



GUÍA DE PAÍS

Francia



Elaborado por la Oficina
Económica y Comercial
de España en París

Actualizado a abril 2016

1 PANORAMA GENERAL	4
1.1 SITUACIÓN, SUPERFICIE, SUPERFICIE AGRÍCOLA, RELIEVE Y CLIMA ...	4
1.2 DEMOGRAFÍA Y SOCIEDAD	4
1.3 PIB PER CAPITA Y DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA	5
1.4 POBLACIÓN ACTIVA Y DESEMPLEO	5
1.5 ORGANIZACIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA	6
1.5.1 SISTEMA DE GOBIERNO, PARTIDOS POLÍTICOS Y DIVISIÓN DE PODERES	7
1.5.2 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y TERRITORIAL DEL ESTADO ...	8
1.5.3 LA ADMINISTRACIÓN ECONÓMICA Y SU DISTRIBUCIÓN DE COMPETENCIAS	9
1.6 RELACIONES INTERNACIONALES/REGIONALES	9
2 ESTABLECERSE EN EL PAÍS	11
2.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	11
2.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN. ESTRUCTURA Y MARCO LEGAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	12
1 Estructura y Marco legal	12
1.1 Marco legal	12
1.2 Canales de distribución	13
2.3 IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL PAÍS EN LA REGIÓN	23
2.4 PERSPECTIVAS DE DESARROLLO ECONÓMICO	23
1 El pacto nacional para el crecimiento la competitividad y el empleo	23
2 El Banco Público de Inversiones (bpifrance)	23
3 Enternext	24
4 El Plan de Estabilidad 2016-2019	24
5 La economía francesa en 2015 y sus perspectivas para 2016	25
2.5 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO	27
3 IMPORTACIÓN (RÉGIMEN DE COMERCIO EXTERIOR)	28
3.1 TRAMITACIÓN DE LAS IMPORTACIONES	28
3.2 ARANCELES Y RÉGIMENES ECONÓMICOS ADUANEROS	28
3.3 NORMAS Y REQUISITOS TÉCNICOS	29
3.4 REGULACIÓN DE COBROS Y PAGOS AL EXTERIOR	29
3.5 CONTRATACIÓN PÚBLICA	29
4 INVERSIONES EXTRANJERAS / INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	31
4.1 MARCO LEGAL	31
4.2 REPATRIACIÓN DE CAPITAL/CONTROL DE CAMBIOS	33
4.3 INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	34
4.4 ESTABLECIMIENTO DE EMPRESAS	35
4.4.1 REPRESENTACIÓN Y AGENCIA	35
4.4.2 TIPOS DE SOCIEDADES. FORMALIDADES DE CONSTITUCIÓN	36
4.4.3 FORMACIÓN DE "JOINT-VENTURES". SOCIOS LOCALES	39
4.5 PROPIEDAD INDUSTRIAL (MARCAS, PATENTES, DISEÑOS, LICENCIAS) .	40
5 SISTEMA FISCAL	41
5.1 ESTRUCTURA GENERAL	41
5.2 SISTEMA IMPOSITIVO (ESTATAL, REGIONAL Y LOCAL)	41
5.3 IMPUESTOS	42
5.3.1 IMPOSICIÓN SOBRE SOCIEDADES	42
5.3.2 IMPOSICIÓN SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS	43
5.3.3 IMPOSICIÓN SOBRE EL CONSUMO	43
5.3.4 OTROS IMPUESTOS Y TASAS	44
5.4 TRATAMIENTO FISCAL DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA	45
6 FINANCIACIÓN	45
6.1 SISTEMA FINANCIERO	45
6.2 LÍNEAS DE CRÉDITO, ACUERDOS MULTILATERALES DE FINANCIACIÓN .	46

6.3	ACUERDO DE COOPERACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA CON ESPAÑA	46
7	LEGISLACIÓN LABORAL	46
7.1	CONTRATOS	46
7.2	TRABAJADORES EXTRANJEROS	48
7.3	SALARIOS, JORNADA LABORAL	48
7.4	RELACIONES COLECTIVAS; SINDICATOS; HUELGA	48
7.5	SEGURIDAD SOCIAL	49
8	INFORMACIÓN PRÁCTICA	49
1	Las Organizaciones Empresariales	49
2	Los Sindicatos	49
3	Las organizaciones Comerciales	52
8.1	COSTES DE ESTABLECIMIENTO	52
8.2	INFORMACIÓN GENERAL	53
8.2.1	FORMALIDADES DE ENTRADA Y SALIDA	53
8.2.2	HORA LOCAL, VACACIONES Y DÍAS FESTIVOS	53
8.2.3	HORARIOS LABORALES	54
8.2.4	COMUNICACIONES Y CONEXIONES CON ESPAÑA	54
8.2.5	MONEDA Y TIPO DE CAMBIO	55
8.2.6	LENGUA OFICIAL Y RELIGIÓN	55
8.3	OTROS DATOS DE INTERÉS	55
8.3.1	CONDICIONES SANITARIAS	55
8.3.2	ALOJAMIENTO Y HOTELES	55
8.3.3	SISTEMA EDUCATIVO. COLEGIOS	55
8.3.4	CORRIENTE ELÉCTRICA	56
8.4	DIRECCIONES ÚTILES	56
1	Representaciones Oficiales	56
2	Otras Representaciones	59
1	Representaciones Oficiales Españolas en Francia	62
2	Otros organismos	64
9	ANEXOS	67
9.1	CUADRO DE DATOS BÁSICOS	67
	CUADRO 1: DATOS BÁSICOS DEL PAÍS	67
9.2	CUADRO DE PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS	68
	CUADRO 2: PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS	68
9.3	INSTITUCIONES INTERNACIONALES Y ECONÓMICAS DE LAS QUE EL PAÍS ES MIEMBRO	69
	CUADRO 3: ORGANIZACIONES INTERNACIONALES ECONÓMICAS Y COMERCIALES DE LA QUE EL PAÍS ES MIEMBRO	69
9.4	CALENDARIO GENERAL DE FERIAS DEL PAÍS	69
	CUADRO 4: CALENDARIO DE PRINCIPALES FERIAS DEL PAÍS	69

1 PANORAMA GENERAL

Francia es un país de obligado tránsito para el transporte terrestre de los intercambios comerciales de España y Portugal con el resto de Europa. Por ello tiene especial relevancia para nosotros cualquier proyecto que pretenda gravar el tránsito por este país, aunque sea por razones medioambientales, como la siempre pendiente “Ecotasa”.

Francia, gracias a un excepcional sistema público de ayudas (fiscales, retributivas, sociales, sanitarias, etc.) a la familia, consigue tener una de las tasas de natalidad más altas de Europa (2 niños por mujer en 2013). El reequilibrio de las cuentas públicas está llevando a reducir ligeramente estas ayudas, especialmente para la clase media, lo que podría traducirse, a medio plazo, por un ligero descenso de la tasa de natalidad.

1.1 SITUACIÓN, SUPERFICIE, SUPERFICIE AGRÍCOLA, RELIEVE Y CLIMA

Francia es el país más extenso de Europa Occidental con una superficie de 543.965 Km² (Francia metropolitana). Tiene 3.427 Km. de línea de costa y se extiende entre 42°20' y 51°5' de latitud norte y entre 4°47' y 8°15' de longitud este. Se la conoce familiarmente como *L'Hexagon*.

Además del territorio metropolitano, integra los departamentos de ultramar (DOM): Guadalupe, Martinica, Guayana y la Reunión; los territorios de ultramar (TOM): Polinesia Francesa, Nueva Caledonia y Wallis-et-Futuna; y la categoría reciente de “Colectividades Territoriales” que se aplica a Mayotte y a St Pierre-et-Miquelon.

La superficie agrícola es el 33,5% del total. Llanuras y suaves colinas en el norte y en el este. El resto es montañoso, especialmente los Pirineos en el sur y los Alpes en el este. El punto más alto es el Mont Blanc (4.807 m.)

Francia cuenta con recursos naturales: carbón, hierro, bauxita, cinc, uranio, antimonio, arsénico, potasa, feldspatos, fluorita, yeso, madera y pesca. En la Guayana francesa se puede encontrar oro y petróleo, entre otros.

El clima de Francia es templado y húmedo. Aparte de las zonas de montaña, se distinguen tres zonas climáticas: atlántica, mediterránea y continental. Esta última corresponde a las regiones del Este y del Macizo Central (Auvergne) que son las más alejadas de la influencia marina. En París el clima es algo más extremado y menos lluvioso que en la costa atlántica.

La parte sudeste de Francia se caracteriza por fuertes lluvias en otoño, que provocan a menudo importantes inundaciones.

1.2 DEMOGRAFÍA Y SOCIEDAD

La fecundidad está en ligero descenso desde 2010. En 2015 se situaba en 1,96 niños por mujer, registrándose 810.000 nacimientos, 11.000 menos que en 2012 (-1,3%). El aumento de la tasa de fecundidad de las mujeres de más de 34 años no compensa el descenso entre las más jóvenes. Pese a ello, Francia ocupa el tercer puesto de los países europeos con tasas más altas de fecundidad tras Irlanda y Reino Unido.

En 2015, la esperanza de vida de los varones es de 79,2 años (0,5 años más que en 2014). La de las mujeres es de 85,4 años, superior en ambos casos a la media europea.

El número de extranjeros residentes en Francia metropolitana y los DOM-TOM –sin contar Mayotte– según INSEE (El instituto Nacional de Estadística Francés), era de 5,8 millones de personas en 2013, lo que significa 8.8% de la población. Desde 2004 la afluencia de personas de origen europeo ha pasado de representar un tercio de los inmigrantes a casi la mitad.

Según los últimos datos disponibles de 2013 la proporción de población por debajo de la línea de pobreza (60% del nivel de vida mediano) era de 8,5 millones de personas que corresponde al 13.7% de la población, mostrando un ligero descenso respecto al año anterior.

Población, etnias, densidad demográfica y tasa de crecimiento

La población de Francia metropolitana y de los departamentos de ultramar es en 2016 de 66.627.602 habitantes. La densidad de población es 117 hab./Km.² en Francia metropolitana, superior a la española (93 hab./Km.²) y a la Unión Europea 113 hab/km.². Sin embargo, inferior al resto de sus países limítrofes.

En 2016 la población aumentó en 247.000 personas (+0,4% en comparación con 2015). Durante el año 2015 se registraron 820.000 nacimientos y 556.000 fallecimientos.

Población urbana y de las principales ciudades

Según los últimos datos disponibles de 2015, París capital cuenta con 2.240.000 habitantes, Marsella tiene 852.000, seguida de Lyon, con 490.000, Toulouse (453.000), Niza (343.304), Nantes (292.000), Estrasburgo (274.782), Montpellier (268.000), Burdeos (241.157) y Lille (229.560 habitantes).

Si consideramos las aglomeraciones urbanas de las principales ciudades, la de París cuenta con 10.460.118 habitantes. Marsella tiene 1.559.789, seguida de Lyon, con 1.551.108, Lille (1.018.356), Niza (941.777), Toulouse (879.683), Burdeos (843.425), Nantes (591.305), Toulon (557.802) y Douai-Lens (508.206).

Francia es un país rural, con el 25% de la población residiendo en pueblos de menos de 2.000 habitantes, y el 50% residiendo en pueblos de menos de 10.000. Cuenta con la densidad de municipios más alta de Europa.

Distribución de la población por edades y sexos

En 2016 el 18.5% de la población tenía entre 0 y 14 años, mientras que la franja de edad entre 15 y 64 años abarca al 62.7% de la población. Por último, los mayores de 65 años representan al 18.8% de la población. En cuanto a la relación por sexos, por cada 100 niñas que nacen, nacen 105 niños. Sin embargo, entre las personas de más de 65 años, sólo hay 75 hombres por cada 100 mujeres.

1.3 PIB PER CAPITA Y DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA

El PIB de 2015 ha sido de 2.183.631M€ a precios corrientes, lo que supone un crecimiento anual del 1,1%, superior al 0,2% de 2014. El PIB per cápita en 2014 (últimos datos disponibles) fue de 32.230 €, 105€ mayor que en 2013. La distribución de la renta, como consecuencia de la crisis, se está haciendo cada vez más regresiva.

El último índice de Gini para Francia fue de 0,291 en 2013, frente al 0,305 de 2012. Sin embargo, el INSEE apunta en sus estimaciones provisionales (septiembre de 2015) a un ligero aumento de la desigualdad en 2014, que se reflejaría también en el incremento de la pobreza en 0,2 puntos hasta el 14,2%, tras dos años de descenso.

1.4 POBLACIÓN ACTIVA Y DESEMPLEO

La tasa de paro en Francia metropolitana se ha mantenido a un nivel elevado durante los últimos 25 años: entre el 8% y el 10% de la población activa.

Según los datos publicados por el INSEE, el año **2015 cerró con 2,9 millones de parados** en la Francia metropolitana. La tasa de paro en 2015 se sitúa así en el 10,3% de la población activa en el conjunto de Francia, incluyendo los departamentos de ultramar, **mientras que en Francia metropolitana es del 10%**. La cifra se mantiene estable respecto a 2014 en el primer caso y sube una décima en el segundo caso. Se advierte así el progresivo retroceso del efecto estabilizador que en trimestres pasados habían producido los casi 500.000 contratos subvencionados en el sector público en 2015.

La tasa de paro entre los jóvenes de 15 a 24 años se mantiene en un 24% (25,6% entre los hombres y 22% entre las mujeres), mientras que disminuye al 9,3 % entre los 25 y 49 años y el 6,9% a partir de los 50 años.

La tasa de actividad retrocede 0,2 puntos respecto al tercer trimestre de 2015 y se sitúa en el 71,5%, mientras que la tasa de empleo se mantiene estable y se sitúa en el 64,3%. La población empleada en el conjunto de Francia es de 25.519.000 personas.

A finales del mes de febrero de 2016, los parados registrados en Francia ascienden a 3.591.000 personas, lo que representa un aumento anual de 88.900 empleados (+2,5%) y un incremento mensual de 38.400 empleados (+ 1,1%). Si además a la cifra anterior se suman las personas que reciben alguna remuneración, que no trabajan a tiempo completo y/o desean trabajar en otras actividades (el fenómeno conocido como «subempleo») y están inscritos como tales en las Oficinas de Empleo (en torno al 6,7% de los empleados), la cifra de demandantes de empleo alcanza los 5,3 millones.

Por otro lado, 1,4 millones de personas desean un empleo sin estar consideradas como “paradas” ni formar parte de la población activa: es el fenómeno conocido como “halo en torno al paro”, que se mantiene prácticamente estable respecto al año anterior (+ 6.000 personas).

A nivel sectorial y según los últimos datos disponibles, puede afirmarse que el reparto se mantiene muy estable: el sector de servicios mercantiles agrupa a la mitad de los empleados franceses, mientras que la industria se mantiene en torno al 11% y la agricultura en torno al 2,8%, con el sector público rozando el 30%.

Población ocupada por sectores.	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %
AGRICULTURA	2,81	2,79	2,78	2,80
INDUSTRIA	11,39	11,29	11,18	11,01
Industrias extractivas, energía y agua	1,14	1,14	1,15	1,15
Transformados agrícolas	2,31	2,31	2,30	2,29
Equipos eléctricos y electrónicos/td>	1,24	1,23	1,21	1,19
Material de transporte	0,76	0,76	0,75	0,72
Plásticos y sus manufacturas	1,03	1,01	0,99	N.D.
Metalurgia y sus manufacturas	1,50	1,49	1,47	N.D.
CONSTRUCCIÓN	6,88	6,83	6,76	6,61
SERVICIOS MERCANTILES	49,74	49,93	49,89	49,94
Comercio y reparación automóvil	13,55	13,62	13,55	13,51
Transporte y almacenamiento	5,10	5,06	5,04	5,00
Hostelería y restauración	4,16	4,21	4,20	4,21
Información y comunicación	2,94	3,00	3,03	3,02
Actividades financieras	2,86	2,87	2,87	2,87
Actividades inmobiliarias	1,32	1,31	1,29	1,28
Actividades científicas y técnicas	14,33	14,36	14,37	14,49
Actividades jurídicas	4,14	4,24	4,29	N.D.
SERVICIOS PUBLICOS	29,19	29,15	29,39	29,64
Administración pública, defensa, seguridad social	8,80	8,73	8,80	N.D.
Educación y enseñanza	6,82	6,75	6,71	N.D.
Actividades para la salud humana	6,55	6,61	6,71	N.D.
Actividades de ayuda social	7,01	7,07	7,18	N.D.
TOTAL	100	100	100	100

Fuente: INSEE, Cuentas de la Nación 2014

1.5 ORGANIZACIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA

1.5.1 SISTEMA DE GOBIERNO, PARTIDOS POLITICOS Y DIVISION DE PODERES

Francia es una República presidencialista. El Presidente concentra un poder que, en conjunto, es incluso superior al del Presidente de los EEUU. Estamos en la llamada "Quinta(V) República". El Presidente es elegido por 5 años, mediante sufragio universal, libre y secreto, a dos vueltas.

El Presidente designa a su Primer Ministro, que presenta su Gobierno de manera inmediata, y que tiene como misión única la gestión del país hasta las inmediatas elecciones legislativas de la Asamblea (6 semanas después). Una vez constituida la Asamblea, el P.M. debe obtener su voto de confianza para gobernar, o dimitir. Por ello puede darse el caso de que el PM sea de partido diferente e incluso opuesto al Presidente, según el resultado de las legislativas, produciéndose entonces la llamada "cohabitación".

El legislativo está compuesto por dos Cámaras: la Asamblea Nacional (577 diputados, elegidos por 5 años en distritos uninominales por votación mayoritaria a dos vueltas) y el Senado, con 348 (elegido por sufragio indirecto por 150.000 grandes electores [consejeros municipales, consejeros generales, consejeros regionales y diputados]; el 52% en proporcional multinominal y el 48% en uninominal mayoritario a dos vueltas; mandato de 6 años, pero el Senado se renueva por mitades cada tres años). Comparten la actividad legislativa sobre los proyectos (presentados por el Gobierno) o las proposiciones de ley (salidas del legislativo), pero sólo la Asamblea puede destituir al Gobierno (nunca al Presidente). Por el contrario, el Presidente del Senado sustituye al Presidente de manera temporal en caso de vacancia constitucional del mismo (dimisión, fallecimiento o inhabilitación por el Consejo Constitucional).

Principales partidos políticos:

- El Partido Socialista (PS) descendiente de la SFIO, creada en 1905
- Les Republicains, nueva denominación a partir de mayo de 2015 de la antigua Unión para un Movimiento Popular (UMP), sucesora a su vez del Rassemblement pour la République (RPR).
- El Partido Comunista Francés (PCF), resultado de la escisión mayoritaria de la SFIO en 1920
- El ultraderechista Frente Nacional (FN) fundado en 1972 por Jean-Marie Le Pen
- El Movimiento Demócrata (MO-DEM), fundado por François BAYROU el 10 de mayo de 2007
- El Partido Social Liberal Europeo – Nuevo Centro (PLSE-NC) fundado en 2007 por miembros de la UDF que han apoyado a Nicolás Sarkozy y sellan la desaparición de su anterior formación, una federación de partidos de centro-derecha fundada en 1978 por Valéry Giscard d'Estaing.

Los dos principales partidos: UMP (Les Republicains) y Partido Socialista, obtuvieron un amplio respaldo político en la primera vuelta de las últimas elecciones presidenciales. François HOLLANDE (PS) obtuvo 28,63% de los sufragios, mientras que Nicolas SARKOZY (UMP) tuvo un 27,18%. Marine Le Pen (FN) consiguió el 17,90%. El Mo-Dem sólo obtuvo un 9,13%, muy por debajo de los resultados del 2007 (18%).

En segunda vuelta, el 6 de mayo, los franceses eligieron a François HOLLANDE Presidente con el 51,6%.

El 17 de junio, en la segunda vuelta de las elecciones legislativas, el Partido Socialista (PS) ha obtenido la mayoría absoluta en la Cámara de los diputados. El PS y sus aliados (incluyendo el PRG, pero no los verdes del EELV), han obtenido 314 escaños de 577, arrebatando un centenar de diputados a la UMP.

El 30 de marzo de 2014 tuvieron lugar las elecciones municipales, que tienen lugar cada seis años y que permiten elegir los Consejeros de los 36.681 municipios franceses.

En 2014 se registró una tasa de abstención record del 36,3%. Los resultados se han caracterizado por un fuerte descenso de la izquierda en beneficio de los partidos de derechas. Los partidos del Gobierno pierden 10 ciudades de más de 100.000 habitantes, 40 con una población entre 30.000 y 100.000 habitantes y 105 con una población entre 9.000 y 30.000

habitantes. Los beneficiados son el partido de derechas UMP y sobre todo el de extrema derecha Front National que consigue 10 alcaldías. A pesar de ello el partido socialista ha conseguido conservar ciudades emblemáticas como París, Lille, Lyon, Metz, Estrasburgo o Rennes.

El 25 de mayo tuvieron lugar las elecciones para elegir los diputados europeos y que se caracterizó por el resurgir del partido de extrema derecha Front National que ocupó el primer lugar con el 24,9% de los sufragios lo que le permitió conseguir 24 escaños. El segundo fue la UMP con 20,8% de los sufragios y 20 escaños. La Unión de partidos de izquierda solo consiguió el 14% y 13 escaños seguida por la Unión del Centro 7% y 10 escaños. Los verdes obtuvieron 9% y 6 escaños y el Frente de izquierdas 6,3% y 3 escaños.

El presidente de la república François HOLLANDE nombró Primer Ministro a Manuel Valls 31 de marzo de 2014. El gobierno Valls es el 37º gobierno francés de la quinta República Francesa.

Tras las críticas del Ministro de economía, Arnaud Montebourg exigiendo que se finalizara la "política de austeridad", el lunes 25 de agosto, Manuel Valls, Primer Ministro, presentó la dimisión de todo su gobierno al Presidente de la República, François Hollande. El Presidente encargó de nuevo a Manuel Valls la constitución de un gobierno para el martes 26 de agosto.

El nuevo Gabinete del gobierno (VALLS 2) está compuesto como el anterior por 16 ministros.

El 29 de marzo de 2015 tuvieron lugar las elecciones departamentales, donde se apreció una subida importante de los partidos de derechas que obtuvieron 67 presidencias y 45% de los sufragios: el principal partido la UMP, que actualmente ha pasado a denominarse "Les Republicains" obtuvo 44 presidencias, lo que supone un importante aumento respecto a las 24 de tenía en las anteriores elecciones. La izquierda obtuvo la presidencia de 30 departamentos (32% de los sufragios), 26 de ellos del partido socialista

Las dos vueltas en Francia permiten eliminar a partidos como el Frente Nacional que con 22% de los sufragios no obtuvo ninguna presidencia.

El 6 de diciembre de 2015 tuvo lugar la primera vuelta para las elecciones a las 13 nuevas regiones constituidas tras la reforma de 2015 (antes eran 22). El Frente Nacional fue el partido más votado con 27,7% de los sufragios situándose en cabeza en 6 regiones. En la segunda vuelta la retirada de las listas socialistas en tres de las regiones en las que el FN estaba en cabeza permitió a Les Republicains obtener la presidencia de 7, la izquierda 5 y los independentistas la de Córcega. El FN no obtuvo finalmente ninguna presidencia de región.

1.5.2 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y TERRITORIAL DEL ESTADO

Debe distinguirse entre servicios centrales y servicios descentralizados.

La base de los servicios centrales son las Direcciones Generales (y órganos asimilados) de la Administración central, cuyo número alcanza las 200. Estas Direcciones Generales quedan bajo la tutela de los departamentos ministeriales según éstos vengán establecidos en cada nuevo Gobierno; una D.G puede depender de varios Departamentos Ministeriales y hay Ministerios que no tienen más estructura que el gabinete del Mº, cuyo Director (DirCab) goza de todo el poder.

Los funcionarios de alto nivel proceden de las llamadas Hautes Écoles, de la Polytechnique o de Sciences-Po. El paso por la ENA (École Nationale d'Administration) es obligado, y en función del escalafón de ésta se accede a los altos destinos: inspectores fiscales, diplomáticos, letrados del Consejo de Estado, etc.

Francia se organiza territorialmente en Departamentos (representación del poder central) y en Regiones (electos). Los servicios descentralizados o delegaciones territoriales del Estado tienen extraordinaria importancia. La mayoría (medio ambiente, desarrollo, interior) se encuentran bajo la autoridad de los Prefectos de los 101 Departamentos (5 de ellos en ultramar). Algunos servicios están descentralizados en un nivel inferior: es el caso de las 235 sub-prefecturas. Algunos servicios están descentralizados en un nivel inferior: es el caso de las 240 sub-prefecturas, subdelegaciones de obras públicas (1.339), tesorerías de la S.S. (3.849), delegaciones de hacienda, policía (488) y brigadas de la gendarmería. Prefectos y Subprefectos

proceden en su inmensa mayoría de un Cuerpo propio.

