

LE GUIDE PER  
**Esportare**  
IN **Digitale**

FOCUS FRANCIA



**SACE** 

In collaborazione con





## Francia

QUALCHE NUMERO SUL PAESE

PAG. 3 →

## Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

PAG. 4 →

## Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

PAG. 5 →

## E-commerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

PAG. 7 →



# FRANCIA

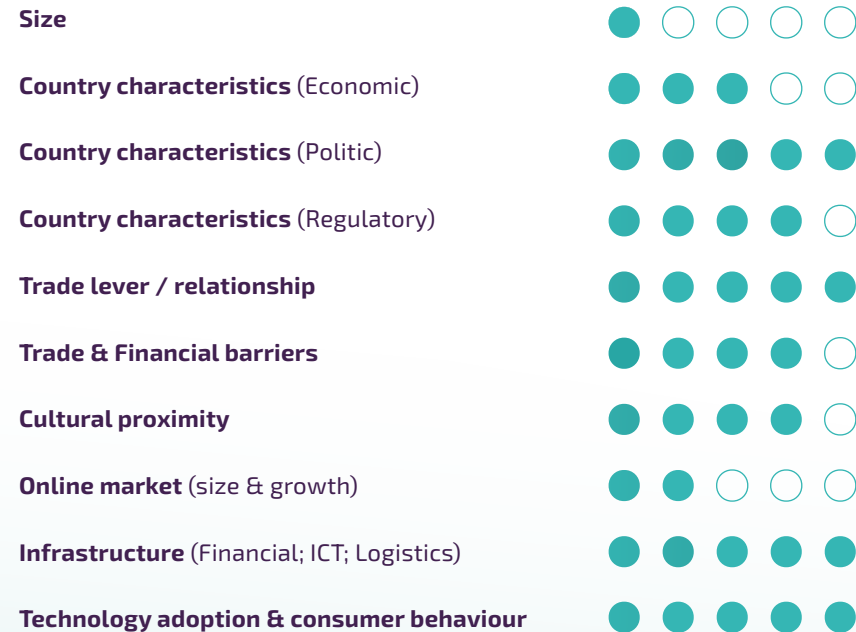
QUALCHE NUMERO SUL PAESE

Si è scelto di raccogliere i dati relativi agli anni 2019, 2020 e 2021, per poi mediarli e costruire la successiva elaborazione sulla media ottenuta. In questo modo è stato possibile osservare per il periodo preso in considerazione i cambiamenti legati alle 4 dimensioni considerate. Molti fenomeni e aspetti nazionali che vengono presi in considerazione dalle variabili/indicatori che compongono l'indice sono lenti nella loro evoluzione o nel mostrare un cambiamento attraverso i valori restituiti. Anche per questo motivo il focus dell'analisi non vuole essere quello di mostrare un'istantanea il più aggiornata possibile dei paesi presi in considerazione e dei fenomeni che li riguardano, ma di mostrare come tali dinamiche ed aspetti possano influire sulle attività di export verso tali Paesi.



<b>Popolazione (2021)</b>	<b>67 milioni</b>
<b>GDP (2021)</b>	<b>\$2.937 miliardi</b>
<b>Per capita GDP (2021)</b>	<b>\$43.519</b>
<b>Valore delle importazioni (2021)</b>	<b>\$714 miliardi</b>
<b>Indice di attrattività Score complessivo</b>	<b>3,27/5</b>
<b>Indice di attrattività Score senza dimensione "Size"</b>	<b>4,03/5</b>
<b>Posizione nel ranking di attrattività complessivo</b>	<b>5/20</b>
<b>Posizione nel ranking di attrattività Senza dimensione "Size"</b>	<b>5/20</b>

## INDICE DI ATTRATTIVITÀ: SPLIT DELLE 10 MACRO-CATEGORIE





# Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

## ■ CARATTERISTICHE ECONOMICHE

La Francia è una delle più importanti economie europee. Nel 2021 la popolazione era di 67 milioni di individui (World Bank, 2021). L'inflazione su base annua nel 2021 era del +1,6% (World Bank 2021), seguendo un trend comune a vari paesi nel corso dell'anno, ossia una ripresa dal periodo di inflazione molto bassa che ha caratterizzato il 2020. La Francia ha punteggi molto alti in vari indicatori che aiutano a misurare l'efficienza del commercio e del contesto economico in cui si opera, come l'Ease of Doing Business Index sviluppato dalla World Bank (2019), dove la Francia si è posizionata come 33esima economia al mondo su 190 paesi esaminati.

