
FRANSA PAZAR BİLGİLERİ

2025

İçindekiler

1.	DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI.....	3
1.1.	Dış Ticaret Mevzuatı (İthalat Rejimi, İhracat Rejimi)	3
1.2.	Gümrük Vergileri.....	6
1.3.	İç Vergiler ve Oranları	7
1.4.	Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar	8
1.5.	Test, Muayene ve Belgelendirme	9
1.6.	Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (GÜS) (<i>La Responsabilité Élargie du Producteur-REP</i>)	10
1.7.	Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme	17
1.8.	Teknik Engeller	19
2.	PAZARIN ÖZELLİKLERİ	19
2.1.	Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları.....	19
2.2.	Dağıtım Kanalları.....	20
2.3.	Tüketici Tercihleri.....	21
2.4.	Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler	22
2.5.	Kamu İhaleleri.....	22
3.	ÖNEMLİ SEKTÖRLER	24
3.1.	Tarım ve Hayvancılık.....	24
3.2.	Sanayi	25
3.3.	Hizmetler.....	26
3.4.	Ulaştırma.....	27
3.5.	Turizm	29
3.6.	Madencilik.....	30
3.7.	Enerji.....	30
4.	ŞİRKET KURULUŞU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER.....	31
4.1.	Şirket Türleri	31
4.2.	Şirket Kurma Prosedürü	31
4.2.1.	Başvuru Mercı ve İstenen Belgeler	31
4.2.2.	İrtibat Bürosu Kuruluşu.....	33
4.2.3.	Şube Kuruluşu	33
4.1.1.	Firma Sorgulama.....	33
4.2.	Sigorta	34
4.3.	Bankacılık	34
4.4.	Vizeler (Çalışma, Oturma İzinleri, Geçici Çalışma Vizesi, Başvuru Mercı).....	35
4.4.1.	Türk Vatandaşları için Seyahat Vizesi	35
4.4.2.	Türk Yatırımcıların Vize, Çalışma ve Oturma İzni Temini.....	35
5.	PAZAR HAKKINDA DİĞER BİLGİLER.....	36
5.1.	İş Kültürü.....	36

5.2.	Para Kullanımı	37
5.4.	Resmi Tatiller ve Mesai Saatleri	38
5.5.	Yerel Saat	38
5.6.	Fransa Müşavirlik ve Ataşelikler Sorumluluk Bölgeleri Dağılımı Tablosu ve Haritası	39

FRANSA PAZAR BİLGİLERİ 2024

1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI

1.1. Dış Ticaret Mevzuatı (İthalat Rejimi, İhracat Rejimi)

Fransa Avrupa Birliği'nin (AB) kurucu üyesidir. Buna bağlı olarak AB'nin diğer tüm ortak politikalarıyla beraber ortak ticaret politikasını da üstlenmiş ve AB'nin ortak gümrük tarifesini uygulamaya koymuştur. AB'ye üye ülkelerden yapılan ithalat gümrük vergisinden muaftır. AB üyesi olmayan ülkelere ithal edilen ürünler için Avrupa Birliği'nin ortak gümrük tarifeleri uygulanmaktadır. Avrupa Birliği'ne üye ülkelere yapılan ithalatta izin ve miktar sınırlaması yoktur.

Avrupa Birliği Ortak Dış Ticaret Politikası

AB üyesi ülkeler arasında tesis edilen Gümrük Birliği çerçevesinde, üye ülkeler üçüncü ülkelere ithalatta ortak kuralları uygulamaktadır.

Bu çerçevede, ticaret politikası münhasıran AB'nin yetki alanına girmekte ve "Ortak Ticaret Politikası (OTP)" olarak adlandırılmaktadır. OTP, ortak gümrük tarifeleri; çok taraflı, bölgesel ve ikili ticaret anlaşmaları; üçüncü ülkelere uygulanan tek taraflı tavizler ve ticari savunma araçlarını kapsamaktadır. OTP çerçevesinde, mal ticaretinin yanı sıra hizmetler, ticaretle bağlantılı fikri mülkiyet hakları ve doğrudan yabancı yatırımlar AB'nin münhasır yetki alanında yer almaktadır.

Bu doğrultuda:

AB üyesi ülkelere ortak gümrük tarifesi ve ticari savunma araçları uygulanmakta olup ürünlere uygulanan gümrük vergileri ve varsa, ürünler üzerinde bulunan ticari savunma araçlarına aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir.

(https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en)

Ayrıca, AB tarafından üçüncü ülkelere karşı yürütülen ve tamamlanan dumping, sübvansiyon ve korunma önlemleri soruşturmalarına aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir.

(<https://trade.ec.europa.eu/tdi/index.cfm>)

AB, ikili ticaret anlaşmaları bağlamında aktif bir ticaret politikası izlemektedir. AB tarafından yeni nesil Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA) ile mal ticaretinin yanı sıra, hizmetler, kamu alımları, fikri mülkiyet hakları, sürdürülebilir kalkınma gibi ticaret ile ilgili alanları da içeren kapsamlı STA'lar müzakere edilmekte ve akdedilmektedir. AB'nin STA'ları hakkında detaylı bilgiye aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

(<https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/negotiations-and-agreements>)

AB, Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi (GTS) kapsamında Gelişme Yolundaki Ülke (GYÜ) ve En Az Gelişmiş Ülkeler (EAGÜ) belirli dönemler için geçerli olacak şekilde tek taraflı olarak vergi tavizleri sağlamaktadır. Halihazırda uygulanan GTS Rejimi, düşük ve düşük orta gelirli ülkeler için gümrük tarifelerini tamamen ya da kısmen kaldıran Standart GTS Rejimi; sürdürülebilir kalkınma ve iyi yönetişimin sağlanmasını teşvik etmek üzere GTS Rejimi ekinde sayılan Uluslararası Konvansiyonları onaylamaları ve uygulamaları şartıyla gelişmekte olan ülkeler için tarifeleri sıfırlayan GTS + ve silah ve mühimmat hariç olmak üzere en az gelişmiş ülkelere gelen diğer malların vergisiz ve kotasız olarak AB pazarına girmesine imkan tanıyan Silahlar Hariç Her Şey (Everything But Arms-EBA) düzenlemelerini içermektedir. Güncel GTS yararlanıcısı ülkelerin listesine aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

(<https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/development/generalised-scheme-of-preferences/>)

Konu ile ilgili AB hukuku kısıtlamaları, ilgili AB düzenlemelerinde ve elektronik gümrük tarifesinde bulunabilmektedir. Malların serbest dolaşımına ve küresel ticarete rağmen, belli mallar ithalat ve ihracatta kısıtlamalara tabi olabilmektedir. Hem ulusal hem de Avrupa hukukundan kaynaklanan bu özel kurallar ithalat ve ihracatta yasak ve kısıtlamalara neden olmaktadır. Bu yasak ve kısıtlamalar temelde: kamu düzeninin korunması, çevrenin korunması, insan sağlığının korunması, hayvanların korunması, bitkilerin korunması, sınai mülkiyet haklarının korunması, kültürel mirasın korunması için gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte belirli mallara bazı ülkeler için kısıtlamalar uygulanabilmektedir. Dış Ticaret Mevzuatı ile ilgili Fransa ve AB düzeyindeki ayrıntılı bilgilere aşağıdaki internet sayfaları üzerinden ulaşılabilir:

Trade - European Commission - Import And Export Rules <https://ec.europa.eu/trade/import-and-export-rules>

AB üyesi ülkelerle mal ticareti (ithalat veya ihracat) yapılması için, bir gümrük beyannamesi doldurulması gerekmektedir. Formun biçimi, içeriği ve uygulama hükümleri AB Gümrük Kanunu (Code des Douanes de l'Union-CDU) tarafından belirlenmektedir.

Söz konusu beyannamenin oluşturulmasında üç temel gereklilik bulunmaktadır:

- Ürünün cinsi (gümrük isimlendirmesinde ürünün sınıflandırılması-gümrük tarife istatistik pozisyonu),
- menşei (veya varış yeri)
- malın değeri.

1.1.1. İthalat Rejimi

Üçüncü ülkelerden (AB üyesi olmayan ülkelerden) mal ithalatı serbest ticaret rejimi altında gerçekleştirilmektedir. Bu genel kurala istisna olan durumlar da bulunmaktadır. Gözetim, sertifika veya izin gerektiren bazı malların ithalatı, ek belgeler veya izinler gerektirebilmektedir.

1) Gözetim Rejimi: Malların ithalatı AB Topluluğu Gözetim Belgesinin (Community Surveillance Document) düzenlenmesini gerektirmektedir. (Düzenleme Örneği; 28 Nisan 2016 tarih ve 2016/670 sayılı Komisyon Uygulama Yönetmeliği: Belirli üçüncü ülkeler menşeli bazı demir ve çelik ürünlerinin ithalatının önceden izlenmesini öngörmektedir.)

2) Sertifika Rejimi: Bazı tarım ürünlerinin ithalatı için AGRIM isimli ithalat sertifikası gereklidir. Bu belgeler, temel dış ticaret operasyonlarının önceki istatistiksel kontrolünü yapmak, ithalat tarife kotalarını yönetmek ve olası koruma önlemleri için bilgi sağlamak gibi birçok farklı amaçla düzenlenmektedir. İthalat sertifikası gerektiren ürün örneği: 04.04.20 GTIP'li rendelenmiş veya toz haline getirilmiş her türlü peynir.

3) Yetkilendirme rejimi: Topluluk kısıtlamalarına maruz kalan malların ithalatı, ithalat yetkisi gerektirmektedir. Örnek: Savunma sektörü malzemeleri, diğer malzemeler ve çift kullanımlı mallar ile teknolojileri.