Los organismos autónomos o Establecimientos Públicos pueden ser: de carácter administrativo (EPA); de carácter industrial y comercial (EPIC); de carácter científico y tecnológico (EPST) o de carácter científico, cultural y profesional (EPSCP).

El Estado recurre a veces a entidades asociativas privadas, tuteladas por el sector público, para administrar determinadas políticas. También es propietario, total o parcialmente, de muchas de las grandes empresas del país, sobre todo en sectores clave como la energía.

Tras el proyecto iniciado en 2014 como parte de las reformas para reducir el gasto público, Francia ha reducido, a partir del 1 de enero de 2016, sus 27 regiones a 18, cinco de ellas en ultramar. Las regiones disponen de una multiplicidad de competencias (transportes, institutos, desarrollo económico, etc.) y constituyen al mismo tiempo divisiones administrativas del territorio, colectividades territoriales descentralizadas dotadas de personalidad jurídica y de libertad de administración, circunscripciones electorales y circunscripciones administrativas de los servicios descentralizados del Estado.

1.5.3 LA ADMINISTRACIÓN ECONÓMICA Y SU DISTRIBUCIÓN DE COMPETENCIAS

El Ministro de Economía, de Industria y de lo Digital es Emmanuel MACRON.

Alexis KOHLER es el Director de Gabinete del ministro y Sophie FERRACCI su Jefa de Gabinete.

De él dependen la **Secretaría de Estado de Comercio, del Artesanía del Consumo y de la Economía Social y Solidaria: Martine Pinville** y la **Secretaría de Estado de la Economía Digital: Axelle Lemaire**.

Xavier PICCINO es el director del gabinete y Philippe-Xavier BONNEFOY el Jefe del gabinete de M. PINVILLE. Bertrand PAILHÈS es el director del gabinete y Louis LEPIOUFLE el Jefe del gabinete de LEMAIRE.

La Secretaría de Estado de Comercio exterior se une con la promoción del turismo y los franceses en el exterior y pasa a depender del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional. Su titular es Matthias FEKL.

Cyrille PIERRE es el director del gabinete y Louise QUESNEL es Consejera técnica para asuntos económicos y comerciales bilaterales, M. Martin FORTES es Consejero estratégico, partenaires e instrumentos del comercio exterior y Pierre HAUSSWALT es Consejero para asuntos comerciales multilaterales y europeos.

El Ministro de Finanzas y Cuentas Públicas es Michel SAPIN.

Claire WAYSAND es la Directora de Gabinete del ministro y Jean-Christophe TOULON su Jefe de Gabinete.

De él depende Christian Eckert, Secretario de Estado encargado del presupuesto.

François ADAM es el director del gabinete y Stephanie SMANIOTTO la Jefa del gabinete.

1.6 RELACIONES INTERNACIONALES/REGIONALES

UNIÓN EUROPEA

Francia es miembro de pleno derecho y fundacional de la UE

Las relaciones de Francia con las instituciones comunitarias están en fase de normalización tras la relativa flexibilización de los requisitos del déficit y la incorporación del crecimiento a la agenda comunitaria. Este cambio tendría su origen en el Consejo de Ministros franco-alemán del 19 de

febrero de 2014 cuyas conclusiones en relación con la Unión Europea fueron las siguientes:

- Terminar la Unión bancaria
- Redactar una agenda común para la Competitividad, el Crecimiento y el Empleo
- Avanzar en el refuerzo de la Unión Económica y Monetaria dentro del marco fijado en la declaración del 30 de mayo de 2013.
- Concentración de la acción de Europa sobre prioridades tales como la energía, el clima la defensa y la gestión de las fronteras.

Francia considera que el crecimiento y la reactivación económica se alcanzará dentro de una Europa más unida y más coordinada. Se habla incluso de formar un núcleo duro que avance más rápido en la unión económica y que arrastre a los más lentos.

FRANCIA Y LA ONU

Francia es miembro fundador de la ONU, es miembro permanente del Consejo de Seguridad y de la Conferencia para el desarme. También participa activamente en el seno de organismos subsidiarios tales como el Consejo de los derechos humanos y del fondo de programa de las Naciones Unidas. Participa o realiza directamente misiones de “policía” como la de Mali.

En el seno de las Naciones Unidas, Francia lleva una política activa en todos los campos, entre los que se pueden citar la reforma de las Naciones Unidas y del Consejo de seguridad, los derechos humanos, el medio ambiente y el cambio climático, la ayuda pública al desarrollo, y el mantenimiento de la paz y la seguridad internacional.

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL

La posición de Francia continúa centrada en la defensa de una mayor asignación de fondos a favor de los países en vías de desarrollo para luchar contra la pobreza.

Francia considera fundamental el papel desempeñado por el FMI y el Banco Mundial en la prevención de las crisis financieras internacionales, preconizando soluciones multilaterales que permitan que los países no se aislen. Para ello debería ser la pieza clave de un sistema de alerta precoz de los riesgos financieros, colaborando estrechamente con organismos tales como el Foro de Estabilidad Financiera, el Banco de Pagos Internacionales o el G 20, que debería movilizar importantes fondos en apoyo de la reactivación económica mundial.

Francia, continúa trabajando en los compromisos asumidos en materia de regulación financiera, reforzamiento de la coordinación de las políticas económicas y reforma del FMI, así como en los nuevos temas de trabajo que ella propuso durante su presidencia del G8 y G20 en 2011: Reforma del Sistema Monetario Internacional, extensión de la regulación financiera a las actividades bancarias no reguladas, reducción de la volatilidad de los mercados de materias primas y productos derivados, mejora de la gobernanza mundial y coordinación del G20 con los países no miembros y refuerzo de la coordinación de las políticas económicas a nivel global.

En curso de la última Asamblea general del FMI y del Banco Mundial que tuvo lugar en Estados Unidos en octubre de 2013, el entonces ministro francés de economía Pierre Moscovici puso de manifiesto que las prioridades de Francia son el apoyo al empleo, mantener una movilización política en los temas de regulación financiera, la promoción de la cooperación fiscal, la lucha contra las jurisdicciones no cooperativas y el desarrollo de África

El Banco Mundial mantiene una sede en París.

Bancos Regionales.

París es sede del Banco de Desarrollo del Consejo de Europa, nacido tras la segunda guerra mundial para ayudar a los países europeos más dañados.

CLUB DE PARÍS

Esta organización informal nacida en 1956, en la que los países acreedores de la deuda externa

de los países más endeudados se reúnen 10 u 11 veces al año en París, está presidida por un alto responsable de la Dirección del Tesoro francés.

Puede decirse pues que la posición institucional de Francia es de gran influencia y, dicha posición, se reclama actualmente defensora de dulcificar las condiciones de los países en desarrollo endeudados.

OMC

Francia declara como objetivo el contribuir al desarrollo de los países pobres y especialmente de los africanos. Es al mismo tiempo firme defensora de sus intereses agrícolas, de las normas sanitarias, la excepción cultural y el establecimiento de condiciones de reciprocidad, pero nunca ha actuado, como otros EEMM, socavando la posición común europea. La información sobre la OMC puede consultarse en la página web de la delegación permanente de Francia ante la OMC.

Francia sigue siendo la locomotora en la lucha contra los paraísos fiscales insistiendo en todos los foros internacionales sobre la necesidad de controlar los fondos especulativos implantados en estos territorios, así como los flujos monetarios en procedencia de los mismos para luchar contra el fraude fiscal.

Por último, Francia sigue estimulando a las instituciones financieras internacionales y a la UE para lograr los “impuestos a nivel mundial”. El primero de éstos es la tasa especial sobre los billetes de avión, ya aplicable en Francia desde el 1 de julio de 2006, como instrumento de financiación de la sanidad en los países en desarrollo, siguiendo las recomendaciones del Presidente de la República. Actualmente Francia quiere introducir en plazo breve la tasa sobre transacciones financieras (tasa Tobin), contra la oposición de toda la banca francesa, que estima que si el país toma esta decisión unilateralmente podría dañar fuertemente la actividad financiera y se corre el riesgo de deslocalizaciones a otros países comunitarios o incluso terceros.

OTRAS INSTITUCIONES

París es sede del Banco de Desarrollo del Consejo de Europa, nacido tras la segunda guerra mundial para ayudar a los países europeos más dañados.

2 ESTABLECERSE EN EL PAÍS

2.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Francia es un mercado de 66 millones de consumidores, con un poder adquisitivo elevado y tendencia a un crecimiento moderado, pero regular. Su PIB per cápita en 2014 era de 32.230 €, aproximadamente un 40% superior al de España, aunque en términos de poder adquisitivo, las diferencias son inferiores. Según EUROSTAT, en términos de poder adquisitivo, el PIB per cápita de Francia es un 9% superior a la media comunitaria.

Francia es un país con muchas reglamentaciones, fruto de una larga tradición de profesiones, oficios y normas que se han consolidado a lo largo de los años, fruto de los pactos. Existen por ello numerosas barreras de entrada, no siendo a veces las legales las más importantes o disuasorias.

Aunque existen otras ciudades y regiones que pueden ser clave para muchas PYME españolas, sobre todo por razones de proximidad, hay que tener en cuenta que Francia es un país enormemente centralista. Todo empieza y acaba en París.

COMERCIO INTERIOR

El Código de Comercio regula la mayor parte de lo que podríamos denominar el comercio interior en Francia. Sin embargo, las normas que regulan los distintos sectores vienen determinadas por órdenes ministeriales u otras normas de rango inferior. Toda la información se puede consultar en ESTE enlace del Código de Comercio francés.

El Código de Consumo regula las obligaciones que tienen las empresas respetar la legislación en cuanto a información del consumidor (etiquetado de los productos), denominaciones de origen, precios y condiciones de venta, plazos de entrega, publicidad, promociones, saldos, garantías, crédito al consumo, etc. Toda la información se puede consultar en el enlace del **Código de Consumo francés**. Las traducciones en castellano de ambos se pueden consultar **AQUÍ**, pinchando en « **Traducciones Légifrance** ».

El consumidor francés es muy exigente en cuanto a calidad de los productos y su presentación, y le cuesta enormemente rascarse el bolsillo. Prueba de ello es el retroceso de las ventas de los “Hard discount” como DIA o LIDL durante 2103 y 2014, hasta el punto que algunas de estas marcas se están planteando su cesión. La causa según los profesionales es el descenso de los precios en la red de las grandes “enseignes” y supermercados, manteniendo la calidad e imagen.

El francés no suele comprar el producto más barato, sino aquel que considera que tiene un precio correcto, una buena presentación y buena calidad.

2.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN. ESTRUCTURA Y MARCO LEGAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

1 Estructura y Marco legal

1.1 Marco legal

Desde que la “Ley para la Modernización de la Economía”, votada en agosto del 2008, introdujo un cambio drástico en las relaciones de la Gran Distribución con sus proveedores, autorizando la negociación de los precios y suprimiendo la autorización previa para la apertura de comercios de una superficie inferior a 1.000m², la política está orientada hacia una mayor competencia que permita reducir los precios en beneficio del consumidor.

Distribuidores e industriales se opusieron a esta nueva porque rompe un equilibrio instaurado entre ambos y abre la puerta a negociaciones, que sin duda, tendrán como consecuencia una reducción de los márgenes de ambos y un mayor predominio de los más fuertes (la gran distribución).

Para Jean Gaubert, ponente del informe sobre el balance de la “Ley para la Modernización de la Economía” (LME), si la retrocesión de márgenes por los proveedores a los distribuidores en función de la cifra de negocios anual se han reducido sensiblemente, nada ha cambiado en el fondo. Los distribuidores siguen exigiendo los precios más bajos de sus proveedores; mientras que la ley ha suprimido la obligación de los productores de vender a precios fijos. En marzo de 2012, el Tribunal de Apelación de París condenó a una gran cadena de distribución a pagar una multa de dos millones de euros y a restituir 17 millones de euros percibidos ilegalmente a través del sistema de retrocesión de márgenes.

En cuanto a la **publicidad en TV**, a partir de diciembre 2006, la televisión se convirtió en el escaparate de las marcas de distribución, *enseignes*, puesto que se ha levantado una prohibición que ha durado 39 años, desde el comienzo de la publicidad en la televisión el 1 de octubre de 1968. Hasta ahora, la distribución se tenía que contentar con algunas rendijas en los canales regionales, o el patrocinio de emisiones y programas cortos. En la actualidad, los industriales dedican a este medio TV un 65% de los sus presupuestos para publicidad y se estima que la distribución le destina un 15% de sus gastos publicitarios. Sin embargo, esta autorización sigue siendo relativa en la medida en la que este tipo de publicidad debe quedar limitada al mensaje institucional, mientras que la comunicación relativa a las “operaciones comerciales de promoción” de los distribuidores se mantiene proscrita en la televisión. Queda excluida la comunicación relativa a promociones temporales de productos o a operaciones temporales como, por ejemplo, las rebajas.

Las condiciones de venta se recogen en el **código del consumo** (traducción en castellano).

También es conveniente consultar las fichas prácticas de la competencia y el consumo redactadas por la Dirección General de la Competencia, del Consumo y de la Represión de

Fraudes del Ministerio de Economía francés en [ESTE](#) enlace.

1.2 Canales de distribución

El circuito más apto a la penetración del mercado francés para una empresa será función del producto y de la talla de la empresa. Los circuitos habituales son los mayoristas-distribuidores tradicionales, los mayoristas especializados, la gran distribución y los minoristas, sin olvidar el e-commerce, siempre ligado a la logística, y la cada vez mayor presencia de empresas como Amazon.

Su empresa también puede efectuar ventas a distancia, directamente a particulares, en Francia a través de su portal de Internet desde España, facturando el IVA español, hasta un importe anual inferior a 100.000€ IVA no incluido. Si supera esta cantidad tendrá que facturar el TVA francés y abonarlo al estado francés para la totalidad del importe facturado. Para ello debe darse de alta en la TVA en Francia en:

DIRECTION DES RESIDENTS A L'ETRANGER ET DES SERVICES GENERAUX
CENTRE DES IMPOTS DES NON RESIDENTS
SERVICE INSPECTION TVA
10, rue du Centre
TSA 20011
93465 NOISSY LE GRAND CEDEX
TEL.: 00.33.1.57.33.85.00
FAX.: 00.33.1.57.33.84.04

En caso de venta por Internet a profesionales francesas que disponga de N° de TVA, la facturación se hace sin IVA incluyendo en la Factura el N° de IVA del vendedor español y el de la TVA del comprador francés. El N° se compone del prefijo FR seguido por 11 dígitos cuya validez se puede comprobar en [ESTE](#) enlace.

Los números de las empresas francesas denominados SIRET 9 dígitos o SIREN 11 dígitos **NO SON VÁLIDOS**.

SEGÚN EL PRODUCTO

Bienes de consumo

- Alimenticios
 - Gran distribución: Supone una parte muy importante del mercado 60% del total
 - Mayoristas especializados. Importadores de:
 - Vinos y alcoholes,
 - Conservas,
 - Frutos secos,
 - Aceites,
 - Productos congelados, etc.
 - Minoristas especializados.
 - Productos dietéticos,
 - Productos Gourmets,
 - Cadenas especializadas
- Productos no alimenticios
 - Comercio especializado
 - Grandes superficies
 - Cadenas de bricolaje,
 - Audiovisual y equipo del hogar,
 - Mueble y Decoración,
 - Deportes,
 - Jardinería y aire libre, etc.
 - Mayoristas especializados
 - Ferretería,
 - Farmacia,

- Electricidad del hogar, etc.
- Minoristas especializados

SEGÚN LA GAMA DEL PRODUCTO

Según que el producto sea de gama alta, media o baja habrá que seleccionar:

- Gama alta
 - Minoristas especializados (Boutiques, Tiendas Gourmets etc.)
- Gama media
 - Mayoristas especializados
 - Gran distribución especializada
- Gama baja
 - Gran distribución

Bienes intermedios

Los bienes intermedios o semielaborados son utilizados por la industria como “**inputs**” en su proceso de fabricación por lo que la **relación calidad/precio** y **cumplimiento de las programaciones de la entrega** serán determinantes para conseguir penetrar el mercado francés

Por supuesto habrá que **cumplir las normas** europeas o españolas de calidad correspondientes. **Certificación ISO siempre necesaria.**

- PRODUCTOS STANDARD
 - Distribuidores especializados
 - distribuidores de “fournitures industrielles”
 - Fabricantes
- PRODUCTOS DE SUBCONTRATACIÓN
 - Fabricantes

Bienes de equipo

La clave para vender este tipo de bienes es poder ofrecer un **servicio post-venta, de garantía y reparación rápida y eficaz** ya sea:

- Intervención directa de los propios servicios de la empresa en un plazo corto 24/48 horas.
- Subcontratación de este servicio cerca de un experto local
- Servicio asumido por el distribuidor.

Los **circuitos utilizados** serán:

- Venta directa al fabricante utilizador del equipo
- Distribuidor exclusivo especializado (nacional o regional)

SEGÚN LA DIMENSIÓN DE LA EMPRESA

La dimensión de la empresa y la capacidad disponible de fabricación va a condicionar fuertemente la cantidad de producto disponible para la exportación.

Para una empresa con **una utilización muy elevada de sus capacidades de fabricación** y que no tenga planes de ampliación, hay que escoger el circuito que ofrezca **el mayor margen comercial** posible ya que la ventaja que se busca en el mercado exterior es fundamentalmente la de **diversificación**.

Grandes empresas

Todas las opciones son válidas ya que suelen poseer:

- Capacidad de fabricación suficiente

- Medios financieros para prospección y promoción
- Departamento de exportación específico
- Capacidad de inversión en nuevas plantas si la demanda lo requiere

Las principales opciones serán:

- Gran distribución
- Implantación propia (Michelin, Renault, Lactalis, etc.)

Empresas Medianas

- Gran distribución
- Distribución especializada (mayoristas, minoristas)

Pequeñas empresas

- Mayoristas tradicionales
- Minoristas especializados

VENTAJAS E INCONVENIENTES DE CADA CIRCUITO

Los Mayoristas

- Ventajas
 - **Son profesionales que conocen el mercado.** Pueden informar sobre los gustos, las normas, las costumbres, etc., para adaptar mejor el producto.
 - **Compran cantidades importantes.** Facilita la gestión de stocks y de los envíos.
 - Se puede minimizar el coste del transporte mediante el envío de camiones completos.
 - Toman a su cargo los costes de distribución y el riesgo de cobro dentro de su zona.
 - Permite un número reducido de interlocutores y facilita la gestión export. Inversión mínima en personal export.
 - Se pueden conceder exclusivas regionales.
 - Permite negociar cantidades mínimas de venta y el nivel de precios de venta a los minoristas
 - obligación de compra de todos los productos del catálogo,
 - fijación de precios máximos de venta a los minoristas.
 - Facilita la gestión de riesgos de impagados.
 - obtención de informes de solvencia,
 - conocer su antigüedad en el sector, sus balances, etc.
 - contratar un seguro Cesce, ...
- Inconvenientes
 - **Dependencia de los mayoristas.** Impide el control directo del mercado por el exportador.
 - **Márgenes comerciales ajustados.** Hay que tener en cuenta el margen del mayorista para no llegar demasiado caro al consumidor.
 - **Falta de flexibilidad en la política de precios.** El mayorista no aceptará incrementos de precios muy superiores a los de los competidores nacionales.

Los Minoristas

- Ventajas
 - **Diversificación de riesgos** debido al gran número de clientes.
 - **Márgenes comerciales importantes.** Hay que tener en cuenta que el margen del mayorista puede apropiárselo la empresa exportadora.
 - **Control directo del mercado.** Permite políticas de precios y de gamas o tipos de productos exclusivos flexibles.
- Inconvenientes
 - **Compran cantidades pequeñas.** Complica la gestión de stocks y de los envíos.
 - Se suele encarecer mucho el coste del transporte. Envíos muy pequeños.
 - Supone un número muy importante de interlocutores y complica la gestión export.

Control de los envíos y de los cobros.

- **Incremento importante de los riesgos de impagados.** Difícil de contratar un seguro CESCE, etc. Es aconsejable utilizar un *factoring*.
- Supone una inversión importante en prospección y captación de clientes si se quiere realizar venta directa.

La Gran Distribución

- Ventajas
 - **Compran cantidades muy importantes.** Facilita la gestión de stocks y de los envíos.
 - **Se puede reducir mucho el coste del transporte** mediante el envío de varios camiones completos a las plataformas de distribución.
 - **Seguridad en el cobro.** Suele tratarse de empresas solvente con abundante tesorería.
 - Permite un número muy reducido de interlocutores y facilita la gestión export. Inversión mínima en personal export.
- Inconvenientes
 - Proceso de selección de proveedores complicado. Referenciación.
 - Fuerte dependencia
 - No permite ningún control ni del mercado ni de los precios por el exportador
 - Su producto puede servir de “promoción” y dañar su imagen.
 - **Márgenes comerciales muy reducidos.** El proveedor soporta la “guerra de precios” que se hacen algunas cadenas.
 - **Muy poca flexibilidad en la política de precios.** La cadena no aceptará incrementos de precios sensibles.
 - Adaptación del producto y de los envases a los deseos de la cadena.

ESTRUCTURA ACTUAL DE LA DISTRIBUCIÓN EN FRANCIA

Podemos distinguir tres grandes tipos de empresas distribuidoras: el comercio mayorista, el comercio minorista y los distribuidores de hostelería, restauración y catering (HORECA).

El comercio mayorista: El último censo indica que en Francia hay 155.000 empresas (un 23% de las empresas dedicadas al comercio); tuvieron una cifra de negocios de 789.000 millones de euros (un 57% del conjunto del mercado) y un valor añadido de 102.000 millones de euros y emplearon a 900.000 personas, según datos del INSEE. El mercado tiende a prescindir cada vez más de este intermediario.

El comercio mayorista de productos alimenticios se realiza fundamentalmente a través de los mercados de interés nacional (MIN) que suelen estar instalados en las cercanías de las grandes ciudades. Los principales mercados de frutas y hortalizas son París-Rungis y Perpiñán, donde se centralizan gran parte de los envíos destinados a la gran distribución. Los principales son:

- Min de Perpiñán 1.350.000 Tm de frutas y hortalizas. [Saint Charles International](#).
- MIN de París 823.585 Tm de frutas y hortalizas. [Rungis International](#).
- Min de Toulouse 304.000 Tm de frutas y hortalizas. [Toulouse Metropole](#).
- MIN de Lyon 280.000 Tm de frutas y hortalizas. [Marche de Gros \(Lyon-Corbas\)](#).
- MIN de Nantes 250.000Tm de frutas y hortalizas. [Min Nantes](#).
- MIN de Bordeaux 185.000Tm de frutas y horatlizas. [Marché de Bordeaux](#).
- NIN de Lille 180.272 Tm de frutas y hortalizas. [Le Marché de Gros \(Lille\)](#).

El comercio minorista: Está constituido por 443.000 empresas (dos tercios del conjunto del sector) que facturaron 434.000 millones de euros y tuvieron un valor añadido de 80.000 millones de euros. Ese año, el sector empleó a 1,4 millones de personas. Entre los principales tipos de establecimientos minoristas se encuentran:

El comercio de proximidad, que engloba las pequeñas tiendas de todo tipo, los pequeños autoservicios de menos de 120 m², los denominados supérettes (de 120 a 400 m²) y los maxidescuento menores.

Las grandes superficies: supermercados (entre 400 y 2500 m²), hipermercados (de más de 2.500 m²), los maxidescuento, almacenes populares, cash & carry y los distintos tipos de grandes almacenes, generales y especializados (GMS). A principios de 2013 sumaban 25.945 establecimientos, con una superficie total de 43.723.833 m² y 759.533 empleados.

En 2013 habían en Francia 1.880 hipermercados, 5.591 supermercados, 4.807 Hard-discount de alimentación, 233 cash and carry y 97 Grandes almacenes.

El sector HORECA (hostelería, restauración y catering): Agrupa los subsectores de restauración tradicional, restauración colectiva y fast food. A los dos primeros subsectores se llega a través de mayoristas especializados como Sodhexo; Accord; Davigel, Générale de Restauration, Claude Le Delas y el tercero tiene sus propias centrales de compras.

La venta por Internet de los grandes distribuidores y productores.

