

COMO EXPORTAR FRANÇA

ApexBrasil
AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS



MINISTÉRIO DAS
RELAÇÕES EXTERIORES



Coleção
Estudos e Documentos de Comércio Exterior

Série
Como Exportar

CEX: 264

Elaboração
Ministério das Relações Exteriores – MRE
Departamento de Promoção Comercial e Investimentos – DPR
Divisão de Inteligência Comercial – DIC
Embaixada do Brasil em Paris
Setor de Promoção Comercial – SECOM

Coordenação
Divisão de Inteligência Comercial

Distribuição
Divisão de Inteligência Comercial

Diagramação
Apex-Brasil

Os termos e apresentação de matérias contidas na presente publicação não traduzem expressão de opinião por parte do MRE sobre o "status" jurídico de quaisquer países, territórios, cidades ou áreas geográficas e de suas fronteiras ou limites. Os termos "desenvolvidos" e "em desenvolvimento", empregados em relação a países ou áreas geográficas, não implicam tomada de posição oficial por parte do MRE.

Direitos reservados.

O DPR que é titular exclusivo dos direitos de autor (*) permite sua reprodução parcial, desde que a fonte seja devidamente citada.

(*) Este guia foi registrado no Escritório de Direitos Autorais da Fundação Biblioteca Nacional (ISBN 978-85-98712-47-7).

O texto do presente estudo foi concluído em fevereiro de 2018.

B823c	Brasil. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Inteligência Comercial. Como Exportar. França. / Ministério das Relações Exteriores. – Brasília: MRE, 2018. 130 p. (Coleção estudos e documentos de comércio exterior.). 1. Brasil - comércio exterior. 2. França – comércio exterior. I. Título. II. Série. CDU 339.5 (82:44)
-------	--

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	5
MAPA DA FRANÇA	8
DADOS BÁSICOS	9
I. ASPECTOS GERAIS	10
1. GEOGRAFIA E CLIMA	10
2. POPULAÇÃO, CENTROS URBANOS E NÍVEL DE VIDA	13
3. TRANSPORTES E COMUNICAÇÕES	20
4. ESTRUTURA POLÍTICA E ADMINISTRATIVA	25
5. ORGANIZAÇÕES E ACORDOS INTERNACIONAIS	35
II – ECONOMIA, MOEDA E FINANÇAS	36
1. CONJUNTURA ECONÔMICA INTERNA	36
2. PRINCIPAIS SETORES DE ATIVIDADE	43
3. MOEDA E FINANÇAS	51
4. BALANÇO DE PAGAMENTOS E RESERVAS INTERNACIONAIS	52
III – COMÉRCIO EXTERIOR	53
1. CONSIDERAÇÕES GERAIS	53
2. EVOLUÇÃO RECENTE	53
3. DIREÇÃO DAS EXPORTAÇÕES FRANCESAS	56
4. COMPOSIÇÃO DAS EXPORTAÇÕES FRANCESAS	57
5. ORIGENS DAS IMPORTAÇÕES FRANCESAS	59
6. COMPOSIÇÃO DAS IMPORTAÇÕES FRANCESAS	61
IV. RELAÇÕES ECONÔMICO-COMERCIAIS BRASIL-FRANÇA	62
1. EVOLUÇÃO RECENTE	62
2. EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS	63
3. IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS	65
4. PRODUTOS BRASILEIROS POTENCIAIS NO MERCADO FRANCÊS.	67
5. INVESTIMENTOS BILATERAIS	72
6. PRINCIPAIS ACORDOS BILATERAIS	76
V – ACESSO AO MERCADO	79
1. SISTEMA TARIFÁRIO	79
2. REGULAMENTAÇÃO DE IMPORTAÇÃO	82

3. DOCUMENTOS E FORMALIDADES	89
4. REGIMES ESPECIAIS	90
VI – ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO	93
1. CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	93
2. PROMOÇÃO DE VENDAS	101
3. PRÁTICAS COMERCIAIS	102
VII – RECOMENDAÇÕES ÀS EMPRESAS BRASILEIRAS	104
ANEXOS	106
I. ENDEREÇOS	106
II. INFORMAÇÕES ÚTEIS	124
BIBLIOGRAFIA	128

INTRODUÇÃO

A França, com 550 mil km², é o país mais extenso da Europa ocidental. O território alfandegário francês, que faz parte do da União Europeia, compreende a metrópole e os departamentos e regiões de ultramar (DROM): Guiana Francesa, Guadalupe, Martinica, Mayotte e Ilha da Reunião.

A situação geográfica privilegiada da França metropolitana, no centro da Europa, garante-lhe vantagem, pelas numerosas possibilidades marítimas, que a coloca nas rotas mais movimentadas do mundo. O país dispõe de 66 portos comerciais, movimentando, em 2015, 350 milhões de toneladas de carga e 32 milhões de passageiros. É por meio do transporte marítimo que são efetuadas 72% das transações comerciais com o exterior.

Possui excelente infraestrutura de transporte, a rede rodoviária mais extensa da Europa e a ferroviária das mais modernas e eficientes do mundo. Representa um excelente ponto de distribuição, uma vez que, entrando em um país-membro, os produtos podem circular livremente no bloco.

É a 5^a economia do mundo e a 2^a maior da Europa. A produtividade e o padrão de vida permaneceram altos, mesmo após a crise, e os franceses detêm a 11^a maior renda per capita da União Europeia e a 21^a do mundo. No comércio exterior, a França é o 3^o maior importador de bens da União Europeia (9,4% do total) e 7^o do mundo (3,1% das compras globais). É o principal importador de partes e peças para aviões, com 22% do total mundial; 5^o importador de automóveis de passageiros (4,5% do total); 6^o de aviões e helicópteros (8,2%); 7^o de medicamentos (4,3%); e 8^o de partes de motores (3,6%).

A produção agrícola francesa é a maior da União Europeia, representando cerca de 18% do total do bloco. É líder na UE na produção de cereais e gado. Conforme dados da UNCTAD, foi 5^o maior exportador mundial do agronegócio em 2016, atrás do Brasil, com 4,8% do total. Ao mesmo tempo, foi o 7^o importador mundial do agronegócio, absorvendo 4% da demanda global.

Nas relações comerciais com o Brasil, a França é historicamente importante. Em 2016, foi o 11º principal parceiro, com 1,85% do comércio exterior brasileiro, sendo o 19º nas exportações com 1,25% do valor e 1,69% do volume, e o 7º nas importações com 2,67% no valor e 0,36% no volume. Ocupa o 4º lugar na parceria brasileira com a União Europeia, após Alemanha, Países Baixos e Itália, com 9,3% das trocas brasileiras com o bloco.

Os produtos básicos lideram a pauta das exportações brasileiras para a França. Em 2016 somaram 52,7%, representados principalmente por farelo de soja, minério de ferro, café e soja. Os manufaturados representaram 35,3% do total (aviões, partes de aviões, turbinas a gás, partes de motores, medicamentos) e os semimanufaturados, 11,2% (pasta química de madeira, madeira serrada).

A pauta das vendas para o mercado francês é concentrada em 5 principais grupos de produtos (SH4) que somaram, em conjunto, 54,7% do total, em 2016, ou US\$ 1,3 bilhão. Farelo de soja representou 26,6% do total ou US\$ 614 milhões; minério de ferro (11,4%, ou US\$ 264 milhões); pasta química de madeira (7,7%, ou US\$ 178 milhões); café em grão (4,9%, ou US\$ 112 milhões); e soja em grão (4,1%, ou US\$ 94 milhões). Destacam-se, ainda, aviões (3,3%, ou US\$ 76 milhões); laminados de ferro ou aço (3,2%, ou US\$ 73 milhões); turbinas a gás (2,6%, ou US\$ 59 milhões); partes de aviões ou helicópteros (2,2%, ou US\$ 51 milhões); e partes de motores (1,8%, ou US\$ 42 milhões).

O exportador brasileiro deve ter em mente as metas para o novo tipo de crescimento econômico, inteligente, sustentável e inclusivo, no âmbito da União Europeia. Seus produtos e/ou embalagens devem estar de acordo com essas metas, sobretudo, no que se refere à preservação do meio ambiente e ao uso de energia renovável.

MAPA



DADOS BÁSICOS

Superfície: 552 mil Km² (França metropolitana)

População: 66,99 milhões de habitantes (novembro de 2017): 52% mulheres e 48% homens

Densidade Demográfica: 121,4 hab./km² (França metropolitana)

População economicamente ativa: 29,2 milhões (2016)

Taxa de desemprego: 9,3% (projeção para 2017)

Principais Cidades: Paris, Lyon, Marselha, Lille, Toulouse, Nice, Bordeaux, Nantes, Estrasburgo, Toulon.

Moeda: € (Euro)

Paridade em relação ao dólar: € 1 Euro = US\$ 1,19 (cotação em 01/12/2017)

PIB a preços correntes (estimativa para 2017): França: US\$ 2,58 trilhões; EUA: US\$ 19,38 trilhões; Brasil: US\$ 1,95 trilhão

PIB per capita a preços correntes (projeção para 2017): US\$ 39.621

Crescimento real do PIB: 2016: +1,2%;

2017: estimativa de +1,6%

Composição do PIB (2016): Serviços (78,8%); Indústria (19,6%); Agropecuária (1,6%)

Produção (principais produtos): Agropecuária: cereais, oleaginosos, bovino, suíno, aves, caprino.

Agroindústria: cereais, vinho, indústria alimentícia, produtos destinados à alimentação animal.

Indústria: energia, transportes (aeronáutica, automobilística), farmacêutica, equipamentos, construção, artigos de luxo.

Comércio Exterior da França (2016): Exportações: US\$ 489 bilhões

Importações: US\$ 561 bilhões

Janeiro-junho de 2017: Exportações: US\$ 251 bilhões;

Importações: US\$ 296 bilhões

Comércio Bilateral Brasil-França (2016): Exportações brasileiras: US\$ 2,31 bilhões

Importações brasileiras: US\$ 3,68 bilhões

Janeiro-outubro de 2017: Exportações brasileiras: US\$ 1,88 bilhão

Importações brasileiras: US\$ 3,13 bilhões

I - ASPECTOS GERAIS

1. Geografia e clima

1.1. Geografia

Com 552 mil km² de extensão, a França metropolitana é o maior país da Europa ocidental. É delimitada a noroeste pelo mar do Norte e o canal da Mancha, a oeste pelo oceano Atlântico e ao sul pelo mar Mediterrâneo, totalizando 3.427 km de fronteira marítima. O país é delimitado por fronteiras naturais tais como mares, oceano, rios e montanhas, exceto ao nordeste (Bélgica e Luxemburgo). Faz fronteiras terrestres na Europa com 8 países:

Região	País	Km
Nordeste	Bélgica	620
	Alemanha	451
	Luxemburgo	73
Leste	Suíça	573
Sudeste	Itália	488
	Mônaca	4,4
Sudoeste	Espanha	623
	Andorra	56

Tabela 1

Na América do Sul, a França faz fronteiras, através da Guiana Francesa, com o Brasil (673 km) e com o Suriname (540 km)

A França assegura sua presença em terras longínquas através dos departamentos e coletividades de ultramar, chamados **DROM** (Departamentos e Regiões de Ultramar), antigo DOM, e COM (Coletividades de Ultramar).

- **DROM**: Guadalupe, Guiana Francesa e Martinica, na América; e Mayotte e Reunião na África.

- **COM**: Polinésia Francesa, Saint-Pierre-et-Miquelon e Wallis-et-Futuna na Oceania; Saint-Barthélemy e Saint-Martin, na América. As terras Austrais e Antárticas francesas ainda não estão enquadradas em **COM** e continuam com a antiga denominação de **TOM** (Território Ultramar).

Por último, a Nova Caledônia, na Oceania, que dispõe de estatuto particular com larga autonomia.

Paris é a capital e a cidade mais importante, cuja região, Ile de France, conta mais de 12 milhões de habitantes.

Cidade	Distância (km)	Cidade	Distância (km)
Lille	220	Bruxelas	315
Nantes	384	Rotterdam	443
Lyon	476	Londres	465
Strasbourg	492	Bonn	504
Bordeaux	584	Amsterdã	505
Toulouse	679	Genebra	540
Monpellier	747	Madrid	1275
Marselha	787	Roma	1420
Nice	944	Lisboa	1735

Tabela 2
Distância entre Paris e principais cidades francesas e europeias

Fonte: Google Maps.

O relevo da França é diversificado. O ponto culminante da Europa (Mont Blanc, com 4.810m) encontra-se nos Alpes franceses, no sudeste do país. A sudoeste localizam-se os Pireneus e os Maciços, de formação mais antiga, menos elevados e com topos achatados (Maciço Central, Vosges e o Maciço Armoricano). Contudo, predominam as vastas planícies, abrangendo mais da metade do território.

O país tem aproximadamente 18.000 km de vias fluviais (rios, riachos e canais artificiais), dentre os quais 8.500 km navegáveis e utilizados para o transporte de pessoas e mercadorias. A França possui a mais longa rede de vias navegáveis do continente, 50% do total europeu.

Os cinco principais rios franceses são:

- Loire: mais longo, percorre 1.010 km, da nascente no Maciço Central até o oceano Atlântico;
- Sena: nasce no planalto de Langres (cadeia de colinas a leste) e percorre 776 km. É navegável de Paris ao canal da Mancha, onde deságua;
- Garone: nasce a 2.800m de altitude, nos Pireneus, percorre 650 km e desemboca no estuário Gironde. Trecho desse rio é utilizado pela indústria hidrelétrica.
- Ródano: nasce na Suíça, a 1.760m de altitude, e percorre 812 km, formando um delta para desaguar no Mediterrâneo. A construção de várias barragens hidrelétricas permitiu conter as enchentes e melhorar a navegabilidade.
- Reno: nasce nos Alpes suíços, percorre seis países e deságua no mar do Norte. Fronteira natural entre a França e a Alemanha, é uma das vias navegáveis mais movimentadas do mundo.

1.2. Clima

A França tem situação geográfica privilegiada, a meio caminho do polo norte e do Equador. A totalidade do território da França metropolitana situa-se em zona temperada, o que a protege contra temperaturas extremas, secas frequentes e chuvas torrenciais. Isso não significa que não esteja nunca exposta a condições climáticas difíceis. Como em todos os países da zona temperada, as variações meteorológicas são cotidianas, e as quatro estações do ano bem definidas. Outro ponto forte é a influência reguladora dos oceanos (3.427 km de costa marítima), que ameniza o rigor do inverno e modera os excessos de calor no verão. O litoral sofre menor variação de temperatura que o resto do país, mas apresenta pluviometria significativa, que vai diminuindo com a distância do oceano.

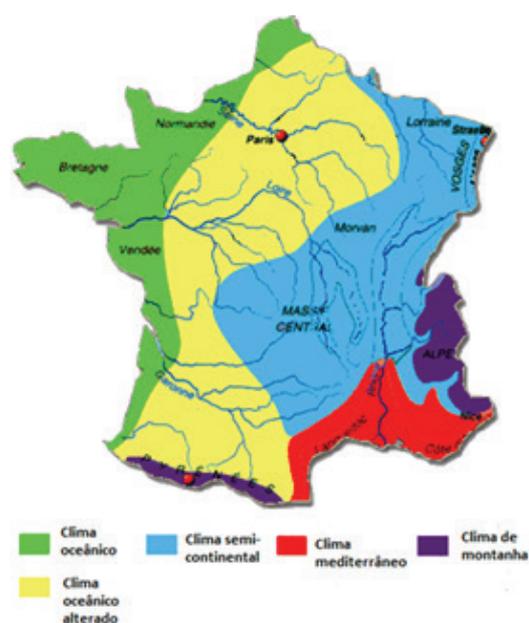
Na costa oeste (em verde no mapa a seguir) o clima é oceânico e caracteriza-se por invernos frios e úmidos e verões amenos, relativamente úmidos. A pluviometria máxima ocorre durante o inverno.

O chamado clima oceânico alterado (em amarelo no mapa), embora oceânico, pode ter influência continental vinda do leste europeu, que se traduz em chuvas menos abundantes, invernos mais amenos e verões mais quentes. Esse tipo de clima apresenta grande variação de temperatura, mesmo de um dia para o outro. É o clima típico da região parisiense.

O clima semicontinental (em azul no mapa) é caracterizado por invernos frios e verões quentes (grande número de dias com neve ou geada). A amplitude térmica entre o verão e o inverno é grande, por exemplo: 0° no inverno e 30° no verão. As chuvas não são abundantes, as precipitações acontecem sob forma de neve no inverno e chuvas fortes de pouca duração no verão.

O clima mediterrâneo (em vermelho no mapa) é caracterizado por dias ensolarados com altas temperaturas durante o dia no verão e noites mais frescas. O inverno é ameno, mas pode atingir temperatura de 0°C. As chuvas ocorrem de forma intensa e em maior quantidade no outono e no inverno.

Por último, o clima de montanha (em roxo no mapa), específico de regiões montanhosas, independentemente da zona climática em que estão localizadas. Caracteriza-se por invernos frios e verões frescos e úmidos.



Fonte: <http://blog.univ-angers.fr/lesclimatsdefrance/category/les-tcinq-climats-de-france/>

2. População, centros urbanos e nível de vida

2.1. População

A população francesa é resultado da miscigenação de vários grupos étnicos, ocorrida ao longo dos séculos. Os primeiros habitantes da Gália (antigo nome da França) eram formados, principalmente, por três famílias: os Belgas do Norte, os Celtas e os Lígures. Além desses três principais grupos étnicos, também contribuíram para a composição étnica inicial dos franceses: os aquitanos (bascos), com predominância na região histórica da Aquitânia; os iberos e os normandos, na região da Normandia, e vários povos germânicos, como burgúndios e visigodos, bem como, no sul do país, os gregos e as minorias árabes e de judeus.

Entre os anos de 1850 e 1900, contrariamente à maioria dos países europeus, a França apresentou fraco aumento populacional, o que gerou escassez de mão-de-obra em todos os setores, tanto nas zonas rurais, como nas urbanas. Para estimular a entrada dessa mão-de-obra tão necessária, a legalização de trabalhadores estrangeiros era feita por simples declaração junto à prefeitura local. Dessa forma, a França atraiu as imigrações de mão-de-obra dos países vizinhos como Itália, Bélgica, Espanha, Suíça e Polônia.

Após a segunda guerra mundial e, sobretudo, no final dos anos 60, houve aumento imigratório significativo. Acordos firmados com a Espanha, Portugal, Marrocos e Tunísia, aliados ao fim da colonização na Argélia, favoreceram importante fluxo de imigrantes desses países. Dos imigrantes que vivem na França, 48,8% são europeus, dos quais 12,6% portugueses; 36,2% são africanos (11,5% de argelinos e 10,7% marroquinos); 8,8% asiáticos; e 6,2% da América e da Oceania.

Nacionalidade	% do total
Europa	48,8%
União Europeia (28)	34,7%
Portugueses	12,6%
Italianos	4,3%
Britânicos	3,6%
Espanhóis	3,4%
Outras da UE (28)	10,7%
Outras da Europa	14,1%
África	36,2%
Argelinos	11,5%
Marroquinos	10,7%
Tunisianos	4,0%
Outras da África	10,0%
Ásia	8,8%
Cambodjanos, Loasianos, Vietnamitas	0,8%
Outras da Ásia	8,0%
América e Oceania	6,2%
Total	100,0%

Tabela 3
Imigrantes na França, por nacionalidade, 2016

Fonte: INSEE - Institut National de la Statistique et des Études Économiques, recensement de la population, exploitation principale

De acordo com o INSEE (Institut National de la Statistique et des Études Économiques), a população da França estimada em 01/01/2017 foi de 66.990.826 habitantes, sendo 64.859.599 na França metropolitana e 2.131.224 na França Ultramar. Desse total, 48% são homens e 52% mulheres.

Ano	População (mil habitantes)
2007	63.601
2008	63.962
2009	64.305
2010	64.613
2011	64.933
2012	65.241
2013	65.565
2014	65.907
2015	66.454
2016	66.726
2017	66.991

Tabela 4
Evolução da população,
2007-2017

Fonte: INSEE. 2015, 2016 e 2017: Dados preliminares. Dados de Mayotte a partir de 2015.

O pico de crescimento da população ocorrido em 2015, de 0,8%, deveu-se, sobretudo, à inclusão dos dados de Mayotte(*). A taxa média de crescimento da população francesa foi de 0,5%, ao ano, entre 2007 e 2017.

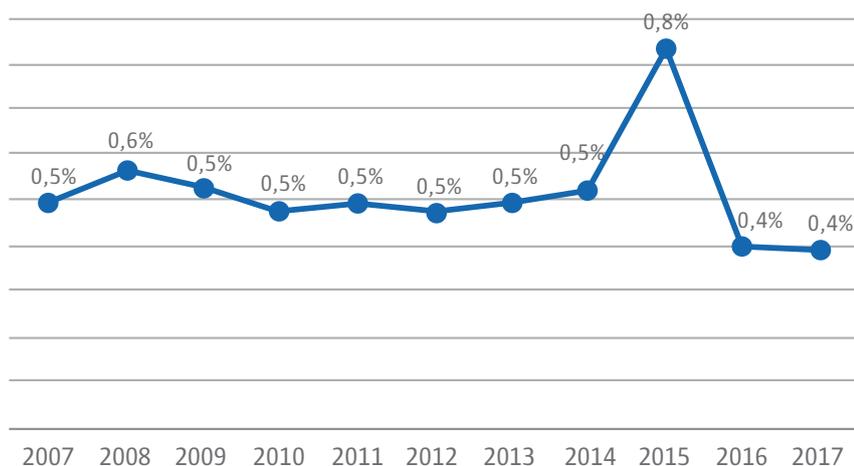


Gráfico 1
Crescimento da
população francesa,
2007-2017

Fonte: INSEE - Institut National de la Statistique et des Études Économiques. 2016 e 2017: Dados preliminares.

(*) Mudança de estatuto de Território para Departamento ultramar em 2011, mas incluído nas estatísticas da população da França metropolitana a partir de 2015.

A população masculina domina as faixas etárias mais jovens. Em janeiro de 2017, os homens representaram 57,3% da população de 20 a 64 anos, enquanto as mulheres somaram 55,5%. Entre os jovens com menos de 20 anos, o número de homens também superou o das mulheres. Apenas na faixa etária de 65 anos ou mais é que o número de mulheres foi superior ao dos homens (21,5% contra 17,2% de homens).

Faixas etárias	Homens	Mulheres
Menos de 20 anos	25,6%	22,9%
20 a 64 anos	57,3%	55,5%
65 anos ou mais	17,2%	21,5%
Total	100,0%	100,0%

Tabela 5
População por sexo e faixa etária em 1 de janeiro de 2017

Fonte: INED - Institut National d'Études Démographiques.

Aproximadamente metade da população francesa encontra-se na faixa etária de 20 a 59 anos. Contudo, esse percentual vem decrescendo (-5,8% de 2008 a 2017), como também a classe de 0 a 19 anos (-1,9%). Em contrapartida, a classe de 60 a 64 anos e a de 65 anos ou mais estão em pleno crescimento, 14,1% e 17,1%, respectivamente, no mesmo intervalo.

Anos	0 a 19 anos	20 a 59 anos	60 a 64 anos	65 anos ou mais
2008	24,7%	53,4%	5,4%	16,6%
2009	24,6%	53,0%	5,7%	16,7%
2010	24,5%	52,6%	6,0%	16,8%
2011	24,5%	52,2%	6,4%	16,9%
2012	24,4%	51,9%	6,4%	17,3%
2013	24,4%	51,6%	6,3%	17,8%
2014	24,3%	51,2%	6,2%	18,2%
2015	24,3%	50,8%	6,2%	18,6%
2016	24,3%	50,5%	6,1%	19,0%
2017	24,2%	50,3%	6,1%	19,4%

Tabela 6
População francesa, por grupos de idade, em 1^o de janeiro

Fonte: INED - Institut National d'Études Démographiques.

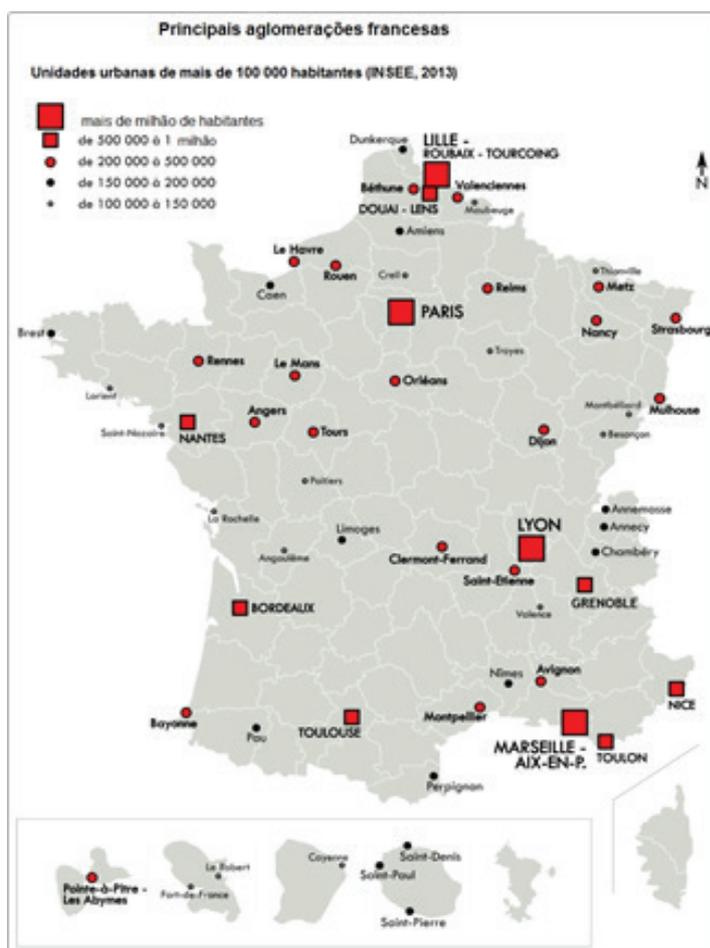
2.1. População

Como a maioria dos países industrializados, a França é altamente urbanizada, com 82% da população vivendo nas cidades. Contudo, a repartição da população no território apresenta grande irregularidade. Apenas 3 dos 101 departamentos ultrapassam 2 milhões de habitantes: Norte (2,6 milhões), Paris (2,2 milhões) e Bouches du Rhône (2,0 milhões). Somente a região de Ile de France apresenta todos os departamentos com mais de 1 milhão de habitantes. Os departamentos do centro do país são os menos populosos; a grande maioria tem menos de 500 mil habitantes.

Ranking	Área urbana	População (mil habitantes)
1º	Paris	12.405
2º	Lyon	2.238
3º	Marsella-Aix en Provence	1.734
4º	Toulouse	1.312
5º	Lille (parte francesa)	1.186
6º	Bordeaux	1.178
7º	Nice	1.005
8º	Nantes	934
9º	Strasburgo (parte francesa)	773
10º	Rennes	710
11º	Grenoble	684
12º	Rouen	660
13º	Toulon	612
14º	Montpellier	589
15º	Douai-Lens	539
16º	Avignon	519
17º	Saint-Etienne	515
18º	Tours	487
19º	Clemont Ferrand	473
20º	Nancy	433

Tabela 7
Principais áreas urbanas

Fonte: INSEE



2.3. Nível de vida

A expectativa de vida na França metropolitana é das mais altas. Em 2016, foi a 9ª maior do mundo, conforme relatório da Organização Mundial de Saúde. A expectativa de vida francesa é de 79,4 anos para os homens e de 85,4 anos para as mulheres, ganho de aproximadamente 14 anos nos últimos 60 anos.

Segundo dados do INSEE, divulgados em setembro de 2017, o padrão de vida do francês no topo da distribuição vem aumentando após vários anos de declínio, mas no final da distribuição o padrão de vida encontra-se quase estagnado, levemente estimulado pelos benefícios sociais.

Os franceses detêm a 11ª maior renda per capita da União Europeia. O FMI projetou em US\$ 39.621 para 2017, crescimento de 5% se comparada com 2015 e de 3% frente a 2016. O desemprego projetado para 2017 é de 9,3%, o que representa redução de 8% em relação a 2015 e de 3% sobre 2016. Contudo, a França ainda convive com as desigualdades sociais, sendo os 10% mais ricos donos de 47% da riqueza.