- Vahşi hayvan türleri ve bitkilerin uluslararası ticaretinin kontrolü (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora-CITES)
- Ticari Kalite Kontrolü (PRE/3026/2003 sayılı düzenlemenin ekinde yer alan ürünlerin gümrükten geçebilmeleri için ticari kalite sertifikası sunması gereklidir.) (Örnek ürünler: soğan, sarımsak, taze incir, narenciye meyveler, zeytinyağı, vb.)
- Sanayi Güvenlik Kontrolü (Bazı ürünler güvenliklerini doğrulamak amacıyla ek kontrollere tabiidir. Bu ürünler için bir kontrol belgesi verilmesi gereklidir.) (Örnek ürünler: odun parçaları tahtaları, halılar ve diğer tekstil yer kaplamaları, bebek giysileri ve insan olmayan yaratıkları ve hayvanları temsil eden içi doldurulmuş oyuncaklar, vb.)

Özel Düzenlemelere ve Ambargoya Tabi Ürünler: Belirli mallara yönelik özel düzenlemelerin amacı, ülkeyi, tüketicileri/vatandaşı ve çevreyi korumaktır. Kısıtlamaya veya güvenlik önlemlerine tabi ürünler, güvenlik belgesi düzenleyen yetkili bakanlıklar tarafından kontrol edilmektedir. Bu belge, malların yasal olarak ithal veya ihraç edilebileceğini onaylamaktadır. Kamu düzeni belgesi (DOP -Le document d'ordre public), malların ithalatı ve ihracatı için yasal gerekliliklerin karşılandığını doğrulayan kendi alanında yetkili makam tarafından düzenlenmektedir. Gümrük, bu belgenin gümrük beyannamesi unsurlarına uygun olmasını sağlamaktadır.

Özel düzenlemeye ve kısıtlamaya ve ambargoya tabi ürünlerin hangileri olduğu ithalat veya ihracat yapılacak ülkeye göre değişebileceği gibi (*Örneğin belirlenmiş ülkeden kiraz ithalatının yasaklanması*) belirli bir ürün grubuna (*AB ülkeleri haricindeki ülkelerden yapılacak patlayıcı madde ithalatı gibi*) yönelik olarak da uygulanabilmektedir. Belirli kategorilerdeki gemiler, tekneler ve diğer gemiler için ve sondaj veya üretim platformları için ürünler, sivil hava taşıtları ve sivil hava taşıtlarında kullanılacak mallar, eczacılık ürünleri bu kapsamda yer almaktadır.

Bir ürünün ithalatının yasak olup olmadığını kontrol etmek için Avrupa Komisyonu TARIC veri tabanında özel bir aramanın yapılması tavsiye edilmektedir. Avrupa Komisyonu TARIC veri tabanına aşağıdaki adresten ulaşılabilir.

https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?callbackuri=CBU-36&Lang=en

Firmaların Fransa'ya İhracat Öncesi Yapması Gereken İşlemler

Merkezi AB dışında bulunan bir şirketin, yasal varlığını onaylayan ticaret sicilini gösteren tasdikli bir belgenin sağlanması gerekmektedir.

EORI (Ekonomik Operatör Kayıt ve Kimlik Numarası), AB gümrük işlemlerinde ekonomik operatörlerin tanımlanması için kullanılan benzersiz bir numardır. AB'de ithalat ve ihracat yapan tüm işletmelerin bu numaraya sahip olması gerekmektedir.

Fransa'da veya başka bir AB üye ülkesinde gümrük işlemleri gerçekleştiren şirketlerin EORI numarası alma gerekliliği aşağıdaki durumlara göre belirlenir:

- **AB'de Yerleşik Şirketler:**

- Fransa'da kurulmuş şirketler, EORI numarası almak zorundadır. Fransa'da EORI numarası, şirketin SIRET numarasının başına "FR" ülke kodu eklenerek oluşturulur ve bu numara ilgili ulusal kayıt birimine bildirilerek geçerlilik kazanır.
- AB'nin başka bir üye ülkesinde kayıtlı olan bir şirket, kendi ülkesinde aldığı EORI numarasını Fransa'daki gümrük işlemlerinde kullanabilir. Ayrıca, EORI numarası AB genelinde geçerlidir ve her ekonomik operatörün yalnızca bir EORI numarası olmalıdır.

- **AB Dışında Yerleşik Şirketler:**

- AB dışında yerleşik bir şirket, AB içinde gümrük işlemi yapacaksa mutlaka bir EORI numarasına sahip olmalıdır. Bu numara, ilk gümrük işleminin yapılacağı AB ülkesinin gümrük idaresinden alınmalıdır.

Başka bir üye ülkede merkezi bulunan teşebbüsler, aynı üye devlette kayıtlı olmalıdır. Öte yandan, gümrük mevzuatı ile ilgili faaliyette bulunmayan kişilerin EORI numarasına sahip olmaları gerekmemektedir.

Eylül 2020'den bu yana, EORI numarası hem başvuru sahibi (firma) hem de temsilcisi için zorunlu hale gelmiştir. Bu düzenleme, her iki tarafın da bir hak sahibi adına müdahale talep etme yetkisini kapsamaktadır. Dolayısıyla, hem firmanın hem de temsilcisinin kendi EORI numarasına sahip olması gerekmektedir.

Fransa dışında ikamet eden firmalar, EORI numarası taleplerini ilgili gümrük idaresinin web sitesi üzerinden temsilcileri aracılığıyla gerçekleştirebilirler. Başvurunun onaylanmasının ardından, EORI numarası tahsis edilir ve bu numara genellikle hemen kullanılabilir hale gelir.

Şirketler, SOPRANO platformu, EORI bölümü aracılığıyla dijital olarak bir EORI numarası talep edebilmektedir. SOPRANO, gümrüklerin profesyonellere sunduğu tüm gümrük ve mali yetki taleplerini yöneten çevrimiçi bir hizmettir.

<https://www.douane.gouv.fr/service-en-ligne/demande-dautorisation-douaniere-et-fiscale-soprano>

SOPRANO sitesine ulaşmakta zorluk yaşandığında durumlarda, aşağıda bağlantı adresi verilen formdan da yararlanılması mümkündür. https://www.formulaires.service-public.fr/gf/cerfa_13930.do

İstenen Belge: Merkezi Avrupa Birliği dışında bulunan bir şirketin, yasal varlığını onaylayan ticaret sicili.

Üçüncü ülkelerden (AB üyesi olmayan ülkelere) mal ithalatı serbest ticaret rejimi altında gerçekleştirilmektedir. Ancak gözetim, sertifika veya izin gerektiren bazı malların ithalatı için ek belgeler veya izin gerektirebilmektedir. Belirli kategorilerdeki gemiler, tekneler ve diğer gemiler için ve sondaj veya üretim platformları için ürünler, sivil hava taşıtları ve sivil hava taşıtlarında kullanılan mallar, eczacılık ürünleri, çeşitli kap ve paketleme malzemeleri bu kapsamdaki ürünlerdir.

1.1.2. İhracat Rejimi

İthalatta olduğu gibi AB üyesi olmayan üçüncü ülkelere mal ihracatı serbest ticaret rejimi çerçevesinde yapılmaktadır:

1) Gözetim Rejimi: Bu rejim hem AB mevzuatında ve hem de ulusal mevzuatta yer almaktadır. Ürünler bazında gözetim rejimine ilişkin güncel bilgilere <https://www.douane.gouv.fr/rita-encyclopedie/public/accueil/init.action> adresinden erişmek mümkündür.

2) Sertifika Rejimi: AGREX isimli ihracat sertifikası bazı tarım ürünlerinin ihracatında istenebilmektedir. Bu sertifikayla ticari operasyonların istatistiki kontrolü ve ihracat iadelerinin idaresinin yapılması amaçlanmaktadır.

3) Yetkilendirme rejimi: Savunma malzemeleri, diğer malzemeler ve çift kullanımlı mallar ve teknolojileri ürünlerinin ihracatı ile yaptırımlara veya kısıtlayıcı önlemlere maruz kalan ülkelere yapılan ürünlerin ihracatını yetkilendirmektedir.

1.2. Gümrük Vergileri

Fransa, AB üyesi olması nedeniyle AB dış ticaret mevzuatına ve uygulamalarına tabidir. Türkiye ve AB arasında 01/01/1996 tarihinde tesis edilmiş Gümrük Birliği çerçevesinde genel bir kural olarak sanayi malları karşılıklı ticarete gümrük vergisinden muaftır. Bazı tarım ürünlerinde tarife kontenjanları bulunmaktadır.

Ürünlerle ilgili geçerli vergi oranlarına aşağıda verilen bağlantıdan ulaşılabilir.

https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?callbackuri=CBU-%2036&Lang=en

Türkiye ile AB arasındaki Gümrük Birliği Anlaşması kapsamında yer alan ürünler için gümrük vergisi veya herhangi bir limit kısıtlaması bulunmamaktadır. Bu anlaşmanın temeli 1963'te imzalanan Ankara Anlaşması ve 1970'de imzalanan Ek Protokol'e dayanmaktadır.

Gümrük Birliği, sanayi ürünleri ve işlenmiş tarım ürünlerini kapsamaktadır. Gümrük Birliği sınırlarında üretilen ve elde edilen mallar ya da Gümrük Birliği'nde serbest dolaşıma sokulan mallar bu gümrük statüsünün kanıtı olan A.TR Belgesi eşliğinde Gümrük Birliği topraklarına herhangi bir yerde serbestçe dolaşma hakkına sahiptir.

1.3. İç Vergiler ve Oranları

1.3.1. KDV

Fransa'da Katma Değer Vergisi (KDV), çoğu mal ve hizmetin satışında uygulanan bir vergidir ve işletmeler tarafından tahsil edilerek Fransız Devlet Gelir İdaresi'ne iletilmesi gerekmektedir. Standart KDV oranı %20'dir ve bu oran, dünya genelindeki en yüksek KDV oranları arasında yer almaktadır.