Tendencia

El parque de supermercados está en descenso; algunos se convierten en hard discount, otros en hipermercados. Pero la filosofía inicial de los hipermercados, destinados a atender a las grandes familias de hace cuatro décadas, pierde razón de ser al constatar la disminución del tamaño de las familias francesas, lo que hace necesario una reformulación de la razón de ser de los hipers. Aun así, la estrategia de los distribuidores es a aumentar el tamaño de los puntos de venta y a cargar el carro de la compra con promociones tipo 3 por 2. Las marcas de distribuidor (MDD) incrementan su presencia y sus ventas.

La Ley de Modernización de la Economía introducía de nuevo la posibilidad de negociar los precios, con la intención de que vuelvan a desempeñar un papel importante en las campañas de marketing de las grandes marcas de distribución, en un momento en el que el consumidor francés observa una cierta reducción de su capacidad de compra. Sin embargo, las grandes superficies parecen haber sabido encajar la reforma legislativa y por el momento no se han producido grandes reducciones de precios.

Con 2.000 hipermercados y 10.500 supermercados en Francia, las grandes superficies realizan todavía un 60% del comercio minorista alimentario y tienen una cifra de negocios de 118.000 millones de euros, pero pierden importancia. El consumidor francés estaría más interesado en los formatos de proximidad y en establecimientos especializados.

La tendencia de la distribución es a la creación de “drives” donde el cliente que ha pasado su pedido por Internet va a recoger en su coche la mercancía que ya está preparada, hasta tal punto que la Administración francesa ha congelado su creación. Actualmente Carrefour dispone de 391 puntos de recogida de mercancía “drive” en Francia y tiene previsto abrir 16 más en curso de 2014.

Por otra parte, **Internet** sigue su ascenso y se revela poco a poco como un canal ineludible para las inversiones publicitarias. Según el último estudio de FrancePub, en 2013 este soporte fue el único que creció en ingresos publicitarios (un 3,1%) junto con la publicidad en móviles que subió un 55%. Al final de este capítulo se dedica un punto exclusivamente al e-comercio.

PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN

Tras distintas reconfiguraciones de los grupos de distribución franceses, donde han existido a lo largo de la historia numerosos actores, hoy dominan el mercado en Francia 7 grandes grupos de distribución: Leclerc, Intermarchè, Système U, Carrefour, Auchan, Casino y Cora. Además, cabe añadir la importante presencia de los hard discount de origen alemán Lidl, Aldi y Norma. DIA, de origen español, acaba de ser reabsorbido por Carrefour.

Para estudiar los principales grupos de distribución en Francia, hay que distinguir entre las centrales de compra, las empresas titulares o sociedades de explotación y las marcas (enseignes, en francés) de los establecimientos que identifican a las distintas cadenas. Además, existen las grandes superficies especializadas cuyas compras se realizan, normalmente por la misma empresa, cuya razón social puede coincidir o no con la marca comercial de sus

establecimientos.

Las centrales de compras

Las centrales de compras son organizaciones comerciales que gestionan los pedidos de suministros de los establecimientos o almacenes de sus grupos de asociados y afiliados. Las centrales se pueden tipificar en 5 categorías, según dos grandes clases de productos: alimentarios y no alimentarios.

Hay dos tipos de centrales **alimentarias**: las de productos frescos y las de productos de gran consumo (resto de los productos alimentarios). A su vez, dentro de las centrales **no alimentarias** se distinguen tres tipos: las de productos textiles, las de equipamiento doméstico y las de productos diversos o bazar. La actividad de las centrales puede ser centralizada o descentralizada.

En 2013, las seis centrales de compra más importantes de Francia generaron más del 90% de la cifra de negocios de la gran distribución, según datos de ACNielsen.

Grupos de distribución y cadenas

Los grupos de distribución son propietarios o están ligados por acuerdos de afiliación con distintas cadenas de establecimientos o enseignes. Es importante identificarlos porque disponen de un sistema de referenciación propio y pueden comprar al margen de la central de compras.

En 2015, en Francia, el principal grupo de distribución tanto por cifra de negocios como metros de venta fue Carrefour, con 86.300 millones de euros; seguido por Auchan, con 55.300 millones; en tercer lugar figura Casino con 46.100; Leclerc 44.300; Intermarché facturó 39.600 millones de euros, Système U 23.700, Cora (Louis Delhaize) 8.300, Lidl 8.000 y Aldi 3.200, Auchan es el grupo más internacionalizado al realizar el 67% de sus ventas fuera de Francia, seguido de Casino, con el 59,0% y Carrefour con 53%.

Auchan es el grupo más internacionalizado al realizar el 57% de sus ventas fuera de Francia, seguido de Leclerc, con el 56,0% y Carrefour con 54%.

Lo normal es que las marcas comerciales o enseñas (“enseignes”) que identifican a las cadenas, respondan a una fórmula comercial homogénea: hiper, supermercado, tienda de proximidad, maxidescuento, etc., aunque también se utiliza, a veces, la misma marca para hiper y super.

Así, entre las tiendas de proximidad integradas en FRANCAP aparecen diversos nombres comerciales: Carrefour Market, Coccinelle, Colryut, Coccimarket, G20, Viveco, Diagonal, Panier Sympa, Ato Alimentation y Schlecker. Entre las tiendas de descuento o hard discount, se pueden destacar: Aldi, Lidl, Ed, Leader Price, Netto, Le Mutant, Norma y Penny Market.

La principal tienda de proximidad y maxidescuento es LIDL con 1.599 puntos de venta y 1,11 millones de metros cuadrados de superficie, lo que le ha permitido facturar 6.900 M€ en 2012. La segunda es ALDI cuyo tamaño es la mitad de LIDL.

Grandes superficies especializadas (GMS)

- Grandes superficies de confección textil

Según Panorama Trade Dimensions en 2014, el número de estas tiendas ascendía a 3.369 (sólo cuentan las de más de 300 m²), con una superficie de venta total de 3.488.416 m² y una superficie media de 1.035 m².

Por número de tiendas, la cadena líder es La Halle (VIVART) con más de 750 tiendas, seguida de Gemo (ERAM), 500; la francesa Kiabi (Kiabi Europe), 350; Inditex France, cerca de 200, Styleco (JL International), 160; Hennes et Mauritz France 150; Zeeman France 140, SNC CAD 130; C & A France 121 y Vet Affaires 122.

En los últimos años hay una creciente presencia española, el grupo Inditex cuenta ya con 267 tiendas (Zara, 126; Pull&Bear, 25; Massimo Dutti, 23; Bershka, 41; Stradivarius, 21; Oysho, 12; Zara Home, 19), Mango con 148 y Cortefiel, 5.

- Grandes superficies de belleza y salud

Francia cuenta en 2014 con 2.492 establecimientos de este tipo (2.151 perfumerías y 341 parafarmacias), con una superficie total de 415.303 m². Por número de tiendas destaca Marionnaud (Marionnaud Parfumeries) con 570 tiendas, seguida de Nocibe, con 430; Sephora con 270; Beauty Success, con 270; parfumerie Douglas France 175 y Passion Beauté con 155.

- Grandes superficies de bricolaje

La cifra de negocios del mercado del bricolaje fue en 2014 superó los 26 MM€, realizada en un 70% por las grandes superficies de bricolaje.

En Francia hay 2.255 tiendas con una superficie total de 8.378.597 m². Por número de tiendas destaca Mr. Bricolage 620, bricomarché, del grupo ITM Entreprises, con más de 500 tiendas, Leroy Merlin France, de Groupe Adeo 460, Kingfisher France, 200, Cofaq 175 y Bricorama 130

Grandes superficies de aparatos electrodomésticos

- Grandes superficies de aparatos electrodomésticos

En 2014 había 1.595 centros comerciales de este tipo (contra 2.374 en 2009) con una superficie total de 2.593.364 m². Las cadenas más conocidas son HTM Groupe (Boulangier) con 270, EX& CO con 240 tiendas, Darty con 220, But International (mixto muebles-electrodomésticos) con 210, Groupe Digital con 185 y Conforama France con 190.

- Grandes superficies de ocio, cultura y deporte

En 2014 existían en Francia un total de 492 grandes centros especializados en ocio y cultura, con una superficie en conjunto de 664.340 m². Los primeros por número de tiendas Espace Culturel (GALEC); FNAC SA, Direct Group France, Système U, Socultur y Virgen Stores France.

En cuanto a las empresas especializadas artículos deportivos destacan Intersport, Décathlon y Go Sport.

- Grandes superficies de jardinería

En Francia existen en 2014 un total de 1.856 almacenes de dimensión importante especializados en jardinería, con una superficie total de venta de 5.459.584 m², siendo el primer grupo por número de tiendas Gamm Vert, con 300 establecimientos, seguido por Jardiland con 200, Apex con 195 y Nalods.

- Grandes superficies de juguetería

1192 almacenes especializados en juguetería, con 100 m² como mínimo. La superficie total de venta ascendía a 905.525 m². Las cadenas más importantes, por número de establecimientos son: EPSE Joueclub, Distritoys, Ludendo, Maxi Toys y Partner jouet.

ESTRATEGIA DE VENTA A LA GRAN DISTRIBUCIÓN

Para la mayoría de los productos alimenticios y buena parte de los demás bienes de consumo, la venta a la gran distribución es casi inevitable. Estas cadenas usan y abusan de su poder de mercado. Complicación del proceso de selección de proveedores (proceso de referenciación); falta de control del posicionamiento del producto y de los precios por el exportador; márgenes

para el proveedor más reducidos, casi inexistentes en la batalla actual. Las cadenas no aceptan incrementos de precios sensibles (sólo hace falta observar el caso de la de-referenciación de Leclerc) y, finalmente, hay que adaptar el producto y los envases a los deseos de la cadena.

A grandes rasgos, la gran distribución se estructura en Francia, como en otros países, en torno a las centrales de compra, en las que se negocian los suministros. En ellas, el principal argumento de venta es, sin duda, el **precio**, sobre todo para los productos de alimentación. Las centrales de compra están organizadas por tipos de producto.

Cada central de compra negocia la adquisición de todas o parte de las referencias de una o varias cadenas. Cada cadena o central tiene su propio procedimiento de compra. En general, el sistema de compras tiene tres fases: *reconocimiento del proveedor*, *referenciación del producto* y *concreción del pedido*. La media de aplazamiento de pago a proveedores es de 30 días fin de mes. Las vías de penetración en este gran segmento del mercado no son distintas a las de España, aunque cada cadena tiene sus características propias.

La Referenciación

La referenciación es la aceptación de una organización de compras o una empresa de distribución como proveedor a una empresa, tras estipular con ésta las condiciones comerciales, con la concesión de una referencia comprador. Existe clara diferencia entre la función de referenciación, que es previa, y la función de compra. En algunas empresas, estas dos funciones son ejercidas por la misma persona o el mismo servicio y, en otras, están separadas.

La referenciación puede estar centralizada (a nivel nacional o regional) o descentralizada y ejercida por los puntos de venta.

En la referenciación centralizada, el fabricante entra en contacto con un único departamento para toda Francia. Lógicamente, este servicio centralizado dispone muy buena información y tienen un gran poder de negociación en función de los mayores volúmenes discutidos. Su ventaja es la cobertura global del mercado aunque ello no garantiza una presencia efectiva en todos los puntos de venta. Se debe contactar con los responsables de compras del sector de que se trate.

En la referenciación descentralizada, se permite a los distribuidores aumentar sus oportunidades de obtener condiciones más favorables por parte de los proveedores. Cada centro de decisión negocia autónomamente las ventajas particulares.

Referenciación en puntos de venta: en el caso de que los puntos de venta cuenten con cierta autonomía, esta modalidad de entrada puede interesar a los pequeños proveedores o a los que antes de obligarse a nada, quieren probar. El interlocutor que se debe contactar es el jefe de departamento o lineal.

Modalidades de entrada

A su vez, las principales modalidades de entrada son:

- **Directamente o a través de un mayorista:** Aunque en algunos segmentos de productos los mayoristas conservan cuotas de mercado interesantes, la tendencia del comercio moderno es la de suprimir intermediarios, que cuestan y que en algunos casos aportan unos servicios limitados.

Individualmente o asociándose con otro proveedor que disponga de fuerza de ventas, bien introducidas y con productos complementarios.

- **Con marca propia, o bajo la marca del distribuidor**, para lo cual habrá que cumplir con las rigurosas condiciones exigidas por estos últimos. En este caso, el proveedor deberá ser competitivo para evitar ser suplantado por otro proveedor y no podrá encontrarse en una situación de gran dependencia de una sola empresa distribuidora, ya que se enfrenta al riesgo de desaparecer si la parte de sus ventas a ese distribuidor es elevada.
- Preparación de las entrevistas de referenciación.

Procesos cada día más largos, complejos y centralizados. Los compradores disponen de poco tiempo, ya que gestionan miles de referencias y decenas de proveedores.

En las entrevistas debe utilizarse, exclusivamente, el francés; no es aconsejable el uso de intérpretes ocasionales ajenos a la profesión. Suele hacer falta de 3 a 6 visitas para alcanzar resultados. Las negociaciones pueden durar varios meses.

Para ganar tiempo y aumentar las posibilidades de éxito, el fabricante debe tener listo un dossier de presentación con los datos que, normalmente, demandarán sus interlocutores:

- - Datos de la empresa del proveedor
 - Descripción de su gama de productos (el proveedor debe citar a sus competidores y destacar sus ventajas frente a ellos.
 - Política de comunicación de la empresa frente al consumidor
 - Datos sobre el producto concreto que se propone
 - Datos de marketing
 - Logística
 - Indicaciones sobre gestión del lineal o del producto en el lineal
 - Servicios adicionales del proveedor
 - La tarifa de precios y su relación con las tarifas conocidas de la competencia.
 - Por último, las condiciones comerciales

Es conveniente resaltar los resultados de la empresa proveedora en España. Y siempre se irá a la entrevista hablando francés.

La negociación de precios

La legislación francesa exige que toda compra de un producto o prestación de servicio sea objeto de una factura que especifique la denominación del producto, la cantidad vendida, el precio unitario y la fecha de pago, así como cualquier rebaja, reducción o descuento. El proveedor debe fijar una tarifa general válida para todos los clientes y tener en cuenta que, el cobro por parte del distribuidor de la cooperación comercial debe constar también en contrato.

El Comercio Electrónico en Francia

El comercio electrónico, según un estudio de la federación francesa del e-commerce, ha continuado ganando terreno en Francia en 2014 ya que 57 MM€ de ventas de bienes y servicios a los particulares han sido realizados a través de una página web por empresas instaladas en Francia, lo que supone un crecimiento del 11% respecto a 2013. En 2015 se espera una cierta estabilización con una cifra de facturación próxima a los 60 MM€. Estos resultados son mejores de lo previsto debido a que en la fiestas de navidad las ventas alcanzaron los 11,4 MM€ un 13,5% más que en 2013.

Este incremento de las ventas es debido en parte al aumento de la oferta ya que en 2014 se crearon 20.000 portales suplementarios de venta por Internet con lo que la cifra de empresa de venta on-line es de 157.000. En Francia hay 34 millones de cibercompradores (50% más que en 2008) y cada cliente realiza 20 compras anuales por un importe medio de 81€. Las ventas a través de teléfonos móviles se han incrementado en un 60% y representan ya el 16% del total, contra solo el 10% en 2013.

El comercio por Internet representa el 9% del comercio minorista. En él coexisten un mercado dinámico y muy concentrado de empresas dedicadas casi exclusivamente a la venta on line (los pure-players), con actores más tradicionales de la venta a distancia y empresas que han desarrollado la venta on-line como complemento a su actividad en la tienda. Sin embargo, dominan los pure-players, tanto en número de actores (57,5%) como en cuota de mercado (51,6%). Si bien existen muchas microempresas independientes, son las pertenecientes a un grupo las que generan dos tercios de las ventas en línea de los pure-players. El vestido y el calzado son los productos líderes.

En Francia metropolitana, más del 60% de los consumidores entre 16-74 años realizaron compras en internet en 2014 (frente a un 40% en 2008). Desde reserva de viajes y habitaciones de hotel hasta el pedido en línea de productos de gran consumo (material informático, bienes culturales, telefonía, muebles, electrodomésticos, productos alimentarios, etc), Internet ha revolucionado las prácticas de compra de los particulares. Los franceses compran más en internet que la media de la UE-28 (44%), pero menos que los suecos (74%), los daneses, los ingleses (ambos, 73%) o los alemanes (65%).

Las ventas de bienes o servicios a particulares a través de una página web por empresas instaladas en Francia se realizaron sobre todo por empresas con al menos diez trabajadores (unas 13.000 empresas; es decir, el 7% de las empresas de este tamaño).

El comercio minorista domina el comercio electrónico

Los servicios de albergue (hoteles, campings y otros alojamientos turísticos; es decir, el 3% de las empresas instaladas en Francia) suponen el 22% de las empresas de comercio electrónico. Sin embargo, sólo representan el 5,3% del montante total de las ventas por internet a particulares ya que una parte de las reservas se pueden concretar por circuitos fuera de internet.

El sector de la información y de la comunicación pesa relativamente menos en número de empresas e-comerciales (7%), pero contribuye en un 17% al total de las ventas web. Las empresas e-comerciales dedicadas a la edición son el 4% y contribuyen en un 2% al total de las ventas web. En el sector de los transportes, encontramos un 3% de empresas e-comerciales que hacen el 15% del total de las ventas por internet. De hecho, los viajes forman parte de los productos que más compran los hogares.

Las ventas por Internet del comercio minorista han progresado fuertemente en 10 años: despreciable en 2000, se multiplicó por diez hasta 2003 y, desde entonces, ha aumentado una media de 34% al año hasta el fin del decenio. Cuatro quintos de las ventas se realizan por empresas del sector de la venta a distancia. Seguidas de los sectores de equipamiento del hogar (5,1%), los hipermercados (4,6%, gracias al auge del circuito de venta "drive" que consiste en hacer los pedidos por internet y recogerlos en un almacén) y el equipamiento personal (2,7%) gracias a las ventas de ropa (1,8%), pero también de marroquinería, zapatos, óptica, perfumería, relojería-joyería o el sector de la cultura y el ocio (2,1%).

En el comercio minorista, la venta está muy concentrada: 90% de las ventas web se realizan por 11,5% de las empresas. Las diez primeras realizan el 40% de las ventas por internet del sector y pertenecen, sobre todo, al sector de la venta a distancia.

El comercio en línea se desarrolla también en la gran distribución. La cifra de negocios del drive que fue de solo 500 M€ en 2010 y debería sobrepasar los 3,5 MM€ en 2020.

Las web con más penetración entre los cibercompradores fueron:

Perspectivas de futuro

La FEVAD prevé que el aumento en 2016 sea del 10%, hasta superar la barrera de los 70 MM€ en compras electrónicas y los mil millones de transacciones totales.

Las web con más penetración entre los cibercompradores en 2015 fueron:

1. Amazon: 16.349.000 cibercompradores
2. CDiscount: 10.251.000
3. Fnac: 3 : 8.001.000
4. eBay: 7.574.000
5. SCNF/VSC: 6.732.000
6. Carrefour: 6.148.000
5. Price Minister: 5.910.000
6. Leroy Merlin : 5.351.000
7. Booking: 5.197.000
8. La Redoutte: 5.042.000
7. Vente privée: 4.681.000
9. Darty: 4.639.000

En 2015, más del 83% de los cibercompradores pagaban con tarjeta bancaria. El barómetro de Fevad constata también un importante aumento de la recogida de la compra en la tienda. 9 de cada 10 cibercompradores, prepararon su compra, sirviéndose, sobre todo, de su tablet.

2.3 IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL PAÍS EN LA REGIÓN

En el año 2015, Francia ocupaba el tercer puesto en el ranking por Producto Interior Bruto entre los países de la Unión Europea, tras Alemania y Reino Unido. Este último país es el referente más frecuente en Francia en las orientaciones de política económica y en las comparaciones, fiscales, salariales o de productividad que se hacen desde el Gobierno o desde los círculos empresariales.

Francia no es solo uno de los países fundadores de la UE sino que ocupa una posición central entre el norte y el sur de Europa y cuenta con importantes lazos físicos y económicos con los principales países de la Europa Central: Alemania, Benelux, Suiza, además de contar con la cercanía marítima al Reino Unido, al que está unido por un túnel ferroviario.

Los principales socios comerciales de Francia son los países con los que tiene frontera, por este orden: Alemania, Bélgica Italia y España.

Asimismo, Francia ocupa una posición importante de cara a las relaciones económicas y políticas de la UE con los países del Magreb (Marruecos. Argelia y Túnez) y tiene fuertes relaciones económicas con los mismos, además de con el África francófona.

2.4 PERSPECTIVAS DE DESARROLLO ECONÓMICO

La economía francesa continúa atravesando un periodo delicado caracterizado por un claro estancamiento y un potencial de crecimiento muy limitado. El objetivo del déficit del 3% no se alcanzará hasta 2017.

El proyecto de presupuestos para 2015, cuyo principal objetivo sigue siendo apoyar el crecimiento y el empleo, fue aprobado en consejo de ministros el 1 de octubre y se basa en un crecimiento del PIB para 2014 del 0,4% (en vez del 0,9% previsto), y de 1% para 2015, con una inflación bajo control (0,6% en 2014 y +0,9% en 2015), un moderado aumento del consumo de las familias (+0,3% en 2014 y +1,3% en 2015) y una inversión del sector industrial que se recupera tras el descenso del -2,2% en 2013, así como un mayor dinamismo de las exportaciones (+2,8% en 2014 y +4,6% en 2015) parecen por tanto bastante poco realistas.

El gobierno francés se está centrando en reducir los costes sociales de las empresas e incrementar su competitividad. Ha puesto en marcha el Pacto Nacional para el Crecimiento la Competitividad y el Empleo, continuado con el Pacto de Responsabilidad, y creó el Banco Público de Inversiones (bpifrance). A la vez está llevando a cabo un plan de reducción del gasto público.

1 El pacto nacional para el crecimiento la competitividad y el empleo

Tras recibir el Informe Galois, el Gobierno presentó en octubre 2012 un plan para apoyar el crecimiento y el empleo. Su medida estrella fue la reducción del coste del trabajo en 20.000 M€, 1% del PIB aprox., mediante un crédito fiscal (CICE), de aplicación únicamente a los salarios que se sitúen entre 1 y 2,5 veces el salario mínimo (SMIC) y que se minorará a partir de 2014, aunque referido al ejercicio 2013.

Desde su lanzamiento hasta enero de 2016, más de un millón de empresas se han beneficiado cada año de este dispositivo, que ha supuesto un apoyo total de 23, 5 MM€ (18,6 MM€ abonados por el Estado, 4, 9 MM€ prefinanciados por Bpifrance y los bancos tradicionales; 3, 9 MM€ aún quedan en deuda).

2 El Banco Público de Inversiones (bpifrance)

Desde Enero 2013 opera el Banco Público de Inversiones, cuyos accionistas a partes iguales son el Estado y la "Caisse des Dépôts et Consignations". El BPI tiene por objetivo conceder financiación a empresas y proyectos de futuro, facilitar servicios de acompañamiento y apoyo a la innovación y a la exportación. Sus clientes son las PYME's y las ETI. **No interviene en apoyo de empresas en dificultad.**

Está jugando un papel importante en la financiación de las empresas a través de la prefinanciación del CICE. También gestiona un nuevo servicio denominado "bpifrance export", cuyo objetivo es apoyar la exportación y la internacionalización de las empresas.

3 Enternext

Para facilitar el acceso a la financiación de las PYME's a través de la bolsa, el 24 de mayo de 2013 se inauguró la bolsa reservada a las PYME's "EnterNext" que tiene por objetivo, en un plazo de tres años, introducir en bolsa 80 medianas o pequeñas empresas y que los capitales captados por éstas superen los 12 MM€, para hacerlas depender menos del crédito bancario.

También se redactó un pacto para las inversiones de futuro, un Plan estratégico para la industria, se reformó el sistema de pensiones, se incrementó el salario mínimo hasta los 1.445,38€ mensuales, se incrementó el IVA hasta el 20% y se fijó el compromiso de reducir los gastos públicos en 50MM€ en un plazo de tres años. El Pacto de Responsabilidad que tiene por objetivo reducir las cotizaciones sociales de las empresas a cambio de que éstas se comprometan a contratar trabajadores.

4 El Plan de Estabilidad 2016-2019

Preveía un déficit del 3,8% del PIB en 2014, 3% en 2015 y 1,3% en 2017. Crecimiento del PIB del 1% en 2014, 1,7% en 2015 y 2,25% en 2016-2017. que como se ha visto no se ha cumplido ya que los déficits han superado en 2014 y 2015 ampliamente estas previsiones.

