



# FRANSA

ÜLKE RAPORU

Hazırlayan : **Emine Çiğdem CİVANER**  
Ankara - April, 2011



T.C. Başbakanlık  
Dış Ticaret Müsteşarlığı  
**İHRACATI GELİŞTİRME ETÜD MERKEZİ**



## Temel Sosyal ve Ekonomik Göstergeler

### Temel Ekonomik Göstergeler

	2005	2006	2007	2008	2009b	2010c	2011c
GSYİH (milyar dolar, cari fiyatlarla)	2.146	2.270	2.598	2.865	2.693	2.802	2.856
GSYİH (milyar avro, cari fiyatlarla)	1.724	1.808	1.895	1.948	1.930	1.930	2.043
Reel Büyüme Oranı (GSYİH)(%)	2,0	2,4	2,3	0,1	-2,5	1,6	1,4
Cari İşlemler Dengesi (milyar dolar)	-3,0	-11,6	-26,6	-64,2	-56,5	-53,7	-53,5
Cari İşlemler Dengesi (GSYİH'deki payı, %)	-0,5	-0,6	-1,0	-1,9	-2,0	-2,1	-2,1
Kişi Başına GSYİH (dolar, cari fiyatlarla)	35.100	36.870	41.950	45.970	42.450	40.420	37.950
Kişi Başına GSYİH (dolar, PPP*)	30540b	31750b	33470b	34010b	33230	33770	34560
İşsizlik Oranı (% , ort.)	8,9	8,8	8,0	7,4	9,1	9,4	9,2
Enflasyon Oranı (% , ort, TÜFE)	1,9	1,9	1,6	3,2	0,2	1,7	1,6
Enflasyon Oranı (% , ort., ÜFE)	3,1	3,8	2,8	5,6	- 6,5	1,5	1,9
Kredi Faiz Oranı (% , ort.)	3,6	3,7,	4,3	4,8	4,2	3,2	3,7
Döviz Kuru (€/\$, ort)	0,80	0,79	0,73	0,68	0,71	0,77	0,84
İhracat (fob, milyar dolar)	439.5	484.8	547.4	605.2	478.9	517.7	559.5
İthalat (fob, milyar dolar)	- 467.3	- 522.9	-603.4	-692.1	-539.9	-596,9	-638,4
Dış Ticaret Hacmi (fob, milyar dolar)	906.8	1007.7	1150.8	1297.3	1018.8	1114.6	1197.9
Dış Ticaret Dengesi (milyar dolar)	-27.8	-38.1	-55.9	-86.9	-61.0	-79.2	-78.9

Kaynak: The Economist Intelligence Unit, France Country Forecast (Aralık 2010)

b EIU tahmini. c EIU projeksiyonu. \*Satın alma Gücü Paritesi (Purchasing Power PP)

### Temel Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Fransa Cumhuriyeti (Republique Francaise)
Başkenti	Paris
Nüfus	63,3 Milyon (2011)
Resmi Dili	Fransızca
Din	Roman-Katolik(%83-88), Müslüman(%5-15), Protestan(%2), Musevi(%1)
Yüzölçümü	543.945 km2 (Deniz aşırı bölgeler Hariç), 63283 km2 (Deniz aşırı Bölgeler Dâhil)
Başkent (nüfus)	Paris (11,2 milyon),
Başlıca Şehirler (nüfus)	Lyon (1,7 milyon), Marsilya (1,5 milyon),Lille (1,2 milyon), Toulouse, Nice, Bordeaux, Nantes,Toulon
Yönetim Biçimi	Cumhuriyet (Yarı Başkanlık)
Cumhurbaşkanı	Nicolas SARKOZY
Başbakan	François FILLON
Para Birimi	Avro (€)

The Economist Intelligence Unit, France Country Profile 2010

## Üyesi Olduğu Uluslararası Kuruluşlar

Fransa Avrupa Birliği'nin(AB), o zamanki adıyla Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun(AET) 6 kurucu üyesinden biridir. Halen uluslararası pek çok kurulusa üye olmasının yanı sıra bunların içerisinde üst düzeyde görev

almaktadırlar. BM Güvenlik Konseyi'nin 1945 de kuruluşlardan bu yana daimi üyesidir G\_7 olarak anılan 7 Sanayileşmiş ülkelerin düzenli halde yıllık toplantılarla bir araya gelmeleri başlatılması konusunda ise öncülük etmiştir.

1990ların ilk yarısında AB Komisyonu, Avrupa Konseyi Sekreterliği, Avrupa Yatırım ve Kalkınma Bankası (EBRD), Uluslararası Para Fonu (IMF), OECD'nin başkanlığını Fransızlar üstlenmişlerdir. 2008 yılında ise benzeri şekilde Avrupa Merkez Bankasına (ECB), EBRD, IMF ve Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ne Fransızlar Başkan olarak atanmışlardır.

Aşağıda Fransa'nın üyesi olduğu uluslararası kuruluşların başlıca kuruluşların listesi yer almaktadır:

AfDB (Afrika Kalkınma Bankası), AsDB (Asya Kalkınma Bankası), AG (Avustralya Grubu), BDEAC, BIS (Uluslararası İmar Bankası), CCC (Gümrük İşbirliği Konseyi), CDB (Karayipler Kalkınma Bankası), CE (Avrupa Konseyi), CERN (Avrupa Nükleer Araştırma Teşkilatı), EAPC (Avrupa - Atlantik Ortaklık Konseyi), EBRD (Avrupa Yatırım ve Kalkınma Bankası), ECA (Birleşmiş Milletler Afrika Ekonomik Komisyonu), ECE (Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu), ECLAC (Birleşmiş Milletler Latin Amerika ve Karayipler Komisyonu), EIB (Avrupa Yatırım Bankası), EMU (Avrupa Ekonomi ve Para Birliği), ESA (Avrupa Uzay Ajansı), ESCAP (Asya ve Pasifikler Ekonomik ve Sosyal Komisyonu), Avrupa Birliği, FAO (Tarım ve Gıda Örgütü), FZ, G- 5, G- 7, G-10, IADB (Amerika Bölgesi Kalkınma Bankası), IAEA (Uluslararası Atom Enerjisi Ajansı), IBRD (Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası), ICAO (Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü), ICC (Milletlerarası Ticaret Odası), ICFTU (Uluslararası Serbest Ticaret Birlikleri Konfederasyonu), ICRM (Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Hareketi), IDA (Uluslararası Kalkınma Birliği), IEA (Uluslararası Enerji Ajansı), IFAD (Uluslararası Tarımsal Kalkınma Fonu), IFC (Uluslararası Finansman Kurumu), IFRC (Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Toplulukları Federasyonu), IHO (Uluslararası Hidrografi Örgütü), ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü), IMF (Uluslararası Para Fonu), IMO (Uluslararası Denizcilik Örgütü), İnmarsat (Uluslararası Denizcilik Uydu Teşkilatı), InOC, Intelsat (Uluslararası Telekomünikasyon ve Uydu Örgütü), Interpol (Uluslararası Polis Teşkilatı), IOC (Uluslararası Olimpiyat Komitesi), IOM (Uluslararası Göçmen Teşkilatı), ISO (Uluslararası Standartlar Örgütü), ITU (Uluslararası Haberleşme Birliği), MINURSO (BM Batı Sahra Referandum Misyonu), MIPONUH, MONUC (BM Kongo Operasyonu), NAM, NATO (Kuzey Atlantik Asamblesi), NEA (Nükleer Enerji Kurulu), NSG, OAS (Amerika Devletleri Teşkilatı), OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü), OPCW, OSCE (Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Örgütü), PCA (Daimi Hakemlik Mahkemesi), SPC (Güney Pasifik Komisyonu), UN (Birleşmiş Milletler), UN Güvenlik Konseyi, UNCTAD (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı), UNESCO (Eğitim-Bilim ve Kültür Örgütü), UNHCR (BM Mülteciler Yüksek Komiserliği), UNIDO (Endüstriyel Kalkınma Örgütü), UNIFIL (BM Geçici Gücü), UNIKOM (BM Irak-Kuveyt Gözlem Misyonu), UNITAR (BM Eğitim Araştırma Enstitüsü), UNMEE (BM Etiyopya - Eritre Misyonu), UNMIBH (BM Bosna Hersek Misyonu), UNMIK (BM Kosova Geçici Yönetimi), UNOMIG (BM Gürcistan Gözlem Misyonu), UNRWA (BM Filistin Mültecileri Yardım Komisyonu), UNTAET (BM Doğu Timor Geçiş Yönetimi), UNTSO (BM Mütareke Gözlem Örgütü).

Kaynak: <http://www.ulkelere.net/fransa.htm>

## Genel Bilgiler

### Coğrafi Konum

Fransa 543 945 km<sup>2</sup> yüzölçümü ile gerek Batı Avrupa'da gerekse Avrupa Birliği içerisindeki en büyük alana sahip ülkedir.

Fransa harita üzerinde 6 kenarlı bir çokgene benzer ve nedenle de Fransızlar kendi ülkelerini heksagon olarak da tanımlarlar. Bu, kenarlardan ikisi kıtanın gövdesine, üçüncüsü İber Yarımadası'na bitişiktir. Geri kalan üç kenardan birisi Akdeniz'e, ikincisi Atlas Okyanusu'na, üçüncüsü ise bu okyanusun kenar denizi olan Manş denizine ve biraz da Kuzey denizine dayanır. Sınırları 2889 km uzunluğundadır. Fransa altı ülke ile komşu olup, kuzeyde Belçika ve Lüksemburg, doğuda Almanya ve İsviçre, güney doğuda İtalya, güney batısında ise İspanya bulunmaktadır.

Ülkenin güney (İspanya), güneydoğu, (İtalya), doğu (İsviçre) hudutları dağ sıralarına dayanır ve tabii birer engel ile sınırlanırken kuzeydoğudaki hudutları (Almanya, Lüksemburg, Belçika) hiçbir doğal engel ile sınırlanmaz.

Kuzeydoğu-güneybatı doğrultusunda çizilen çizginin (Meuse ırmağının Fransa'dan çıktığı noktadan Adour ırmağı ağızına kadar) doğusunda kalan kısmında dağlık alanlar fazla yer tutar. Batıda ise havzalar ve ovalar hakimdir. Başlıca dağlar olan Alp'ler, Jura ve Pireneler ülkenin doğu ve güney sınırlarında yer alır. Orta güney bölgesinde ise Massif Central dağlık bölgesi bulunmaktadır. Bununla beraber doğu tamamen dağlık, batı ise baştan başa ovalık değildir. Batıda fazla yüksek olmayan eski kütlelerin kısmen ayırdığı geniş çanak şekilli ovalar (Massif Armoricaın, Poitou eşiği ile birbirinden ayrılmış Paris ve Aquitain havzaları) bulunur. Doğuda ise Alp ve Jura gibi kıvrımlı genç dağ sıraları ile Massif Central, Vojlar, Ardenler gibi daha alçak eski kütleler arasında çok geniş olan Saone havzası ile dar ovalar olan Alsace ovası ve Rhone vadisi gibi vadi olukları yer alır.

Ülke genelinde ılıman iklim tipi hakimdir. Bölgesel farklılıklar açısından üç iklim tipi ile karşılaşılır. Ülkenin batısında okyanus iklimi hüküm sürer. Bu iklim; ılık, nemli, bulutlu günleri fazla güneşli günleri az her mevsimi yağışlı olarak karşımıza çıkar. Okyanus iklimin en tipik bir şekli Fransa'nın batı ucunu meydana getiren Bretonya yarımadasında göze çarpar. Burada ne kışlar soğuk, ne de yazlar sıcaktır. Batıdan gelen okyanus rüzgârlarının etkisiyle her mevsim, fakat bilhassa kış yağışlı geçer. Okyanusun geç ısınıp geç soğuması yüzünden kış geç gelir (en soğuk ay Şubat). Aynı şekilde bu bölge yazın fazla ısınmaz, ısının en yüksek olduğu zaman ise Ağustos ayıdır. Okyanus iklimi biraz daha ılık şekilde Fransa'nın güneybatısında Biskay körfezi kıyılarında da hissedilir.

Fransa'nın doğu yarısında ise karasal iklim hâkim olup yazlar sıcak, kışlar soğuk geçer. En fazla yağış yaz aylarında görülür. Fransa'nın batısından doğusuna doğru kışlar daha şiddetli geçer.

Fransa'nın güneydoğusunda Akdeniz iklimi hâkimdir. Yazlar sıcak ve kurak kışlar ılık ve yağışlı geçer. Burada dağların kıyıya paralel olması yüzünden Akdeniz iklim ülkenin iç kesimlerinde fazla hissedilmemektedir. Bununla beraber Rhone vadisi boyunca ve hatta Pirene dağlarının kuzeyindeki ovalarda yer yer bu iklimin etkisi görülür.

Ülke akarsu ağı bakımından üç bölüme ayrılır: Ülkenin doğu ve kuzeydoğu kısmı Ren (Rhin) akarsu sistemine dahildir. Ren ırmağı doğuda Alsace ovasından Fransa topraklarıyla temastadır. Ayrıca Fransa'dan doğarak birisi Almanya içinde bu ırmağa karışan öteki Belçika'dan geçerek Hollanda'da Ren ile beraber müşterek delta bölgesinde denize dökülen Moselle ve Meuse ırmakları bu bölgede yer almaktadır. Bundan başka aynı delta bölgesinde Belçika'dan geçerek denize dökülen Escaut ırmağının kaynakları da Kuzey Fransa'dadır.

Ülke akarsularının büyük kısmı ya doğrudan doğruya Atlas Okyanusuna yahut onun kenar denizi olan Manş'a dökülür. Paris havzasında akarsuların tamamı değilse bile en büyük kısmı Sen (Seine) sistemi içindedir. Orta Fransa'nın büyük kısmı ise Loire ırmağı sistemine dahildir. Bu sistem başlıca kollarını Massif Central'in kuzey ve kuzeybatısından alır. Fransa'nın güneybatısı yani Aquitain havzası içinde suların hemen tamamı (güneybatıda Adour ırmağı hariç) Garonne ırmağı ile Atlas Okyanusuna boşalır. Bu sistemin suları Massif Central ile Pirene Dağlarından doğar. Fransa'nın doğu-güneydoğu kesimi ise Akdeniz havzasına tabidir. Burada başlıca akarsu Rhone nehridir.

Genel olarak med-cezirin genliği kuvvetli olduğu Atlas Okyanusuna dökülen ırmakların ağızlarında derin halicler vardır. Bunların kara içinde bitim noktaları yakınında nehir ve deniz ulaşımını birbirine kavuşturan işlek limanlar yer alır. Çok defa halicin deniz ucuna yakın yerinde bir de ön liman bulunur. Seine (Sen) ırmağı: Rouen – Le Havre, Loire ırmağı: Nantes – Saint Nazaire, Garonne ırmağının Gironde adı verilen halicinde Bordeaux limanları yer alır. Akdeniz'de med-cezirin hafif olması nedeniyle ırmak ağızlarında halicler yerine deltalar gelişmiştir. Bu bakımdan ülkenin Akdeniz'deki en büyük limanı Marsilya tabii bir yol olan Rhone ırmağı ağzına pek uzak olmayan bir yerde, fakat delta dışındaki konumu ile dikkati çekmektedir.

Fransa'nın 3427 km uzunluğundaki sahil şeridi ise Akdeniz ve Manş Denizi, Atlas Okyanusu ve Kuzey Denizi kıyılarından geçmektedir. Ülkenin doğu ve güneyinde ise dağlık bölgeler bulunmakta olup, Alp dağlarında bulunan Mont Blanc tepesi 4810 metre yüksekliğinde olup Batı Avrupa'nın en yüksek noktasıdır. Fransa'nın alçak bölgelerinden ise dört nehir geçmektedir: Bunlar, Kuzeyde Seine nehri, Batıya doğru akan Loire ve Garonne ve Cenevre Gölünden çıkarak Akdeniz'e dökülen Ren (Rhone) nehri ise ülkedeki en alçak noktası ise Rhone Nehri deltası olup deniz seviyesinin 2m altındadır

Fransa, coğrafi konumu itibariyle Avrupa Birliğinin merkezinde yer almakta olup Birliğin diğer ülkelerinde bulunan önemli sanayi ve ticaret noktalarına ulaşım ideal bir kavşak noktası niteliğini taşımaktadır: Güneyden İtalya'nın sanayi merkezi olan Po ovasını, Kuzey Batıda İngiltere'deki sanayi merkezlerini, güneyden ise İspanya'nın Katalan bölgesinden güneydoğuda İtalya'nın ortasına kadar uzanan Akdeniz bölgesini birleştiren kavşakta yer almaktadır.

## Siyasi ve İdari Yapı

Cumhurbaşkanı 5 yıllık bir süre için doğrudan seçilir, yürütmenin devamını sağlamakla yükümlü olup bu kapsamda Bakanlar Kuruluna başkanlık eder başbakanın atamasını yapar, dış ilişkiler ve savunmaya ilişkin en kritik alanda sorumluluğu üstlenir, uluslararası anlaşmaları imzalar ve orduyu yönetir. Başbakan ise gündeme ilişkin diğer konulardaki faaliyetleri yönlendirir.

Fransız Parlamentosu (Assemblée Nationale) Fransa'nın ana yasama organıdır. Milletvekilleri 5 yıllık süre için doğrudan halkoyu ile seçilir. Senatörler ise Parlamento tarafından 9 yıllığına seçilmektedir. Senato seçimleri her 3 yılda bir yapılır ve her seçimde senatonun üçte biri yenilenir. Senato'nun yasama gücü sınırlıdır: Senato ile Parlamento arasında anlaşmazlık olması durumunda son söz Parlamento'ya aittir. Parlamento'nun gündemini belirlemede hükümetin önemli rolü bulunmaktadır.

## Nüfus ve İşgücü Yapısı

64,3 milyon nüfus ile Avrupa'nın en kalabalık ülkesidir (2011). Nüfusun %77,4 ü kentlerde yaşamakta olup ülkenin en büyük kentsel yerleşim merkezi toplam ülke nüfusunun % 16sını barındıran Paris'tir. Paris'ten sonra en kalabalık kentler Marsilya, Lyon, Toulouse ve Nice'dir.

Ülkenin nüfus artışında ülkeye her yıl 150.000 kadar gelen göçmenlerin payı da vardır. Gelen göçmenlerin büyük kısmı Fransız vatandaşlığına geçmektedirler. Göçmen nüfus içerisinde en büyük paya sahip olanlar gruplar ise sırasıyla Portekiz, Cezayir ve Fas kökenli kişilerdir. Fransa'da % 4 oranında Türk nüfus olduğu tahmin edilmektedir.

### Nüfus İstatistikleri

	2003	2008	2013
<b>Nüfus (milyon)</b>			
<b>Toplam</b>	<b>60.3</b>	<b>64.1*</b>	<b>63.8</b>
Erkek	30,4	31,8	33.1
Kadın	29,9	30,4	31,8

**Yaş Gruplarına Göre Dağılım (toplam nüfus içindeki payı (%))**

0-14	18,8	18,6	18,5
15-64	65,2	65,2	64,0
65+	16,0	16,3	16,6
Kentleşme oranı ( toplam içindeki payı%)	76,3	77,4	78,5
Okuma Yazma Oranı (%)		99	
<b>Dönem ortalaması</b>		<b>2004-08</b>	<b>2009-13</b>
Nüfus artış hızı (%)		0,6	0,5
Doğum oranı (1,000 kişi için)		12,9	12,3
Ölüm oranı (1,000 kişi için)		8,4	8,8
Çocuk ölüm oranı (1,000 kişi için)		3,4	3,3
<b>Ortalama ömür (yaş)</b>			
Erkek		77,4	78,0
Kadın		84,0	84,5
Ortalama		80,6	81,2
Nüfus Yoğunluğu (kişi/ km2)			110
Din (%)		Roman –Katolik (83-88), Müslüman(5-15), Protestan(2), Musevi(1)	
Fransa'nın etnik Kökenine (geldiği ülkeye göre) Nüfus Dağılımı (%) <b>(3)</b>		Portekizli(13,3) Cezayirli (13,3), Faslı,(12,, İtalyan (8,8), İspanyol (7,3), Tunuslu( 4,7) , Türk (4,0)	

**Nüfusun Şehirlere Göre Dağılımı**

Şehir / Bölge	Nüfus
Paris (Ile de France)	2,1 milyon ( 11,6 milyon )
Marsliya	808 000(1,5 milyon)
Lyon	422 000(1,7 milyon),
Toulouse	366000
Nice	346000
Strasbourg	256000
Nantes	252000
Bordeaux	213000
Montpellier	211000
Rennes	204000

Kaynak: Economic Intelligence Unit,2009,France, Country Forecast

**İstihdam-İşgücü İstatistikleri**

	2004	2005	2006	2007	2008	2009a	2010a	2011a	2012a	2013a
İşgücü(Milyon)	27,4	27,5		27,9	27,9	28,0	28,0	28,1	28,3	28,4
İşgücündeki Değişim(%)	0,5	0,6	0,9c	0,5c	-0,1c	0,3	0,1	0,1	0,7	0,7
Çalışan nüfus(Milyon)	25,0	25,1	24,4	25,7	25,8	25,3	25,0	25,1	25,4	25,6
Çalışan sayısındaki değişim(%)	0,1	0,6	1,0	1,4	0,5	-2,2	-1,2	0,6	1,0	1,0
Çalışan sayısındaki değişim(%)	0,1	0,6	1,0	1,4	0,5	-2,2	-1,2	0,6	1,0	1,0
İşsiz sayısı	2,4	2,4	2,4	2,2	2,1	2,7	3,1	2,9	2,9	2,8
İşsizlik oranı(%)	8,9	8,9	8,8	8,0	7,4	9,7	10,9	10,5	10,2	9,9

(a)tahmin

Kaynak: Economic Intelligence Unit,2009,France, Country Forecast

## Doğal Kaynaklar ve Çevre

### Tarım

Fransa'nın 543965 km2 olan topraklarının %52'si tarım arazisi olarak kullanılırken % 31, 4 lük bölümü ormanlık arazi ile kaplıdır. AB ülkeleri içerisinde en büyük tarım üreticisi ülke konumunda olan Fransa aynı zamanda dünyada ABD'den sonraki en önemli tarım ürünleri ihracatçısıdır. 1945 yılından sonra tarımın ülke ekonomisindeki göreceli önemi azalmıştır. 1970'lerde ülkede tarım, balıkçılık ve ormancılık sektörlerinde çalışanların toplam sayısı 2,8 milyon iken bu sayı bugün için yarı zamanlı çalışanlar da dahil olmak üzere 1,0 milyona düşmüştür

### Ormanlar

Fransa iklimi ve coğrafi yapısını ile bağlantılı olarak tarım için son derece elverişli koşullara sahip bir ülkedir. Ülkedeki ormanlar 16 milyon hektarlık alanı kaplamakta olup, bu alan ülkenin yüzölçümünün yaklaşık % 29'una karşılık gelmektedir. Bunun sonucu olarak Fransa önemli bir kereste üreticisidir .

### Balıkçılık

Yıllık 918000 ton üretim ile Fransa AB ülkeleri arasında Danimarka, İspanya ve İngiltere'nin ardından dördüncü büyük üretici konumundadır. Ürünün büyük bölümü geleneksel yöntemlerle yapılan avlanmayla elde edilmektedir. Özellikle Bretagne ve Akdeniz kıyılarında küçük balıkçı tekneleri ile avlanma oldukça yaygındır.

### Madenler ve Enerji Kaynakları

19. yüzyılın sonlarından ikinci Dünya Savaşı'nın ertesine kadar madencilik önemli bir sanayi sektörü olmuş, özellikle kömür ve demir cevheri kaynakları Fransa'nın zenginleşmesinde önemli rol oynamıştır. Ancak kömür rezervleri oldukça azalmış, 2007 yılında devlete ait kömür işletmeleri kapatılmıştır. Bu nedenle artık ülkede kömür kullanılmamaktadır. Diğer taraftan bir zamanlar zengin demir yataklarına sahip Loraine bölgesinde rezervler artık bitme noktasına gelmiştir. Bu nedenle Dunkirk yakınındaki ve Fos'ta yer alan demir çelik fabrikaları artık ithal girdi ile çalışmaktadır.