Standart %20 KDV oranı, piyasadaki ürün ve hizmetlerin çoğuna uygulanmaktadır. Ancak, bazı ürün ve hizmetler için indirimli KDV oranları geçerlidir:

- **%5,5 indirimli oran:** Temel gıda ürünleri, kişisel hijyen ürünleri, engellilere yönelik ekipman ve hizmetler, kitaplar, kültürel etkinlikler, gaz ve elektrik abonelikleri, bazı sanat eserlerinin ithalatı gibi ürün ve hizmetlere uygulanmaktadır.
- **%2,1 özel KDV oranı:** Sosyal güvenlik tarafından geri ödenebilen ilaçlar, kasaplık ve şarküteri amaçlı canlı hayvanların satışı, televizyon lisans ücretleri, bazı gösteriler ve basın gibi belirli alanlarda kullanılmaktadır.

İşletmelerin KDV beyannamelerini izleyip doğrulamak amacıyla, bir Fransız KDV numarası veya başka bir tanımlayıcı ile kayıt yaptırımları gerekebilmektedir. KDV tahsilatı, tüccarın sorumluluğundadır ve uygun vergi miktarlarının toplanmaması veya bildirilmemesi ciddi cezalara yol açabilmektedir.

1.3.2. Özel Tüketim Vergileri

Ürünler üretildiklerinde veya satıldıklarında ödenmektedir. AB, ürünlerin her biri için ödenmesi gereken minimum tüketim vergisi miktarını belirlemektedir. Ancak üye ülkeler başka vergiler de uygulayabilmektedir. AB ülkelerinde uygulanan özel tüketim vergisi ayrıcalıklı rejime tabidir. Alkol ve alkollü içecekler ve tütün mamulleri elektrik ve belirlenmiş enerji kaynakları özel tüketim vergisine tabidir.

Fransa'da alkollü içecekler ve tütün ve mamulleri bu vergiye tabidir.

1.3.3. Sosyal Güvenlik Katkısı

Ek olarak alkollü içeceklerden alınmaktadır ve oranlar yıllık olarak ürün bazında belirlenmektedir.

1.3.4. Diğer Vergiler

Kurumlar vergisi oranı %25'tir. KOBİ niteliğinde olup cirosu 7,6 milyon Avronun altında olan ve belli şartları taşıyan şirketler 42.500 Avroluk ilk dilimde %15 vergiye tabidir.

Fransa'da kurumlar vergisi oranı 2025 yılı itibarıyla %25 olarak belirlenmiştir. Ayrıca, yıllık cirosu 7,6 milyon Avronun altında olan ve belirli şartları taşıyan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ'ler), 42.500 Avroya kadar olan kazançları için %15'lik indirimli vergi oranından yararlanabilmektedir.

Fransa'da kurulan yabancı menşeli şirketler, Fransa'daki kazançları üzerinden vergilendirilmektedir

<https://www.impots.gouv.fr/professionnel/imposition-des-resultats>

<https://www.impots.gouv.fr/international-professionnel/corporation-tax-1>

<https://www.impots.gouv.fr/international-professionnel/tax4business>

Gelir vergisi ise gelir seviyelerine göre farklılık göstermekte ve vergilendirilecek miktar her sene yeniden belirlenmektedir. Ayrıca hanede bulunan kişi sayısı da ödenecek vergi miktarında belirleyici bir rol oynamaktadır. 2025 yılı için (2024 gelirlerine uygulanacak) vergi dilimi, 2025 yılı için çıkarılan maliye yasasıyla belirlenmişti. Bu oran, 11.497 Avroya kadar %0 olmakla birlikte artan gelire göre %11, %30, %41 ve %45 (180.294 Avro üzeri) oranlarda vergi alınmaktadır.

<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F1419>

<https://www.impots.gouv.fr/international-professionnel/tax-obligations-businesses-without-permanent-establishment-france>

1.4. Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar

AB'nin Ürünlere Dair Teknik Mevzuatı

Bir ürünün AB pazarına girebilmesi için regülasyon ve direktiflerden oluşan ve AB'nin Resmi Gazetesi olan EURLEX'de yayımlanan teknik mevzuata uygun olarak üretilmesi ve piyasaya arz koşullarını sağlaması gerekmektedir. AB'nin teknik mevzuatı, temel kuralları belirleyen genel mevzuatın yanı sıra, ürünlere ilişkin teknik kurallarını ortak bir şekilde düzenlediği regülasyonlar ve direktifler (örn: oyuncaklar, makineler, asansörler, tıbbi cihazlar, yapı malzemeleri, kimyasallar vs.) ile ortak bir düzenlemenin bulunmadığı üye ülkelerin kendi düzenlemelerini yaptığı mevzuattan (kırtasiye ürünleri, mobilyalar, saatler vs.) oluşmaktadır.

Ülkemiz, 1996'da yürürlüğe giren Gümrük Birliği gereğince AB'nin ürünlere ilişkin teknik mevzuatını ve sistemini uyumlaştırmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye AB'nin CE işareti, onaylanmış kuruluşlar, piyasa gözetimi ve denetimi, AB'nin ortak bir düzenlemesi olmayan alanda karşılıklı tanımayla ilgili kurallarını ve sektörel mevzuatını ulusal mevzuatına aktarmıştır. Ülkemiz, AB'de yenilenen sektörel mevzuatı da takip etmekte ve iç mevzuatına aktarmaktadır.

Ülkemizde, AB mevzuatı kapsamında atanmış onaylanmış kuruluşların listesi ise güncel olarak AB'nin Yeni Yaklaşım Onaylanmış Kuruluş Bilgi Sistemi'nde (NANDO) yayımlanmaktadır. Sonuç olarak, Türkiye'nin AB ile uyum sağladığı veya düzenlenmemiş alanda yer alan sektörlerle ilişkin olarak Türk ürünlerin test/belgelendirmeye ihtiyaç olmaksızın AB menşeli ürünlerle eşit muameleye tabi tutulması ve malların serbest dolaşımı ilkesi kapsamında ithalat kontrollerine tabi tutulmaması gerekmektedir. Bu kapsamda, Türkiye'de üretilen ürünler, AB'de üretilmiş ürünlere eşdeğer güvenlik ve kalite düzeyindedir.

AB teknik mevzuatına ilişkin ayrıntılı sorular için abteknik@ticaret.gov.tr adresi ile irtibata geçilebilir. Bazı ürünler menşesine bakılmaksızın AB'nin getirdiği zorunluluklar sebebiyle birtakım mevzuatlarla sınırlandırılmıştır. Diğer taraftan, bütün Birlik ülkeleri için özellikle haklı rekabeti destekleyici çeşitli garanti sistemleri bulunmaktadır. ISO 9000 serisi ve HACCP kaliteyi garantileyen ve rekabet faktörünü ön plana çıkaran bir uygulamadır. Çevre üzerine ISO 14000 serisi ve OHSAS 18001 teknik özelliklerine göre iş kazalarını önleme sertifikası da her geçen gün daha önem kazanmıştır. GLOBALGAP (eski adıyla EUREPGAP) sertifikasının alınması zorunlu olmamakla birlikte ürün satın almada tercih nedenidir.

AB kuralları gereğince bazı sanayi ürünlerinin AB pazarına girebilmesi için AB teknik mevzuatına uyumlu olması gerekmektedir. CE işareti bu kapsamdaki uygulamalardan biridir. Birçok sanayi ürününde CE İşareti (https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking_en) bulunması zorunludur. Ürünlerin, CE işaretli olarak piyasaya sunulmasından üretici sorumludur. Ancak, eğer üretici ya da üreticinin yetkili temsilcisi AB içinde değilse, bu sorumluluğu ithalatçı yerine getirmek zorundadır. Bir başka deyişle, ithalatçı ithal ettiği ürünlerin AB normlarına uygun olduğunu garanti etmek zorundadır.

Ürünlerin pazarlanmasına ilişkin akreditasyon ve piyasa gözetimi işlemleri AB'nin 765/2008 sayılı Tüzüğü'ne göre yürütülmektedir. Anılan mevzuat, AB gümrüklerinde kontrolleri, CE uygunluk işaretleri ve akreditasyonunun yanı sıra üye devletlerde piyasa gözetiminin minimum etkilerine yönelik hükümleri düzenlemekte olup üye ülkeler tarafından işbirliği içinde uygulanmaktadır.

AB genelinde gıda ile 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 AB Ortak Tarım Politikası çerçevesinde çıkartılan EC 2200/96 sayılı kararname ile 28 Ekim 1996 tarihinde belirlenmiştir. Bu yasayla öngörülen standartlara sahip olmayan ürünler pazara sunulamamakta 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.

Fransa Standartlar Birliği (AFNOR-Association Française de Normalisation) Fransız ulusal standardizasyon kuruluşudur. AFNOR, Uluslararası Standardizasyon Teşkilatı (Organisation Internationale de Normalisation-ISO) ve Avrupa Standardizasyon Komitesi (Comité Européen de Normalisation-CEN) nezdinde Fransa'yı temsil etmektedir.

AFNOR, Norme Française (NF) olarak kısaltılan Fransız standartları ve kendi markası AFAQ ile Fransa'da işletme sistemi, ürün, hizmet ve mesleki yeterlilik konularında belgelendirme yapmakta; AB direktifleri çerçevesinde de tıbbi cihazlar, kişisel koruyucu donanımlar, çelikten inşaat malzemeleri, kireç, granüller, duman/yangın alarm ve donanımları, ateşe ve yangına dayanıklı kapı ve pencereler, beton yapıları koruyucu sistem ve ürünler, kiremitler, hidrolik yol bağlayıcıları, bitümler ve bitümlü bağlayıcılar, satıl kaplamaları gibi birçok ürün için CE belgelendirmesi yapmaktadır.

NF belgelendirmesini Fransız ithalatçılar AB teknik düzenlemelerinin öngördüğü belgelendirmeye veya AB uyumu sağlanmış standartlara ek olarak talep edebilmektedir. Bu kapsamda, NF belgesi veren temel kurum AFNOR'dur. Ancak, AFNOR tarafından tanınmış başka uygunluk değerlendirme kuruluşlarınca da NF belgesi verilebilmektedir. NF belgesi sanayi, tüketim ve çevre odaklı çeşitli ürünler ve bazı hizmetler için istenebilmektedir. Ayrıca ; aralarında ISO :14001-22301-27001-45001, OHSAS 18001, IATF 16949, HACCP de bulunan birçok uluslararası belgelendirme AFNOR tarafından yapılmaktadır.