De acordo com o INSEE, em 2015, 8,9 milhões de pessoas viviam abaixo da linha de pobreza monetária, fixado em 60% do nível de vida mediano e estabelecido em 1.008 Euros mensais. A metade das pessoas pobres situou-se em nível de vida inferior a 805 Euros mensais, sendo a taxa de pobreza de 14,2%, superior à de 2014 (14,0%) e a de 2013 (13,8%).

2.4. Idioma e religião

O idioma oficial é o francês, existindo línguas e dialetos regionais. A revisão constitucional, de 23 de julho de 2008, acrescentou ao artigo 75-1 da Constituição reconhecimento do valor patrimonial das línguas regionais.

A lei da separação da Igreja e do Estado, de 9 de dezembro de 1905, estabelece que a França é uma República laica. Oficialmente, não existem estatísticas sobre religião. Alguns estudos e sondagens afirmam que a grande maioria dos franceses (mais de 60%) declara ser católicos. Em segundo lugar declaram-se muçulmanos, estimados em torno de 5 milhões de pessoas. Os restantes, protestantes, judeus e outros.

3. Transportes e comunicações

3.1. Transportes

A França possui excelente infraestrutura de transporte. Ciente de que a via rodoviária representa 87,1% do transporte interno de mercadorias e de pessoas (ferroviário 10,6% e fluvial 2,3%), o país busca aumentar os meios alternativos para o transporte de mercadorias, combinando estradas e outras vias existentes para aumentar a eficiência do sistema. Para tanto, iniciou-se em 2013, programa de instalação de terminais combinados (rodoviário, ferroviário e fluvial), cujo objetivo é aumentar a utilização dos meios ferroviário e fluvial.

O setor de transportes contribuiu 8,7% do PIB em 2016 e respondeu pela criação da maioria das empresas na França naquele ano. As despesas de transporte doméstico representaram 13,7% do orçamento. As autoridades estatais e municipais têm direcionado ao setor, respectivamente, 4% e 17% das suas despesas operacionais e 10% e 24% dos seus investimentos.

3.1.1. Transporte rodoviário

A França possui a rede rodoviária mais extensa da Europa, com 12.400 km (9.400 km de autoestradas), representando 14% da rede europeia. A Alemanha possui 9 960 km (9.000 km de autoestradas) e o Reino Unido, 3.700 km (2.200 km de autoestradas).

O modal rodoviário responde por aproximadamente 85% do transporte de mercadorias na França, com aumento de 1,2% em 2016, se comparado com 2015. Esse crescimento deveu-se, principalmente, à expansão do transporte feito por estrangeiros. Além disso, os investimentos no setor possibilitaram o aumento em quilometragem das rodovias já existentes e a criação de novas. Em 2016, o tráfego de caminhões cresceu 3,2%, e os registros de veículos pesados, 13,5%.

O Estado mantém sob sua responsabilidade a única rede estruturante principal, essencial para a economia do país. Essa rede consiste principalmente de estradas de tráfego de longa distância, que servem às principais cidades regionais e aos principais centros econômicos.

A malha rodoviária francesa é composta por:

- rede nacional: liga os principais centros urbanos, com autoestradas concessionárias e públicas (públicas: menos de 1% do total) e estradas nacionais (menos de 1% da rede total). Grande parte das estradas nacionais foi descentralizada em 2006 e sua administração passou a ser de responsabilidade das municipalidades;
- vias departamentais: ligam pequenas cidades (35% do total);
- vias municipais (estradas e/ou vias rurais): ligam pequenas comunas (63% do total).

3.1.2. Transporte ferroviário

A rede ferroviária francesa é uma das mais modernas e eficientes do mundo. É a segunda maior da Europa, após a da Alemanha, com 29.335 km férreos e aproximadamente 3 mil estações que cobrem todas as regiões do país. O volume de negócios do setor foi de 30,5 bilhões de Euros em 2016.

O setor recebeu cerca de 20% dos investimentos franceses em transportes nos últimos anos, resultando na entrada em operação de 956 km de novas linhas de alta velocidade. Em 2016, as linhas de alta velocidade francesas totalizaram 10.980 km. A França tem seis redes de metrô (Lille, Lyon, Toulouse, Marselha, Rennes e Paris), ampliadas em 7,8% desde 2010.

Em 2015, foram transportadas 96 milhões de toneladas de mercadorias, aumento de 5,2% em relação a 2014, mas decréscimo de 12,0% se comparado com 2008. Os principais produtos transportados pelo modal ferroviário em 2015 foram: têxteis, metálicos, produtos agrícolas, petróleo, produtos químicos e alimentícios.

3.1.3. Transporte aéreo

O transporte aéreo francês cresceu 3,1% em 2016, após expansão de 3,6% em 2015. Os aeroportos franceses receberam cerca de 155 milhões de passageiros em 2016. Os principais destinos dos passageiros que circularam nos aeroportos franceses foram a Espanha (aumento de 6,7%) e o Reino Unido (+6,6%). O Brasil está entre as rotas que apresentaram sinais de fragilidade, com decréscimo de 3,5%, assim como o Japão (-13,8%) e a Turquia (-14,5%).

A França tem 170 aeroportos espalhados por seu território. O principal deles é o CDG (Charles de Gaulle), localizado na região parisiense, que teve fluxo aproximado de 66 milhões de passageiros em 2016. O CDG é a segunda maior plataforma de correspondência aeroportuária da Europa, atrás somente do aeroporto de Londres-Heathrow, no Reino Unido.

No que se refere ao frete aéreo, a França posicionou-se no segundo lugar entre os países europeus. Em 2015, as aeronaves francesas movimentaram 2,5 milhões de toneladas, atrás somente da Alemanha com 4,3 milhões de toneladas. A Air France-KLM é a principal empresa do frete aéreo, na França.

3.1.4. Transporte marítimo

A situação geográfica privilegiada da França metropolitana garante-lhe grande vantagem através das numerosas possibilidades marítimas, que incluem as rotas mais movimentadas do mundo: ao sul o mar Mediterrâneo, ao oeste e norte o oceano Atlântico, o canal da Mancha e o mar do Norte. O país dispõe de 66 portos comerciais, pelos quais passaram, em 2015, 350 milhões de toneladas de carga e 32 milhões de passageiros. É pelo modal marítimo que são feitas 72% das transações comerciais com o exterior.

O grande porto marítimo de Marselha, no Mediterrâneo, é o principal porto francês e liga a Europa à Ásia. O Mediterrâneo é importante para o abastecimento de petróleo, bem como para a importação de produtos asiáticos, através do canal de Suez, que liga o Mediterrâneo ao mar Vermelho. Os principais portos marítimos do litoral Atlântico estão nas rotas marítimas que ligam a Europa à América e à África. Por peso transportado destacam-se:

1. Marselha - (mar Mediterrâneo) <http://www.marseille-port.fr>
2. Le Havre - (oceano Atlântico) <http://www.haroports.com/fr/le-havre>
3. Dunkerque - (mar do Norte) <http://www.dunkerque-port.fr/>
4. Calais - (canal da Mancha) <https://www.portboulogne-calais.fr/>
5. Nantes/Saint Nazaire - <http://www.nantes.port.fr/>
6. Rouen - (rio Sena) <http://www.haroports.com/fr/rouen>
7. Bordeaux - (oceano Atlântico) <http://www.bordeaux-port.fr/>
8. La Rochelle - (oceano Atlântico) <https://www.larochelle.port.fr/>



Rede de transportes francesa

3.2. Comunicações

3.2.1. Telefonia/Internet

Na França, a telefonia celular ultrapassa em 5 pontos a fixa, atingindo 93% da população, conforme o estudo anual "Barómetro digital", encomendado pela ARCEP (Autorité de Regulation des Communications Électroniques et des Postes). O estudo mostra que cerca de 65% dos franceses maiores de 12 anos possuem um smartfone. O celular é utilizado por 55% dos franceses para navegar na Internet; 48% baixam aplicativos; 42% fazem buscas de comércio locais (restaurantes, bares, etc.); 34% veem vídeos e 32% utilizam as mensagens instantâneas.

A diversificação e intensificação do uso do celular continuam em crescimento e, conseqüentemente, o uso da Internet também. O referido estudo revelou ainda que:

- 60% dos franceses efetuaram pelo menos uma compra pela Internet em 2016 (+5%);
- 56% dos franceses são membros de pelo menos uma rede social (+4%);
- 80% dos franceses com menos de 40 anos utilizam as redes sociais;
- 55% dos franceses utilizam a Internet para ouvir e/ou baixar músicas;
- 14% dos franceses utilizam a Internet para alguma formação;
- 25% dos franceses utilizam a Internet para busca de emprego.

O comércio eletrônico tem mostrado bom desempenho nos últimos anos. Em 2016, o volume de negócios do setor foi de 72 bilhões de Euros, superando em 11% os negócios de 2015 e multiplicou-se por mais de 6 vezes desde 2006 (11,6 bilhões de Euros). Esse crescimento está sendo impulsionado pelo aumento do número de sítios comerciais (+12%), totalizando 200 mil pontos de venda pela Internet. Mesmo com esse aumento, as vendas ainda estão concentradas, (4,5% dos sítios realizaram 84% do volume de negócios). Os sítios líderes de vendas são: Amazon, CDiscount e Vente-Privée.

3.2.2. Correios

Seguindo diretiva da União Europeia, a atividade postal foi liberalizada a partir de 2012. Hoje a França conta com 66 operadores autorizados pela ARCEP (Autoridade de Regulação das Comunicações Eletrônicas e Postais). No âmbito do novo contexto, a empresa estatal dos correios La Poste sofreu grande reestruturação para adaptação às novas condições do mercado. Além da concorrência, a desmaterialização da correspondência provocou declínio na distribuição das encomendas. Por outro lado, o desenvolvimento do e-comércio representou uma oportunidade para o grupo, que dispõe de 17.111 pontos de agências e guichês administrados pelas municipalidades ou mesmo por pequenos comércios em zonas rurais e vilarejos afastados.

Em 2015, foram registradas entregas de cerca de 13,5 bilhões de objetos (correspondências, pacotes e impressos domésticos e internacionais), aumento de 5,6% no volume, em relação a 2014. A empresa desfruta de boa imagem de confiança e eficiência perante o público.

4. Estrutura política e administrativa

4.1. França

A estrutura política da França compreende o presidente da República (mandato de cinco anos), o governo (dirigido pelo Primeiro-Ministro) e o Parlamento, que detém o poder legislativo e é composto por duas câmaras: a Assembleia Nacional, com 577 deputados, e o Senado, com 321 senadores.

O governo atual inclui dezesseis ministérios:

- Ministério do Interior;
- Ministério da Transição Ecológica e Solidariedade;
- Ministério da Justiça;
- Ministério da Europa e dos Assuntos Estrangeiros;
- Ministério das Forças Armadas;

- Ministério da Coesão dos Territórios;
- Ministério da Solidariedade e da Saúde;
- Ministério da Economia e das Finanças;
- Ministério da Cultura;
- Ministério do Trabalho;
- Ministério da Educação Nacional;
- Ministério da Agricultura e da Alimentação;
- Ministério da Ação e das Contas Públicas;
- Ministério do Ensino Superior, da Pesquisa e da Inovação;
- Ministério dos Territórios Ultramar;
- Ministério dos Esportes.

O poder judiciário está estruturado em jurisdição de ordem judicial e administrativa:

a) jurisdição judicial: abrange causas referentes ao direito civil, comercial e trabalhista, ao passo que a jurisdição penal abrange as causas envolvendo contravenções, crimes e delitos.

No 1º grau encontram-se:

- área cível: Tribunal de Grande Instância, Tribunal de Instância, Tribunal de Comércio e os Conselhos Profissionais;
- área penal: Tribunal de Polícia, Tribunal Correccional e Tribunal Criminal.

No 2º Grau, em ambas as áreas:

Corte de Apelação, Corte Criminal e Corte de Cassação.

b) Jurisdição administrativa: litígios entre pessoa física ou jurídica, com a administração pública: Tribunais Administrativos, Cortes Administrativas de Apelação e Conselho de Estado.

Por fim, o Conselho Constitucional, que não integra a hierarquia da jurisdição administrativa ou judicial. Pode ser comparado ao Superior Tribunal Federal no sistema brasileiro.

No que se refere à jurisdição financeira, o Tribunal de Contas tem a principal tarefa de controlar a regularidade das contas públicas do Estado, das instituições públicas nacionais, das empresas públicas, da assistência social e dos organismos privados que recebem auxílio estatal ou doações dos cidadãos.

- Organização territorial

A organização territorial da França compreende três níveis de administração: a comuna, estrutura de base da organização administrativa francesa, o departamento e a região. Tal como o departamento e a região, a comuna dispõe de um órgão deliberativo, o conselho municipal, e de uma autoridade executiva, o prefeito, eleito pelo conselho municipal. O número de conselheiros municipais é proporcional à população e os conselheiros são eleitos por 6 anos por sufrágio universal direto.

A França conta com 101 departamentos, sendo 96 na França metropolitana e 5 no ultramar:

- Departamentos DROM: Guadalupe, Martinica, Guiana Francesa, Mayotte e Reunião;
- Coletividades COM: Polinésia francesa, Saint-Barthélemy, Saint-Martin, Saint-Pierre-et-Miquelon;
- Wallis-e-Futuna, que ainda não têm a designação COM, e continua a ser designado TOM (território ultramar).
- Nova Caledônia (dispõe de estatuto particular de larga autonomia).

Com a reforma territorial, aprovada pela Câmara dos deputados em novembro de 2014, em vigor a partir de 2016, as 27 regiões foram reduzidas a 18, sendo 12 na França metropolitana (22 regiões antes da reforma), a Córsega (que não tem a denominação de região, mas exerce as mesmas competências), os 5 departamentos e regiões de ultramar (dentre as quais o departamento de Mayotte, similar ao caso da Córsega).



Fonte: www.geoportail.gouv.fr

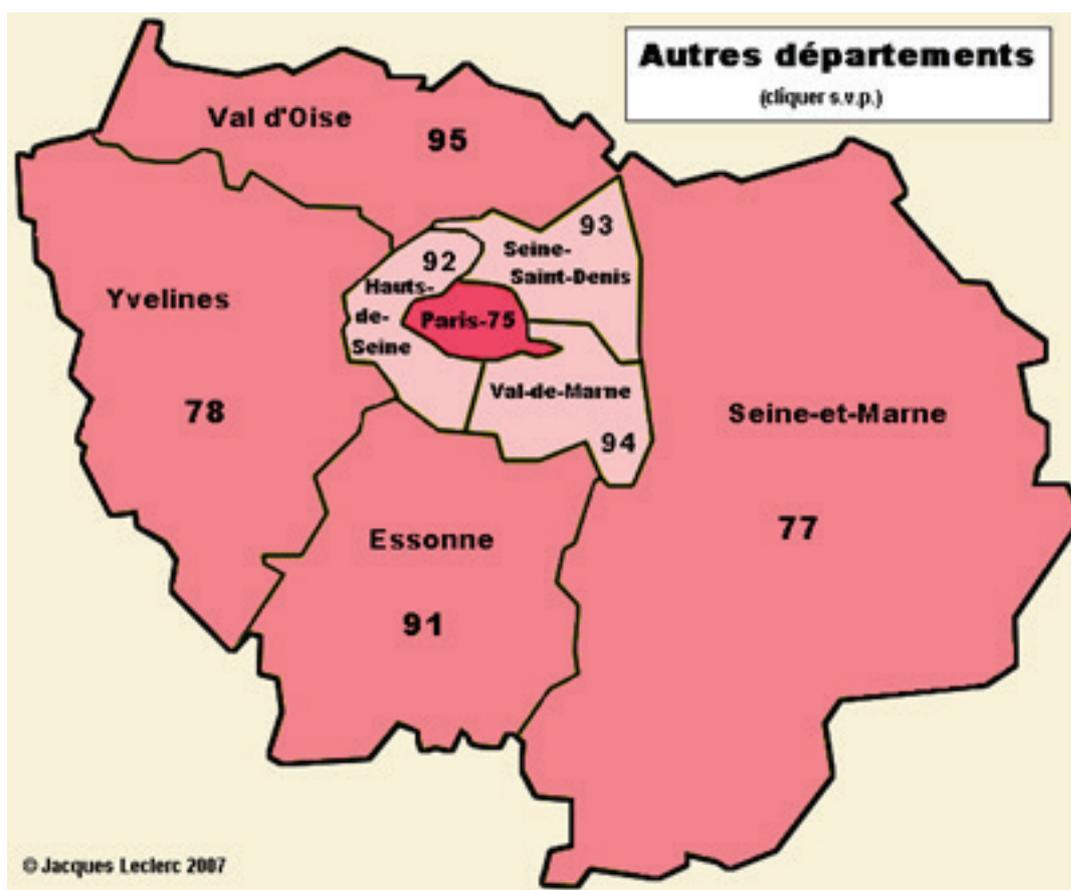
Uma região francesa é, ao mesmo tempo, uma divisão administrativa do território e uma unidade territorial descentralizada, além de uma circunscrição administrativa. O objetivo dessa reforma foi dar maior impulso econômico, buscando uma homogeneidade de cada região em termos do número de habitantes (4 a 5 milhões por região) e da repartição do PIB. Exceção feita para a região parisiense de Ile de France, com 12 milhões de habitantes, para a Córsega com 315 mil habitantes e para os territórios ultramarinos, cuja população total é inferior a 3 milhões.

Com essa reforma foram também criadas, a partir de 2015, 11 metrópoles: Lille, Rouen, Brest, Rennes, Nantes, Bordeaux, Toulouse, Montpellier, Estrasburgo, Grenoble et Lyon. Marselha, Paris e Nancy tornaram-se metrópoles em janeiro de 2016 e Nice obteve esse status em janeiro de 2012. Para obter o status de metrópole, o que administrativamente corresponde a um estabelecimento público de cooperação intercomunal, basta aglomerar pelo menos 400 mil habitantes numa área urbana de 650 mil habitantes.

A metrópole exerce as competências da comuna no que se refere ao desenvolvimento urbano, econômico, social, habitacional, de transporte, de gestão dos serviços coletivos (saneamento, água), de proteção ambiental (coleta e tratamento do lixo, luta contra a poluição). Esse novo status deve conferir a essas aglomerações possibilidades de melhor responder às expectativas de seus habitantes, no que se refere a habitação e transporte, além de se tornarem mais atrativas sob o plano econômico. O maior desafio na criação dessas novas entidades é, antes de tudo, econômico, diante do contexto da concorrência globalizada.

A metrópole Grande-Paris abrange Paris e os 3 departamentos mais próximos que são Hauts-de-Seine (número 92), Saint Denis (93) e (Val-de-Marne (94).

População	6.999.097
Densidade	8.598 hab/km ²
Superfície	841 km ²
Número de comuna	131



4.2. União Europeia

A União Europeia (UE) é uma associação voluntária de Estados europeus. Hoje é composta por 28 membros. Com o referendo de 23 de junho de 2016, em favor do Brexit, o Reino Unido decidiu retirar-se do bloco, o que deverá acontecer até 2020. Os Estados-Membros da UE são nações soberanas e independentes e compartilham suas soberanias em várias áreas, adquirindo, em conjunto, mais força e influência.

O Parlamento Europeu (eleito pelos cidadãos da União Europeia), o Conselho Europeu e o Conselho representam os governos nacionais e as decisões são baseadas em propostas da Comissão Europeia que representa os interesses do bloco.



Histórico das adesões dos membros da União Europeia

Fonte: Toute l'Europe (www.touteurope.eu)

4.2.1. Histórico dos tratados da União Europeia

Em 1950, o então ministro francês das Relações Exteriores, Robert Schuman, propôs a integração das indústrias de carvão e de aço da Europa Ocidental. Suas ideias foram consagradas no Tratado de Paris no ano seguinte e assim nasceu a precursora da UE - a Comunidade Europeia do Carvão e do aço. Desde então, a UE procedeu regularmente às atualizações e aditamentos aos tratados para garantir a adoção de decisões e de políticas eficazes.

- O Tratado de Paris instituiu a Comunidade Europeia do Carvão e do Aço, foi assinado em Paris em 18 de abril de 1951, entrou em vigor em 1952, e expirou em 2002;
- Os Tratados de Roma instituíram a CEE (Comunidade Econômica Europeia e a Comunidade Europeia de Energia Atômica). Foram assinados em Roma, em 25 de março de 1957 e em vigor em 1958;
- Ato Único Europeu (AUE), assinado em fevereiro de 1986, em vigor em 1987. Alterou o Tratado CEE e iniciou a preparação para a criação do mercado único;
- Tratado da União Europeia (TUE) - Tratado de Maastricht, de 7 de fevereiro de 1992, em vigor em 1993. Criação da União Europeia, que deu mais peso ao Parlamento nas tomadas de decisões e instaurou novos domínios de cooperação;
- Tratado de Amsterdam, assinado em 2 de outubro de 1997, em vigor em 1999. Emendas aos tratados anteriores;
- Tratado de Nice, assinado em 26 de fevereiro de 2001, em vigor em 2003. Racionalizou o sistema institucional da UE, de modo a permitir seu funcionamento eficaz após a entrada de novos Estados-Membros em 2004;
- Tratado de Lisboa, assinado em 13 de dezembro de 2007, em vigor em 2009. Simplificou os métodos de trabalho e as regras de votação. Criou a função de presidente do Conselho Europeu e introduziu novas estruturas destinadas a conferir à UE papel preponderante na cena mundial.
- O Tratado sobre Estabilidade, Coordenação e Governança na União Econômica e Monetária (TECG) é intergovernamental, assinado em 2012 por todos os Estados-Membros, com exceção da República Tcheca e do Reino Unido. Em vigor em 1º de janeiro de 2013. Não se trata de um tratado da UE, mas sim de um tratado intergovernamental, cujo objetivo é sua integração no direito da UE. Obriga os países a adotarem regras rigorosas para garantir o equilíbrio das finanças públicas e reforça a administração na zona euro.

Os tratados estabelecem os domínios políticos em que a UE pode tomar decisões. Existem alguns domínios que são da competência exclusiva da UE, o que significa que as decisões são tomadas pelos Estados-Membros, reunidos no Conselho e no Parlamento Europeu. É o caso do comércio, da política aduaneira, das regras de concorrência e da política monetária na zona euro.

O processo de decisão da União Europeia envolve as seguintes instituições:

- Parlamento Europeu: diretamente eleito e representa os cidadãos da UE;
- Conselho Europeu: constituído pelos chefes de Estado e de Governo dos Estados-Membros da UE;
- Conselho: representa os governos dos Estados-Membros da UE;
- Comissão Europeia: representa os interesses da União. O Conselho Europeu define a direção e as prioridades políticas gerais da UE, mas não exerce funções legislativas. Em princípio, é a Comissão Europeia que propõe nova legislação, e são o Parlamento e o Conselho que a adotam. Posteriormente, os Estados-Membros e a Comissão a colocam em prática.

4.2.2. Instituições judiciais da União Europeia

O Tribunal de Justiça garante a interpretação e a aplicação uniforme da legislação da UE em todos os Estados-Membros. É composto por um juiz de cada Estado-Membro e 9 procuradores.

4.2.3. Principais instituições económicas da União Europeia

- Banco Central BCE- (Banque Centrale Européenne): Fundado em 1998, na criação do euro, para administrar a política monetária. O objetivo primordial do BCE é a manutenção da estabilidade dos preços e também atua no sentido de apoiar o emprego e o crescimento económico sustentável no bloco.

- Tribunal de Contas (Cour des Comptes Européenne): sua principal missão é verificar a boa execução do orçamento da UE — ou seja, examinar a legalidade, a regularidade das despesas e receitas e garantir sólida gestão financeira.
- Comitê Econômico e Social Europeu - CESE (Le Comité Économique et Social Européen): órgão consultivo da União Europeia e representa a sociedade civil. Composto por 353 representantes dos 28 Estados-Membros

4.2.4. Política Econômica

O principal objetivo econômico da União Europeia é, como vem sendo repetidamente referido nos seus inúmeros Tratados, promover uma economia livre, concorrencial e sem barreiras comerciais tanto de mercadorias, de capitais, como de seus cidadãos, sobretudo dos seus trabalhadores. Vale notar que, embora a UE represente somente 7% da população mundial, o volume das suas trocas comerciais com o resto do mundo corresponde a 32% do comércio global.

- Política Agrícola Comum (PAC)

Primeira política econômica comum, criada em 1962. O desafio dessa política foi assegurar a independência e a segurança alimentícia do bloco, a preços acessíveis, sem fragilizar os rendimentos dos agricultores.

A PAC muito contribuiu para o desenvolvimento do abastecimento alimentar europeu que, por sua qualidade, abundância e diversidade, particularmente na França, constitui componente essencial do patrimônio histórico e cultural. Na implementação da PAC, os países europeus também desenvolveram ferramentas para orientar a agricultura nos seus objetivos estratégicos. Também teve impacto no desempenho econômico da agricultura e da indústria agroalimentar na Europa, ocupando 17,5 milhões de pessoas (13,5% da força de trabalho industrial da UE). Atualmente, o orçamento anual da PAC é da ordem de 58 bilhões de Euros, repartidos com cerca de 500 milhões de habitantes (116 Euros per capita).

A história recente da agricultura na Europa é, portanto, inseparável das políticas de acompanhamento que foram implementadas sucessivamente. Ao longo do tempo a PAC sofreu várias reformas, sendo a última, PAC 2014-2020, votada em 2010, em vigor desde janeiro de 2015. É definida como mais justa, mais equitativa, mais ecológica e mais transparente. Essa reforma estabelece o fim das cotas para a produção de leite e açúcar. No que se refere ao leite, o fim das cotas de produção entrou em vigor em abril de 2015. Desde então, os produtores passaram por crise severa, o que levou a Comissão Europeia, através do Regulamento n° 2016/1613 de 8 de setembro de 2016, a fazer concessões, notadamente uma ajuda excepcional para a adaptação dos produtores ao novo contexto do mercado.

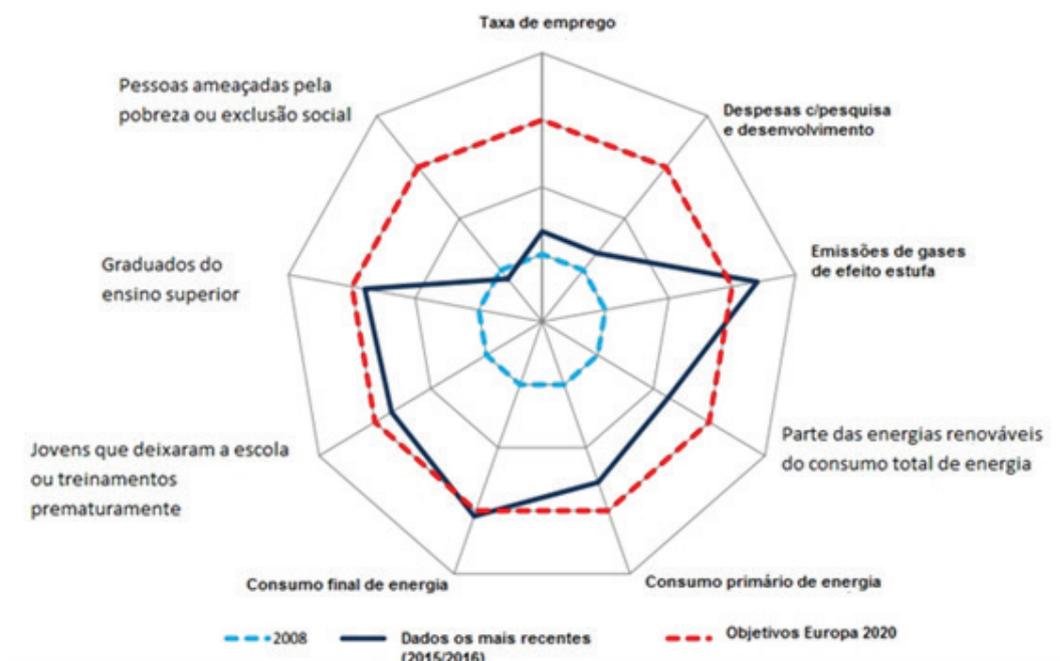
O fim das cotas do açúcar foi efetivado em 1° de outubro de 2017. A partir desta data os produtores de beterraba podem vender suas produções sem limites de quantidade. Conscientes da extrema competitividade do açúcar brasileiro, as empresas açucareiras europeias estão, no entanto, confiantes na sua capacidade de ganhar participação no mercado mundial. Conforme relata um artigo do jornal francês LesEchos de 1° de outubro de 2017, segundo o presidente de TEREOS (grupo francês de cooperativas açucareiras) o Brasil tem pouco efeito sobre os produtos que a União Europeia exporta: os verdadeiros concorrentes são os refinadores do Próximo e Médio Oriente que importam açúcar bruto brasileiro para beneficiamento.