Enerji sektörü ülkenin GSYİH'dan aldığı pay 2007 yılında %2 olmuştur. Sektörde 232 000 kişi çalışmaktadır.

Fransa'nın enerji politikası 1970'lerdeki petrol krizinin ardından değiştirilmiş, enerji bağımlılığını azaltma yönlü politikalar uygulamaya konmuştur. Bu politikalarla Fransa'nın uzun dönem enerji ihtiyaçlarının güvenli bir şekilde sağlanması hedeflenmiştir. Bu çerçevede Fransız enerji politikası üç temele dayandırılmıştır:

- Her türlü enerjinin (elektrik, doğal gaz, akaryakıt, katı yakıt vs.) uzun süreli, garantili ve güvenli bir şekilde temini
- Enerjinin rekabet edebilir fiyatlarla piyasaya sunularak kamu ve özel sektördeki enerji firmalarının hem iç piyasada hem de uluslararası piyasalarda uyumlu ve rekabet içinde çalışmasının sağlanması,
- Çevreye ve gelecek nesillere duyarlı temiz enerji üretimini sağlayacak modellerin kurulması ve geliştirilmesinin sağlanması

Bu kapsamda, Fransa petrol bağımlılığını başka enerji kaynakları bularak azaltmak, enerji ithalatını Norveç, İngiltere gibi daha istikrarlı ülkelerden yapmak ve yerel enerji üretimini artırmak şeklinde özetlenebilecek uygulamalar sayesinde; ısıtma amacıyla artık petrol yerine daha çok elektrik (büyük bölümü ülke içi kaynaklardan sağlanmakta) ve doğal gaz (halen büyük bölümü ithalat yoluyla karşılanan ) kullanılmaktadır.

Ayrıca nükleer enerji, Fransa'da enerji üretiminde önemli bir rol oynamakta olup Fransa'nın tükettiği elektriğin %80'i nükleer teknoloji ile üretilmektedir. Halen ülkede 59 adet nükleer tesis vardır. Ayrıca enerji üretiminde yenilenebilir enerjinin ve rüzgâr enerjisinin payı % 10, klasik termik santrallerin (kömür ve petrol) üretimdeki payı ise % 12'dir.

Fransa, enerji firmalarının özelleştirilmesine şiddetle karşı çıkmakta AB Komisyonu birimleriyle karşı karşıya gelmektedir. Enerji güvenliği endişesi ile Fransa, doğal gaz ve elektrik piyasalarının liberalleştirilmesine direnmektedir.

## Genel Ekonomik Durum

### Ekonomik Yapı

Fransız ekonomisinin 1990'lı yıllardan bu yana en önemli ekonomik sorunları sırasıyla, düşük büyüme hızı, özellikle delokalizasyonun (uluslararası rekabet dolayısıyla üretim maliyetlerinin yüksek kalması nedeniyle fabrikalarının üçüncü ülkelere taşınması) artırdığı işsizlik, bütçe açıkları ve sosyal güvenlik sistemi açıklarıdır.

Fransız ekonomisi özellikle 1990'lı yıllardan bu yana gelişmiş ülkelerin kaydettiği büyüme oranlarının altında bir büyüme gerçekleştirmektedir. 1990-2000 yılları arasında yıllık %2'lik bir büyüme gerçekleştiren Fransa'nın büyüme hızı, 2000 yılından sonra %2'nin altına düşmüştür.

2008 yılını %0,3 büyüme ile bitiren Fransa ekonomisinin, OECD tahminlerine göre 2009 yılında %2,2 küçülmesi öngörülmektedir.

## Ekonomi Politikaları

İyi bir sosyal devlet olmanın sonucu olarak, iş dünyası yüksek düzeyde sosyal prim ve vergi ödeyen ve işçilerinin haftalık çalışma süresini zorunlu olarak 35 saat ile sınırlandırmak zorunda olan Fransa özel sektörünün, bu yükler nedeniyle diğer gelişmiş ülkelere göre rekabet gücü azalmıştır. 35 saat uygulaması, 2002 yılında ilk defa gevşetilmiştir. 2007 yılının sonunda ise, fazla mesai yapan çalışanların (35 saatten fazla) gelirlerinden vergi indirimleri yapılmasına karar verilmiş ve fazla mesai teşvik edilmeye çalışılmıştır.

Fransa ekonomisi, 2008 yılının sonunda derinleşerek reel ekonomiyi de etkisi altına alan global krizden etkilenmektedir. Yapısal ekonomik sorunlar yaşayan Fransa'da, iç ve dış talebin azalması ile işsizlik artmaya devam etmektedir. Hükümet, sorun yaşayan sektörler ve firmalara destek olmak amacıyla çeşitli önlemler almış, inşaat ve otomotiv sektörlerine doğrudan ve dolaylı finansman yardımı yapmıştır. Hükümetin temel yaklaşımı yatırımların arttırılarak büyümenin sağlanması şeklinde olmuştur.

## Ekonomik Performans

### Reel GSYİH Büyüme Projeksiyonu

	2005	2006	2007	2008	2009
GSYİH (milyar ABD \$)	2.146	2.270	2.598	2.865	2.691
Reel GSYİH Büyüme Oranı ( %)	1,9	2,4	2,3	0,3	-2,2

Kaynak: The Economist Intelligence Unit, France Country Report, Ocak, 2010

Ekonomide küçülmenin yavaşlaması ve durgunluğun sona ermesine rağmen, Fransa'da birbirinden farklı kuruluşlarca yayımlanan iş dünyası güven endekslerine göre, kriz öncesi ekonomik aktivite düzeyine çıkılması, stokların erimesi, üretimin artması gibi beklentilerin son derece zayıf olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, 2009 yılı ikinci çeyreğinde iflas eden firmaların sayısı bir önceki döneme göre %4,8 azalmıştır. Tüketici güveni de artmaya devam etmektedir. Fransız İstatistik Kurumu'nun yayımladığı verilere göre hala negatif düzeyde bulunan tüketici güveni, Temmuz 2009'da (-47)'den Kasım 2009'da (-30)'a yükselmiştir.

Fransa'da üretimin artması ve istikrarlı pozitif büyüme oranlarına tekrar ulaşılması, sonuç itibariyle yavaş yavaş artan iç talebin güç kazanmasına, başta AB olmak üzere dünya piyasalarının canlanmasına bağlıdır.

## Ekonomide Geleceğe Yönelik Beklentiler

Fransız ekonomisi 2010 yılının toparlanmaya başlamış olup 2010 yılı için büyümenin % 1,5 olduğu tahmin edilmektedir. 2011 yılı için büyümenin biraz yavaşlayarak %1,4 olması 2012 den itibaren küresel ekonomik krizin etkilerin giderilmesi beklentisi ile iyileşmenin devam etmesi ve 2012—2015 döneminde %1,5 den %1,8'e yükselmesi beklenmektedir.

Kişi başına düşen GSYİH 2010 yılı için 40.361 Dolardır. Tek kişilik hane sayısındaki artış ve yaşanan nüfusun tüketim eğilimlerin etkisi olacaktır. Özellikle ev gereçleri, iletişim ürünleri ile sağlık ve eğlence ve turizm hizmetlerinin bu eğilimden başta etkilenecek sektörleri olması beklenmektedir.

## Sektörler

### Tarım ve Hayvancılık

Fransa, elverişli coğrafi konumu ve iklimsel özellikleri sayesinde, kişi başına yaklaşık ½ hektarlık geniş ve verimli tarım alanına sahiptir. Avrupa Birliği'nin birinci tarım ülkesidir. Başlıca tarım ürünleri, tahıl, şeker pancarı, şarap, meyve ve sebze, süt ürünleriyle çeşitli hayvansal ürünlerdir.

Fransa, yine ABD'den sonra dünyanın en büyük tarım ürünleri ihracatçısıdır. Ancak tarımın ekonomi içindeki önemi görece olarak azalmaktadır. Tarımın GSMH içindeki payı %2.2 istihdam içindeki payı ise %3.5'dir. Tarım sektöründe 1 milyon kişi istihdam edilmektedir.

Fransa'da genel olarak tarımsal işletmelerin arazileri küçüktür. Yaklaşık 320 000 işletmenin, -ki bu rakam toplam tarımsal işletme sayısının yarısını oluşturmaktadır- arazisi 20 ha'nın altındadır. Bu işletmeler toplam tarımsal arazilerin %7'sinden azını ellerinde bulundurmaktadırlar. AB'nin Ortak Tarım Politikası çerçevesinde ise fonlardan daha ziyade geniş arazili işletmeler yararlanabilmektedir.

Diğer taraftan, Avrupa Birliği'nin Ortak Tarım Politikası ABD ve gelişmekte olan birçok ülke tarafından DTÖ bünyesinde tenkit edilmektedir. Fransa'nın tarım sektörü, rekabet bozucu olduğu bilinen ve disiplini altına alınan OTP fiyat desteklerinden büyük ölçüde faydalanmakta ve dolaylı olarak liberal kesimin eleştirilerine hedef olmaktadır. Günümüzde bu destekler Dünya Ticaret Örgütü kuralları çerçevesinde azalmış olsa da, Fransa için bu desteklerin büyük bir önemi vardır. Fransa AB içinde tarımsal liberalizasyonu zamana

yayarak tedarici olarak gerçekleştirmek isteyen bir ülke konumundadır. Tarım Fransa açısından hassas bir sektörü oluşturmaktadır.

## Sanayi

Fransa'nın imalat sanayisi, beş ana bölgede yoğunlaşmış durumdadır. Paris ve çevresi çok çeşitli sanayi dallarının çekim bölgesi olurken, kuzeydoğu Fransa (Nord-Pas-des-Calais) demir çelik, çeşitli metal sanayileri ve otomotivde öne çıkarken, Lyon bölgesi kimya sektöründe, Toulouse bölgesi havacılık ve uçak üretiminde, büyük Paris ve Alsace bölgeleri de KOBİ düzeyinde çok çeşitli hizmet ve üretim dallarında öne çıkmaktadır.

Fransa, sektörel anlamda geniş yelpazeli bir imalat sektörüne sahiptir. Çeşitli ara, sermaye ve tüketim malları üretimi yapılan Fransa'da öne çıkan sanayi sektörleri havacılık ve otomotivdir. Otomotiv sektörü, yarattığı katma değer ile milli gelirin %6'sını oluşturmakta ve 272.000 kişiye istihdam sağlamaktadır. En büyük firmalar Renault, PSA Peugeot ve Citroen'dir.

Fransa'nın kimya (eczacılık) sektörü, Avrupa'nın en büyüğü olarak İngiltere ve Almanya'yı geride bırakmaktadır. Sektörde irili ufaklı 300 şirket bulunmaktadır.

## Müteahhitlik Hizmetleri

Fransa'nın hizmet sektöründe 2011 – 2015 döneminde aşamalı olarak 1,6- 2,0 arasında büyüme beklenmektedir. Yine önümüzdeki dönemlerde yatırımlarda hafif bir büyüme beklenmekte olup eskiyen makine ve ekipman parkını yenilenmesi söz konusu olup genelde inşaat sektöründe yatırımlara soğuk bakılmaktadır. Ancak yenilenebilir enerji sektöründe kullanılan inşaat malzemesi ve ekipmanı konusunda Fransız piyasasında büyüme görülmekte olup bu artış, özellikle avantajlı gelir vergisi kredisine, % 0 faizli çevre kredilerine, ulusal ve bölgesel bazda doğrudan veya dolaylı verilen desteklere ve yeniden yapılandırılmalar için KDV'nin % 5,5 oranında uygulanmasına bağlanmaktadır.

Fransız gayrimenkul ve inşaat sektöründe sürdürülebilir gelişim için çevre dostu (yeşil) yapılara artan oranda ilgi gösterilmektedir. Fransız hükümeti de düşük veya sıfır enerji tüketen evlerin geliştirilmesi konusunda kararlılık göstermektedir.

Fransa'da müteahhitlik sektörü konusunda bir girişimin düşünülmesi halinde İstanbul'da Fransız sefaretine bağlı olarak çalışan Fransız Yatırım Ajansından ülkedeki son uygulamalar ve devlet yardımları konusunda bilgi alınması da mümkündür.

Kaynak:Economic Intelligence Unit, [www.uktradeinvest.gov.uk](http://www.uktradeinvest.gov.uk)

## İnşaat

Fransa'da devletin altyapı ve ulaşım sektörlerinin gelişimine verdiği önem dolayısıyla inşaat sektörü hem çok gelişmiş, hem de devletin kontrolü altında kalmıştır. Fransız inşaat sektörü, Paris'teki iş merkezi bölgesi olan La Defense'in geliştirilmesinden otoyol inşaatlarına ve devletin koruyuculuğu altında uluslararası müteahhitlik ihalelerinin alınmasına kadar çok çeşitli alanlarda faaliyet göstermektedir. En büyük inşaat ve müteahhitlik firmaları Vinci ve Bouygues'dur.

## Turizm

Fransa, Ülkeye giren kişi sayısı dikkate alındığında dünya turist akışı bakımından ilk sırayı alan ülkedir. 2008 yılında, dünya turist hacminin %10'ununu teşkil eden 79 milyon uluslararası turisti ağırlamıştır. Bu kadar fazla turisti çeken çok farklılık gösteren doğal güzellikleri ve tarihi siteleri, zengin mimarisi ve mutfak mirası ve iyi gelişmiş taşımacılık alt-yapısıdır. Ayrıca Fransa sportif ve kültürel olaylar ile turistik açıdan yeni olanaklar sunmaktadır. Turizm sektörü yaklaşık 894 bin kişiyi istihdam etmektedir.

## Ulaştırma ve Telekomünikasyon Altyapısı

Ulaştırma sektöründe hızlı trenleri (TGV) üreten Alstom firması öne çıkmaktadır. Havacılık sektöründe öne çıkan AIRBUS firması da dünyanın en büyük uçak üreticilerinden birisidir. Söz konusu sektörlerin hepsinin sabit harcamaları ve Ar-Ge giderleri çok yüksektir. Söz konusu yüksek sabit giderler çoğunlukla devletçe finanse edilmektedir. Son yıllarda artan bütçe ve devlet açıkları ve yaşanmakta olan ekonomik kriz nedeniyle bu sektörlerin Ar-Ge harcamalarında azalma yaşanmaktadır.

## Enerji

Fransa enerji bağımlılığını azaltma yönlü politikalar uygulamaktadır. Petrol bağımlılığını başka enerji kaynakları bularak azaltmak, enerji ithalatını Norveç gibi daha istikrarlı ülkelerden yapmak ve yerel enerji üretimini artırmak şeklinde özetlenebilecek uygulamalar sayesinde, günümüz Fransa'sı daha çok elektrik ve gaz tüketmektedir. Ayrıca nükleer enerji, Fransa'da enerji üretiminde önemli bir rol oynamaktadır. Fransa'nın tükettiği elektriğin yaklaşık %80'i nükleer teknoloji ile üretilmektedir.



Fransa, enerji firmalarının özelleştirilmesine şiddetle karşı çıkmakta ve geçtiğimiz yıllarda görüldüğü üzere Brüksel'deki AB Komisyonu birimleriyle karşı karşıya gelmektedir. Enerji güvenliği endişesi, enerji firmalarının devlet elinde tutulması yönünde teşvik etmektedir. Dolayısıyla Fransa, gaz ve elektrik piyasalarının liberalleştirilmesine ayak sürmektedir. Sektördeki önemli firmalar, Total, EDF ve GDF-Suez'dir.

Fransa, elektrik üretiminin % 78,3'ünü nükleer enerjiden sağlamaktadır. 59 adet nükleer ünitesi vardır. Ayrıca bu üretimde dönüştürülebilir enerjinin ve rüzgar enerjisinin payı % 10, klasik termik santrallerin (kömür ve petrol) üretimdeki payı ise % 12'dir.

## Bankacılık

Fransa Bankacılık Kanunu 24 Ocak 1984 yılında yürürlüğe girmiş ve AB'ye entegrasyonun sağlanabilmesi için birçok yeniden yapılanma süreçleri geçirmiştir. Bankacılık sistemi, ülkedeki iş çevrelerinin büyük kısmını kontrol eden büyük bir kurum etrafında merkezileşmesi bakımından Almanya'daki bankacılık sistemine benzemektedir. Söz konusu kurum, merkezi Paris kentinde bulunan Fransız Merkez Bankasıdır (Bank of France). 1848'den bu yana banknot çıkışı yapma hakkına sahip bir tekel şeklinde işlemekte ve kısa süre öncesine kadar mevduat bankacılığının nispeten az orandaki değişimine bağlı olarak ülkedeki bankacılık sektöründe en büyük paya sahiptir.

## Doğrudan Yabancı Yatırımlar

### Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Fransa, eğitilmiş işgücü, kaliteli altyapısı ve büyük pazarı dolayısıyla önemli ölçüde doğrudan yabancı sermaye çeken bir ülkedir. Ancak diğer gelişmiş ülkelere kıyasla düşük düzeyde Ar-Ge yatırımları, yüksek vergi yükü ve ağır bürokrasisi nedeniyle yabancı sermaye çekmede gerçek potansiyelini yakalayamamakta, hatta Fransız firmaları Doğu Avrupa, Uzak Doğu, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'nın düşük vergi ve ucuz işgücünden yararlanmak için yurtdışına yatırım yapmaktadırlar.

### Yabancı Yatırımlar

Milyar €	Fransa'ya Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları	Fransızların Yurtdışı Yatırımları
2000	46,9	192,6
2001	56,4	97,0
2002	52,1	53,6
2003	37,7	47,1
2004	25,3	45,9
2005	51,1	93,0
2006	64,6	91,7
2007	115	164
2008	75	137

Kaynak: Fransa Ticaret Müşavirliği Ülke Raporu

Fransa'ya en çok doğrudan yabancı sermaye yatırımında bulunan ülkeler sırasıyla; Hollanda, İngiltere, ABD, Almanya, Belçika, İsviçre, İtalya, Japonya, İspanya ve Kanada'dır.

## Ülkede İş Kurma Mevzuatı

### İŞ KURMA MEVZUATI

Fransa'da şirket kurmak isteyen yabancılar için herhangi bir kısıtlama bulunmamaktadır. Yatırımcılar herhangi bir engel ile karşılaşmadan mülk ve Fransız şirketlerini satın alabilmekte veya kendileri bir şirket kurabilmektedir. Şirket kuruluşu ile ilgili formalitelerin azaltılması sonucu Fransa dünyada en hızlı şirket kurulabilen ülkelerden biri haline gelmiştir.

Şirket kurulumu ile ilgili olarak CFE (Centre de formalites des Entreprises)'ye başvurabilirsiniz. Söz konusu kurum şirketlerin açılması, kapanması ile ilgili her türlü formaliteyi gerçekleştirmekte ve ilgili kurumlara da gerekli bilgiyi sağlamaktadır. CFE'den başvuru için gerekli olan formu (MO Formu) temin edebilirsiniz. Firmanın resmi olarak kaydedilmesi birkaç gün almaktadır. Firma kaydının tamamlanmasını beklerken yasal temsilci temin edebileceği şirket kurma sertifikasını diğer kurumlar ile olan ilişkilerinde kullanabilir. Resmi formalitelerin maliyeti yaklaşık 85 avro tutmaktadır. Buna ek olarak 230 avro resmi gazetede yayınlanma bedeli ödenmektedir. Online olarak bir şirketi kurmak, kapatmak veya şirket ile ilgili değişiklik yapmak mümkündür. Fransa'da şube açmanız halinde şubeyi kaydettirmeniz yasal bir zorunluluktur.

Şube açılımı için gerekli olan belgeler şu şekildedir;

1 – MO formu

- 2- Ana firmanın kuruluş sözleşmesi ( 2 nüsha, Fransızca'ya tercüme edilmiş şekilde)
- 3- Firmanın adres teyit belgesi,
- 4- Yabancı firma kayıtları ile ilgili olarak Kayıt Sertifikası
- 5- Firmayı temsile yetkili kişinin bilgileri (kimlik kartı, oturma izni vb.)

#### FRANSA'DA ŞİRKET KURULUŞ PROSEDÜRÜ VE MEVZUATI

Fransa'da ticari faaliyette bulunmak isteyen firmalara değişik yöntemler sunulmaktadır.

Şube (Succursale), temsilcilik bürosu, ticari temsilci

a) Şube (Succursale) :

Yabancı bir şirket tarafından faaliyetlerini ve müşterileri ile ilişkilerini arttırmak amacıyla kurulan bir ikinci kurumdur,

Başlıca özellikleri :

- Şubenin aktivitesi ana şirket aktivesiyle aynı olmalıdır.
- Ana şirketin coğrafyasından farklı bir alanda kurulmalıdır.
- Ana şirket temsilcisi tarafından yönetilir ve 3. kişilerle sözleşme yapabilir.
- Ana şirket kontrolünde olmasına karşın bazı alanlarda bağımsızlığı söz konusudur (malların sorumluluğu, ticari faaliyetin inisiyatif)
- Ana şirket adına o bölgedeki müşterilerle ilgilenir.

Şubenin hiç bir özerkliliği yoktur ve dolayısıyla :

- Ana şirketten ayrı bir mülk veya sermayesi yoktur,
- Şube üzerinde kazanılan hakları ana şirket faydalanmaktadır,
- Şubenin faaliyeti için kullanılan mülkler ana şirketin malidir,
- Şube gerçek bir iş yeri olarak (müşteri sahibi, kira sözleşmesi, levha ve mal sahibi) satılabilir, sermaye olarak gösterilebilir, kiraya verilebilir.

Kuruluş aşaması:

- Kuruluş kararı yönetim kurulunca (anonim şirketlerde) veya yönetici (limitet şirketlerde) tarafından alınır,
  - Bölgedeki ticaret siciline kaydı gerekmektedir,
  - Ticaret mahkemesi katipliğine aşağıda sıralanan evrakların iki örneği sunulmalıdır:
    - Ana şirketin kuruluş sözleşmesi (ana sözleşmesi),
    - Şubenin kayıt talep formu,
    - Eğer faaliyet özel bir uygulamaya tabi tutuluyorsa bununla ilgili diploma ve izin belgeleri,
    - Şubenin kira sözleşmesi,
    - Şube sorumlusunun atama belgesi (bu kişi hiç bir mahkumiyetinin olmadığını belirten bir bildiri sunmalıdır).
  - Bütün bu belgeler onaylanıp, Fransızcaya evrilmesi gerekmektedir.
  - Aktivitenin başlamasından en geç 15 güne kadar Ticaret Odası (RCS) ye kaydı gerekmektedir,
  - 1.500.000 €' ya kadar olan yabancı yatırımlarda serbestlik ilkesi geçerli olup bu rakamın ötesinde Hazine'nin onayı gerekmektedir,
  - AB vatandaşı olmayan Türkler, ayrıca tacir kimliğine ihtiyaç duymazlar. (OECD ülkelerinden istenmiyor.)
- Ayrıca, sicilinin temiz olduğuna dair bir dilekçe yazması gerekir,
- Ayrıca ana şirketin kayıtlı olduğu ülkedeki ismi, sicil kaydı nosu, vs. faturalar üzerinde belirtilmek zorundadır.

Vergi ile ilgili işlemler:

- Fransa'daki vergi sistemine tabi olacaktır. (Eğer bu iki ülke arasında anlaşma varsa ayrıca merkezi olduğu ülkenin vergilerine tabi olmaz. Böylece çifte vergilendirmeden muaf olur.)
- Şube vergi kanunu açısından bulunduğu ülkede ikameti bulunmadığı için, vergi kanunu çerçevesinde bazı ayrımcı kurallara tabi bulunmaktadır: bazı vergi indirmelerinden yararlanamamaktadır, vergi oranlar bazı ülkelerde daha yüksektir.
- Her ne kadar filiale'den statü gereği farklı olsa da, Avrupa Birliği Adalet Divanı bir kararında (arrêt Commerzbank AG du 13 juillet 1993) filiale ve şube arasındaki her tur vergisel ayrımcılığı yasaklamıştır.
- Ana şirket yıllık bilançosunda şubenin de girdi ve çıktılarını hesaba katmalı ve bu bilançonun 2 nüshasını ticaret mahkemesi katipliğine vermesi gerekmektedir.
- Ana şirkete bağlı olmasına rağmen, şubede kendi muhasebesini tutmalıdır.

