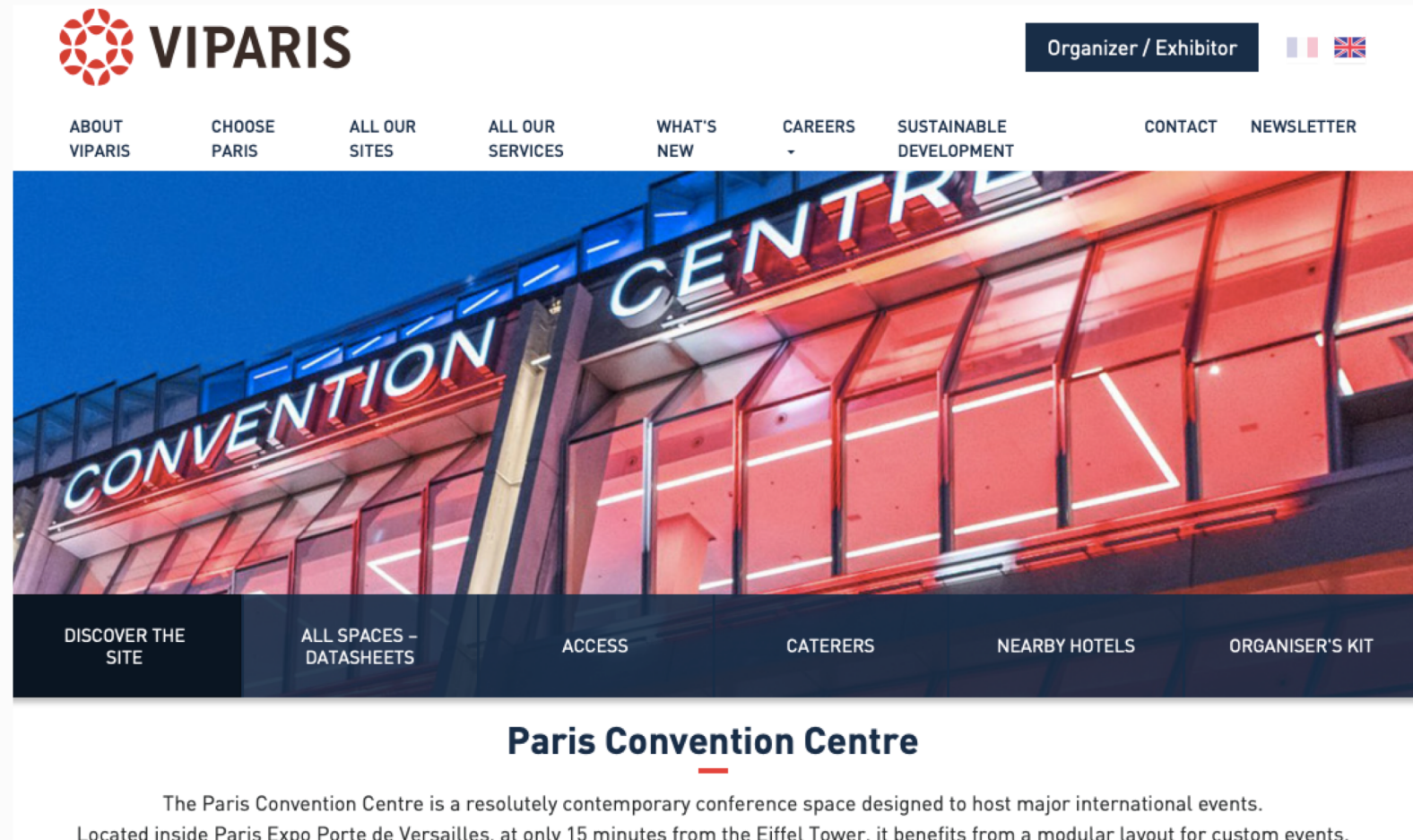


Francezii apreciază înalt bunele maniere, astfel, indiferent dacă sunteți sau nu la restaurant, se recomandă să așteptați întotdeauna ca toată lumea să fie servită pentru a începe să mâncați. De obicei, înainte de a începe, francezii își urează reciproc „Bon appétit”.