- Estratégia Europa 2020

Em 2010, foi definida estratégia econômica para os 10 anos seguintes, denominada Europa 2020, cujo objetivo é assegurar altos níveis de emprego, de produtividade, de coesão social, assim como de redução do impacto ambiental negativo no espaço da UE. Visando atingir esses objetivos, cinco domínios foram definidos: emprego, pesquisa e desenvolvimento, mudanças climáticas, educação e redução da pobreza.

A edição 2017 da *Smarter, greener, more inclusive*, publicada pelo Eurostat, faz um balanço da estratégia Europa 2020. No quadro abaixo, pode-se observar real progresso do domínio das mudanças climáticas e energia, progressos esses bastantes visíveis nos itens emissão de gases a efeito de estufa, consumo final de energia, assim como o aumento da utilização de energias renováveis.

Houve progresso no domínio da educação, observando-se aumento do número de graduação do ensino superior e redução do número de abandono prematuro das escolas. O progresso das despesas com pesquisa e desenvolvimento é pouco significativo, uma vez que houve aumento do número de pessoas ameaçadas pela pobreza ou exclusão social.



Fonte: <http://ec.europa.eu/Eurostat/documents/2995521/8116115/1-19072017-CP-FR.pdf/ed9a7730-835e-475f-a96d-fa2b2657097d>

5. Organizações e acordos internacionais

A França é membro das principais organizações econômicas e financeiras internacionais, tais como: ONU-Organização das Nações Unidas, UE-União Europeia, OCDE-Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, OMC-Organização Mundial do Comércio, G-7, G-20, FAO-Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura, BIRD-Banco Mundial, FMI-Fundo Monetário Internacional, OTAN-Organização do Tratado do Atlântico Norte.

II - ECONOMIA, MOEDA E FINANÇAS

1. Conjuntura econômica interna

1.1. Produto interno bruto

A França é a quinta economia do mundo e a segunda maior da Europa, após a alemã. O produto interno bruto nominal (PIB) estimado pelo FMI para 2017 de US\$ 2,58 trilhões corresponde a 3,3% do PIB global e 15% do PIB da União Europeia. A economia francesa recupera-se lentamente desde a crise de 2009, com crescimentos em torno de 1,0% ao ano. No quinquênio de 2012 a 2016 o PIB francês cresceu pouco mais de 4%. Para 2017 é esperada expansão de 1,6%, inferior à média projetada para o bloco de 1,7%.

Descrição	2012	2013	2014	2015	2016
Crescimento do PIB	0,2%	0,6%	0,9%	1,1%	1,2%

Tabela 8

Crescimento do PIB francês

Fonte: INSEE - Institut National de la Statistique et des Études Économiques

Dentre os países da União Europeia, a França apresentou uma das mais baixas taxas de crescimento. O gráfico abaixo mostra que, dentre os países selecionados, a Alemanha e Espanha projetam melhor desempenho nos próximos anos (2017-2020). A França, Reino Unido e Itália mostram crescimento mais lento, porém contínuo. A projeção para 2017 indica expansão do PIB da Espanha em 2,5%; da Alemanha em 1,8%; da França em 1,6% e da Itália e do Reino Unido em 1,5%.

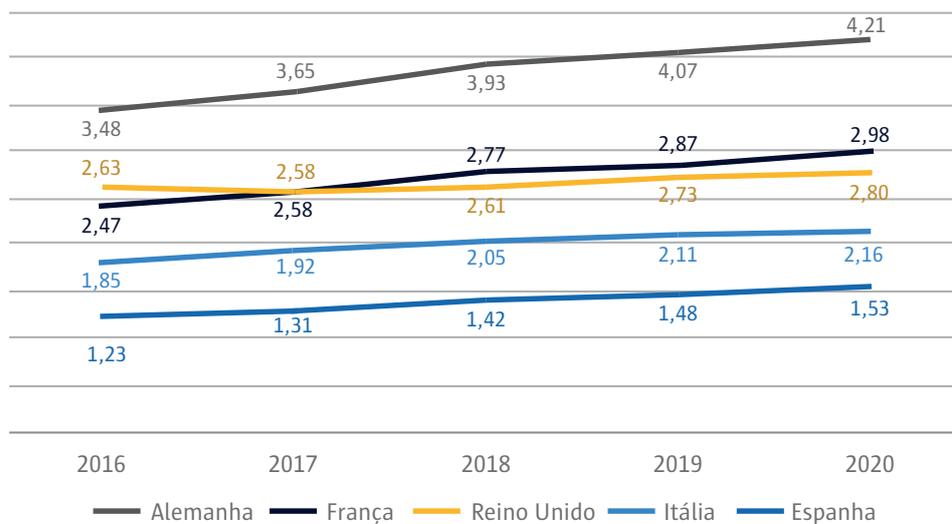


Gráfico 2

Estimativa do PIB nominal de países selecionados (US\$ trilhões)

Fonte: IMF, World Economic Outlook, October 2017.

1.2. Emprego e renda

O crescimento do emprego e da renda na França estão abaixo em relação à média da zona euro, mas a produtividade e o padrão de vida permaneceram altos, mesmo pós-crise. A renda per capita aproximada de US\$ 38 mil é a 23ª maior do mundo e a 11ª da União Europeia.

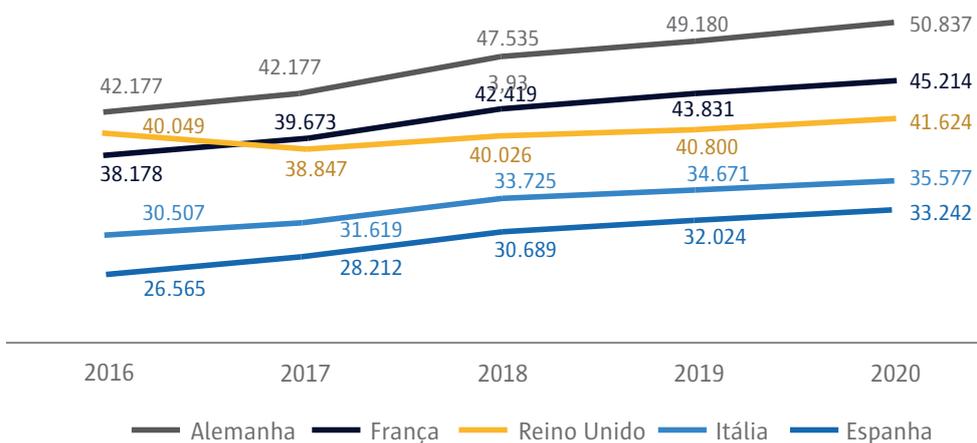


Gráfico 3

PIB nominal per capita (US\$)

Fonte: IMF, World Economic Outlook, October 2017.

O nível de pobreza francês é dos mais baixos da OCDE e o desemprego tem diminuído face às novas possibilidades de negociação entre os empregados e as empresas, bem como a redução de impostos para a faixa salarial mais baixa. O poder de compra por unidade de consumo aumentou 1,4% em 2016, em razão da queda na taxa de juros paga pelas famílias e do aumento dos salários líquidos recebidos (1,4% em 2015, 1,9% em 2016).

Taxa de desemprego	2013	2014	2015	2016	2017(1)
	10,3%	10,3%	10,4%	10,1%	9,2%

Fonte: INSEE. (1) Estimativa.

1.3. Inflação

A inflação vem apresentando altas nos últimos anos (0,1% em 2015 e 0,3% em 2016) e a previsão é de 1,1% em 2017, 1,4% em 2018 e 1,5% em 2019. Espera-se também aumento gradativo do emprego e da demanda doméstica, apoiado pelos cortes na contribuição social e impostos comerciais e condições favoráveis ao financiamento.

Taxa de inflação	2015	2016	2017(1)	2018(1)	2019(1)
	0,1%	0,3%	1,1%	1,4%	1,5%

Fonte: INSEE. (1) Estimativa.

1.4. Despesas públicas

Conforme estudo da OCDE, as despesas públicas representaram 56,4% do PIB em 2016, a mais alta entre os seus países-membros. A folha de pagamento do setor público francês é superior de outros países com forte proteção social. E as despesas com aposentadoria são muito altas. O projeto de sistema de pensões único poderá aumentar a mobilidade do trabalho, reduzindo os custos de gestão, cumprindo a meta de redução dos gastos em três pontos percentuais do PIB até 2022.

O Governo francês anunciou, em setembro de 2017, plano quinquenal de investimentos da ordem de 57 bilhões de Euros. O objetivo do plano é aumentar os investimentos públicos para acelerar a adaptação da França aos principais desafios econômicos e sociais, além de apoiar a transição para o novo modelo de crescimento.

1.5. Composição do PIB

O setor de serviços foi o principal componente do PIB francês em 2016, com 78,8% do total e 75,8% da força de trabalho. O setor industrial respondeu por 19,6% e 18,3% da força de trabalho. Por último, a agricultura representou 1,6% e 2,4% da força de trabalho.

Descrição	2014 Part.% no total	2015 Part.% no total	2016 Part.% no total
Agricultura, silvicultura e pesca	1,7%	1,8%	1,6%
Fabricação, mineração e outras indústrias	13,9%	14,2%	14,1%
Indústrias extrativistas, energia, água, gerenciamento de resíduos	2,6%	2,6%	2,7%
Fabricação de alimentos, bebidas e produtos de tabaco	2,3%	2,4%	2,3%
Coque e refinação	0,1%	0,1%	0,01%
Frabricação de equip. elétricos, eletrônicos e de informática; fabric. de máquinas	1,5%	1,5%	1,6%
Fabricação de equipamentos de transporte	1,2%	1,4%	1,4%
Fabricação de outros produtos industriais	6,1%	6,2%	6,1%
Construção	5,8%	5,5%	5,5%
Serviços comerciais	55,7%	55,8%	56,1%
Comércio; reparação de automóveis e motocicletas	10,1%	10,0%	9,9%
Transporte e armazenagem	4,7%	4,8%	4,8%
Alojamento e restauração	2,8%	2,8%	2,9%
Informação e comunicação	4,9%	5,0%	5,2%
Atividades financeiras e de seguros	4,5%	4,5%	4,1%
Atividades imobiliárias	12,8%	12,9%	13,0%
Atividades científicas e técnicas; serviços e administrativos e de suporte	12,8%	12,9%	13,2%
Outros serviços	3,0%	3,0%	3,0%
Serviços não comerciais	23,0%	22,8%	22,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 11
Composição do PIB,
por principais setores
de atividade (part.% no
total)

Fonte: INSEE - Institut National de la Statistique et des Études Économiques

1.6. Investimentos estrangeiros diretos (IED)

Operam na França cerca de 20 mil subsidiárias de multinacionais. Segundo o BusinessFrance (órgão francês responsável pela promoção de investimentos), 19 empresas estrangeiras investem na França a cada semana, em média. Essas filiais estrangeiras participam ativamente da economia, gerando:

- emprego para 13% da força de trabalho;
- 19% do volume dos negócios;
- 32% das exportações;
- 28% das despesas em pesquisa & desenvolvimento.

São inúmeros os atrativos para a escolha da França como sede empresarial e centros de tomada de decisão. Dentre eles destacam-se:

- localização privilegiada, no centro do continente europeu, e com comunicação entre o norte da Europa e a bacia do Mediterrâneo;
- excelente infraestrutura e ligação frequente com os países vizinhos (Paris-Le Bourget é o principal aeroporto de negócios (transporte de executivos) da Europa e Paris-Charles de Gaulle é o segundo aeroporto em número de passageiros);
- imóveis de qualidade disponíveis, a preços competitivos;
- capacidade de contratar e obter residência para executivos internacionais de todo o mundo. Qualidade de vida de renome para os funcionários e suas famílias, variedade de escolas internacionais, sistema de saúde de primeira classe, vantagens fiscais para executivos, vistos especiais;
- maior distrito empresarial da Europa (La Défense, em Paris).

As formalidades administrativas para empresas estrangeiras foram significativamente reduzidas nos últimos anos. As empresas estrangeiras usufruem do mesmo auxílio governamental prestado às companhias francesas (apoio para investimento produtivo, pesquisa & desenvolvimento, treinamento profissional, criação de emprego, dentre outras).

O investimento estrangeiro direto responde por parcela significativa dos empregos gerados na França. Em 2016, cerca de 30 mil postos de trabalho foram criados ou mantidos graças ao capital estrangeiro. O número de operadores estrangeiros que optaram por instalar um primeiro estabelecimento comercial na França cresceu 32% em 2016 (13% dos projetos).

1.6.1. Limites de controle estrangeiro e direito à propriedade privada e ao estabelecimento

Com poucas exceções, não há limites legais para a propriedade estrangeira ou controle de empresas. As entidades estrangeiras têm o direito de estabelecer e possuir empresas comerciais e se envolver em todas as formas de atividade remunerada. No entanto, a lei francesa estipula que as aquisições em setores considerados estratégicos para os interesses nacionais em relação à segurança pública e à defesa nacional estão sujeitas a notificação prévia, triagem e aprovação pelo Ministério da Economia e Finanças.

1.6.2. Investimentos estrangeiros diretos na França

No que se refere aos fluxos de investimentos estrangeiros diretos (IED), cabe assinalar que, segundo o World Investment Report (WIR) 2017, da UNCTAD, a França foi o 6º país da UE na recepção de fluxos de IED em 2016 e respondeu por 5% do total do bloco. Essa posição foi garantida, mesmo com a queda de 60,3% ocorrida em relação a 2015 (de US\$ 46,99 bilhões para US\$ 28,35 bilhões). Aproximadamente 73% dos fluxos líquidos de IED na França foram efetuados pela União Europeia e 27% por terceiros países. Luxemburgo foi o maior investidor com 20,5% do total; seguido dos Países Baixos (13,3%); Suíça (10,6%); Alemanha (9,1%) e Bélgica (8,2%). Extra-UE destacaram-se: Estados Unidos (8,2%); Japão (2,3%); Hong Kong (0,6%) e Líbano (0,6%).

No que se refere ao estoque de IED na França, em 2016 aumentou 10,6% se comparado com 2015, totalizando US\$ 698 bilhões. O setor de serviços foi o principal destino dos estoques de IED na França, absorvendo 40,8% do total em 2016. A indústria manufatureira recebeu 15,4% dos investimentos, seguida de atividades financeiras e de seguros (15,2%); e atividades imobiliárias (13,6%). Esses quatro ramos de atividade receberam 85% do total do estoque de IED na França em 2016.

Atividade	Part.% no total
Serviços	40,*%
Indústria manufatureira	15,4%
Atividades financeiras e de seguro	15,2%
Atividades imobiliárias	13,6%
Comércio	4,2%
Atividades especiais, científicas e técnicas	3,3%
Construção	2,0%
Outras atividades	5,5%

Tabela 11

Composição do PIB, por principais setores de atividade (part.% no total)

Fonte: UNCTAD/World Investment Report, October 2017.

1.6.3. Investimentos franceses no exterior

A França é o 7º investidor mundial, com 3,9% do total dos fluxos de IED global e 12,1% do total da União Europeia no exterior, conforme dados da UNCTAD. O fluxo de IED francês no mundo aumentou 29,2% em relação a 2015, passando de US\$ 44 bilhões para US\$ 57 bilhões.

Já o estoque de IED francês no mundo aumentou 7,3% em 2016, se comparado com 2015, totalizando US\$ 1,26 trilhão. Em 2016, os principais destinos dos IED franceses foram Estados Unidos (18% do total); Bélgica (13%); Reino Unido (11%) e Alemanha (5%). Grupos multinacionais franceses possuem mais de 35 mil subsidiárias no mundo, empregando mais de 5 milhões de pessoas. Além disso, a França ocupa a 4ª posição no ranking das 500 maiores empresas no mundo da revista americana Fortune, com 31 empresas listadas em 2014, à frente da Alemanha e do Reino Unido (28 empresas cada).

2. Principais setores de atividade

2.1. Agricultura, pecuária, silvicultura e pesca

A produção agrícola francesa é a maior da União Europeia, representando cerca de 18% do total do bloco. É líder na produção de cereais e gado na UE. Conforme dados da UNCTAD, foi o 5º maior exportador mundial do agronegócio em 2016, atrás do Brasil, com 4,8% do total. Ao mesmo tempo, foi o 7º importador mundial do agronegócio, absorvendo 4% da demanda global.

Em termos de volume, conforme dados do INSEE, a produção agrícola caiu novamente em 2016 (8,9% após 3,5% em 2015). A colheita de cereais diminuiu 25,2%, devido a condições climáticas desfavoráveis; os rendimentos foram os mais baixos em trinta anos. A safra de trigo foi a que mais diminuiu (32,0%). O milho e a cevada caíram 15,0% e 20,2%, respectivamente. A colheita de oleaginosas retraiu devido o menor rendimento da colza. A produção de vinho também declinou com o clima desfavorável (5,6%) - fim da primavera em algumas regiões, granizo em outras e a seca no Mediterrâneo.

O preço da produção agrícola não mudou muito (aumento de 0,2% em 2016), mas os preços dos cereais caíram 8,1% no contexto de abundante colheita global. Somente o milho obteve bons preços, devido à forte demanda internacional. Com exceção do champanhe e do conhaque, os preços dos vinhos estão também declinando, especialmente os de mesa.

A produção animal movimentou 24,7 bilhões de Euros em 2016, com quedas no volume de 0,9% e no valor de 4,3%. Essa redução deveu-se, sobretudo, ao leite (2,3% no volume e 8,1% no valor) e aves e ovos (4,4% no volume e 5,3% em valor).

Descrição	2016 (bilhões de euros)	2016/2015 evolução (em%)		
		volume	preço	valor
Produtos vegetais	40,2	-8.9	0,2	-8.7
Cereais	7.7	-25,2	-8.1	-31,3
Oleaginosas	2.4	-10,1	-1.0	-10.9
Beterrabas industriais	0,8	0.0	5.7	5.7
Outras plantas industriais	0,6	5.6	-0.1	5.5
Frutas, legumes, batatas	8,6	-1.6	11.1	9,3
Vinhos	11,5	-5.6	-1.3	-6.8
Forragem, plantas, flores	8,5	-0.2	0,3	0,1
Produtos de origem animal	24,7	-0.9	-3.4	-4.3
Pecuária (gado, porco, ovelha, cabra, equino)	11.1	1.8	-2.3	-0.5
Aves, ovos	4,6	-4.4	-0.9	-5.3
Leite e outros produtos pecuários	9	-2.3	-6.0	-8.1

Tabela 12
Produção agrícola

Fonte: INSEE

A floresta francesa é a primeira de madeira na Europa. É essencialmente privada (74%), com 3,8 milhões de proprietários, dos quais 200 mil têm mais de 10 ha. As florestas estaduais (10%) ou as municipais (16%) são geridas pelo Instituto Nacional da Floresta, estabelecimento público industrial e comercial. Todas as florestas públicas e privadas de 10 a 25 ha, dependendo da região, devem apresentar documento de gestão aprovado pelo Estado. A maior parte da floresta francesa destina-se à produção de madeira de qualidade, no âmbito da gestão sustentável, comprometida com a conservação da diversidade biológica e com a manutenção das potencialidades do solo, evitando qualquer evolução irreversível.

A pesca representa volume de negócios de mais de 1 bilhão de Euros, e a aquicultura - que inclui a criação de moluscos, piscicultura, cultivo de algas marinhas - um volume de 700 milhões Euros. Essas atividades representam 39 mil empregos diretos e 100 mil indiretos. A pesca e a aquicultura são dois setores com baixo peso econômico na esfera nacional, mas são importantes localmente e as atividades estendem-se por toda a costa francesa.

2.2. Indústria

A produção industrial francesa apresentou contração desde 2000, apesar do aumento do valor agregado, refletindo a transformação das cadeias de atividade industrial. A globalização estimulou a especialização da indústria nos seus pontos fortes, beneficiando as de alta tecnologia como a aeronáutica, a farmacêutica e o setor de artigos de luxo.

Esse processo de especialização, no entanto, levou ao declínio muitos outros setores da indústria. Apesar do aumento significativo nas exportações, especialmente fora da zona euro, a indústria francesa perdeu participação de mercado e agora possui déficit comercial estrutural. O declínio na tendência do emprego industrial é parcialmente compensado pela terceirização de quase um milhão de empregos nos serviços.

Existem mais de 235 mil empresas industriais na França, concentradas nos setores de reparação, instalação e produtos manufaturados (65 mil empresas), agroalimentares (62 mil) e madeira, papel e impressão (35 mil). O volume de negócios da indústria atingiu aproximadamente 870 bilhões de Euros, excluindo impostos, sendo que a indústria de alimentos ocupou o primeiro lugar, movimentando mais de 180 bilhões de Euros, à frente da indústria automobilística (102 bilhões de Euros).

A indústria francesa empregou 2,7 milhões de funcionários diretos (excluindo trabalhadores temporários) no segundo trimestre de 2016 (9,4% do total da população empregada). Desse montante, mais de 550 mil na indústria de alimentos e cerca de 380 mil na metalurgia e produtos metálicos.

As indústrias químicas, de produtos farmacêuticos, de plásticos e de minerais, de alto valor agregado, representam aproximadamente 23% do setor. A indústria agroalimentar (20%); reparos e instalação de produtos manufaturados (14%); e, eletrônicos, equipamentos elétricos e máquinas (14%).

2.2.1. Indústria alimentícia

A indústria agroalimentar é o setor industrial francês líder em termos de rotatividade e emprego. Contribui significativamente para a redução do déficit comercial francês e agrega principalmente pequenas empresas localizadas geograficamente próximas da produção agrícola.

O agronegócio francês é representado por 15,8 mil empresas, das quais 98% são PME, somando 493 mil funcionários e aproximadamente 158 bilhões de Euros em vendas. O setor também possui grandes empresas ou grupos cooperativos, alguns dos quais são líderes mundiais, particularmente nos setores de lácteos, vinhos e bebidas espirituosas.

Em 2016, projetos importantes para o setor foram implantados, no âmbito da Europa 2020, tais como:

- inovação: implementação e implantação de alternativas de energia inteligente que visam criar uma indústria alimentar competitiva e comprometida com o futuro;
- emprego: renovação da carta de emprego que cria condições favoráveis para o setor;
- exportação: lançamento de programa para apoiar as PME em novos mercados, por empresas experientes;
- desenvolvimento sustentável: criação de benchmark de auto avaliação para a Responsabilidade Social Empresarial (CSR) apoiar as empresas de alimentos em sua abordagem sustentável.

2.2.2. Indústria automobilística

O setor automotivo reúne fabricantes de automóveis, de equipamentos, fornecedores e várias PME de diversos ramos que apoiam a indústria automobilística (mecânica, borracha, plástico, couro, estampagem, fundição, etc.). Também inclui fabricantes de veículos pesados e ônibus. Setor estratégico para a economia francesa, representado por cerca de 5.000 empresas e 500 mil funcionários.

A indústria automobilística ainda sofre as repercussões da crise de 2008-2009, mesmo com o ligeiro aumento alcançado nos últimos anos. Desde 2007, e apesar da crise, a indústria automotiva francesa continuou a investir anualmente cerca de 6,5 bilhões de Euros em pesquisa e desenvolvimento, tornando-se o setor francês líder em P & D e patentes. Os fabricantes franceses estão avançados na corrida tecnológica e esta dinâmica é encorajada pelos projetos da Nova Indústria na França, dos quais quatro são destinados ao setor: "O carro para todos consumindo menos de 2 litros por 100 km", "Veículo Autônomo", "Carregamento de terminais elétricos" e "Vida útil da bateria e energia".

2.2.3. Indústria aeronáutica

O setor está estruturado em torno de pequeno número de grandes fabricantes de equipamentos (Airbus, Airbus Helicopter, Dassault Aviation), de motores (grupo Snecma e Turbomeca Safran), de fornecedores de equipamentos de subconjuntos completos (Safran, Zodiac Aerospace, Thales, etc.) e de grande número de subcontratados, estimados em mais de 3.000 empresas, principalmente PME.

Pesquisas para atingir a sustentabilidade constam da agenda do setor, mas a implementação dessa estratégia requer apoio das autoridades públicas de 150 milhões de Euros por ano, além de investimentos autofinanciados pelo setor. Mas as opções de orçamento atuais revelam o seu nível mais baixo em pelo menos duas décadas. O orçamento para 2017 foi de 50 milhões de Euros, inferiores aos da Alemanha e do Reino Unido, que aumentaram a P & D aeronáutica de 150 milhões de Euros para quase 200 milhões de Euros anuais, nos próximos cinco anos.

2.2.4. Indústria química e materiais

O setor de produtos químicos e materiais representa cerca de 15% do valor agregado da indústria de transformação na França. Apresenta excedente na balança comercial e está altamente exposto à concorrência internacional. Nos últimos anos, apesar dos importantes desempenhos de exportação, o setor perdeu competitividade em comparação com seus concorrentes estrangeiros, em razão dos altos custos trabalhistas, sobre regulação que penaliza e, principalmente pelo preço muito alto da energia.

2.2.5. Indústria de moda e luxo

A indústria de moda e luxo é estratégica, contribuindo significativamente para a imagem da França no mundo, gerando efeitos benéficos em outras atividades, como turismo e vendas a varejo. É líder mundial no setor, com alta taxa de crescimento, grande excedente na balança comercial e perspectivas de desenvolvimento tanto na França, quanto no exterior. Assim, de 270 marcas de prestígio no mundo, 130 são francesas. O mercado de luxo global cresceu 10% em 2012 e atingiu 212 bilhões de Euros. Direta ou indiretamente, cerca de 170 mil pessoas contribuíram para a fabricação de produtos de luxo na França.

A indústria de moda combina *know how*, qualidade e criatividade. O setor emprega cerca de 170 mil pessoas, com volume de negócios em torno de 34 bilhões de Euros, ou 5% da indústria transformadora.

2.2.6. Energia

A França é altamente dependente de energia. Importa 99,0% do petróleo consumido; 97,4% do gás natural e 93,4% do carvão. Os transportes consumiram 34% da energia em 2015, seguidos das residências (30%), da indústria (19%), do setor terciário (14%) e da agricultura (3%). No balanço energético da França de 2016, a termoeletrica respondeu por 41,9% do consumo total de energia; o petróleo (28,1%); o gás natural (15,7%); as energias renováveis (10,4%) e o carvão (3,4%).

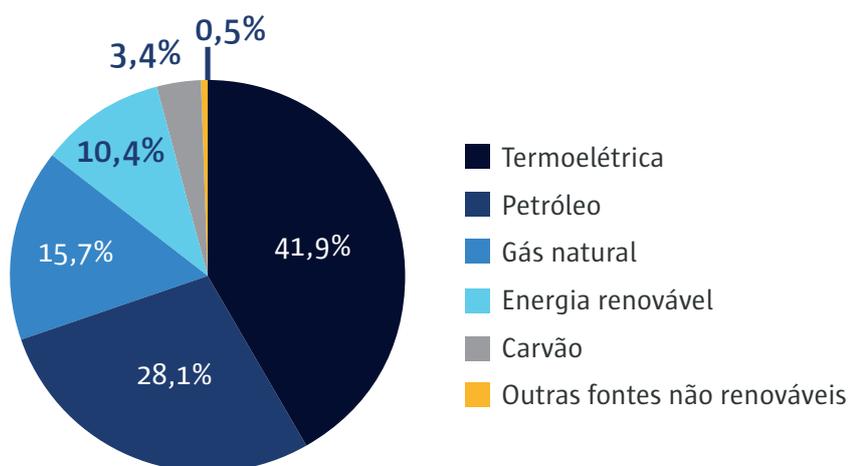


Gráfico 4
Balanço energético da
França, 2016

Fonte: Ministério da Transição Ecológica e Solidariedade

2.3. Serviços

A França possui um setor terciário altamente desenvolvido, graças a vários campos de atuação, sobretudo no turismo e no comércio. Os serviços são o setor que mais contribui para o crescimento da economia francesa, sendo o principal componente do PIB e também a principal ocupação da força de trabalho.