Michel Sapin y Emmanuel Macron presentaron en abril de 2016 el plan de estabilidad (PSTAB) 2016-2019 y el programa nacional de reforma (PNR). El primero traza las grandes líneas de la estrategia de finanzas pública de Francia para los años 2016-2019, orientadas a la recuperación la economía francesa y la profundización y el saneamiento de las cuentas públicas. Las previsiones de crecimiento para 2016-2017 se mantienen en el 1,5%. Los objetivos de déficit público serían de 3,3% para 2016 y 2,7% para 2017. En 2016, el ahorro público se espera que sea de 3,8 MM€ complementarios.

El restablecimiento de las finanzas públicas se apoyará sobre el control de los gastos. De este modo, el ritmo contenido de progresión de los gastos públicos de los dos últimos años, en torno al 1% por año en valor, se mantendrá en 2016 y 2017.

El objetivo de alcanzar el 3% de déficit en 2017, que permitirá establecer la deuda pública por debajo del 100%, se considera exigente, pero posible. La debilidad de la inflación, debido sobre todo al descenso del precio de la energía, ofrece ganancias del poder de compra de los hogares, pero también de las administraciones públicas. Esto legitima ajustar los gastos para compensar el impacto de la inflación sobre las finanzas públicas y mantener los objetivos de déficit.

Por lo que se refiere a la «tasa Tobin» sobre las transacciones financieras, Hollande la duplicó del 0,1% establecido por Sarkozy al 0,2%, que se aplica sobre las operaciones de compra y venta de acciones de las 100 empresas más grandes que cotizan en París. La Asamblea Nacional decidió finalmente en octubre de 2015 la extensión de la tasa a las «operaciones intraday, lo que permitirá al Estado percibir un porcentaje sobre cada operación. Sin embargo, esta decisión queda supeditada aún al acuerdo de 11 países de la zona euro, pues su eficacia si solo alcanza a las transacciones de un solo país es discutida. En todo caso, entrará en vigor en Francia el 31 de diciembre de 2016.

Por su parte, el Gobierno ha aumentado la proporción –del 17% al 25%– de los ingresos derivados de la tasa que revertirá en el Fondo de apoyo al desarrollo, para así materializar el

compromiso de Hollande en la ONU: 4 MM€ adicionales en la ayuda al desarrollo de aquí a 2020. Otro 25% de los ingresos se destinarán al presupuesto de la Agencia Francesa de desarrollo, el banco francés que financia los proyectos franceses en el extranjero.

5 La economía francesa en 2015 y sus perspectivas para 2016

PREVISIONES DEL GOBIERNO

La reactivación de la economía en 2015 (+1,1%) de crecimiento debería consolidarse en 2016 y cerrar el año con un crecimiento superior al de 2015.

Las últimas previsiones del Ministerio de Economía mantienen un crecimiento del 1,5% en 2016, a pesar de la revisión a la baja en marzo tanto de la OCDE (1,2%) como de la Comisión y del FMI que la sitúan en un 1,3%. La reducción de las previsiones para 2016 confirma una cierta ralentización del crecimiento a final de año, ya que el cuarto trimestre el crecimiento fue de tan solo el 0,2%, aunque el INSEE prevé una reactivación en los dos primeros trimestres de 2016.

La producción industrial ha crecido en 2015 un 1,3%, contra 0,7% en 2014. La industria manufacturera aceleró su crecimiento (1,4% contra 0,3% en 2014), así como los servicios a las empresas (1,9% frente a 1,2% en 2014), mientras la construcción profundiza su caída (-2,6% contra -2,2% en 2014). La evolución trimestral es ligeramente diferente: en el cuarto trimestre de 2015 la producción total de bienes y servicios se ha acelerado (0,5% tras 0,3% en el tercero), especialmente en lo que se refiere a la industria manufacturera que se incrementa en un 0,9%, tras un moderado 0,2% en el tercer trimestre, los servicios a las empresas progresan al mismo ritmo que en el tercer trimestre (0,5%) y la actividad en la construcción crece un 0,7% tras ocho trimestres a la baja. La utilización de la capacidad de producción se mantiene en el 82,5%.

En enero de 2016 tanto la producción industrial (+1,3% respecto a diciembre) como la manufacturera (+0,8%) se recuperan fuertemente.

El insuficiente crecimiento de la actividad no permitirá reducir de forma importante el paro, que debería mantenerse ligeramente por debajo del 10% de 2015%. El INSEE espera una creación neta de empleo de 73.000 puestos de trabajo en el primer semestre de 2016.

Tras tres años consecutivos de destrucción de empleo en el sector "marchant" (economía de mercado), en 2015 el INSEE ha anunciado la creación neta de 82.300 puestos de trabajo procedentes de todos los sectores salvo la industria que ha destruido 37.700 empleos y la construcción 35.500. El sector terciario ha creado 155.500 empleos. La creación de empleo se acelerará en el primer semestre de 2016 en el que se deberían crear unos 35.000 puestos netos suplementarios. El sector terciario será la base de crecimiento del empleo con la creación de 61.000 puestos en el segundo semestre de 2015 y de 66.000 en el primer semestre de este año. El trabajo temporal se ha recuperado y representa casi la mitad de los creados en servicios.

Con el fin de luchar contra el trabajo ilegal, el 23 de octubre se publicó en el "Journal Officiel" un decreto que autoriza al Ministerio de Trabajo francés a difundir en su portal Internet una "lista negra", así denominada en el propio decreto, con el nombre y datos de las empresas condenadas por trabajo ilegal. Este decreto confirma la prioridad del Gobierno en la lucha contra el trabajo no declarado.

El consumo de las familias continuará creciendo en 2016 de forma más importante que en 2015 (+1,4% ya que el Proyecto de presupuestos para 2016 contempla un aumento del consumo de las familias del 1,8% en 2015 y de 1,7% en 2016.

En enero el consumo de las familias se incrementó un 0,6% respecto a diciembre sostenido especialmente por el alza del sector energético. La variación interanual también presenta un incremento del 0,6%

El IPC se mantendrá a un nivel muy bajo cerrando el año con un aumento del 0,4%. La inflación subyacente seguirá reduciéndose para cerrar el año cercana a 0% lo que pone en evidencia la debilidad del consumo interno. El IPC cerró 2015 con un alza del 0,2%. La inflación subyacente registró una variación del 0,8% y el IPC armonizado creció un 0,3%. El proyecto de presupuestos para 2016 prevé una inflación del 1% en 2016.

En febrero el IPC registró un alza del 0,3% respecto a enero y un descenso interanual del 0,2%. La inflación subyacente se mantuvo estable y progresaba en un 0,7% en interanual. El IPC armonizado subía un 0,3% y registraba una variación negativa del -0,1% respecto a enero del 2014.

La tasa de ahorro de los hogares se sitúa alrededor del 15% al final de año

El borrador de presupuestos para 2016 prevé un crecimiento de la inversión de las empresas (construcción excluida) del 4,9% en 2016. En la encuesta de enero del INSEE los industriales prevén un alza de la inversión del 7% en 2016 que será especialmente fuerte en el sector de bienes de equipos y transporte, tras el retroceso del 2% en 2015.

Según los datos de comercio exterior publicados en las Cuentas de la nación a primeros de marzo el comercio exterior tuvo un aporte negativo del 0,3% al crecimiento del PIB. En enero de 2016 el comercio exterior parece estancarse. La exportación aumentó solo un 0,1%, situándose en 37.433 M€ y las importaciones el 0,4% (42.783 M€). En consecuencia, el saldo empeora un 2,5% y se sitúa en -5.346 M€, lo que por el momento no parece en línea con los datos del borrador de presupuestos para 2016 que contemplaba un fuerte crecimiento tanto de las exportaciones (4,8%); como de las importaciones (5,2%).

PROYECTO DE LEY DE PROGRAMACIÓN DE LAS FINANZAS PÚBLICAS PARA EL PERÍODO 2014-2019

El consejo de ministros del 1 de octubre de 2014 aprobó el proyecto de ley de programación de las finanzas públicas para el periodo 2014-2019, que recogen las previsiones y proyecciones económicas de Francia en los próximos cinco años.

Con el fin de cumplir la reducción del déficit programada sin incrementar excesivamente la presión fiscal, el gobierno francés ha previsto poner en marcha una reducción del gasto público de 50.000M€ (siempre sobre la línea de gasto potencial si no se tomaran medidas) durante los tres próximos años:

PROGRAMA DE AHORRO M€	2015	2015-2017
Estado y sus agencias	7.700	19.000
Corporaciones locales	3.700	11.000
Protección social	9.600	20.000
TOTAL	21.000	50.000

Las finanzas públicas para el periodo 2014-2019

Las previsiones económicas y de las finanzas públicas para el periodo 2014-2019 se recogen en el cuadro siguiente:

PROYECCIÓN 2014-2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Saldo estructural de las administraciones públicas (en % del PIB potencial)	-2,5	-2,4	-2,2	-1,9	-1,4	-0,9	-0,4
Ajuste estructural	1,1	0,1	0,2	0,3	0,5	0,5	0,5
Saldo de las administraciones públicas (en % del PIB)	-4,1	-4,4	-4,3	-3,8	-2,8	-1,8	-0,8
- Estado	-3,3	-3,6	-3,6	-3,4	-2,7	--	--
- Corporaciones locales	-0,4	-0,3	-0,3	-0,3	-0,3	--	--
- Seguridad social	-0,5	-0,5	-0,3	0,0	0,3	--	--
Deuda Pública (en % del PIB)	92,2	95,0	97,2	98,0	97,3	95,6	92,9
Retenciones obligatorias (en % del PIB)	44,7	44,7	44,6	44,5	44,4	--	--
Gasto público (en % del PIB)	56,4	56,4	56,1	55,5	54,5	--	--
IPC sin el tabaco (en%)	0,7	0,5	0,9	1,4	1,8	1,8	1,8
Crecimiento del PIB (en volumen y %)	0,3	0,4	1,0	1,7	1,9	2,0	2,0

El nuevo y fuerte desacuerdo entre el Gobierno, los Sindicatos e incluso un grupo de parlamentarios de su propio partido, más representativos sobre el contenido y el ritmo de las reformas necesarias está complicando fuertemente el panorama social y pone en peligro los objetivos fijados en el plan precedente.

2.5 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

El marco jurídico para los negocios en Francia es bastante similar al español. Fruto de su origen en el Derecho Romano, así como de su pertenencia a la Unión Europea, ambos ordenamientos presentan una tradición jurídica análoga.

El detalle se recoge en el Código mercantil que se puede consultar en español [AQUÍ](#) o en francés [AQUÍ](#).

Sin embargo, existen diferencias. Principalmente en el tipo de sociedades presentes o en el Derecho laboral, mucho más desarrollado en el país galo, así como en la muy peculiar institución francesa de los "Tribunales de Comercio". Salvo en esa jurisdicción, el grado de seguridad jurídica es alto, ya que el ordenamiento jurídico está por escrito.

Hay un enorme normatismo, aunque en los últimos años se observa una tendencia a simplificar las formalidades para la creación y funcionamiento de una empresa. Prueba de ello es que, por ejemplo, para crear una filial basta con redactar unos estatutos y depositarlos en el registro mercantil correspondiente y darse de alta en los organismos tales como URSSAF (seguridad social), hacienda, etc.

Si desea disponer de información adicional sobre la implantación en Francia le sugerimos visite la web de la [Agencia para la Creación de Empresas](#).

En el caso de Francia, una parte importante de nuestras exportaciones están constituidas por productos cuyos flujos dependen de decisiones tomadas fuera del ámbito español.

El sector del automóvil, que representa casi una tercera parte de nuestra exportación, evoluciona en función de la demanda francesa de vehículos y de las políticas de fabricación de las multinacionales implantadas en nuestro país. Un factor decisivo para que estos flujos se mantengan a un nivel elevado es conseguir la atribución de la construcción de nuevos modelos a nuestras plantas.

La maquinaria y materias primas, como el acero y el plástico, suponen casi una cuarta parte de nuestras exportaciones y son sectores cuya evolución depende exclusivamente del nivel de inversión y de actividad de la industria francesa.

Si a los sectores antedichos añadimos las frutas y hortalizas, tradicionalmente comercializadas en Francia y con capacidad de crecimiento prácticamente agotada debido a la importante cuota del mercado francés que posee España, se observa que la evolución de más del 60% de nuestras exportaciones depende de factores exógenos.

La proximidad geográfica y cultural nos da ventaja competitiva en sectores tradicionales como azulejos, jamón ibérico y serrano, aceite de oliva, vinagre de jerez, habitat, productos para el sector horeca, moda, calzado y mueble, a pesar de las dificultades de distribución y de la necesidad de renovar gamas.

Nuevos sectores de interés serían el de productos "gourmet", cosméticos, biotecnología, subcontratación industrial, equipos para policía y seguridad, energías renovables, tratamiento de agua y de residuos urbanos, servicios a colectividades y logística.

Construcción y promoción inmobiliaria, redes de distribución y comercio minorista (confección, calzado, etc.), productos agroalimentarios, sector Horeca, energías renovables, servicios urbanos, diseño.

3 IMPORTACIÓN (RÉGIMEN DE COMERCIO EXTERIOR)

3.1 TRAMITACIÓN DE LAS IMPORTACIONES

Las empresas están exentas de realizar trámites administrativos para la circulación de la mayoría de mercaderías entre los países miembros de la Comunidad Europea. Los intercambios intracomunitarios necesitan tan sólo realizar una declaración de intercambio de bienes a la aduana con fines estadísticos. Todas las empresas que reciben mercaderías de otro Estado miembro por un montante total que exceda 460.000 euros y las que exporten a otro Estado miembro deben realizar la declaración cada mes. Ésta declaración indica la naturaleza de los productos, el país de origen y de destino, el valor y el peso de la mercancía.

Existe la posibilidad de realizar los trámites administrativos de manera digital para avanzar los trámites de despacho aduanero. La declaración debe transmitirse obligatoriamente por vía electrónica si el montante de las expediciones realizadas a lo largo de un año civil supera los 2.300.000 euros. El despacho aduanero se efectúa en las oficinas de aduanas competentes.

Las empresas que proveen servicios a otra empresa sita en otro Estado miembro de la Unión Europea deben transmitir a la administración aduanera una declaración europea de servicios si la empresa del otro Estado miembro ha pagado el IVA. Esta declaración debe depositarse de forma electrónica si la cifra de negocios es superior a 32.600€.

3.2 ARANCELES Y RÉGIMENES ECONÓMICOS ADUANEROS

Formando parte de la UE, no hay fronteras ni por tanto aranceles entre España y Francia. Los derechos de aduana sobre las importaciones extracomunitarias son facturados una sola vez en territorio comunitario. Los bienes que entran en Francia para ser reexportados a otro Estado miembro de la Unión Europea pueden penetrar en el territorio francés sin pagar el IVA (el IVA se paga en el país en el que el bien va a ser consumido).

El régimen económico aduanero permite importar mercancías no comunitarias sin pagar los derechos de aduanas y los impuestos pertinentes así como depositar, utilizar o transformar estas mercancías para su reexportación fuera de la U.E. Para beneficiarse de este régimen económico aduanero hay que justificar la necesidad económica de utilizarlo.

La autorización es dada por la administración de aduanas. En ella se establecerá el cuadro jurídico en el que la empresa puede utilizar el régimen económico aduanero solicitado. Esta autorización garantiza que la empresa conoce desde el principio las condiciones de utilización del régimen y permite que la administración se asegure que las mercaderías importadas sin pagar los derechos y los impuestos no serán puestas en circulación en el mercado comunitario.

Para más detalle se aconseja consultar el portal de la aduana francesa (enlace).

3.3 NORMAS Y REQUISITOS TÉCNICOS

La libre circulación de mercancías es una de las libertades que ofrece el mercado único de la Unión Europea. Desde enero de 1993, con la supresión en el mercado interior de los controles que se aplicaban a la circulación de mercancías, la Unión forma un solo territorio sin fronteras. Para terceros países, se aplican las normas comunitarias. Tan sólo hace falta autorización para el tránsito o importación de armas y municiones.

En las barreras no arancelarias hay que tener en cuenta que para ciertos productos además de cumplir las normas europeas puede exigirse el cumplimiento de normas específicas francesas complementarias.

Por ser parte de la UE, la venta de un producto legalmente fabricado en un Estado miembro no puede estar prohibida en otro Estado miembro, aunque las condiciones técnicas o cualitativas difieran de las impuestas a los propios productos. Existe una única excepción: en caso de interés general (protección de la salud, los consumidores o el medio ambiente) se aplican condiciones estrictas. El mismo principio se aplica en materia de servicios.

En general, prevalecen las normas del Estado miembro de origen, lo que garantiza el respeto del principio de subsidiariedad, evitando la instauración de una normativa detallada a escala comunitaria y garantizando un mayor respeto de las tradiciones locales, regionales y nacionales y, lo que permite asimismo el mantenimiento de la diversidad de los productos y servicios.

La certificación CE es necesaria para todos aquellos productos que tengan una norma comunitaria; algunos tienen que cumplir además normas específicas francesas como son la grifería sanitaria, los extintores, etc. Si existe una norma francesa, aunque no sea obligatoria, si no se posee la certificación correspondiente es a menudo difícil vender a los profesionales ya que estiman que el respeto de la norma francesa, además de la europea, es una garantía de calidad del producto.

Las normas se pueden consultar en la web de [AFNOR](#) y en su [boutique](#). Los temas de respeto de las normas y etiquetado se pueden encontrar para ciertos productos en la web del [Ministerio de Economía](#) francés. Y en las fichas técnicas publicadas por la Dirección de la Competencia del Consumo y la Represión de Fraudes francesa en la rúbrica “Etiquetage” que se pueden consultar [AQUÍ](#).

La legislación sobre garantías, fraudes y falsificaciones se recogen en el « Livre II: Conformité et sécurité des produits et des services » del código del consumo y los precios, etiquetado e información del consumidor en:

- Partie réglementaire.
- Livre Ier: « Information des consommateurs et formation des contrats.
- Titre Ier: Information des consommateurs.

El código de consumo se puede consultar en la web de [Legifrance](#).

3.4 REGULACIÓN DE COBROS Y PAGOS AL EXTERIOR

Miembro de la U.E. y del Euro, no hay dificultades especiales ni control de cambios.

El paso en numerario por la frontera está limitado a 10.000€ por persona.

3.5 CONTRATACIÓN PÚBLICA

El Código de Mercados Públicos de 2006 acaba de ser derogado por la l'Ordonnance n° 2015-899 de 23 julio 2015 relativa a los mercados públicos (desarrollada a su vez por el decreto de aplicación n° 2016-360, de 25 de marzo de 2016), que ha entrado en vigor el 1 de abril de 2016, a la espera de un nuevo código completo de la demanda pública. La nueva ley transpone la directiva europea 2014/24/UE de 26 de febrero de 2014, y con el objetivo de simplificar y racionalizar la normativa previa, amplía el alcance de los «mercados públicos» para agrupar

dentro de esta categoría a todos los actores concernidos antes de forma legalmente dispersa (los partenariados público-privados entran dentro, a partir de ahora, de los mercados públicos).

La ley consagra en primer lugar los principios de libertad de acceso a la demanda pública, igualdad de trato a los candidatos y transparencia de los procesos, con el objetivo de asegurar la eficacia y correcta utilización del dinero público.

En este sentido, debe cumplir los siguientes requisitos básicos:

- Financiación con fondos públicos
- Motivación de interés general
- Elección del precio “económicamente ventajoso”, esto es, optimización del coste.

Se distinguen tres tipos de mercados públicos:

- Obra: su finalidad es la ejecución, o concepción y ejecución, de obras de construcción o ingeniería civil.
- Suministro: el objetivo es la adquisición, el alquiler, el arrendamiento financiero o el alquiler-venta de productos.
- Servicios: tienen por objeto la prestación de un servicio material (limpieza, seguridad, jardinería, etc.) o inmaterial (consultoría jurídica, etc.)

El volumen económico y la tipología del servicio o suministro condicionarán en todo caso la complejidad del procedimiento. Se distinguen los siguientes:

- Los mercados exentos de publicidad y proceso competitivo previo para proyectos inferiores a 25.000 € o los casos excepcionales contemplados reglamentariamente (urgencia imperiosa por circunstancias imprevisibles, ausencia de candidaturas en proceso competitivo...).
- Los concursos con procedimientos adaptados (MAPA), para proyectos cuya cuantía sea inferior a los umbrales europeos publicados en el Boletín Oficial de la República Francesa o en función del objeto del mercado público. La mayor parte de los proyectos se llevarán a cabo a través de este procedimiento, más rápido y menos costoso.
- Los mercados con procedimientos formales: cuando el valor estimado (sin impuestos) es igual o superior a los umbrales europeos, se sigue alguno de los siguientes procesos:

Licitación, por la que el comprador elige, sin negociación, la oferta económicamente más ventajosa, de acuerdo con los criterios objetivos previamente comunicados a los candidatos.

Procedimiento competitivo con negociación (para poderes –no entidades- adjudicadores), por el cual el comprador negocia las condiciones del contrato con uno o más operadores económicos.

Procedimiento negociado con competencia previa (para entidades –no poderes- adjudicadoras), por el cual el comprador negocia las condiciones del contrato con uno o más operadores económicos.

Diálogo competitivo: procedimiento por el cual el comprador entabla un diálogo abierto con los candidatos y les invita a participar en la definición o el desarrollo de una o varias soluciones al procedimiento abierto. Este procedimiento se realiza en los casos en los que el mercado público es considerado como complejo.

Por su parte, el 1 de abril de 2016 también ha entrado en vigor la nueva ley relativa a los contratos de concesión (Ordonnance n° 2016-65 du 29 janvier 2016 relative aux contrats de concession). La diferencia fundamental entre un mercado público y una concesión reside en la contrapartida de la prestación. El mercado de servicios comporta una contrapartida pagada directamente por el poder adjudicador al prestatario, mientras que en el caso de una concesión de servicios, la contrapartida es el derecho a explotar el servicio, por sí solo o combinado con un precio. Es decir, se basa en el postulado utilizador=pagador.

Por otro lado, el poder adjudicador debe transferir al concesionario la integridad o, por lo menos, una parte significativa, del riesgo que asume. La ley indica que «la parte de riesgo transferida al concesionario debe implicar una exposición real a las vicisitudes del mercado, de forma que toda

pérdida potencial soportada por el concesionario no puede ser puramente nominal o despreciable».

Para poder realizar el procedimiento de contratación pública más ágil de manera electrónica, el gobierno francés propone la web www.marches-publics.fouv.fr en francés, inglés o español en la que un posible proveedor puede crearse alertas para acudir a las licitaciones cuando se publiquen. Web.

En el portal www.marchespublicspme.com se puede consultar toda la información sobre mercados públicos para las PYME's, así como toda una serie de consejos y enlaces a nivel práctico. Web.

Las ofertas de licitaciones se publican en el Boletín Oficial de Mercados Públicos (BOAMP).

4 INVERSIONES EXTRANJERAS / INCENTIVOS A LA INVERSIÓN

4.1 MARCO LEGAL

El derivado de su pertenencia a la UE, con la libertad de circulación de capitales. Las inversiones extranjeras en Francia están, en principio, libres de todo control administrativo, salvo en lo que se refiere a los sectores considerados estratégicos para la seguridad nacional.

En general, cuando se adquiere al menos el 10% del capital o los derechos de voto de una empresa sita en Francia y el montante de las operaciones supera los 15 M€, es necesario realizar una declaración con fines estadísticos en el Banco de Francia.

Se deberá realizar una declaración al ministerio encargado de la economía (Dirección general del Tesoro) cuando:

- Se cree una empresa nueva si la inversión supera los 1.500.000 euros.
- Se adquiere (sin montante mínimo) todo o parte de un sector de actividad.
- Cuando se toma participación, directa o indirecta, en el capital de una empresa constituida en Francia y suponga más de un tercio del capital o de los derechos de voto (salvo si el inversor ya poseía más del 50% de la empresa francesa).

El gobierno de Manuel Valls aprobó el 14 de mayo, a instancias del Ministro de Economía Arnaud Montebourg, el **Decreto nº 2014-479 relativo a las inversiones extranjeras sometidas a autorización previa.(Decreto "Alstom")** Se trata de una figura jurídica con rango de ley al haber recibido previamente el visto bueno del Consejo de Estado por el procedimiento de urgencia. El decreto otorga un derecho de veto (autorización previa) al gobierno frente a la participación o adquisición de activos por parte de empresas extranjeras en 5 sectores adicionales a la defensa y seguridad nacional considerados estratégicos: energía, transportes, agua, telecomunicaciones y salud pública. La oficina del Primer Ministro ha emitido un comunicado estableciendo que el Estado debe tener capacidad de intervenir en relación con las inversiones extranjeras en sectores considerados estratégicos.