Portaluri cu expoziții în Franța

Viparis - Paris Convention Centre

<https://www.viparis.com/en/site/paris-convention-centre>



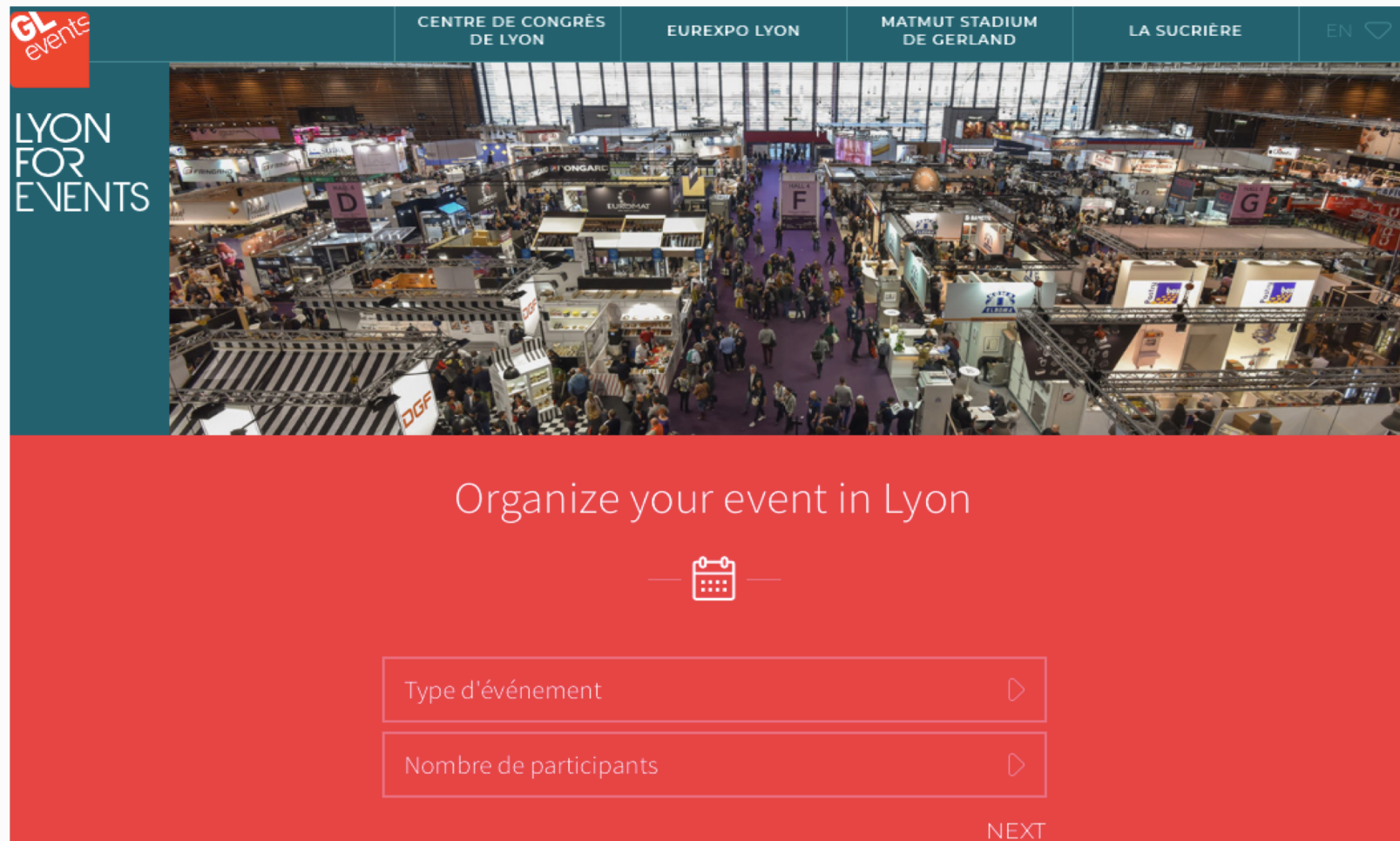
The screenshot shows the website for the Paris Convention Centre. At the top left is the VIPARIS logo, a red circular emblem with a geometric pattern. To its right is the text 'VIPARIS'. In the top right corner, there is a dark blue button labeled 'Organizer / Exhibitor' and two small flags, the French flag and the UK flag. Below the logo and text is a horizontal navigation menu with the following items: 'ABOUT VIPARIS', 'CHOOSE PARIS', 'ALL OUR SITES', 'ALL OUR SERVICES', 'WHAT'S NEW', 'CAREERS', 'SUSTAINABLE DEVELOPMENT', 'CONTACT', and 'NEWSLETTER'. The main content area features a large photograph of the Paris Convention Centre building at night, with the words 'CONVENTION CENTRE' illuminated in large, glowing letters. Below the photograph is a dark blue horizontal bar with six white text links: 'DISCOVER THE SITE', 'ALL SPACES - DATASHEETS', 'ACCESS', 'CATERERS', 'NEARBY HOTELS', and 'ORGANISER'S KIT'. Below this bar, the heading 'Paris Convention Centre' is displayed in a bold, dark blue font. Underneath the heading is a short paragraph: 'The Paris Convention Centre is a resolutely contemporary conference space designed to host major international events. Located inside Paris Expo Porte de Versailles, at only 15 minutes from the Eiffel Tower, it benefits from a modular layout for custom events.'