2.3.1. Turismo

O turismo é o principal motor da expansão do setor de serviços, além de estimular o crescimento de vários outros setores. A França é o país mais visitado do mundo, com 83 milhões de turistas em 2016, isso estimula o desenvolvimento de outras áreas, sobretudo do sistema bancário (aumento da demanda por operações de câmbio e o conseqüente crescimento dos escritórios de câmbio ou serviços relacionados), hoteleiro, transportes, comércio, bares e restaurantes.

O consumo turístico representou aproximadamente 7% do PIB em 2016, ou US\$ 159 bilhões. Os ataques terroristas resultaram em queda de 3% no consumo de turistas estrangeiros, contudo foi compensado, em parte, pelo aumento de 1,4% na demanda interna.

O sistema da marca *Qualité Tourisme*, com novos regulamentos a partir de janeiro de 2018, visa melhorar a qualidade do turismo e consolidar como marca estatal atribuída aos profissionais, pelo compromisso com a qualidade da hospitalidade e do serviço. Busca também melhor articulação nas abordagens de qualidade e promoção de novas parcerias envolvendo toda a cadeia do turismo.

Os roteiros turísticos são diversos, a Costa Azul, chamada a Riviera francesa, ao sul, ou o litoral da Bretanha, no Atlântico e o monte Saint-Michel. No nordeste os parreirais e as catedrais da região de Champagne, e ao norte vale do rio Loire os castelos (Chenonceau, Villandry, Chambord, Amboise e outros). Cidades com atrativos especiais, tais como, Lyon (gastronomia requintada com os melhores chefes franceses) Aix-en-Provence (campos de lavanda), Chartres (uma das principais catedrais góticas da Europa), Chamonix (pistas de esqui), Versalhes (palácio real).

2.3.2. Comércio

Conforme dados do INSEE, o comércio apresentou crescimento em 2016, se comparado com 2015, graças, sobretudo, à renovação da demanda doméstica. Pela primeira vez, desde 2011, foi registrado aumento nos três principais setores do comércio (atacadista, varejista e automobilístico). O comércio e reparação de automóveis aumentou 6,5%, o varejista 0,7% e o atacadista 0,3%.

As vendas atacadistas foram lideradas pelos produtos alimentícios, que representaram 1/5 da atividade. Cresceram em volume, impulsionadas por bebidas e produtos lácteos. O declínio nos preços atacadistas de alimentos, iniciado em 2014, foi interrompido em 2016 (aumento em frutas e legumes e diminuição em leite, ovos e gorduras).

2.3.3. Setor bancário

O setor bancário francês é dos mais desenvolvidos e fortes do mundo. Em 2016, quatro bancos franceses posicionaram-se entre os 10 maiores da zona euro e entre os 20 do mundo. Os bancos são players digitais e em inovação, com aplicativos móveis e serviços bancários on-line em rápido crescimento, o uso digital do banco está se desenvolvendo em todas as atividades bancárias diárias.

Os bancos são a principal fonte de financiamento da economia, representando 60% do total, enquanto nos Estados Unidos essa relação é de 30%. Os empréstimos comerciais somaram 911 bilhões de Euros, crescimento anual de 4,9%, o melhor desempenho da zona euro. O acesso das PME ao financiamento bancário é elevado. Mais de 9 em cada 10 obtiveram satisfação para solicitações de créditos para investimentos. Os empréstimos domésticos totalizaram 1,1 bilhão de Euros (+4,5% em 2016), incluindo 899 milhões de Euros para o financiamento de habitação.

Os cinco maiores bancos franceses em volume de negócios são: BNP Paribas (lucro líquido de 40 bilhões de Euros), Crédit Agricole (30,4 bilhões de Euros), Société Générale (25,3 bilhões de Euros), BPCE (24,2 bilhões de Euros), e Crédit Mutuel (3,3 bilhões de Euros).

3. Moeda e finanças

3.1. Moeda

Em 1º de janeiro de 2002, o euro tornou-se a moeda única adotada, na época, por 12 países da União Europeia (zona euro). Em 17 de fevereiro de 2002, o franco saiu de circulação. De uma paridade de US\$ 1 = € 1,20 na sua criação, o euro não parou de se valorizar em relação ao dólar até 2014, atingindo US\$ 1,33 por €. Registrou ligeiros decréscimos a partir de 2015.

Descrição	2013	2014	2015	2016	2017(1)
Dólar/Euro	1,33	1,33	1,11	1,11	1,13

Tabela 13
Taxa de câmbio, 2013-2017

Fonte: EIU, Economist Intelligence Unit, Country Profile October 2017.
(1) estimativa

3.2. Finanças

O programa de estabilidade para 2017-2020 estabelece o planejamento financeiro da França e especifica o quadro econômico e orçamento aprovado para 2017. Esse orçamento, de conformidade com as recomendações do Conselho Europeu, estabelece que o déficit público seja de até 3% do PIB. Além disso, apresenta para os anos 2018-2020 trajetória compatível com as normas europeias e em conformidade com a recuperação da economia francesa e consolidação das contas públicas.

Em 2016, os compromissos europeus da França foram respeitados pelo terceiro ano consecutivo. O déficit público continua com tendência decrescente desde o pico da crise em 2009. Pelo terceiro ano consecutivo, o déficit e a alíquota de imposto caíram simultaneamente. Em 2017, a recuperação das finanças públicas está sendo continuada e o déficit previsto deverá situar abaixo de 3% do PIB.

4. Balanço de pagamentos e reservas internacionais

A França apresenta déficit estrutural em transações correntes desde 2006, causado, sobretudo pelo fraco desempenho da balança comercial. Em 2016, transações correntes apresentaram déficit de 19 bilhões de Euros, superior ao registrado em 2015, de 9,6 bilhões de Euros. Esse déficit foi resultado do saldo negativo da balança comercial de bens (-26,8 milhões de Euros), superior em 7,2% o de 2015. O saldo dos serviços registrou queda desde 2013, sobretudo, pela contração das receitas de viagem (-83% entre 2013 e 2016). O déficit em transações correntes foi financiado principalmente por investimentos estrangeiros em títulos e, em menor grau, por financiamento bancário internacional.

A conta financeira também apresentou déficits estruturais desde 2006, causados pelo saldo negativo por «outros investimentos» (soma dos valores líquidos dos ativos e passivos relacionados a créditos comerciais, empréstimos e financiamentos, moeda e depósito e outros ativos em curto prazo). Em 2016, o saldo financeiro foi de -28,8 bilhões de Euros, superior em mais de 130% ao de 2015 (-12,2 bilhões de Euros)

No que se refere às reservas internacionais francesas, alcançaram 351 bilhões de Euros em 2016, segundo o Eurostat, o que representou 15,8% do PIB. Do total das reservas, 65,7% referem-se a ouro, sendo a França proprietária da quinta maior reserva de ouro do mundo, que corresponde a 2,4 mil toneladas.

III. COMÉRCIO EXTERIOR

1. Considerações gerais

A França é o 2º maior exportador da União Europeia e o 7º do mundo. Em 2016, respondeu por 9,4% das exportações da União Europeia e por 3,1% do total mundial. Lidera a exportação global de diversos produtos, dentre eles, aviões com 38% do mercado; vinhos com 28% e preparações de beleza, maquiagem e cuidados com a pele com 17%.

Pelo lado das importações, é o 3º maior comprador da União Europeia (11% do total) e 6º do mundo (3,5%). É o principal importador de partes e peças para aviões, com 22% do total mundial. Destaca-se, ainda, nos seguintes produtos: automóveis de passageiros (5º importador do mundo, com 4,5%); aviões e helicópteros (6º, com 8,2%); medicamentos (7º, com 4,3%); e partes de motores (8º, com 3,6%).

O comércio exterior da França é concentrado na União Europeia. Em 2016, 59,7% das exportações francesas foram direcionadas ao bloco e 57,8% das importações francesas foram originárias na UE. Contudo, essa participação vem caindo ao longo dos anos. Em 2007, por exemplo, essa participação foi de 65,6% nas exportações e de 62,1% nas importações.

A base empresarial exportadora compõe-se de aproximadamente 125 mil empresas, sendo que 1% desse montante realiza 85% das operações. As PME representam cerca de 96% das empresas exportadoras, mas suas vendas são de menos de 15% do total.

2. Evolução recente

A corrente de comércio francesa com o exterior vem caindo desde 2009, auge da crise financeira internacional, quando foi reduzida em 22,3% se comparada com 2008. Em 2010 e 2011 foram registrados crescimentos de 10,6% e de 17,0%, respectivamente. Mas a partir daí o comércio exterior francês iniciou tendência decrescente até chegar em -13,8% em 2015 e -0,7% em 2016.

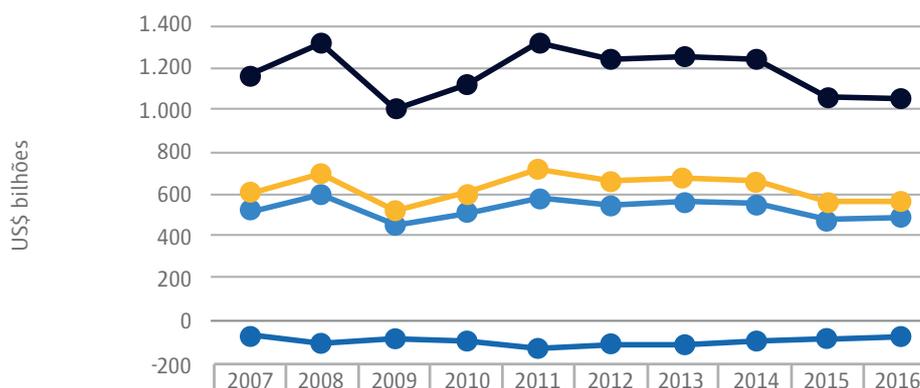
Essas quedas são resultado do fraco desempenho do setor aeronáutico e da retração ocorrida na safra agrícola, afetada pelo clima. O declínio nos bens intermediários está ligado, principalmente, ao deslocamento da produção de empresas francesas do setor automotivo para o Magreb ou para a Europa Oriental, visando a redução de custos. Contudo, se comparado com 2009, as trocas com o exterior cresceram 4,5% em 2016, (5,3% nas exportações e 3,7 nas importações). Em valores, o comércio exterior francês passou de US\$ 1,01 trilhão em 2009, para US\$ 1,05 trilhão em 2016.

As exportações francesas totalizaram US\$ 489 bilhões em 2016, redução de 1,0% em relação a 2015. Nos últimos dez anos as vendas francesas atingiram seu melhor desempenho em 2008, quando somaram US\$ 598 bilhões, graças, principalmente, ao aumento nos embarques de aviões, medicamentos, partes e peças de veículos automóveis, vinhos e turbinas a gás.

As importações sofreram discreta redução em relação a 2015 (0,5%), passando de US\$ 563 bilhões para US\$ 561 bilhões em 2016. Em 2011 atingiram o melhor desempenho, US\$ 714 bilhões, graças, sobretudo, ao aumento nas importações de automóveis, óleo bruto de petróleo, medicamentos, turbinas a gás, computadores e caminhões.

A França acumula déficits na balança comercial desde 2003 e atingiu o valor mais alto em 2011, US\$ 128 bilhões. Nesse ano, as exportações aumentaram 14,5%, percentual menor que o ocorrido nas importações, 19,1%. O déficit comercial francês apresentou quedas nos últimos anos, em razão da baixa no preço internacional de petróleo e também pela desvalorização do câmbio. Em 2016, o saldo negativo na balança comercial foi de US\$ 72 bilhões, resultado dos déficits com os principais parceiros (China: US\$ 33 bilhões; Alemanha: US\$ 16 bilhões; Países Baixos: US\$ 8 bilhões; Itália: US\$ 6 bilhões; e Bélgica: US\$ 5 bilhões).

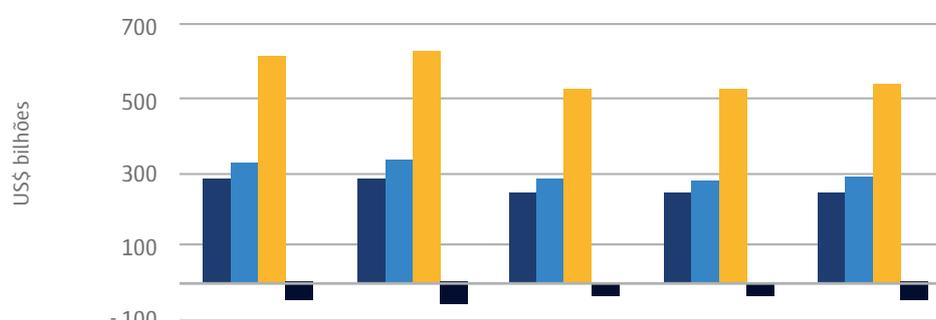
Pelo lado das importações, é o 3º maior comprador da União Europeia (11% do total) e 6º do mundo (3,5%). É o principal importador de partes e peças para aviões, com 22% do total mundial. Destaca-se, ainda, nos seguintes produtos: automóveis de



	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Exportações	540	598	464	512	586	558	568	567	494	489
Importações	611	695	541	599	714	667	671	660	563	561
Corrente de comércio	1.151	1.293	1.005	1.111	1.299	1.225	1.239	1.227	1.057	1.049
Saldo	-72	-97	-76	-88	-128	-108	-103	-93	-69	-72

Gráfico 5
Evolução do comércio exterior da França, anual

No primeiro semestre de 2017, as trocas francesas com o mundo somaram US\$ 546 bilhões, aumento de 2,6% em comparação com o mesmo período de 2016. As exportações atingiram US\$ 251 bilhões (+0,6%) e as importações, US\$ 296 bilhões (+4,4%). O déficit comercial foi de US\$ 45 bilhões, superior em 32% ao registrado em janeiro-junho de 2016, de US\$ 34 bilhões.



	2013	2014	2015	2016	2017
Exportações	285	293	251	249	251
Importações	337	348	286	283	296
Corrente de comércio	622	641	537	533	546
Saldo	-52	-54	-35	-34	-45

Gráfico 6
Evolução do comércio exterior da França, janeiro-julho

3. Direção das exportações francesas

Mais da metade das exportações francesas são comercializadas dentro do bloco, que respondeu por 59,7% do total em 2016. Já as exportações extra-UE estão concentradas na Ásia com 23,7%, seguida do Nafta (9,4%) e da África (4,5%). As exportações francesas para o MERCOSUL somaram US\$ 6,5 bilhões e representaram 1,3% do total em 2016 (Brasil: 1%).

As compras do MERCOSUL de produtos franceses diminuíram em 11,8% em 2016, se comparadas com 2015, resultado da retração nas aquisições do bloco de inseticidas, herbicidas e fungicidas (-57%). Também foram reduzidas as vendas para a África (10,8%), Ásia (2,9%) e discreta retração para a União Europeia de 0,04%.

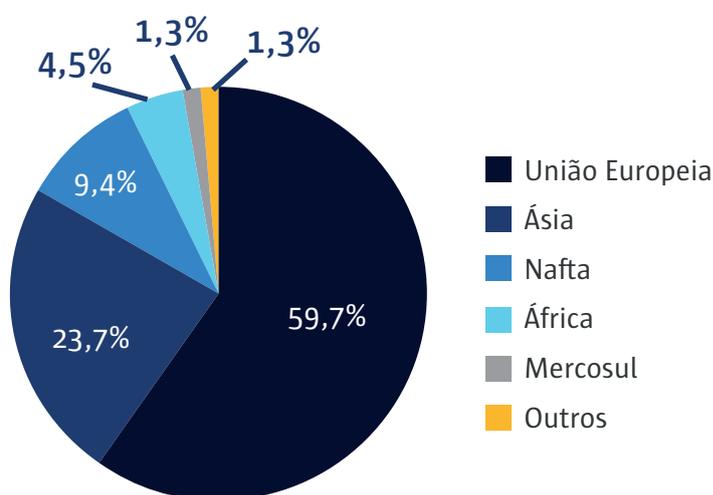


Gráfico 7
Evolução do comércio exterior da França, janeiro-julho

Fonte: UNCTAD/TradeMap

As vendas francesas são concentradas em poucos mercados. Em 2016, os vinte principais importadores somaram 76,7% das exportações totais do país. A Alemanha é o principal destino das vendas e respondeu por 16,1% do total em 2016 (US\$ 78,9 bilhões). Destacaram-se também: Espanha (7,5%, ou US\$ 36,6 bilhões); Estados Unidos (7,4%, ou US\$ 36,1 bilhões); Itália (7,3%, ou US\$ 35,7 bilhões); Reino Unido (7,0%, ou US\$ 34,4 bilhões); Bélgica (6,8%, ou US\$ 33,2 bilhões); China (3,6%, ou US\$ 17,7 bilhões); e Países Baixos (3,6%, ou US\$ 17,7 bilhões). O Brasil foi 19º importador com 1,0% do total.

Países	2015		2016		2017 (jan-jun)	
	Valor	Part.%	Valor	Part.%	Valor	Part.%
Alemanha	79,1	16,0%	78,9	16,1%	38,3	15,3%
Espanha	36,0	7,3%	36,6	7,5%	19,3	7,7%
Estados Unidos	36,2	7,3%	36,1	7,4%	17,9	7,2%
Itália	35,3	7,2%	35,7	7,3%	19,5	7,8%
Reino Unido	35,0	7,1%	34,4	7,0%	16,8	6,7%
Bélgica	33,6	6,8%	33,2	6,8%	17,8	7,1%
China	19,9	4,0%	17,7	3,6%	9,5	3,8%
Países Baixos	19,3	3,9%	17,7	3,6%	9,1	3,6%
Suíça	15,3	3,1%	16,9	3,5%	9,1	3,6%
Polônia	8,6	1,7%	9,1	1,9%	4,9	2,0%
Turquia	7,9	1,6%	7,7	1,6%	3,6	1,4%
Japão	7,0	1,4%	6,9	1,4%	3,5	1,4%
Singapura	5,9	1,2%	6,8	1,4%	3,5	1,4%
Hong Kong	5,0	1,0%	6,0	1,2%	3,2	1,3%
Argélia	6,9	1,4%	5,6	1,2%	2,8	1,1%
Suécia	5,8	1,2%	5,6	1,1%	2,8	1,1%
Rússia	5,0	1,0%	5,4	1,1%	2,8	1,1%
Portugal	4,7	1,0%	5,1	1,0%	2,7	1,1%
Brasil	5,3	1,1%	4,8	1,0%	2,3	0,9%
Marrocos	4,2	0,8%	4,7	1,0%	2,2	0,9%
Subtotal	376,1	76,1%	375,0	76,7%	191,7	76,5%
Outros países	117,9	23,9%	113,9	23,3%	58,9	23,5%
Total	493,9	100,0%	488,9	100,0%	250,5	100,0%

Tabela 14
Principais destinos das exportações francesas
US\$ bilhões

4. Composição das exportações francesas

Os produtos industrializados lideram em mais de 90% a pauta das exportações francesas. Aviões são o principal produto - o país é líder mundial na venda de produtos da aeronáutica: 1º exportador mundial de aviões (38% do mercado), sendo a Alemanha o principal comprador (30% do total, ou US\$ 13,6 bilhões), seguida da China (9%, ou US\$ 3,6 bilhões) e dos Estados Unidos (7%, ou US\$ 3,3 bilhões). O Brasil foi o 10º destino dos aviões e helicópteros franceses, com 3% dos embarques. A França é também o 3º exportador mundial de partes e acessórios para aviões, após Reino Unido e Alemanha, com 17% das vendas globais.

Em 2016 as vendas francesas de aviões e helicópteros somaram US\$ 45,7 bilhões, representando 9,4% da pauta. Também obtiveram destaque:

- medicamentos: 4,7% da pauta, ou US\$ 22,8 bilhões: (4º exportador de medicamentos, sendo responsável por 7,2% do mercado mundial);
- automóveis de passageiros: 3,8% da pauta, ou US\$ 18,4 bilhões;
- partes e acessórios de veículos automóveis: 3,0% da pauta, ou US\$ 14,7 bilhões (7º exportador com 4% do mercado mundial);
- turbinas a gás: 2,4%, ou US\$ 11,5 bilhões (2º exportador, após o Reino Unido, com 12% das vendas globais); e
- vinhos: 1,9%, ou US\$ 9,1 bilhões (1º exportador com 28% das vendas mundiais).

Países	2015		2016		2017 (jan-jun)	
	Valor	Part.%	Valor	Part.%	Valor	Part.%
Aviões e helicópteros	47,0	9,5%	45,7	9,4%	19,9	7,9%
Medicamentos	22,7	4,6%	22,8	4,7%	12,2	4,9%
Automóveis de passageiros	17,6	3,6%	18,4	3,8%	10,6	4,2%
Partes e acessórios de veículos automóveis	14,4	2,9%	14,7	3,0%	7,6	3,0%
Turbinas a gás	10,8	2,2%	11,5	2,4%	5,9	2,3%
Vinhos	9,2	1,9%	9,1	1,9%	4,5	1,8%
Partes de aviões ou helicópteros	7,1	1,4%	7,6	1,6%	3,7	1,5%
Preps de beleza, maquiagem e cuidados c/ a pele	6,9	1,4%	7,3	1,5%	4,1	1,6%
Óleo refinado de petróleo	8,7	1,8%	7,0	1,4%	3,9	1,6%
Circuitos integrados eletrônicos	6,8	1,4%	6,7	1,4%	3,3	1,3%
Veículos para transporte de mercadorias	5,8	1,2%	6,4	1,3%	3,6	1,5%
Malas e outros artigos de viagem	5,5	1,1%	5,9	1,2%	3,2	1,3%
Sangue humano e animal p/ uso terapêutico	5,1	1,0%	5,5	1,1%	2,5	1,0%
Artigos de joalheria	4,5	0,9%	4,7	1,0%	2,5	1,0%
Álcool etílico	4,4	0,9%	4,6	0,9%	2,2	0,9%
Motores diesel e semidiesel	4,4	0,9%	4,5	0,9%	2,4	0,9%
Aparelhos elétricos de telefonia	4,7	0,9%	4,5	0,9%	2,3	0,9%
Perfumes	4,4	0,9%	4,2	0,9%	2,1	0,9%
Interruptores elétricos	4,3	0,9%	4,2	0,9%	2,2	0,9%
Trigo	4,3	0,9%	3,4	0,7%	1,3	0,5%
Subtotal	198,5	40,2%	198,7	40,6%	99,8	39,8%
Outros grupos de produtos	295,5	59,8%	290,2	59,4%	150,7	60,2%
Total	493,9	100,0%	488,9	100,0%	250,5	100,0%

Tabela 15
Exportações francesas por principais grupos de produtos (SH 4) US\$ bilhões

Fonte: UNCTAD/TradeMap

Países listados em ordem decrescente, conforme valores apresentados em 2016.

5. Origem das importações francesas

A União Europeia é o principal fornecedor de bens à França, com mais de 50% das importações do país. Em 2016, absorveu 57,8% das compras francesas, seguida da Ásia com 20,7%; do Nafta com 8,2% e da África com 3,9%. O MERCOSUL exportou 0,7% das compras do país em 2016, queda de 7,7% em relação a 2015.

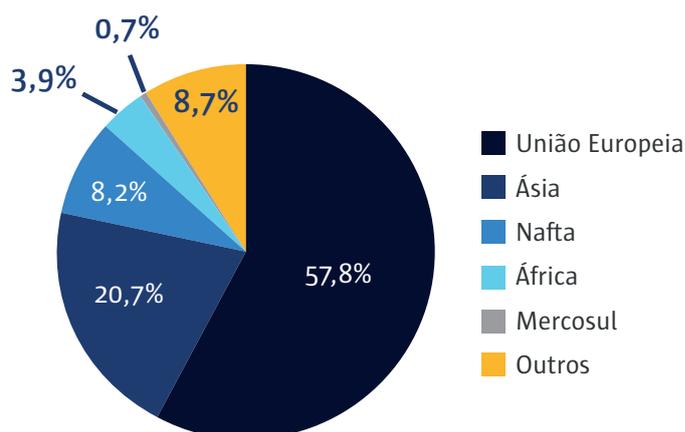


Gráfico 8
Origem das importações francesas, 2016

Fonte: UNCTAD/TradeMap

Individualmente, a Alemanha é o principal fornecedor de bens ao mercado francês, com 16,9% das compras em 2016 (US\$ 94,5 bilhões). A China foi o segundo principal exportador, com 9,1% ou US\$ 51 bilhões, seguida da Itália (7,5%, ou US\$ 42 bilhões); dos Estados Unidos (7,1%, ou US\$ 39,7 bilhões); da Bélgica (6,8%, ou US\$ 38 bilhões); da Espanha (6,4%, ou US\$ 35,7 bilhões); dos Países Baixos (4,6%, ou US\$ 25,5 bilhões); e do Reino Unido (3,8%, ou US\$ 21,5 bilhões). A participação brasileira nas compras francesas foi de 0,5% (32º principal vendedor em 2016).

Países	2015		2016		2017 (jan-jun)	
	Valor	Part.%	Valor	Part.%	Valor	Part.%
Alemanha	96,2	17,1%	94,5	16,9%	47,0	15,9%
China	51,9	9,2%	51,0	9,1%	24,9	8,4%
Itália	41,7	7,4%	42,0	7,5%	22,8	7,7%
Estados Unidos	38,8	6,9%	39,7	7,1%	19,5	6,6%
Bélgica	40,8	7,2%	38,0	6,8%	20,0	6,8%
Espanha	35,0	6,2%	35,7	6,4%	19,8	6,7%
Países Baixos	23,9	4,2%	25,5	4,6%	13,5	4,6%
Reino Unido	21,6	3,8%	21,5	3,8%	14,0	4,7%
Suíça	16,0	2,8%	15,7	2,8%	8,3	2,8%
Japão	9,3	1,7%	10,4	1,9%	5,7	1,9%
Polônia	9,9	1,8%	10,0	1,8%	5,4	1,8%
Turquia	7,4	1,3%	7,8	1,4%	4,2	1,4%
Irlanda	7,0	1,2%	7,4	1,3%	3,6	1,2%
República Tcheca	6,8	1,2%	7,1	1,3%	3,8	1,3%
Portugal	6,0	1,1%	6,2	1,1%	3,3	1,1%
Rússia	7,0	1,2%	6,1	1,1%	4,1	1,4%
Suécia	6,2	1,1%	6,0	1,1%	3,1	1,1%
Áustria	6,1	1,1%	5,3	0,9%	3,9	1,3%
Índia	6,0	1,1%	5,2	0,9%	3,1	1,0%
Vietnã	4,5	0,8%	5,0	0,9%	2,6	0,9%
Subtotal	442,0	78,4%	440,2	78,5%	232,7	78,6%
Outros países	121,4	21,6%	120,3	21,5%	63,2	21,4%
Total	563,4	100,0%	560,6	100,0%	295,9	100,0%

Tabela 16
Principais origens das importações francesas US\$ bilhões

Fonte: UNCTAD/TradeMap

Países listados em ordem decrescente, conforme valores apresentados em 2016.

6. Composição das importações francesas

Os produtos industrializados também lideram a pauta das importações francesas. Os automóveis de passageiros foram os principais deles, com 5,7% do total em 2016, ou US\$ 31,9 bilhões (a França é o 5º importador, com 5% da demanda mundial). Partes de aviões ou helicópteros representaram 3,9% das compras, ou US\$ 21,7 bilhões (1º comprador com 22% da demanda global), seguidas de óleo bruto de petróleo (2,8%, ou US\$ 15,8 bilhões); e óleo refinado de petróleo (2,7%, ou US\$ 15,3 bilhões). A França é o 7º importador de petróleo refinado, detendo 3% da demanda global. Destacaram-se, ainda, medicamentos (2,7%, ou US\$ 15 bilhões); partes e acessórios de veículos automóveis (2,4%, ou US\$ 13,4 bilhões); aviões e helicópteros (2,1%, ou US\$ 12 bilhões); e aparelhos elétricos de telefonia (2,1%, ou US\$ 11,7 bilhões).