Además, en relación con las actividades previamente sometidas a autorización previa, el nuevo decreto amplía su objeto, refiriéndose a las *"actividades relativas a materiales, productos o prestación de servicios, incluidas las relativas a la seguridad y al buen funcionamiento de las instalaciones y de los equipos, esenciales para la garantía de los intereses del país en materia de orden público, seguridad pública y Defensa nacional"*.

Los nuevos sectores sometidos a autorización son los siguientes:

- Integridad, seguridad y continuidad del aprovisionamiento de electricidad, gas, hidrocarburos u otra fuente de energía.
- Integridad, seguridad y continuidad del aprovisionamiento de agua dentro del respeto de las normas relativas a la salud pública.
- Integridad, seguridad y continuidad de explotación de las redes y de los servicios de

transporte.

- Integridad, seguridad y continuidad de explotación de las redes y de los servicios de comunicaciones electrónicas.
- Integridad, seguridad y continuidad de explotación de un establecimiento, una instalación o una obra de importancia vital según dictan los artículos L. 1332-1 et L. 1332-2 del código de la Defensa.
- Protección de la salud pública.

El Ministro de Economía puede condicionar la concesión de la autorización a la cesión de toda la actividad ejercida por la empresa con sede social en Francia a otra empresa, independiente del inversor extranjero.

El decreto fue publicado el jueves 15 de mayo, en el Boletín Oficial y entró en vigor el viernes 16 de mayo. Se puede consultar en la web de legifrance. [Web](#).

En la orden del 7 de marzo de 2003^[1] se especifica toda la información necesaria para realizar las declaraciones u obtener la autorización previa. [Web](#).

Francia dispone de un organismo, la AFII (*Agence Française pour les Investissements Extérieurs*) para potenciar la inversión en el país, ahora integrado con UBIFRANCE, con oficinas coordinadas con la Embajada en cada país. La información en español está disponible en: www.invest-in-france.org/es.

[1] *Arrêté du 7 mars 2003 listant les informations nécessaires aux déclarations ou autorisations préalables.*

Las sociedades extranjeras pueden adquirir terrenos y edificios comerciales e industriales a propietarios privados o públicos. La búsqueda del bien adecuado es facilitada por profesionales como los agentes inmobiliarios. La seguridad jurídica de las transacciones está garantizada por las reglas legales aplicables a las compras inmobiliarias y por la intervención de intermediarios tales como los notarios. Pero si se piensa adquirir un bien inmueble es necesario tener en cuenta la existencia de normas que posibilitan la expropiación (por las autoridades estatales) o la “préemption” (similar al derecho de tanteo, pero iniciado por la administración) por las autoridades locales para construir/transformar/alquilar el bien por necesidades de alojamiento ciudadanos. En caso de ocupación ilegal de un inmueble, es necesaria la intervención judicial para el desalojo siempre que los ocupantes hayan pasado más de 24 horas en el edificio. Además, existe una “tregua de invierno” que prohíbe expresamente que el desalojo se produzca entre el 15 de Noviembre y el 15 de Abril, incluso con una sentencia judicial de expulsión. Esta última debe ser ordenada por el Prefecto, que dispone de 2 meses para ejecutar la sentencia judicial.

Existen ayudas públicas para la compra de inmueble bajo ciertas condiciones.

EL CONTRATO LEASING INMOBILIARIO

La adquisición de edificios industriales y comerciales mediante una transferencia de la propiedad al mismo tiempo que la conclusión de un contrato de leasing inmobiliario, normalmente con una duración de 9 a 15 años, es una fórmula muy utilizada. Los municipios pueden proponer este servicio a las empresas poniéndolas en relación con organismos financieros. Además existen ayudas a la inversión, en forma de descuentos sobre el alquiler del leasing inmobiliario, disponibles bajo ciertas condiciones.

LA POSIBILIDAD DE CONSTRUIR

Las zonas en las que es posible construir están recogidas en los planes locales de urbanismo. Los ayuntamientos son los competentes para otorgar las autorizaciones de construcción: certificado de urbanismo y permiso de construcción. El ayuntamiento es la ventanilla única a la que el propietario del terreno o la persona que tenga en su poder un título habilitador para construir puede pedir los permisos para construir. Para solicitar el permiso es necesaria la

intervención de un arquitecto colegiado en Francia.

El plazo del trámite es de 1 a 3 meses máximos a contar tras el depósito del dossier completo. Si el dossier está incompleto, la administración competente dispone de un plazo de 3 meses para pedir los documentos faltantes.

Si la instalación está clasificada como peligrosa para el medioambiente (ICPE), la solicitud del permiso de construir debe estar acompañada de la justificación del depósito de la solicitud de autorización para construir este tipo de instalaciones. Si es necesario una investigación pública, las obras no podrán ser ejecutadas hasta que se cierre la misma favorablemente.

LA AUTORIZACIÓN DE INSTALACIÓN

Para ciertas actividades comerciales es necesaria una autorización de instalación, por ejemplo para las superficies comerciales de más de 1.000m², a solicitar ante las comisiones departamentales de planificación comercial. Otras actividades no están sometidas a esta autorización especial, por ejemplo establecimientos hoteleros, estaciones de servicio y comercios de vehículos y de motocicletas.

LA SOCIEDAD CIVIL INMOBILIARIA (SCI)

Una SCI es una estructura jurídica independiente que permite financiar los locales que serán puestos a disposición de la empresa que explote la actividad económica. El capital de la SCI puede ser aportado tanto por personas físicas como jurídicas. La SCI es interesante para proteger el patrimonio inmobiliario profesional en caso de una demanda de los proveedores de la empresa explotadora. Además, una SCI puede aportar ventajas fiscales: la empresa puede deducirse los alquileres y los gastos y, en la SCI, los gastos de adquisición de los inmuebles son deducibles si se opta por tributar por el Impuesto de Sociedades. Para establecer una estructura de este tipo, es muy recomendable acudir a un abogado colegiado.

4.2 REPATRIACIÓN DE CAPITAL/CONTROL DE CAMBIOS

Existen tres formas de repatriar los beneficios:

- Por transferencia o distribución del beneficio neto de la sucursal o de la filial;
- Intereses de préstamos y avances acordados por la sociedad madre;
- Tarifas u honorarios de gestión.

No se pone ninguna traba fiscal cuando se repatrian capitales a través de la facturación de intereses, de tarifas o de honorarios de gestión. Los montantes deben estar justificados y corresponder a las tarifas aplicadas en una empresa tipo con otra con la que no tiene ningún vínculo de dependencia. Las autoridades francesas pueden exigir una prueba de que los precios aplicados son los correctos en función del mercado.

Los dividendos pagados a la sociedad madre son exonerados de una retención en origen, siempre que la empresa esté domiciliada en la Unión Europea y tenga una participación mínima del 10% en el capital de su filial francesa. Si los dividendos son recibidos por una persona física domiciliada en un Estado de la Unión Europea o en Islandia o Noruega, la tasa retenida en origen es del 21%.

Además, existe un impuesto adicional del 3% sobre los dividendos distribuidos por una sociedad establecida en Francia. Están exonerados los dividendos emitidos por una PYME o por una entidad no sujeta al impuesto sobre sociedades, los dividendos pagados en acciones y los emitidos en el seno de un grupo fiscal.

Las sociedades extranjeras instaladas en Francia con una sucursal están sometidas a la contribución del 3% en relación a las sumas que dejen de estar disponibles para la explotación francesa. Existen tasas superiores si los dividendos tienen como destino un residente de fuera de la UE o un paraíso fiscal.

4.3 INCENTIVOS A LA INVERSIÓN

En función de la naturaleza del proyecto (inversiones productivas, investigación, desarrollo e innovación, formación, etc.); de su localización (zonas prioritarias de planificación del territorio o no) y del tipo de empresa que va a realizarlo (gran empresa, E.T.I. o PYME). El Banco Público de Inversiones ha reforzado esta oferta de ayudas públicas y de financiación para ayudar a las empresas, sobre todo a las que tienen menos de 5.000 empleados, durante su desarrollo en Francia y para exportar.

Las autoridades francesas intervienen de diferentes formas:

- Mediante préstamos con una tasa bonificada o sin intereses;
- Mediante subvenciones a las inversiones productivas o en I+D;
- Mediante un descuento en los precios inmobiliarios;
- Mediante exoneraciones fiscales;
- Mediante exoneraciones de las cotizaciones sociales patronales;
- Mediante créditos tributarios;
- Asumiendo determinados gastos (por ejemplo, los gastos de formación);
- Ofreciendo garantía pública;
- O aportando capital.

Estas intervenciones se realizan tanto a nivel nacional como municipal.

AYUDAS PARA INVERSIONES Y CREACIÓN DE EMPLEO EN RELACIÓN A UNA INVERSIÓN

Existen varios dispositivos de ayuda financiera para incitar a las empresas a invertir y a crear empleos. Las ayudas autorizadas atañen a las inversiones (edificios, terrenos, equipos) realizados durante tres años, o al coste de creación de empleos ligados a las inversiones (salarios y cargas sociales estimados durante 2 años). Los proyectos de inversiones que reciban las ayudas deben ser mantenidos en la región establecida durante 5 años para una gran empresa y durante 3 para una PYME.

AYUDAS PARA FORMACIÓN PROFESIONAL Y CONTRATACIÓN

Todas las empresas pueden recibir ayudas públicas por la creación de empleo, sin que ésta esté relacionada con una inversión. Normalmente estas ayudas se instrumentan a través de exoneraciones o reducciones de las cargas sociales o mediante contratos favorables que conllevan exoneraciones de cotizaciones (por ejemplo el contrato de profesionalización).

Con el fin de reforzar las competencias personales en las empresas el Estado dispone de diversos dispositivos para ayudar financieramente a las empresas a llevar a cabo su plan de formación.

AYUDAS PARA INVESTIGACIÓN-DESARROLLO E INNOVACIÓN

El dispositivo francés de ayuda pública a la I+D de las empresas está compuesto principalmente por un crédito de impuestos (crédit impôt) del 30% de los gastos anuales en investigación. Además, las autoridades francesas han creado otras herramientas de ayudas públicas gestionadas por diferentes ministerios (economía, investigación y ecología principalmente) y por diferentes organismos públicos (la BPI, la Agencia Nacional de la Investigación). Además, los municipios también aportan cierto apoyo en materia de I+D.

AYUDAS PARA LOS INVERSORES QUE PROTEGEN EL MEDIOAMBIENTE

Existen subvenciones a las empresas por sus inversiones en materia de protección del medioambiente. Pueden suponer hasta el 50% de los gastos de una gran empresa y hasta el 60% en un PYME. En principio, la ayuda está calculada sobre los costes de inversión suplementarios en relación con la protección medioambiental.

Las inversiones incluidas son las inversiones en terrenos, en edificios, instalaciones y quipos destinados a reducir la contaminación y a proteger el medioambiente. Pueden estar también

afectados los gastos ligados a la transferencia de tecnología mediante la adquisición de licencias de explotación o de conocimientos técnicos patentados o no.

AYUDAS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN FRANCIA

La información sobre las ayudas para la creación de empresas en Francia figuran en la web de la Agencia para la Creación de Empresas.

Después tiene que pinchar en la izquierda en cada una de las opciones:

- Principales aides financières
- Principales aides sociales
- Principales aides fiscales, etc.
- O también AQUÍ.
- Las ayudas a las PYMES las puede consultar en ESTE enlace.
- Bpifrance facilita información sobre las subvenciones en Francia y la creación de empresas que pueden consultar en su web.

4.4 ESTABLECIMIENTO DE EMPRESAS

4.4.1 REPRESENTACIÓN Y AGENCIA

ACUERDOS DE REPRESENTACIÓN

Agentes comerciales

Pueden ser personas físicas o jurídicas y su actividad está regulada por un contrato mercantil, que ha de ser conforme a la reglamentación existente. Cuando son personas jurídicas deben facturar siempre el IVA. En caso de rescisión del contrato por el comitente o de fallecimiento del agente son acreedores de una indemnización que, como mínimo, suele ser de dos años de comisiones.

Representantes o VRP

Sólo pueden ser personas físicas y su contratación es de naturaleza laboral, por lo que el comitente tiene obligación de hacer frente a las cargas sociales derivadas de su retribución, que puede incluir elementos fijos, indemnizaciones y comisiones. En caso de conflicto, el Tribunal competente es el Prudhomme (Magistratura del Trabajo).

ACUERDOS DE DISTRIBUCIÓN

En los acuerdos de distribución, el distribuidor interviene en su nombre y por cuenta propia al vender productos que ha comprado a su proveedor. La práctica comercial ha dado lugar a cuatro tipos de acuerdos de distribución, tres de los cuales han sido reconocidos por reglamentos de la Unión Europea.

En la oficina económica y comercial de la Embajada de España en París disponemos de contratos modelo para estos tres tipos de distribución.

Distribución selectiva o autorizada

Este tipo de contrato se utiliza para la distribución de productos con marca de prestigio o de alto nivel tecnológico. Constituye un acuerdo por el cual un proveedor vende únicamente a intermediarios que ha seleccionado en función de su experiencia y su aptitud para distribuir los productos. El distribuidor dispone del derecho de uso de la marca pero no existe transferencia alguna de "know how" por parte del proveedor. El distribuidor no puede ceder el contrato a terceros y carece de derecho a indemnización alguna en caso de rescisión.

Compra exclusiva

El acuerdo de compra exclusiva impone al distribuidor la obligación de comprar ciertos productos

al proveedor. En contrapartida el proveedor suele obligarse a participar en las inversiones necesarias para la distribución del producto. El ejemplo típico es el contrato de abanderamiento de gasolineras.

Distribución exclusiva

En este tipo de contrato, el proveedor concedente reserva la venta de sus productos, en un territorio determinado, a un distribuidor o concesionario exclusivo. Por lo general, el distribuidor es remunerado por medio de un margen bruto sobre las ventas. El distribuidor puede fijar libremente sus precios y no es lícito para el proveedor imponerle el precio de reventa. El proveedor tampoco puede prohibir al distribuidor la venta pasiva, es decir no expresamente buscada, a clientes que se encuentren fuera de su territorio exclusivo. En principio, el distribuidor no tiene derecho a indemnización en caso de rescisión del contrato.

Contratos de franquicia

El contrato de franquicia tiene una gran expansión en Francia. Permite al distribuidor franquiciado comercializar productos o servicios utilizando el rótulo, marca y métodos del proveedor. El proveedor puede así desarrollar su marca y utilizar sus propios métodos comerciales sin verse obligado a financiar las inversiones comerciales y el distribuidor franquiciado aprovechar el prestigio de la marca y acometer una empresa sin necesidad de mucha experiencia. Generalmente, el franquiciado tiene la obligación de pagar al franquiciador un derecho de entrada y cánones.

El franquiciado debe tener la condición de comerciante independiente inscrito en el Registro Mercantil y registrado ante la Seguridad Social. Si el franquiciado es una persona física, debe evitarse imponer condiciones de distribución demasiado estrictas (venta en local autorizado, precios, condiciones de venta y métodos impuestos por el franquiciador y suministro exclusivo de este último) pues, en tal caso se correría el riesgo de que el contrato se calificara como laboral y el franquiciado se convirtiera en empleado del franquiciador.

El contrato de franquicia es una forma de distribución muy extendida en Francia y a menudo existe un contrato-tipo adaptado a la línea de productos distribuidos. Para más información se puede contactar con la Federación francesa de la Franquicia.

Ruptura de los contratos internacionales de distribución

No existe un marco legal internacional que regule este tipo de contratos y, por consiguiente, las partes, de mutuo acuerdo, pueden fijar la jurisdicción que crean conveniente. Según la jurisprudencia francesa, el tribunal supremo considera que, en caso de duda, la ley aplicable es la del país de residencia del proveedor.

4.4.2 TIPOS DE SOCIEDADES. FORMALIDADES DE CONSTITUCIÓN

PRINCIPALES TIPOS DE SOCIEDADES

Las sociedades de capital pueden ser fácilmente transformadas con un coste fiscal mínimo. Las formas jurídicas más utilizadas son la sociedad de responsabilidad limitada (SARL), la sociedad por acciones simplificada (SAS) y la sociedad anónima (SA). La SARL y la SAS pueden ser creadas con tan sólo un socio (SAS unipersonal o EURL) mientras que una SA necesita por lo menos siete accionistas. La SA es la forma societaria más elaborada del derecho francés, es una estructura que puede cotizar en bolsa.

La SAS (o SAS unipersonal) es la estructura más reciente; es una forma muy apropiada para crear un holding o para una sociedad extranjera que quiera ostentar el 100% de las acciones de su filial. Las SAS han tenido mucho éxito notablemente porque el capital social puede ser libremente fijado por los asociados (como en la SARL) y por la simplificación de su funcionamiento.

La elección de la forma jurídica de la sociedad conlleva ciertas consecuencias jurídicas, fiscales, patrimoniales y sociales.

OTRAS ESTRUCTURAS SOCIETARIAS

Otro tipo de sociedades son las sociedades en nombre colectivo (SNC), las sociedades civiles y los Agrupamientos de Interés Económico (GIE). Estas sociedades son menos utilizadas y conllevan una mayor responsabilidad, llegando incluso a ser solidaria, de los asociados en caso de dificultad financiera. Por otra parte, la ausencia de un capital social mínimo, la gran flexibilidad en su funcionamiento (se requiere una unanimidad para tomar decisiones en las SNC y las GIE) y la transparencia fiscal de estas estructuras les confieren un gran atractivo como posibles filiales.

La sociedad en participación es utilizada en la industria de la construcción o en los sectores del espectáculo y de la edición. Es una estructura muy simple en su construcción (no hay que inscribirla en el Registro Mercantil) y discreta (no hay que publicar su creación).

ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES SIN PERSONALIDAD JURÍDICA

Oficinas de representación

La oficina de representación, sin personalidad jurídica propia es la forma más simple y menos costosa de implantarse en Francia. Sus funciones se reducen a actividades exclusivamente no comerciales: recogida de información sobre el mercado, publicidad, almacenamiento o toda otra actividad con carácter preparatorio para una posible implantación en Francia. Por ello, es un instrumento de limitada eficacia de penetración en el mercado. En una oficina de representación se puede tener un empleado (francés o del país de origen) para representar la sociedad madre.

Las oficinas de representación no tienen autonomía jurídica. Las facturas y los contratos deberán ser firmados por la sociedad madre. En relación al derecho fiscal, la oficina de representación no está sometida ni al impuesto de sociedades ni al IVA, ya que no tienen consideración de establecimiento permanente. Por el contrario está sujeta a ciertos impuestos locales e impuestos sobre los empleados. Existe un riesgo de recalificación de una oficina de representación en caso de que ejerza una actividad comercial mediante un empleado que firme contratos en nombre y por cuenta de la empresa extranjera que lo emplea, de un ciclo completo de producción o en presencia de una instalación fijada por el intermediario la empresa ejerce todo o parte de su actividad.

Para obtener seguridad jurídica, las empresas puede pedir a la administración fiscal antes de comenzar la actividad que les diga si en las condiciones específicas previstas pueden acogerse a este régimen. El silencio positivo se da a los tres meses. La inscripción de una oficina de representación no es, en principio, obligatoria. Sin embargo, es necesaria si las sociedades no tienen actividad o si la oficina de representación tiene en propiedad sus propios locales o si emplea varios empleados en Francia. Los documentos que hay que presentar son los relativos al representante (identidad, declaración de antecedentes penales, documentos específicos para los expatriados) dos copias de los estatutos de la sociedad madre traducidos al francés y un justificativo de alquiler del local.

Sucursales

La sucursal no tiene personalidad jurídica propia y actúa con la personalidad jurídica de la sociedad a la que pertenece. Puede realizar operaciones de compraventa y por consiguiente facturar, por lo que debe estar inscrita en el registro mercantil.

Las sucursales presentan tres ventajas principales: se benefician de la solvencia de la sociedad a la que pertenece, lo que le facilita la obtención de créditos; la sociedad que la constituye no se ve obligada a desembolsar e inmovilizar un capital ni a crear órganos de control; y los gastos de constitución son ligeramente inferiores a los de una sociedad.

El inconveniente es que comprometen a la sociedad principal en todos sus actos comerciales. En la práctica, las sucursales se utilizan a menudo en el sector bancario, o cuando se prevén déficit importantes los primeros años, por las razones ya expuestas.

CONSTITUCION DE SOCIEDADES

Trámites para la constitución de filiales

Para crear una filial basta con redactar unos estatutos y depositarlos en el registro mercantil correspondiente y darse de alta en los organismos tales como URSSAF, hacienda, etc. En las páginas webs [JuriModel](#) o [Net-Iris](#) podrá descargarse estatutos modelo para la creación de sociedades, contratación de trabajadores e informaciones prácticas para la creación de empresas en Francia.

En la web del [servicio público francés](#) se puede encontrar diversa información:

- Información sobre la creación de empresas. [Web](#).
- Información sobre el coste de creación. [Web](#).
- Información sobre los tipos de sociedades. [Web](#).

En la web de [Net-Iris](#) web se puede:

- adquirir un “paquete” con todo el procedimiento de creación de las diferentes formas de sociedades en Francia por el módico precio de 67,70€ para una SARL (Sociedad limitada). [Web](#).
- crear una sociedad unipersonal EURL. [Web](#).

Las gestiones que deben realizarse para inscribir una sociedad limitada están detalladas en la página web de la oficina de gestiones administrativas "[La Loi](#)". [Web](#).

En [Greffes](#) se puede localizar las direcciones de los Registros Mercantiles de los diferentes departamentos franceses.

La secuencia temporal de los distintos trámites es la siguiente:

1. Depósito de los fondos provenientes de las aportaciones en metálico.
2. Certificado del depositario de los fondos.
3. Informe del comisario de cuentas.
4. Firma de los estatutos.
5. Publicación de un anuncio en un diario de anuncios legales.
6. Inscripción de los estatutos.
7. Elaboración de una declaración de conformidad.
8. Presentación de documentos en el centro de formalidades de empresa (CFE).
9. Inscripción en el Registro de Comercio y de Sociedades.
10. Declaración de existencia para las contribuciones.
11. Cumplimiento de las formalidades sociales.
12. Desbloqueo de los fondos depositados en el banco.

Los fondos correspondientes a las aportaciones en metálico deben depositarse, en un plazo de ocho días a contar desde el momento de su recepción, en la cuenta de la sociedad en formación por las personas que los han recibido, bien en la *Caisse des Dépôts et Consignations*, bien en una notaría, bien en un banco. La mención del depósito debe figurar en los estatutos.

Seguidamente, se deben establecer los estatutos de la sociedad por acta notarial o por acto privado. En el plazo de un mes después de la firma de los estatutos se debe proceder a su registro en el centro de impuestos del que se depende. De todas formas se permite el registro de los estatutos posteriormente a la inscripción de la sociedad.

Es conveniente publicar un anuncio de constitución de la sociedad en un periódico de anuncios legales del departamento donde se encuentre la sede social.

Ciertos trámites se realizan por medio de las ventanillas únicas *Centre de formalités des entreprises* (CFE) de la Cámara de Comercio correspondiente, mediante un único expediente (formulario PO):

- Inscripción en el Registro de Comercio y Sociedades (RCS)
- Inscripción en el repertorio nacional de empresas y establecimientos gestionado por el Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSEE), a fin de obtener su código APE y sus números SIREN y SIRET;
- Alta fiscal
- Inscripción en los regímenes de seguro de enfermedad-maternidad y seguro vejez de los no asalariados;
- Afiliación a una Caisse d'Allocations Familiales (CAF).
- Si se emplea algún asalariado declaración de contratación a la inspección de trabajo,
- Declaración de contratación a la « Union de recouvrement des cotisations de Sécurité sociale et d'allocations familiales » (URSSAF) (Tesorería de la Seguridad Social)
- Declaración al centro de las *Associations pour l'emploi dans l'industrie et le commerce* (ASSEDIC) que administra la cotización por desempleo.
- Formalidades sociales a las que deben someterse determinados dirigentes sociales (por ejemplo, el gerente mayoritario de la SARL)

Tras la inscripción en el Registro de Comercio y Sociedades, se debe insertar un anuncio de las características de la empresa, en el Boletín Oficial de Anuncios Civiles y Comerciales (BODACC).

El procedimiento legal de constitución de una sociedad esta detallado en la web [Formalites](#).

Trámites para la constitución de sucursales

La sociedad extranjera debe hacer una solicitud de matriculación en Francia en el plazo de 15 días desde el momento de la apertura del establecimiento. Se debe presentar en el CFE correspondiente: dos copias certificadas de los estatutos, traducidos al francés, el permiso de comerciante extranjero del director responsable (si ha lugar), y el título justificativo del disfrute de los locales donde está instalada la sucursal (título de propiedad, alquileres, contrato de domiciliación...).