Portaluri cu expoziții în Franța

Lyon for events

<https://www.lyonforevents.com/en/centre-de-congres-de-lyon>



The screenshot shows the website interface for 'Lyon for Events'. At the top, there is a navigation bar with the 'GL events' logo on the left and menu items for 'CENTRE DE CONGRÈS DE LYON', 'EUREXPO LYON', 'MATMUT STADIUM DE GERLAND', 'LA SUCRIÈRE', and 'EN' with a heart icon. Below the navigation bar is a large image of a busy exhibition hall with various booths and people. On the left side of the image, the text 'LYON FOR EVENTS' is displayed. Below the image, the text 'Organize your event in Lyon' is centered. Underneath this text is a calendar icon. At the bottom, there are two search filters: 'Type d'événement' and 'Nombre de participants', both with a right-pointing arrow. The word 'NEXT' is located at the bottom right corner of the red section.

Portaluri cu expoziții în Franța

Trade Shows, Exhibitions, Conferences & Business Events Worldwide

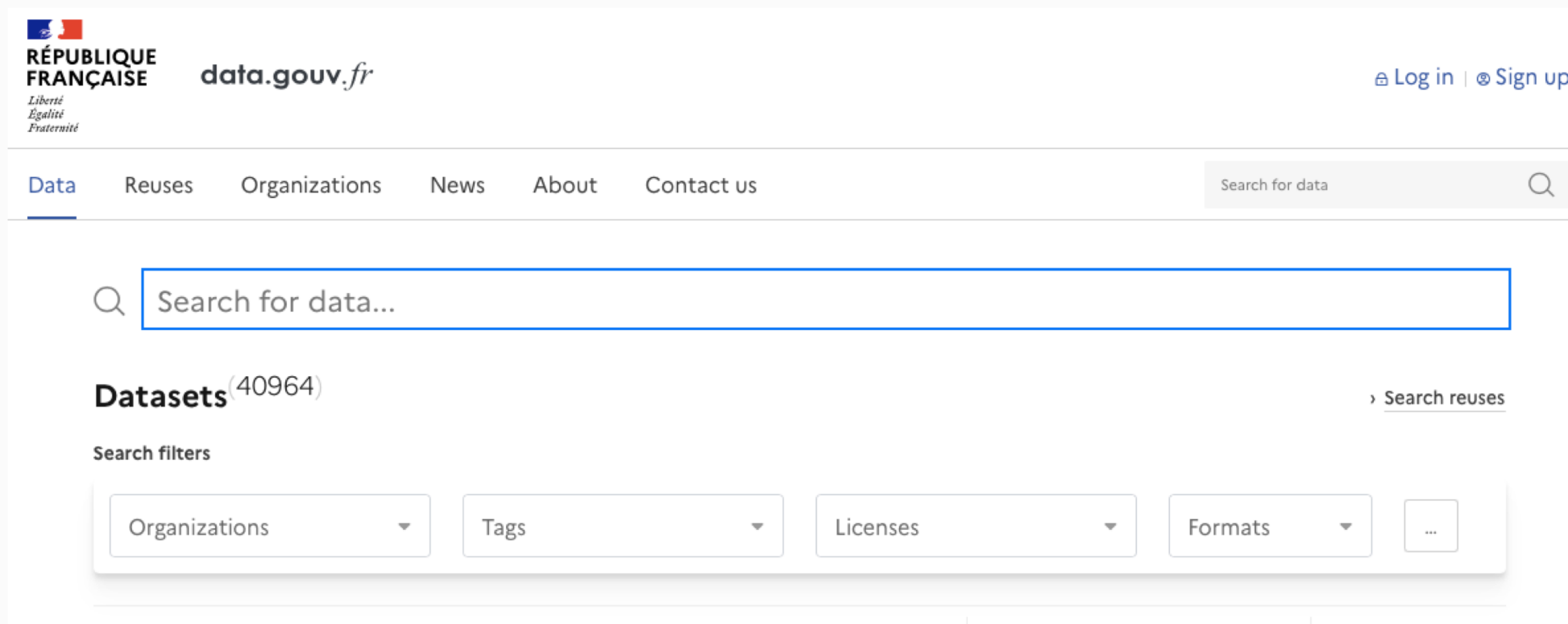
https://www.eventseye.com/fairs/c1_trade-shows_france.html