## ■ CARATTERISTICHE GIURIDICHE/REGOLATORIE

Nel Judicial Effectiveness Index sviluppato da Heritage (2022), un indice volto a misurare l'efficienza del sistema giudiziario di un paese, la Francia ha ottenuto un punteggio di 85,5/100, un punteggio molto alto (la media mondiale è 50,2). Relativamente ai processi regolatori ed amministrativi legati all'apertura di nuovi business e produzioni, misurati dal Business Freedom Index di Heritage, la Francia ottiene uno score di 80,2/100, un punteggio alto.

## ■ CARATTERISTICHE POLITICHE

Il sistema politico francese, ossia una repubblica semipresidenziale, sembra essere abbastanza stabile ed efficiente. La media del rischio politico elaborata da SACE (2023) per La Francia è di 16/100 (più è basso lo score, meno il paese è considerato rischioso dal punto di vista politico).

Media del rischio politico **16** /100

La media del suo rischio politico elaborata da SACE è di 16/100.



# Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

## ■ COMMERCIO

Il valore delle importazioni di beni e servizi in Francia nel 2021 ha costituito il 32% del PIL, un valore molto alto. L'Italia è attualmente un partner commerciale importante per la Francia: nel 2021 le importazioni di beni dall'Italia costituivano l'8,3% di tutte le importazioni complessive, con un valore di circa \$59 miliardi (Comtrade, 2021). Dalla prospettiva italiana, la Francia nel 2021 si classifica nei primi 20 partner commerciali per valore dell'export, posizionandosi al secondo posto (OEC, 2021).

## ■ BARRIERE COMMERCIALI/ FINANZIARIE

La Francia ha un dazio medio sulle importazioni pari all'1%. La Francia è un membro dell'Unione Europea come l'Italia, e gode degli accordi di libero scambio e di circolazione delle merci in vigore nell'Unione.

La Francia ha ottenuto punteggi alti in due indici dedicati alla dimensione commerciale e alla libertà finanziaria: il Trade Freedom Index (Heritage, 2021), che misura la quantità e l'entità delle barriere commerciali di un paese, sia tariffarie che non tariffarie, e il

Financial Freedom Index (Heritage, 2021), che è invece dedicato a valutare l'efficienza e l'indipendenza dell'infrastruttura bancaria di un paese. Nel Trade e Financial Freedom Index la Francia ha rispettivamente ottenuto punteggi di 84/100 e 70/100, dovuti ad un'apertura agli investimenti esteri e ad un settore bancario efficiente.



**Consulta la guida Doganale sulla Francia** elaborata da SACE in collaborazione con Easyfrontier

SCARICALA GRATIS



# Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

## ■ CULTURA

Prendendo in considerazione gli indici Dow (2015) che misurano le differenze politiche, culturali e religiose fra i paesi del mondo, è possibile notare come, rispetto all'Italia, la Francia sia caratterizzata da una bassa distanza politica (0,06/10 - va considerato che i paesi occidentali politicamente più simili all'Italia hanno tutti score inferiori allo 0,30), da una bassa distanza religiosa (1,75/10) e da un'alta distanza linguistica: 7,69/10.