Fransa'da Teknik ve Sanayi Standartlarla İlgili Kuruluşlar :

Ulusal Standart Kuruluşları:

AFNOR-Fransız standardizasyon Birliği (<https://www.afnor.org/en>),

UTE-Elektrik Teknik Birliği (<http://ute-asso.fr>)

ETSI-Avrupa Telekomünikasyon Standartları Enstitüsü (<https://www.etsi.org>)

Uluslararası Standartlar Ağına Entegre Kuruluşlar:

Avrupa düzeyinde:

Avrupa Standardizasyon Komitesi (CEN) ve Avrupa Elektroteknik Standardizasyon Komitesi (CENELEC) (<https://www.cenelec.eu/>)

Uluslararası düzeyde:

Uluslararası Standartlar Organizasyonu (ISO- <https://www.iso.org/home.html>)

Uluslararası Elektroteknik Komisyonu (IEC- <https://www.iec.ch/>)

1.5. Test, Muayene ve Belgelendirme

AFNOR Certification, hizmetler ve ürünler, kişiler ile ilgili yönetmeliklere uygunluk konusunda hizmet veren Fransız değerlendirme ve sertifikasyona yetkili olan Fransız kuruluşudur. AFNOR, Grup AFNOR'un bir parçası olup Fransa'daki resmi ulusal standardizasyon ve belgelendirme konularında yetkilidir.

AFNOR; grup bünyesindeki kuruluşlarla, gıda, çevre, enerji, akreditasyon, laboratuvar hizmetleri, gıda ticareti gibi konulardaki standardı oluşturmakta, belgelendirme hizmeti vermektedir. <https://www.afnor.org>

1.5.1. Uygunluk Değerlendirme

Standartlara uygunluk değerlendirme, AB mevzuatına uygunluğun sağlanmasında zorunlu bir adımdır. Burada amaç üretimin her aşamasında gerekli koşullara uyumun sağlanması ve nihai ürünün kabulünün

kolaylaştırılmasıdır. AB ürün mevzuatı üreticilere ürünlerinin kullanımı sırasında oluşabilecek risk düzeyine göre uygunluk değerlendirme aşamasında bir miktar seçme hakkı sunmaktadır. Bu seçenekler öz sertifikasyon, tip inceleme ve ürün kalite kontrol sistemi, tam kalite güvencesi olabilmektedir. AB üyesi ülkelerin uygunluk değerlendirme kuruluşları listesi Avrupa Komisyonunun web sitesinde yer almaktadır (NANDO)- <http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/nando/>)

Nihai ürünün pazara girişini kolaylaştırmayı sağlayan bazı zorunlu olmayan değerlendirme programları bulunmaktadır. Bunlar hakkında bilgi CEN-CENELEC'ten temin edilebilmektedir. CEN (Avrupa Standardizasyon Komitesi) ve CENELEC (Avrupa Elektroteknik Standardizasyon Komitesi)'dir. (<https://www.cencenelec.eu/>)

Gerekli Belgeler :

- CMR (Convention Marchandise Routier) belgesi : Uluslararası kara yolu taşımacılığında kamyonla yapılan taşımalarda uluslararası CMR Anlaşması gereğince düzenlenen, koşulları standardize ederek taşıyıcının sorumluluklarını belirleyen mal taşıma belgesidir. Türkiye'nin "Eşyaların Karayolundan Uluslararası Nakliyatı İçin Mukavele Sözleşmesi (CMR) Konvansiyonuna katılması, 07.12.1993 tarihli ve 3939 sayılı Kanunla uygun bulunmuştur. Konvansiyona 2009 yılı itibarıyla Fransa ve Türkiye'nin dahil olduğu 56 ülke taraf olmuştur.
- Ticari fatura,
- Kambiyo Senedi ile (DEB aracılığıyla Intrastat),
- Çeki (Paketleme) listesi.
- Bireysel vergi kimlik numarası : AB'de KDV'den sorumlu herhangi bir işletmenin, vergi servisi tarafından verilmiş bir bireysel vergi kimlik numarası bulunmaktadır. Firmanın bu numarayı faturalarına, mal değişim beyanlarına ve KDV iadelerine eklemesi gerekmektedir. Fransa'da yerleşik şirketler için numara ; FR kodu, 2 rakamlı veya harfli bir elektronik anahtar ve şirketin (SIREN) numarasından oluşmaktadır (9 haneli).

1.6. Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (GÜS) (*La Responsabilité Élargie du Producteur-REP*)

Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (GÜS), belirli ürün türleri için atık önleme ve atık yönetiminin düzenlenmesine yönelik özel düzenlemelerdir. Bu düzenlemeye göre üreticiler (*üreticiler, distribütörler veya ithalatçılar*) yani belirli ürünlerin piyasaya sürülmesinden sorumlu olanlar, kullanım ömürlerinin sonunda bu ürünlerden kaynaklanan atıkların önlenmesi ve atık yönetiminin finansmanını sağlamak veya bu süreci organize etmekle de sorumludur.

Üreticiler GÜS'den kaynaklanan bu yükümlülüklerini yerine getirmek için kamu makamları tarafından onaylanan ve kar amacı gütmeyen eko-kuruluşlar çerçevesinde kolektif olarak örgütlenmektedir. Bu sistemden en çok yararlanan ülkelerden biri olan Fransa'da şu anda on iki atık yönetim kanalı bu ilkeye göre faaliyet göstermektedir.

Fransa'da GÜS ilkesi 1975'ten beri yasalarda yer almaktadır. O dönemde, bu ilkeyi düzenleyen Çevre Kanunu'nun L. 541-10. Maddesinde, "Bu ürünlerin veya bunların üretiminde kullanılan unsur ve malzemelerin üreticileri, ithalatçıları ve dağıtıcıları, bunlardan kaynaklanan atıkların ortadan kaldırılmasını sağlamak veya buna katkıda bulunmakla yükümlü tutulabilir." hükmü yer almaktadır. GÜS sistemi Fransa'da 1 Nisan 1992 tarihli ev ambalajlarına ilişkin kararname ile uygulanmaya başlamıştır. Daha sonra pil, kağıt, elektrikli ve elektronik ekipman (3E) vb. gibi birçok ürün sektörünü kapsayacak şekilde genişletilmiştir.

Fransa'da, 10 Şubat 2020 tarihinde yürürlüğe giren Döngüsel Ekonomi için Atıkla Mücadele Yasası (*AGEC-2020-105 sayılı Kanun*), atıkları sınırlandırmak ve doğal kaynakları, biyoçeşitliliği ve iklimi korumak amacıyla üretim ve tüketim modelindeki değişimi hızlandırmıştır. Yasa ile AB'nin Tek Kullanımlık Plastik (SUP) Direktifi iç hukuka aktarılmıştır.

AGEC yasası, GÜS sektörlerinin organizasyon sistemini derinlemesine dönüştürmektedir. AGEK yasası ile GÜS sisteminin amacı, yalnızca üretilen atığın işlenmesi değil, aynı zamanda atığın önlenmesi de amaçlanmaktadır. Çevre Kanunu'nun L. 541-10 sayılı maddesi değiştirilerek, GÜS sektörlerinin özellikle ürünlerin yaşam döngüsünün uzatılmasını ve ayrıca onarım ile yeniden kullanımını eko-tasarım yaklaşımıyla teşvik etmeleri zorunlu hale getirilmiştir.¹

i. Eko-örgütler Yoluyla Kurulan Kolektif Sistem

Bu sistemde, piyasaya sürülen her ürün için üyeler (*üreticiler, distribütörler veya ithalatçılar*), ait olduğu eko-kuruluşa bir eko-katkı payı ödemektedir. Eko-kuruluş üye üreticilerinin sorumluluğunu üstlenir.

Katkı payı veya finansal modeli: Eko-örgütler, üyeler (*üreticiler, distribütörler veya ithalatçılar*) tarafından ödenen eko-katkı paylarını toplar ve toplanan katkı paylarını, atıkların toplanması için yerel makamlara veya ilgili operatörlere dağıtır,

Operasyonel model: Eko-örgüt üreticilerden eko-katkı paylarını toplar ve bu katkı paylarını atıkların toplanması ve işlenmesi hizmetini veren şirketlerle sözleşme yapmak için kullanır.

Uygulamada, eko-kuruluşlar bu iki finansman modelinin tamamını veya bir kısmını uygulamaktadır.

Eko-kuruluşların kuruluş şartları, sektörler arası komisyona danışıldıktan sonra Çevre Bakanı tarafından çıkarılan bakanlıklar arası kararname ile belirlenmektedir.

Uygulamada, eko-örgütler GÜS yükümlülüklerine tabi birkaç üreticiden oluşmakta ve üyeleri tarafından ödenen eko-katkılar ile finanse edilmektedir.

ii. Bireysel Sistem:

Bir üreticinin yükümlülüklerini bireysel bir toplama ve arıtma sistemi kurarak kendisinin yerine getirmeyi tercih etmesi durumunda, atık haline gelen tüm ürünlerinin ulusal topraklardaki herhangi bir noktada ücretsiz olarak geri alınmasını sağlaması gerekmektedir. Bu nedenle ürünlerin, menşelerinin belirlenebileceği ve uygulanan toplama sisteminin etkinliğinin sağlanabileceği bir şekilde işaretlenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda doğabilecek zararların tanzimi için mali bir garantiye ihtiyaç duyulmaktadır.

1.6.1. Eko-katkı:

Kurulan eko-kuruluş, üyelerinin, yani üreticilerinin çevresel sorumluluklarını yerine getirmelerini sağlar. Piyasaya sürülen her ürün için üretici, ait olduğu eko-kuruluşa bir eko-katkı payı ödemektedir.