La sociedad extranjera debe depositar cada año en la Secretaría del Tribunal (*greffe*) dos ejemplares de los documentos contables que haya realizado, que deben haber sido controlados y publicados en el Estado donde la sociedad tenga su sede social. De esta manera las sucursales no tienen que publicar sus cuentas de forma separada, ya que les basta con dar las cuentas de la sociedad matriz.

Sea cual sea la modalidad de implantación, una vez que la empresa está inscrita, el número de la matrícula RCS debe figurar en cabeza de página de todos los documentos comerciales.

El procedimiento legal de constitución de la sucursal esta detallado en la web de "La Loi". [Web](#).

4.4.3 FORMACIÓN DE "JOINT-VENTURES". SOCIOS LOCALES

El derecho francés está adaptado a la creación de asociaciones. La compra de participaciones puede resultar de un acuerdo o de la compra de acciones en bolsa con el fin de adquirir el control de la empresa. Hoy no existen las UTE.

Si una empresa adquiere más de un 5% de otra empresa cotizada en bolsa se activan ciertas normas de transparencia del mercado financiero que imponen al comprador las siguientes medidas de información:

- Una declaración en los 5 días siguientes a la compra a la Autoridad de los mercados financieros francesa;
- Una declaración en los 15 días a la sociedad emisora de las acciones.

Las mismas reglas se aplican en caso de pasar los límites a la baja o al alza del 10%, 15%, 20%, 25%, 30%, 33%, 50%, 66%, 90% y 95% del capital o de los derechos de voto.

Si se realiza una operación que tenga como objetivo ostentar más del 30% del capital de una sociedad cotizada, el comprador está obligado a lanzar una oferta pública de compra sobre la

totalidad del capital con el fin de dar la oportunidad a los accionistas minoritarios de vender sus acciones.

Se considera que una operación es de concentración cuando:

- Es una fusión entre al menos dos empresas independientes,
- Existe una toma de control total o parcial de una empresa a otra;
- Se crea una sociedad común que ejerce de manera durable una actividad económica autónoma.

En principio, todas las operaciones de concentración están autorizadas. Sin embargo, si es una operación importante puede ser necesaria una autorización previa de la autoridad de la competencia, ya sea a nivel nacional o comunitario. El control de la operación de concentración busca verificar la ausencia de efectos anticompetitivos.

Existe la obligación de comunicación cuando la operación de concentración sea de gran envergadura, es decir tenga estas características:

- La cifra de negocios antes de impuestos total de las empresas afectadas supere los 150 millones de euros;
- La cifra de negocios antes de impuestos total realizada en Francia por al menos dos empresas llegue a los 50 millones de euros;
- Los límites comunitarios no sean alcanzados.

Hay establecido límites específicos para el sector de la distribución minorista (límites de notificación inferiores) y en los departamentos y colectividades de ultra mar.

En los 25 días siguientes a contar tras la fecha de recepción del dossier completo la Autoridad de la competencia emitirá su decisión. Si la operación puede afectar a la competencia, la Autoridad podrá abrir una segunda fase de análisis profundo de la operación; en principio esta segunda fase puede durar hasta 65 días.

Si la operación supera los siguientes límites, la operación debe ser comunicada a la Comisión Europea:

- La cifra de negocios total mundial de las empresas afectadas por la operación supera los 5.000 millones de euros, y
- La cifra de negocios realizada individualmente en la Unión Europea por al menos dos empresas supera 250 millones de euros, salvo si cada empresa realiza más de los 2/3 de su cifra de negocios total en la Unión Europea en el interior de un solo Estado miembro.

Por debajo de estos límites, ciertas operaciones que afectan al menos a 3 países de la Unión Europea son también sometidas al examen de la Comisión Europea.

El proceso del examen de la concentración puede durar hasta 8 meses. La operación es suspendida hasta que se tome la decisión de autorización.

4.5 PROPIEDAD INDUSTRIAL (MARCAS, PATENTES, DISEÑOS, LICENCIAS)

Como miembro de la U.E., Francia acepta la Patente Europea.

Si se quiere proteger exclusivamente en Francia, los trámites para lograr la protección de la propiedad intelectual o industrial se deben hacer ante el INPI "Institut National de la Propriété Industrielle". Cabe la posibilidad de solicitar una extensión en Francia y en Europa de una protección jurídica obtenida en el extranjero.. Las denominaciones sociales, los nombres comerciales, los rótulos y los nombres de dominio son igualmente protegidos desde su primer uso por la acción en competencia desleal.

La protección que se da para una patente es de 20 años, para una marca 10 años renovables indefinidamente y para los diseños y modelos 25 años.

En Francia se puede registrar una patente directamente sin pasar por ningún intermediario. Para ello se conecta con el portal de Internet del Instituto de la Propiedad Industrial francés en la página web del INPI.

Pinchando en la parte superior en "BREVETS" se abre una página donde puede consultar los capítulos sobre quién puede depositar una patente, cuándo depositarla, cuánto cuesta, etc.

En ESTE enlace de la web del INPI se encuentran las explicaciones sobre cómo rellenar el formulario y las condiciones para registrar su patente. Al final tiene incluso un modelo de cómo debe rellenarse el impreso de solicitud precedentemente indicado y el coste de registro.

- El formulario lo encontrará AQUÍ.
- El coste AQUÍ.

Si desea pasar por un intermediario, puede obtener la lista de agentes de la propiedad industrial por regiones, ciudades o especialidades AQUÍ.

5 SISTEMA FISCAL

5.1 ESTRUCTURA GENERAL

Las informaciones sobre temas fiscales las puede consultar en la web del equivalente de la Agencia Tributaria en Francia en: www.impots.gouv.fr.

Las principales figuras tributarias del sistema fiscal francés son el impuesto sobre la renta de las personas físicas (IR) y sobre sociedades (IS) como impuestos directos y, como impuestos indirectos, el IVA (TVA), los impuestos sobre consumos específicos: combustibles (TIPP), tabaco y alcohol y sobre bienes inmuebles taxe d'habitation (TH).

5.2 SISTEMA IMPOSITIVO (ESTATAL, REGIONAL Y LOCAL)

En Francia, las reglas fiscales han sido tradicionalmente concebidas de manera que se favorezca las inversiones de las empresas, el desarrollo regional y la expansión internacional. Los principios que se aplican a los grupos demuestran, igualmente, el compromiso de Francia con un tratamiento fiscal igualitario. Francia ha firmado convenciones fiscales bilaterales con la mayoría de los países con los que existe una relación de negocios (más de 100 países) y ofrece así a los inversores extranjeros una protección importante contra la doble imposición.

En la administración fiscal (la DGFiP^[1]) existe un departamento de recepción y de información para las empresas no residentes en Francia. Las empresas extranjeras pueden obtener toda la información de naturaleza fiscal, así como la posición formal de la administración, en relación a un proyecto de inversión.

DIRECTION DES RESIDENTS A L'ETRANGER ET DES SERVICES GENERAUX

Centre des Impôts des Non Résidents

10, rue du Centre

TSA 20011

93465 NOISSY LE GRAND CEDEX

TEL.: 00 33 (0)1 57 33 85 00

FAX: 00 33 (0)1 57 33 84 04

[1] DGFIP: [Direction Générale des Finances Publiques](#).

5.3 IMPUESTOS

SOLIDARIDAD SOBRE LA FORTUNA

El impuesto sobre el patrimonio en Francia, llamado Impôt de Solidarité sur la Fortune (impuesto sobre la fortuna), tiene como sujetos pasivos las personas físicas que tienen su domicilio fiscal en Francia y que disponen de un patrimonio cuyo valor neto en Francia y en el extranjero es superior a 1,3 millones de euros a 1 de enero de 2016. El tipo impositivo del impuesto es el siguiente:

Tipo impositivo/ Patrimonio 2014:

- 0,50% de 800.000€ a 1.300.000€
- 0,70% de 1.300.000€ a 2.570.000€
- 1,00% de 2.570.001€ a 5.000.000€
- 1,25% de 5.000.001€ a 10.000.000 €
- 1,50% a partir de 10.000.000€

Aunque este impuesto solo se aplique a los sujetos pasivos que tengan un patrimonio neto imponible superior a 1.300.000 euros, a la hora de calcular el impuesto el mismo se obtiene a partir de los 800.000 euros de patrimonio neto imponible.

Se puede encontrar más información en la web de la [Dirección General de Finanzas Públicas](#) en Francia.

5.3.1 IMPOSICIÓN SOBRE SOCIEDADES

Si una empresa extranjera realiza en Francia una actividad que produce beneficios, esos beneficios son imposables en Francia (principio de territorialidad). Esta regla se aplica indiferentemente del tipo de explotación (filial o sucursal). En el caso de una sucursal que no tiene personalidad jurídica propia, el resultado de la actividad en Francia es reconstituido a partir de las cuentas de la sociedad madre.

Toda empresa que piense implantarse en Francia o ya implantada tiene la posibilidad de hacer consultas vinculantes a la administración fiscal sobre su status de establecimiento permanente; la administración tiene hasta 3 meses para responder.

DETERMINACIÓN DEL RESULTADO IMPONIBLE

El resultado imponible del Impuesto sobre sociedades (IS) se calcula sobre las ganancias: todos los ingresos provenientes de la actividad, ventas o prestaciones de servicios menos los gastos deducibles. Los gastos son deducibles siempre que respondan a las necesidades de la actividad de la empresa y que sean efectivos y justificados. Ciertos gastos tienen reglas particulares: los gastos financieros netos (diferencia entre los ingresos financieros y los gastos financieros), que son deducibles hasta el límite de 3 M€.; si existe una patente, una invención patentada o un proceso de fabricación en concesión o sub-cesión, los pagos recibidos son deducibles, si existe una explotación efectiva de la licencia y el pago no es excesivo; los gastos suntuarios están también limitados; los pagos entre sociedades de un mismo grupo son deducibles a condición que sean facturados a un precio normal de mercado.

TASA DE IMPOSICIÓN

Los tipos aplicables al IS son:

- El tipo general es de 33,33%
- Para las empresas grandes: (facturación superior a 7.630.000€) se añade una contribución social adicional del 3,3% del importe del impuesto debido una vez deducida la suma de 763.000€.
- Para las PYMES: si el capital está totalmente desembolsado y al menos 75% está en

manos de personas físicas existe una tasa de IS reducida del 15% para empresas que tienen hasta 38.120 € de beneficios, y una tipo normal del 33,33% para la parte excedentaria. Las PYMES están exentas de la contribución social adicional.

- Los beneficios derivados de la propiedad industrial están sometidos a un tipo reducido del 15%.
- Las sociedades establecidas en Francia que tienen participaciones en empresas francesas o extranjeras, tan sólo son imposables al 5% de las sumas distribuidas por las empresas. Para beneficiarse de este régimen es necesario que la sociedad tenga al menos un 5% del capital de cada empresa y conservar los títulos por los menos 2 años.
- Las plusvalías de cesión de los títulos de participación conservados por lo menos dos años son exonerados de pago de IS, pero se paga un 12% que corresponde a gastos y cargas. Esta exoneración no se aplica si los títulos corresponden a una empresa establecida en un Estado considerado como fiscalmente no cooperativo.
- Las empresas que realizan más de 250 M€ de cifra de negocios están sometidas a una contribución excepcional equivalente al 10,7% del impuesto bruto de sociedades calculado antes de la imputación de los créditos y reducciones de impuestos y deudas de toda naturaleza. Esta contribución se aplica sobre el IS de los ejercicios fiscales acabados entre el 31 de diciembre de 2011 y el 30 de diciembre de 2016.

Más información en [ESTE](#) enlace.

5.3.2 IMPOSICIÓN SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS

El impuesto sobre la renta (IR) tiene un tipo marginal máximo del 45% para los tramos de renta superiores a 152.108 euros en 2015. A diferencia de otras legislaciones fiscales europeas, no hay retenciones en origen lo que encarece notablemente el coste de la recaudación. El impuesto se calcula sobre la renta total de cada hogar y es determinado en función del tamaño del mismo.

Tipo impositivo/tramos de renta para la declaración de la renta de 2015 realizada en 2016:

- Hasta 9.700 €: 0%
- De 9.700 € hasta 26.791 €: 14%
- De 26.791 € hasta 71.826 €: 30%
- De 71.826 € hasta 152.108 €: 41%
- A partir de 152.108 €: 45

Además, se estableció en 2013 una contribución excepcional sobre las altas rentas que es igual a:

- 3% para los hogares que ganen entre 250.000€ y 500.000€ si está compuesto por una persona soltera y entre 500.000€ y 1.000.000€ para una pareja;
- 4% para la fracción de la renta fiscal del hogar superior a 500.000€ para un soltero y 1.000.000€ para una pareja.

Más información en este enlace de la Agencia Tributaria en Francia: <http://bit.ly/1TVnMdE>

Se puede efectuar un cálculo del impuesto sobre las rentas de 2015 aquí (actualizado en marzo 2016): <http://bit.ly/1T76XLp>

Todos los impuestos de las personas físicas en este enlace: <http://bit.ly/1NdzTOH>

5.3.3 IMPOSICIÓN SOBRE EL CONSUMO

Como país U.E., el consumo está sometido al Impuesto sobre el valor añadido (TVA[1]).

Desde la creación de la empresa, la misma recibe un número de TVA intracomunitario dado por

la administración francesa que se compone de las siglas Fr y nueve dígitos (no hay que confundirlo con le SIREN o el SIRET). Las empresas deben realizar una declaración mensual, trimestral o anual según su cifra de negocios y el montante de TVA pagado durante el año anterior. Esta declaración se envía al Servicio de los Impuestos de las Empresas (SIE) o a la Dirección de Grandes Empresas (DGE) según el tamaño de la empresa antes de una fecha límite establecida por la administración.

Si la TVA pagada en las compras es superior a la TVA recolectada en las ventas, el crédito de TVA que resulte se reembolsa a la empresa previa demanda. Las exportaciones fuera de la U.E. están totalmente exoneradas.

La tasa normal sobre la venta de bienes y servicios es del 20%, aunque existen varias tasas reducidas. Los restaurantes, las prestaciones hoteleras, los transportes públicos, los periódicos y las revistas así como ciertas actividades de recreo (restaurantes, cines, etc) están sometidos a una tasa del 10%.

Una tasa del 5,5% es aplicada a:

- o Agua, los productos alimentarios excluidas bebidas alcohólicas y algunos productos alimenticios sólidos;
- o Algunos equipos y servicios para los discapacitados o personas de la tercera edad;
- o Espectáculos en directo, entradas en las salas de cine;
- o A partir del 1 de enero de 2014 a las obras que tengan como fin la mejora de la calidad energética de una vivienda.

• Tasa particular de 2,1%: se reserva a:

- o los medicamentos reembolsables por la seguridad social;
- o las ventas de animales vivos de la industria cárnica y charcutería no sujetos;
- o la contribución al audiovisual público;
- o algunos espectáculos;
- o las publicaciones de prensa inscritas en la Comisión paritaria de publicaciones y agencias de prensa y los servicios de prensa online.

Más información en [ESTE](#) enlace de la Dirección General de Finanzas Públicas en Francia.

[1] TVA: Taxe sur la valeur ajoutée.

5.3.4 OTROS IMPUESTOS Y TASAS

TRANSMISIONES PATRIMONIALES

Existe un impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales que grava las aportaciones de capital (1%), ampliaciones de capital con cargo a reservas (3%), transmisiones de inmuebles (16,6%) y creaciones de negocios (14%).

IMPUESTO SOBRE TERRENOS Y CONSTRUCCIONES

Las empresas son sujeto pasivo de la “*taxe foncière*”, impuesto sobre el patrimonio que grava el valor catastral de los terrenos y de las construcciones. Un terreno dotado de edificio o infraestructura se sitúa en la categoría de construcciones. La base imponible es igual al valor catastral disminuido al 50% para las construcciones y al 20% para los terrenos. La *taxe foncière* es debida por el propietario de la construcción o del terreno el 1 de enero, es decir, si una

empresa se crea más tarde, durante el primer año no paga este impuesto.

IMPUESTO SOBRE SALARIOS

El Impuesto sobre salarios lo abonan los empleadores establecidos en Francia que no están sometidos al IVA, al menos sobre el 90% de su cifra de negocios. Los sujetos pasivos son principalmente los bancos y sociedades de seguros, el sector médico, las asociaciones y otros organismos sin ánimo de lucro. Es un impuesto que sustituye al impuesto sobre sociedades para este tipo de entes jurídicos. Los tipos para 2016 son:

- 4,25% para la fracción de salarios inferior a 7.713€/año.
- 8,50% para la fracción de salarios comprendida entre 7.713€ y 15.401€/año.
- 13,60% para la fracción de salarios superior comprendida entre 15.401€ y 152.122€/año.
- 20% para la fracción de salarios superior a 152.122€/año.

IMPUESTO SOBRE OFICINAS Y LOCALES

En el Impuesto sobre las Oficinas y locales comerciales son sujetos pasivos los propietarios, usufructuarios o fiduciarios de oficinas y locales comerciales y de almacenes, así como los tomadores de un contrato de construcción y de ocupación temporal del dominio público situados en la región "Île de France".

El impuesto aplicable se calcula multiplicando la superficie de los locales imposables por una tarifa por metro cuadrado que varía en función de la circunscripción en la que se encuentran situados. Asimismo, en ciertos casos, existen tarifas reducidas para los locales posesión del Estado, de las colectividades territoriales y de determinados organismos de reconocida utilidad pública.

Se definen circunscripciones en función del valor teórico determinado por la administración para un determinado terreno y se aplican distintas tarifas por m². El impuesto aplicable en 2016 es:

- Oficinas: entre 4,35 €/m² y 16,89 €/m². Existe además una tarifa reducida cuando los terrenos pertenecen a la admón. pública y/o colectividades municipales.
- Locales comerciales: la tarifa varía entre 1,93 €/m² y 7,45 €/m².
- Locales de almacenamiento: de 0,98 €/m² y 3,85 €/m².
- Superficies de estacionamiento anexas a las categorías anteriores: entre 0,66 €/m² y 2,25 €/m².

Más información en la web de la [Dirección General de Finanzas Públicas](#) en Francia.

5.4 TRATAMIENTO FISCAL DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA

Las empresas o sucursales extranjeras implantadas en Francia reciben el mismo tratamiento fiscal que las empresas francesas.

6 FINANCIACIÓN

6.1 SISTEMA FINANCIERO

El sistema financiero francés está dirigido por el Ministerio de Economía y Finanzas, por la Dirección del Tesoro y por el Banco de Francia mediante órganos colegiados específicos:

- Autoridad de los Mercados Financieros (AMF), instituida por la Ley de Seguridad Financiera de 2003, compuesta por 16 miembros: Presidente nombrado por el Consejo de Ministros, 9 vocales procedentes de la profesión y 6 designados por el Ministro de Economía y Finanzas.
- En 2010 se creó una nueva autoridad ACP (Autoridad de Control Prudencial) encargada del control de los bancos y los aseguradores, nacida de la fusión entre la Comisión Bancaria y la Autoridad de Control de los Seguros y las Mutuas, bajo la tutela del Banco de Francia. La fusión refuerza los medios de las dos autoridades y le permitirá pesar más

en las instancias internacionales. Además, la ACP tiene un nuevo campo de actuación, el del control de la comercialización de los productos financieros, necesario tras los excesos que se han hecho visibles con la crisis, sobre todo en la distribución del crédito.

- Comité des Établissements de Crédit et des Entreprises d'Investissement (CECEI), presidido por el Gobernador del Banco de Francia.
- Conseil National du Crédit et du Titre (CNCT), órgano consultivo presidido por el Ministro de Economía y Hacienda, con participación empresarial, sindical y parlamentaria.
- Alto Consejo de vigilancia de los censores jurados de cuentas, creado por la reciente Ley de Seguridad Financiera para vigilar el buen gobierno de la empresa.
- El Mediateur du Crédit figura que tiene por misión mediar entre los empresarios y el sector bancario y ha sido confiada por el Presidente de la República a René Ricol, con el rango de "Comisionado de la presidencia. Está a la disposición de todos los empresarios, artesanos, comerciantes, profesiones liberales, etc. que encuentren dificultades con su banco para resolver sus problemas de financiación o tesorería.

Tradicionalmente, el Tesoro gozaba de una financiación privilegiada pero, al final de la década de los 80 el Estado se convierte en un emisor más en competencia con las emisiones privadas. En febrero de 2001 se crea la Agence France Trésor bajo la autoridad del Ministro de Economía para realizar las operaciones del Tesoro, recientemente integrada en la Dirección General del Tesoro.

El control de cambios desaparece oficialmente en Francia por la aplicación de la Directiva europea de libertad de movimientos de capital el 1 de enero de 1989. Los mecanismos de control de las inversiones francesas en el exterior y de las extranjeras en Francia habían casi desaparecido hasta el reciente "Decreto Alstom". Ahora se requiere autorización previa en siete sectores estratégicos: seguridad, defensa, energía, comunicaciones, transporte, agua y salud.

La competencia en materia monetaria se ejerce por el BCE. Francia forma parte del Euro y del Eurogrupo.

6.2 LÍNEAS DE CRÉDITO, ACUERDOS MULTILATERALES DE FINANCIACIÓN

No aplicable.

6.3 ACUERDO DE COOPERACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA CON ESPAÑA

Los derivados de su pertenencia a la Unión Europea.

Los referentes a la modificación de la gobernanza europea y específicamente sobre el Euro y la integración fiscal dentro de la Eurozona.

7 LEGISLACIÓN LABORAL

7.1 CONTRATOS

Las relaciones laborales se rigen por el Código de Trabajo que se puede consultar por Internet [AQUÍ](#).

Los convenios colectivos se pueden consultar en la web de [Legifrance](#).

También se puede consultar información laboral sobre diferentes temas contratación laboral en la web de [JuriModel](#).

CONTRATOS

Los contratos de trabajo, en principio, deben establecerse por escrito (no existe ningún formulario específico). Estos contratos deben indicar la naturaleza exacta de la función, así como la posición jerárquica en el seno de la empresa, la remuneración, el lugar de trabajo y la duración del contrato.

Los contratos de trabajo se pueden establecer por tiempo indeterminado (CDI: Contrat à durée indéterminée) o temporales (CDD: Contrat à durée déterminée), a tiempo pleno o parcial. Los contratos temporales se permiten en caso de suplencia de un asalariado (por vacaciones, enfermedad, accidente, etc.), aumento temporal de la actividad de la empresa y realización de trabajos estacionales.

Existe el contrato de aprendizaje y hay todo un abanico de contratos laborales para fomento del empleo siendo el Contrato Único de Inserción el último en entrar en vigor.

El Contrato Único de Inserción (CUI) entró en vigor el 1 de enero de 2010. El CUI se subdivide en dos tipos- el CUI-CIE para el sector mercantil y el CUI-CAE para el sector no mercantil- y se compone de dos documentos complementarios, el contrato de trabajo firmado con el asalariado y el convenio CUI.

El CUI da derecho a las empresas residentes en Francia Metropolitana a una serie de ayudas otorgadas por el Estado y las corporaciones locales. Por un lado, se otorga una ayuda financiera, cuyo importe y duración son fijados localmente por el Prefecto de la región. No puede exceder el 95% del salario mínimo bruto para el CUI-CAE y el 47% para el CUI-CIE. Por otro lado, los CUI-CAE se benefician de exoneraciones de cargas sociales, que se aplican al conjunto de las horas pagadas en el límite del salario mínimo y de la duración legal del trabajo. Estas exoneraciones se aplican a las cotizaciones para los seguros sociales y las ayudas familiares, la tasa sobre los salarios, la tasa de aprendizaje y las participaciones debidas por los empleadores por el esfuerzo a la construcción. En contrapartida de estas ayudas, las empresas deben comprometerse a actuar en favor de una inserción duradera de sus asalariados contratados con un CUI con programas de formación, una ayuda a la búsqueda para el próximo empleo, etc. La duración del convenio del CUI se limita a 24 meses y puede igualar o ser inferior a la duración del contrato de trabajo. El contrato de trabajo puede ser un contrato de duración indefinida (CDI) o un contrato de duración definida (CDD). El CDD debe ser de seis meses mínimo y puede durar hasta 24 meses.

La lista y características de los tipos de contrato se puede consultar el al portal del ministerio francés de trabajo en [ESTE](#) enlace, donde se puede obtener información sobre: El periodo de prueba, el contrato temporal (CDD), el contrato temporal senior, el contrato de obra, el contrato de aprendizaje, el contrato de aprendizaje adaptado a minusválidos, el contrato de profesionalización, el contrato a duración ilimitada (CDI), el contrato de trabajo intermitente, el contrato de trabajo temporal, el contrato único de inserción- contrato de acompañamiento al empleo (CUI-CAE), el contrato único de inserción, el contrato único de inserción- contrato iniciativa empleo (CUI-CIE) y el contrato vendimia.