Un altro importante indicatore da considerare per valutare le differenze in varie dimensioni culturali e sociali fra paesi è il Culture Compass elaborato da Hofstede. Questo strumento misura le differenze fra paesi considerando aspetti legati a dinamiche sociali, quali: la misura in cui i membri

meno potenti delle istituzioni e delle organizzazioni all'interno di un paese si aspettano e accettano che il potere sia distribuito in modo ineguale, il grado di interdipendenza che emerge dai membri di una società, o la misura in cui i membri di una cultura si sentono minacciati da situazioni ambigue o sconosciute e hanno creato credenze e istituzioni che cercano di evitarle. Da una media delle differenze in queste dimensioni fra Italia e Francia si ottiene un punteggio di 15,25/100: un valore abbastanza alto, specie se comparato a quello di altri paesi europei culturalmente affini all'Italia (ad esempio, la media delle distanze in queste dimensioni fra Italia e Germania è pari a 9,25/100).



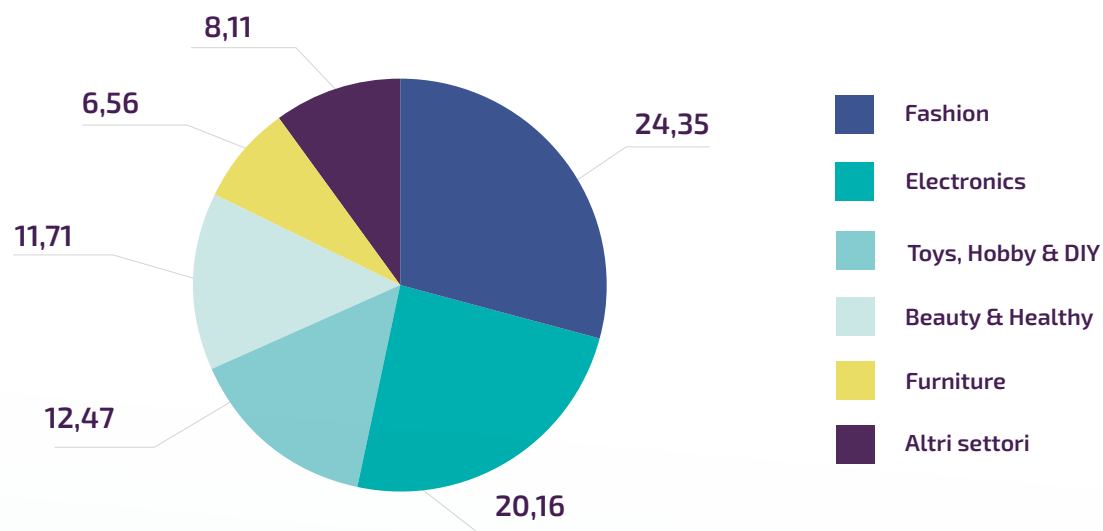


# Ecommerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

## FRANCIA: B2C E-COMMERCE MARKET SIZE (2021)

Fonte: Statista, 2021, valori in miliardi di dollari



Nel 2021, il valore del fatturato dell'intero mercato e-commerce B2C in Francia era di \$83.36 miliardi (Statista, 2021), e nel periodo 2021-2025 è prevista una crescita ad un tasso annuo medio del 9,8%.

I principali settori dell'e-commerce francese sono: **Fashion** (\$24,35 miliardi di fatturato nel 2021), **Electronics** (\$20,16 miliardi di fatturato nel 2021) e **Toys, Hobby & DIY** (\$12,47 miliardi di fatturato nel 2021) (Statista, 2021).

# Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## ■ I PRINCIPALI CANALI DI VENDITA ONLINE IN FRANCIA NEL 2021, PER VISITE MENSILI MEDIE NEL SECONDO SEMESTRE DEL 2021

Company	Settore	Visite medie mensili (milioni)	Fondato in Francia	Facilità nel reperimento di info operative per diventare venditore (ove possibile)
Amazon	Multisetoriale	164,21	No	Alta
Cdiscount	Multisetoriale	142,46	Si	Alta
Leboncoin	Multisetoriale	47,57	Si	Alta
eBay	Multisetoriale	29,51	No	Alta
Vinted	Fashion	29,02	No	Alta