Eko-katkı miktarı, her bir eko-örgüt tarafından belirlenen bir ölçeğe göre hesaplanmaktadır. Ödenecek eko-katkı miktarı, piyasaya sürülen ürünün türü ve kullanım ömrü sonunda atık yönetiminin maliyeti ile doğrudan bağlantılıdır. Eko-katkılar, üreticilerin yükümlülüklerini yerine getirebilmesi için gereken tüm finansmanı sağlar. Bu yükümlülükler arasında önleme, yeniden kullanım, toplama, ayırma, geri dönüşüm ve bilinçlendirme gibi işlemler bulunur. Özellikle ürünlerin eko-tasarımında çevresel teşvik kriterlerine uyulması durumunda, katkı oranları değişebilir. AGEK yasasına göre, ürün, çevresel kriterleri yerine getiriyorsa (bonus) ödenen katkı payı miktarı azaltılabilmekte veya ürün çok kirletici ise (atık) bu miktar artırılabilir. Buna eko-modülasyon denilmektedir. Bu nedenle atık üretimini sınırlandırmak ve geri kazanımını kolaylaştırmak, üreticilerin yararınadır.

Eko-katkılar devlet tarafından toplanamamakta ve miktarları devlet tarafından belirlenmemektedir. Bu nedenle eko-katkılar bir vergi değildir. Eko-katkı, üreticinin, atıklarının arıtılmasıyla ilgilenebilmesi için kendi eko-örgütüne ödediği mali bir bedeldir.

"Kirleten öder" prensibinin bir neticesi olarak üretici tarafından ödenen eko-katkı, daha az yerel vergi ödenmesini de beraberinde getirmektedir.

¹ https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000041599099/

1.6.2. Fransa'da Genişletilmiş Üretici Sorumluluğuna Tabi Olan/Olacak Ürünler:

AGEC yasasından önce mevcut olan sektörler:

1. Ev ambalajı ve kağıt
2. Elektrikli ve elektronik ekipman,
3. Mobilyalar,
4. Tekstil ürünleri,
5. Piller ve akümülatörler,
6. Kimyasallar,
7. Lastikler,
8. Ömrünü tamamlamış araçlar,
9. Eğlence veya spor tekneleri,
10. Kendi kendini tedavi eden hastalar tarafından kullanılan tıbbi cihazların delinmesi,
11. Kullanılmayan ilaçlar.

Mevcut sektörler ek olarak AGECE yasası ile oluşturulan yeni sektörler:

1. Profesyonel ambalajlar
2. İnşaat sektöründen inşaat ürünleri veya malzemeleri,
3. Oyuncaklar,
4. Spor ve eğlence ürünleri,
5. Kendin yap ve bahçe ürünleri,
6. Mineral veya sentetik yağlar,
7. Sakız (2024),
8. Tek kullanımlık sihi ürünler,
9. Plastik içeren balıkçılık malzemeleri,
10. Tıbbi cihazlar (olasılık)

1.6.3. Katılımcı Bir Yönetişim Modeli: EPR Sektörler Arası Komisyonu

Paydaşlar arasında istişare, sürdürülebilir sektörlerin birlikte inşasında kilit unsurlardan biridir. İstişare, sektör yönetim organı olan Sektörler Arası GÜS Komisyonu aracılığıyla sağlanmaktadır. Özellikle her bir sektör için çerçeve ve hedefleri belirleyen taslak şartnameler ve eko-örgütlerin onaylanması konusunda komisyonun görüşleri alınır.

Komisyon, her biri üreticileri, yerel yönetimleri, dernekleri, atık yönetimi operatörlerini ve Devleti temsil eden 5 üyeden oluşmaktadır.

Çevre Kanunu: madde D.541-6-1 (komisyonun oluşumu)

Komisyon Başkanı: Jacques VERNIER

Komisyon sekreteryası: secretariat-cifrep@developpement-durable.gouv.fr

1.6.4. Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu Özgün Numarası

1 Ocak 2022 tarihinden itibaren, GÜS ilkesine tabi şirketlerin, AGECE hükümleri uyarınca ADEME (Fransız Çevre ve Enerji Yönetimi Ajansı) tarafından verilen özgün bir kimlik numarasına sahip olması gerekmektedir. Ürün alanlarının özgün kimlik numarası almaya başladıkları tarihler değişmekle birlikte, Fransa'da hâlihazırda üretici sorumluluğuna giren ve GÜS kaydı ile GÜS özgün numarası gerektiren ürün alanları yukarıda listelenmektedir.

Söz konusu kimlik numarası, yasaların gerektirdiği şekilde bir atık yönetim sisteminin üyesi olduğunun kanıtı niteliğindedir. Yine bu numara, GÜS yükümlülüklerine uyumun izlenmesine imkan tanımaktadır.

Fransız pazarında GÜS'ye tabi ürünleri üreten, ithal eden veya tanıtan kişilerin GÜS özgün numarasına sahip olması gerekmektedir.

1.6.5. Pazar Yerlerinin EPR Yükümlülükleri

AGEC yasası çerçevesinde Çevre Kanununa eklenen madde ile (Madde L. 541-10-9), GÜS ilkesi kapsamındaki ürünlerin uzaktan satışını yapan veya teslimatını kolaylaştıran çevrimiçi satış platformlarının veya pazar yerlerinin, 1 Ocak 2022 tarihinden itibaren bu ürünlerden kaynaklanan atıkların önlenmesini sağlaması veya atıkların önlenmesine katkıda bulunması gerektiği öngörülmüştür.

GÜS ilkesi, Çevre Kanunu Madde L. 541-10'da atıfta bulunulan tüm ürün üreticileri için geçerli olsa da, ürünlerin satışında kullanılan araçlara bakılmaksızın, üreticiler - AGECE yasasından önce - GÜS yükümlülüğünden kaçınmak için çevrimiçi satışları kullanabilmekteydi. Ancak bu yasa ile 1 Ocak 2022 itibariyle Fransa'ya ürün satan satıcıların (yurt içinden veya yurt dışından), kanunda belirtilen ürün kategorileri kapsamında GÜS yükümlülüklerini yerine getirmeleri zorunlu hale gelmiştir.

Uygulamada, satış aracısı olarak hareket eden mesafeli satış siteleri, ürün üreticisinin GÜS yükümlülüğünü hâlihazırda yerine getirdiğini gösterebildikleri durumlar dışında, platformlarından geçen ürünler için GÜS gerekliliklerini yerine getirmekle yükümlüdür.

GÜS yükümlülüğü, bir eko-örgüt üyeliğini, bu ürünlerden kaynaklanan atıkların önlenmesi ve yönetimi için eko-örgüt'e mali bir katkı payı ödenmesini ve eko-örgüt'e beyan edilmek üzere satılan ürünlerle ilgili asgari bilgilerin bulunmasını gerektirmektedir.

1.6.6. TRIMAN İşaretlerini ve Ayıklama Prosedürlerine İlişkin Bilgileri Sergileme Yükümlülüğü

AGEC yasası ile getirilen Çevre Kanunu'nun L. 541-9-3 Maddesi, ev tipi cam içecek kapları hariç olmak üzere, GÜS ilkesi kapsamındaki her ürünün, tüketiciyi ürünün ayırma kurallarına tabi olduğu konusunda bilgilendiren bir Triman işareti ile işaretlenmesi gerektiğini öngörmektedir.

Söz konusu Triman işaretinin yanı sıra, üründen çıkan atıkların nasıl ayrıştırılacağına ilişkin bilgilerin de bu işaretin yanında yer alması gerekmektedir. Ürünün çeşitli unsurları veya üründen çıkan atıklar farklı ayıklama prosedürlerine tabi ise, bu prosedürler unsur bazında detaylandırılmaktadır. Bu bilgiler, diğer hükümler uyarınca iliştirilen semboller saklı kalmak kaydıyla, ürünün üzerinde, ambalajında veya bu mümkün değilse ürünle birlikte verilen diğer belgelerde yer almaktadır.

1.6.7. Mağaza İçi Geri Alma Yükümlülüğü (Çevre Kanunu Madde L. 541-10-8'in Uygulanması)

Temel günlük ürünler, sağlanan toplama kutuları ile ilgili mağazalara geri götürülebilmektedir. Elektrikli ve elektronik ekipmanlar ve piller, iade edilen ürünle aynı türde ürün satan mağazalara bırakılabilmektedir. Bununla birlikte, ilaçlar ve delici tıbbi cihazlar eczaneye iade edilmekte ve ambalajları ayırma kutusuna konulmaktadır.

AGEC yasası, mağaza içi geri alma yükümlülüklerini yeni ürünleri de kapsayacak şekilde genişletmiştir. Bu kapsamda, 1 Ocak 2022 tarihinden itibaren mobilya ve kimyasal ürünler mağazalara iade edilebilmektedir. Bu yükümlülük 1 Ocak 2023 tarihinden itibaren oyuncaklar, spor ve eğlence ürünleri ile yapı ve bahçe malzemeleri için de geçerli olmuştur.

1.6.8. Uygulanan Cezalar

"Döngüsel bir ekonomi için atıkla mücadele" yasası, yükümlülüklerini yerine getirmeyen üreticilere, eko-örgütlere veya bireysel kişilere ceza uygulama mekanizması getirmektedir. Mevcut sistemin etkinliğini artırmak ve Çevre Kanunu ve uygulama metinlerinin hükümlerine uyulmasını sağlamak amacıyla uygulanan cezalar artırılmıştır.