? Sosyal Güvenlik:

- Şube sorumlusu, genelde ana şirkete bağlı olduğu için, onun kontrolü altında hareket etmektedir ve ana şirketin tabi tutulduğu sosyal kanununa tabi tutulmaktadır.
- şubede çalışan ücretli kişiler, şubenin bulunduğu ülkenin kanunlarına tabi tutulmaktadır.

b) Temsilcilik Bürosu

Temsilcilik bürosu şube ve filiale'e oranla daha esnek bir yapıya sahiptir. Öncelikli amacı yabancı ülkede pazarı tanımadır. O ülkedeki şirketler ve müşterilerle irtibata geçerek onlara detaylı bilgi vermeyi, iletişim kurmayı ve reklam yapmayı hedefler.

? Başlıca özellikleri:

- Temsil bürosu tüzel kişiliğe sahip değildir dolayısıyla ana şirketten farklı mal ve mülkü yoktur, farklı bir isim ve sermayesi yoktur.
- Maddi sorunlar yaşadığı durumda, ana şirket borçlardan sorumlu tutulur,
- Bir temsilci tarafından yönetilir ve yoğun bir faaliyet gerektiriyorsa, bu temsilci bir kaç kişi ile çalışabilir,

Bu teminatta, eğer ne deye OÜB eylemi vatanadağı bölgesi barındağa dege den (Departement), tacir kartı çıkartması gerekmektedir.

? Kuruluş aşaması:

- Ticari faaliyeti bulunmadığı için, temsil bürosunun ticaret siciline (RCS) kayıt olması mecbur değildir. Sadece ticaret odasına bir « varlık » beyanı yeterlidir ve INSEE tarafından SIRET ve SIREN numaraları verilmesi için yeterlidir.
- Ancak, bazı işlemler için (banka hesabı açılması) sicil kayıt örneği gerekli olabilir, bu durumda kayıt ticaret siciline, şube kuruluşunda olduğu gibi, kayıt yaptırılmalıdır,
- Sicil numarası olmayan bir temsil bürosunda çalışan maaşlı işçilerin aidatları tek bir kuruma ödenmelidir : Bas Rhin Urssaf kurumu
- Sicil numarası bulunan büroların maaşlı işçilerin aidatları temsil bürosunun bulunduğu bölge Urssaf'ına ödenmelidir,
- Yerleşmek için büro ya bir emlak şirketine başvurabilir (sekreterlik, posta kutusu, toplantı salonu) yada bir lokal kiralayabilir.

? Vergi ile ilgili işlemler:

- Bulunduğu ülkede hiç bir ticari faaliyette bulunmayan temsil bürosu kar vergilerine tabi tutulmamaktadır.
- Aynı şekilde KDV' ye de tabi tutulmamaktadır. Fakat yabancı şirket, KDV iadesini isteyebilir.
- Profesyonel vergilerden ise muafıtır, ancak konut vergisini ödemelidir (eğer ofis kiralıyorsa)

? Sosyal Güvenlik:

- büroda çalışan bütün ücretliler (yurt dışına görevli olanlar hariç) bulunduğu ülke kanunlarına tabi tutulmaktadır,
- Fransa'da açılacak bir şirketin yönetiminde görev alacak yabancı uyruklu kişiler (Fransa'da oturma kartı olanlar ve AB üyesi ülkeler vatandaşları hariç) yabancı esnaf kartı almak zorunda değildir,
- Fransa'da yerleşik olmayan yabancılar, buldukları ülkedeki Fransız Konsolosluğuna Oturma kartı ve /veya Esnaf kartı istek başvurusunu yapabilirler.

Temsil bürosu çok esnek bir şekildedir, ancak en küçük bir ticari faaliyette şube veya filimle gibi değerlendirilmektedir.

c) Ticari Temsilci

Sürekli ve bağımsız olarak diğer şirketler adına başka şirketlerle alım-satım sözleşmesi, kira veya hizmet sunma amaçlı sözleşmeler yapabilen kişidir. Tam anlamıyla yeni bir uskurucu olarak görülür. (bağımsız) Bu özelliği ile maaşlı şirket elemanından ayrılır.

Ana şirket ile ticari temsilci arasındaki sözleşme sözlü veya yazılı, belirli süreli ya da belirsiz olabilir. Ücret, taraflar arasında serbestçe belirlenir ve daha çok komisyon şeklinde olur. Bu komisyon en geç müşteri ödeme yaptıktan sonra veya hizmet yerine getirilince verilmelidir.

d) Filiale

Ana şirket yabancı ülkede kendi tüzel kişiliği ve bağımsızlığı olan kalıcı bir yapı kurmak isteyebilir. Yabancı bir şirkete ait olan filimle, Fransa'daki yerli şirketlerin yararlandığı vergisel avantajlardan faydalanabilir; çünkü o ülkede yerleşmesinden ötürü aynı haklardan yararlanır. Dolayısıyla da filiale'in iç pazara girmesi daha da kolaylaşacaktır. Ancak kuruluş aşamasında yüklü bir finansmana ihtiyaç duyulacağından bu tür bir yapı daha çok kendi ülkelerinde sağlam bir yapısı olan şirketlere uygundur.

? Baslıca özellikleri :

- Hukuki açıdan bir filiale, ana şirketten ayrı bir tüzel kişiliğe sahip olan; sermayesinin %50'sinden fazlasının ana şirket tarafından elinde bulundurulmuş; dolayısıyla da ana şirkete ekonomik ve finansal açıdan bağlı olan şirkettir.
- Vergisel açıdan filiale tanımı ise biraz daha geniş tutulmuştur. Çünkü bu tanıma Gore ana parasının en az %5'inin ana şirket tarafından elde bulundurulmuş şirket filiale'dir.
- Ana şirket filiale üzerinde yaptırıma sahiptir ve onu kontrol eder çünkü sermayesinin %50'sinden fazlası onun elindedir.
- Filiale'in kendi öz mal varlıkları vardır.
- Kendi namına hareket eder. Genellikle asil hedef ana şirket tarafından belirlenmekle birlikte kullanılacak yöntem ve araçlar filiale tarafından belirlenir.
- Riskler ana şirket ve fili lale arasında paylaşılır. Ana şirket ve fililale birbirlerinin borçlarından sorumlu değildir. Ancak ana şirket ve filiale arasında aktiflerin karşılıksız olarak transferi gibi durumlar söz konusu ise mahkemeler bu gibi durumlarda ana şirketi de sorumlu tutabilirler.

? Kuruluş aşaması:

Fransa'da yabancı bir firmanın filimle açması veya yabancıların şirket kurması için Fransız mevzuatının gerektirdiği ilan ve formalite kurallarına uyulmalıdır.

Ayrıca şirketin ana sözleşmesini ticaret siciline kayıt etmek zorunludur. Şirketin ana sözleşmesinde aşağıdaki unsurların bulunması gerekmektedir:

- Şirketin hukuki şekli
- Süresi
- Şirketin ticari ismi
- Merkezi
- Gayesi
- Şerh miktarı
- İşlevleri.

Şirket, sözleşmesi imzalandıktan sonra 1 ay içinde kaydedilmelidir. Fransa'da kurulan bütün şirketler merkezlerinin bulunduğu bölgenin ticaret siciline kayıt yaptırmak zorundadırlar. Şirketler Formaliteleri Merkezine (Centre de Formalité des Entreprises-C.F.E) başvuru mecburdur. Bu merkez yabancı firmaların aynı yerde ve aynı doküman üzerinde bütün bildirimleri yapmalarını sağlamaktadır.

Şirketler Formaliteleri Merkezi, aşağıdaki dokümanları başvuru yapan şirket sorumlularına ücretsiz olarak vermektedir :

- Doldurulacak basılı formler
- Aslı veya tasdikli örnekleri ile sunulması gereken belgelerin listesi
- Ticaret Mahkemesi katipliğinin masraf fişi
- Şirket adı veya Ticari adı
- Şirketin veya işletmenin hukuki yapısı
- Şirket merkezi veya şubenin adresi
- Bildirim amacı
- Şirketin veya şubenin genel faaliyetleri
- Şirket veya şubenin personel sayısı.

Şirket Formaliteler Merkezi, kendisine yapılan bildirimleri aşağıda belirtilen yetkili kurumlara ulaştırır :

- Ticaret Sicili
- Yetkili Vergi Dairesi
- Sosyal Sigortalar Kurumuna veya Sosyal Sigorta ve Aile Yardımları Tahsil Birliği
- İş Müfettişliği
- Fransız Devlet İstatistik Enstitüsü olan Milli İstatistik ve Ekonomik Araştırmalar Enstitüsü (I.N.S.E.E)
- Hastalık, esnaf, zanaat, sinai, ticari ve serbest vs. gibi mesleklerin yaklaşık (emeklik) sigortası kurumları.

? Vergi ile ilgili işlemler:

Tamamen kendi tüzel kişiliğine sahip olduğu için, bulunduğu ülkenin vergi kanununa tabi tutulmaktadır.

? Sosyal Güvenlik:

Filizlin maaşlı işçileri ve ücretlileri bulunduğu ülkenin kanunlarına tabi tutulmaktadır.

? Hukuki sekli :

Filiale tamamem bir Fransız firması olarak kabul edildiği için, mevzuatta mevcut bütün şekillere göre kurulabilir. Kurulan firma tek veya bir kaç kişi tarafından işletilebilir.

## ► Dış Ticaret

### Genel Durum

2010 yılı verilerine göre Fransa 520 milyar dolar değerindeki ihracat ile Çin, Almanya, ABD ve Japonya'nın ardından Dünyadaki 5. büyük ihracatçı konumundadır.

2010 yılı verilerine göre 607 milyar dolar değerindeki ithalat ile ABD, Çin, Almanya, Japonya'nın ardından 5. büyük ithalatçı konumundadır. Fransa 2009 yılında Dünya ithalatının % 4,3 ünü gerçekleştirmiştir.

Almanya, Fransa'nın en önemli ticari ortağı olup, Fransa'nın ihracatından %14,9, ithalatından 16,3 pay almaktadır. Fransa pazarında Almanya dışındaki diğer önemli tedarikçi ülkeler sırasıyla Belçika, İtalya, Çin, ABD, İspanya, İngiltere, Hollanda, İsviçre, Rusya, Japonya, İrlanda, Polonya ve Türkiye ve Norveç'dir. Türkiye 14. sıradaki tedarikçi ülke konumunda olup Fransa pazarından 2009 yılında 1,3 oranında pay almıştır.

Kaynak: Trademap, Mart 2011

### Ülkenin Dış Ticareti

#### Dış Ticaret Göstergeleri (FOB Milyar Dolar)

	2006	2007(d)	2008	2009(a)	2010(b)	2011(b)	2012(b)	2013(b)
İhracat	386	539	602	457	478	504	540	579
İthalat	428(c)	611	692	533	569	608	659	706
Dış Ticaret Hacmi	814	1150	1294	989	1047	1112	1200	1286
Dış Ticaret Dengesi	-42	-72	-90	-76	-91	-104	-119	-127

Economic Intelligence Unit, France Country Forecast 2009Agust

(a) tahmin; (b) projeksiyon; (c) cif; (d) OECD

### İhracatında Başlıca Ürünler

### İhraç Ettiği Başlıca Ürünler (1Milyon Dolar)

GTİP	Ürün Adı	2008	2009	2010	Değişim 2009/2010
TOTAL	Tüm Ürünler	594.505	464.113	520.847	12,2
8802	Hava Taşıtları (Uçak,Helikopter,Uydu)	31.637	29.184	40.755	39,6
3004	İlaç karışımları ( 3002,3005, 3006 hariç) -dozajlı	27.675	27.923	27.088	-3,0
8703	Otomobiller	27.747	19.902	20.704	4,0
8708	Motorlu araçların parçaları ve aksesuarları	19.604	14.913	16.880	13,2
2710	Petrol yağları (Ham olmayan )	18.808	10.459	12.190	16,6
8411	Turbo jet ve diğer gaz tribünleri	9.952	9.304	9.829	5,7
2204	Taze Üzüm Şarapları	10.061	7.691	8.359	8,7
8542	Elektronik Entegre devreler	6.246	4.570	6.658	45,7
	Güzellik, bakım, cilt bakım ve makyaj Ürünleri	6.508	5.533	5.989	8,2
8803	Hava taşıt araçları parçaları	6.438	5.319	5.344	0,5
8536	Elektrik anahtarları	5.584	4.163	4.830	16,0
3002	Tıbbi amaçlı insan ve hayvan kanı	2.879	3.845	4.705	22,4
1001	Buğday	5.624	3.758	4.656	23,9
3303	Parfümler	5.138	4.116	4.216	2,4
8408		5.633	3.523	4.189	18,9
ar için elektrikli malzeme	Hatlı telefonlar için elektrikli malzeme	4.509	3.910	4.134	5,7
4202	El çantaları Fotoğraf makineleri için kılıflar	3.972	3.587	4.097	14,2
2208	Likörler, Damıtılmış alkollü içkiler	3.883	3.231	3.919	21,3
9021	Ortopedik malzeme	3.242	3.594	3.829	6,5
4011	Araba lastikleri	4.287	3.162	3.557	12,5

Kaynak: Trademap, 2011

### İthalatında Başlıca Ürünler

#### İthal Ettiği Başlıca Ürünler (milyon Dolar)

GTİP	Ürün Adı	2008	2009	2010	Değişim 2009/2010
TOTAL	Tüm Ürünler	695.004	540.502	606.971	12,3
2709	Ham petrol yağları	59.821	31.790	35.262	10,9
8703	Otomobiller	36.804	30.481	31.091	2,0
2710	Petrol yağları (Ham olmayan )	26.031	17.664	23.561	33,4
3004	İlaç karışımları ( 3002, 3005, 3006 hariç), dozajlı	18.693	19.609	19.069	-2,8
2711	Petrol gazı	24.792	17.690	18.154	2,6
8803	Uçak parçaları	12.735	12.125	12.281	1,3
8708	Motorlu araçların parçaları ve aksesuarları	15.907	10.995	12.095	10,0
8802	Hava ve (helikopter, uçak) & uzay araçları (uydular)	3.375	4.033	11.831	193,4
8471	Otomatik bilgi işlem makineleri, optik okuyucular	11.283	9.133	9.728	6,5
8517	Elektrikli cihazlar hatlı telefonlar için ctric app for line telephony,incl curr line system	8.655	8.430	9.622	14,1
8411	Turbo-jetler, turbo-pervaneler	7.793	7.419	6.830	-7,9
8704	Kamyon kamyonet vd. yük taşımaya mahsus motorlu araçlar	7.538	4.108	5.160	25,6
8542	Elektronik entegre devreler	4.472	3.185	5.144	61,5
8528	Televizyonlar ve videolar	5.509	4.767	5.063	6,2
8443	Baskı makineleri	5.700	4.417	4.255	-3,7

9021 Ortopedik eşya,	3.350	3.932	4.253	8,1
9403 Diğer Mobilya ve parçaları	5.058	4.216	4.245	0,7
9018 Elektronik tıbbi cihazlar	4.094	3.770	3.824	1,4
8541 Yarı iletken cihazlar	1.694	2.185	3.549	62,4
8544 Yalıtılmış Tel/kablo	3.807	2.790	3.477	24,6

Kaynak: Trademap, 2011

## Dış Ticaretin Madde Grupları İtibarıyla Dağılımı

### İhracatın Madde Grupları İtibarıyla Dağılımı

Fransa İhracatının Madde Gruplarına Göre Dağılımı

SITC Kodu	Ürün Sınıflandırması	2008 İhracatı (milyon dolar)	İhracattaki Payı (%)
	<b>TOPLAM</b>	<b>594.505</b>	<b>100,0</b>
<b>0-1</b>	<b>Gıda, içecek, tütün</b>	<b>65.387</b>	<b>11,0</b>
2-4	Ham maddeler, hayvansal ve bitkisel yağlar	15.360	2,6
3	Mineral yakıtlar ve yağlar	30.139	5,1
5	Kimyasallar	99.984	16,8
6	Diğer yarı mamuller	79.675	13,4
7	Makineler ve ulaşım araçları	227.846	38,3
8	Tüketim malları	61.747	10,4
9	Diğer ürünler	14.367	2,4

Kaynak: <http://comtrade.un.org/pb/CountryPagesNew.aspx?y=2008>

### İthalatın Madde Grupları İtibarıyla Dağılımı

SITC Kodu	Ürün Sınıflandırması	2008 İthalatı (milyon dolar)	İthalattaki Payı (%)
	<b>TOPLAM</b>	<b>695.003</b>	<b>100,0</b>
0-1	Gıda, içecek, tütün	51.233	7,4
2-4	Ham maddeler, hayvansal ve bitkisel yağlar	20.467	2,9
3	Mineral yakıtlar ve yağlar	117.428	16,9

5	Kimyasallar	88.998	12,8
6	Diğer yarı mamuller	96.881	13,9
7	Makineler ve ulaşım araçları	229.105	33,0
8	Tüketim malları	90.196	13,0
9	Diğer ürünler	695.6	0,1

<http://comtrade.un.org/pb/CountryPagesNew.aspx?y=2008>

## Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticareti

### Başlıca Ülkeler İtibarı ile İhracat (Milyon Dolar)

İthalatçı Ülke	2007	2008	2009
Dünya	539.731	594.505	464.113
Almanya	77.915	86.842	68.985
İtalya	49.462	52.423	39.243
İspanya	51.653	49.917	37.243
Belçika	40.594	45.318	35.349
Birleşik Krallık	45.226	46.710	33.747
ABD	34.097	35.110	27.347
Hollanda	22.672	25.133	19.108
İsviçre	14.401	17.686	14.028
Çin	12.424	13.285	10.943
Polonya	8.682	9.907	7.179
Rusya Federasyonu	7.748	10.364	7.069
Cezayir	5.696	8.108	6.960
Türkiye	7.126	8.403	6.732
Japonya	7.916	8.255	6.649
Portekiz	6.818	7.565	6.023
Singapur	4.961	6.799	5.940
İsveç	7.363	8.056	5.718
Birleşik Arap Emirlikleri	5.010	5.188	4.836
Fas	4.830	6.260	4.823
Yunanistan	5.118	5.447	4.314
Liste Toplamı	419.713	456.777	352.234
Diğer Ülkeler Toplamı	120.017	137.728	111.879

Kaynak: Trade Map

## ► Dış Ticaret Politikası ve Vergiler

### Dış Ticaret Politikası

1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı gereğince 1 Ocak 1996 tarihinden itibaren Türkiye ile Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında sanayi ürünleri ticaretinde Gümrük Birliği uygulaması yürürlüktedir. Bu suretle gümrük vergileri sıfırlanmış ve Türkiye üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi uygulamaya başlamıştır.

Ayrıca, bazı istisnalar dışında (topluluğun Ortak Tarım Politikasına dahil olmayan tarımsal ürünler, yaş meyve sebze ürünlerine ait toplam 11 adet tarife pozisyonu, iç ve kabuklu natürel fındık, domates salçaları ve diğer domates konservesi) AB ülkelerine Türkiye'den ithal edilen tarım ürünlerinde de gümrük vergileri tamamen kaldırılmış bulunmaktadır.

Sonuç olarak, Fransa'ya diğer AB(27) ülkelerinden , Avrupa Serbest Ticaret Bölgesi (EFTA)üyelerinden (Norveç, İzlanda, İsviçre, Liechtenstein) Andorra ve San Marino'dan ve Türkiye'den yapılan ithalat gümrük vergisinden muaftır. Diğer ülkelerden yapılan ithalatta Avrupa Toplulukları Birleştirilmiş Gümrük Tarifesi'ne (TARIC) göre ortak gümrük tarifesi uygulanmakta, ithalatta alınan vergiler KDV oranları dışında aynı olmaktadır. AB'de yürürlükte bulunan gümrük vergilerine [http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds/tarhome\\_en.htm](http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_en.htm) adresinden ulaşmak mümkündür.

## Tarifeler ve Diğer Vergiler

[ec.europa.eu/taxation\\_customs/resources/documents/taxation/vat/how\\_vat\\_works/rates/vat\\_rates\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf)

Fransa, Avrupa Birliği (AB) üyesi olarak gümrüklerinde üçüncü ülkelere (Türkiye'de dahil olmak üzere) diğer AB ülkeleri ile birlikte ortak gümrük tarifesi uygulamaktadır. Uygulanacak gümrük tarifesi ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir.

Fransa'nın ve diğer AB ülkelerinin Türk meşeli ürünlerine uygulamakta olduğu gümrük vergileri ile ilgili bilgiye [http://ec.europa.eu/taxation\\_customs](http://ec.europa.eu/taxation_customs) bağlantı adresinden ülke ismi olarak Turkey -TR0052 ve ürünün gümrük tarife kodu seçilerek ulaşılabilir.

Gümrük Birliği nedeniyle ülkemiz menşeli sanayi ürünlerine gümrük vergisi uygulanmamakta olup bazı tarım ve gıda ürünlerine gümrük vergisi ve ayrıca miktar kısıtlaması ve/veya belirlenmiş tarihler arasında farklı oranda gümrük vergisi uygulanmaktadır.

### Katma Değer Vergisi

Fransa'nın ve diğer AB ülkelerinin 1 Temmuz 2010 tarihinden itibaren uygulamaya koyduğu yeni KDV oranlarına aşağıda adresi verilen bağlantıdan ulaşılması mümkündür. Fransa'da standart KDV oranı % 19, 6 olarak birlikte bu oran ürün ve hizmete göre farklılık göstermektedir.

## AB'de TARIM ÜRÜNLERİNE UYGULANAN GÜMRÜK VERGİLERİ

### Gümrük Vergilerinin Çeşitleri

Bir ürünün ithalatında; ad valorem, spesifik veya bu ikisinin birleşiminden oluşan gümrük vergileri uygulanmaktadır.

**-AD VALOREM VERGİ:** İthalatta ürünün değeri üzerinden yüzdesel olarak tahsil edilen gümrük vergisi olarak tanımlanmaktadır.

Örnek: Vergiye tabi ithal değeri 100 € olan bir tarım ürününde %11,5 oranında ad valorem vergi uygulanması halinde, Gümrük vergisi= 100 €\*0,115= 11,5 € dur. Bu çerçevede, ithalatçının 11,5 € gümrük vergisi ödemesi gerekmektedir.

**-SPESİFİK VERGİ:** Fiziksel birim(ton, adet, vb) üzerinden tahsil edilen gümrük vergisi olarak tanımlanmaktadır.

Örnek: Bir tarım ürünü ithalatında 25 €/100 kg spesifik vergi uygulanması halinde, ürünün birim fiyatı ne olursa olsun her bir ton için;  
Gümrük vergisi= 1000 Kg/ton\*25 €/100 Kg = 250 €/ton gümrük vergisinin ithalatçı tarafından ödenmesi gerekmektedir.

**-BİLEŞİK VERGİ:** Ad valorem ve spesifik verginin birlikte uygulandığı gümrük vergisi uygulamasıdır.

Örnek: Bir tarım ürünü ithalatında %11,5 + 25 €/100 Kg şeklinde gümrük vergisi uygulanması halinde ve vergiye tabi ithal değerinin 100 € olması halinde;  
Gümrük vergisi= 100 €\*0,115 + 1000 Kg/ton\*25 €/100 Kg = 11,5 € + 250 €/ton gümrük vergisinin ithalatçı tarafından ödenmesi gerekmektedir.