In Francia sono al momento attivi diversi importanti marketplace. Primo fra tutti Amazon, che in Francia si conferma come uno dei più importanti marketplace presenti. Si hanno poi due retailer francesi molto popolari: Leboncoin e Cdiscount. Nel paese sono molto attivi anche marketplace con una forte componente C2C, quali eBay e Vinted. Nel 2021, il fatturato dell'e-commerce B2B relativo ai beni fisici si attestava intorno ai \$126.53 miliardi (Statista,2021). Inoltre, si stima che il mercato dell'e-commerce B2B in Europa avanzerà, in termini di ricavi, a un tasso di crescita annuo composto del 19,74% nel periodo 2022-2028. La previsione considera anche la Francia all'interno della regione commerciale.



# Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## ■ INFRASTRUTTURE

Il primo indicatore da segnalare è il Logistic Performance Index della World Bank (2018), un indice che misura diversi aspetti della rete logistica di un dato paese, come la qualità e la competenza dei servizi logistici, l'efficienza delle dogane, o il livello di tracciabilità delle spedizioni. La Francia ha ottenuto uno score di 3,84 su 5, un punteggio molto alto (per fare un confronto, gli Stati Uniti hanno ottenuto 3,89/5).

Se si considerano le infrastrutture abilitanti alla navigazione Internet, un importante indicatore da considerare è il numero di server internet con protocolli di sicurezza elevati (certificati TLS/SSL) per milione di abitanti, sviluppato dalla World Bank (2020). La Francia ha ottenuto uno score di 36.226 server sicuri per milione di abitanti, un valore alto.

L'ultimo importante aspetto da considerare riguardo alle infrastrutture è relativo

### Logistic Performance Index

World Bank (2021)

**3,84** /5

### Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index

World Bank (2021)

**100** /100

all'efficienza e qualità delle attività di import/export. Per valutare questo aspetto va considerata la componente Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index. (World Bank,2020). Si tratta di una componente di un indice complesso, volta a valutare costi e tempi relativi ad attività di import e di export per un dato paese. La Francia ha ottenuto un ottimo score di 100/100, il massimo ottenibile.



# Ecommerce

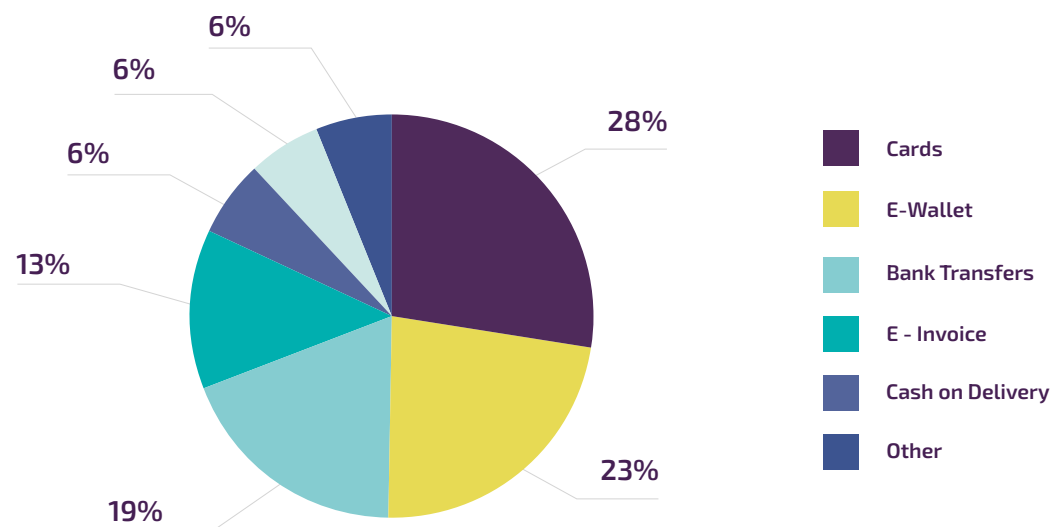
TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## TECNOLOGIA E CONSUMATORI

La popolazione della Francia pare essere abbastanza digitalizzata: l'84% di essa ha accesso a Internet. Il tasso di penetrazione degli smartphone in Francia nel 2021 era del 79% (Statista,2021), un valore alto.