1046 Trade Shows in France

Exhibition Name	Cycle	Venue	Date
PLASTICS MEETINGS FRANCE <i>International Business Convention & Forum for the Plastics Industry</i>	unknown	Lyon > Espace Tête d'Or	12/15/2021 (2 days)
SALON DU MARIAGE ET JOURS DE FÊTE DE PONTIVY <i>Pontivy wedding and feast day fair. More than sixty professionals from the region + 3 daily parades: wedding dresses, costumes, cocktail dresses...</i>	unknown	Pontivy > Parc des expositions - Salle Safire	01/15/2022 (2 days)
PREVENTICA TOULOUSE <i>Trade Show & Congress dedicated to Workplace Security, Work Protection and Ergonomical Solutions</i>	unknown	Toulouse > Parc des expositions de Toulouse	01/18/2022 (3 days)
SALON HOPA <i>Trade Fair for Tourism and Outdoor Leisure Equipment</i>	every 2 years	Biarritz > Halle d'Iraty	01/19/2022 (2 days)
INTERSUC PARIS <i>International Chocolate, Confectionery, Biscuit, Pastry and Gourmet Products Exhibition</i>	every 2 years	Paris > Paris Expo Porte de Versailles	01/22/2022 (4 days)
PREMIÈRE VISION PARIS <i>International Exhibition of Clothing Textile. For 3 days, 2 times a year, the six major industries supplying materials and services to the global fashion industry, including: Yarns, Fabrics, Leather, Designs, Accessories, Manufacturing</i>	unknown	Paris > Paris Nord Villepinte	02/08/2022 (3 days)
SALON DU FROMAGE ET DES PRODUITS LAITIERS <i>Cheese and Dairy Produce Exhibition</i>	every 2 years	Paris > Paris Expo Porte de Versailles	02/27/2022 (4 days)
ARCHITECT @ WORK - FRANCE - BORDEAUX <i>Exhibition for Architecture & Interior Design. ARCHITECT@WORK gives you the opportunity to get into contact with: architects, interior architects, designers, engineering bureaus, project developers, technical services, towns & district councils</i>	once a year	Bordeaux > Parc des expositions de Bordeaux-Lac	March 2022
AUTONOMIC SUD <i>Event Gathering all those involved in the Disability and Dependency Sector with the Goal of Improving Autonomy for People at Home and in Institutions</i>	every 2 years	Toulouse > Parc des expositions de Toulouse	March 2022 (postponed !)
DESTINATION MONTAGNES - GRAND SKI <i>Grand Ski is a Trade Exhibition dedicated to Ski, Mountain & Tourism Professionals</i>	once a year	Chambery > Savoieexpo - Parc des expositions de Chambery	03/01/2022 (2 days)
RESPIRE LA VIE - LA ROCHELLE <i>Organic Lifestyle Expo. RESPIRE LA VIE is the event for 'consume differently' attitude people and companies involved in Green Tourism, Food & Wine, Well-being, Handicraft, Sustainable Home & Energy</i>	once a year	La Rochelle > Espace Encan	March 2022 (?)
SALON DE LA FORMATION POUR ADULTES DE LILLE <i>Adult Learning Fair</i>	once a year	Lille > Lille Grand Palais	March 2022 (?)
SALON DES FORMATIONS INTERNATIONALES - LILLE <i>International Training Show</i>	once a year	Lille > Lille Grand Palais	March 2022 (?)