Países	2015		2016		2017 (jan-jun)	
	Valor	Part.%	Valor	Part.%	Valor	Part.%
Automóveis de passageiros	29,2	5,2%	31,9	5,7%	17,3	5,8%
Partes de aviões ou helicópteros	19,0	3,4%	21,7	3,9%	9,6	3,2%
Óleo bruto de petróleo	19,5	3,5%	15,8	2,8%	11,2	3,8%
Óleo refinado de petróleo	19,5	3,5%	15,3	2,7%	8,8	3,0%
Medicamentos	15,3	2,7%	15,0	2,7%	7,3	2,5%
Partes e acessórios de veículos automóveis	12,3	2,2%	13,4	2,4%	7,4	2,5%
Aviões e helicópteros	11,8	2,1%	12,0	2,1%	3,7	1,3%
Aparelhos elétricos de telefonia	11,0	2,0%	11,7	2,1%	5,7	1,9%
Gás de petróleo	14,2	2,5%	10,7	1,9%	6,4	2,2%
Turbinas a gás	9,5	1,7%	10,7	1,9%	8,0	2,7%
Computadores	8,7	1,5%	8,3	1,5%	4,0	1,4%
Veículos para transporte de mercadorias	5,1	0,9%	5,7	1,0%	3,0	1,0%
Sangue humano e animal p/ uso terapêutico	4,8	0,8%	5,1	0,9%	3,0	1,0%
Circuitos integrados eletrônicos	4,6	0,8%	4,5	0,8%	2,0	0,7%
Insts e apars p/ medicina, odontol. e veterinária	4,1	0,7%	4,4	0,8%	2,2	0,7%
Artigos de joalheria	4,0	0,7%	4,1	0,7%	2,3	0,8%
Móveis	3,7	0,7%	3,9	0,7%	2,0	0,7%
Artigos e aparelhos de ortopedia	3,4	0,6%	3,6	0,6%	1,7	0,6%
Malas e outros artigos de viagem	3,4	0,6%	3,9	0,7%	1,9	0,6%
Calçados de couro e sola de borracha/plástico	3,5	0,6%	3,5	0,6%	1,7	0,6%
Subtotal	206,7	36,7%	205,2	36,6%	109,3	36,9%
Outros grupos de produtos	356,7	63,3%	355,4	63,4%	186,6	63,1%
Total	563,4	100,0%	560,6	100,0%	295,9	100,0%

Tabela 17
Importações francesas por principais grupos de produtos (SH 4) US\$ bilhões

Fonte: UNCTAD/TradeMap

Países listados em ordem decrescente, conforme valores apresentados em 2016.

IV. RELAÇÕES ECONÔMICO-COMERCIAIS BRASIL-FRANÇA

1. Evolução recente

A França é historicamente importante na relação comercial com o Brasil. Em 2016 foi o 11º parceiro, com 1,85% do comércio exterior brasileiro, sendo o 19º nas exportações com 1,25% do valor e 1,69% do volume e o 7º nas importações com 2,67% no valor e 0,36% no volume. É o 4º parceiro brasileiro na União Europeia, após Alemanha, Países Baixos e Itália, com 9,3% das trocas brasileiras com o bloco.

A corrente de comércio Brasil-França foi substancialmente afetada pela crise financeira internacional. Após crescimentos de 27,0% e de 25,8% em 2007 e 2008, as trocas caíram 25,9% em 2009, no auge da crise. O pico do comércio ocorreu em 2012, quando o intercâmbio comercial entre os dois países totalizou US\$ 10 bilhões. A partir daí a corrente de comércio foi marcada por quedas sucessivas, registrando em 2016, diminuição de 10,7% em relação a 2015. Em valores, as trocas comerciais Brasil-França somaram US\$ 5,99 bilhões em 2016 (US\$ 2,31 bilhões em exportações e US\$ 3,68 bilhões em importações).

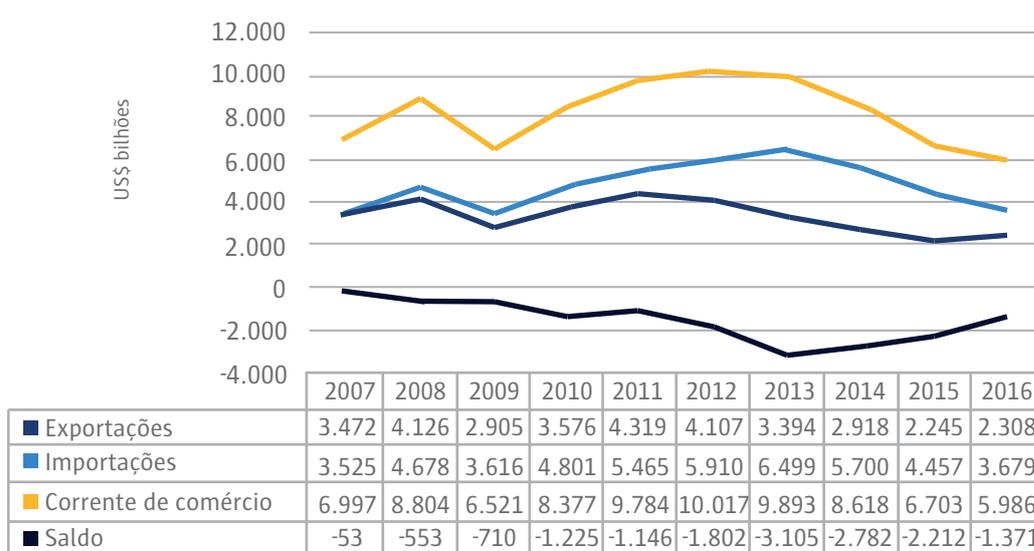


Gráfico 9
Evolução do intercâmbio comercial Brasil-França

Fonte: MDIC - Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

No período de janeiro a outubro de 2017, a corrente de comércio brasileira com a França apresentou queda de 1,9%, em relação ao mesmo intervalo de 2016, totalizando US\$5,01 bilhões (US\$ 1,88 bilhão em exportação e US\$ 3,13 bilhões em importações). Na comparação com janeiro-outubro de 2016 as exportações caíram 3,8% e as importações, 0,7%.

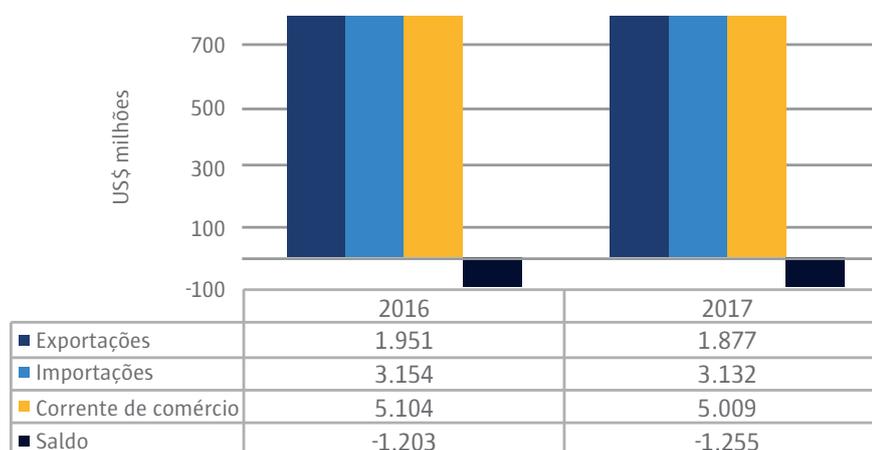


Gráfico 10
Intercâmbio comercial
Brasil-França, janeiro-
outubro

Fonte: MDIC - Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

2. Exportações brasileiras

Após o bom desempenho registrado em 2010 e 2011, com crescimentos de 23,1% e de 20,8%, as exportações brasileiras para a França apresentaram quedas sucessivas nos anos seguintes, e somente em 2016 rompeu o ciclo decrescente e aumentou 2,8%, totalizando US\$ 2,31 bilhões. O melhor desempenho das vendas brasileiras ocorreu em 2011, quando atingiram US\$ 4,32 bilhões, muito em função da expansão nos embarques e no preço internacional de farelo de soja, óleo bruto de petróleo, soja em grão e café.

Nos primeiros 10 meses de 2017, as exportações brasileiras para a França diminuíram 3,8% em relação ao mesmo intervalo de 2016, somando US\$ 1,88 bilhão. Essa queda se deu em função, sobretudo, da redução nos embarques de farelo de soja (25,4% no valor e 19,7% no volume); soja em grão (8,5% no valor e 3,4% no volume); e partes de motores (55,6%).

Os produtos básicos lideram a pauta das exportações brasileiras para a França. Em 2016 somaram 52,7%, representados principalmente por farelo de soja, minério de ferro, café e soja em grão. Os manufaturados representaram 35,3% do total (aviões, partes de aviões, turbinas a gás, partes de motores, medicamentos) e os semimanufaturados, 11,2% (pasta química de madeira, madeira serrada).

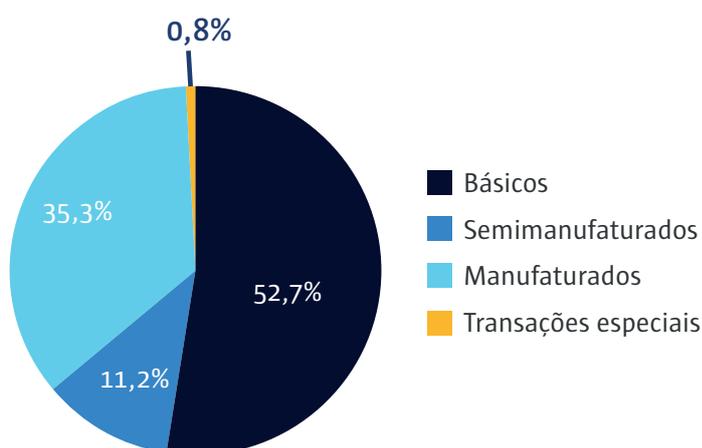


Gráfico 11
Exportações brasileiras para a França, por fator agregado

Fonte: MDIC - Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

A pauta das vendas para o mercado francês é concentrada em 5 principais grupos de produtos (SH4) que somaram, em conjunto, 54,7% do total em 2016, ou US\$ 1,3 bilhão. Farelo de soja representou 26,6% do total, ou US\$ 614 milhões; minério de ferro (11,4%, ou US\$ 264 milhões); pasta química de madeira (7,7%, ou US\$ 178 milhões); café em grão (4,9%, ou US\$ 112 milhões); e soja em grão (4,1%, ou US\$ 94 milhões). Destacaram, ainda, aviões (3,3%, ou US\$ 76 milhões); laminados de ferro ou aço (3,2%, ou US\$ 73 milhões); turbinas a gás (2,6%, ou US\$ 59 milhões); partes de aviões ou helicópteros (2,2%, ou US\$ 51 milhões); e partes de motores (1,8%, ou US\$ 42 milhões).

Em 2017(janeiro-outubro), os principais produtos brasileiros exportados para o país foram: farelo de soja (22,1%, ou US\$ 414 milhões); minério de ferro (20,1%, ou US\$ 378 milhões); pasta química de madeira (8,3%, ou US\$ 156 milhões); café em grão (5,2%, ou US\$ 98 milhões); e soja em grão (4,6%, ou US\$ 86 milhões).

Países	2015		2016		2017 (jan-jun)	
	Valor	Part.%	Valor	Part.%	Valor	Part.%
Farelo de soja	624	27,8%	614	26,6%	414	22,1%
Minério de ferro	283	12,6%	264	11,4%	378	20,1%
Pasta química de madeira	183	8,2%	178	7,7%	156	8,3%
Café em grão	118	5,3%	112	4,9%	98	5,2%
Soja em grão	130	5,8%	94	4,1%	86	4,6%
Aviões ou helicópteros	17	0,8%	76	3,3%	4	0,2%
Laminados planos de ferro ou aço, a quente	54	2,4%	73	3,2%	0	0,0%
Turbinas a gás	10	0,4%	59	2,6%	10	0,5%
Partes de aviões ou helicópteros	36	1,6%	51	2,2%	39	2,1%
Partes de motores	23	1,0%	42	1,8%	16	0,9%
Calçado de couro e sola de borracha ou plástico	36	1,6%	37	1,6%	34	1,8%
Semimanufaturados de ferro ou aço	29	1,3%	33	1,4%	34	1,8%
Madeira perfilada	41	1,8%	32	1,4%	27	1,4%
Partes e acessórios de veículos automóveis	31	1,4%	30	1,3%	32	1,7%
Minério de manganês	24	1,1%	27	1,2%	0	0,0%
Óleo bruto de petróleo	0	0,0%	25	1,1%	0	0,0%
Medicamentos	20	0,9%	25	1,1%	21	1,1%
Pimenta	24	1,1%	19	0,8%	13	0,7%
Madeira serrada	22	1,0%	19	0,8%	15	0,8%
Tabaco não manufaturado	15	0,7%	15	0,6%	28	1,5%
Subtotal	1.720	76,6%	1.825	79,1%	1.405	74,9%
Outros grupos de produtos	525	23,4%	483	20,9%	472	25,1%
Total	2.245	100,0%	560,6	100,0%	295,9	100,0%

Tabela 18
Exportações brasileiras para a França (SH 4) US\$ milhões

Fonte: MDIC/AliceWeb.

Grupos de produtos listados em ordem decrescente, conforme valores apresentados em 2016

3. Importações brasileiras

As compras brasileiras procedentes da França mostraram comportamento decrescente nos últimos anos. Após atingir o melhor resultado em 2013 (US\$ 6,5 bilhões), caíram nos anos seguintes (12,3% em 2014, 21,8% em 2015, e 17,5% em 2016). Essas quedas estão relacionadas principalmente à diminuição nas aquisições brasileiras de inseticidas/herbicidas/fungicidas, que retraíram 45,5% em 2016, aviões (27,0%); aparelhos elétricos de telefonia (67,9%) e medicamentos (8,8%).

Em 2017(janeiro-outubro) as compras brasileiras sofreram discreta retração de 0,7%, sobre o mesmo intervalo de 2016, somando US\$ 3,13 bilhões. Essa queda também é resultado da redução nas vendas francesas de inseticidas/fungicidas/herbicidas.

Os produtos manufaturados representam a quase totalidade da pauta das importações brasileiras procedentes do país. Em 2016, esses produtos somaram 97,2% (partes e acessórios para automóveis; inseticidas/fungicidas/herbicidas, medicamentos, partes de aviões e helicópteros). Os produtos semimanufaturados e os básicos representaram, cada um, 1,4%

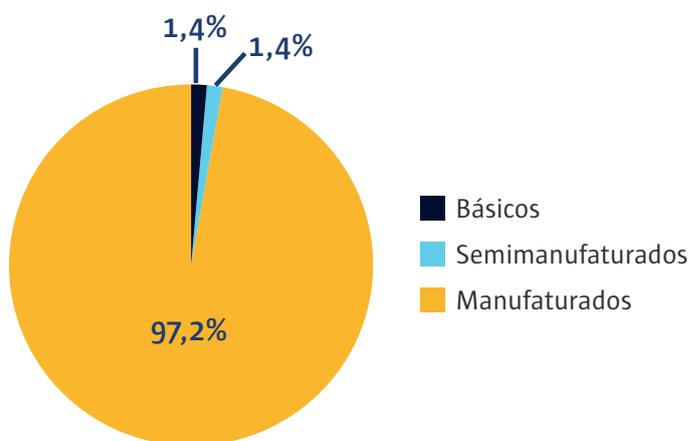


Gráfico 12
Exportações brasileiras para a França, por fator agregado

Fonte: MDIC - Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

A pauta das importações brasileiras procedentes da França é bastante diversificada, contemplando 2.604 grupos de produtos (SH6) em 2016, tendo os vinte primeiros grupos de produtos (SH4) somado 48,9% do total. Os principais grupos de produtos importados da França em 2016 foram: partes e acessórios de veículos automóveis (8,3%, ou US\$ 305 milhões); inseticidas/fungicidas/herbicidas (6,9%, ou US\$ 254 milhões); medicamentos (5,5%, ou US\$ 201 milhões); compostos heterocíclicos – insumo da indústria farmacêutica – (3,7%, ou US\$ 136 milhões); partes de aviões ou helicópteros (3,7%, ou US\$ 136 milhões); e sangue humano e animal preparado para uso terapêutico (3,6%, ou US\$ 134 milhões).

Países	2015		2016		2017 (jan-jun)	
	Valor	Part.%	Valor	Part.%	Valor	Part.%
Partes e acessórios de veículos automóveis	283	6,4%	305	8,3%	144	4,6%
Inseticidas, fungicidas, herbicidas	558	12,5%	254	6,9%	234	7,5%
Medicamentos	226	5,1%	201	5,5%	157	5,0%
Compostos heterocíclicos (insumo farmacêutico)	192	4,3%	136	3,7%	145	4,6%
Partes de aviões ou helicópteros	113	2,5%	136	3,7%	145	4,6%
Sangue human e animal p/ uso terapêutico	98	2,2%	134	3,6%	97	3,1%
Turbinas a gás	88	2,0%	87	2,4%	30	1,0%
Motores de explosão	28	0,6%	66	1,8%	17	0,6%
Polímeros de cloreto de vinila (PVC)	31	0,7%	49	1,3%	44	1,4%
Navios de guerra	21	0,5%	47	1,3%	41	1,3%
Torneiras e válvulas	42	0,9%	43	1,2%	30	1,0%
Parafusos, porcas, roscas de ferro ou aço	46	1,0%	43	1,2%	31	1,0%
Aviões ou helicópteros	156	3,5%	42	1,1%	183	5,8%
Rolamentos de esferas	42	0,9%	39	1,1%	99	3,2%
Quadros e painéis para distribuição de energia	24	0,5%	39	1,1%	99	3,2%
Preparações antidetonantes, antioxidantes ou anticorrosivas	46	1,0%	38	1,0%	35	1,1%
Aparelhos elétricos de telefonia	53	1,2%	36	1,0%	51	1,6%
Virabrequins, manivelas, engrenagens e rodas de fricção	39	0,9%	36	1,0%	51	1,6%
Motores de pistão	57	1,3%	36	1,0%	7	0,2%
Perfumes	59	1,3%	32	0,9%	38	1,2%
Subtotal	2.201	49,4%	1.799	48,9%	1.678	53,6%
Outros grupos de produtos	2.256	50,6%	1.880	51,1%	1.454	46,4%
Total	4.457	100,0%	3.679	100,0%	295,9	100,0%

Tabela 19
Importações brasileiras procedentes da França, por principais grupos de produtos (SH4) US\$ milhões

Fonte: MDIC/AliceWeb.

Grupos de produtos listados em ordem decrescente, conforme valores apresentados em 2016

4. Produtos brasileiros potenciais no mercado francês

A seguir, cruzamento entre a oferta exportadora brasileira e a demanda importadora francesa, elaborado com base em dados da UNCTAD/TradeMap. O referido cruzamento de pautas foi elaborado com base nas pautas das exportações brasileiras para a França e das importações francesas do Brasil e do mundo, além da oferta brasileira. O cruzamento mostra as possibilidades brasileiras de implantação e/ou aumento das vendas de produtos no mercado francês. A planilha abaixo contempla 30 principais grupos de produtos em SH6 (6 dígitos), selecionados a partir do valor do potencial de mercado.

Código SH6	Descrição do produto	Exportações brasileiras p/a França	Importações totais francesas	Exportações totais brasileiras	Potencial indicativo de comércio
Total		2.335.171	560.554.863	185.235.399	182.900.228
880240	Aviões a turboélice, peso superior a 15.000 kg	72.086	11.204.620	3.246.705	3.174.619
870323	Automóveis de passageiros, cilindrada entre 1.500 e 3.000cm ³	227	4.635.263	2.907.358	2.907.131
841190	Partes de turbinas a gás	11.286	5.741.472	2.362.844	2.351.131
870322	Automóveis para até 6 passageiros, incl. motorista	533	5.539.452	1.190.301	1.189.768
840999	Outras partes de motores	8.988	2.049.395	832.482	823.494
390110	Polietileno de densidade inferior a 0,94	33	925.271	763.486	763.453
848180	Outros dispositivos para válvulas e torneiras	2.088	1.679.969	692.110	690.022
870120	Tratores rodoviários para semi-reboques	0	1.486.061	684.456	684.456
020130	Carne bovina fresca ou refrigerada	0	649.948	757.137	649.948
880230	Aviões de peso entre 2.000 e 15.00kg	4.042	548.589	1.081.294	544.547
230400	Farelo de soja	614.460	1.144.651	5.192.781	530.191
870421	Veículos para transporte de mercadorias	0	3.885.211	524.557	524.557
720712	Outros laminados planos de ferro/aço, seção transv. retangular	33.151	465.541	1.524.292	432.390
390120	Polietileno de densidade superior a 0,94	274	785.240	431.171	430.897
401110	Pneus novos para automóveis de passageiros	323	1.993.418	426.560	426.237
090111	Café em grão	112.239	533.860	4.842.977	421.621
470329	Pasta química de madeira	178.385	592.268	5.128.887	413.883
870899	Outras partes e acessórios de veículos automóveis	12.063	3.483.160	414.766	402.703
850300	Outras partes de motores e geradores elétricos	361	856.580	402.501	402.140
710812	Ouro em outras formas brutas	0	390.979	848.619	390.979
841430	Compressores para frigoríficos	6.730	390.661	402.597	383.931
401120	Pneus novos para ônibus e caminhões	138	676.333	370.947	370.809
200912	Suco de laranja	14	361.975	482.461	361.961
440710	Madeira serrada, de coníferas	832	633.787	361.193	360.361
120190	Soja em grão	94.196	451.120	19.327.391	356.924
390210	Polipropileno	1	569.657	348.697	348.696
020714	Pedaços e miudezas de frango (congelados)	5.562	339.148	3.952.487	333.586
840734	Motores de explosão, cilindrada superior a 1.000cm ³	40	328.626	321.479	321.439
210690	Outras preparações alimentícias	815	931.919	315.419	314.604
260111	Minério de ferro	219.738	531.469	11.575.970	311.731

Fonte: MDIC/AliceWeb.

Grupos de produtos listados em ordem decrescente, conforme valores apresentados em 2016

A seguir foram listados grupos de produtos (SH6) para sucinta análise do seu comportamento no mercado francês, bem como os principais concorrentes do Brasil:

Tabela 20
Importações brasileiras procedentes da França, por principais grupos de produtos (SH4) US\$ milhões

- Produtos básicos

Apesar de ser o Brasil o principal fornecedor dos produtos listados nesse item, ainda há espaço para crescimento das exportações brasileiras e/ou recuperação do mercado:

- Farelo de soja (SH 2304.00)

As importações francesas caíram 27% em valor (de US\$ 1,58 bilhão em 2012 para US\$ 1,14 bilhão em 2016) e 10% em volume (de 3,3 milhões de toneladas para 2,96 milhões de toneladas). O Brasil é tradicionalmente o principal fornecedor, mas a fatia de mercado brasileira tem caído ao longo dos anos, de 61% em 2012, para 35% em 2016. As vendas brasileiras retraíram na mesma proporção que as compras totais francesas, 27% em valor e 10% em volume.

Os principais concorrentes do Brasil são Bélgica (12% do total em 2016, e queda de 3% entre 2012 e 2016); Argentina (10% do total, e retração de 38%); Espanha (6% do total, e diminuição de 8%); Países Baixos (3% do total, e queda de 29%); e Alemanha (2,5% do total, e crescimento de 12%).

- Café em grão (SH 0901.11)

As aquisições francesas caíram 40% em valor (de US\$ 888 milhões em 2012, para US\$ 534 milhões em 2016) e 14% em volume (de 243 mil toneladas para 208 mil toneladas). Já as vendas brasileiras caíram 39% em valor (de US\$ 207 milhões para US\$ 127 milhões) e aumentaram 4% em volume (de 49 mil toneladas para 51 mil toneladas).

O Brasil é o principal fornecedor, cuja participação no total das compras francesas passou de 23% em 2012 para 24% em 2016. O Vietnã é o 2º exportador de café em grão para a França e suas vendas reduziram 22% em valor e 9% em volume. Honduras obteve 10% do total e queda de 19%, Etiópia (7% do total e diminuição de 32%); e Peru (6% do total e -30%), Bélgica (6% e -56%) e Colômbia (6% e 30% de decréscimo).

- Soja em grão (SH 1201.90)

As compras francesas cresceram 13% em valor (de US\$ 400 milhões em 2012 para US\$ 451 milhões em 2016) e 67% em volume (de 647 mil toneladas para 1,08 milhão de toneladas). Já as vendas brasileiras diminuíram 58% em valor (de US\$ 269 milhões para US\$ 113 milhões) e 38% em volume (de 432 mil toneladas para 266 mil toneladas). Mesmo assim, o Brasil continua como principal fornecedor em valor (25% do total) e o segundo em volume (266 mil toneladas), atrás dos Estados Unidos que superaram o Brasil em volume a partir de 2015.

O fornecimento dos Estados Unidos apresentou excelente dinamismo e o Brasil perdeu espaço no mercado. As vendas norte-americanas cresceram 238% em valor (de 32,4 milhões em 2012 para US\$ 112,5 milhões) e 396% em volume (de 55 mil toneladas para 270 mil toneladas). Também aumentaram as vendas dos Países Baixos (de US\$ 604 mil para US\$ 99,9 milhões) e em volume (de 1,1 tonelada para 247 mil toneladas); do Canadá (-16% em valor e +19% em volume); e Espanha (1.089% em valor e 1.275% em volume).

- Semimanufaturados

- Pasta química de madeira (SH 4703.29)

As aquisições francesas sofreram retração de 12% em valor (de US\$ 671 milhões em 2012 para US\$ 592 milhões em 2016). O Brasil é o principal fornecedor (48% do total ou US\$ 286 milhões) e suas vendas caíram 8% entre 2012 e 2016. Já as exportações uruguaias, ao que parece ser o principal concorrente do Brasil, alcançaram US\$ 84 milhões em 2016 (14% do total) e crescimento de 200% se comparado com 2012. Portugal foi o 3º fornecedor com 8%; seguido da Espanha (7%); Tailândia (5%); Bélgica (4%); e Chile (3%).

- Manufaturados

- Aviões a turboélice, peso superior a 15.000 kg (SH 8802.40)

As importações francesas alcançaram US\$ 11,2 bilhões em 2016, retração de 30% se comparado com 2012. Desse montante, a Alemanha respondeu por 73% em 2016 (queda de 41% em relação a 2012), seguida dos Estados Unidos com 24,6% (aumento significativo de 168%) e do Canadá com 1,1% (crescimento de 17%).

Foram registradas exportações brasileiras nos anos entre 2006 e 2010 e depois em 2015, no valor de US\$ 39,6 milhões. Em 2016, somaram aproximadamente US\$ 400 mil. Note-se que apenas as vendas norte-americanas e canadenses tiveram bom êxito nos últimos anos.

- Partes de turbinas a gás (SH 8411.90)

Em 2016, as aquisições francesas somaram US\$ 5,7 bilhões (aumento de 45% entre 2012 e 2016), tendo os Estados Unidos exportado 65% total (crescimento de 44%). A Bélgica respondeu por 6,9% do total e aumentou 139% no período; China (3,6% e aumento de 39%); Turquia (2,7% e crescimento de 93%); Reino Unido (2,2% e redução de 38%); Canadá (1,7% e aumento de 16%); e Singapura (1,5% e expansão de 63%). A participação brasileira foi de apenas 0,01% em 2016 e as vendas diminuíram 42% em relação a 2012.

- Outras partes de motores (SH 8409.99)

As compras francesas caíram 18% entre 2012 e 2016, passando de US\$ 2,49 bilhões para US\$ 2,05 bilhões. As exportações do bloco somaram 80% das aquisições do país, apesar da queda de 18% no quinquênio. A Alemanha foi a principal fornecedora com 33,4% do total (queda de 26% entre 2012 e 2016), seguida da Itália (8,4% do total e queda de 50%); Espanha (6,9% do total e crescimento de 4%); Suécia (5,6% do total e redução de 8%); e Polônia (4,5% do total e aumento de 39%).

O fornecimento extra-UE de 20% em 2016 (cerca de US\$ 498 milhões) foi efetuado pelos seguintes possíveis concorrentes do Brasil: Japão (3,0%, ou US\$ 62 milhões – queda de 18% entre 2012 e 2016); Índia (2,8%, ou US\$ 58 milhões – aumento de 141%); Estados Unidos (2,2%, ou US\$ 45 milhões – retração de 49%); Tunísia (1,9%, ou US\$ 38 milhões – aumento de 46%); e China (1,1%, ou 23 milhões – queda de 34%). O Brasil foi o 23º com 0,54%, queda de 52% no quinquênio.