Gli utenti dei canali di vendita e-commerce in Francia nel 2021 si attestavano complessivamente a circa 49,49 milioni di individui, in aumento del 21% rispetto al 2017, anno in cui erano circa 40 milioni. I ricavi medi e-commerce B2c per utente in Francia nel 2021 sono stati di \$1.830 (Statista,2021).

Riguardo ai metodi di pagamento più utilizzati, il seguente grafico mostra le diverse preferenze dei consumatori in Francia e si riferisce alla quota dei metodi di pagamento sul valore del gross merchandise volume (GMV) dell'e-commerce B2C nel 2021 (Statista,2021).



Dal grafico emerge che le forme di pagamento più diffuse sono: le **carte di credito**, di gran lunga il metodo di pagamento più diffuso, gli **e-wallet**, ed i **trasferimenti bancari**.

# Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO



## ■ PANORAMICA SUGLI UTENTI

Riguardo alla divisione per fasce di età degli utenti e-commerce in Francia:

- il 15,7% degli utenti e-commerce si colloca nella fascia 18-24 anni
- il 22,4% nella fascia 25 -34
- il 22,7% nella fascia 35-44
- il 22% nella fascia 45-54
- il 17,2% nella fascia 55-64

Si ha quindi una distribuzione abbastanza omogenea per fasce di età. Le fasce di reddito sono equamente rappresentate nei consumatori e-commerce in Francia:

- il 32,9% di essi è riconducibile ad un reddito basso
- il 34% ad un reddito medio
- il 33,1% ad un reddito alto (Statista, 2021).

Da queste informazioni emerge quindi un quadro chiaro: i consumatori francesi hanno ampio accesso a internet e sono dotati dei

corretti supporti digitali per poter acquistare online, inoltre questa pratica sembra essersi profondamente radicata nel tempo in tutte le fasce di età della popolazione.

## ■ TREND E RIFERIMENTI

Relativamente ai trend tecnologici in atto nel paese, va segnalato che nell'ambito del pacchetto di stimolo francese Plan de Relance, il governo prevede di spendere 8,28 miliardi di dollari per investimenti digitali a sostegno di startup, infrastrutture e trasformazione digitale. La crescita nel 2021 sarà stimolata da un aumento della spesa IT, dalla trasformazione digitale, dalla migrazione al cloud, da politiche di lavoro ibride e da un aumento generale del reclutamento di forza lavoro per questo settore critico. Negli ultimi anni, i governi francese e dell'UE hanno iniziato a implementare nuove politiche digitali, come la legge sui mercati digitali e la legge sui servizi digitali, che potrebbero influenzare significativamente il modo in cui le aziende estere operano in questi mercati. Secondo un report UE sul mercato e-commerce

francese, una tendenza molto significativa in Francia è il cambiamento del comportamento e dell'atteggiamento dei consumatori nei confronti dei prodotti di seconda mano. Oltre il 50% dei consumatori dichiara infatti di aver acquistato un prodotto di seconda mano e il 70% dei consumatori francesi ha affermato di aver venduto personalmente oggetti usati su internet attraverso siti come Vinted, che è molto diffuso in Francia.

Per quanto riguarda il settore B2B francese, poco più del 20% delle aziende francesi ha effettuato acquisti per via elettronica (US I.T.A, 2021). La maggior parte delle transazioni viene stimata per acquisti nel settore dei viaggi e trasporti (53%), seguiti da alcuni settori come le forniture per ufficio (33%), le forniture informatiche (30%), le forniture mediche (25%). I principali criteri con cui le imprese francesi scelgono i loro fornitori tramite canali digitali B2B sono le politiche sui prezzi, la facilità del processo di ordine e l'immediata disponibilità del prodotto (Statista,2021).



# SACE

SCOPRI DI PIÙ SU

[WWW.SACE.IT](http://WWW.SACE.IT)