**-KARIŞIK VERGİ:** Ad valorem veya spesifik vergilerden herhangi birinin tercih edilebileceği uygulamalardır. Örnek:Gümrük vergisi; %18,4, MIN 22 € - MAX 24 €/100 kg şeklinde ifade edilebilir. Bu durumda, gümrük vergisi %18,4 olarak belirlenmiş olmakla birlikte, ancak 22 ile 24 €/100 Kg arasında bulunması şartı getirilmiştir.Örneğin, ithal değerinin 1000 €/ton olması halinde, 1000\*(184 /100)= 184 €/ ton ad valorem vergi doğmaktadır. Fakat minimum vergi 220 €/ton olarak belirlendiğinden, ithalatçının 220 €/ton gümrük vergisi ödemesi gerekecektir.

**-TEKNİK VERGİ:** Gümrük vergisinin, üretimde kullanılan belirli bir girdinin miktarına göre belirlenen türüdür.

Örnek: Gümrük vergisi; 1,19 €/ Kg laktik asit olarak belirlenebilir. 100 Kg'lık bir nihai üründe 2 Kg laktik asit kullanılması halinde; 2 Kg \*1,19 €/Kg = 2,38 € laktik asitten ileri gelen vergi ödenecektir. Bazı durumlarda, teknik vergilere ilave olarak ad valorem veya spesifik vergilerde nihai ürün üzerinden tahsil edilebilmektedir.

Avrupa Birliği üyeleri üçüncü ülkelere yapılan ithalatta ortak (aynı oranda ) gümrük vergisi uygulanmakla birlikte Topluluk bazı üçüncü ülkelerle (MFN) yapmış olduğu tercihli ticaret düzenlemeleri çerçevesinde bazı tarım ürünlerinin ithalatında ülkelere ve ürünlere göre farklılaşan tercihli gümrük vergisi uygulamaktadırlar.



## Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar

Fransa, ithal ürünlerde AB teknik mevzuatını uygulamaktadır. Söz konusu mevzuat, ürünlerin AB pazarına girişte tüketici sağlığı ve güvenliği ile çevrenin korunmasına ilişkin uyulması gereken zorunlulukları kapsamaktadır. Ürünlerin teknik mevzuata uygunluğu ithalat aşamasında kontrol edilebileceği gibi piyasa gözetimi yoluyla da denetlenebilmektedir.

Bu bölümde yer alan CE işareti, HACCP ve REACH uygulamaları hem AB içinde üretilen hem de AB'ye ithal edilen ürünleri kapsayan zorunlu sertifikasyon uygulamalarıdır. Bu suretle tarife dışı engellerden veya uygulanması zorunlu olmayan standartlardan farklı bir durum arz etmektedirler.

AB mevzuatı gereğince birçok makine, ekipman, elektrikli alet, oyuncak vb. ürünün İtalya'ya (veya herhangi bir AB ülkesine) ihracatı için üzerinde CE işareti bulunması zorunludur. AB ülkelerinde üretilen ürünlerin CE işaretli olarak piyasaya sunulmasından üretici sorumludur. AB pazarına ithal edilen ürünler içinse bu sorumluluğu ithalatçı yerine getirmek zorundadır. Bir başka deyişle, ithalatçı ithal ettiği ürünlerin AB normlarına uygun olduğunu garanti etmek zorundadır. Ancak bu yasal zorunluluk uygulamada kaçınılmaz olarak üçüncü ülke üreticilerine yüklenmektedir. Başka bir deyişle, eğer ürün CE işareti taşıyor ise AB'deki ithalatçı bu zorunluluğu yerine getiremeyeceğinden söz konusu ürünü ithal etmeyecektir.

Gıdalar ürünleri için HACCP (Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi Sistemi) zorunluluğu bulunmaktadır.

AB genelinde gıdalarla ilgili genel prensiplerin ve temel düzenlemelerin çerçevesini belirleyen EC 178/2002 sayılı düzenleme ile Gıda Yasası uygulanmaktadır. 2002 yılı içerisinde yürürlüğe giren bu düzenlemeyle, aynı zamanda, AB Gıda Güvenliği Otoritesi kurulmuş ve gıda güvenliği konusundaki uygulanması zorunlu prosedürler belirlenmiştir. Düzenleme genel olarak Genel Gıda Yasası olarak bilinmekte olup, gıdaların izlenebilirliği konusunda da düzenlemeleri içermektedir (Madde 18). Genel Gıda Yasası'nın belirlediği ana başlıklar Ocak 2005 tarihinde uygulamaya girmiştir.

AB genelinde pazara sunulan taze meyve ve sebze ürünlerinin kalite ve etiketlemelerine ilişkin pazarlama standartları Ortak Tarım Politikası çerçevesinde çıkartılan EC 2200/96 sayılı kararname ile 28 Ekim 1996 tarihinde belirlenmiştir. Bu yasayla öngörülen standartlara sahip olmayan ürünler pazara sunulmamakta ve pazardan kaldırılmaktadır. AB pazarlama standart düzenlemeleri çerçevesinde kalite standartları belirlenmiş diğer ürünler arasında taze ve soğutulmuş balık (EC 2406/1996), yumurta (EC 1028/2006), zeytinyağı (EC 1019/2002) ile birlikte sert kabuklu meyveler arasında kabuklu fındık (EC 1284/2002) ve kabuklu ceviz bulunmaktadır.

1 Haziran 2007 tarihinde yürürlüğe giren REACH (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of CHemicals), kimyasalların kaydı, değerlendirilmesi, izni ve kısıtlanmasını öngören yeni bir AB düzenlemesidir. Zorunlu bir uygulama olan REACH, bir dizi AB Yönetmelik ve Tüzüğünü kapsamakta ve onları tek bir sistem altında toplamaktadır. Söz konusu mevzuata göre AB pazarına kimyasal madde, müstahzar veya bunları içeren eşya ihracatı yapmak isteyen firmalar REACH mevzuatına tabiidir. REACH hakkında detaylı bilgiye <http://reach.immib.org.tr> adresinden ulaşılabilir.

ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi, ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi ve GLOBALGAP sertifikası tüketici tercihleri açısından önem taşımaktadır.

## ► Türkiye ile Ticaret

### Genel Durum

#### Türkiye-Fransa Dış Ticaret Değerleri (milyon Dolar)

Yıl	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Hacmi	Dış Ticaret Dengesi	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
1989	595	745	1.340	-150	79,8
1990	737	1.340	2.077	-604	55
1991	689	1.227	1.915	-538	56,1
1992	809	1.351	2.160	-542	59,9
1993	746	1.952	2.698	-1.206	38,2
1994	851	1.458	2.309	-607	58,3
1995	1.033	1.996	3.029	-963	51,8
1996	1.053	2.771	3.825	-1.718	38
1997	1.163	2.967	4.130	-1.804	39,2
1998	1.305	3.034	4.339	-1.729	43
1999	1.570	3.127	4.697	-1.557	50,2
2000	1.657	3.532	5.189	-1.875	46,9
2001	1.895	2.284	4.179	-389	83
2002	2.135	3.053	5.187	-918	69,9

2004	3.668	6.201	9.870	-2.533	59,2
2005	3.806	5.888	9.694	-2.082	64,6
2006	4.604	7.240	11.844	-2.636	63,6
2007	5.974	7.850	13.824	-1.875	76,1
2008	6.618	9.022	15.640	-2.405	73,3
2009	6.212	7.084	13.296	-872	87,7
2010	6.038	8.176	14.214	-2.138	73,9

Kaynak:TÜİK verileri

*Türkiye'nin Fransa'ya İhracatında Başlıca Ürünler (1000 Dolar)*

	2006	2007	2008	2009	2010	Değişim 2009-2010%
<b>GTİP TOPLAM</b>	<b>4.604.349</b>	<b>5.974.462</b>	<b>6.617.511</b>	<b>6.208.801</b>	<b>6.038.123</b>	<b>-2,7</b>
87 Kara taşıtları	1.586.079	2.264.018	2.748.236	2.896.961	2.222.856	-23,3
61 Örme giyim	511.020	601.808	631.646	587.988	673.520	14,5
84 Elektriksiz makineler	372.354	521.944	644.407	548.974	546.545	-0,4
85 Elektrikli makineler, elektronik cihazlar	354.409	375.866	427.615	378.612	449.664	18,8
62 Dokuma giyim	255.872	265.164	306.086	281.994	305.970	8,5
8 Meyveler	147.227	190.355	161.666	157.174	252.876	60,9
63 Diğer tekstil ürünleri / ev tekstilleri	173.914	187.644	182.945	153.767	182.883	18,9
73 Demir-çelikten eşyalar	118.215	163.096	193.990	151.125	155.103	2,6
39 Plastik ve plastik ürünler	72.726	90.687	112.326	103.816	129.015	24,3
40 Kauçuk ve kauçuk ürünler	42.375	52.535	61.124	64.238	79.852	24,3
94 Mobilya, aydınlatma eşyaları, prefabrik yapılar	57.091	83.296	89.492	71.043	78.877	11,0
76 Alüminyum ve alüminyumdan eşyalar	47.443	64.600	67.116	51.425	71.395	38,8
20 İşlenmiş meyve ve sebze	63.038	64.717	74.560	61.899	70.486	13,9
74 Bakır ve bakırdan eşyalar	36.964	39.101	35.217	20.712	55.418	167,6
70 Cam ürünleri	27.851	38.973	47.665	47.783	52.087	9,0
69 Seramik ürünleri	48.214	52.527	47.342	40.953	52.045	27,1
21 Diğer yenilebilir hazır ürünler	40.701	54.035	61.863	52.678	48.329	-8,3
52 Pamuk	34.670	45.663	49.450	40.979	41.279	0,7
90 Optik, teknik, medikal cihazlar	25.600	39.065	39.509	30.887	37.851	22,5
68 Taş, alçı, çimento, amiyant, mermer vs. ürünleri	13.850	23.209	28.592	27.336	33.797	23,6
42 Deri eşya, deri giyim, saraciye	36.148	34.469	33.055	26.201	30.469	16,3
60 Örme kumaş ve eşya	22.698	37.584	29.959	30.196	26.565	-12,0
57 Halılar ve dokunmuş yer kaplamaları	5.453	6.475	7.120	9.865	24.348	146,8
48 Kağıt ve karton, bunlardan mamul eşya	13.398	20.012	18.373	20.587	21.272	3,3
88 Hava taşıtları	24.926	68.404	29.085	28.342	19.869	-29,9
83 Çeşitli metal eşya	20.284	27.184	25.311	20.770	19.557	-5,8
25 Mineraller	21.371	25.884	35.429	26.214	18.146	-30,8
7 Sebze	16.677	21.720	20.326	21.906	18.132	-17,2
59 Sıvanmış, kaplanmış, lamine edilmiş vs. kumaş ve ürünler	14.218	19.396	17.229	11.362	17.835	57,0
55 Sentetik ve suni devamsız elyaflar, iplik ve kumaşlar	22.125	22.424	20.783	20.913	17.393	-16,8
27 Petrol, kömür, doğal gaz ve	138.407	28.032	70.434	15.341	17.271	12,6

64	Ayakkabı, vb. ürünler	8.550	10.017	10.340	10.218	16.108	57,7
54	Sentetik ve suni filamentler, iplik ve kumaşlar	30.484	29.949	21.721	13.779	14.943	8,4
33	Uçucu yağlar, kozmetikler	7.984	9.439	13.680	10.233	14.463	41,3
56	Vatka, keçe, dokunmamış kumaşlar, özel iplikler vs.	4.471	7.305	6.699	8.780	14.225	62,0
29	Organik kimyasallar	6.619	4.745	3.463	2.297	13.861	503,6
72	Demir-çelik	4.503	15.373	26.815	12.834	12.387	-3,5
28	İnorganik kimyasallar	5.992	7.674	4.202	9.310	12.361	32,8
43	Postlar, deriler, taklit kürkler ve bunlardan mamul eşya	13.772	10.195	10.025	9.937	12.192	22,7
16	Et ve balık ürünleri konserveleri	11.576	11.759	13.537	9.623	11.604	20,6
41	Ham postlar, deriler ve köseleler	1.506	5.423	7.837	6.576	9.863	50,0
71	Mücevherat, metal paralar, kıymetli metal ve taşlar	9.640	11.100	9.062	11.659	9.442	-19,0
89	Deniz taşıtları	43.821	199.493	37.332	3.973	9.155	130,4
82	Metal aletler, bıçakçı eşyası, sofrta takımları vs.	1.669	2.461	1.443	2.716	8.636	218,0
30	İlaçlar	4.047	3.499	5.295	6.348	8.613	35,7
93	Silah ve mühimmat	17.098	39.252	10.646	8.093	8.521	5,3
38	Diğer kimyasal ürünler	2.464	723	2.130	1.856	8.203	342,0
58	Özel dokunmuş kumaşlar, danteller, işlemler vs.	7.628	9.535	9.049	6.765	7.212	6,6
19	Unlu mamuller, makarna, pastacılık ürünleri	2.676	4.076	6.195	6.413	6.967	8,6
51	Yün, kıl ve ürünleri	7.331	8.728	9.748	6.132	6.862	11,9
17	Şeker ve şekerli mamuller	1.904	2.034	3.625	2.883	6.761	134,5
32	Boyalar, pigmentler	2.077	2.510	3.248	5.216	6.303	20,9
3	Balık ve diğer su ürünleri	1.947	3.280	7.636	4.586	5.274	15,0
12	Yağlı tohumlar vd. tohumlar	2.193	3.093	4.673	3.549	4.264	20,1
22	Alkollü ve alkolsüz içecekler	1.610	7.282	3.435	3.031	4.048	33,5
95	Oyuncaklar, spor malzemeleri	826	1.410	2.798	3.070	3.643	18,7
5	Diğer hayvansal ürünler	1.751	1.793	3.014	2.584	3.228	24,9
66	Şemsiyeler, bastonlar, kamçılar vs.	2.259	3.977	3.292	2.833	2.541	-10,3
11	Değirmencilik ürünleri vb.	1.795	2.204	3.788	3.001	2.416	-19,5
34	Sabun, deterjan ve mumlar	2.542	2.561	3.481	5.820	2.258	-61,2
49	Basılı yayınlar	1.483	1.500	2.128	2.284	2.224	-2,6
10	Hububat	3.933	1.121	5.310	3.115	2.064	-33,8
96	Fırçalar, taraklar, kalemler, düğmeler, çakmaklar vs.	1.424	1.604	1.812	1.647	2.060	25,1
9	Kahve, çay ve baharatlar	1.483	1.784	2.286	2.017	1.903	-5,7
86	Demiryolu taşıtları, sinyalizasyon cihazları (karayolu hariç)	157	1.616	1.609	2.385	1.692	-29,0
18	Kakao ve kakaolu mamuller	1.375	1.281	1.035	437	1.363	211,9
24	Tütün ve tütün mamulleri	10.254	5.873	12.034	2.923	1.294	-55,7
15	Hayvansal ve bitkisel yağlar	1.737	666	3.489	720	1.287	78,8
44	Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü	819	986	1.532	1.429	1.206	-15,6
53	Diğer bitkisel lifler ve bunlardan kumaşlar	497	838	1.333	776	1.142	47,3
2	Etlere ve Sakatat	139	117	178	332	1.040	213,6
1	Canlı hayvanlar	1.562	1.272	1.743	1.252	787	-37,2

65	Başlıklar, şapkalar vs.	330	406	604	408	564	38,2
92	Müzik aletleri	412	421	340	418	364	-13,1
81	Diğer metaller, sermetler ve bunlardan eşya	11	243	7	27	343	1.189,3
23	Gıda sanayisi atıkları ve yemler	24	36	541	197	297	50,7
91	Saatler	227	143	152	203	254	25,2
50	İpek	120	127	80	77	213	176,3
35	Albüminoidler, modifiye nişasta, yapıştırıcılar, enzimler vs.	232	155	81	112	151	34,9
79	Çinko ve çinkodan eşyalar	897	133	488	494	145	-70,6
75	Nikel ve nikelden eşyalar	120	239	312	229	130	-43,0
26	Maden cevherleri	55	657	0	0	104	100,0
97	Sanat eserleri, antika eşyalar	22	42	10	414	88	-78,9
46	Hasır, saz vb. ürünlerden eşya, sepetçi ve hasırcı eşyası	9	3	4	10	84	725,7
4	Süt ürünleri, yumurta, bal vb	333	54	6	0	65	100,0
13	Laklar, sakızlar, reçineler vs.	4	40	56	124	56	-54,8
78	Kurşun ve kurşundan eşyalar	126	1	32	6	38	525,2
36	Patlayıcılar, kibritler vs.	45	21	238	436	36	-91,8
14	Örölmeye Elverişli bitki parçaları	6	1	0	23	27	16,4
67	Kuş tüyü, yapma çiçekler, insan saçı ve bunlardan eşya	2	5	4	1	17	1.291,5
6	Ağaçlar, bitkiler, kökler, çiçekler	66	109	3	35	14	-61,2
37	Fotoğraf kimyasalları	391	337	374	47	8	-82,1

Kaynak: TÜİK – Türkiye İstatistik Kurumu

#### Türkiye'nin Fransa'dan İthalatında Başlıca Ürünler (1000 Dolar)

GTİP	ÜRÜN ADI	2006	2007	2008	2009	2010	Değişim 2009-2010 (%)
<b>.</b>	<b>TOPLAM</b>	<b>7.239.953</b>	<b>7.849.709</b>	<b>9.022.015</b>	<b>7.091.795</b>	<b>8.176.351</b>	<b>15,3</b>
87	Kara taşıtları	1.847.603	1.830.900	1.781.142	1.248.550	1.558.833	24,9
84	Elektriksiz makineler	937.029	1.015.932	1.348.185	1.356.567	1.398.976	3,1
88	Hava taşıtları	801.054	710.534	415.367	231.538	668.810	188,9
72	Demir-çelik	295.983	427.573	578.867	463.719	630.385	35,9
85	Elektrikli makineler, elektronik cihazlar	605.541	716.173	794.506	606.181	604.053	-0,4
30	İlaçlar	358.649	441.740	507.038	402.254	490.480	21,9
39	Plastik ve plastik ürünler	538.993	546.277	562.687	452.819	479.044	5,8
90	Optik, teknik, medikal cihazlar	126.169	156.646	225.056	200.904	261.366	30,1
33	Uçucu yağlar, kozmetikler	117.142	131.360	151.339	199.855	241.881	21,0
38	Diğer kimyasal ürünler	119.945	148.242	158.110	143.735	179.853	25,1
73	Demir-çelikten eşyalar	120.575	153.026	162.613	127.101	161.627	27,2
29	Organik kimyasallar	162.716	178.416	211.564	162.206	160.874	-0,8
40	Kauçuk ve kauçuk ürünler	148.184	160.613	177.966	129.394	148.491	14,8
74	Bakır ve bakırdan eşyalar	91.834	100.962	106.628	62.748	106.623	69,9
48	Kağıt ve karton, bunlardan mamul eşya	91.946	106.814	118.591	86.580	101.798	17,6
32	Boyalar, pigmentler	84.517	95.106	110.183	84.472	86.887	2,9
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşyalar	62.667	85.434	118.033	67.959	75.717	11,4

27	Etler, kömür, doğal gaz ve ürünleri	50.470	94.360	695.753	215.307	69.836	-67,6
83	Çeşitli metal eşya	36.553	48.055	61.585	53.534	68.438	27,8
86	Demiryolu taşıtları, sinyalizasyon cihazları (karayolu hariç)	2.491	2.061	10.404	91.686	57.739	-37,0
94	Mobilya, aydınlatma eşyaları, prefabrik yapılar	49.604	65.079	63.720	36.737	44.248	20,4
28	İnorganik kimyasallar	28.222	28.848	39.557	32.121	41.274	28,5
34	Sabun, deterjan ve mumlar	25.209	31.926	43.215	36.343	40.934	12,6
70	Cam ürünleri	50.748	47.532	41.490	48.971	38.488	-21,4
35	Albüminoidler, modifiye nişasta, yapıştırıcılar, enzimler vs.	23.585	27.555	30.127	25.853	30.419	17,7
68	Taş, alçı, çimento, amyant, mermer vs. ürünleri	25.527	29.851	31.553	24.304	25.475	4,8
24	Tütün ve tütün mamulleri	26.046	17.303	27.549	34.116	24.137	-29,3
12	Yağlı tohumlar vd. tohumlar	11.112	14.206	14.352	16.942	18.710	10,4
54	Sentetik ve suni filamentler, iplik ve kumaşlar	16.666	19.460	16.610	21.078	17.752	-15,8
42	Deri eşya, deri giyim, saraciye	4.377	7.630	12.949	12.103	17.526	44,8
75	Nikel ve nikelden eşyalar	7.882	24.066	22.847	15.281	17.482	14,4
56	Vatka, keçe, dokunmamış kumaşlar, özel iplikler vs.	21.109	22.123	22.168	15.732	16.550	5,2
2	Etler ve Sakatat	20	30	90	184	15.645	8404,1
41	Ham postlar, deriler ve köseleler	23.926	25.314	21.478	14.239	14.993	5,3
10	Hububat	6.649	31.192	26.412	32.640	14.466	-55,7
55	Sentetik ve suni devamsız elyaflar, iplik ve kumaşlar	33.423	20.134	19.707	12.649	14.420	14,0
23	Gıda sanayisi atıkları ve yemler	4.836	6.770	9.549	9.029	14.324	58,6
59	Sıvanmış, kaplanmış, lamine edilmiş vs. kumaş ve ürünler	16.845	17.232	15.656	12.934	12.323	-4,7
62	Dokuma giyim	11.738	15.385	18.108	9.409	10.405	10,6
82	Metal aletler, bıçakçı eşyası, sofrta takımları vs.	6.429	9.002	11.517	7.685	10.215	32,9
21	Diğer yenilebilir hazır ürünler	7.733	9.984	9.716	7.723	10.096	30,7
3	Balık ve diğer su ürünleri	17.025	8.696	6.898	10.738	8.393	-21,8
89	Deniz taşıtları	4.241	3.876	7.631	108.975	8.335	-92,4
44	Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü	10.409	9.751	9.990	5.728	8.329	45,4
69	Seramik ürünleri	20.423	15.360	16.967	5.280	8.076	53,0
19	Unlu mamuller, makarna, pastacılık ürünleri	7.862	6.880	9.398	12.231	7.949	-35,0
71	Mücevherat, metal paralar, kıymetli metal ve taşlar	4.192	7.002	6.441	3.560	7.626	114,2
96	Fırçalar, taraklar, kalemler, düğmeler, çakmaklar vs.	9.932	10.408	10.118	8.036	7.395	-8,0
49	Basılı yayınlar	6.465	9.222	9.184	6.899	6.793	-1,5
25	Mineraller	8.667	9.272	8.229	4.887	6.381	30,6
93	Silah ve mühimmat	10.322	7.980	5.267	6.357	6.351	-0,1
61	Örme giyim	7.091	7.903	8.676	5.098	6.108	19,8
58	Özel dokunmuş kumaşlar, danteller, işlemler vs.	26.091	19.833	17.859	7.262	5.815	-19,9
18	Kakao ve kakaolu mamuller	4.766	6.164	4.250	8.140	5.810	-28,6
22	Alkollü ve alkolsüz içecekler	2.538	2.887	3.150	2.950	5.614	90,3
60	Örme kumaş ve eşya	8.446	10.129	7.362	6.450	5.198	-19,4
52	Pamuk	11.613	10.281	7.731	5.415	4.938	-8,8