Portaluri cu baze de date companii în Franța

<https://www.data.gouv.fr/en/datasets/>



The screenshot shows the homepage of data.gouv.fr. At the top left is the French Republic logo with the motto "Liberté, Égalité, Fraternité". To its right is the "data.gouv.fr" logo. On the top right, there are links for "Log in" and "Sign up". Below this is a navigation menu with "Data" (underlined), "Reuses", "Organizations", "News", "About", and "Contact us". A search bar labeled "Search for data" is on the right. A large search input field with a magnifying glass icon and the placeholder "Search for data..." is centered. Below the search bar, it says "Datasets (40964)" and a link for "Search reuses". Underneath is a "Search filters" section with five dropdown menus: "Organizations", "Tags", "Licenses", "Formats", and an ellipsis "...".

Portaluri cu baze de date companii în Franța

https://www.sirene.fr/sirene/public/accueil?sirene_locale=en



sirene.fr Official provider of information on each of the 31 million enterprises including 12 million active. An Insee service.

Insee sirene.fr, a Measuring

Home Open Data dissemination Documentation Help

> Home

En raison d'une opération de maintenance, les services de Sirene.fr pourront être indisponibles pendant la journée du 14 mars 2022. Veuillez nous excuser pour la gêne occasionnée

Download the Sirene database free of charge

Sirene data are available as Open Data on the site  data.gouv.fr

Search for an enterprise

Find all enterprises and their establishments. The database Sirene® is updated daily ; it contains 31 million of enterprises and establishments including both active and ceased.

enterprise

Enter only a Siren number (9 digits) or a Siret number (14 digits) ?

Enter enterprise name or corporate name or last name first name ?

Address (optional)

Enter street address (number, street type or name) ?

Enter city or zip/postal code ?