- Suco de laranja (SH 2009.12)

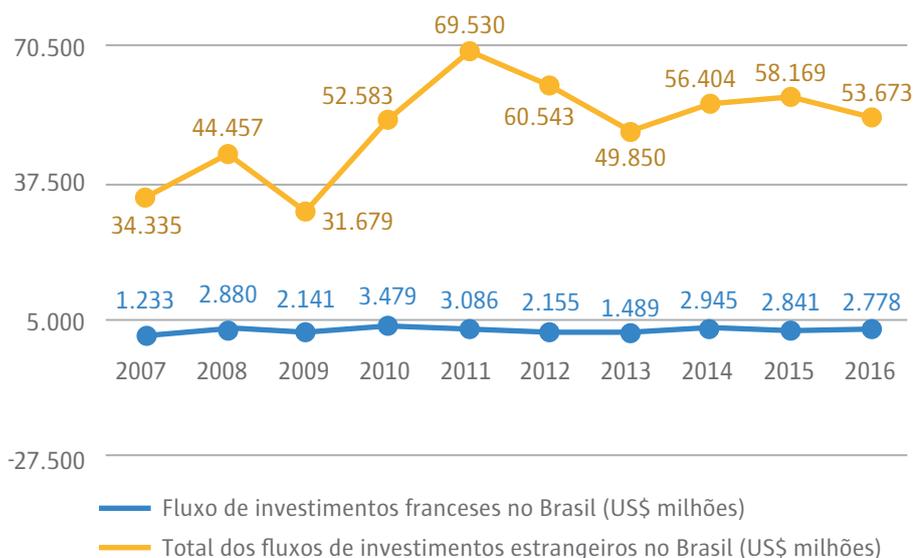
Com crescimento de 17%, as importações francesas passaram de US\$ 309 milhões em 2012 para US\$ 362 milhões em 2016. A Bélgica foi a principal fornecedora, com 45% da demanda francesa e crescimento de 270% entre 2012 e 2016 (maior comprador do suco de laranja brasileiro, sendo responsável por 49% das exportações brasileiras em 2016). A Espanha respondeu por 22% (decréscimo de 9% no período) e o Brasil, 3º principal fornecedor, obteve 12% (queda de 34%), contra 21% em 2012.

5. Investimentos bilaterais

5.1. Investimentos franceses no Brasil

Nos últimos dez anos, o fluxo dos investimentos diretos franceses no Brasil aumentou 125% (de US\$ 1,23 bilhão em 2007, para US\$ 2,78 bilhões em 2016), enquanto o total do fluxo dos investimentos estrangeiros no Brasil subiu menos (56,3%, de US\$ 34,34 bilhões em 2007 para US\$ 53,67 bilhões em 2016). O bom desempenho do fluxo de capital francês garantiu à França a 5ª posição entre os maiores investidores no Brasil, 5,2% do total em 2016.

Gráfico 13



Fonte: Banco Central do Brasil

Em 2014, os fluxos de investimentos franceses no Brasil cresceram 97,8% em comparação com 2013. Os setores que mais contribuíram para esse aumento foram a indústria alimentícia (864%); máquinas, aparelhos e materiais elétricos (601%); eletricidade e gás (558%); serviços de arquitetura e urbanismo (518%); manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos (419%); e alojamento (110%). Em 2015 e 2016 o fluxo de investimento francês no Brasil caiu 3,5% e 2,2%, respectivamente. Mas as perspectivas de 2017 são de que o número de aquisições no Brasil por empresas francesas deverá aumentar significativamente, sobretudo na área de saúde, seguros, tecnologia da informação e construção ecologicamente correta.

Por ramo de atividade, em 2016 os investimentos franceses foram direcionados para os serviços (65,8%, ou US\$ 1,83 bilhão); indústria (33,7%, ou US\$ 936 milhões); agricultura, pecuária e extrativa mineral (0,3%, ou US\$ 8 milhões); e aquisição e venda de imóveis (0,2%, ou US\$ 6 milhões). O comércio, exceto de veículos, absorveu 20,4% do fluxo de investimentos franceses em 2016; seguido de serviços de escritório (9,0%); veículos automotores, reboques e carroçarias (8,9%); e produtos alimentícios (8,0%). Esses setores, em conjunto, somaram 46,3% do fluxo de investimentos da França no Brasil.

A França destacou-se em diversas atividades no Brasil em 2016: respondeu por 68,9% dos investimentos estrangeiros no Brasil em alimentação; 28,9% dos serviços de escritório; 17,4% dos produtos alimentícios; 15,6% no transporte; e 14,9% nos veículos automotores, reboques e carroçarias. O país possui aproximadamente 900 empresas no Brasil, gerando mais de 500 mil empregos.

Ramo de atividade	Fluxo de IDE no Brasil		Fluxo de IDE francês no Brasil		Part.% da França no fluxo de IDE no Brasil
	Valor	Part.%	Valor	Part.%	
Agricultura, pecuária e extrativa mineral	8.696	16,2%	8	0,3%	0,1%
Indústria	20.138	37,5%	936	33,7%	4,6%
Veículos automotores, reboques e carroçarias	6.571	12,2%	248	8,9%	3,8%
Produtos alimentícios	1.275	2,4%	222	8,0%	17,4%
Outros equipamentos de transporte	814	1,5%	90	3,2%	11,1%
Serviços	24.647	45,9%	1.829	65,8%	7,4%
Comércio, exceto veículos	5.696	10,6%	566	20,4%	9,9%
Serviços de escritório	863	1,6%	249	9,0%	28,9%
Serviços financeiros e atividades auxiliares	2.043	3,8%	168	6,0%	8,2%
Alimentação	235	0,4%	162	5,8%	68,9%
Transporte	768	1,4%	120	4,3%	15,6%
Eletricidade, gás e outras utilidades	2.962	5,5%	110	4,0%	3,7%
Aquisição e venda de imóveis	191	0,4%	6	0,2%	3,1%
Total	53.673	100,0%	2.778	100,0%	5,2%

Tabela 21
Distribuição dos investimentos franceses no Brasil, 2016 (US\$ milhões)

Fonte: Banco Central do Brasil

No que se refere ao estoque de investimentos franceses no Brasil, os últimos dados disponíveis do Banco Central do Brasil são referentes a 2015. Nesse ano, a França possuía investimento de 3,8% do total dos estoques estrangeiros. Vale notar que o estoque de IED francês tem diminuído desde 2009. Entre 2012 e 2015, caiu 41%, de US\$ 36,2 bilhões para US\$ 21,3 bilhões.

Ano	Total no Brasil	IED francês no Brasil	Part.%
2011	695.505	36.288	5,2%
2012	731.175	35.710	4,9%
2013	724.781	35.149	4,8%
2014	725.872	30.674	4,2%
2015	568.226	21.309	3,8%

Tabela 22
Estoque de investimentos franceses no Brasil (US\$ milhões)

Fonte: Banco Central do Brasil

A indústria de transformação, o comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas, as atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados e eletricidade e gás receberam a maior parte dos investimentos. Em 2015, as 4 atividades em conjunto somaram 73,9% do total, ou US\$ 15,75 bilhões, conforme quadro a seguir.

Atividade	Valor	Part.% no total
Indústria de transformação	5.842	27,4%
Comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas	3.969	18,6%
Atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados	3.515	16,5%
Eletricidade e gás	2.427	11,4%
Indústrias extrativas	721	3,4%
Agricultura, pecuária, produção florestal e aquicultura	651	3,1%
Alojamento e alimentação	555	2,6%
Outras atividades	3.629	17,0%
Total	21.309	100,0%

Tabela 23
Estoque de investimentos franceses, por ramo de atividade, 2015 (US\$ milhões)

Fonte: Banco Central do Brasil

5.2. Investimentos brasileiros na França

Nos últimos 10 anos, os investimentos brasileiros na França mais que dobraram, mas mesmo assim representam menos que 1% dos investimentos do Brasil no mundo. Em 2013 e 2014, melhor desempenho dos investimentos brasileiros na França, totalizando US\$ 1,23 bilhão e US\$ 1,22 bilhão, respectivamente. Caindo a partir daí, em todos os anos até atingir US\$ 310 milhões em 2016 (0,1% do total).

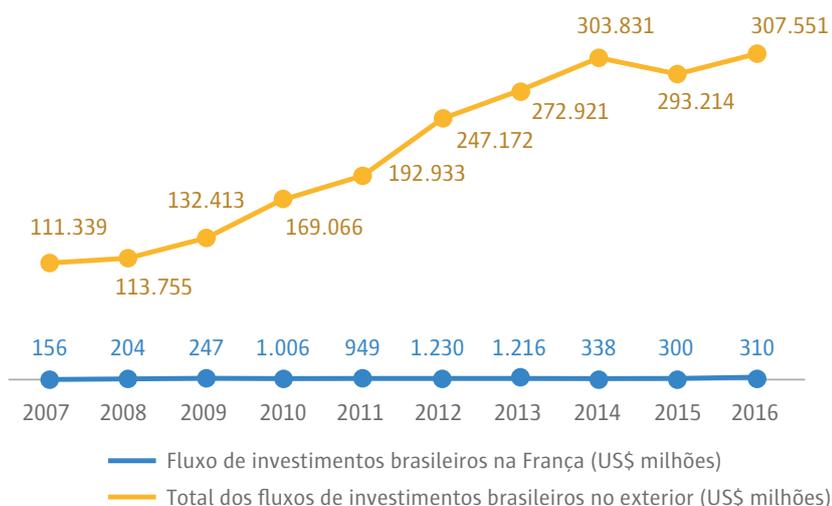
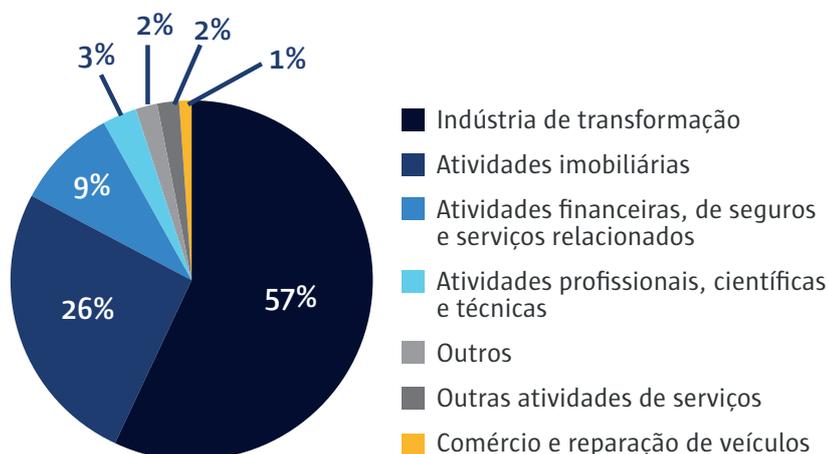


Gráfico 14

Fonte: Banco Central do Brasil

A indústria de transformação recebeu 57% dos investimentos brasileiros no país (US\$ 177 milhões), seguida das atividades imobiliárias com 26% (US\$ 82 milhões); atividades financeiras com 9% (US\$ 27 milhões); e atividades profissionais, científicas e técnicas com 3% (US\$ 9 milhões).



6. Principais acordos bilaterais

Os acordos de caráter comercial com a França são realizados no âmbito da União Europeia. Contudo, o Brasil mantém acordos bilaterais econômico-comerciais, merecendo destaque os seguintes:

- Acordo de Cooperação Técnica e Científica, em vigor desde 03/08/1968;
- Convenção para evitar a dupla tributação e prevenir a evasão fiscal em matéria de impostos sobre rendimentos, em vigor desde 10/09/1971;
- Acordo sobre Transporte Marítimo, em vigor desde 01/11/1979;
- Acordo no Campo da Propriedade Industrial, em vigor desde 25/01/1983;
- Ajuste Complementar ao Acordo de Cooperação Técnica e Científica nos setores Aeronáutico e Espacial, em vigor desde 15/02/1989;
- Memorando de Entendimento sobre Cooperação Científica e Tecnológica em Áreas Prioritárias, em vigor desde 05/04/2001.
- Acordo entre a República Federativa do Brasil e a República Francesa em matéria de Previdência Social, assinado em 15/12/2011;

- h) Parceria Estratégica entre a República Federativa do Brasil e a República Francesa, em vigor em 23/12/2012.
- i) Declaração de Intenções Foro Econômico Brasil-França, assinado em 12/12/2013;
- j) Acordo para o Estabelecimento de Regime de Circulação Transfronteiriça entre Brasil e Guiana, em vigor em 28/04/2014;
- k) Memorando de Entendimento Brasil-França, em vigor em 03/06/2014.

6.1. Fórum Econômico Brasil-França

O Foro Econômico Brasil-França foi oficialmente lançado durante a visita de estado do presidente François Hollande ao Brasil, em dezembro de 2013. O mecanismo tem como propósitos: fortalecer a cooperação para aumentar o volume de intercâmbio comercial e dos investimentos recíprocos, com o objetivo de dobrá-los até 2020; e estimular a presença de empresas e investidores brasileiros na França, inclusive sua participação em concorrências públicas.

O Foro Econômico ocorre anualmente, de forma alternada no Brasil e na França, com a presença do Governo (coordenado, do lado brasileiro, pelo Ministério de Relações Exteriores e pelo Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, e, do lado francês, pelo Ministério da Economia); e de empresários (coordenado, do lado brasileiro, pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), e, do lado francês, pelo Mouvement des Entreprises de France -MEDEF).

A quarta edição do Foro Econômico Brasil-França ocorreu em Paris, em novembro de 2016. Com o setor empresarial foram realizadas mesas-redondas sobre agroindústria, saúde e inovação, e sobre infraestrutura/cidades sustentáveis e energias renováveis. Do lado governamental foram discutidos assuntos bilaterais, como as perspectivas do comércio e dos investimentos recíprocos, além dos estímulos ao desenvolvimento da região de fronteira comum Brasil/Guiana; e temas multilaterais, como o andamento das negociações comerciais UE-Mercosul, questões aduaneiras, acesso ao mercado, financiamento à exportação, tributação e de cooperação em inovação.

A 5a. edição do Foro realizou-se em Brasília, em 5 de dezembro de 2017. O evento contou com três painéis: panorama econômico-comercial; oportunidades de parcerias em infraestrutura e energia e oportunidades de parcerias no agronegócio e na agroindústria. Foi realizada mesa redonda sobre o setor de saúde, da qual participaram a Anvisa, a CNI (Confederação Nacional da Indústria) e representantes do setor privado brasileiro e francês.

V. ACESSO AO MERCADO

1. Sistema tarifário

1.1. Características do país

O território alfandegário francês, que faz parte espaço alfandegário da União Europeia, compreende a metrópole e os seguintes departamentos e regiões de ultramar (DROM): Guiana Francesa, Guadalupe, Martinica, Mayotte e Ilha da Reunião. As coletividades de ultramar (COM) não fazem parte do território alfandegário da UE.

A união aduaneira foi uma das primeiras realizações da União Europeia (UE) e continua elemento indispensável na conjuntura mundial do século XXI. Trata-se de zona de comércio única, onde circulam livremente todas as mercadorias, independentemente de terem sido fabricadas na UE ou importadas de países terceiros. Os direitos sobre mercadorias procedentes de terceiros países são pagos quando as mesmas entram pela primeira vez na UE, não sendo necessário pagar mais nenhum direito, nem cumprir qualquer formalidade posterior (exceção para alguns produtos como armamento, produtos químicos, bebidas alcoólicas, tabaco e produtos petrolíferos, cujas taxas fiscais variam nos diferentes Estados-Membros).

1.2. Classificação das mercadorias

A França utiliza a Nomenclatura Combinada (NC) da União Europeia para regulamentar as importações procedentes de terceiros países. É baseada no Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias, adotado por todos os Países-Membros da Organização Mundial do Comércio.

1.3. Estrutura da tarifa

A Tarifa Externa Comum - TEC, (“Tarif Douanier Commun”) estabelece a nomenclatura e o conjunto de direitos de importação aplicados por todos os Estados-Membros às importações de produtos de terceiros países. A TEC compreende 21 seções e 99 capítulos, abrangendo em torno de 15.000 itens numéricos, formados por 6 dígitos do Sistema Harmonizado, e por mais 2 dígitos definidos pela União Europeia. A TEC é dividida em duas grandes categorias: os produtos agrícolas (capítulos 01 a 24) e os produtos industrializados (capítulos 25 a 96).

Na TEC, estão indicados os direitos autônomos estabelecidos unilateralmente pela UE, e os convencionais, oriundos de negociações no antigo GATT e na Organização Mundial do Comércio (OMC), que se aplicam aos membros da OMC e aos países com os quais a União Europeia tenha celebrado acordos.

Adicionando 2 dígitos à NC, a UE criou a TARIC. Trata-se da tarifa integrada da Comunidade Europeia e é um instrumento criado concomitantemente à Nomenclatura Combinada (NC) pelo Regulamento 2658/87 (art. 2). A TARIC contém a legislação comunitária, tal qual publicada no Jornal Oficial (JO) e constitui um instrumento de informação de uso corrente, mas não tem estatuto jurídico próprio. A TARIC tem por objetivo indicar as disposições regulamentares aplicáveis a determinado produto, quando importado pelo território aduaneiro da UE. Inclui as disposições contidas no Sistema Harmonizado (SH), as contidas em regulamentação comunitária específica (suspensões, contingentes, cotas, preferências), bem como as contidas na Nomenclatura Combinada (NC).

A TARIC é publicada anualmente, é atualizada frequentemente e encontra-se no banco de dados da UE, com acesso em português:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp ou em inglês:
https://ec.europa.eu/taxation_customs/home_en.

Vale lembrar que a TARIC não contém informações sobre taxas tributárias nacionais como IVA ou tributos sobre álcool e tabaco, por exemplo, cujas taxas variam em cada Estado-Membro.

1.4. Bases de incidência

Os direitos aduaneiros previstos na TEC são, na grande maioria, estabelecidos com base “ad valorem” sobre o valor CIF da mercadoria. Direitos específicos são expressos em valores predeterminados por unidades de volume e aplicam-se sobre alguns produtos agrícolas, bebidas e outros. Em alguns casos pode haver, além dos diretos “ad valorem” e direitos específicos, direitos adicionais aplicáveis, por exemplo, a produtos cujos preços de entrada no mercado comunitário sejam inferiores aos preços fixados pela UE. A TEC prevê também direitos adicionais para produtos que contenham açúcar e farinha, e direitos sazonais para proteger produtos europeus, tais como frutas e vegetais durante a estação dos mesmos na UE.

1.5. Impostos e taxas

Incidem sobre as mercadorias importadas os seguintes impostos e taxas:

- Direitos aduaneiros: imposto de importação. Varia em função do produto, entre 0% e 17%;
- Direitos específicos: incidem sobre produtos que tenham proteção de mercado. (Regulamento CE nº 3285/94, modificado pelo CE nº 2474/2000);
- Direitos compensatórios: recaem sobre mercadorias que recebem subsídios no país de origem (Regulamento CE nº 1239/2013);
- Direitos anti-dumping: aplica-se a mercadorias que são importadas a preços inferiores aos preços praticados no mercado doméstico exportador. Essa medida é regida pelo Regulamento UE 2016/1036 de 8/6/2016. Os setores mais afetados são ferro, aço, eletrônicos e químicos;
- Direitos adicionais: incidem sobre mercadorias que requerem tarifa adicional do serviço aduaneiro, por exemplo, o controle veterinário para carnes;
- IVA (Imposto sobre Valor Agregado): na França existem três níveis:

a) IVA normal de 20%: aplicado a todas as transações envolvendo bens e serviços, para os quais não existe regulamentação específica;

b) IVA intermediário de 10%: aplicado a certos bens e serviços designados por lei, como por exemplo, reforma de imóveis visando melhorar habitações;

c) IVA reduzido de 5,5%: aplicado a certos produtos alimentícios ou fornecimento de gás e eletricidade; e

d) IVA reduzido de 2,1%: aplicado sobre os medicamentos reembolsados pelo sistema de saúde, bilhetes de espetáculos ao vivo ou imprensa escrita.

1.6. Sistema Geral de Preferências

Trata-se de sistema criado pela Comunidade Europeia em 1971, cujo objetivo foi eliminar ou reduzir substancialmente impostos de importação, que oneram os produtos primários e os produtos industrializados originários de países em desenvolvimento. As concessões de margens tarifárias preferenciais no SGP são unilaterais e não recíprocas. Esse sistema sofre alterações periódicas. Através do Regulamento da UE nº 978/2012, em vigor em 01/01/2014 e validade até 31/12/2023, o Brasil foi excluído da lista dos países beneficiários. Embora a validade seja 2023, poderá ocorrer modificações, com inclusão ou exclusão de beneficiários. Em 2013, o número de países beneficiários do SGP era de 177, em janeiro de 2017 caiu para 77.

2. Regulamentação de importação

Com exceção ao princípio de livre circulação, as importações de algumas mercadorias são, em razão de seu caráter sensível, submetidas às restrições de importação ou estritamente proibidas. A alfândega, em colaboração com outros órgãos administrativos, está encarregada da aplicação dos regulamentos nacionais e internacionais restritivos. Essas medidas de restrições ou proibições visam proteger a saúde pública, a defesa da ordem, garantir a segurança e a moralidade pública, além de resguardar o patrimônio cultural e o meio ambiente francês. Existem, também, controles específicos (mercadorias sujeitas à licença de importação).

2.1. Mercadorias submetidas a regulamentos de qualidade e de segurança obrigatórios

Os requisitos essenciais, para assegurar elevado nível de proteção da saúde, da segurança, do consumidor e do meio ambiente, são definidos por diretivas fundamentadas no artigo 114º do Tratado de Funcionamento da UE. Os seguintes organismos europeus são responsáveis pela criação das normas harmonizadas:

- CEN - Comitê Europeu de Normalisation (www.cen.eu);
- CENELEC – Comitê Europeu de Normalisation Électrotechnique (www.cenelec.eu);
- ETSI – Institut Europeu des Normes de Télécommunication (www.etsi.org/).

Na França as normas europeias (EN) são codificadas por NF-EN pela AFNOR (Association Française de Normalisation), entidade de utilidade pública sob a tutela do Ministério da Indústria. AFNOR é o membro francês do CEN (European Committee for Standardization) e da ISO (International Organization for Standardization). Também é responsável, na França, pela qualidade e certificação de produtos.

Regulamentos técnicos nacionais ou comunitários tornam obrigatórias as regras de qualidade e de segurança para determinados produtos ou grupo de produtos. No intercâmbio com terceiros países a aplicação dos regulamentos é controlada pela alfândega, no momento da importação.

Vale salientar que os produtos não regulamentados, dentro das condições normais de utilização, deverão apresentar a segurança legítima devida e não causem danos à saúde das pessoas. Em caso de perigo, através do Código de Consumo, as medidas podem ser tomadas de imediato, e a importação do produto em questão será suspensa.

Marcação “NF”

NF- Norme Française (Norma Francesa) é a marca de certificação que atesta a conformidade do produto com as características de segurança e/ou qualidade definidas no sistema de referência de certificação correspondente. É emitida pela AFNOR Certification - www.afnor.org. Embora não seja obrigatória, em certos segmentos como o da construção civil, é praticamente impossível conquistar um cliente sem a certificação NF ou o equivalente.

Marcação “CE” (“Conformité Européenne”)

A marcação “CE” foi criada nos termos da legislação europeia de harmonização técnica e é obrigatória para todos os produtos abrangidos por uma ou mais diretivas europeias, que o preveem explicitamente. É proibida para os produtos que não estão abrangidos por uma dessas diretrizes. A marcação CE confere ao produto o direito à livre circulação na União Europeia. Os fabricantes brasileiros interessados no mercado da UE deverão nomear um representante legal, estabelecido na UE, para assumir a responsabilidade pela marcação CE em seu produto.

No Anexo, encontram-se endereços de empresas acreditadas para os testes de conformidade.

Os interessados em saber se o seu produto está submetido à obrigação da marcação “CE” poderão consultar o sítio www.entreprises.gouv.fr/libre-circulation-marchandises/marquage-CE. Atualmente essa obrigação é aplicada aos seguintes produtos:

- Aparelhos elétricos utilizados em baixa tensão;
- Recipientes a pressão simples
- Segurança de brinquedos;
- Produtos para construção;
- Compatibilidade eletromagnética;
- Equipamento de proteção individual para prevenção de acidentes de trabalho;
- Máquinas e outros equipamentos de trabalho;
- Dispositivos médicos;
- Implantes médicos;
- Dispositivos médicos de diagnóstico in vitro;
- Aparelhos a gás;
- Explosivos de uso civil;
- Aparelhos e sistemas de proteção utilizados em atmosferas explosíveis;
- Barcos de lazer, suas peças e equipamentos;
- Elevadores e seus componentes;
- Equipamentos de pressão;
- Instrumentos de medição;
- Equipamentos radioeletrônicos;
- Equipamentos e terminais de telecomunicação e equipamentos herztianos;
- Instalações a cabo para transporte de pessoas;
- Instrumentos de pesagem manual;
- Artigos pirotécnicos;
- Limitação de substâncias perigosas nos equipamentos elétricos e eletrônicos.

2.2. Produtos submetidos à política comercial comum

Os requisitos essenciais, para assegurar elevado nível de proteção da saúde, da segurança, do consumidor e do meio ambiente, são definidos por diretivas fundamentadas no artigo 114º do Tratado de Funcionamento da UE. Os seguintes organismos europeus são responsáveis pela criação das normas ha

• Contingentes e cotas

Os contingentes tarifários permitem a isenção total ou parcial dos direitos aduaneiros para quantidade limitada de alguns produtos, como matérias-primas ou componentes cujas disponibilidades na UE sejam insuficientes. As compras de quantidades superiores àquelas fixadas no contingente poderão ser realizadas, mas em geral, os impostos a serem recolhidos tornam a importação inviável.

No caso de cotas, é fixada uma quantidade anual sobre a qual ocorre isenção total ou parcial dos direitos aduaneiros. Porém, diferentemente do contingente tarifário, no momento em que a quantidade predefinida for atingida a importação é suspensa. Em ambas as situações, o importador deverá estar de posse de licença de importação comunitária. Esses casos representam exceção à regra da TEC - Tarifa Externa Comum.

• Vigilância

Alguns produtos ficam sob vigilância. Para importar dentro da UE, o comprador deverá estar de posse do documento comunitário de vigilância. Essas medidas são também regidas por regulamentos publicados no JOCE. É o caso da maioria dos produtos alimentícios de origem animal e vegetal.

2.3. Mercadorias submetidas a restrições, autorização ou formalidades particulares

- Material de defesa, armas e munições;
- Algumas espécies animais e vegetais ameaçadas de extinção, partes e produtos originários dessas espécies. Normatizada pela Convenção de Washington (CITES) e pelo Regulamento CE 338/97, modificado pelos CE n°s 1332/2005 e 865/2006;
- Vegetais e suas preparações: o Decreto do Ministério da Agricultura e da Pesca, de 24/05/2006, regulamenta a importação de plantas e produtos vegetais. Vários vegetais têm entrada proibida na UE. Outros são submetidos a procedimentos específicos, devendo passar por um ponto de entrada na UE (PEC - Ponto de Entrada Comunitário), antes do desembarço, para controle fitossanitário. Se de acordo, o certificado é emitido pelo Serviço Regional de Proteção dos Vegetais. Esse certificado deverá ser apresentado à alfândega para o desembarço e deverá circular com a mercadoria enquanto a mesma não tiver sido desembarçada;
- Animais vivos e produtos animais: os animais vivos, os produtos de origem animal e os produtos alimentícios de origem animal: quando originários de terceiros países, listados no Anexo I da decisão comunitária n° 2007/275/CE de 17/04/2007, deverão ser submetidos a controle veterinário nos postos de inspeção nas fronteiras, ou no primeiro ponto de entrada na União Europeia. Atestado sanitário (certificado de passagem fronteiriço para os animais vivos ou certificado sanitário, “Anexo B” para os produtos animais) será emitido e deverá ser apresentado à alfândega com os outros documentos exigidos.
- Diversas outras mercadorias são submetidas à autorização ou a restrições particulares, tais como bebidas (alcoólicas ou não), tabaco, obras de metais preciosos, medicamentos, micro-organismos, toxinas, cereais, bens culturais, entre outros.