Çevre Kanunu'nun L. 541-9-5 maddesi uyarınca, GÜS kapsamındaki yükümlülüklerini yerine getirmeyen bir üretici aşağıdaki cezalara tabi tutulabilmektedir:

- Piyasaya sürülen ürün başına veya ton başına 7.500 Avroya kadar para cezası;
- Günlük 20.000 Avroya kadar ceza ödenmesi;
- Aşağıdaki durumlarda 30.000 Avroya kadar ek para cezası:
 - ADEME tarafından tutulan SYDEREP kaydına kayıt yaptırılmaması;
 - Kayıta talep edilen bilgilerin doğru bir şekilde doldurmaması veya yanlış veri sağlanması;
 - EPR numarasının belirtmesi gereken materyallerde bu bilginin eklenmemesi halinde.

Çevre Kanunu'nun L. 541-9-6 maddesi uyarınca, Çevre Kanunu'nda belirtilen yükümlülüklerle aykırı hareket eden bir eko-örgüt veya bireysel sistem:

- Toplanan eko-katkıların %10'una kadar idari para cezası,
- Şartnameye uyulması için gerekli tedbirlerin tutarını içeren bir miktarı kaydetme yükümlülüğü, bu tedbirleri resen yerine getirmek için kullanılabilecektir;
- Günlük 20.000 Avroya kadar ceza ödenmesi;
- Onayın askıya alınması veya geri çekilmesi

Onaylandığı sektör için şartnamede belirlenen atık önleme ve yönetim hedeflerini karşılayamayan bir eko-örgüt veya bireysel sistem, bir iyileştirme planı uygulamakla yükümlüdür. Eko-örgüt veya bireysel sistem, hedeflere ulaşmak için bu plana tahsis edilmesi gereken kaynakların %150'sini tahsis etmelidir. Bu planın sunulmaması veya bu plana uyulmaması, Çevre Kanunu hükümlerinin ihlali durumunda öngörülen para cezası veya cezanın ödenmesi veya onayın askıya alınması veya geri çekilmesi ile cezalandırılır.

Çevre Kanunu'nda öngörüldüğü üzere, bu cezalar çevreden sorumlu bakanlığın inisiyatifiyle verilmektedir. Bu süreçte üretici, eko-kuruluş veya ihlal eden bireysel sistem, yazılı veya sözlü olarak görüşlerini sunmaya çağrılmaktadır. Kararlar açıklanmaktadır.

Eko Kuruluşlar Listesi :²

Atık Tipi	Eko-Kuruluş
Hırdavat ve Bahçe Ürünleri	Hırdavat ve Bahçe Ürünleri (ABJ) 1- Boyacının Aletleri Kategorisi: ECODDS https://www.ecodds.com/ 2- Termik Motorlu Makineler ve Cihazlar Kategorisi: Ecologic https://www.ecologic-france.com/ecologic/a-propos-d-ecologic.html 3- Hırdavat Malzemeleri Kategorisi: Ecomaison https://ecomaison.com/ Valobat https://www.valobat.fr/ 4 - Bahçe Bakımı ve Düzenlemesine Yönelik Ürünler ve Malzemeler Kategorisi:

² <https://filieres-rep.ademe.fr/eco-organismes>

	Ecomaison https://ecomaison.com/ Valobat https://www.valobat.fr/
Mobilya Parçaları	Ecomaison https://ecomaison.com/ Valdelia https://www.valdelia.org/ Valobat https://www.valobat.fr/
Ev tipi ambalaj, basılı kağıt ve grafik kağıdı	Adelphe www.adelphe.fr Citeo https://www.citeo.com/ Leko https://www.leko-organisme.fr/
Piller ve taşınabilir akümülatörler	Corepile https://www.corepile.fr/ Batribox https://www.batribox.fr/
Elektrikli ve elektronik ekipman (EEE)	<u>Hanchalkı</u> Kategori 1, 2, 4, 5, 6 ve 8 için: Ecologic https://www.ecologic-france.com/ Kategori 1, 2, 3, 4, 5, 6 ve 8 için: Ecosystem https://www.ecosystem.eco/ Kategori 7 için: Soren www.soren.eco <u>Profesyoneller:</u> Kategori 1, 2, 4, 5, 6 ve 8 için: Ecologic https://www.ecologic-france.com/ Kategori 1, 2, 4, 5 ve 6 için: Ecosystem https://www.ecosystem.eco/
Kendi kendine tedavi gören hastalar tarafından kullanılan tıbbi cihazlar	Das Tri https://www.dastri.fr/
Profesyonel Ambalajlar (EPRO)	Restorasyon Ambalajları (ER) CITEO Pro https://www.citeopro.com/

Giyim, ev tekstili ve ayakkabı	Refashion https://www.refashion.fr/
Gezi ve spor tekneleri	Aper la Plaisance https://www.recyclermonbateau.fr/
Tütün ürünlerinden kaynaklanan atıklar	Alcome https://alcome.eco/
Spor ve Eğlence Ürünleri	Ecologic https://www.ecologic-france.com/
Oyuncaklar	Ecomaison https://ecomaison.com/
Yağlayıcılar	Cyclevia http://www.cyclevia.com/
Kullanılmayan İlaçlar	Cyclamed https://www.cyclamed.org/
Kimyasal Ürünler	Ecodds https://www.ecodds.com/ Ecosystem https://www.ecosystem.eco/ PyréO https://www.pyreo.fr/
Yapı sektöründen inşaat ürünleri veya malzemeleri	<u>Kategori 1 için - Mineral ürünler ve malzemeler (cam, mineral yün ve alçı hariç)</u> Valobat http://www.valobat.fr/ Ecominero http://www.ecominero.fr/ <u>Kategori 2 için - Mineral olmayan ürünler ve malzemeler (cam, mineral yün ve alçı dahil)</u> Valobat http://www.valobat.fr/ Ecomaison https://ecomaison.com/ Valdelia https://www.valdelia.org/
Lastikler	ALIAPUR https://www.aliapur.fr/fr/ GIE FRP https://www.eo-frp.com/ TYVAL

Binek Araçlar, Kamyonetler, 2 veya 3 Tekerlekli Motorlu Araçlar ve Dört Tekerlekli Araçlar (ARAÇ)

Recycler mon véhicule
<https://www.recyclermonvehicule.fr/>

Daha fazla bilgi için:

https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000006074220/2023-03-03/

<https://filieres-rep.ademe.fr/eco-organismes>

<https://www.ecologie.gouv.fr/cadre-general-des-filieres-responsabilite-elargie-des-producteurs>

<https://expertises.ademe.fr/economie-circulaire/filieres-a-responsabilite-elargie-producteurs-rep>

<https://institut-economie-circulaire.fr/responsabilite-elargie-producteur-rep-loi-economie-circulaire/>

<https://syderep.ademe.fr/informations/INFO>

1.7. Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

AB iç pazarında ambalajlı ürünlerin serbest dolaşımını kolaylaştırmak ve tüketici korumasını sağlamak amacıyla, belirli ürünlerin nominal miktarlarının ve kapasitelerinin standardizasyonu için düzenlemeler yapılmıştır. Bu kapsamda, 15 Ocak 1980 tarihli ve 80/232/EEC sayılı Konsey Direktifi, belirli önceden paketlenmiş ürünler için izin verilen nominal miktarların ve nominal kapasitelerin aralıklarını belirlemektedir. Ancak, bu direktif 11 Nisan 2009 tarihinde yürürlükten kaldırılmıştır. Yerine, 5 Eylül 2007 tarihli ve 2007/45/EC sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi kabul edilmiştir. Bu yeni direktif, belirli ürünlerin nominal miktarlarına ilişkin düzenlemeleri güncelleyerek AB iç pazarındaki uyumu artırmayı ve ticaretteki engelleri azaltmayı amaçlamaktadır.

İlgili direktif için: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/fr/TXT/?uri=CELEX%3A32007L0045>

AB'nin Ambalaj, Paketleme, Etiketleme Mevzuatı

AB ve Ambalaj, Paketleme, Etiketleme Mevzuatı ile tüketicinin korunması göz önünde tutularak, AB içerisinde sadece AB etiketleme mevzuatına uyan ürünlerin pazarlanmasına izin verilmektedir. AB etiketleme mevzuatı, gıda, ev gereçleri, ayakkabı, tekstil vb. sektörler için zorunlu etiketleme standartları koymaktadır. Paketleme ve ambalajlama, tüketici sağlığı ve çevrenin korunması amacıyla, AB tarafından belirlenen kurallara uygun yapılmak zorundadır. Paketleme ve ambalajlamaya ilişkin temel AB mevzuatı şunlardır:

- Direktif 94/62/EC (OJ L-365 31/12/1994); paketleme ve paket artıklarına dair genel kurallar,
- 75/106/EEC ve 80/232/EEC sayılı Direktifler, paket boyutlarına dair özel kurallar getirmiştir. Ancak, 2007/45/EC sayılı Direktif ile bu iki direktif yürürlükten kaldırılmıştır. 2007/45/EC sayılı Direktif, önceden paketlenmiş ürünlerin nominal miktarlarına ilişkin yeni kurallar belirlemektedir.
- Yönetmelik (EC) 1935/2004 (OJ L-338 13/11/2004); gıda maddeleriyle temas eden malzemelere dair özel kurallar,
- Direktif 2000/29/EC (OJ L-169 10/07/2000); ağaç ve diğer bitkilerden yapılan paketlere uygulanacak bitki sağlığı kuralları. AB içerisinde pazarlanan ambalajlar, çevrenin korunmasına yönelik konulan genel kuralların yanı sıra tüketici sağlığı için herhangi bir riski önlemek amaçlı özel hükümleri yerine getirmelidir.

AB nezdinde ürün güvenliği ve gereksinimleri: https://commission.europa.eu/business-economy-euro/product-safety-and-requirements_en

AB kanunları, gıda, ayakkabı, tekstil ve kozmetik ürünleri ile tıbbi cihazlar gibi belirli sektörlerin etiketlerinde uygulanması gereken standartları belirlemektedir.

AB gönüllü bir etiketleme sistemi olan Çevre Etiket (Ecolabel) uygulamaktadır. Fransa'da da tercih edilen bu etiket, ürünlerin çevreye olan etkilerini azaltmayı amaçlamaktadır. Çevre Etiket ile ilgili bilgi https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel_en bağlantısından edinilebilmektedir.