También se puede consultar el portal de la [Oficina de Empleo y Seguridad Social](#) de nuestra embajada en París.

Toda la información sobre la legislación del trabajo se puede consultar en unas fichas técnicas en la página del portal del [Ministerio de Trabajo francés](#).

Se pueden obtener contratos de trabajo modelo en la web de [JuriModel](#).

El despido individual de un asalariado puede efectuarse desde 2011, si existe un mutuo acuerdo entre las partes, sin que haya que recurrir sistemáticamente a probar que ha habido una falta grave del trabajador.

El despido colectivo sólo se puede justificar previo expediente de crisis con un procedimiento que varía según el tamaño de la empresa, el número de despidos y la antigüedad de los afectados. La empresa, junto con los representantes del personal, debe establecer un plan "social", para minimizar el impacto del despido sobre los asalariados.

La magistratura del trabajo (Prud'homme) es competente para juzgar sobre los desacuerdos entre un empleador y sus asalariados. La Inspección del Trabajo es estatal, depende de los Prefectos y es enormemente activa, sobre todo en las empresas extranjeras de nueva implantación y en la contratación de trabajadores extranjeros, aunque sean comunitarios. Los

Sindicatos juegan un papel determinante.

7.2 TRABAJADORES EXTRANJEROS

Los residentes en la Unión Europea, en el Espacio Económico Europeo y en Suiza son libres de circular y de trabajar en Francia sin necesidad de una tarjeta de residencia o una autorización de trabajo. Sin embargo, deben inscribirse en el ayuntamiento de su municipio de residencia en los tres meses siguientes a su llegada.

7.3 SALARIOS, JORNADA LABORAL

El salario mínimo interprofesional (SMIC) a 1 de enero de 2016 es de 9,67€/hora lo que supone 1.466,62 € mensuales para las empresas que hayan reducido la jornada laboral a 35 horas semanales. Si se mantienen las 39 horas el salario bruto mensual será de 1.676,13€.

El trabajador cobrará una prima mínima del 10% por las horas suplementarias, según se recoja en el convenio colectivo. Si no hay convenio o no se especifica nada al respecto se aplican los tipos legales siguientes:

- 25% para las 8 primeras horas suplementarias semanales (de la 35 a la 43).
- 50% a partir de la 44 hora semanal.

El trabajador también tendrá derecho a un reposo suplementario del 50% de las horas extras realizadas. Cada hora extraordinaria da derecho a media hora de reposo compensador. En las empresas de más de 20 asalariados las horas suplementarias que superen las 221 horas mensuales dan derecho a un reposo compensador de 100%, es decir una hora de reposo suplementario por hora de trabajo extraordinaria.

Las condiciones mínimas de la prestación laboral que establece el Código del Trabajo son habitualmente mejoradas por los convenios colectivos. La jornada laboral máxima es de 8 horas diarias, con un tope semanal de 35 horas, por encima del cual se pueden realizar horas extraordinarias que en ciertas condiciones están exentas de cargas sociales. La regla de las 35 horas no se aplica a los dirigentes que tienen estatuto de “*cadre dirigeant*”. Las primeras 8 horas extraordinarias deben ser pagadas un 25% más caras que las horas normales; a partir de la octava hora deben pagarse un 50% más. El convenio colectivo puede fijar un porcentaje inferior, pero en ningún caso será inferior al 10%. El pago de las horas extraordinarias puede ser reemplazado por días de vacaciones si está previsto en el convenio colectivo. Los convenios se pueden consultar [AQUÍ](#).

Los límites máximos de horas extraordinarias fijados por la ley son los siguientes:

- 10 horas diarias
- 8 horas diarias para los empleados que trabajan de noche
- 44 horas semanales en un periodo de 12 semanas cualesquiera en el año
- 48 horas durante una misma y sola semana.

La información completa las horas suplementarias la pueden consultar al final de la página web del [Ministerio de Trabajo francés](#).

Está prohibido el trabajo dominical salvo autorización especial del Prefecto del Departamento o en el caso de los sectores que gozan de autorización general, como hostelería, alimentación, floristería, bienes culturales, zonas turísticas etc. En todos los casos es obligado el descanso semanal, sin perjuicio de otras normativas comunitarias.

Los asalariados tienen derecho, como mínimo, a 2,5 días de vacaciones pagadas por mes entero trabajado (cinco semanas anuales) En general, se toman 3 o 4 semanas de vacaciones pagadas durante los meses de julio y agosto, y una semana al final del año.

7.4 RELACIONES COLECTIVAS; SINDICATOS; HUELGA

La representación de los trabajadores varía según el tamaño de la empresa. Existen tres

instituciones distintas:

- Para las **empresas de al menos 11 asalariados**, los **delegados del personal** elegidos por los asalariados están encargados de presentar las reclamaciones individuales y colectivas relativas a los trabajadores y a la aplicación del derecho.
- Existe una obligación de tener un **comité de empresa en las empresas con al menos 50 asalariados**. El comité es elegido por los trabajadores para una duración de 4 años. Está encargado de representar el interés colectivo de los trabajadores en relación a las decisiones que les atañan, a sus atribuciones económicas como la evolución de la empresa y la organización del trabajo en particular y, por otra parte, a sus atribuciones sociales y culturales.
- Si la empresa tiene más de 50 pero menos de 200 trabajadores, el empleador puede decidir, tras haber consultado a los representantes del personal, optar por una delegación única de representación del personal que reúna las atribuciones de los delegados del personal y del comité de empresa.

Los **establecimientos de al menos 50 empleados deben poner en marcha un Comité de higiene, y de seguridad y de condiciones de trabajo (CHSCT)** que busca comprometer el personal en las acciones de prevención de riesgos profesionales y en la mejora de las condiciones de trabajo.

La capacidad de negociar y concluir convenios colectivos de trabajo está reservada a los representantes de las secciones sindicales. Los sindicatos pueden crear secciones sindicales en una empresa.

7.5 SEGURIDAD SOCIAL

8 INFORMACIÓN PRÁCTICA

1 Las Organizaciones Empresariales

La patronal francesa es el MEDEF (Movimiento de las Empresas de Francia) que es el equivalente de nuestra CEOE y agrupa a todas las federaciones empresariales.

En su [portal online](#) se pueden consultar todas las federaciones profesionales por actividad pinchando en "Federations professionnelles y las federaciones regionales y departamentales pinchando en "Medef territoriaux". La actualidad se puede consultar en [ESTE](#) enlace.

También existe un departamento que se dedica a las relaciones internacionales y que se denomina [Medef International](#).

2 Los Sindicatos

La Característica de Francia es el bajo nivel de sindicalización de los trabajadores que según datos de marzo de 2013 se estima por debajo de 8%, contra 18,6% en Alemania, 26,5% en el Reino Unido, 35% en Italia, 68,4% en Suecia y 70% en Finlandia. La tasa de sindicalización en el sector privado no alcanza 5%, está por debajo de 4% en las empresas de menos de 50 asalariados y supera a duras penas el 2% en los trabajadores con contratos temporales. Sin embargo, el poder de los sindicatos en la empresa, en la sociedad, en la política y en la calle es infinitamente superior a su representatividad medida por el simple baremo de la afiliación.

Según la última encuesta realizada sobre las razones de este bajo nivel de sindicalización las razones serían: un tercio considera que los sindicatos no comprenden sus problemas; otro tercio afirma temer represalias de la dirección de su empresa y el resto estima que hay demasiados sindicatos y no sabe a cuál adherir.

A partir de agosto de 2008 existe la obligación de publicación de las cuentas auditadas de los sindicatos. Las cotizaciones de los afiliados sólo representan entre 20 y 30% de sus presupuestos. Su financiación procede principalmente de dinero público, directamente a través

de subvenciones o indirectamente a través de cajas de jubilación complementaria, mutuas u organismos de formación.

Por otra parte Francia presenta un panorama sindical dividido entre cinco federaciones principales. En 2013, los sindicatos tenían la representatividad siguiente:

- CGT 28%
- CFDT 26%
- CGT-FO 16,5%
- CFTC 8,7%
- CFE-CGC 8,3%
- UNSA 6,2%
- SUD 3,8%
- OTROS 2,5%

LOS DIFERENTES SINDICATOS

La CGT (Confederación General del Trabajo)

Es el sindicato más antiguo ya que fue fundado en 1895, tienen unos 700.000 miembros y está muy representado en la función pública y en el sector del automóvil. Hasta 1995 estaba muy ligado al partido comunista, pero en la actualidad se percibe más como un sindicato reformista.

263 rue de París

93516 MONTREUIL CEDEX

Téléphone: +33 (0)1 48 18 84 28

Web: www.cgt.fr

Secretario General: Thierry LEPAON

La CGT-FO (Confederación General del Trabajo-Fuerza Obrera)

Se crea en 1947 por los sindicalistas disidentes de la CGT (que entonces controla el partido comunista) que desean independencia sindical. Está muy representado en la función pública y tiene unos 300.000 miembros. Era un sindicato reformista cuya acción se basaba en la negociación y acuerdos con la patronal y el gobierno, pero que hoy en día se ha vuelto mucho más reivindicativo organizando huelgas y manifestaciones.

Web: www.force-ouvriere.fr

Secretario general: Jean Claude MAILLY.

La CFTC (Confederación Francesa de Trabajadores Cristianos)

Creada en 1919 y tiene 135.000 miembros especialmente en la enseñanza privada y entre los ejecutivos. Obtuvo 9% en las elecciones "prud'homales" de diciembre 2008 y 9,3% en las elecciones a los comités de empresa de marzo de 2013. Es un sindicato reformista minoritario. Se compone de 27 uniones regionales que agrupan 107 uniones provinciales y 857 centros sindicales.

128, Avenue Jean Jaurès

93697 Pantin cedex

Tel.: +33 (0)1 73 30 49 00

Fax: +33 (0)1 73 30 49 01

Web: www.cftc.fr

Secretario General: Pascale COTON.

La CFDT (Confederación francesa Democrática del Trabajo)

Se crea en 1964 por escisión de una parte de los miembros de la **CFTC** que consideran que la denominación "cristiana" de la CFTC es restrictiva y desean abrirse a todos los trabajadores cualquiera que sea su religión. Se considera el primer sindicato francés por el número de adherentes (868.601, según datos del sindicato), principalmente presentes en el sector privado y es el segundo en sufragios obtenidos en las últimas elecciones "prud'homales" de diciembre 2008. Su objetivo es obtener nuevos derechos para los asalariados y reducir las desigualdades.

4, boulevard de la Villette

75955 Paris cedex 19

Tel.: +33 (0)1 42 03 80 00

Web: www.cfdt.fr

Secretario general Laurent BERGER

La CFE-CGC (Confederación Francesa de los cuadros dirigentes-Confederación General de Ejecutivos)

En 1944 un número de ejecutivos y personal técnico se escinde de la CGT y crean la CGC. Es un sindicato que defiende exclusivamente los técnicos y directivos de las empresas y en 2012 tenían 143.240 afiliados.

Agrupación a 22 uniones regionales, 98 uniones provinciales y 26 federaciones de sindicatos. Es un sindicato próximo a la patronal cuyos miembros proceden de las grandes empresas industriales y los bancos. Actualmente desea ser más reivindicativo.

59 rue du Rocher

75008 PARIS

Tel: +33 (0)1 55 30 12 12

Web: www.cfecgc.org

Secretario General: Marie Françoise LEFLON.

L'UNSA (Unión Nacional de Sindicatos Autónomos)

Nace en 1993 por la unión de varios sindicatos reformistas moderados próximos a los socialistas. Forman parte el sindicato de la enseñanza (FEN), un sindicato de funcionarios y asalariados de la industria agroalimentaria, banca, transportes. Es un sindicato reformista y reivindicativo. Tiene unos 360.000 afiliados.

En las elecciones a los comités de empresa de la SNCF de marzo de 2013 fue el sindicato que más progresó en los sufragios (23%). Es mayoritario en 5 comités de empresa y ocupa el segundo lugar, detrás de la CGT (35,7%), y delante de SUD (17%) y la CFDT (14%):

21 rue Jules Ferry

93177 BAGNOLET CEDEX

Tel.: +33 (0)1 48 18 88 00

Fax: +33 (0)1 48 18 88 99

Secretario General Luc BERILLE.

El G10 Solidarios, los sindicatos SUD (Solidarios, Unidos, Democráticos)

Creado por 10 sindicatos independientes. Es un sindicato reivindicativo y muy activo en el sector del transporte por ferrocarril. Tiene unos 75.000 afiliados. Agrupa a 27 sindicatos, y solo obtuvo el 2,8% de los sufragios en las elecciones "prud'homales" de diciembre 2008, por lo que la ley no lo considera representativo.

Es muy activo en la lucha contra el paro, las consecuencias del liberalismo y la precariedad. Participó en la creación de la asociación internacional ATTAC cuyo objetivo es un mejor reparto de la riqueza entre países ricos y pobres.

No hay un portal de la Federación, cada sindicato federado tiene el suyo como:

- [SudEducation](#)
- [Solidaires](#)

La CNT (Confederación Nacional del Trabajo)

Sindicato anarquista (comunistas libertarios) poco conocido que preconiza la autogestión de las empresas.

La FSU (Federación Sindical Unitaria)

Aparece en 1994 como una escisión de miembros de la Federación de la Educación Nacional (FEN) que la consideraban reformista y demasiado cercana a los socialistas. Agrupa a los principales sindicatos de la educación nacional y al personal administrativo de entes públicos (hospitales etc.). Casi exclusivamente centrado sobre el sector público.

104 rue Romain Rolland

93260 Les lilas

Tel: +33 (0)1 41 63 27 30

Fax: +33 (0)1 41 63 15 48

Web: www.fsu.fr

Secretario General: Bernadette GROISON.

3 Las organizaciones Comerciales

La principal es el Consejo de Comercio de Francia. Le siguen la Federación de las Marcas del Comercio Asociado, la Federación e-comercio y Venta a Distancia, Federación del Comercio Asociado y la Federación Francesa de Asociaciones de Comerciantes.

8.1 COSTES DE ESTABLECIMIENTO

Hay una gran casuística sobre los gastos de constitución de una sociedad en Francia. Dependiendo del tipo de sociedad y del número de socios, pueden representar entre 2.000€ y 8.000€. Los principales renglones de gastos son:

- impuesto a las aportaciones (sobre todo a las no dinerarias).
- honorarios de la redacción de estatutos.
- inserción del anuncio de constitución de la sociedad.
- tasas del CFE.
- inscripción en el registro de Comercio y de Sociedades.

- Inserción en el BODACC.

La mediana salarial es de 1.675€ mensuales (50% de los franceses gana más de esta suma y 50% menos). Según el INSEE el 10% de los asalariados los peor pagados cobran un salario neto mensual de 1.170€. Los 10% de los mejor pagados disponen en más de 3.400€ mensuales y el 1% mejor pagado supera los 7.800€ mensuales.

Los salarios medios, por actividad y departamento o ciudad se pueden consultar en [ESTA](#) web.

También se puede efectuar un cálculo del salario por rama o profesional y nivel en:

- [KelSalaire](#)
- [Guide des Salaires](#)

En cuanto a la remuneración de los directivos, en función del tamaño de las empresas, el máximo para un director general de una empresa de los sectores del comercio, farmacia, mecánica o distribución de menos de 200 empleados sería de unos 150.000€/año y, para el de una empresa con más de 500 empleados, sería unos 180.000€.

Un joven diplomado superior es contratado por un sueldo anual comprendido entre 23.000€ y 27.000€ brutos/año y un ejecutivo con experiencia a partir de 65.000 € brutos al año. Además se dan grandes diferencias salariales entre diferentes sectores industriales.

GASTOS ANUALES MÍNIMOS DE UNA OFICINA	
Sueldo de un director	80.000 €
Sueldo de una secretaria bilingüe	33.000 €
Seguros sociales	46.000 €
Alquiler oficina 50 m2	40.000 €
Gastos de comunicaciones	9.000 €
Otros: tributos, viajes etc.	20.000 €
TOTAL	228.000 €

En el capítulo dedicado a la seguridad social se presenta el detalle de las cotizaciones aplicables. Puede estimarse que la cotización total de la empresa se encuentra entre el 38 y el 40%, que habría que sumar a los sueldos brutos antes expresados.

Cualquiera que sea el tipo de estructura, pueden estimarse los gastos anuales mínimos tal y como se exponen en el cuadro precedente.

8.2 INFORMACIÓN GENERAL

8.2.1 FORMALIDADES DE ENTRADA Y SALIDA

En aplicación del Convenio de Schengen, no hay formalidades de entrada y salida para los españoles. Eso no excluye que las compañías aéreas, responsables de la seguridad de sus vuelos, sigan pidiendo el DNI o pasaporte como documento identificativo. Respecto a los ciudadanos extracomunitarios se exige pasaporte, y para muchos países, un visado de entrada.

De acuerdo con la Ley nº 2003-1119 de 26/11/ 2003, los ciudadanos del resto de la Unión Europea no necesitan disponer de un permiso de residencia para residir en Francia, salvo que provengan de un país adherente a la UE sujeto a un período transitorio. No obstante, pueden solicitarlo y les será concedido. Como consecuencia de ello, y salvo la excepción señalada, los súbditos de los Estados miembros de la UE pueden ejercer en Francia una actividad económica, en las mismas condiciones que los franceses.

8.2.2 HORA LOCAL, VACACIONES Y DÍAS FESTIVOS

La hora local es la hora central europea (CET) que equivale a la UTC+1 (tiempo universal coordinado) en invierno y +2 en verano. O sea, la misma que en España.

Son días festivos: el 1º de enero, el lunes de Pascua, el 1º de mayo, el 8 de mayo (aniversario de la victoria de 1945), la Ascensión (un jueves de mayo), la fiesta nacional (14 de julio), la Asunción (15 de agosto), la fiesta de todos los santos (1 de noviembre), el 11 de noviembre (aniversario del Armisticio de 1918) y la Navidad (25 de diciembre).

8.2.3 HORARIOS LABORALES

La jornada laboral máxima es de 35 horas semanales. Comienza, generalmente, entre las 8 y las 9 de la mañana y suele terminar entre las 17 y 19 horas. Predominan los horarios continuados, con interrupción de alrededor de una hora para almorzar. No obstante, la hora tope de cierre es libre para las empresas sin asalariados.

Está prohibido el trabajo dominical salvo autorización especial del Prefecto del Departamento, o en el caso de los sectores profesionales autorizados generalmente, como hostelería, alimentación, floristería o turismo.

Algunos bancos suelen cerrar hacia las 16h.

8.2.4 COMUNICACIONES Y CONEXIONES CON ESPAÑA

TELECOMUNICACIONES

La principal empresa de telecomunicaciones es FranceTelecom, empresa con participación del Estado y cuya privatización comenzó en 1997. El segundo operador de telefonía vocal es CEGETEL que comenzó a prestar servicio en 1998. El tercero es Free. Todos dan un servicio eficaz: muestra de ello es que las instalaciones de teléfono se realizan dentro de las 48 horas siguientes a la solicitud de conexión. El servicio incluye normalmente la conexión Internet (de 20Mbps a 100Mbps y más), TV, teléfono móvil y fijo, a precios bastante inferiores a los de España (entre 19,90€ y 29,90€/mes).

En las llamadas del exterior a Francia debe marcarse el indicativo de país 33 seguido del número de nueve cifras, suprimiendo el 0 por el que comienzan todos los números que solo se utiliza para comunicaciones dentro de Francia.

Para llamar desde teléfonos públicos o privados el mejor sistema es adquirir (en cualquier puesto de tabaco) tarjetas de código de 7,50€ o 15€. En comunicaciones con España, dan derecho a 50 o 100 minutos de comunicación en cualquier horario.

CONEXIONES

Con el Exterior

Francia en General y París en particular, tienen una excelente infraestructura de comunicaciones con el exterior. Los dos aeropuertos comerciales de París. Roissy-Charles de Gaulle al nordeste y Orly al sur permiten todo tipo de conexiones aéreas. También está operativo el aeropuerto de Beauvais a unos 90 Km donde opera la compañía aérea de bajo coste Ryanair. Además está el aeropuerto de Le Bourget reservado de base al parque de aviones privados y de alquiler y el de Villa Coublay reservado a vuelos oficiales.

Por ferrocarril hay conexiones con todos los países vecinos. El tren de alta velocidad EUROSTAR, une París y Londres a través del túnel de la Mancha en poco más de 2 horas y media y el THALYS realiza el recorrido París Bruselas en 1h30.

La red de autopistas es excelente y conecta también con las principales redes de autopistas europeas.

Con España

Las antiguas compañías de bandera Iberia y Air France realizan numerosos vuelos diarios a España desde ambos aeropuertos. Otras compañías como Air Europa, Vueling, Aisyjet y Ryanair también ofrecen múltiples conexiones con las principales ciudades españolas. Las

rutas con mayor frecuencia son la de París Madrid y París Barcelona. También hay vuelos directos con Valencia, Sevilla, Málaga, Bilbao, Alicante, Valladolid, Palma de Mallorca, Tenerife y Las Palmas.

Ya no hay tren directo París-Madrid. Solo hay trenes rápidos París-Irún y París-Barcelona.

Un eje de autopistas conecta París con España. La A 10 que conecta París con Irún por el oeste y la A 6 París-Lyon y la A 7 Lyon-Marsella con un desvío hasta la frontera. La distancia a Madrid es de unos 1.350 Km y 1.100 a Barcelona.

8.2.5 MONEDA Y TIPO DE CAMBIO

La moneda oficial es el EURO para toda la República Francesa.

8.2.6 LENGUA OFICIAL Y RELIGIÓN

El idioma oficial es el francés.

Francia es un país laico., con plena separación entre religión y Estado, y la laicidad forma parte de los valores esenciales de la República.

En cuanto a creencias personales, según el último estudio de uno de los principales Institutos de Opinión en Francia, el CSA, en 2013 el 56% de la población francesa se declara católica, el 32% atea, el 6% musulmán, el 2% protestante y el 1% judío.

8.3 OTROS DATOS DE INTERÉS

8.3.1 CONDICIONES SANITARIAS

Muy buenas.

8.3.2 ALOJAMIENTO Y HOTELES

Francia es uno de los principales países turísticos del mundo y dispone de una oferta de hoteles abundante y variada. El precio estimado de una habitación sencilla, en un hotel parisino de tres estrellas, en las proximidades de la Oficina Económica y Comercial, varía entre 140 y 180 euros por día. Los precios fuera de París pueden ser, a igual categoría, de un 25 a un 40% inferior.

El grupo francés ACCOR tiene 4.000 hoteles en más de 50 países y un número importante de ellos en ciudades francesas con tarifas que oscilan entre los 30 y los 350 euros según la categoría, la ciudad y las fechas. Se pueden consultar en español y reservar para todos los países su [web](#).

Otras páginas webs que recogen un gran número de hoteles en Francia son:

- [Hotel France](#)
- [Booking](#) (en Francia)
- [TripAdvisor](#) (en Francia)

Es siempre recomendable, por lo menos en París, viajar con reserva hecha a través de cualquiera de los buscadores especializados y confirmando posteriormente con el propio hotel.

8.3.3 SISTEMA EDUCATIVO. COLEGIOS

En Francia la enseñanza es gratuita y obligatoria hasta los 16 años. Hay una gran oferta de colegios e institutos públicos de enseñanza secundaria con gran notoriedad en los que se suele efectuar una selección de los alumnos a la entrada en función de su expediente académico y son los más recomendables, aunque también existen institutos privados y concertados.

La educación es la base de la nacionalidad francesa. En consecuencia, los liceos (públicos)

suelen ocupar edificios y localizaciones representativos, con un ranking de prestigio muy bien establecido y una buena calidad general. Hay una gran oferta de calidad tanto en el sector público que es mayoritario en primaria y secundaria como en el privado. Para las guarderías es más complicado y hay que buscar un sitio con bastante antelación.

Los estudios superiores se cursan en las universidades y facultades públicas como en España, pero en Francia hay un número importante de escuelas superiores especializadas, con números reducidos, en las que se entra mediante concurso. Tienen muy buena imagen y se consideran como las escuelas de la élite intelectual francesa. Suelen depender de organismos públicos o privados, entre ellas se pueden citar la Escuela Politécnica con cierto carácter militar, que forma ingenieros politécnicos de alto nivel; la Escuela de Minas, Sciences-Po en la Sorbona, el Conservatorio Nacional de Artes y Oficios, o la Escuela Normal Superior. La ENS era considerada la escuela más prestigiosa de Francia y llegó a formar a la élite de la investigación científica de este país: entre sus antiguos alumnos se encuentran 12 ganadores del Premio Nobel y 10 ganadores de la Medalla Fields (siendo la universidad con más ganadores en el mundo). La ENS tiene campus anexos en Boulevard Jourdan y en el suburbio de Montrouge, así como un anexo para biología en Foljuif.