2.4. Importações proibidas

- Objetos e artigos falsificados;
- Objetos de qualquer natureza contendo imagens pornográficas envolvendo menores;
- Amianto ou produtos contendo amianto;
- Produtos contendo substâncias perigosas, como sais de chumbo e níquel;
- Vegetais e suas preparações (cascas de árvores, sementes, terras), cuja importação seja proibida na UE;
- Produtos de origem animal, objeto de proibições regulamentares nacionais ou comunitários em vigor;
- Mamadeiras em policarbonato produzidas a partir de 2,2-bis(4-hidroxifenil) propano, também conhecido como bisfenol-A;
- Couros ou peles de gatos e cães e quaisquer produtos que os contenham.

2.5. Importação via postal

Documentos e mercadorias com valor inferior à 8000 DTS -Droit de Tigare Spécial (trata-se de uma referência internacional que varia diariamente e situa-se entre € 1 e € 1, 20) passam por procedimento de desembaraço simplificado através da Declaração CN23. Mercadorias ou amostras com valor superior a 8.000 DTS passam pelo procedimento normal, através do preenchimento do formulário DAU (Documento Administrativo Único), além da Declaração CN 23. As formalidades junto à Alfândega são realizadas pelos Correios.

2.6. Bens destinados a feiras e exposições

Materiais destinados a feiras e exposições poderão ser importados em caráter temporário. É necessário entrar com pedido de autorização prévia junto à alfândega e depositar caução correspondente ao valor dos direitos e taxas da mercadoria em questão. No momento da saída da mercadoria, dentro do prazo estipulado, a caução será devolvida.

2.7. Normas sanitárias

As medidas sanitárias e fitossanitárias representam grande obstáculo ao acesso de produtos agrícolas no mercado da UE. No campo específico de produtos de origem animal, a UE exige que os estabelecimentos exportadores de terceiros países sejam habilitados pela Comissão Europeia. O processo de habilitação requer que o país terceiro (no caso do Brasil, o Ministério da Agricultura) estabeleça, para cada categoria de produto, lista de estabelecimentos e forneça garantias de que os mesmos estão de acordo com os padrões comunitários de saúde pública e animal. Tal lista é submetida à Comissão para aprovação, assim como toda e qualquer emenda posterior. O processo de habilitação é geralmente lento. Em razão das grandes crises sanitárias nos últimos anos, como a doença da “vacca louca” e a “gripe aviária”, as medidas sanitárias estão cada vez mais rígidas. Maiores informações sobre as medidas sanitárias em vigor na UE poderão ser consultadas no sítio: https://ec.europa.eu/health/home_en

No que se refere aos produtos químicos, ou produtos que contenham alguma substância química nos seus componentes, ou no seu processo de fabricação, são regulados pela legislação denominada REACH- Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals. Esse regulamento entrou em vigor em 1º de junho de 2007, substituindo os inúmeros textos legislativos existentes.

O REACH impõe à indústria a responsabilidade de estimativa e administração dos riscos inerentes aos produtos químicos, assim como o fornecimento das informações de segurança adequada a seus usuários. O REACH é aplicado, em princípio, a todas as substâncias químicas, não somente aquelas utilizadas nos processos industriais, também naquelas encontradas no cotidiano das pessoas, por exemplo, nos produtos de limpeza, nas pinturas e até mesmos nos artigos de vestuário, móveis e aparelhos elétricos.

Todos os fabricantes e importadores de substâncias químicas ou produtos contendo substâncias químicas estão obrigados a identificar e administrar os riscos associados às substâncias em questão. No caso de substâncias produzidas ou importadas em quantidades anuais superiores a 1 tonelada, os fabricantes ou os importadores deverão comprovar que os dispositivos previstos pelo REACH são respeitados, através de registro junto a ECHA- European Chemicals Agency. Maiores informações poderão ser obtidas no sítio: <https://echa.europa.eu/pt/regulations/reach/understanding-reach>.

2.8. Embalagens e rótulos

A União Europeia adotou regulamentação sobre rotulagem e apresentação de produtos alimentícios, destinada a orientar o consumidor sobre o conteúdo do produto. O Estado-Membro onde o produto é comercializado poderá exigir que a etiqueta seja em um ou em vários idiomas oficiais da UE. É possível utilizar pictogramas, desde que a interpretação dos mesmos não deixe qualquer dúvida. Informação detalhada pode ser encontrada em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:co0019&from=PT>.

2.9. Marcas e patentes

É possível patentear um produto ou uma marca em vários países (mais de 30), através de único depósito junto ao OEB - Office Européen des Brevets. Uma vez obtido o certificado da patente, basta depositar cópia (traduzida para a língua oficial dos diferentes países de interesse), no órgão competente respectivo. O órgão competente na França para marcas e patentes é o INPI (Institut National de la Propriété Industrielle). Os endereços do OEB e do INPI encontram-se no final deste guia.

3. Documentos e formalidades

Os documentos necessários para o desembaraço de mercadorias na França são:

- Fatura comercial;
- Romaneio de embarque (*packing list*): não é obrigatório, mas facilita o desembaraço;
- Conhecimento de embarque (*Bill of Lading ou AWB (Air Way Bill)*);
- Certificado sanitário ou fitossanitário (quando aplicável); e
- Outros certificados ou licenças (quando aplicáveis).

A fatura comercial, o conhecimento de embarque e os eventuais certificados deverão ser providenciados pelo exportador brasileiro e os originais deverão ser remetidos ao importador francês. As licenças deverão ser providenciadas pelo importador francês. É importante seguir as instruções do importador quanto à documentação a ser fornecida, a fim de evitar qualquer dificuldade para o desembaraço alfandegário.

3.1. Formalidades para o desembaraço alfandegário da mercadoria

Para as mercadorias importadas e provenientes de países não-membros da UE, a declaração de importação é feita no formulário denominado DAU (Documento Administrativo Único) pelo importador ou por seu representante.

Todas as importações estão sujeitas a inspeções pelas autoridades aduaneiras no porto, aeroporto ou em outro ponto de entrada no país. Após a inspeção, controle dos documentos e pagamento dos tributos, a liberação da mercadoria é imediata e passa a ser considerada como “em livre circulação”. As formalidades de desembaraço são, geralmente, feitas por empresas de despacho aduaneiro.

3.2. Regime cambial

Não há restrições nem controle cambial nas importações. Poderão ser aceitos, sem restrições, créditos dos fornecedores e os pagamentos poderão ser feitos em qualquer moeda conversível.

4. Regimes especiais

Existem vários regimes especiais de liberação alfandegária, antigamente denominados “regimes econômicos”:

4.1. Regime “Armazém Alfandegário”

Permite ao importador estocar a mercadoria em depósito alfandegário sem recolher os impostos. A vantagem desse regime é a constituição de estoque, por tempo indeterminado, sem o recolhimento dos impostos. O depósito pode estar localizado em um país-membro e as formalidades serem cumpridas em outro país-membro. As mercadorias não poderão sofrer nenhuma transformação dentro do depósito, exceto manipulações simples visando resguardar o bom estado da mercadoria.

4.2. Regime “Aperfeiçoamento Ativo” (*drawback*)

Trata-se de importação de peças ou de matérias-primas que serão transformadas ou incorporadas a outros produtos com a finalidade de exportação. Esse regime poderá ser feito em duas modalidades:

- Sistema de suspensão: se houver certeza da reexportação da mercadoria para fora do território da UE, esse é o mais adequado. Não há nenhum recolhimento de impostos ou taxas;
- Sistema de reembolso: é aconselhado para os casos em que a reexportação for parcial. Nesse caso, os direitos e taxas são recolhidos e reembolsados no momento da reexportação. Vale lembrar que os itens importados deverão ser “identificáveis” nos produtos acabados, objeto da reexportação

4.3. Regime “Aperfeiçoamento Passivo”

Possibilita a exportação temporária de produtos comunitários para montagem, remontagem, processamento ou reparação em país terceiro e, em seguida, reimportar os produtos compensadores para isenção total ou parcial dos direitos de importação.

A concessão do regime está subordinada ao fato dos produtos comunitários exportados serem identificáveis na composição do produto compensador e que a concessão da autorização não afete os interesses essenciais dos transformadores comunitários. O período de validade da autorização é limitado a 5 anos e leva em consideração as necessidades expressadas pelo requerente.

A execução do regime é efetuada mediante a apresentação de declaração de reimportação. A reimportação pode ser realizada por outro operador, além do titular, desde que tenha obtido o consentimento do mesmo. Essas formalidades podem ser realizadas de acordo com o procedimento de direito comum (DAU) ou usando um procedimento simplificado.

4.4. Regime “Importação temporária”

Esse regime de importação permite, sob determinadas condições, importar com exoneração total ou parcial dos direitos e taxas, com vistas à utilização temporária, tais como, exposições em feiras, testes, amostras comerciais. É necessário entrar com o pedido de autorização prévia junto à alfândega e efetuar depósito de caução. O valor desse depósito é o valor correspondente aos direitos e taxas da mercadoria em questão. No término do prazo estipulado, as mercadorias deverão ser reexportadas e a caução devolvida.

VI. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

1. Canais de distribuição

Os quatro grandes circuitos de distribuição no mercado francês são:

- Tradicional: formado por atacadistas especializados, atacadistas multiprodutos e multimarcas, cadeias de varejistas e varejistas independentes, lojas de departamento, lojas populares, feiras livres e vendas porta-a-porta;
- Hipermercados e supermercados;
- CHR (“collectivités, hôtels et restaurants”): Cantinas, hotéis e restaurantes;
- E-comércio

1.1. Circuito tradicional

No canal tradicional destacam-se as redes de lojas (cadeias de varejistas), as cooperativas e as lojas especializadas. As redes ocupam espaço importante e foram organizadas com o objetivo de fortalecer o peso econômico dos atores e liberar o poder coletivo de compra e de negociação. As redes envolvem o desenvolvimento de estruturas compartilhadas no campo de sistemas de informação, treinamento, logística, divulgação e outras atividades. Essas redes, no circuito tradicional, realizam a grande maioria das vendas a varejo, deixando pouco espaço para varejistas independentes.

A melhor forma de abordar esse canal é através de importador-distribuidor, que trabalhe com diversos produtos e tenha capacidade de venda em todo o território. Em geral, a compra desses varejistas, por item, é pequena, o que implica na necessidade de distribuidor multiprodutos para viabilizar as visitas dos vendedores.

No geral, um produto não-alimentício nesse circuito de atacadista, chega ao consumidor final com valores de quatro, cinco e até seis vezes o valor FOB da mercadoria.

1.1.1. Lojas de departamento

As principais lojas de departamento na França são:

- Galeries Lafayette (www.galerieslafayette.com);
- Le Printemps (www.printemps.com);
- BHV (www.bhv.fr);
- Le Bon Marché (www.lebonmarche.fr).

Estão localizadas nos centros das cidades e em centros comerciais de grandes aglomerações. A clientela tem alto poder aquisitivo e a grande maioria é de turistas. O ponto forte dessas lojas é a moda, cuja oferta é composta unicamente de marcas renomadas. Os saldos e promoções geram um pico no movimento e representam bom volume de vendas, no caso do Le Printemps, por exemplo, 12% das vendas são realizadas durante as promoções.

O número de pontos de venda na França foi de 101 em 2016, dos quais Galeries Lafayette e BHV (59), Le Printemps (20), Le Bon Marché (2) e outros (20). Em consequência da baixa no turismo, pelos atentados terroristas, as lojas de departamento passaram por momentos difíceis nos últimos dois anos, com retração de 13% nas vendas em 2016.

1.1.2. Lojas Multicomércio

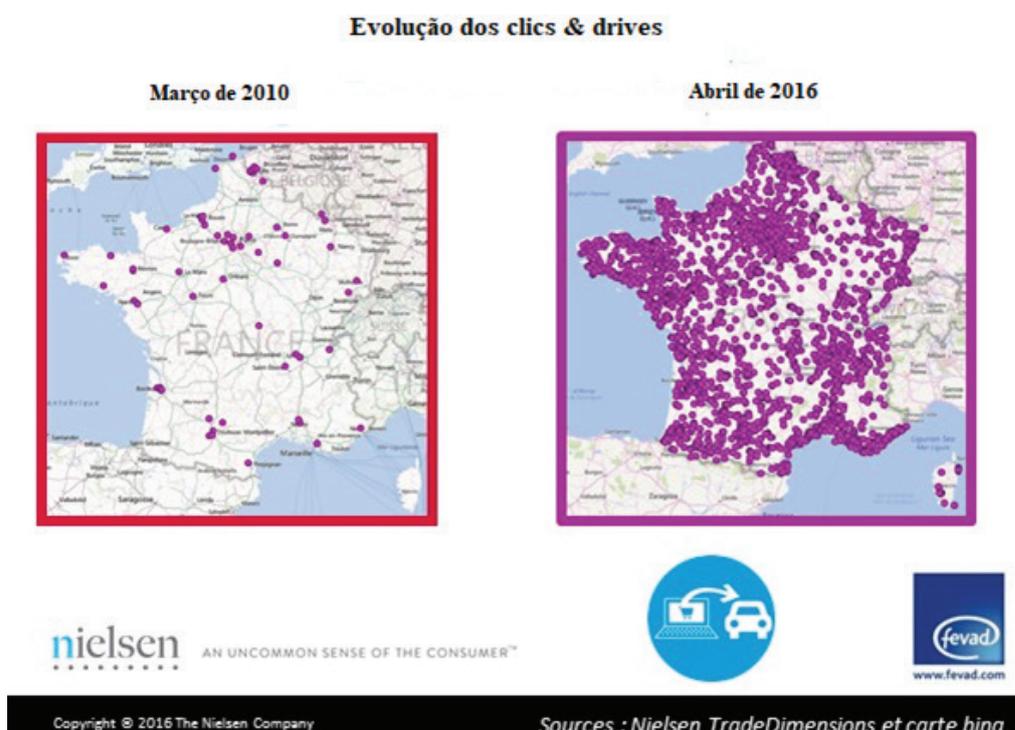
Chamadas antigamente de lojas populares, o melhor representante desse segmento é o Monoprix que possui 304 pontos de venda, espalhados em todo o território francês. Entre 1 e 2/3 das suas vendas são de produtos alimentícios, sendo seu alvo a clientela urbana (do bairro) de categoria sócio profissional elevada.

1.2. Hipermercados (denominados de "grandes superfícies" ou grande distribuição)

Os hipermercados (superfícies entre 2.501 a 20.000m²) representam 50% da rede denominada de grande distribuição. Existem mais de 2.000 hipermercados e mais de 10.000 supermercados na França (superfícies entre 400 a 2.500m²). Movimentam anualmente cerca de 110 bilhões de Euros em negócios. Oito grupos dominam esse segmento, seis são franceses e dois alemães.

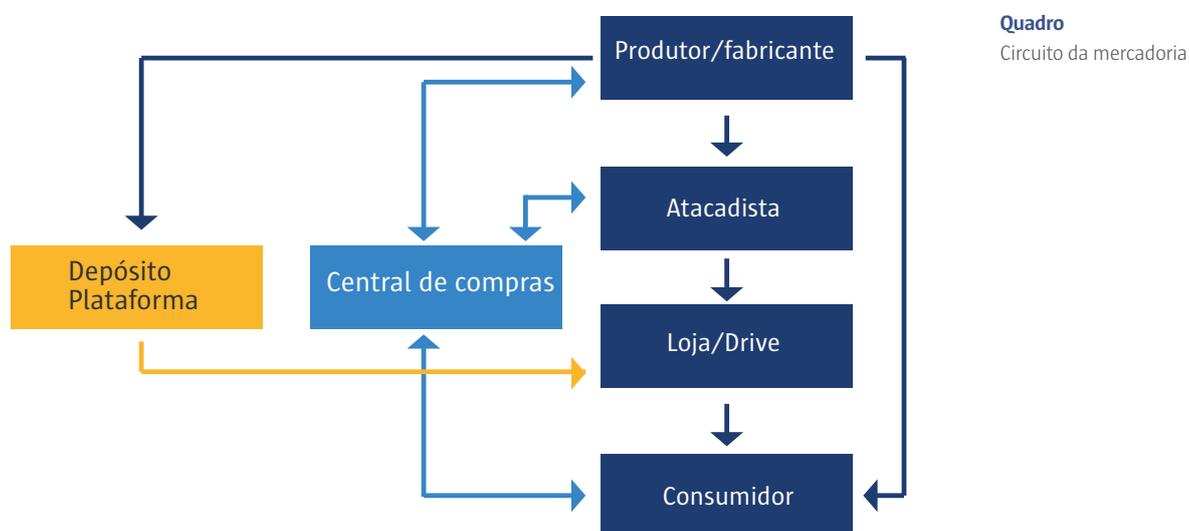
O Carrefour e Leclerc dominam o setor com 40% do volume de negócios. O Carrefour possui o maior número de supermercados e o Leclerc, o maior número de hipermercados. Atrás deles estão os grupos Intermarché, Casino, Système U, Auchan e os alemães Lidl e Aldi. Para vencer a forte concorrência, esses grupos têm aproximado suas centrais de compras com o objetivo de negociar preços mais competitivos junto aos fornecedores. Em 2014, o grupo Auchan e Sistema U criaram central de compras em comum e o mesmo ocorreu com Casino e Intermarché e com Carrefour e Cora.

Esses grandes grupos intensificaram as vendas on line oferecendo ao cliente a possibilidade de entrega em domicílio ou a retirada da sua compra em depósitos denominados "Clicks" ou "Drives". Essa inovação teve rápida expansão nos últimos anos, como ilustra o mapa abaixo.



Outra estratégia foi a abertura de pequenos pontos de vendas nas cidades. O grupo Carrefour está implantando nos centros urbanos as marcas Carrefour Express, Carrefour City e Proxi. O grupo Auchan lançou a marca A2pas, o Casino possui Monoprix, Casino Shop, e SPAR. Paralelamente, alguns grupos têm uma marca harddiscount, como por exemplo, Leader Price do grupo Casino e Ed do grupo Carrefour.

A negociação para entrada nesse segmento ocorre com as centrais de compras. Não sendo uma marca de renome, essa negociação é dificultada. Para o exportador brasileiro, o caminho mais fácil seria através de um atacadista já fornecedor da cadeia desejada.



1.2.1. Estratégia da MDD (“Marque Du Distributeur” – Marca do Distribuidor)

O grupo Casino foi o primeiro a lançar produtos com sua própria marca. Em seguida outras cadeias como Monoprix também o fizeram. Após a segunda guerra mundial essa estratégia foi arma eficiente contra as falências de fornecedores. O nascimento da MDD (marca do distribuidor) ocorreu em 1976, quando o Carrefour lançou linha de produtos sem marca a preço inferior ao das grandes marcas. Em 1985, o Carrefour lançou sua própria marca, os grupos Auchan e Leclerc fizeram o mesmo em 1990.

Após crescimento contínuo, essas marcas passaram por período de quase estagnação desde 2012, em benefício das marcas nacionais e das marcas das pequenas e médias empresas. Em 2014, as MDD representavam 27,8% da oferta dos hiper e dos supermercados, contra 29,8% em 2012.

Essa perda pode ser explicada pela guerra de preços entre as cadeias de supermercados, quando as grandes marcas foram obrigadas a reduzir seus preços, tornando a diferença entre a marca do distribuidor e a grande marca menos atrativa. Em 2015, o preço médio de uma MDD representava 80% do preço da grande marca, enquanto essa relação era de 71% em 2014 e de 67% em 2013. Em dezembro de 2015 a redução de preços das grandes marcas foi de 1,5% e nas MDD de apenas 0,2%.

As cadeias de supermercados necessitam desses produtos para garantir nível de margem inexistente com as grandes marcas. As vendas de produtos MDD a baixos preços estão em declínio, porém observa-se boa performance dos MDD "premium" e orgânicos.

1.2.2. Supermercados “*hard discount*”

Originário da Alemanha, esse sistema denominado "*hard-discount*" chegou no norte da França em 1990. O conceito inicial privilegiava a eficiência logística e oferta reduzida, simplificando a escolha do consumidor. Após 25 anos, houve uma evolução do conceito, a maioria dos atores desse circuito passou a ofertar produtos mais variados e mais qualitativos. O design dos pontos de vendas foi melhorado e as técnicas de marketing e promoções foram intensificadas. O termo "*hard-discount*" passou a ter uma conotação pejorativa e sofreu retrações nos últimos anos. Esse segmento chegou a representar 15% das vendas de produtos alimentícios, hoje não chega a 10%.

Paralelamente, as redes de hiper e supermercados aumentaram o leque de produtos em promoção, atraindo a clientela em busca de preços baixos, além da abertura de unidades pequenas nos centros urbanos. Segundo a empresa de pesquisas Nielson, hoje o critério de diferenciação entre as redes de supermercados tradicionais e as redes "*hard-discount*" é o peso das marcas próprias: representam mais de 75% da oferta nas redes "*hard-discount*", contra 25% nas redes tradicionais. Como Nielson, a maioria das empresas de pesquisas substituiu o termo "*hard-discount*" por "SDMP" - Supermercado com domínio de marcas próprias.

Na França, 3 cadeias representam 80% dos pontos de vendas desse segmento: Lidl com 1.482 pontos de venda, Aldi (892) e Leader Price (775).

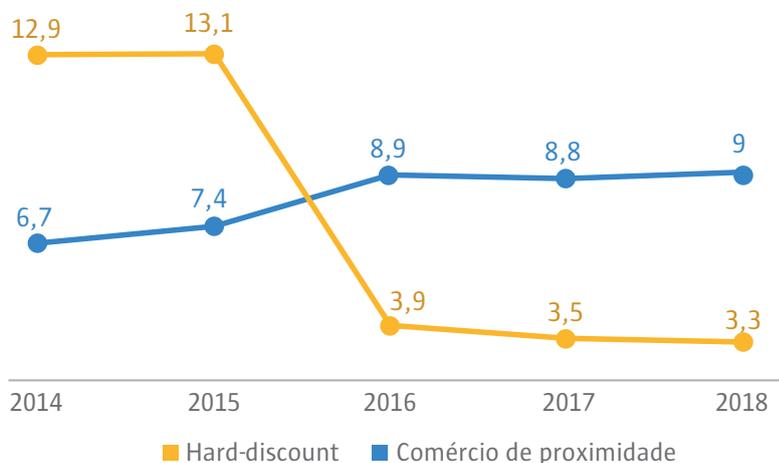


Gráfico 16
Participação do mercado do HARD DISCOUNT

Fonte: Nielsen, Etude Prospective

1.3. Circuito CHR (“Collectivités, Hôtels et Restaurants”) – cantinas, hotéis e restaurantes

Circuito muito segmentado que representa grande potencial, principalmente para o setor agroalimentar. Cerca de 4 mil atacadistas asseguram a distribuição de produtos e/ou componentes alimentícios, bebidas, equipamentos e materiais junto a cantinas, restaurantes, hotéis, padarias, lojas de conveniência, casas de diversão, etc. Esses atacadistas estão organizados da seguinte forma:

- Atacadistas "full line": oferta completa de todos os produtos destinados a profissionais do *food service*;
- Atacadistas tradicionais: oferta composta de produtos secos (cereais, condimentos, etc.), congelados (polpa de frutas, carnes, legumes, etc.), produtos de manutenção e limpeza e pequenos equipamentos;
- Atacadistas especializados: oferta composta de produtos técnicos destinados a profissionais específicos, tais como padarias, confeitarias, etc.;

- *Cash & Carry*: depósitos em *self-service* ofertando produtos alimentícios, bebidas e também equipamentos e produtos de manutenção;
- Logística: empresas prestadoras de serviços de logística, gestão de estoques e compras.

O segmento dos restaurantes passou por forte queda de frequência em 2015 e 2016, em consequência da diminuição do turismo, sobretudo em Paris. Contudo, 2017 apresenta melhores resultados, confirmados pelo movimento crescente de abertura de novos estabelecimentos.

A empresa *Gira Foodservice* (www.girafoodservice.com) publica anuário com lista completa de todos os atores envolvidos nesse circuito de distribuição.

1.4. E-comércio

A boa performance do e-comércio francês deve-se ao aumento constante das compras de bens e serviços on line, o que tornou ato cotidiano para a maioria dos franceses. Em 2016, 2/3 dos franceses com idade entre 16 e 74 anos fizeram pelo menos uma compra via Internet, bem superior à média europeia que é de 53%.

Com estimativa de volume de negócios superior a 80 bilhões de Euros em 2017, a França ocupará o 5º lugar do e-comércio mundial e o 3º da União Europeia, cujos líderes são Reino Unido e Alemanha.

A França possui muita tradição na venda por correspondência. A cada ano, o catálogo dos maiores atores do setor era esperado em todo o país. Aos poucos essas empresas foram se readaptando ao comércio *on line*. Em agosto de 2017, o grupo Galeries Lafayette adquiriu participação de 51% do capital da renomada empresa de venda por correspondência La Redoute. A aproximação dessas duas empresas, e a complementaridade mútua permitirá o surgimento de novo líder do e-comércio especializado em artigos de moda (vestuário e acessórios) e de casa (utensílios, decoração, móveis, eletrodomésticos, cama e mesa, etc.).

Ano	Valor (bilhões de euros)
2013	49,5
2014	55,0
2015	62,9
2016	72,0
2017(e)	81,7
2018(p)	91,7

Fonte: FEVAD
(e) estimativa
(p) previsão

Tabela 24
E-comércio: volume de negócios

Ano	Número
2008	47.300
2009	64.100
2010	81.900
2011	100.400
2012	117.500
2013	138.000
2014	164.200
2015	182.000
2016	204.000

Fonte: FEVAD

Tabela 25
Número de sítios de comércio na França

Ranking	Sítio	Ano de Lançamento	Especialidade
1	www.amazon.fr	2000	generalista
2	www.cddiscount.com	1998	generalista
3	www.vente-privee.com	2001	venda privada
4	www.ebay.fr	2001	generalista
5	www.zalando.fr	2010	moda
6	www.priceminister.com	2001	generalista
7	www.chronodrive.com	2004	alimentos
8	www.showroomprive.com	2006	venda privada
9	www.ldlc.com	1996	high tech
10	www.oscaro.com	2001	autopeças

Fonte: FEVAD

Tabela 26
10 principais sítios de comércio em volume de negócios

2. Promoção de vendas

Algumas das práticas mais utilizadas no mercado francês são:

- **Concursos e loterias**

Muito utilizados para atrair a atenção do consumidor, oferecendo-lhe a possibilidade de ganhar prêmios em dinheiro ou em mercadorias. Esse tipo de promoção é fortemente regulamentado; a legislação estabelece o percentual máximo do prêmio em relação ao preço do produto.

- **Bônus de redução**

Podem ser distribuídos aos consumidores por mala direta, na embalagem do produto e/ou em encartes publicitários em revistas ou jornais.

- **Distribuição de amostras e/ou degustação**

É bastante utilizada nos supermercados, porém representa custo elevado devido ao grande número de pontos de venda nas cadeias de supermercado.

- **Feiras e salões**

As feiras são um bom meio de promover os produtos aos intermediários ou ao consumidor final. Além do cuidado na escolha da feira apropriada ao produto, é necessário dispor de catálogos e prospectos em francês.

- **Material para os pontos de venda**

É comum os varejistas solicitarem participação do fornecedor para melhor apresentação do produto no ponto de venda, como por exemplo, “displays”, “folders” e outros.

2.1. Publicidade

O quadro, a seguir, mostra a participação dos meios de comunicação no total dos investimentos em publicidade. Observa-se que a Internet ultrapassou a TV, líder no mercado durante décadas.

Veículo	%
Internet	28,0%
TV	27,0%
Imprensa escrita	25,0%
Cartazes	10,0%
Rádio	3,4%
Cinema	0,6%
Outros	6,0%

Tabela 27
Mercado publicitário francês

Fonte: Kantar Media.

3. Práticas comerciais

3.1. Formas e prazos de pagamento

Em geral o mercado efetua seus pagamentos por duplicatas em prazo de 60 dias, sem incluir o mês da compra. Os supermercados e lojas de departamento trabalham com prazos maiores. As cartas de crédito não são uma prática bem aceita devido seu custo elevado e rigidez, exceto junto aos grandes atacadistas/importadores e Centrais de Compras. Os pagamentos contra documentos ou por cobrança bancária são os mais correntes no mercado tradicional.

Vale lembrar que um pedido assinado pelo cliente representa um documento legal.