37	Fotoğraf kimyasalları	12.563	8.381	8.287	4.943	4.287	-13,3
13	Laklar, sakızlar, reçineler vs.	4.266	4.552	5.008	5.515	4.153	-24,7
63	Diğer tekstil ürünleri / ev tekstilleri	3.220	3.066	3.438	3.166	4.132	30,5
97	Sanat eserleri, antika eşyalar	1.741	7.866	4.433	1.859	4.106	120,9
91	Saatler	2.518	3.359	4.114	3.545	3.570	0,7
81	Diğer metaller, sermetler ve bunlardan eşya	2.249	4.023	2.683	1.819	3.395	86,7
4	Süt ürünleri, yumurta, bal vb	11.531	8.541	16.914	10.220	3.363	-67,1
51	Yün, kıl ve ürünleri	4.028	4.536	5.598	3.529	3.111	-11,8
17	Şeker ve şekerli mamuller	1.375	1.321	1.875	2.041	3.069	50,4
20	İşlenmiş meyve ve sebze	2.152	1.959	1.142	2.504	3.061	22,2
8	Meyveler	2.453	4.055	4.199	4.007	2.674	-33,3
7	Sebzeler	908	1.875	2.412	1.608	2.646	64,5
47	Odun hamuru vb.	3.879	4.147	2.446	2.908	2.580	-11,3
31	Gübreler	747	1.138	3.178	5.711	2.078	-63,6
11	Değirmencilik ürünleri vb.	2.714	1.535	1.958	1.605	2.037	26,9
36	Patlayıcılar, kibritler vs.	237	843	1.317	1.556	2.015	29,5
95	Oyuncaklar, spor malzemeleri	2.207	2.621	2.745	2.174	1.878	-13,6
6	Ağaçlar, bitkiler, kökler, çiçekler	3.246	2.547	1.865	1.565	1.877	20,0
57	Halılar ve dokunmuş yer kaplamaları	4.932	3.133	3.146	1.770	1.703	-3,8
64	Ayakkabı, vb. ürünler	2.059	1.869	1.970	1.144	1.622	41,8
15	Hayvansal ve bitkisel yağlar	1.724	4.080	2.702	1.542	1.372	-11,0
1	Canlı hayvanlar	460	239	906	1.298	1.281	-1,3
43	Postlar, deriler, taklit kürkler ve bunlardan mamul eşya	717	1.376	1.157	537	1.191	121,6
53	Diğer bitkisel lifler ve bunlardan kumaşlar	3.610	3.522	2.494	1.179	636	-46,1
79	Çinko ve çinkodan eşyalar	225	412	765	436	621	42,5
50	İpek	787	440	546	474	521	10,1
16	Et ve balık ürünleri konserveleri	12	0	0	178	466	162,2
65	Başlıklar, şapkalar vs.	374	272	375	252	377	49,3
5	Diğer hayvansal ürünler	96	523	30	382	370	-3,1
92	Müzik aletleri	270	286	302	287	332	15,7
45	Mantar ve mantardan eşya	373	371	240	151	263	73,9
9	Kahve, çay ve baharatlar	12	31	28	274	230	-16,2
80	Kalay ve kalaydan eşyalar	97	71	113	83	150	81,1
46	Hasır, saz vb. ürünlerden eşya, sepetçi ve hasırcı eşyası	10	17	49	7	148	2020,7
26	Maden cevherleri	59	0	214	97	108	11,2
67	Kuş tüyü, yapma çiçekler, insan saçı ve bunlardan eşya	204	68	103	116	82	-29,4
66	Şemsiyeler, bastonlar, kamçılar vs.	16	34	42	58	51	-11,2
14	Örölmeye Elverişli bitki parçaları	3	0	0	20	18	-7,2

Katnak:TÜİK verileri

### İki Ülke Arasındaki Ticaretin Altyapısını Düzenleyen Anlaşma ve Protokoller

Ticaret ve Ödeme Anlaşmaları	1946
Türkiye-Fransa 2000 Anlaşması	1998
Karma Ekonomik Komisyon(KEK) Kurulmasına İlişkin Protokol	1987
Türkiye-Fransa Arasındaki Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması	1989
Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması	parafe edilmiş

Kaynak: TC Paris Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği <http://www.musavirlikler.gov.tr>

Gelir İdaresi Başkanlığı - <http://www.gib.gov.tr/index.php?id=1055>

Bunların yanı sıra Türkiye ile AB arasında imzalanmış olan ticari ve ekonomik Anlaşmalar da Türkiye Fransa arasındaki bu alandaki işleyişi belirleyici niteliktedir.

Diğer taraftan Türkiye ve AB'nin taraf olduğu Dünya Ticaret Örgütü anlaşması da taraflar arasında ki ticaretteki uygulamaları etkilemektedir.

### İhracat Potansiyeli Olan Başlıca Sektörler

Türkiye'nin Fransa'ya İhraç Ettiği Başlıca Sanayi Ürünleri

Fransa'ya ağırlık olarak ihraç edilen mal grupları şu şekilde sıralanabilir: Otomobiller, otobüsler, kamyonlar, traktörler, kauçuktan dış lastikler, kara taşıtları aksam ve parçaları, televizyon ve videolar, buzdolapları, çamaşır makineleri, elektrikli su ısıtıcılar, şofbenler, içten yanmalı pompa- motor aksam ve parçaları, tişört ve örme giyim eşyası, bay ve bayan takım elbiseleri, yatak çarşafı ve masa örtüleri, bay/bayan gömlekleri, yıkama, temizleme doldurma makineleri, plastik levhalar, inşaata elverişli işlenmiş taşlar. Bu ürün gruplarının 2010 yılında Fransa'ya ihracatından 4.1 milyar dolar değerinde gelir elde edilmiş olup bu değer, anılan ülkeye ihracatın değerce % 68 ini oluşturmuştur.

### ► Pazar ile İlgili Bilgiler

#### Kamu İhaleleri

Fransadaki ve diğer Avrupa Birliği üyelerinde açılan kamu ihaleleri bilgilerine aşağıda adresi verilen internet sayfasından ulaşılması mümkündür. <http://ted.europa.eu/TED/search/searchResult>.

### ► İşadamlarının Pazarda Dikkat Etmesi Gereken Hususlar

#### Ticareti Etkileyen Kültürel Faktörler

Fransa'da ticari ilişkiler uzun vadeli plan ve programlar hedef alınarak kurulmaktadır. Fransızların iş ilişkilerini uzun zamana yaymaktadırlar. Fransız firmalarla temasa geçmek için uzun süre önceden randevu almak gerekmekte olup planlı hareket edilmesi iş ilişkisinde güven sağlamaktadır. Fransızlar ticari ilişkilerde olduğu gibi iş akış sürecinde ve iş yerlerinde iyi organize edilmiş ve planlanmış şekilde çalışmayı tercih etmektedirler.

Fransa'daki iş adamları ticari ilişkilerinde risk almak istememektedirler. Yapılan araştırmalar Fransız iş adamlarının belirsizlikten kaçınma eğilimi içinde olduklarını göstermektedir. Fransızlar işbirliği içerisine girecekleri iş ortaklarını tanıyıp güvenmeleri için zamana ihtiyaç duyarlar. İş birliğine girmeyi planladıkları muhtemel ortaklarının çalışma ortamını ve koşullarını yerinde görüp izlemek ise güven kazanılması ve pekiştirilmesinde ayrıca önemli bir rol oynamaktadır.

Ayrıca, firmalar / müşteriler ile yakın ilişki ve temas içerisinde olunması Fransızların tercih ettiği bir davranıştır. Fransızlar ölçülü olmak kaydıyla samimiyete değer vermektedir. Ancak, iş görüşmeleri analitik, eleştirel ve mantıklı konuşma ve fikirler paralelinde geçmektedir. Uygulanması planlanan bir proje tüm ayrıntıları ile birlikte incelenmektedir.

Fransız iş kültüründe ticari ilişkiler ancak otoriteye sahip en yüksek mevkideki kişilerin onay vermesi halinde başlayabilmektedir. İş görüşmelerinin aracı kişiler ile yapılmadığının bilinmesi ticari ilişkilerin gerçekleşmesi açısından önemlidir. Ayrıca, ülkede yerleşmiş kültürel normlardan sapılması ticari hayatta kabul görmeyen bir davranıştır.

Fransa'da fuarlara devamlı katılım da gerek yeni iş bağlantılarını yapılması gerekse mevcut ilişkilerin pekiştirilmesinde verimli sonuçlar vermektedir. Buna ek olarak Fransa'nın Afrika bağlantılarının da, özellikle fuarlar aracılığıyla firmalarımıza fırsatlar sunduğu gözlenmektedir.

### Pasaport ve Vize İşlemleri

Fransa, Türk vatandaşlarından mavi pasaporta sahip olanlar için vize uygulamaktadır. Vize işlemleri için Fransa'nın Türkiye'de bulunan konsolosluklarının vize servislerine başvurmak gerekmektedir. Ticari vize başvurusu için gerekli formlar ve belgeler ile ilgili detaylı bilgi aşağıda adresi verilen Fransa'nın Ankara Büyükelçiliği internet sayfasında bulunmaktadır.

<http://www.ambafrance-tr.org/spip.php?article384>

## Resmi Tatiller ve Çalışma Saatleri

Fransa'da çalışma saatleri sabah 08:30 – 09:00 saatleri arasında başlamaktadır. Mesai bitiş saati ise 18:30 – 19:00 saatleridir. Öğle arası ise iki saat sürmektedir. Başkent Paris'te öğle yemeği saati 13:00 iken diğer şehirlerde 12:30'dur. İş görüşmeleri için uygun görülen saatler ise 11:00 – 15:30 olarak öngörülmektedir. Ülkede birçok resmi tatil günü bulunmaktadır. Fransa'daki resmi tatil günlerine ilişkin ayrıntılı bilgiyi aşağıdaki web adresinden elde edebilirsiniz. Ayrıca resmi çalışma saatlerinin haftalık 35 saate indirilmesi sonrasında, genellikle eğitim ve paskalya tatillerinde 14 – 16 günlük periyotlar ile kısa çalışma haftası uygulanmaktadır.

[http://www.tatil-gunleri.com/holidays\\_2010\\_64.htm](http://www.tatil-gunleri.com/holidays_2010_64.htm)

## Ulaşım

Fransa'daki tüm büyük şehirlerde hava alanı bulunmaktadır. Türk Hava Yolları'nın İstanbul'dan Paris, Lyon ve Nice'e direkt uçuşları bulunmaktadır. Hava yolu ulaşımı bakımından Fransa çok merkezi bir konumdadır. Bu yüzden bir çok büyük firmanın Fransa'ya direkt uçuşları vardır. Türk Hava Yolları'nın Fransa seferlerine ilişkin ayrıntılı bilgiyi aşağıdaki web adresinden elde edebilirsiniz.

<http://www.thy.com/tr-TR/index.aspx>

Ayrıca, Fransa içerisinde birçok şehre hızlı tren seferleri ile ulaşım sağlanabilmektedir. Tren seferlerine ilişkin ayrıntılı bilgi için aşağıda web adresine bakabilirsiniz.

[http://www.tgv.com/EN/index\\_HD.html](http://www.tgv.com/EN/index_HD.html)

## Yerel Saat

Fransa'daki yerel saat Türkiye yerel saatinin 1 saat gerisindedir.

## Telefon Kodları

Fransa'nın uluslar arası telefon kodu + 33'tür. Fransa'daki şehirlerin telefon kodlarına ise aşağıdaki web adresinden ulaşabilirsiniz.

<http://www.greenwichmeantime.com/time-zone/europe/european-union/france/telephone.htm>

## ► Tarım ve Gıda Ürünleri İhraç Potansiyelimiz

Fransa Tarım sektörü ve Gıda sanayi sektörü üretiminde ve ihracatta AB ülkeleri arasındaki ve en rekabetçi ülkelerden biridir. Gıda ve tarım ürünleri ithalatında ise önemli bir pazar konumundadır.

Tüketici tercihleri açısından, Fransa pazarında sağlıklı beslenmeye yönelik eğilim giderek artmakta ve bu kapsamda organik, doğal, etnik gıdalar ile fonksiyonel ve diyet gıdalara artan bir ilgi vardır.

### FRANSA'YA TARIM ÜRÜNLERİ İHRAÇ POTANSİYELİ DEĞERLENDİRMESİ

Fransa Tarım sektörü ve Gıda sanayi sektörü üretiminde ve ihracatta AB ülkeleri arasındaki ve en rekabetçi ülkelerden biridir. Gıda ve tarım ürünleri ithalatında ise önemli bir pazar konumundadır.

Tüketici tercihleri açısından, Fransa pazarında sağlıklı beslenmeye yönelik eğilim giderek artmakta ve bu kapsamda organik, doğal, etnik gıdalar ile fonksiyonel ve diyet gıdalara artan bir ilgi vardır.

### SU ÜRÜNLERİ

Fransa AB ülkeleri arasında İspanya ve Danimarka'nın ardından üçüncü büyük üretici konumundadır. FAO verilerine göre Fransa'nın 2006 yılı su ürünleri üretimi 812 000 ton olarak gerçekleşmiştir. Üretim 2007 yılında 728 467 ton 2008 yılında 677 768 tona gerilemiştir.

Ülkedeki kişi başına balık tüketiminin 2007 verilerine göre 35,8 kilogram olurken bu değer 2007 yılında 33,9 kilograama gerilemiştir. Kişi başına tüketimde AB ülkeleri arasında Portekiz ve İspanya'nın ardından 3. sırada yer almaktadır. Ülkenin toplam tüketimi 2007 yılı verilerine göre 2138 bin ton olmuştur. Ülkenin 2008 yılı ithalatı ise 1955 ton ihracatı 494000 ton ve 2138 net ülke içi tüketimi söz konusudur. Dünyadaki ithalatçılar ülkeler arasında ise Japonya, ABD ve İspanya'nın ardından 4. büyük pazar konumundadır.

Taze, soğutulmuş, dondurulmuş balık ve balık filetoları ülkede tüketilen su ürünlerinin % 56 sını oluşturmaktadır. Tüketimde kabuklu deniz hayvanlarının aldıkları pay ise (Taze, soğutulmuş, dondurulmuş halde) %22 ile ikinci sıradadır. Hazırlanmış ve konserve edilmiş balıklar %10, kafadan bacaklılar ise % 2



pay ne bu grupları izlemektedir.

Ülkedeki su ürünleri tüketimindeki yıllık artış oranı ile toplam gıda tüketimi artış hızı aynı düzeyde olup bu oran % 1 düzeyindedir.

Tüketimin 587 000 tonu evlerde, 247000 tonu gıda hizmeti veren sektör aracılığı ile yapılmaktadır. Bu miktar ülkedeki toplam tüketimin %29 una karşılık gelmektedir. Gıda servisi sektörü ise restoranlar, hazır gıda servisi veren zincirler, okul, hastane, ordu gibi toplu tüketim yapan kurumlara verilen toplu yemek satış hizmetlerini kapsamaktadır.

Ülkedeki su ürünleri tüketim eğilimi sağlıklı beslenmeye yönelik eğilimle orantılı olarak artmaktadır. Bu anlamda organik su ürünlerine olan eğilim de artmaktadır.

Diğer taraftan hazırlanması kolay ve zaman almayan gıdalara yönelimin bir sonucu olarak tüketiciler katma değeri yüksek hazır ürünlere yönelmektedirler.

Diğer taraftan perakendeciler ve gıda zincir mağazaları izlenebilirlik ve etiketlemeye büyük önem vermektedirler.

Üçüncü ülkelerden AB ülkelerine ihracat yapacak su ürünleri üreticisi firmaların üretim tesislerinde; AB normlarına uygun üretim yaptıklarını kanıtlamak üzere, tesislerinin AB makamlarınca incelenerek onaylanması gerekmektedir. AB makamlarınca onaylanmış tesislerde üretilmiş ürünlerin Topluluğa girişine izin verilmektedir. Söz konusu listede halen yer alan Türk firmaların listesine

[https://sanco.ec.europa.eu/traces/output/FFP\\_TR\\_en.pdf](https://sanco.ec.europa.eu/traces/output/FFP_TR_en.pdf) adresinden ulaşmak mümkündür.

Kaynak:

France Agri Mer Etablissement National Des Produits de L'Agriculture et de la Mer, Direction Marche Etudes et Prospective, Bilan Annuel 2008

CBI – Hollanda İthalatı Geliştirme Merkezi [www.cbi.nl](http://www.cbi.nl)

## YAŞ MEYVE VE SEBZE

2000li yılların başında Fransa'daki meyve tüketimi Avrupa ortalamasının gerisinde iken daha sonraki giderek daha fazla meyve tüketilmeye başlanmıştır. Ülkedeki meyve tüketimi 1996–2007 döneminde % 30, 2000- 2007 dönemindeki ise % 25 oranında artmıştır. 2007 yılı verilerine göre kişilerin toplam gıda harcamalarının içerisinde (içecekler hariç) meyvelere ayrılan pay %7,8 olmuştur. Ayrıca, 2007 yılından itibaren Fransız Ulusal Sağlık ve Beslenme Programı çerçevesinde de günde en az beş parça meyve veya sebze tüketilmesi önerilmektedir. 2009 yılı verilerine göre Fransa'da kişi başına 252 kg meyve düşmektedir. Bu oran 2004\_2009 döneminde %9,6 oranında artmıştır.

Fransa'da doğum oranı artarken diğer taraftan da çalışan kadın sayısı artmaktadır (%55). Evdeki ve işteki yoğun tempo arasında sağlıklı beslenmeye de önem vermeleri nedeniyle tüm aile bireyleri evde, işte, okulda veya dışarıda meyve tüketimine yönelmişlerdir.

Fransız tüketiciler sağlıklı beslenmeye ve son yıllarda gıda maddelerinde ortaya çıkan çeşitli krizler nedeniyle gıdada izlenebilirlik konusuna önem vermektedirler. Bu nedenle de bazı tüketiciler meyve yemektense meyveden sağlanacak faydayı meyve suyu içerek karşılama yolunu seçmektedirler.

Tüm bu eğilimlerin bir sonucu olarak Fransa'daki turunçgill ithalatı % 17 gibi önemli bir artış sergilerken Türkiye'nin anılan pazara ihracatı ise % 9 oranında artmıştır.

## DONDURULMUŞ SEBZE

Fransız piyasasında, dondurulmuş sebzeler de dahil olmak üzere tüm dondurulmuş ürünlere olan talep artmaktadır. 2008 yılında % 2 artış ile dondurulmuş gıda satışları 11,8 milyar dolara yükselmiştir. Ekonomik gerilemeye karşın dondurulmuş gıda satışlarının artmış olması, tüketicinin bu ürünlerden yana olan tercihinin ve dolayısıyla pazardaki bu ürüne yönelik potansiyelin önemini ortaya çıkarmaktadır.

2008 yılında en çok satış yapan ürün grupları hazır yemekler, dondurulmuş sebzeler olmuştur. Dondurulmuş sebzelerde toplam satışın miktarca % 61'i, değerce %80 i Private label olarak yapılmaktadır. Fransa'da bu dondurulmuş sebze konusunda önde gelen markalar Bounduelle ve Findus'tur.

Dondurulmuş patates diğer dondurulmuş sebzelerden ayrı bir grup olarak değerlendirilmektedir. 2008 yılında Private label ile satılan dondurulmuş patateslerin piyasadaki payı değerce % 46, miktarca % 54 olarak gerçekleşmiştir. Piyasada önde gelen markalı ürünler Mc Cain, Findus ve Aviko'dur.

Hipermarket ve süpermarket gibi alışılmış satış kanallarını yanı sıra, Fransa'ya özgü olarak sadece dondurulmuş ürün satan perakende satış mağazaları bulunmaktadır. Bu dükkanlarda mezelerden tatlılara kadar varan dondurulmuş gıda yelpazesindeki tüm ürünler satılmaktadır. Bu konuda pazarda yer alan iki önemli firma: Picard Surgele ve Toupargel'dir. 2008 yılında bu mağazalarda toplam dondurulmuş gıda satışının % 18,5 i gerçekleşmiş ve bir önceki yıla göre pazar payları% 1,6 oranında artmıştır.

Restoranlar/kurumsal alıcılar ve gıda hizmet sektöründe gerçekleşen satışlar ise 2008 yılında 4,9 milyar dolar olarak gerçekleşmiş ve bir önceki yıla göre % 11 artış göstermiştir. Fransa'daki tüketimin % 42si bu kanallardan gerçekleşmektedir. Bu tip kurumsal satış yapan başlıca firmalar: Promona, Brake, Davigel, Mikogel ve Aviko'dur. Bu firmalar tarafından en çok ithal edilen ürünler dondurulmuş sebzeler ve su ürünleridir.

## SERT KABUKLU MEYVELER ve KURU MEYVELER

Kuru meyveler ve sert kabuklu meyveler Fransa'da atıştırmalık (çerez) olarak tüketilmesinin yanı sıra gıda sanayi için de önemli bir girdi oluşturmaktadır. Örneğin 2008 yılında Fransa'da fıstık tüketimi 2000 ton olmuş ve 2005- 2008 % 1,2 döneminde yılında tüketimde %1,2 oranında artış olmuştur.

Avrupa'da anılan ürünler şekerli ve kakaolu mamuller ve unlu mamuller sektörlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca çerezlik olarak tek başına veya diğer kuru meyvelerle karıştırılarak da işlenmeleri söz konusudur.

Diğer taraftan tüketiciler gıda içeriğinin mümkün olduğunca doğal katkı maddeleri ile zenginleştirilmesinden

yanadır ve gıda sektöründeki yeni eğilim BİY ( Better For You ) kapsamında sağlıklı, besleyici doğal gıdaya atıfta bulunmaktadır. Gerek sert kabuklu meyveler (özellikle fındığa ) ve gerekse kuru meyveler bu açıdan konseptte uygun ürünlerdir. Fındık açısından bakıldığında içerdiği yağ niteliği açısından kalp sağlığı için faydalı bir ürün konumundadır.

Ayrıca tüm bu ürünlerin organik olanlarının dağıtım kanallarında özel olarak pazarlanarak benzerlerinden daha farklı bir konumda; gerek sağlık gerekse çevre konusunda duyarlı, alım gücü yüksek tüketiciler için uygun özelliklere sahip oldukları öne çıkarılarak pazarlanmaları halinde ürüne önemli bir katma değer sağlayacaktır.