Tüketicileri en yüksek seviyede korumak amacıyla Fransa'da sadece AB etiketleme şartlarını yerine getiren ürünler satılabilmektedir. Etiketleme şartları, tüketici sağlığını, güvenliğini ve çıkarlarını en yüksek seviyede korumayı amaçlamaktadır. Etiketlerde içerik, bileşim, güvenli kullanım hakkında bilgi, özel önlemler ve ayrıca diğer belli detaylar hakkında bilgilerin yer alması gerekmektedir.

AB içerisinde pazarlanan ambalajlar, çevrenin korunmasına yönelik konulan genel kuralların yanı sıra tüketici sağlığı için herhangi bir riski önlemek amaçlı özel hükümleri yerine getirmelidir.

1.7.1. Paketleme/Ambalaj:

Tüketicilere yönelik sağlık risklerinin önlenmesi ve çevrenin korunması için özellikle de atık arıtımı açısından AB mevzuatına uygun olmalıdır. Ahşap veya sebze içerikli ambalajlar bitki sağlığı denetimine de tabi tutulmaktadır.

Detaylı bilgi için: <https://ec.europa.eu/environment/waste/packaging/legis.htm>

1.7.2. Tek Kullanımlık Plastik Yasağı:

Yeşil büyüme için enerji dönüşümüne ilişkin 17 Ağustos 2015 tarihli ve 2015-992 sayılı Kanunla başlatılan tek kullanımlık plastiklerle mücadele politikası kademeli olarak genişletilmiştir.

Hükümetin hedefi 2040 yılına kadar tek kullanımlık plastiği aşamalı olarak ortadan kaldırmaktır.

Çevre Kanunu Madde L541-15-10, ilgili tek kullanımlık plastik ürünlerin mevcudiyetinin ve üretiminin yasaklanması için son tarihleri belirlemektedir.

Bu ürünlerin kesin tanımları Çevre Kanunu'nun D541-330 maddesinde belirtilmiştir.

Detaylı bilgi için: <https://www.economie.gouv.fr/cedef/interdiction-plastique-usage-unique>

1.7.3. Meyve ve Sebzeler İçin Plastik Ambalajlar

Fransa'da, 20 Haziran 2023 tarihinde yayımlanan bir kararname ile 1 Temmuz 2023'ten itibaren perakende satış noktalarında işlenmemiş taze meyve ve sebzelerin plastik ambalaj olmadan satılması zorunlu hale getirilmiştir. Bu kararname, 1 Ocak 2022'den itibaren, 1,5 kg'dan daha büyük partiler halinde paketlenmeleri hariç, taze meyve ve sebzelerin plastik ambalajlarda perakende satışını yasaklayan Döngüsel Ekonomi Yasası'nın uygulanması amacıyla çıkarılmıştır. Yasa, "dökme olarak satıldığında bozulma riski taşıyan meyve ve sebzeler" için istisnalar öngörmektedir.

Ancak, 8 Kasım 2024 tarihinde Fransa Konseyi, bu kararnamenin yayımlanmasında önemli bir usul hatası olduğunu belirterek iptal etmiştir. Bu nedenle, perakende satış noktalarında taze meyve ve sebzelerin plastik ambalajlarda satılması yeniden mümkündür.

1.7.4. Fransa'da Gıda Maddeleri Etiketleme Kuralları:

1169/2011 sayılı AB Yönetmeliği uyarınca, hazır ambalajlı olsun ya da olmasın, satışa sunulan gıda maddeleri, tüketicilere mümkün olan en iyi bilgiyi sağlamak için açık ve doğru bir şekilde etiketlenmelidir.

Önceden paketlenmiş gıda maddesi, bir gıda ürünü ve satış öncesinde paketlenildiği kap veya ambalajdan oluşan bir gıda maddesidir. Bunlar çoğunlukla self-servis raflarında satılan ürünlerdir: reçel kavanozları, vakumlu pizzalar, kek paketleri, çikolata kutuları vb.

Bu hazır ambalajlı gıda maddeleri iki ana etiketleme kuralına tabidir:

- Etiketleme, tüketicilere objektif bilgi sağlayan bir dizi bilgi içermelidir. Bu bilgiler Fransızca olarak yazılmalıdır.

- Etiketleme adil ve doğru olmalı ve tüketiciyi yanıltmamalıdır (ürünün bileşimi, menşei vb. hakkında).

<https://www.economie.gouv.fr/particuliers/denrees-alimentaires-regles-etiquetage>

AB tarafından henüz zorunlu tutulmamakla birlikte, Çevre Etiket (Eco-label) Fransa'da tercih edilmektedir <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/products-groups-and-criteria.html>

AB'de ambalaj ve ambalaj atıklarına ilişkin mevzuata ulaşmak için:

<https://ec.europa.eu/environment/waste/packaging/legis.htm>

1.7.5. Yapışkanlı Etiket Yasağı:

Fransa'daki Döngüsel Ekonomi için Atıkla Mücadele Yasası'nın (AGEC) 80. maddesi uyarınca, 1 Ocak 2022 tarihinden itibaren, meyve ve sebzelerin doğrudan üzerine yapıştırılan ve ev tipi kompostlama ile dönüştürülemeyen etiketlerin kullanımı yasaklanmıştır. Bu düzenleme, Fransa'da üretilen veya ithal edilen tüm meyve ve sebzeleri kapsamaktadır.

İstisnalar:

Kompostlanabilir Etiketler: Ev tipi kompostlama ile dönüştürülebilen ve biyobazlı malzemelerden üretilen etiketler istisna tutulmuştur.

İhracat Amaçlı Ürünler: Fransa'dan ihraç edilen meyve ve sebzeler, ister Fransa'da üretilsin ister transit geçsin, bu düzenlemeden etkilenmemektedir.

Cezai Yaptırımlar:

Bu düzenlemeye aykırı hareket edenler için, Çevre Kanunu'nun R. 543-73 maddesi uyarınca üçüncü sınıf para cezası uygulanmaktadır.

<https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000041553759/>

1.8. Teknik Engeller

Fransa tarafından dış ticarete uygulanmakta olan teknik engeller hakkında bilgiye <https://teknikengel.ticaret.gov.tr/fransa> sitesinden erişilebilmektedir.

Ticarette Teknik Engeller web sitesi, kullanıcıların teknik engeller alanında yararlanacağı ve etkin olarak kullanacağı temel bir platform olarak yapılandırılmıştır. Bu çerçevede, söz konusu siteden ülkeler itibariyle ticarete teknik engeller uygulamaları hakkında bilgi sahibi olunabilmekte, ülkelerin mevzuat ve uygulamaları hakkında Bakanlığımızdan bilgi talep edilebilmekte ve ihracatta karşılaşılan teknik engeller interaktif olarak Bakanlığımıza bildirilebilmektedir. Söz konusu siteye ücretsiz olarak üye olunabilmektedir. Sitenin üyelerine ilgilendikleri ülke ve ürün gruplarına ilişkin düzenlemeler günlük olarak e-posta ile gönderilmektedir.

2. PAZARIN ÖZELLİKLERİ

2.1. Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları

Fikri, sınai, ticari mülkiyet hakları ile ilgili Fransız mevzuatı, diğer AB üye devletlerinin kanunları ile tutarlıdır. Fransa, bu alanda konuyla ilgili uluslararası anlaşmaları imzalamıştır ve bu sayede Fransa'da yaşayan ve Fransız vatandaşı olmayanların fikri, sınai mülkiyet haklarının korunması sağlanabilmektedir. Ayrıca Fransız vatandaşları da bu korumayı dünyanın herhangi bir ülkesinde elde edebilmektedir.

Fransa'da konu ile ilgili kuruluşlar:

Fransa'da patentler, ticari markalar, endüstriyel tasarımlar ve coğrafi işaretler gibi sanayi mülkiyet haklarının tescilinden sorumlu kurum Institut National de la Propriété Industrielle (INPI)'dir. INPI aynı zamanda bahse konu hakların korunmasından da sorumlu kurumdur. Ayrıca, müzik eserleri üzerindeki

tef haklarını yöneten ve sanatçılar adına telif ücretlerini toplayan kurum Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique (SACEM) ve belgesel, radyo, televizyon, dijital medya gibi alanlarda çalışan yazar ve yönetmenlerin haklarını koruyan kurum ise Société Civile des Auteurs Multimédia (SCAM)'dir.

Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique (SACEM-Yazarlar, Besteciler ve Müzik Yayıncıları Derneği), Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL-Ulusal Bilişim ve Özgürlükler Komisyonu), Société des Auteurs dans les Arts Graphiques et Plastiques (ADAGP-Görsel Sanatlar Yazarları Derneği), Société de Perception et de Distribution des Droits des Artistes (SPEDIDAM-Interprètes - Sanatçı Hakları Yönetim Şirketi) ve Syndicat National de l'Édition (SEN-Ulusal Yayıncılar Sendikası) diğer öne çıkan kurumlardır.

Fransa'da bir markanın Avrupa ve uluslararası düzeyde kontrolü ve korunması için ise EUIPO (European Union Intellectual Property Office) ve WIPO (World Intellectual Property Organization) kurumlarından faydalanılması mümkündür.