3.2. Modalidades de venda

Ainda que a venda seja realizada na modalidade FOB (free on board), quando da visita ou contato com o comprador é indispensável dispor das informações na modalidade CIF (Cost Insurance Freight), ou seja, com os custos de seguro e frete. Essas informações são importantes para que o cliente possa fazer uma comparação imediata com sua fonte de fornecimento atual ou analisar a viabilidade da importação.

3.3. Cumprimento dos prazos

É aconselhável muito rigor no cumprimento dos prazos acordados. Esse aspecto tem grande importância no mercado.

3.4. Preços

Habituaados com uma economia com inflação baixa, o mercado não entende as mudanças de preços no decorrer do ano. Em geral, trabalham com as mesmas tarifas no ano, de janeiro a dezembro.

VII. RECOMENDAÇÕES ÀS EMPRESAS BRASILEIRAS

O primeiro passo para a abordagem do mercado francês é saber se o produto poderá encontrar espaço no mercado. Um estudo, mesmo que sucinto, permitirá identificar a concorrência e o canal de distribuição mais apropriado, assim como constatar sua competitividade em termos de preços. Esse estudo irá identificar também quais as adaptações que o exportador brasileiro deverá fazer no seu produto. O exportador deverá estar ciente que nem sempre será possível comercializar o produto tal qual é comercializado no mercado interno.

Para determinados produtos são necessárias certificações ou credenciamentos da empresa, como é o caso de alguns produtos alimentícios. No final deste guia, o exportador encontrará endereços de empresas habilitadas para a certificação CE, obrigatória para a comercialização de vários produtos no mercado da União Europeia. As certificações de qualidade voluntárias, por exemplo, a norma ISO 9001 e suas diversas versões, elevam a imagem do exportador brasileiro.

Um estudo de mercado poderá custar entre US\$ 500 a milhares de dólares. Existem estudos disponíveis a preços relativamente baixos, pois os mesmos são genéricos e difundidos em grande escala. (Ver Anexo, endereços de empresas que dispõem de catálogo de estudos já prontos e estão aptas também à elaboração de personalizados).

Com o estudo em mãos, será possível elaborar a estratégia de abordagem do mercado. Uma vez conhecido o canal alvo, a identificação dos importadores/distribuidores a serem contatados será mais fácil através de órgãos no Brasil ou na França, como por exemplo, o sítio Invest & Export Brasil do Ministério das Relações Exteriores (www.investexportbrasil.gov.br), a Câmara de Comércio e Indústria da França (www.cci.fr) e o Setor de Promoção Comercial (SECOM) da Embaixada do Brasil em Paris (secom.paris@itamaraty.com.br – Tel.: (+33)1 4561 6380).

Os primeiros contatos poderão ser realizados por e-mail ou por telefone. Os catálogos e documentos enviados deverão estar, preferencialmente, no idioma francês e conter informações claras e precisas dos produtos. A participação em feiras representa ótima oportunidade para iniciar contato com futuros clientes. É raro concretizar negócios durante as feiras, mas é frequente obter resultados positivos no período pós-feira. (lista das principais feiras encontra-se no Anexo)

A designação de representante comercial poderá ser o meio mais rápido e mais econômico para a colocação dos produtos no mercado. Um representante com bom conhecimento do mercado saberá identificar o canal mais apropriado para o produto, sobretudo junto ao circuito tradicional. Dispor de um contato na França (representante ou importador/distribuidor) é fator de segurança.

Os contratos com representantes deverão ser feitos por período experimental, fixando metas a serem atingidas. Esses contratos são regidos pelas leis francesas. As remunerações são feitas, na maioria dos casos, por comissões sobre as vendas. Para evitar problemas de pagamento, é possível obter informações financeiras das empresas francesas e contratar seguro de crédito junto à COFACE- Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur. (endereço no Anexo).

Vale salientar que a evolução dos negócios com empresários franceses é gradual. O começo será sempre modesto, a velocidade da evolução dependerá da aceitação do produto no mercado e também da eficácia do processo de compra e de logística. O não cumprimento do acordo (prazos, preços, qualidade, etc.) poderá comprometer a continuidade do negócio.

O exportador brasileiro deverá dirigir-se aos empresários franceses pelo sobrenome e com formalidade. O cumprimento informal deve ser evitado. O domínio do idioma francês representa uma vantagem, mas hoje é frequente a comunicação em inglês no meio empresarial.

ANEXOS

I – ENDERECOS

1. Órgãos oficiais brasileiros na França

Embaixada do Brasil em Paris

34 Cour Albert 1er

75008 - Paris

Tel.: (+33)1 4561 6380 (SECOM)

E-mail: secom.paris@itamaraty.gov.br

<http://paris.itamaraty.gov.br>

Consulado-Geral do Brasil em Paris

65 Avenue Franklin Delano Roosevelt

75008 - Paris

E-mail: consulat.cgparis@itamaraty.gov.br

<http://cgparis.itamaraty.gov.br>

Delegação do Brasil junto à Unesco

1 Rue Miollis

75732 - Paris - Cedex 15

Tel.: (+33)1 4568 2901

E-mail: dl.brazil@unesco-delegations.org

<http://brasunesco.itamaraty.gov.br/pt-br>

2. Órgãos oficiais franceses

2.1. No Brasil

Embaixada da França

SES - Avenida das Nações, Lote 04 Quadra 801

70404-900 - Brasília - DF

Tel.: (61) 3222-3999

www.ambafrance.org.br

Câmara do Comércio França-Brasil - CCIFB

Tel.: (+55) 11 3060-2290

E-mail: ccfbbsp@ccfb.com.br

www.ccfb.com.br

2.2. Na França

Câmaras de Comércio

CCI Paris Ile-de-France (Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris-Ile de France)

www.cci-paris-idf.fr

CCI FRANCE - Chambre de Commerce et d'Industrie de France

www.cci.fr

CCBF - Chambre de Commerce du Brésil en France

E-mail: contact@ccbf.fr

www.ccbf.fr

CCI Iles de Guadeloupe (Chambre de Commerce et d'Industrie des Iles de Guadeloupe)

E-mail: contact@guadeloupe.cci.fr

www.guadeloupe.cci.fr

CCIM-Chambre de Commerce et d'Industrie de Martinique

E-mail: contact@martinique.cci.fr

www.martinique.cci.fr

www.reunion.cci.fr

E-mail: sg.dir@reunion.cci.fr

www.reunion.cci.fr

2.3. Principais entidades de classe

AACC - Association des Agences-Conseils en Communication (Associação das Agências de Consultorias em Comunicação)
www.aacc.fr

ANIA - Association Nationale des Industries Alimentaires (Associação Nacional das Indústrias Alimentícias)
E-mail: infos@ania.net
www.ania.net

Armateurs de France (Armadores da França)
E-mail: info@armateursdefrance.org
www.armateursdefrance.org

CAPEB - Confédération de l'Artisanat et des Petites Entreprises du Bâtiment (Confederação de Artesanato e de Pequenas Empresas da Construção Civil)
www.capeb.fr

CCFA - Comité des Constructeurs Français d'Automobiles (Comitê dos Fabricantes Franceses de Automóveis)
www.ccfa.fr

CDCF- Conseil du Commerce de France (Conselho do Comércio da França)
E-mail: contact@cdcf.com
www.cdcf.com

CFQ - Fédération Française de la Quincaillerie, Fournitures industrielles, Bâtiment, Habitat (Federação Francesa de Ferragens, Suprimentos Industriais, Construção, Habitação)
E-mail: secretariat@ffq-france.org
www.francequincaillerie.com

CGI- Confédération Française du Commerce de Gros et International
(Confederação Francesa do Comércio Atacadista e Internacional)

E-mail: cgi@cgi-cf.com

www.cgi-cf.com

CINOV – Fédération des Syndicats des Métiers de la Prestation Intellectuelle du Conseil,
de l'Ingénierie du Numérique (Federação dos Sindicatos das Profissões de Prestação Intelectual
de Consultoria e Engenharia Digital)

www.cinov.fr

CNPA - Conseil National des Professions de l'Automobile
(Conselho Nacional das Profissões do Automóvel)

www.cnpa.fr

COPACEL - Union Française des Industries des Cartons, Papiers et Celluloses
União Francesa das Indústrias de Papelão, Papel e Celulose

www.copacel.fr

FEBEA - Fédération des Entreprises de la Beauté
(Federação das Empresas de Produtos de Beleza)

www.febea.fr

FBF - Fédération Bancaire Française
(Federação Bancária Francesa)

www.fbf.fr

FCD - Fédération du Commerce et de la Distribution
(Federação do Comércio e da Distribuição)

www.fcd.fr

FCJTF - Fédération Française des Entreprises de Gros, Importation, Exportation
en Chaussures, Jouets, Textiles.

(Federação Francesa de Empresas Atacadistas de Importação e Exportação de Calçados,
Jogos e Têxteis)

E-mail: fcjt@fcjt.org

www.fcjt.org

FEDA- Fédération des Syndicats de la Distribution Automobile
(Federação dos Sindicatos da Distribuição de Automóveis)
E-mail: info@feda.fr
www.feda.fr

FEDENE - Fédération des Services Energie Environnement
(Federação de Serviços de Energia Ambiental)
E-mail: communication@fedene.fr
www.fedene.fr

FEDIN – Fédération de la Distribution Industrielle
(Federação da Distribuição Industrial)
E-mail: cgi@cgi-cf.com

FEFIS - Fédération Française des Industries de Santé
(Federação Francesa das Indústrias da Saúde)
E-mail: contcat@fefis.fr
www.fefis.fr

FENNTISS – Fédération Nationale du Tissu
(Federação Nacional do Tecido)
E-mail: ph.lasseigne@fenntiss.com
www.fenntiss.com

FFB- Fédération Française du Bâtiment
(Federação Francesa de Construção)
www.ffbatiment.fr

FFTB- Fédération Française des Tuiles et Briques
(Federação Francesa de Telhas e Tijolos)
www.fftb.org

Fédération Française de la Chaussure
(Federação Francesa de Calçado)
Tel.: (+33) 1 4471 7171

FFF- Fédération Française de la Franchise
(Federação Francesa de Franquia)
E-mail: info@franchise-fff.com
www.franchise-fff.com

FGME – Fédération des Grossistes en matériel électrique
(Federação dos Atacadistas de Material Elétrico)
E-mail: secretariat@fgme.fr
www.fgme.fr

FIB- Fédération de l'Industrie du Béton
(Federação da Indústria de Concreto)
E-mail: fib@fib.org
www.fib.org

FIEV -Fédération des Industries des Equipements pour Véhicules
(Federação das Indústrias de Equipamentos para Veículos)
www.fiev.fr

FJP - Fédération Française des Industries du Jouet-Puériculture
(Federação Francesa das Indústrias de Brinquedos/Puericultura)
www.fjp.fr

FIM - Fédération des Industries Mécaniques
www.fim.net

FIPEC - Fédération des Industries de Peintures, Vernis, Couleurs
(Federação das Indústrias de Pintura, Verniz, Cores)
www.fipec.org

Fédération des Industries du Verre
(Federação das Indústrias de Vidro)
E-mail: contact@fedeverre.fr
www.fedeverre.fr

Fédération de la Plasturgie et des Composites
(Federação de Plásticos e Composites)
www.laplasturgie.fr

FNB - Fédération Nationale des Boissons
(Federação Nacional de Bebidas)
E-mail : contactfnb@fnb-info.fr

FNB - Fédération Nationale du Bois
(Federação Nacional de Madeira)
E-mail: infos@fnbois.com
www.fnbois.com

FNADE - Fédération Nationale des Activités de la Dépollution et de l'Environnement
(Federação Nacional das Atividades de Despoluição e Controle Ambiental)
www.fnade.org

FNBM-Fédération Française du Négoce de Bois et des Matériaux de Construction
(Federação Francesa do Negócio de Madeira e de Materiais de Construção)
E-mail: contact@fnbm.fr
www.fnbm.fr

FNAS - Fédération Française des Négociants en Appareils Sanitaires, chauffage, climatisation
et canalisations.
(Federação Francesa dos Negociantes de Aparelhos Sanitários, Calefação, Climatização
e Canalizações)
E-mail: fnas@fnas.fr
www.fnas.fr

FNB – Fédération Nationale des Boissons
(Federação Nacional de Bebidas)
E-mail: contactfnb@fnb-info.fr
www.fnb-info.fr

FND - Fédération Nationale de la Décoration

(Federação Nacional da Decoração)

E-mail: contact@federation-decoration.fr

www.federation-decoration.fr

FNICGV - Fédération Nationale des Industriels et des Commerçants de la Viande

(Federação Nacional das Indústrias e Comerciantes de Carne)

E-mail: courrier@fnicgv.com

www.fnicgv.com

FENSCOPA – Fédération des Syndicats Commerce en Gros Produits Avicoles

(Federação dos Sindicatos do Comércio Atacado de Produtos Avícolas)

E-mail: fenscopa@wanadoo.fr

FNTP-Fédération Nationale des Travaux Publics

(Federação Nacional de Obras Públicas)

E-mail: infos@fntp.fr

www.fntp.fr

GIFAS – Groupement des Industries Françaises Aéronautiques et Spatiales

(Grupamento das Indústrias Francesas Aeronáuticas e Espaciais)

E-mail: infogifas@gifas.fr

www.gifas.fr

GITL – Groupement Interprofessionnel du Transport et de la Logistique

(Grupamento Inter profissional do Transporte e da Logística)

www.gitl.fr

MEDEF -Mouvement des Entreprises de France

(Movimento das Empresas da França)

www.medef.com

UCAPLAST - Union des Syndicats des PME du Caoutchouc et de la Plasturgie

(União dos Sindicatos das Pequenas e Médias Empresas de Borracha e de Plásticos)

E-mail: contact@ucaplast.fr

www.ucaplast.fr

UCV – Union du Grand Commerce de Centre-Ville
(União do Grande Comércio dos Centros das Cidades)
www.ucv.com

UFCC Union Française du Commerce Chimique
(União Francesa do Comércio Químico)
E-mail: ufcc@ufcc.fr
www.ufcc.fr

UFBJOP – Union Française de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie, des Pierres et des Perles
Union-França
(União Francesa de Joias, Bijuterias, Ourivesarias, Pedras e Pérolas)
E-mail: contact@bjop.fr
www.unin-bjop.com

UFIMH – Union Française des Industries Mode & Habillement
(União Francesa das Indústrias da Moda e Vestuário)
E-mail: secretariat@lamodefrancaise.org
www.lamodefrancaise.org

UFIP – Union Française des Industries Pétrolières
(União Francesa das Indústrias Petrolíferas)
www.ufip.fr

UIMM – Union des Industries et Métiers de la Métallurgie
(União das Indústrias e Profissões Metalúrgicas)
www.uimm.fr

2.3. Principais bancos

BNP-Paris Bas
www.bnpparisbas.net

LCL – Le Credit Lyonnais
www.creditlyonnais.com

Credit Agricole
www.credit-agricole.fr

CIC-Credit Industriel et Commercial
www.cic.fr

SOCIETE GENERALE
www.societegenerale.fr

Banque Populaire
www.banquepopulaire.fr

2.4. Principais agências governamentais envolvidas em licitação

Le Portail des Marchés Publics.

Lista das licitações e/ou atribuições publicadas no Jornal Oficial, no sítio:

<http://djo.journal-officiel.gouv.fr/MarchesPublics>

www.marches-publics.gouv.fr

2.5. Principais feiras e exposições

Abaixo uma seleção das feiras mais importantes. O calendário completo pode ser consultado no sítio: www.tradefairdates.com

2.5.1 Agricultura, horticultura, criação, floricultura, pesca e seus equipamentos

Salon International de l'Agriculture
(Salão Internacional da Agricultura)
www.salon-agriculture.com

SIMA – Mondial des Fournisseurs de l'Agriculture et de l'Elevage
(Mundial dos Fornecedores da Agricultura e da Criação)
www.simaonline.com

Vinexpo – The World of Wine & Spirits
www.vinexpo.com

Vinitech Sifel
(Salão Mundial de Vinicultura, Fruticultura e Horticultura)
www.vinitech-sifel.com

2.5.2. Alimentação, hotelaria, restauração e seus equipamentos

SIAL (Salão Internacional da Alimentação)
www.sialparis.fr

SIRHA
(Mundial da Alimentação, Hotelaria e Restaurantes)
www.sirha.com

Salon du Chocolat Paris
(Internacional do Chocolate)
www.salon-du-chocolat.com

Europain - Salon Mondial de la Boulangerie, de la Patisserie et des Traiteurs
(Salão Profissional de Padarias, Confeitarias e Pratos Prontos)
Www.Europain.Com

Equip’hotel Paris
www.equiphotel.com

2.5.3. Aviação

Salon International de L'Aeronautique et de L'espace
E-mail: siae@salon-du-bourget.fr
www.paris-air-show.com

2.5.4. Construção

Intermat - Salon International de la Construction et des Infrastructures

(Salão Internacional da Construção e Infraestrutura)

www.intermat.fr

Batimat – Salon International de l’Industrie du Bâtiment

(Salão Internacional da Indústria da Construção)

www.batimat.com

Interclima + Elec – Confort et Efficacité Énergétique

(Conforto e Eficiência Energética)

www.interclimaelec.com

Ideo Bain – Les Solutions Globales pour la salle de bains

(Soluções Globais para Banheiros)

www.ideobain.com

Eurobois

(Salão de Madeira e de Técnicas de Processamento)

www.eurobois.net

Carrefour International du Bois

(Encontro Internacional da Madeira)

www.timbershow.com

Equip Baie - Fenêtre, Fermeture, Protection Solaire et Leurs Équipements

(Salão reunindo profissionais das indústrias de portas, janelas, proteção solar e seus equipamentos)

www.equipbaie.com

2.5.5. Defesa civil

Eurosatory

(Salão Internacional de Defesa e Segurança)

www.Eurosatory.com

2.5.6. Energia e meio ambiente

World Efficiency

(Recursos Climáticos e Soluções)

www.pollutec.com

Pollutec Lyon

International Exhibition Of Environmental Equipment, Technologies And Services

(Feira Internacional de Equipamentos, Tecnologias e Serviços Ambientais)

www.pollutec.com

2.5.7. Casa, utensílios domésticos, decoração, presentes e artesanato

Maison & Objet Craft

www.maison-objet.com

Now! Design à Vivre

www.nowdesignavivre.com

Scenes d'Interieur

Local: Paris – Nord Villepinte

Maison&Objet Éditeurs

www.maison-objet-editeurs.com

Maison&Objet Outdoor-Indoor

Local: Paris – Nord Villepinte

Maison&Objet Projets
www.maison-objet-projets.com

2.5.8. Higiene e beleza

MCB – By Beaute Selection
(Internacional de Cabelereiro e Beleza)
www.standing-events.com

Beyond Beauty Paris
(Evento europeu de beleza e cuidados pessoais)
www.beyondbeautyevents.com

2.5.9. Indústria da Moda

Première Vision de Paris (segmentada em 6 salões):

- Première Vision Yarns (1º Salão Mundial de Fios e Fibras)
- Première Vision Fabrics (1º Salão Mundial de Tecidos- apresenta as tendências com 18 meses de antecedência)
- Première Vision Leather (Salão de Couros e Peles)
- Première Vision Designs (Salão de Tendências: formas/motivos e cores)
- Première Vision Accessories (Salão de Componentes para a Indústria da Moda)
- Première Vision Manufacturing (apresenta soluções técnicas e logísticas no domínio têxtil para os fabricantes de moda, cama e banho e artefatos).

www.premierevision.com

Première Classe
(Acessórios de moda)
www.premiere-classe.com

Who's Next
(prêt-à-porter feminino)
www.whosnext.com

Salon International de la Lingerie
(Salão Internacional de Lingerie e Moda praia)
www.eurovet.com

BIJORHCA
(Salão de joias, bijuterias e componentes) destinado aos profissionais
www.bijorhca.com

2.6. Principais centrais de compras (hiper e supermercados)

Carrefour Centrale d'Achat
www.carrefour.net

EMC Distribution (Casino)
E-mail: contact.emc@groupe-casino.fr

Eurauchan (Auchan -Super U)
www.auchan.fr

Francap Distribution
(Grupamento de varejistas independentes)
E-mail: info@francap.com
www.francap.com

Le Galec - Société Coopérative Groupements d'Achats des Centres E. Leclerc
www.mouvement.leclerc

Intermarche - ITM Entreprise
Tel.: (+33) 1 6964 1072

Provera Alimentaire (supermercados Cora)
www.provera.fr

2.7. Estudos de mercado

Abaixo algumas empresas passíveis de fornecimento e/ou elaboração de estudos de mercado:

Xerfi

E-mail: xerfi@xerfi.fr

www.xerfi.fr

Les Echos Etudes

E-mail: etudes@lesechos.fr

www.lesechos-etudes.fr/

TNS Sofres

www.kns-sofres.com

2.8 - Aquisição de documentação

Imprimerie Nationale

E-mail: contact@imprimerienationale.fr

www.imprimerienationale.fr/

As principais leis, decretos e portarias publicadas no Journal Officiel podem ser consultadas no sitio: www.legifrance.gouv.fr

Documentação publicada pela UE:

Office des Publications de l'Union Européenne

E-mail: simap@publications.europa.eu

2.9. Empresas de transporte

Schenker France

E-mail: commerce.montaigu@dbschenker.com

<http://www.dbschenker-france.fr>

Transports Gondrand Frères
www.gondrand.com

Stellair Cargo
www.stellaircargo.com

2.10. Controle e Inspeção de embarques

Bureau Veritas
Centre opérationnel / Centre régional Europe
www.bureauveritas.fr/gsit

Cotecna Inspection France
www.cotecna.com

Intertek
www.interlek.com/government/programmes

SGS Monitoring
Gouvernement & Institutions services
www.ivp.sgs.com

2.11 – Empresas credenciadas para testes de conformidade CE

Afnor Brazil
Tel: (+55) 11 2507 7580
www.afnor.org

SGS do Brasil Ltda.
Tel.: (+55)11 3883-8800

Intertek Group
E-mail: falecom@intertek.com
www.intertek-br.com

Inmetro www.inmetro.gov.br/barreirastecnicas/ExigenciasTecnicas/europa/pais_europa.asp?sig_pais=FRA&nom_pais=Fran%EA7a&nom_bandeira=band_france.jpg

2.12 – Outros endereços úteis

Coface - Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur
Tel.: (+33) 1 4902 2000
www.coface.fr

Direction Générale des Douanes et Droits Indirects
www.douane.gouv.fr

INSEE- Institut National des Statistiques et Services Economiques
www.insee.fr

Business France (Organismo público de apoio ao desenvolvimento internacional das empresas francesas e dos investidores estrangeiros)
www.businessfrance.fr/

INPI - Institut National de Propriété Intellectuelle
www.inpi.fr

OEB - Office Européen des Brevets
www.epo.org

II – Informações úteis

1. Comunicações

1.1. Telefônicas

- Para efetuar ligações para um número francês do Brasil:

Prefixo França (+33) mais prefixo região (um dígito) mais número do correspondente.

- Para efetuar ligações telefônicas dentro da França:

Substitui-se o prefixo francês (+33) por zero. Por exemplo, em Paris os números começam com 01.

Todos os operadores comercializam chips, cujo custo gira em torno de 30 € com carga Internet de 15Go e validade de até 6 meses.

1.2. Correios

Peso	Correspondência (envio simples)	Pacote (envio simples)
< 20g	1,30	-
21 a 100g	2,60	-
101 a 250g	6,50	-
251 a 500g	10,40	-
501 a 2000g	18,20	-
0,5 kg		11,00
1 kg		16,60
2 kg		29,20
5 kg		49,00
10 kg		96,00
30 kg		250,00

Tabela 28

Envios para o Brasil, tarifa 2017

1.3. Envios expressos:

Transportador	Valor (US\$)	Telefone
Chronopost	60,30	Depósito em qualquer agência dos Correios(1)
DHL	189,51	0825 100 080
Fedex	205,00	0820 123 800

Tabela 29
Envios expressos

(1) Mais informações no sítio: www.chonopost.fr

2. Pesos e medidas

A França utiliza o “Sistema Internacional de Medidas”. Trata-se do sistema métrico decimal, com seis unidades básicas: metro, quilograma, segundo, Ampère, Graus Kelvin e Watt.

3. Feriados

São 10, os dias feriados na França:

1º de janeiro	Ano novo
1º de maio	Dia do trabalho
8 de maio	Término da Primeira Guerra
Segunda-feira de Páscoa	Religioso
Quinta-feira de Ascensão	Religioso
14 de julho	Festa nacional / Queda da Bastilha
15 de agosto	Religioso
1º de novembro	Todos os santos
11 de novembro	Armistício
25 de novembro	Natal

4. Fuso horário

Não existe diferença de fuso horário na França metropolitana. A diferença com o Brasil (horário de Brasília) é a seguinte:

- Do último domingo de março até o último domingo de outubro, a diferença é de 5 horas;
- A partir do último domingo de outubro até o início do horário de verão no Brasil, a diferença é de 4 horas;
- A partir da data do início do horário de verão no Brasil até o término, a diferença é de 3 horas;
- A partir da data de término do horário de verão no Brasil até o último domingo de março, a diferença é de 4 horas

5. Horário comercial

Bancos	das 9 Às 16h	Várias agências abrem aos sábados
Escritórios	das 9 às 12h e das 14 às 18h	A carga horária semanal é de 35 horas e as empresas modulam as horas de acordo com suas conveniências. Algumas empresas abrem somente 4 dias por semana.
Lojas de departamento	de segunda a sábado das 9 às 20h30 e aos domingos de 11 às 19h	
Pequeno comércio	das 9 às 13h e de 15 às 19h, em geral	A maioria abre aos sábados e fecha às segundas-feiras. Nas zonas turísticas o comércio abre aos domingos.
Horários habituais de refeições na França	Café da manhã: entre 7 e 9h Almoço: entre 12 e 14h Jantar: entre 20 e 21h	

6. Corrente Elétrica

A voltagem é 220 volts. Os tipos de tomadas utilizadas são “C” e “E”, sendo necessário o uso de adaptador para utilizar os aparelhos elétricos brasileiros.

7. Período recomendado para viagens

Os melhores períodos para viagens de negócios na França são:

- de setembro até a primeira quinzena de dezembro; e
- de janeiro até final de abril

O mês de maio funciona em ritmo lento, uma vez que tem 3 feriados e as pessoas costumam acrescentar outros dias e viajar. Nos meses de junho e julho é raro começar algum projeto novo, por causa das férias que se aproximam. No mês de agosto a maioria das empresas fecha para férias coletivas, ou funciona com número reduzido de funcionários.

8. Visto de entrada

Atualmente não é necessário visto de entrada para brasileiros que entram na França como turistas, por um período de até 3 meses.

9. Vacinas

Não há exigências de vacinas para a entrada de brasileiros na França.

BIBLIOGRAFIA

- Banco Central do Brasil (www.bcb.gov.br)
- Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC) (www.mdic.gov.br)
- MDIC/Aliceweb (<http://aliceweb.mdic.gov.br>)
- FMI, World Economic Outlook Database October 2017
- UNCTAD/ITC/TradeMap (<http://www.trademap.org/Index.aspx>)
- UNCTAD, World Investment Report, 2017
- EIU, Economist Intelligence Unit, Country Report France, November 2017
- Ministère de l'Économie et des Finances (www.economie.gouv.fr)
- Direction Générale du Trésor (www.tresor.economie.gouv.fr)
- Géoportail (www.geoportail.gouv.fr)
- Business France (www.businessfrance.fr)
- INSEE Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (<https://www.insee.fr/>)
- EUROPA. Portal Oficial da União Europeia (https://europa.eu/european-union/index_pt)
- EUROSTAT (<http://ec.europa.eu/Eurostat>)
- EUROSTAF (<http://www.serdalab.com>)
- AGRESTE, Statistique Agricole, Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation (<http://agreste.agriculture.gouv.fr>)
- Banque de France (www.banque-france.fr)
- Direction Générale des Douanes et Droits Indirects (www.douane.gouv.fr)
- France Agrimer (www.franceagrimer.fr)
- INED – Institut National d'Études Démographiques (www.ined.fr)
- Ministère de la Transition Écologique et Solidaire www.ecologique-solidaire.gouv.fr)
- Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères (www.diplomatie.gouv.fr)
- Les Echos Etudes (www.lesechos-etudes.fr)
- OCDE (<http://www.oecd.org>)
- Groupe Xerfi (www.xerfi.com)



MINISTÉRIO DAS
RELAÇÕES EXTERIORES