Kaynaklar:

Euromonitor France Retail Food

Euromonitor -The Growth of Natural Ingredients

Uzman görüşü

#### SEBZE KONSERVELERİ /TURŞULAR

Bu gruptaki ürünlerde arasında 2009 yılı satışının en yüksek oranda artışı olduğu alt ürün grubu konserve meyvelerdir. Bu grupta değerce % 6, miktarca %5 artış görülmüştür. Tüketicilerin sağlıklı beslenme konusundaki hassasiyeti, ürünün tüketime hazır olması nedeniyle pratik olması bu artışın gerisinde yatan temel nedenlerdir. Ayrıca ekonomik ambalajlar azaltılmış şeker oranları, yeni tatlar ve yeni formatlar bu ürün grubunda yapılan diğer değişikliklerdir

Kaynak: Euromonitor France Retail Food

Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Toplam İthalatı 2009 (milyon dolar)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Toplam İhracatı 2010 (milyon dolar)	Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2009	Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2008-2009 (%)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 Aylık Veriler*	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2011 Aylık Veriler*	Ülke İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%)	Ülkenin Türkiye ve Rakip Ülke Uyguladığı Güçlendirme Oranları
Sert Kabuklu Meyveler	080222	Kabuksuz fındık	103	148	711	8,4	.	16,1	.	.	TR(81), İtalya(12), Gürcistan(37), İspanya(1), Azerbaycan(0,5)	TR İtalya Gürcistan (0),Azerbaycan
Kuru Meyveler	080420	Taze/Kuru incir	51	32	176	14	.	-11	.	.	İspanya (16), Peru (10), İsrail (9), Tunus(9), TR (9)	İspanya (0), İsrail (0), Tunus(1,7), TR
Kuru Meyveler	080620	Kuru üzüm	46	30	407	3,6	.	3,6	.	.	TR (61), Güney Afrika(15), Şili (6), Belçika (4),Hollanda (4)	TR(0), Güney Afrika(0), Şili
Kuru Meyveler	081310	Kuru kayısı	27	30	279	6,9	.	-24	.	.	TR (96), Çin (2), Almanya (1), Hollanda (1), Belçika (0,2)	TR(0), Çin (2)
Sert Kabuklu Meyveler	200819	İşlenmiş fındık: Kavrulmuş/dilimlenmiş-1 Kg dan büyük ambalajlarda	142	29	0,9	21,7	.	-3	.	.	Almanya (25), TR (19), ABD (16), Hollanda (13,5), Belçika (8,6)	ABD(10), TR
Konserve Meyve Sebze	2007	Meyve püreleri, reçeller, marmelatlar	0,18	16,5	182	4,3	.	-22	.	.	Belçika (30), Hollanda (23), Almanya (16), İtalya (13), İspanya (10), TR (2)	TR(3,9)
Şekerli ve Çikolatalı Mamuller	1704	Şekerli mamuller	351	6,7	278	4,6	.	-7	.	.	Belçika(24), Almanya (18), İspanya (44), Hollanda (14), İtalya (14)	ABD(0), TR (6)
Konserve Meyve Sebze	2001	Sebze Konserveleri/turşular	96	6,4	195	4,3	.	-22	.	.	Almanya (33), Belçika (19), İspanya (10), TR (9), Hindistan (6)	AB (0),TR (2), Hindistan (11)
Dondurulmuş Meyve Sebze	0710	Dondurulmuş sebze	562	6,2	45	4,3	.	-10,6	.	.	Belçika (74), İspanya(14), Hollanda(6), İtalya(6), Polonya(5), TR(2)	TR-0,4
Bisküvi	1905	Bisküvi, gofret, baklava v.d. şekerli unlu mamuller	1815	3,2	487	7,7	.	-4	.	.	Almanya (27) Belçika (22) İtalya (16) Hollanda (11) İspanya (5)	TR(0)ve diğer 3.ülke ayrıca kg baş ürünün şeker un ve nişasta oranına göre vergi uygulanmaktadır
Yaş Meyve Sebze	0805	Turuçgiller	1111	2,5	862	9,5	.	-13	.	.	İspanya (77), Fas (4), G.Afrika (3,6), ABD (2,7), İsrail (2,4),TR (0,3)	Fas(3,8), G.Afrika(2,4), ABD(10,7), İsrail (3,5),TR (1,4)
Su Ürünleri	0304	Balık fileto	1331	1,8	74	7,5	.	-5	.	.	Çin(13), Norveç(12), Şili(6), ABD(6), İzlanda(5), TR (0,2)	Çin(7,8), Norveç(1,5), ABD(2,4), ABD (1) İzlanda (1,6), (0)
Domates Salçası	2002	Domates konserveleri	264	1,7	165	6,5	.	7	.	.	İtalya (61), İspanya (25), Portekiz (3,6), Çin (3,4), Fas (1,7)	AB(0),TR(0 - 14,4), Çin (14) Fas(0- 14,4)
Su Ürünleri	0303	Dondurulmuş Balık	233	1,2	35	1,2	.	-15	.	.	ABD-12 İngiltere-10 İspanya-9 Hollanda 6 Çin- 6	TR (0), ABD(0-22), Ç

												(0-10,5)
Şekerli ve Çikolatalı Mamuller	1806	Kakaolu mamuller	1664	0,3	365	9,1	.	-10	.	.	Belçika(34), Almanya(26), İtalya (9), Hollanda(8), İsviçre(5),TR(1)	TR(0) ve diğer 3.ülkele ayrıca kg baş ürünün şeker ve nişasta ora göre ek vergi uygulanmakta
Su Ürünleri	0306	Sert Kabuklu Deniz Ürünleri	1067	0,012	6	6,2	.	-11	.	.	İngiltere (12), Madagaskar (11), Ekvatar (10), Hindistan (8), İspanya (5)	Madagaskar ( Ekvator (2,4) Hindistan (5,;

Kaynak : Tablonun hazırlanmasında Türkiye'ye ilişkin rakamlarda TÜİK, diğer ülkelere ilişkin istatistik rakamlarında UN-ITC TradeMap, gümrük vergisi konusunda AB ülkeleri için TARIC diğer ülkeler için kendi gümrük idarelerinin verileri kullanılmıştır.

\* Veriler . aylıktır.

## Dondurulmuş Meyve Sebze

Fransız piyasasında, dondurulmuş sebzeler de dahil olmak üzere tüm dondurulmuş ürünlere olan talep artmaktadır. 2008 yılında % 2 artış ile dondurulmuş gıda satışları 11,8 milyar dolara yükselmiştir. Ekonomik gerilemeye karşın dondurulmuş gıda satışlarının artmış olması, tüketicinin bu ürünlerden yana olan tercihinin ve dolayısıyla pazardaki bu ürüne yönelik potansiyelin önemini ortaya çıkarmaktadır.

2008 yılında en çok satış yapan ürün grupları hazır yemekler, dondurulmuş sebzeler olmuştur. Dondurulmuş sebzelerde toplam satışın miktarca % 61'i, değerce %80 i Private label olarak yapılmaktadır. Fransa'da bu dondurulmuş sebze konusunda önde gelen markalar Bounduelle ve Findus'tur.

Dondurulmuş patates diğer dondurulmuş sebzelerden ayrı bir grup olarak değerlendirilmektedir. 2008 yılında Private label ile satılan dondurulmuş patateslerin piyasadaki payı değerce % 46, miktarca % 54 olarak gerçekleşmiştir. Piyasada önde gelen markalı ürünler Mc Cain, Findus ve Aviko'dur.

Hipermarket ve süpermarket gibi alışılmış satış kanallarını yanı sıra, Fransa'ya özgü olarak sadece dondurulmuş ürün satan perakende satış mağazaları bulunmaktadır. Bu dükkanlarda mezelerden tatlılara kadar varan dondurulmuş gıda yelpazesindeki tüm ürünler satılmaktadır. Bu konuda pazarda yer alan iki önemli firma: Picard Surgele ve Toupargel 'dir. 2008 yılında bu mağazalarda toplam dondurulmuş gıda satışının % 18,5 i gerçekleşmiş ve bir önceki yıla göre pazar payları% 1,6 oranında artmıştır.

Restoranlar/kurumsal alıcılar ve gıda hizmet sektöründe gerçekleşen satışlar ise 2008 yılında 4,9 milyar dolar olarak gerçekleşmiş ve bir önceki yıla göre % 11 artış göstermiştir. Fransa'daki tüketicinin % 42'si bu kanallardan gerçekleşmektedir. Bu tip kurumsal satış yapan başlıca firmalar: Promona, Brake, Davigel, Mikogel ve Aviko'dur. Bu firmalar tarafından en çok ithal edilen ürünler dondurulmuş sebzeler ve su ürünleridir.

## Konserve Meyve Sebze

### KONSERVE MEYVE SEBZE

Bu gruptaki ürünlerde arasında 2009 yılı satışının en yüksek oranda artışını olduğu alt ürün grubu konserve meyvelerdir. Bu grupta değerce % 6, miktarca %5 artış görülmüştür. Tüketicilerin sağlıklı beslenme konusundaki hassasiyeti, ürünün tüketime hazır olması nedeniyle pratik olması bu artışın gerisinde yatan temel nedenlerdir. Ayrıca ekonomik ambalajlar azaltılmış şeker oranları, yeni tatlar ve yeni formatlar bu ürün grubunda yapılan diğer değişikliklerdir  
Kaynak: Euromonitor France Retail Food

## Kuru Meyveler

Kuru meyveler ve sert kabuklu meyveler Fransa'da atıştırmalık (çerez) olarak tüketilmesinin yanı sıra gıda sanayi için de önemli bir girdi oluşturmaktadır. Örneğin 2008 yılında Fransa'da fıstık tüketimi 2000 ton olmuş ve 2005-2008 % 1,2 döneminde yılında tüketimde %1,2 oranında artış olmuştur.

Avrupa'da anılan ürünler şekerli ve kakaolu mamuller ve unlu mamuller sektörlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca çerezlik olarak tek başına veya diğer kuru meyvelerle karıştırılarak da işlenmeleri söz konusudur.

Diğer taraftan tüketiciler gıda içeriğinin mümkün olduğunca doğal katkı maddeleri ile zenginleştirilmesinden yanadır ve gıda sektöründeki yeni eğilim BFY (Better For You ) kapsamında sağlıklı, besleyici doğal gıdaya atıfta bulunmaktadır. Gerek sert kabuklu meyveler (özellikle fındığa ) ve gerekse kuru meyveler bu açıdan konseptine uygun ürünlerdir. Fındık açısından bakıldığında içerdiği yağ niteliği açısından kalp sağlığı için faydalı bir ürün konumundadır. Ayrıca tüm bu ürünlerin organik olanlarının dağıtım kanallarında özel olarak pazarlanarak benzerlerinden daha farklı bir konumda; gerek sağlık gerekse çevre konusunda duyarlı, alım gücü yüksek tüketiciler için uygun özelliklere sahip oldukları öne çıkarılarak pazarlanmaları halinde ürüne önemli bir katma değer sağlayacaktır.

Kaynak:

Euromonitor France Retail Food

Euromonitor -The Growth of Natural Ingredients

Uzman görüşü

## Sert Kabuklu Meyveler

Kuru meyveler ve sert kabuklu meyveler Fransa'da atıştırmalık (çerez) olarak tüketilmesinin yanı sıra gıda sanayi için de önemli bir girdi oluşturmaktadır. Örneğin 2008 yılında Fransa'da fıstık tüketimi 2000 ton olmuş ve 2005-2008 % 1,2 döneminde yılında tüketimde %1,2 oranında artış olmuştur.

Avrupa'da anılan ürünler şekerli ve kakaolu mamuller ve unlu mamuller sektörlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca çerezlik olarak tek başına veya diğer kuru meyvelerle karıştırılarak da işlenmeleri söz konusudur.

Diğer taraftan tüketiciler gıda içeriğinin mümkün olduğunca doğal katkı maddeleri ile zenginleştirilmesinden yanadır ve gıda sektöründeki yeni eğilim BFY (Better For You ) kapsamında sağlıklı, besleyici doğal gıdaya atıfta bulunmaktadır. Gerek sert kabuklu meyveler (özellikle fındığa ) ve gerekse kuru meyveler bu açıdan konseptte uygun ürünlerdir. Fındık açısından bakıldığında içerdiği yağ niteliği açısından kalp sağlığı için faydalı bir ürün konumundadır. Ayrıca tüm bu ürünlerin organik olanlarının dağıtım kanallarında özel olarak pazarlanarak benzerlerinden daha farklı bir konumda; gerek sağlık gerekse çevre konusunda duyarlı, alım gücü yüksek tüketiciler için uygun özelliklere sahip oldukları öne çıkarılarak pazarlanmaları halinde ürüne önemli bir katma değer sağlayacaktır.

Kaynak:

Euromonitor France Retail Food

Euromonitor -The Growth of Natural Ingredients

Uzman görüşü

## Su Ürünleri

Fransa AB ülkeleri arasında İspanya ve Danimarka'nın ardından üçüncü büyük üretici konumundadır. FAO verilerine göre Fransa'nın 2006 yılı su ürünleri üretimi 812 000 ton olarak gerçekleşmiştir. Üretim 2007 yılında 728 467 ton 2008 yılında 677 768 tona gerilemiştir.

Ülkedeki kişi başına balık tüketiminin 2007 verilerine göre 35,8 kilogram olurken bu değer 2007 yılında 33,9 kilograma gerilemiştir. Kişi başına tüketimde AB ülkeleri arasında Portekiz ve İspanya'nın ardından Fransa 3. sırada yer almaktadır. Ülkenin toplam tüketimi 2007 yılı verilerine göre 2138 bin ton olmuştur. Ülkenin 2008 yılı ithalatı ise 1955 ton ihracatı 494000 ton ve 2138 net ülke içi tüketimi söz konusudur

Dünyadaki ithalatçılar ülkeler arasında ise Japonya, ABD ve İspanya'nın ardından Fransa 4. büyük pazar konumundadır.

Taze, soğutulmuş, dondurulmuş balık ve balık filetoları ülkede tüketilen su ürünlerinin % 56 sını oluşturmaktadır. Tüketimde kabuklu deniz hayvanlarının aldıkları pay ise (Taze, soğutulmuş, dondurulmuş halde) %22 ile ikinci sıradadır. Hazırlanmış ve konserve edilmiş balıklar %10, kafadan bacaklılar ise % 2 pay ile bu grupları izlemektedir.

Ülkedeki su ürünleri tüketimindeki yıllık artış oranı ile toplam gıda tüketimi artış hızı aynı düzeyde olup bu oran % 1 düzeyindedir.

Tüketimin 587 000 tonu evlerde, 247000 tonu gıda hizmeti veren sektör aracılığı ile yapılmaktadır. Bu miktar ülkedeki toplam tüketimin %29 una karşılık gelmektedir. Gıda servisi sektörü ise restoranlar, hazır gıda servisi veren zincirler, okul, hastane, ordu gibi toplu tüketim yapan kurumlara verilen toplu yemek satış hizmetlerini kapsamaktadır.

Ülkedeki su ürünleri tüketim eğilimi sağlıklı beslenmeye yönelik eğilimle orantılı olarak artmaktadır. Bu anlamda organik su ürünlerine olan eğilim de artmaktadır.

Diğer taraftan hazırlanması kolay ve zaman almayan gıdalara yönelimin bir sonucu olarak tüketiciler katma değeri yüksek hazır ürünlere yönelmektedirler.

Diğer taraftan perakendeciler ve gıda zincir mağazaları izlenebilirlik ve etiketlemeye büyük önem vermektedirler.

Üçüncü ülkelerden AB ülkelerine ihracat yapacak su ürünleri üreticisi firmaların üretim tesislerinde; AB normlarına uygun üretim yaptıklarını kanıtlamak üzere , tesislerinin AB makamlarınca incelenerek onaylanması gerekmektedir. AB makamlarınca onaylanmış tesislerde üretilmiş ürünlerin Topluluğa girişine izin verilmektedir. Söz konusu listede halen yer alan Türk firmaların listesine [https://sanco.ec.europa.eu/traces/output/FFP\\_TR\\_en.pdf](https://sanco.ec.europa.eu/traces/output/FFP_TR_en.pdf) adresinden ulaşmak mümkündür.

Kaynak:

France Agri Mer\_Etablissement National Des Produit de L'Agriculture et de la Mar, Direction

Marche,Études et Prospective, Bilan Annuel 2008

CBI – Hollanda İthalatı Geliştirme Merkezi [www.cbi.nl](http://www.cbi.nl)

## Yaş Meyve Sebze

2000li yılların başında Fransa'daki meyve tüketimi Avrupa ortalamasının gerisinde iken daha sonraki giderek daha fazla meyve tüketilmeye başlanmıştır. Ülkedeki meyve tüketimi 1996-2007 döneminde % 30, 2000- 2007 dönemindeki ise % 25 oranında artmıştır. 2007 yılı verilerine göre kişilerin toplam gıda harcamalarının içerisinde (içecekler hariç) meyvelere ayrılan pay %7,8 olmuştur. Ayrıca, 2007 yılından itibaren Fransız Ulusal Sağlık ve Beslenme Programı çerçevesinde de günde en az beş parça meyve veya sebze tüketilmesi önerilmektedir. 2009 yılı verilerine göre Fransa'da kişi başına 252 kg meyve düşmektedir. Bu oran 2004\_2009 döneminde %9,6 oranında artmıştır.

Fransa'da doğum oranı artarken diğer taraftan da çalışan kadın sayısı artmaktadır (%55). Evdeki ve işteki yoğun tempo arasında sağlıklı beslenmeye de önem vermeleri nedeniyle tüm aile bireyleri evde, işte, okulda veya dışarıda meyve tüketimine yönelmişlerdir.

Fransız tüketiciler sağlıklı beslenmeye ve son yıllarda gıda maddelerinde ortaya çıkan çeşitli krizler nedeniyle gıdada izlenebilirlik konusuna önem vermektedirler. Bu nedenle de bazı tüketiciler meyve yemekten meyveden sağlanacak faydayı meyve suyu içerek karşılama yolunu seçmektedirler.

Tüm bu eğilimlerin bir sonucu olarak Fransa'daki turuncgöl ithalatı % 17 gibi önemli bir artış sergilerken Türkiye'nin anılan pazara ihracatı ise % 9 oranında artmıştır.

Kaynaklar:  
Euromonitor France Retail Food

## ► Sanayi Ürünleri ve Hizmetler İhrac Potansiyelimiz

### OTOMOTİV ANA VE YAN SANAYİ

#### OTOMOTİV ANA SANAYİ

Fransa'da, ekonomi, ihracat, oto yan sanayi için hayati önemi olan iki büyük uluslararası araç üreticisi, Renault ve PSA Peugeot-Citroen firmaları, bulunmaktadır. Bu firmaların otomobil üretimi Fransa'nın toplam otomobil üretiminin yaklaşık beşte dördünü oluşturmaktadır.

Fransa'da 2004 yılında toplam 3 662 414 olan araç üretimi sürekli azalmaktadır. 2008 yılında, 2 145 935 adedi otomobil, 350 723 adedi hafif ticari araç (LCV), 68 161 adedi ağır ticari araç(HCV) olmak üzere toplam 2 564 819 adet araç üretilmiştir. 2009 yılında toplam araç üretiminin, yaşanan ekonomik krizin de etkisi ile 2 029 147 adede düşeceği tahmin edilmektedir. 2008 yılında otomobil üretiminin % 33'ü Peugeot, %25'i Renault, %24'ü Citroen, %11'i Toyota, %6,5'u Smart tarafından, geri kalan bölümü ise, Opel, Lancia, Fiat ve Bugatti tarafından üretilmiştir.

Hafif ticari araçlarda üretim Renault (%50), Citroen(%19), Peugeot (%15), Fiat (%10), Opel(% 3,5) ve Nissan tarafından gerçekleştirilmektedir. Renault V. I. ve Scania 2008 yılı üretimindeki % 83 ve %17 payları ile kamyonlarda iki önemli üreticidir.

Son 20 yıl içerisinde Fransa'da otomobil satışları inişli çıkışlı bir seyir izlemiştir. 1990'da 2,3 milyon adet olan satışlar, 1993'de 1,72 milyon adede kadar düşmüştür. 2008'de 2 050 283 milyon adet olan otomobil satışlarının, 2009'da 1,92 milyon adede kadar gerileyeceği tahmin edilmektedir. Otomobillere ilave olarak 2008 yılında 459 892 adet ticari araç, 57 373 adet kamyon satılmıştır. 2008 yılında toplam araç satışı 2 567 542 adettir. Fransa'da en çok satılan otomobiller B(satışların %34,7 si), C1(% 15,5), MPV-C (12,8) ve A(%9,8) türleridir. Ekonomik kriz nedeni ile düşen satışları artırmak amacı ile devlet tarafından hurda araç teşviği yürürlüğe konmuştur. Ülkedeki vergi rejimi ve hurda araç uygulamasının Renault ve PSA tarafından üretilen küçük ve az yakıt kullanan araçların satışlarına olumlu etkisi olacaktır. Bu iki üretici pazardaki hakimiyetlerine rağmen, yabancı üreticilerin, özellikle Japon ve Güney Kore'li araç üreticilerinin çetin rekabeti ile karşı karşıyadır.

Fransa, İtalya ve Almanya'dan sonra Batı Avrupa'daki üçüncü en büyük hafif araç parkına sahiptir. 2007 sonu itibari ile Fransa'da 37,21 milyon adet hafif araç bulunmaktadır. Halen Fransa'daki otomobillerin % 50 si dizeldir.

#### OTOMOTİV YAN SANAYİ

Fransa Avrupa otomotiv pazarında ikinci büyük pazardır. Otomotiv yan sanayi tüketiminin değerinin 39 milyar avro olduğu tahmin edilmektedir. 2003 ve 2007 yılları arasında tüketim yılda ortalama % 6 oranında büyümüştür. Fransa'daki tüketim AB tüketiminin %12 sini oluşturmaktadır. 2007 yılında Fransa oto yan sanayi toplam üretimi 39 milyar avrodur, AB üretiminin %13 ünü oluşturmaktadır.

PSA ve Renault genellikle Fransa'daki yan sanayicilerle çalışmaktadırlar. Motorlar ve vites kutuları dahil bir çok parçanın araştırma ve geliştirme çalışmalarını da birlikte yapan bu iki büyük firmanın üretimleri Fransa'daki oto yan sanayi alt yapısına dayanmaktadır. Fransa oto yan sanayi ile ana sanayi arasındaki bu yakın işbirliğinin devam edeceği öngörülmektedir. Ancak Fransız oto yan sanayi üreticilerinin uluslararası oto yan sanayi tedarikçilerinde rolleri artmaktadır. Bununla birlikte birçok yabancı oto yan sanayi üreticisi- özellikle Federal-Mogul, Johnson Controls ve TRW gibi ABD'li tedarikçiler-Fransa pazarında önemli oranda faaliyet göstermektedir. Yükselen hammadde fiyatları, durgunlaşan pazarlar Fransız oto yan sanayicilerini zorlamaktadır. Ana sanayi de tedarikçileri desteklemeye başlamıştır. PSA Peugeot -Citroen tedarik zincirine yaklaşık 2 milyar avro harcamıştır. Fransız oto yan sanayinde en önemli firmalar, Autoliv, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, Saint-Gobain ve Valeo'dur.

Oto yan sanayi, OEM (Orijinal Ekipman Pazarı) ve after-market olmak üzere iki ana pazar bölümünden oluşmaktadır. OEM pazarı talebin %75'ini oluşturmaktadır. FEDA'ya (French Organisation for the Automotive Parts Trade) göre after market pazarının toplam büyüklüğü 11 milyar avrodur. Bunun 8,5 milyar avrosunu bağımsız parça tedarikçileri, 2,5 milyar avroluk bölümünü orijinal yedek parça tedarikçileri oluşturmaktadır.

After- market bölümü yedek parçalar, bakım onarım parçaları ve aksesuarlar olmak üzere çeşitli bölümlere ayrılabilir. After market satışlarının dörtte üçünü, orijinal ve orijinal olmayan, yedek parçalar oluşturmaktadır.

Aksesuarlar popüler olmaya başlamıştır. İki pazar bölümü mevcuttur: Alman, İtalyan ve ABD yapımı pahalı, markalı, orijinal aksesuarlar ve Asya ve diğer AB ülkelerinde üretilmiş markasız, ucuz aksesuarlar. Markalı aksesuarlar genellikle bayiler ve tamircilerde, markasız ürünler benzin istasyonları, hipermarketler ve fast-fit zincir mağazalarında satılmaktadır. Dekoratif aksesuar pazarı son on yılda büyümüş ve 300 milyon avroya ulaşmıştır.

2003'den bu yana yılda ortalama %4,8 oranında artan Fransa'nın oto yan sanayi ithalatı, 2008 yılında 26 milyar avro olmuştur. 2008 yılı ihracatı ise 29 milyar avrodur. Fransa oto yan sanayi sektörü.2008 yılında 2,9 milyar avro tutarında ticaret fazlası elde etmiştir. İthalatın yaklaşık % 87 si diğer AB ülkelerinden yapılmaktadır. İthalatta önde gelen tedarikçi AB ülkeleri sırasıyla Almanya (%29 pay), İspanya (%12) ve İtalya'dır (%11). Diğer AB tedarikçileri olan Romanya, Slovakya ve Çek Cumhuriyeti'nden yapılan ithalat hızla büyümektedir. AB dışındaki önemli tedarikçiler olan Tunus, Çin ve Türkiye'den ihracat artmaktadır.

Faydalı kaynaklar:

FIEV- French Vehicle Equipment Industries- <http://www.fiev.fr> – Fransızca ve İngilizce yıllık rapor  
CCFA- French Automobile Manufacturers Association- <http://www.ccfa.fr> – Fransızca ve İngilizce yıllık istatistik ve analizler

Europe Auto Parts- <http://www.europeautoparts.com> – AB firmaların işbirliğini amaçlayan pazar araştırması raporu

ACEA- European Car Makers Association – <http://www.acea.be> – istatistikler, tahminler

Kaynaklar: Global Insight, [www.cbi.nl](http://www.cbi.nl)

## AMBALAJ ÜRÜNLERİ

Fransa ambalaj sanayisi yaklaşık 20 milyar dolarlık cirosu ile 900 civarında firmada 110 bin kişi istihdam etmektedir. Sektör üretiminin % 33,4'ünü plastik ambalajlar, % 28,3'ünü kağıt-karton ambalajlar, %16,2'sini cam ambalajlar, %13,1'ini metal ambalajlar ve %9'unu ise ahşap ambalajlar oluşturmaktadır.