También hay toda una serie de escuelas superiores de comercio dependientes de las Cámaras de Comercio francesas que gozan de gran prestigio en el sector privado ya que muchos de los presidentes, directores generales y comerciales de las grandes empresas francesas proceden de dichas escuelas. Entre ellas se pueden distinguir HEC (Hautes Etudes Commerciales) y Ecole Supérieure de Commerce, la cual está instalada en París, Londres, Madrid, Berlín, Turín, así como en muchas otras ciudades francesas.

Todos los cuadros dirigentes de la Administración francesa (y buena parte de los empresariales) se forman posteriormente en la ENA, Escuela Nacional de Administración, el verdadero núcleo duro del sistema de relaciones y círculos que constituye la élite empresarial, política y administrativa francesa.

También existe una gran oferta de colegios cuya enseñanza se realiza en idiomas extranjeros tales como:

- Colegio Federico Garcia Lorca, situado en el distrito 16 de París imparte enseñanza primaria en español.
- Liceo español Luís Buñuel, situado en París (Neuilly) ofrece enseñanza secundaria y el Bachibac, además de un ciclo formativo en comercio internacional.
- Instituto franco-alemán, es gratuito y ofrece enseñanza secundaria, pero hay que superar un examen de entrada que exige un nivel muy alto de alemán y francés. Web.
- Instituto Británico, de pago. Sus tarifas se pueden consultar AQUÍ.
- El colegio y Liceo Internacional Saint Germain en Laye, acoge alumnos de 13 países, entre ellos españoles. La información sobre la sección española se puede consultar en la web del Ministerio de Educación en España.

8.3.4 CORRIENTE ELÉCTRICA

220 Voltios.

8.4 DIRECCIONES ÚTILES

1 Representaciones Oficiales

Embajada de Francia

- Cancillería

Salustiano Olózaga, 9

28001 Madrid

Tel.: (+34) 91 423 89 00

Fax: (+34) 91 423 89 01

Todos los departamentos de la embajada se pueden consultar [AQUÍ](#).

- Servicio Económico

Consejero: Philippe O'Quinn. Coordina los servicios económicos, comerciales, aduaneros, fiscales, agrícolas y de ayuda a la inversión, además de Ubifrance, la AFII (ahora unidos), la Cámara de Comercio Francesa y el Grupo de Consejeros Comerciales.

- - Servicio Económico Regional de Madrid

Marqués de la Ensenada, 10 – 4ª planta

28004 Madrid

Tel: (+34) 91 700 78 30

Fax: (+34) 91 700 78 51

- - Servicio Económico Regional de Bilbao

Iparragirre 26 - 5º D

48011 Bilbao

Tel.: (+34) 94 423 11 18

Fax: (+34) 94 423 71 80

- Agregado de Defensa y Naval

C/ Salustiano Olózaga, 9 - 28001 Madrid

Tel.: (+34) 91 423 89 00

Fax: (+34) 91 423 89 80

Colonel Frédéric de Moulins

Agregado de Defensa Adjunto Armamento: Jean Burnichon

Agregado de Defensa Adjunto Aires: Philippe Giloupe

- Agregado Fiscal

Ambassade de France en Espagne - Service de l'Attaché Fiscal

C/ Marqués de la Ensenada, 10-4º

28004 Madrid

Tel.: (+34) 91 837 78 85

Fax: (+34) 91 837 78 75

aai-espagne@attachefiscal.org

- Servicio para la Ciencia y la Tecnología
Conseiller pour la science et la technologie: M. Bertrand Bouchet
Tel.: (+34) 91 700 77 55
cst.madrid-amba@diplomatie.gouv.fr
Chargée de mission scientifique: Mlle. Mathilde Arene
Tel.: (+34) 91 700 77 62
[sst.madrid-amba@diplomatie.gouv.fr](mailto:sss.madrid-amba@diplomatie.gouv.fr)
- Agregado de Aduanas
C/ Marqués de la Ensenada, 10
28004 Madrid
Tel: (+34) 91 837 78 83
Tel: (+34) 91 837 78 89
Fax: (+34) 91 837 78 93
madrid.douane@missioneco.org
Attaché douanier: M. Mikaël LE PIMPEC
- L'Agence Française pour les Investissements Internationaux (AFII)
C/ Marqués de la Ensenada, 10, planta 4 - 28004 Madrid
Tel: (+34) 91 837 78 69/87
Fax: (+34) 91 837 78 51
ifa-sp@afii.fr
Directora: Géraldine Filippi
- Servicio de Asuntos Sociales
C/ Salustiano Olózaga, 9 - 28001 Madrid
Tel: (+34) 91 423 89 00
Conseillère pour les Affaires Sociales: Mme Annie THOMAS
annie.thomas@diplomatie.gouv.fr
- Servicio Cultural
C/ Marqués de la Ensenada, 10
28004 Madrid
Tel: (+34) 91 700 77 11
Fax: (+34) 91 700 77 01

Conseiller de Coopération et d'Action Culturelle: M. Alain Fohr

- Agencia de Desarrollo Turístico de Francia: Atout France

Directora: Dominique Maulin

Tel.: (+34) 93 302 05 82

- Madrid

C/ Serrano 40 - 2ème étage

Fax: (+34) 91 541 24 12

28001 Madrid

- Barcelona

C/ Moià, 8 - Edificio Institut Français

08006 Barcelona

Fax: (+34) 93 317 29 71

- UBIFRANCE Espagne

Director Regional Zona Ibérica: Richard GOMES

richard.gomes@ubifrance.fr

Ayudante del Director: Marta CARRERAS (marta.carreras@ubifrance.fr)

Tel.: (+34) 93 552 62 95

UBIFRANCE España: Web.

- Madrid

Marqués de la Ensenada, 10

28004 Madrid

Tel: (+34) 91 837 78 50

Fax: (+34) 91 837 77 97

- Barcelona

Avinguda de Sarrià 102-106 Planta 11

08017 Barcelona

Tel.: (+34) 93 552.62.90

Fax: (+34) 93 552.62.82

2 Otras Representaciones

CAMARAS DE COMERCIO FRANCESAS

- **Cámara de comercio franco-española en MADRID**

C/ Capitán Haya 38 - 4ª

28020 Madrid

Tel.: (+34) 91 307 21 00

Fax: (+34) 91 307 21 01

Director: Bertrand BARTHELEMY

Mail: lachambre@lachambre.es

Portal: www.lachambre.es

-

- Delegación en Valencia

Cronista Carreres, 11- 1º A

46003 Valencia

Tfno. /Fax: (+34) 96 394 31 06

amprades@lachambre.es

-

- Delegación en Bilbao

Mail: bilbao@lachambre.es

-

- Delegación en Málaga

C/ Beatas, 36

29008 Málaga

malaga@lachambre.es

- **Cámara de comercio francesa en BARCELONA**

Passeig de Gràcia, 2

08007 Barcelone

Tel.: (+34) 93 270 24 50

Fax: (+34) 93 270 24 51

Director: M. Philippe SAMAN

Mail: info@camarafrancesa.es

Portal: www.camarafrancesa.es

COFACE (sucursal en España)

C/ Aravaca 22

28040 Madrid

Tel.: (+34) 91 310 42 24

Fax: (+34) 91 310 40 96

Mail: coface_comunicacion@coface.com

SOPEXA España

Tuset 23-25, Ático 1ª

08006 - Barcelona

Tel.: (+34) 93 481 79 33

Fax: (+34) 93 481 79 40

Portal: www.sopexa-espana.com

Director: Rafael Expósito (rafael.exposito@sopexa.com)

Promosalons España

Gran de Gracia, 15 - Pral 1ª

08012 Barcelona

Telf.: (+34) 93 217 85 96

- Depto. Comercial: (+34) 93 159 48 70

Delegado: Jorge Taboadela

Mail: promosalons@promosalons.es

- Marketing / Visitantes

Daniel Esteban

Telf: (+34) 93 217 85 96

Mail: marketing@promosalons.es

- Expositores

Melinda Didier

Telf: (+34) 93 159 48 70

Mail: mdidier@promosalons.es

- Comercial

Marianne Hougaz

Telf: (+34) 93 159 48 70

Mail: comercial@promosalons.es

- Prensa

Anna Gonzalvo

Tel: (+34) 93 217 85 96

Mail: prensa@promosalons.es

1 Representaciones Oficiales Españolas en Francia

Embajada y Consulados de España

- **Cancillería (Embajada)**

22, Avenue Marceau - 75008 París

Tel.: +33 (0)1 44 43 18 00 (desde España: 0033 1 44 43 18 00)

Fax: +33 (0)1 47 23 59 55 (desde España: 0033 1 47 23 59 55)

Mail: emb.paris@maec.es

Web: www.exteriores.gob.es/Embajadas/Paris

Embajador: Ramón de Miguel

- **Oficina Económica y comercial de la Embajada de España en Francia**

13, rue Paul Valéry - 75016 París

Tel.: +33 (0)1 53 57 95 50

Mail: paris@comercio.mineco.es

Web: francia.oficinascomerciales.es

Consejero Económico y Comercial, Jefe de la Oficina: D. Santiago Mendióroz Echeverría

Consejera Económica y Comercial: Dña. María Paz Ramos Resa

Consejero Comercial: D. Vicente Mañes Fortich

Director Estudios Económicos, inversiones e implantaciones en Francia: D. Marcial García Gil

Analista del programa ICEX-NEXT y productos industriales: D^a Delia Arruebarrena

J.D, Productos Agroalimentarios: M. Michel Budaï

J.D. Bienes de Consumo: M. Phillippe Daifeli

J.D.Servicios y Culturales: María Asunción Carranza

En el edificio de Cancillería se encuentran las consejerías siguientes:

- **Consejería de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente**

Tel.: +33 (0)1 44 43 19 41

Fax: +33 (0)1 44 43 19 42

Mail: paris@magrama.es

Consejero de Agricultura y Alimentación: Alberto Lopez- Asenjo García

Consejero de Medio Ambiente: Manuel Martín Ruiz

Consejero de Agricultura pesca y Alimentación ante la OCDE: Sebastian Fraile Arévalo

- Consejería de Educación

Tel.: +33 (0)1 44 43 19 60

Fax: +33 (0)1 47 20 62 18

Mail: consejeria.fr@mecd.es

Portal: www.mecd.gob.es/francia

Consejero: Justo Zambrana Pineda

- Consejería de Hacienda

Tel.: +33 (0) 1 44 43 30 38

Fax: +33 (0) 1 44 43 30 42

Mail: finances.paris@minhap.es

Consejera: Juana Lázaro Ruiz

- Consejería de Industria

Tel.: +33 (0)1 44 43 19 21

Fax: +33 (0)1 47 20 82 54

Mail: minerpar@magic.fr

Consejero: Alfonso de las Heras Gonzalo

- Oficina Cultural

Tel.: +33 (0)1 44 43 18 43

Fax: +33 (0)1 44 43 18 49

Mail: emb.paris.ofc@maec.es

Web:

www.exteriores.gob.es/Embajadas/PARIS/es/Embajada/InfoCultura/Paginas/CentrosCulti

Consejero: Francisco Elías de Tejada

- Consejería de Información

Tel.: +33 (0)1 44 43 19 26/27

Fax: +33 (0)1 47 23 95 76

Mail: consejeria.paris@mpr.es

Consejero: Carlos Gallego Abaroa

- Oficina Española de Turismo

22, rue Saint Augustin.- 75002 Paris

Escalera G 1º piso

Teléfono: 0033 (0) 1 45 03 82 50

Fax: 0033 (0) 1 45 03 82 51

Mail: paris@tourspain.es

Web: www.spain.info/fr_FR

Directora: Elena Valdés

- Consejería de Empleo y Seguridad Social

6, rue Greuze.- 75116 Paris

Tel.: +33 (0) 1 53 70 05 20

Fax: +33 (0) 1 53 70 05 30

Mail: ct.francia@meyss.es

Web: www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/francia

Consejero: Ignacio Niño Pérez

- **Consulado General de España en París**

165, Boulevard Malesherbes.- 75017 PARIS

Tel: 00 33 (0) 1 44 29 40 00

Fax: 00 33 (0) 1 40 54 04 74

Mail: cog.paris@maec.es

Web: www.exteriores.gob.es/Consulados/Paris

Cónsul General: D. Francisco Javier Conde de Saro

El resto de las consejerías se puede consultar en la web del [Ministerio de Asuntos Exteriores](#).

2 Otros organismos

Cámara Oficial de Comercio de España en Francia

22, rue Saint Agustin

75002 París

Tel.: +33 (0)1 42 61 33 10

Fax: +33 (0)1 42 61 16 22

Presidente: D. José Michel GARCIA

Secretario General: D. José Manuel Escoin

Mail: jm.escoin@cocef.com

Web: www.cocef.com

Principales organismos de la Administración pública

- Ministère de l'Économie, De l'Énergie et du Numérique

139, rue de Bercy

75572 París CEDEX 12

Tel.: +33 (0)1 40 04 04 04

Web: www.economie.gouv.fr

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

59, Bd. Vincent Auriol

75703 París CEDEX 13

Tel.: +33 (0)1 44 87 17 17

Web: www.economie.gouv.fr/dgccfr

- UBIFRANCE (Agencia francesa para el desarrollo Internacional de las Empresas)

77 Bd Saint Jacques

75014 PARIS

Tel.: +33 (0)1 40 73 30 00

Fax: +33 (0)1 40 73 39 79

Web: www.ubifrance.fr

- Instituto Nacional de Estadística (I.N.S.E.E.)

18, Boulevard Adolphe-Pinard

75675 París CEDEX 14

Tel.: +33 (0)1 41 17 50 50

Fax: +33 (0)1 41 17 66 66

Web: www.insee.fr

- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)

2, rue André Pascal

75775 París CEDEX 16

Tel.: +33 (0)1 45 24 82 00

Fax: +33 (0)1 45 24 85 00

Web: www.oecd.org

- Cámara de Comercio Internacional

33-43 avenue du Président Wilson

75116 París

Tel.: +33 (0)1 49 53 28 28

Fax: +33 (0)1 49 53 28 59

Mail: icc@iccwbo.org

Web: www.iccwbo.org

- Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France

27, Av. de Friedland

75382 París CEDEX 08

Tel.: +33 (0)8 20 01 21 12

Fax: +33 (0)1 55 65 78 68

Web: www.cci-paris-idf.fr

- Movimiento de Empresas de Francia (MEDEF - patronal)

55, Avenue Bosquet

75330 París CEDEX 07

Tel.: +33 (0)1 53 59 19 19

Fax: +33 (0)1 45 51 20 44

Web: www.medef.fr

- Asociación Francesa de Normalización (AFNOR)

11, rue Francis de Pressensé

93571 La Plaine-Saint-Denis-CEDEX

Tel.: +33 (0)1 41 62 80 00

Fax: +33 (0)1 49 17 90 00

Web: www.afnor.fr

- Dirección del Acondicionamiento del Territorio y la Acción Regional (DATAR)

8, rue de Penthièvre

75008 PARIS CEDEX 08

Tel.: +33 (0)1 40 65 12 34

Fax: +33 (0)1 43 06 99 01

Web: www.datar.gouv.fr

- Agencia Francesa para las Inversiones Internacionales (A.F.I.I.)

Marqués de la Ensenada, 10 - 4 Planta

28004 Madrid

Tel.: (+34) 91 83 77 887

Fax (+34) 91 83 77 851

Web: www.invest-in-france.org/fr

- Acceso a la administración francesa.
- Ministerio de Economía, hacienda e industria.
- Ministerio de Presupuestos, Cuentas Públicas Y Reforma del Estado.
- Cámara de Comercio de París.
- Banco de Francia.
- Instituto Nacional de la Propiedad Industrial.
- Instituto Nacional de Estadística.
- Información sobre empresas francesas.
- Agencia para la creación de empresas.
- Zonas de implantación en Francia.
- Federación de Agencias Inmobiliarias.
- Organismo de cotizaciones sociales en Francia (URSSAF).
- Boletín Oficial francés.
- Páginas amarillas.
- Legislación francesa.
- Información sobre sociedades.
- Traducción al francés.

9 ANEXOS

9.1 CUADRO DE DATOS BÁSICOS

CUADRO 1: DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

DATOS BÁSICOS	
Superficie	543.965 m2
Situación	46 N 6 E
Capital	París
Principales ciudades	Lyon, Marsella, Lille, Toulouse y Burdeos
Clima	Atlántico, Mediterráneo y Continental
Población	66,6 millones a 1 de enero de 2016
Densidad de población	117 hab/km2
Crecimiento de la población	0,46%
Esperanza de vida	79,2 años hombres, 85,4 años mujeres
Grado de alfabetización	99%
Tasa bruta de natalidad (1/1000)	12,65
Tasa bruta de mortalidad (1/1000)	8,93
Idioma	Francés
Religión	Catolicismo (51%), Atea (31%), Musulmán (4%)
Moneda	EURO
Peso y medida	Kilo y metro
Diferencia horaria con España	CET

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Última actualización: Abril 2016.

9.2 CUADRO DE PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS

CUADRO 2: PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS	2011	2012	2013	2014
PIB				
PIB (M€ a precios corrientes)	2.059.300	2.086.900	2.116.600	2.132.400
Tasa de variación real (%)	2,1	0,2	0,7	0,2
Tasa de variación nominal (%)	3,0	1,3	1,4	0,8
INFLACIÓN				
Media anual (%)	2,1	2,0	0,9	0,5
Fin de período (%)	2,5	1,3	0,7	0,1
TIPOS DE INTERÉS DE INTERVENCIÓN DEL BANCO CENTRAL				
Media anual (%)	1,25	0,90	0,48	0,29
Fin de período (%)	1,0	0,75	0,25	0,05
EMPLEO Y TASA DE PARO				
Población (x 1.000 habitantes)	65.115	65.433	65.821	66.317
Población activa (x 1.000 habitantes)	28.350	28.292	28.400	28.340
% Desempleo sobre población activa*	9,4	10,4	10,2	10,3
DÉFICIT PÚBLICO				
% de PIB	5,1	4,8	4,1	-3,9
DEUDA PÚBLICA				
en M€	1.754.400	1.869.200	1.953.400	2.037.800
en % de PIB	85,2	89,6%	91,8%	95,6
EXPORTACIONES DE BIENES (FOB)				
en M€	420.132	434.322	428.768	428.923
% variación respecto a período anterior	7,8	3,4	-1,3	0,04

IMPORTACIONES DE BIENES (CIF)				
en M€	512.027	518.452	506.848	500.403
% variación respecto a período anterior	11,6	1,2	-2,2	-1,3
SALDO B. COMERCIAL				
en M€	-91.612	-84.100	-78.080	-71.480
en % de PIB	4,4	4,0	3,7	3,4
SALDO B. CUENTA CORRIENTE				
en M€	-22.000	-24.900	-17.056	-19.747
en % de PIB	1,1	1,2	0,8	0,9
DEUDA EXTERNA				
en M€	3.855.626	4.070.569	4.024.279	4.429.992
en % de PIB	187,2	195,1	190,1	207,7
SERVICIO DE LA DEUDA EXTERNA				
en M€	46.300	46.300	44.900	46.600
RESERVAS INTERNACIONALES				
Reservas oficiales de cambio en M€	133.091	138.967	133.240	134.340
en meses de importación de b. y s.	3,4	3,6	3,3	3,4
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA				
en M€	22.800	13.200	32.300	11.500
TIPO DE CAMBIO FRENTE AL DÓLAR				
media anual	1,3919	1,2848	1,3281	1,3285
fin de período	1,2939	1,3194	1,3791	1,2141

Fuente: Aduanas, Banque de France, INSEE, OCDE *Francia metropolitana. Última actualización: Noviembre 2015

9.3 INSTITUCIONES INTERNACIONALES Y ECONÓMICAS DE LAS QUE EL PAÍS ES MIEMBRO

CUADRO 3: ORGANIZACIONES INTERNACIONALES ECONÓMICAS Y COMERCIALES DE LA QUE EL PAÍS ES MIEMBRO

- UNIÓN EUROPEA (UE)
- ZONA EURO
- ORGANIZACIÓN DE COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS (OCDE)
- BANCO MUNDIAL (BM)
- FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (FMI)
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC)
- CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL COMERCIO Y EL DESARROLLO (UNCTAD)
- BANCO EUROPEO DE RECONSTRUCCIÓN Y DESARROLLO (BERD)
- BANCO AFRICANO DE DESARROLLO (BAfD)
- BANCO ASIÁTICO DE DESARROLLO (BAAsD)
- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID)
- BANCO DE INVERSIONES DEL CONSEJO DE EUROPA
- G8
- G20.

9.4 CALENDARIO GENERAL DE FERIAS DEL PAÍS

CUADRO 4: CALENDARIO DE PRINCIPALES FERIAS DEL PAÍS

SIAL- Alimentación (Octubre 2014)

Web: www.sialparis.fr
Organizador: Comexposium
Lugar: Parc des Expositions Paris-Nord Villepinte
Frecuencia: Bienal

VINEXPO – Vinos y licores (junio 2015)

Sitio web: www.vinexpo.com
Organizador : Vinexpo
Lugar: Parc des Expositions de Bordeaux
Frecuencia: Bienal

MIPTV, MIF y MIPCOM – Audiovisuales (abril, mayo y octubre)

Webs: [MipCom](#), [MipTV](#), [Marche du Film](#)
Lugar : Cannes, Palais des festivals
Frecuencia: Anual

MAISON ET OBJETS – Decoración (enero)

Web: www.maison-objet.com
Organizador: SAFI
Lugar: Parc des Expositions Paris-Nord Villepinte
Frecuencia: Semestral

PREMIERE VISION – Tejido (febrero)

Sitio web: www.premierevision.com
Organizador: Première Vision S.A.
Lugar : Parc d'Expositions - Paris Nord Villepinte
Frecuencia : Semestral

SIMA – Maquinaria agrícola (febrero 2015)

Sitio web: www.simaonline.com
Organizador: Comexposium
Lugar: Parc d'Expositions - Paris Nord Villepinte
Frecuencia: Bienal

INDUSTRIE – Máquina herramienta (abril)

Sitio web: www.industrie-expo.com
Organizador: GL Events Exhibitions
Lugar: Parc d'Expositions - Paris Nord Villepinte
Frecuencia: Bianual

BATIMAT – Construcción (noviembre 2015)

Sitio web: www.batimat.com
Organizador: Reed Expositions France
Lugar: Parc des Expositions Paris-Porte de Versailles
Frecuencia: Bienal

LINGERIE – Lencería (febrero)

Sitio web: www.lingerie-paris.com
Organizador: Eurovet
Lugar: Parc des expositions Paris-Porte de Versailles / Hall 1
Frecuencia: Anual

EXPOLANGUES – Idiomas (febrero)

Sitio web: www.expolangues.fr

Organizador: L'Etudiant

Lugar: Parc des expositions de Paris - Porte de Versailles

Frecuencia: Anual

FRANCHISE – Franquicia (marzo)

Sitio web: www.franchiseparis.com

Organizador: Reed Expositions France

Lugar: Parc des expositions de Paris - Porte de Versailles, Pavillon 2 & 3

Frecuencia: Anual

EUROPROPE (abril 2015)

Sitio web: www.europropre.com

Organizador: Tarsus France

Lugar: Parc des expositions de Paris - Porte de Versailles

Frecuencia: Bienal

EQUIP'AUTO – Automoción (octubre 2015)

Sitio web: www.equipauto.com

Organizador: Comexposium

Lugar: Parc des Expositions Paris-Nord Villepinte

Frecuencia: Bienal

MIDEST – Subcontratación industrial (noviembre)

Sitio web: www.midest.com

Organizador: Reed Expositions France

Lugar: Parc des Expositions de Paris-Nord Villepinte

Frecuencia: Anual

LE CUIR À PARIS – Cuero (septiembre y febrero)

Sitio web: www.cuiraparis.com

Organizador: Première Vision S.A.

Lugar: Parc des Expositions de Paris-Nord Villepinte

Frecuencia: Semestral

WHO'S NEXT (enero)

Sitio web: www.whosnext.com

Organizador: WSN DEVELOPPEMENT

Lugar: Parc des Expositions Paris-Porte de Versailles

Frecuencia: Semestral

BIJHORCA (enero)

Web: www.bijorhca.com

Organizador: Reed Expositions France

Lugar: Parc des Expositions Paris-Porte de Versailles

Frecuencia: Semestral

Más información en:

- [UNIMEV](#): Unión Francesa de Oficios de Eventos
- [PromoSalons](#): Red de Salones Franceses