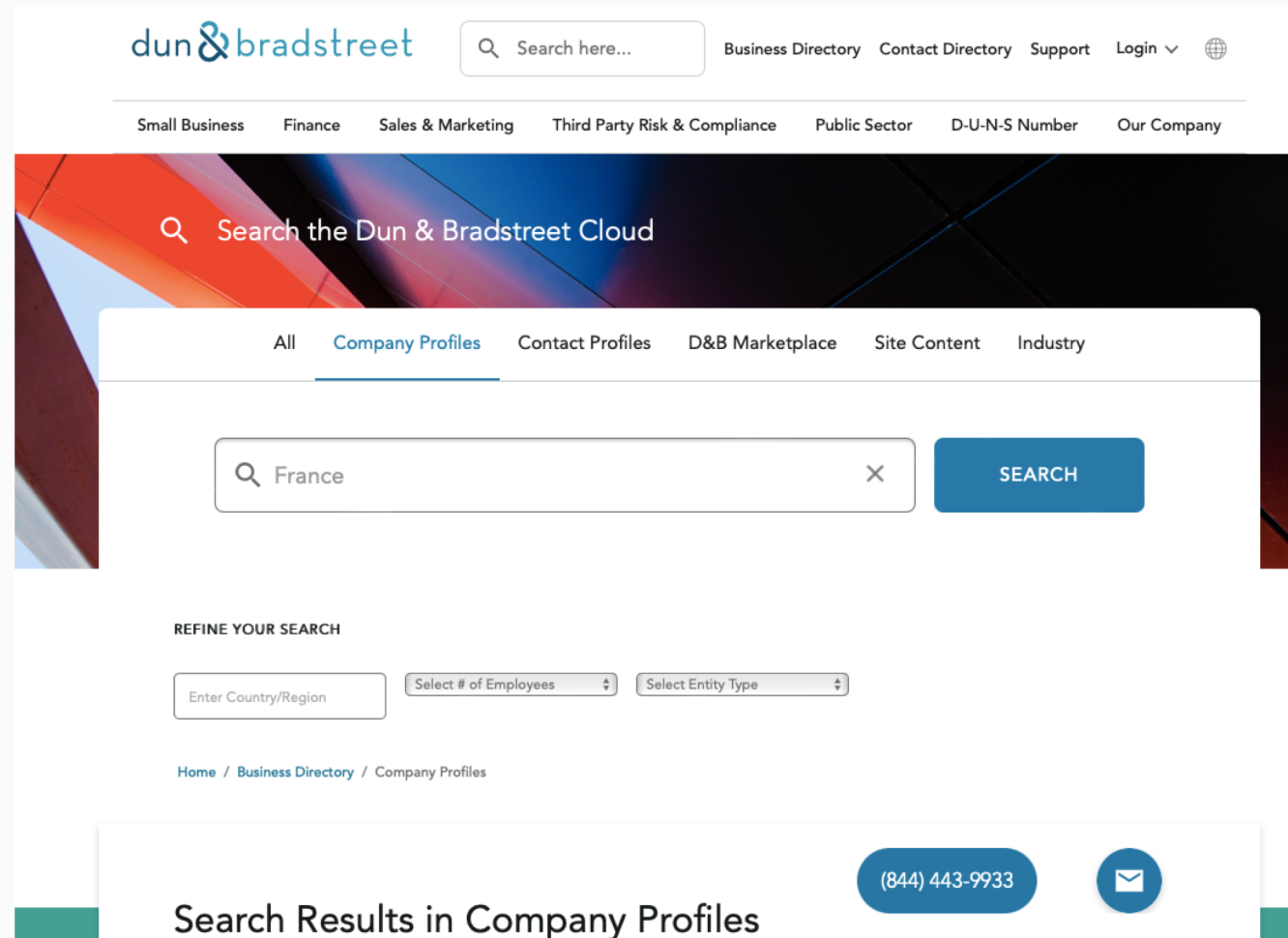
Exclude closed establishments from search

Search



Portaluri cu baze de date companii în Franța

<https://www.dnb.com/site-search-results.html#CompanyProfilesPageNumber=1&CompanyProfilesSearch=france&ContactProfilesPageNumber=1&D&BMarketplacePageNumber=1&IndustryPageNumber=1&SiteContentPageNumber=1&tab=Company%20Profiles>



The screenshot shows the Dun & Bradstreet website search interface. At the top, the logo "dun & bradstreet" is visible next to a search bar containing "Search here...". Navigation links include "Business Directory", "Contact Directory", "Support", and "Login". Below this, a secondary navigation bar lists categories: "Small Business", "Finance", "Sales & Marketing", "Third Party Risk & Compliance", "Public Sector", "D-U-N-S Number", and "Our Company". The main search area features a large search bar with "Search the Dun & Bradstreet Cloud" and a search button. Below the search bar, tabs for "All", "Company Profiles", "Contact Profiles", "D&B Marketplace", "Site Content", and "Industry" are shown. The search input field contains "France" and a "SEARCH" button. Underneath, a "REFINE YOUR SEARCH" section includes a text input for "Enter Country/Region" and two dropdown menus for "Select # of Employees" and "Select Entity Type". At the bottom, a breadcrumb trail reads "Home / Business Directory / Company Profiles". A footer bar contains the text "Search Results in Company Profiles", a phone number "(844) 443-9933", and an email icon.



Export cu spor!

Mulțumim Agenției de Investiții pentru susținere și parteneriat !

Partener: **GATEWAY**
& PARTNERS