Fransa'da ambalaj sanayinde üretim yapan birçok yerli firmanın yanı sıra uluslararası faaliyet gösteren firmalar da bulunmaktadır. Bunların başlıcaları; Alcan France Sas, Saint Gobain Emballage, Tetra Pak France, Bsn Glasspack SA, Amcor Flexibles France SA, Huhtamaki France SA, Rexam France SA, Mm Packaging France SA, Veriplast Packaging France SA, Crown Emballage France Sas, Impress Metal Packaging SA, Groupe Guillin ve Qualipac SA'dır.

Fransa ambalaj sanayinde ABD ve Almanya'dan sonra dünyanın 3. büyük ithalatçısı ve Almanya, ABD, Çin ve İtalya'dan sonra dünya'nın 5. büyük ihracatçısıdır. Fransa'nın ambalaj ürünleri ithalatı 2008 yılında 15 milyar dolar olmuştur ve 2007 yılına göre ithalatı yaklaşık %9 oranında artmıştır. Ambalaj ürünleri ithalatının % 53'ünü plastik ambalajlar, % 33'ünü kağıt ambalajlar, %6'sını metal ambalajlar, %5'ini cam ambalajlar ve % 2'sini ahşap ambalajlar oluşturmaktadır. Fransa özellikle ahşap ve cam ambalajlarda dünyada rekabetçi bir pozisyonundadır.

Eşya ambalajında kullanılan PP şeritlerden örme çuvalar ve torbalarda Türkiye önemli üretim kapasitesine sahip ve dünyanın en önemli ihracatçılarından biridir. Fransa plastik ambalaj ürünler ithalatının % 2,3'ünü 6305 GTİP grubunda bulunan PP örme çuvalar ve torbalar oluşturmaktadır. 2003-2008 yılları arasında ithalat %14 oranında artmıştır. İthalatın yaklaşık %60'ı Türkiye, Hindistan ve Çin'den yapılmaktadır. Bu ülkeler aynı zamanda dünyanın da en büyük ihracatçı ülkeleridir. Fransa, Avrupa Birliği'nin birinci tarım ülkesi olması ve bu durumunu önümüzdeki süreçte de devam ettireceği düşünüldüğünde, söz konusu ambalaj ürünlerinin bu sektör grubunda yoğun olarak kullanılması nedeniyle, talebin önümüzdeki dönemde de devam edeceği düşünülmektedir.

Fransa ambalaj sanayisi yaşanan global kriz nedeniyle belirsiz bir küresel ekonomiyle karşı karşıyadır. Hükümet ile sektör üreticileri arasında hammadde ve enerji fiyatları hakkında çeşitli görüşmeler yapılmaktadır. Sektör üreticileri ise maliyetlerini düşürmek için; bazı yeni ürünleri piyasaya sürecek olan firmalar, bu faaliyetlerini askıya almaktadır. Örneğin Sequana grubu'nun iştiraki olan Antalis firması, kağıt esaslı konsantre ambalaj ürünlerinin tanıtımından, maliyetleri artırdığı için vaz geçmiştir.

Ülkedeki ekonomik darboğaza rağmen, ülkenin en önemli sanayilerinden biri olan kozmetik ürünlerindeki yenilikler ve ürün yelpazesinin sürekli genişlemesi, ambalaj sektörünün canlı kalmasına neden olması beklenmektedir. İşlenmiş gıda ürünlerinde ise özellikle bebek mamalarında gelişmelerde sektörü olumlu yönde etkileyecektir. Ayrıca çevreye zarar vermeyen, dönüşümlü, hafif, işlevsel ve küçük ambalajlara, önümüzdeki yıllarda talebin daha fazla olacağı tahmin edilmektedir.

Kaynaklar: Euromonitor, [www.trademap.com](http://www.trademap.com), <http://bilgi.dtm.gov.tr>, Uzman Görüşü

## BORULAR VE TESİSAT EKİPMANLARI

Boru ve tesisat ekipmanları; borular ve bağlantı parçaları, tesisat ekipmanları, pompalar ve vanaları kapsayan, geniş ürün yelpazesine sahip bir sektördür. 2007 yılında Fransa, boru ve bağlantı parçaları ile tesisat ekipmanları sektöründe Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında talebi en yüksek 3. ülke olmuştur. İlk sırayı Almanya ve İtalya alırken, Fransa'nın ardından İngiltere ve İspanya gelmektedir. 2003-2007 yılları arasında Fransa'daki boru ve bağlantı parçaları talebi yılda ortalama % 6,2 artış göstermiştir. Fransa'nın söz konusu sektördeki toplam talebi 2007 yılında 14 milyar avro olmuştur. Bu rakam içerisinde pompa talebi 3,3 milyar avro, tesisat elemanları talebi 3 milyar avro, vana talebi 2,2 milyar avro, boru ve bağlantı elemanları talebi 1,7 milyar avro ve diğer ekipmanların talebi de 4 milyar avro civarındadır. Fransa aynı zamanda bu sektörde Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında en çok üretim gerçekleştiren 3. ülkedir. Fransa'nın üretiminde meydana gelen yıllık ortalama artış 2003-2007 döneminde % 6,4'tür. Enerji ve sulama sektörlerindeki gereksinim Fransa'daki borular ve bağlantı parçaları ile tesisat elemanları talebinin en önemli etkenleridir. Yüksek korumalı enerji çözümlerine olan talep ve yeni enerji depolama tesisleri inşaatları ile Fransa'nın yeni yatırımlarda Avrupa Birliği standartlarına uyma zorunluluğu borular ve bağlantı parçaları talebini daha da artırmaktadır. Fransa, 2003-2007 döneminde % 4,8 yıllık ortalama ithalat artışı ile Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında en



razda ithalat yapan ikinci ülke konumundadır.

Fransa'da boru ve tesisat elemanlarının yaygın olarak kullanıldığı sektörler petrol ve doğal gaz üretimi ile atık su ve gıda işleme teknolojileridir. Fransa dünyadaki en büyük nükleer enerji üreticisidir. Ayrıca, ülke önemli miktarda petrol ve petrol ürünleri üretimi gerçekleştirmektedir. 2007 yılında Avrupa'da Almanya ve İtalya'nın ardından Fransa ham petrol üretim kapasitesi en yüksek 3. ülke olmuştur. Buna göre Fransa'nın 2007 yılı itibarıyla petrol üretim kapasitesi günlük 1,96 milyon varildir. Bir Fransız firması olan "TOTAL" günlük 331 bin varil üretim kapasitesi ile dünyadaki en büyük petrol üreticilerinden birisidir. Ayrıca, Fransa'da yeni yapılması planlanan enerji tesisleri ile bunlara ilişkin alt yapı projeleri mevcuttur. Bu projeler Fransa'nın özellikle demir - çelik boru ithalatını arttırmaktadır. Fransa'nın boru ve tesisat ekipmanları talebinde yüksek payı olan bir diğer sektör ise atık ve atık su geri dönüşüm teknolojileridir. Sektör'ün % 80'i özel sektör tarafından işletilmektedir. Sektörün en önemli firmaları olan "Veolia Water" ve "Suez Environment" boru ve tesisat ekipmanları talebi yüksek olan kuruluşlardır. Bu sektördeki hizmetlerin % 20'sini ise belediyeler yürütmektedir. Bir diğer önemli sektör olan gıda işleme teknolojileri de boru ve tesisat elemanları talebi bakımından önemli bir konumdadır. Fransa'da gıda firmaları Avrupa Birliği standartları çerçevesinde artan çevre bilinci ile birlikte temiz ve az atık ile üretim yapmak durumundadırlar. Bu yüzden üretim sonrası çıkan atıkların geri dönüşümü ve azaltılması bakımından firmaların kuruluşu aşamasında boru ve tesisat ekipmanlarına olan talep fazladır.

Fransa'daki boru ve tesisat ekipmanları sektöründe faaliyet gösteren önemli firmalar şunlardır:

ArcelorMittal Tubes - <http://www.arcelormittal.com> - Borular  
KSB - <http://www.ksb.fr> - Pompalar  
Legris - <http://www.legris.com> - Vanalar  
Pompes Grundfos - <http://www.grundfos.com/web/homefr.nsf> - Pompalar  
Saint Gobain - <http://www.saint-gobain.com> - Borular  
Salzgitter Mannesmann Precision - <http://www.smp-tubes.fr> - İnce Tüp ve Borular

Spirax Sarco - <http://www.spiraxsarco.com> - Buharlı Tesisatlar için Ekipmanlar  
Sulzer Pumps - <http://www.sulzerpumps.com> - Pompalar  
Tyco Flow Control - <http://www.tycoflowcontrol-eu.com> - Vanalar ve Borular  
Vallourec & Mannesmann Tubes - <http://www.vmtubes.com> - Borular  
Wilo Intec - <http://www.wilointec.com> - Pompalar

Kaynaklar: [www.cbi.nl](http://www.cbi.nl)

## MOBİLYA

İngiltere, İtalya ve Almanya'dan sonra AB ülkeleri içinde en büyük dördüncü pazar olan Fransa mobilya pazarının 2008 yılı büyüklüğü 9,6 milyar avrodur. 2007 yılına göre küçük bir azalma yaşanmasına karşın 2004-2008 döneminde mobilya tüketiminde yıllık ortalama %3 oranında artış yaşanmıştır. Bu rakam %1,1 olan AB ortalamasının üzerindedir. Kişi başına tüketim ise 152 avro ile 161 avro olan AB 27 ortalamasının altındadır. 2007-2008 döneminde tüketimde yaşanan küçük miktardaki azalma, 2008-2009 yıllarının ilk 7 aylık döneminde derinleşerek tüketim %5 oranında düşmüştür.

Ürün grupları itibari ile tüketim incelendiğinde, 2008 yılında yemek ve salon takımları toplam tüketimin %29'unu, döşenmiş koltuklar %28'ini, mutfak mobilyası %24'ünü, yatak odası mobilyası %10,5'ini ve diğer mobilyalar %8,5'ini oluşturmaktadır.

Fransa'nın mobilya tüketimi bölgelere göre değişmektedir. Ülkenin batısı ve Île de France (Paris) bölgesi yüksek hanehalkı sayısı ile tüketimin en fazla olduğu bölgelerdir. Güneydoğu ve güneybatı bölgeleri kişi başına mobilya tüketiminin en düşük olduğu bölgelerdir. Île de France bölgesi pazarın dörtte birini oluşturmaktadır.

Pazardaki talebi etkileyen birçok faktör mevcuttur. Gittikçe küçülen ev boyutuna karşın evde biriktirilen çeşitli ürünlerin depolanabilmesine yönelik mobilyaya olan talep artmakta ve tüketiciler daha çok doğa dostu mobilya tercih etmektedirler. Ayrıca Fransızların evde daha fazla vakit geçirmeye başlaması ile kadınların dekorasyona verdiği önemin artması, fiyat karşılaştırması yaparken internet kullanımının yaygınlaşması, demografik yapıdaki değişim ile birlikte çağdaş ve ekonomik mobilya tercih eden genç nüfustaki artış ve çok fazla mobilya değişimi yapmayan yaşlı nüfustaki artış pazardaki talep yapısını belirleyen önemli faktörlerdir.

2008 yılında 6,7 milyar dolar değere sahip Fransa mobilya üretimi AB ülkelerinin toplam üretiminin %9 unu oluşturmaktadır. 2006 yılı verilerine göre ülkede 18.220 firma mevcuttur. Fransa'daki mobilya sektöründe faaliyet gösteren önemli firmalar şunlardır:

- Roset - <http://www.rosset.fr> -
- Steiner - <http://www.steiner-paris.com> -
- The Gautier group - <http://www.gautier.fr> -
- Groupe Jacques Parisot - <http://www.parisot.com> -
- Girardeau - <http://www.meubles-girardeau.com> -
- Forège - <http://www.forege.com> -

Fransa'nın 2008 yılı toplam mobilya ithalatı 4,7 milyar avro olmuştur. Bu tutar toplam AB ithalatının %14'ünü oluşturmaktadır. Fransa, AB ülkeleri içinde değer olarak bakıldığında Almanya'dan sonra ikinci

buyuk ithalatçı iken miktar olarak bakıldığında Almanya ve İngiltere'den sonra üçüncü büyük ithalatçıdır. İthalatın % 20'si İtalya'dan, %15'i Almanya'dan, %10,5'i Çin'den, %9'u Polonya'dan yapılmaktadır. Türkiye'nin pazar payı ise %0,4'tür.  
Kaynaklar: www.cbi.nl

## DERİ GİYİM

Fransa deri giyim firmalarımız açısından önemli pazarlardan biridir. 2009 yılında bu ülkeye yönelik deri giyim ihracatımız bir önceki yıla gerileme göstermiştir. Bunda yaşanan krizin yanı sıra Fransız pazarında deri giyime yönelik son yıllarda gözlenen daralmanın da etkisi olduğu söylenebilir. Her ne kadar son yıllarda deri giyime yönelik talepte bir azalma olduğu gözüküyor olsa da deri giyim halen Fransızların giyimlerinde önemli yere sahiptir. Fransa'nın deri giyimde gittikçe daha çok ithalata bağımlı hale geliyor olması ülkemiz açısından önemli bir fırsat yaratmaktadır.

Pazarda Çin, Hindistan gibi düşük fiyatla mal ihraç edebilen ülkelerin payının arttığı görülmektedir. Bu ülkeler ile rekabet edebilmek ve fiyat rekabetinden uzaklaşabilmek için deri giyim firmalarımızın değişik tasarımlara ve tanıtıma önem vermesi gerektiği düşünülmektedir. Kalite pazara ulaşma açısından önemli unsurlardan biridir. Tanıtım aşamasında pazara ulaşabilmek için dergiler kullanılabilir. Pazarda son yıllarda deri diğer materyaller ile birlikte işlenerek kullanılmaya başlamıştır.

Deri giyim ürünleri diğer hazır giyim ürünlerine göre daha seyrek alınan ürünlerdir çünkü bu satın alım asil/soylu bir ürün seçimi olarak kabul edilmektedir. Fiyatı nedeniyle deri giyim ürünleri planlanarak ve karşılaştırma yapılarak gerçekleştirilmektedir. Ayrıca bu tarz ürünlerin satışı indirim ile bağlantılı olmasa da son yıllarda indirim sezonlarında ki satışları da artmıştır. Ayrıca son yıllarda kendi modasını yaratmak isteyen Deri giyim sektörümüz açısından Fransa pazarında başarılı olmanın önemli olduğu düşünülmektedir. Firmalarımızın pazarda son moda eğilimlerini takip etmesi bu açıdan da önem taşımaktadır. Fransa'nın önümüzdeki dönemde de Türk deri giyim ihracatı açısından önem taşımaya devam edeceği tahmin edilmektedir. Fransa deri giyim firmalarımız açısından önem verilmesi gereken bir pazardır.

Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Toplam İthalatı 2009 (milyon dolar)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Toplam İhracatı 2010 (milyon dolar)	Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2009	Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2008-2009 (%)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 Aylık Veriler*	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2011 Aylık Veriler*	Ülke İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%)	Ülkenin Türkiye'ye ve Rakip Ülkelere Uyguladığı Gümrük Oranları
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8703	Otomobiller	36,806	1942	271	5,9	.	6	.	.	Almanya(%34), İspanya(26), İngiltere(5,4), Türkiye (4,8), Japonya(4,4), İtalya(3,9)	Japonya(%10)
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8704	Kamyonlar	7,538	406	3.333	6,1	.	8	.	.	Almanya(%30), İspanya(23), İtalya(20), Türkiye(8), İngiltere (4)	-
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8702	Otobüsler	889	275	159	5,4	.	-7	.	.	Türkiye(%41), Almanya(17), Çek Cum.(17), Belçika(8), İsveç(6)	-
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8708	Otomotiv yan sanayi ürünleri	15,906	247	2.673	5,6	.	4	.	.	Almanya(%29), İspanya(%15), İtalya (12), İngiltere(%5), Belçika(%5)	-
Hazır Giyim	6109	Tişörtler	2,177	185	2.760	6,9	.	-	.	.	Bangladeş(%16), Çin(13), Türkiye(13), Hindistan(9), Portekiz(7)	Çin(%12), Hindistan(%9,6)
Elektronik	8528	Televizyonlar	5,144	184	1.751	5,2	.	16	.	.	Güney Kore(%21), Slovakya(17), Macaristan(13); Çin(10), İspanya(7)	Güney Kore(%6,6), Çin(%6,6)
Beyaz Eşya	8418	Buzdolapları	2,454	143	1.521	6,3	.	17	.	.	İtalya(%23), Almanya(11), Çin(7), Belçika(7), Türkiye(7)	Çin(%1,6)
Hazır Giyim	6110	Kazak, süveter (pamuklu)	3,166	99	1.207	6,3	.	19	.	.	Çin(%32), İtalya(12), Bangladeş(11), Almanya(6), Türkiye(5)	Çin(%12)
Ev Tekstili	6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri vs.	1,012	93	1.058	6,4	.	8	.	.	Pakistan(%19), Türkiye(15), Portekiz(11), Çin(10), Belçika(9)	Pakistan(%9,4), Çin(%11,8)
Hazır Giyim	6204	Kadınlar için takımlar, ceketler, elbiseler, etekler,	3,582	92	1.863	6,9	.	6	.	.	Çin(%31), İtalya(11), Fas(8), Tunus(7),Türkiye(6)	Çin(%12)

Hazır Giyim	6115	Çoraplar	685	89	954	6,5	.	8	.	İtalya(%30), Türkiye(%16), Çin(12), Romanya(9), Portekiz(6)	Çin(%11,3)
Beyaz Eşya	8450	Çamaşır makineleri	722	77	717	5,3	.	8	.	İtalya(%33), İspanya(14), Türkiye(12), Almanya(10), Polonya(9)	-
Beyaz Eşya	8422	Bulaşık makineleri	1,608	69	396	6,4	.	18	.	Almanya(%32), İtalya(31), İspanya(5), Polonya(5), Danimarka(5)	-
Hazır Giyim	6104	Kadınlar için elbiseler, etekler	854	57	1.054	5,8	.	11	.	Çin(%28), İtalya(13), Türkiye(10), Hindistan(7), Fas(6)	Çin(%12), Hindistan(9,6)
Hazır Giyim	6203	Erkekler için takımlar, ceketler, pantolonlar, şortlar vs	2,4	53	1.286	6,3	.	11	.	Çin(%22), Tunus(12), İtalya(12), Fas(8), Belçika(6)	-
Beyaz Eşya	8516	Fırınlar, elektrikli ısıtıcılar,	2,264	51	702	6,1	.	21	.	Çin(%36), İtalya(15), Almanya(10), Polonya(7), İspanya(4)	Çin(%2,9)
Hazır Giyim	6106	Kadınlar için örme kumaştan bluzlar, gömlekler vs	423	49	3	5,7	.	18	.	Türkiye(%17), Çin(16), Hindistan(11), Yunanistan(7), Fas(7)	Çin(%12), Hindistan(9,6)
Ambalaj Malzemeleri	6305	PP Dokuma torbalar, big bags	175	34	320	5,5	.	12	.	Türkiye(%29), Hindistan(16), Çin(14), Belçika(5), Almanya(5)	Hindistan(%6,6), Çin(%8,3)
Hazır Giyim	6206	Kadınlar için dokuma kumaştan bluzlar gömlekler	788	33	448	6,7	.	28	.	Çin(%39), Türkiye(16), Tunus(8), İtalya(6), Macaristan(4)	-
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	4011	Kauçuktan dış lastikler	3,577	32	990	5,7	.	23	.	Almanya(%14), İspanya(13), İngiltere(10), İtalya(9), Polonya(6)	-
Mobilya	9403	Diğer mobilyalar	5,058	31	750	6,3	.	10	.	İtalya(%18), Almanya(16), Çin(14), Polonya(6), İspanya(6)	Çin(%0,7)
Beyaz Eşya	7321	Pişirme/Isıtma	497	27	311	5,7	.	12	.	İtalya(%26), Çin(12), Belçika(9),	Çin(%2,7)

		cınazıları									
İnşaat Malzemeleri	6802	İşlenmiş doğal taşlar	226	26	814	2,1	.	13	.	Almanya(8), Polonya(6)	
Deri ve Deri Mamulleri	4203	Deri giyim eşyası	610	22	221	6,9	.	21	.	İtalya(%25), Çin(17), İspanya(13), Türkiye(11), Hindistan(10)	Çin(%
Elektrikli Makineler ve Kablolar	8538	Elektrik panoları	1,667	22	130	5,8	.	15	.	İtalya(%26), Çin(19), Hindistan(15), Pakistan(12), Türkiye(8)	Çin(%5,2), Hindistan(%1,4), Pakistan(%1,4)
Elektrikli Makineler ve Kablolar	8544	İzole edilmiş kablo ve teller	3,807	22	1.806	4,2	.	2	.	Almanya(%21), İtalya(%15), Tunus(%8), İsviçre(%5), Çek.Cum.(5)	-
İnşaat Malzemeleri	2523	Çimento	409	19	1.132	3,9	.	8	.	İtalya(%13), İspanya(12), Tunus(12), Fas(10), Almanya(9)	
İnşaat Malzemeleri	6908	Seramik yer ve duvar karoları	1,178	18	406	10,6	.	10	.	Belçika(%27), Almanya(14), İspanya(11), Türkiye(10), Venezuela(7)	
Boru ve Bağlantı Parçaları	7306	Demir-çelik borular	1,292	18	61	4,7	.	15	.	İtalya(%50), İspanya(27), Portekiz(9), Almanya(5), Türkiye(3)	-
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8701	Traktörler	3,542	15	129	6,9	.	24	.	İtalya(%44), İspanya(17), Almanya(12), Belçika(5), Hollanda(4)	-
Elektrikli Makineler ve Kablolar	8536	Elektrik teçhizatı (sigortalar, prizler, anahtarlar vs)	3,184	8	380	3,8	.	7	.	Almanya(%34), İtalya(14), Belçika(13), Hollanda(8), İngiltere(7)	-
İş ve Maden Makineleri	8431	İnşaat ve maden makineleri parça ve aksamı	3,753	6	454	5,3	.	7	.	Almanya(%17), İtalya(%13), Çin(6), Polonya(6), Çek, Cum.(5)	Çin (%2,1)
							.		.	Almanya(%27), İtalya(18), İngiltere(5), Belçika(5), İspanya(5)	-

Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8716	Treylerler	1,649	4	180	6,1	.	21	.	Almanya(%42), İtalya(13), Belçika(7), Çin (%2,2) Çin(6), İspanya(6)
----------------------------------	------	------------	-------	---	-----	-----	---	----	---	---

Kaynak : Tablonun hazırlanmasında Türkiye'ye ilişkin rakamlarda TUIK, diğer ülkelere ilişkin istatistik rakamlarında UN-ITC TradeMap, gümrük vergisi konusunda AB ülkeleri için TARIC diğer ülkeler için kendi gümrük idarelerinin verileri kullanılmıştır.

\* Veriler . aylıktır.

## Ambalaj Malzemeleri

Fransa ambalaj sanayii yaklaşık 20 milyar dolarlık cirosu ile 900 civarında firmada 110 bin kişi istihdam etmektedir. Sektör üretiminin % 33,4'ünü plastik ambalajlar, % 28,3'ünü kâğıt-karton ambalajlar, %16,2'sini cam ambalajlar, %13,1'ini metal ambalajlar ve %9'unu ise ahşap ambalajlar oluşturmaktadır.

Fransa'da ambalaj sanayinde üretim yapan birçok yerli firmanın yanı sıra uluslararası faaliyet gösteren firmalar da bulunmaktadır. Bunların başlıcaları; Alcan France Sas, Saint Gobain Emballage, Tetra Pak France, Bsn Glasspack SA, Amcor Flexibles France SA, Huhtamaki France SA, Rexam France SA, Mm Packaging France SA, Veriplast Packaging France SA, Crown Emballage France Sas, Impress Metal Packaging SA, Groupe Guillin ve Qualipac SA'dır.

Fransa ambalaj sanayinde ABD ve Almanya'dan sonra dünyanın 3. büyük ithalatçısı ve Almanya, ABD, Çin ve İtalya'dan sonra dünya'nın 5. büyük ihracatçısıdır. Fransa'nın ambalaj ürünleri ithalatı 2008 yılında 15 milyar dolar olmuştur ve 2007 yılına göre ithalatı yaklaşık % 9 oranında artmıştır. Ambalaj ürünleri ithalatının % 53'ünü plastik ambalajlar, % 33'ünü kâğıt ambalajlar, % 6'sını metal ambalajlar, %5'ini cam ambalajlar ve % 2'sini ahşap ambalajlar oluşturmaktadır. Fransa özellikle ahşap ve cam ambalajlarda dünyada rekabetçi bir pozisyonundadır.

Eşya ambalajında kullanılan PP şeritlerden örme çuvallar ve torbalarda Türkiye önemli üretim kapasitesine sahip ve dünyanın en önemli ihracatçılarından biridir. Fransa plastik ambalaj ürünler ithalatının % 2,3'ünü 6305 GTİP grubunda bulunan PP örme çuvallar ve torbalar oluşturmaktadır. 2003-2008 yılları arasında ithalat %14 oranında artmıştır. İthalatın yaklaşık %60'ı Türkiye, Hindistan ve Çin'den yapılmaktadır. Bu ülkeler aynı zamanda dünyanın da en büyük ihracatçı ülkeleridir. Fransa, Avrupa Birliği'nin birinci tarım ülkesi olması ve bu durumunu önümüzdeki süreçte de devam ettireceği düşünüldüğünde, söz konusu ambalaj ürünlerinin bu sektör grubunda yoğun olarak kullanılması nedeniyle, talebin önümüzdeki dönemde de devam edeceği düşünülmektedir.

Fransa ambalaj sanayisi yaşanan küresel kriz nedeniyle belirsiz bir küresel ekonomiyle karşı karşıyadır. Hükümet ile sektör üreticileri arasında hammadde ve enerji fiyatları hakkında çeşitli görüşmeler yapılmaktadır. Sektör üreticileri ise maliyetlerini düşürmek için; bazı yeni ürünleri piyasaya sürecek olan firmalar, bu faaliyetlerini askıya almaktadır. Örneğin Sequana Grubu'nun iştiraki olan Antalis firması, kâğıt esaslı konsantre ambalaj ürünlerinin tanıtımından, maliyetleri artırdığı için vazgeçmiştir.

Ülkedeki ekonomik darboğaza rağmen, ülkenin en önemli sanayilerinden biri olan kozmetik ürünlerindeki yenilikler ve ürün yelpazesinin sürekli genişlemesi, ambalaj sektörünün canlı kalmasına neden olması beklenmektedir. İşlenmiş gıda ürünlerinde ise özellikle bebek mamamalarındaki gelişmeler sektörü olumlu yönde etkileyecektir. Ayrıca çevreye zarar vermeyen, dönüşümlü, hafif, işlevsel ve küçük ambalajlara önümüzdeki yıllarda talebin daha fazla olacağı tahmin edilmektedir.

Kaynaklar: Euromonitor, www.trademap.com, <http://bilgi.dtm.gov.tr>, Uzman Görüşü

## Beyaz Eşya

Beyaz Eşya

2009 yılında Fransa beyaz eşya ve küçük ev aletleri pazarı 7,9 milyar avro büyüklüğe sahiptir. Bu rakam bir önceki yıla göre % 10'luk bir küçülmeye karşılık gelmektedir. Pazarın üçte ikisini beyaz eşyalar oluşturmaktadır.

Beyaz eşyalarda pazarın % 60'ı beş büyük firmanın elindedir. Bu firmalar ve pazar payları şu şekildedir: Fagor (%16), Bosch-Siemens (%13), Indesit (%11), Whirlpool (%11), Electrolux (%10).

Küçük ev aletleri sektöründe ise Tefal, Moulinex, Rowenta, Krups markalarının sahibi olan SEB Groupe pazarın % 29'una hakimdir. Pazardaki ikinci büyük firma olan Philips % 12 pay sahibidir.

Kaynak:Euromonitor

## Boru ve Bağlantı Parçaları

Boru ve tesisat ekipmanları; borular ve bağlantı parçaları, tesisat ekipmanları, pompalar ve vanaları kapsayan, geniş ürün yelpazesine sahip bir sektördür. 2007 yılında Fransa, boru ve bağlantı parçaları ile tesisat ekipmanları sektöründe Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında talebi en yüksek 3. ülke olmuştur. İlk iki sırayı Almanya ve İtalya alırken, Fransa'nın ardından İngiltere ve İspanya gelmektedir. 2003-2007 yılları arasında Fransa'daki boru ve bağlantı parçaları talebi yılda ortalama % 6,2 artış göstermiştir. Fransa'nın söz konusu sektördeki toplam talebi 2007 yılında 14 milyar avro olmuştur. Bu rakam içerisinde pompa talebi 3,3 milyar avro, tesisat elemanları talebi 3 milyar avro, vana talebi 2,2 milyar avro, boru ve bağlantı elemanları talebi 1,7 milyar avro ve diğer ekipmanların talebi de 4 milyar avro civarındadır. Fransa aynı zamanda bu sektörde Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında en çok üretim gerçekleştiren 3. ülkedir. Fransa'nın üretiminde meydana gelen yıllık ortalama artış 2003-2007 döneminde % 6,4'tür. Enerji ve sulama sektörlerindeki gereksinim Fransa'daki borular ve bağlantı parçaları ile tesisat elemanları talebinin en önemli etkenleridir. Yüksek korumalı enerji çözümlerine olan talep ve yeni enerji depolama tesisleri inşaatları ile Fransa'nın yeni yatırımlarda Avrupa Birliği standartlarına uyma zorunluluğu borular ve bağlantı parçaları talebini daha da artırmaktadır. Fransa, 2003-2007 döneminde % 4,8 yıllık ortalama ithalat artışı ile Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında en fazla ithalat yapan ikinci ülke konumundadır.

Fransa da boru ve tesisat elemanlarının yaygın olarak kullanıldığı sektörler petrol ve doğal gaz üretimi ile atık su ve gıda işleme teknolojileridir. Fransa dünyadaki en büyük nükleer enerji üreticisidir. Ayrıca, ülke önemli miktarda petrol ve petrol ürünleri üretimi gerçekleştirmektedir. 2007 yılında Avrupa'da Almanya ve İtalya'nın ardından Fransa ham petrol üretim kapasitesi en yüksek 3. ülke olmuştur. Buna göre Fransa'nın 2007 yılı itibarıyla petrol üretim kapasitesi günlük 1,96 milyon varildir. Bir Fransız firması olan "TOTAL" günlük 331 bin varil üretim kapasitesi ile dünyadaki en büyük petrol üreticilerinden birisidir. Ayrıca, Fransa'da yeni yapılması planlanan enerji tesisleri ile bunlara ilişkin alt yapı projeleri mevcuttur. Bu projeler Fransa'nın özellikle demir - çelik boru ithalatını arttırmaktadır. Fransa'nın boru ve tesisat ekipmanları talebinde yüksek payı olan bir diğer sektör ise atık ve atık su geri dönüşüm teknolojileridir. Sektör'ün % 80'i özel sektör tarafından işletilmektedir. Sektörün en önemli firmaları olan "Veolia Water" ve "Suez Environment" boru ve tesisat ekipmanları talebi yüksek olan kuruluşlardır. Bu sektördeki hizmetlerin % 20'sini ise belediyeler yürütmektedir. Bir diğer önemli sektör olan gıda işleme teknolojileri de boru ve tesisat elemanları talebi bakımından önemli bir konumdadır. Fransa'da gıda firmaları Avrupa Birliği standartları çerçevesinde artan çevre bilinci ile birlikte temiz ve az atık ile üretim yapmak durumundadırlar. Bu yüzden üretim sonrası çıkan atıkların geri dönüşümü yapılarak tekrar kullanılması önem kazanmaktadır. Özellikle atık su ve tortuların geri dönüşümü ve azaltılması bakımından firmaların kuruluşu aşamasında boru ve tesisat ekipmanlarına olan talep fazladır.

Fransa'daki boru ve tesisat ekipmanları sektöründe faaliyet gösteren önemli firmalar şunlardır:

ArcelorMittal Tubes - <http://www.arcelormittal.com> - Borular

KSB - <http://www.ksb.fr> - Pompalar

Legris - <http://www.legris.com> - Vanalar

Pompes Grundfos - <http://www.grundfos.com/web/homefr.nsf> - Pompalar

Saint Gobain - <http://www.saint-gobain.com> - Borular

Salzgitter Mannesmann Precision - <http://www.smp-tubes.fr> - İnce Tüp ve Borular

Spirax Sarco - <http://www.spiraxsarco.com> - Buharlı Tesisatlar için Ekipmanlar

Sulzer Pumps - <http://www.sulzerpumps.com> - Pompalar

Tyco Flow Control - <http://www.tycoflowcontrol-eu.com> - Vanalar ve Borular

Vallourec & Mannesmann Tubes - <http://www.vmtubes.com> - Borular

Wilo Intec - <http://www.wilointec.com> - Pompalar

Kaynaklar: [www.cbi.nl](http://www.cbi.nl)

## Deri ve Deri Mamulleri

### DERİ GİYİM

Fransa deri giyim firmalarımız açısından önemli pazarlardan biridir. 2009 yılında bu ülkeye yönelik deri giyim ihracatımız bir önceki yıla gerileme göstermiştir. Bunda yaşanan krizin yanı sıra Fransız pazarında deri giyime yönelik son yıllarda gözlenen daralmanın da etkisi olduğu söylenebilir. Her ne kadar son yıllarda deri giyime yönelik talepte bir azalma olduğu gözüküyor olsa da deri giyim halen Fransızların giyimlerinde önemli yere sahiptir. Fransa'nın deri giyimde gittikçe daha çok ithalata bağımlı hale geliyor olması ülkemiz açısından önemli bir fırsat yaratmaktadır.

Pazarda Çin, Hindistan gibi düşük fiyatla mal ihraç edebilen ülkelerin payının arttığı görülmektedir. Bu ülkeler ile rekabet edebilmek ve fiyat rekabetinden uzaklaşabilmek için deri giyim firmalarımızın değişik tasarımlara ve tanıtıma önem vermesi gerektiği düşünülmektedir. Kalite pazara ulaşma açısından önemli unsurlardan biridir. Tanıtım aşamasında pazara ulaşabilmek için dergiler kullanılabilir. Pazarda son yıllarda deri diğer materyaller ile birlikte işlenerek kullanılmaya başlamıştır. Deri giyim ürünleri diğer hazır giyim ürünlerine göre daha seyrek alınan ürünlerdir çünkü bu satın alım asil/soylu bir ürün seçimi olarak kabul edilmektedir. Fiyatı nedeniyle deri giyim ürünleri planlanarak ve karşılaştırma yapılarak gerçekleştirilmektedir. Ayrıca bu tarz ürünlerin satışı indirim ile bağlantılı olmasa da son yıllarda indirim sezonlarında ki satışları da artmıştır. Ayrıca son yıllarda kendi modasını yaratmak isteyen Deri giyim sektörümüz açısından Fransa pazarında başarılı olmanın önemli olduğu düşünülmektedir. Firmalarımızın pazarda son moda eğilimlerini takip etmesi bu açıdan da önem taşımaktadır. Fransa'nın önümüzdeki dönemde de Türk deri giyim ihracatı açısından önem taşımaya devam edeceği tahmin edilmektedir. Fransa deri giyim firmalarımız açısından önem verilmesi gereken bir pazardır.

## Mobilya

İngiltere, İtalya ve Almanya'dan sonra AB ülkeleri içinde en büyük dördüncü pazar olan Fransa mobilya pazarının 2008 yılı büyüklüğü 9,6 milyar avrodur. 2007 yılına göre küçük bir azalma yaşanmasına karşın 2004-2008 döneminde mobilya tüketiminde yıllık ortalama %3 oranında artış yaşanmıştır. Bu rakam %1,1 olan AB ortalamasının üzerindedir. Kişi başına tüketim ise 152 avro ile 161 avro olan AB 27 ortalamasının altındadır. 2007-2008 döneminde tüketimde yaşanan küçük miktardaki azalma, 2008-2009 yıllarının ilk 7 aylık döneminde derinleşerek tüketim %5 oranında düşmüştür.

Ürün grupları itibarı ile tüketim incelendiğinde, 2008 yılında yemek ve salon takımları toplam tüketimin %29'unu, döşenmiş koltuklar %28'ini, mutfak mobilyası %24'ünü, yatak odası mobilyası %10,5'ini ve diğer mobilyalar %8,5'ini oluşturmaktadır.

Fransa'nın mobilya tüketimi bölgelere göre değişmektedir. Ülkenin batısı ve Île de France (Paris) bölgesi yüksek hane halkı sayısı ile tüketimin en fazla olduğu bölgelerdir. Güneydoğu ve güneybatı



Belgeyi kay. sayına mobilya sektörünün en büyük Avrupa belgelerini de de France belgeci pazarını dörtte birini oluşturmaktadır.

Pazardaki talebi etkileyen birçok faktör mevcuttur. Gittikçe küçülen ev boyutuna karşın evde biriktirilen çeşitli ürünlerin depolanabilmesine yönelik mobilyaya olan talep artmakta ve tüketiciler daha çok doğa dostu mobilya tercih etmektedirler. Ayrıca Fransızların evde daha fazla vakit geçirmeye başlaması ile kadınların dekorasyona verdiği önemin artması, fiyat karşılaştırması yaparken internet kullanımının yaygınlaşması, demografik yapıdaki değişim ile birlikte çağdaş ve ekonomik mobilya tercih eden genç nüfustaki artış ve çok fazla mobilya değişimi yapmayan yaşlı nüfustaki artış pazardaki talep yapısını belirleyen önemli faktörlerdir.

2008 yılında 6,7 milyar dolar değere sahip Fransa mobilya üretimi AB ülkelerinin toplam üretiminin %9 unu oluşturmaktadır. 2006 yılı verilerine göre ülkede 18.220 firma mevcuttur. Fransa'daki mobilya sektöründe faaliyet gösteren önemli firmalar şunlardır:

- Roset - <http://www.roset.fr> -
- Steiner - <http://www.steiner-paris.com> -
- The Gautier group - <http://www.gautier.fr> -
- Groupe Jacques Parisot - <http://www.parisot.com> -
- Girardeau - <http://www.meubles-girardeau.com> -
- Forège - <http://www.forege.com> -

Fransa'nın 2008 yılı toplam mobilya ithalatı 4,7 milyar avro olmuştur. Bu tutar toplam AB ithalatının %14'ünü oluşturmaktadır. Fransa, AB ülkeleri içinde değer olarak bakıldığında Almanya'dan sonra ikinci büyük ithalatçı iken miktar olarak bakıldığında Almanya ve İngiltere'den sonra üçüncü büyük ithalatçıdır. İthalatın % 20'si İtalya'dan, %15'i Almanya'dan, %10,5'i Çin'den, %9'u Polonya'dan yapılmaktadır. Türkiye'nin pazar payı ise %0,4'tür.  
Kaynak: www.cbi.nl

## Otomotiv Ana ve Yan Sanayi

### Otomotiv Ana Sanayi

Fransız ekonomisi ve ihracatı ve oto yan sanayi için hayati önemi olan iki büyük uluslararası araç üreticisi firma bulunmaktadır: Renault ve PSA Peugeot-Citroen. Bu firmaların otomobil üretimi Fransa'nın toplam otomobil üretiminin yaklaşık beşte dördünü oluşturmaktadır.

Hafif ticari araçlarda üretim Renault (%50), Citroen(%19), Peugeot (%15), Fiat (%10), Opel(% 3,5) ve Nissan tarafından gerçekleştirilmektedir. Renault V.I. ve Scania 2008 yılı üretimindeki % 83 ve %17 payları ile kamyonlarda iki önemli üreticidir.

Fransa'da 2004 yılından toplam 3 662 414 olan araç üretimi yapılmış olup bu sayı 2008 yılında 2 564 819 adede düşmüştür. 2008 yılındaki üretimin 2 145 935 adedini otomobiller, 350 723 adedi hafif ticari araçlar (LCV), 68 161 adedini ağır ticari araçlar(HCV) oluşturmıştır. 2009 yılında toplam araç üretiminin, yaşanan ekonomik krizin de etkisi ile 2 029 147 adede düşeceği tahmin edilmektedir. 2008 yılında otomobil üretiminin % 33'ü Peugeot, %25'i Renault, %24'ü Citroen, %11'i Toyota, %6,5'u Smart tarafından, geri kalan bölümü ise Opel, Lancia, Fiat ve Bugatti tarafından gerçekleştirilmiştir.

Son 20 yıl içerisinde Fransa'da otomobil satışları inişli çıkışlı bir seyir izlemiştir. 1990'da 2,3 milyon adet olan satışlar, 1993'de 1,72 milyon adede kadar düşmüştür. 2008'de 2 050 283 milyon adet olan otomobil satışlarının, 2009'da 1,92 milyon adede kadar gerileyeceği tahmin edilmektedir. Otomobillere ilave olarak 2008 yılında 459 892 adet ticari araç, 57 373 adet kamyon satılmıştır. 2008 yılında toplam araç satışı 2 567 542 adettir. Fransa'da en çok satılan otomobiller B(satışların %34,7 si), C1(% 15,5), MPV-C (12,8) ve A(%9,8) türleridir. Ekonomik kriz nedeni ile düşen satışları artırmak amacı ile devlet tarafından hurda araç teşviki yürürlüğe konmuştur. Ülkedeki vergi rejimi ve hurda araç uygulamasının Renault ve PSA tarafından üretilen küçük ve az yakıt kullanan araçların satışlarına olumlu etkisi olacaktır. Bu iki üretici pazardaki hâkimiyetlerine rağmen, yabancı üreticilerin, özellikle Japon ve Güney Koreli araç üreticilerinin çetin rekabeti ile karşı karşıyadır.

Fransa, İtalya ve Almanya'dan sonra Batı Avrupa'daki üçüncü en büyük hafif araç parkına sahiptir. 2007 sonu itibarı ile Fransa'da 37,21 milyon adet hafif araç bulunmaktadır. Halen Fransa'daki otomobillerin % 50'si dizeldir.

### Otomotiv Yan Sanayi

Fransa Avrupa otomotiv pazarında ikinci büyük pazardır. Otomotiv yan sanayi tüketiminin değerinin 39 milyar avro olduğu tahmin edilmektedir. 2003 ve 2007 yılları arasında tüketim yılda ortalama % 6 oranında büyümüştür. Fransa'daki tüketim AB tüketiminin %12 sini oluşturmaktadır. 2007 yılında Fransa oto yan sanayi toplam üretimi 39 milyar avrodur, AB üretiminin %13 ünü oluşturmaktadır.

PSA ve Renault genellikle Fransa'daki yan sanayicilerle çalışmaktadırlar. Motorlar ve vites kutuları da dahil olmak üzere birçok parçanın araştırma ve geliştirme çalışmalarını birlikte yapan bu iki büyük firmanın üretimleri Fransa'daki oto yan sanayi alt yapısına dayanmaktadır. Fransa oto yan sanayi ile ana sanayi arasındaki bu yakın işbirliğinin devam edeceği öngörülmektedir. Ancak Fransız oto yan sanayi üreticilerinin uluslararası oto yan sanayi tedarikçisinde rolleri artmaktadır. Bununla birlikte birçok yabancı oto yan sanayi üreticisi- özellikle Federal-Mogul, Johnson Controls ve TRW gibi ABD'li tedarikçiler- Fransa pazarında önemli oranda faaliyet göstermektedir. Yükselen hammadde fiyatları, durgunlaşan pazarlar Fransız oto yan sanayicilerini zorlamaktadır. Ana sanayi de tedarikçileri desteklemeye başlamıştır. PSA Peugeot -Citroen tedarik zincirine yaklaşık 2 milyar avro harcamıştır. Fransız oto yan sanayinde en önemli firmalar, Autoliv, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium,

Oto yan sanayi, OEM (Orijinal Ekipman Pazarı) ve after-market olmak üzere iki ana pazar bölümünden oluşmaktadır. OEM pazarı talebin %75'ini oluşturmaktadır. FEDA'ya (French Organisation for the Automotive Parts Trade) göre after market pazarının toplam büyüklüğü 11 milyar avrodur. Bunun 8,5 milyar avrosunu bağımsız parça tedarikçileri, 2,5 milyar avroluk bölümünü orijinal yedek parça tedarikçileri oluşturmaktadır.

After-market bölümü yedek parçalar, bakım onarım parçaları ve aksesuarlar olmak üzere çeşitli bölümlere ayrılabilir. After market satışlarının dörtte üçünü, orijinal ve orijinal olmayan, yedek parçalar oluşturmaktadır.

Aksesuarlar popüler olmaya başlamıştır. İki pazar bölümü mevcuttur: Alman, İtalyan ve ABD yapımı pahalı, markalı, orijinal aksesuarlar ve Asya ve diğer AB ülkelerinde üretilmiş markasız, ucuz aksesuarlar. Markalı aksesuarlar genellikle bayiler ve tamircilerde, markasız ürünler benzin istasyonları, hipermarketler ve fast-fit zinciri mağazalarında satılmaktadır. Dekoratif aksesuar pazarı son on yılda büyümüş ve 300 milyon avroya ulaşmıştır.

2003'den bu yana yılda ortalama %4,8 oranında artan Fransa'nın oto yan sanayi ithalatı, 2008 yılında 26 milyar avro olmuştur. 2008 yılı ihracatı ise 29 milyar avrodur. Fransa oto yan sanayi sektörü.2008 yılında 2,9 milyar avro tutarında ticaret fazlası elde etmiştir. İthalatın yaklaşık % 87 si diğer AB ülkelerinden yapılmaktadır. İthalatta önde gelen tedarikçi AB ülkeleri sırasıyla Almanya (%29 pay), İspanya (%12) ve İtalya'dır (%11). Diğer AB tedarikçileri olan Romanya, Slovakya ve Çek Cumhuriyeti'nden yapılan ithalat hızla büyümektedir. AB dışındaki önemli tedarikçiler olan Tunus, Çin ve Türkiye'den Fransa'ya yapılan ihracat artmaktadır.

Faydalı kaynaklar:

FIEV- French Vehicle Equipment Industries- <http://www.fiev.fr> – Fransızca ve İngilizce yıllık rapor

CCFA- French Automobile Manufacturers Association- <http://www.ccfa.fr> – Fransızca ve İngilizce yıllık istatistik ve analizler

Europe Auto Parts- <http://www.europeautoparts.com> – AB firmaların işbirliğini amaçlayan pazar araştırması raporu

ACEA- European Car Makers Association – <http://www.acea.be> – istatistikler, tahminler

Kaynaklar: Global Insight, [www.cbi.nl](http://www.cbi.nl)

## Fransa - Düzenlenen Önemli Fuarlar

### Milli Katılımda Devlet Desteği Olan Fuarlar

#### Le Cuir a Paris (Paris - Eylül/Her Yıl)

Deri, deri ürünleri, ayakkabı

Web Sitesi : <http://www.lecuirparis.com>

#### MIDEST (Paris - Kasım/Her Yıl)

Yan Sanayi

Web Sitesi : <http://www.midest.com>

### Bireysel Katılımda Devlet Desteği Olan Fuarlar

#### BATIMAT (Paris - Kasım/Her Yıl)

İnşaat Teknolojileri ve Dekorasyon

Web Sitesi : <http://www.reedexpo.fr>

#### EQUIP AUTO (Paris - Ekim/Her Yıl)

Otomobil, ticari araçlar, oto yedek parça ve aksesuarları

Web Sitesi : <http://www.equipauto.com>

#### SALON DE L' HABITAT - Interior Design Exhibition (Dijon - Şubat/Her Yıl)

Mobilya, iç dekorasyon

Web Sitesi : <http://www.tradeshowsalerts.com>