Fransa tarafından konuyla ilgili imzalanan en önemli anlaşmalar:

Fransa, fikri mülkiyet, sanayi ve mülkiyet haklarıyla ilgili birçok uluslararası anlaşmaya taraf olmuştur. Bu anlaşmaların birçoğu Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) çatısı altında imzalanan ve yürütülen anlaşmalardır. Söz konusu anlaşmaların en önemlileri aşağıda sıralanmaktadır;

- Agreement on Trade-related aspects of intellectual property rights (TRIPS-WTO)
- Paris Convention for the Protection of Industrial Property (WIPO)
- Patent Cooperation Treaty (WIPO)
- European Patent Convention (Avrupa Patent Ofisi – EPO)
- Madrid Agreement ve Madrid Protocol (WIPO)
- Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works – WIPO)
- Hague Agreement (WIPO)
- AB Marka Tüzüğü (EU Trademark Regulation) ve AB Tasarım Tüzüğü'nden (Community Design Regulation) oluşan AB Fikri Mülkiyet Düzeni (EUIPO)

Fransa'nın da üyesi olduğu Avrupa Birliği'nde geçerli fikri sınai ve ticari mülkiyet hakları için aşağıdaki web sitesi aracılığıyla sorgulama yapılabilmesi mümkündür:

<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/36/propriete-intellectuelle-industrielle-et-%20commerciale>

2.2.Dağıtım Kanalları

Fransa'daki dağıtım kanalları, sektörlere ve ürün türlerine göre değişiklik göstermekle birlikte dört ana kanal üzerinden yürütülmektedir. Bunlar geleneksel perakende, modern perakende (büyük mağazalar ve zincir marketler), e-ticaret ve toptan satış/tedarik zincirleridir

Geleneksel perakende işletmeleri küçük mağaza ve butiklerden oluşmaktadır. Bağımsız mağazalar olarak da geçen bu işletme tipi özellikle lüks moda, gıda, şarap ve el yapımı ürünlerde yaygındır. Büyük şehirlerin merkezlerinde ve turistik bölgelerde yoğunlukla karşılaşılmakta olan bu işletmelerden alışveriş yapmak ve yerel/bölgesel ürün tüketmek Fransızlar arasında önem verilen bir tüketim davranışıdır. Küçük fırınlar ve peynircilerden Chanel, Hermès gibi lüks moda markalarının özel butik mağazalarına kadar pek çok çeşit geleneksel perakende işletmesi bulunmaktadır.

Fransa'da pazarın büyük kısmı ise büyük perakende zincirlerinin elindedir. Hipermarketler ve süpermarketlerin aralarında olduğu bu büyük perakendeciler, geniş ürün yelpazesi sunarak tüketicilere uygun fiyatlar sağlamaktadır. Önde gelen büyük perakende zincirleri Carrefour, Leclerc, Intermarché ve Auchan'dır. 2024 yılı içerisinde en büyük perakendecilerden olan Casino faaliyetlerini sonlandırmıştır. Ayrıca elektronik, moda, mobilya gibi alanlarda uzmanlaşmış perakende zincirleri de bulunmaktadır. Önde gelen uzman perakendeciler Fnac, Decathlon, Sephora ve IKEA'dır. Modern perakendeciliğin bir

diğer önemli kolu ise alışveriş merkezleridir. Bazı önde gelen AVM'ler Les Quatre Temps (Paris), La Part-Dieu (Lyon) ve Polygone Riviera (Nice)'dir.

Fransa'da öne çıkan bir diğer dağıtım şekli ise e-ticaret ve çevrimiçi perakendedir. Fransa'da e-ticaret pazarı hızla büyümekte olup, tüketiciler online alışverişe büyük ilgi göstermektedir. Özellikle moda, elektronik, yiyecek-içecek ve kozmetik sektörlerinde bu pazar payını hızla arttırmaktadır. Hızlı teslimat ve esnek iade politikaları bu dağıtım tipini ön plana çıkarmaktadır. Önde gelen e-ticaret ve çevrimiçi perakende platformları Amazon.fr, Cdiscount, Veepee, Leboncoin ve Zalando'dur. Gıda sektöründe de e-ticaret son zamanlarda önemli dağıtım kanallarından biri olarak öne çıkmaktadır. Carrefour Drive, E.Leclerc Drive, Auchan Direct gibi süpermarketlerin online sipariş ve eve teslimat hizmetleri hızla yayılmaktadır.

Son olarak Fransa'da toptan satış ve işletmeler arası (B2B) ticarete önemli dağıtım kanalları bulunmaktadır. Bu işletmeler restoranlara, otellere ve küçük perakendecilere doğrudan tedarik sağlamaktadır. Özellikle gıda, içecek, moda ve elektronik sektörlerinde yaygındır. Önde gelen toptan satış ve tedarik zincirleri Metro Cash & Carry, Promocash, Manutan ve Rungis Marché International'dir. Paris bölgesindeki Rungis dünyanın en büyük gıda toptancı pazarı olarak bilinmektedir.

2.3.Tüketici Tercihleri

Fransa nüfusunun tüketim alışkanlıkları incelendiğinde, tüketicilerin birbirinden çok farklı nitelikte tüketim alışkanlıkları olduğu ve yüksek miktarlarda harcama yaptıkları görülmektedir. Fransız tüketiciler, kalite, sürdürülebilirlik ve fiyat-performans dengesi gibi kriterlere büyük önem verir. Ayrıca, yerel üretim, çevre dostu ürünler ve dijital alışveriş alışkanlıkları giderek daha fazla etkili olmaktadır.

Tüketiciler arasında göze ilk çarpan tüketim alışkanlığı kalite ve marka sadakatidir. Fransız tüketiciler, kaliteye ve marka itibarına büyük önem vermektedir. Lüks ve premium markalar (Louis Vuitton, Chanel, Hermès gibi) sadık bir müşteri kitlesine sahiptir. Teknoloji ve elektronik ürünlerde ise Apple, Samsung ve Dyson gibi markalar tercih edilmektedir. Özellikle Giyim ve kozmetik sektöründe Fransız markalarına olan güven yüksek seviyededir. Bu durum pazara kendi markalarıyla girmek isteyen firmalarımızın marka tanıtım stratejilerine önem vermesi gerektiğini göstermektedir.

Fransa'da tüketiciler arasında yerel ve sürdürülebilir ürünlere yönelik talep de artmaktadır. "Made in France" (Fransa'da üretilmiş) etiketli ürünler, özellikle gıda, moda ve kozmetik sektörlerinde tercih edilmektedir. Organik, çevre dostu ve etik üretim yapan markalar giderek daha fazla ilgi görmektedir. Biyolojik (Bio) sertifikalı ürünler ve karbon ayak izini düşük tutan markalar tüketiciler için çekicidir. Fransız süpermarket zincirlerinde organik ürünlerin (bio) bulunduğu özel bölümler bulunmaktadır (Carrefour Bio, Biocoop vb.).

Tüketici davranışlarında öne çıkan bir diğer husus ise indirim ve promosyonların ilgiyle takip edilmesidir. Süpermarketlerin özel markaları (Marque Repère, Carrefour Selection) fiyat-performans açısından popülerdir. Outlet mağazaları ve özel indirim siteleri (Veepee, Showroomprivé) moda ve elektronik sektöründe güçlüdür. Kara Cuma (Black Friday) ve yaz/kış indirim sezonları (Soldes) Fransa'da tüketiciler arasında büyük rağbet görmektedir.

Fransa'da online alışveriş her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Amazon, Cdiscount, Fnac gibi platformlar en çok tercih edilen online alışveriş siteleridir. Mobil uygulamalar üzerinden alışveriş yapan tüketicilerin oranında da kayda değer artış yaşanmaktadır. Özellikle kitap, elektronik ve moda ürünleri internetten alınmaktadır.

Organik gıdalar (bio), glutensiz ve vegan ürünler tüketiciler arasında her geçen gün daha da popülerleşmektedir. Şeker, tuz ve koruyucu içermeyen gıda ürünlerine yönelim artmaktadır. Ayrıca tarım ve gıda ürünlerinde yerel çiftçilerden doğrudan satın alma eğilimi (AMAP sistemleri) yaygınlaşmakta ve lokal marketlerin sayısı artmaktadır. Danone ve Nestlé gibi büyük markalar, sağlık odaklı yeni ürün serileri geliştirmektedir. Fransa'da son on yıl içerisinde "sürdürülebilir tüketim" ile mümkün olduğunca az paketlenmiş organik ürünlere yönelim gözlemlenmektedir. Bu kapsamda daha yöresel, daha az katkı maddeli ve daha doğal ürünlere yönelik, orta ölçekli "Kısa Arz" adı verilen, üretici ve tüketici arasına çok fazla aracı katılmadan satılan gıda marketleri oldukça rağbet görmektedir.

Diğer taraftan Fransa, dünya çapında lüks tüketimin merkezi olarak bilinmektedir. Moda, kozmetik ve parfüm gibi sektörlerde Fransız markalarına güven yüksektir.

İkinci el lüks ürün pazarı (Vestiaire Collective, Vinted gibi platformlar) hızla büyümektedir. Fransız tüketiciler, Zara veya H&M yerine Sandro, Maje, Sézane gibi yerel moda markalarını tercih edebilmektedir.

Yeme-içme sektöründe ise geleneksel Fransız mutfağına olan ilgi devam etmektedir. Bistro ve brasserie kültürü, zincir restoranlardan daha popülerdir. Organik kahve, vegan ve glütensiz menüler sunan mekanların sayısı ve gördükleri ilgi artmaktadır.

Fransız tüketicilerin çoğu, kişisel verilerin korunması konusunda endişe duymaktadır. Sosyal medya, kullanıcıların ve sosyal medyada ‘influencer’ (etkileyici kişi) reklamları, görüşleri ve yorumları, özellikle yemek pişirme, güzellik ürünleri ve moda ile ilgili konularda tüketicilerin karar verme sürecini etkileyebilmektedir. Her üç internet kullanıcısından biri, bir influencerı takip etmektedir. Bu takipçilerin % 75’i ise bir influencerın tavsiyesi üzerine alışveriş yapmaktadır.

Otomobil en çok kullanılan ulaşım aracı olmaya devam etmekle birlikte, kentsel alanlarda ve otobüsle seyahatte alternatif ulaşım yöntemleri (bisiklet, scooter vb.) tercih edilebilmektedir. Özellikle gençler arasında son yıllarda söz konusu alternatif ulaşım yöntemleri tercih edilmektedir. Bazı şehirlerde elektronik scooter’ların kullanımı yasaklanmıştır.

2.4.Satış Teknikleri ve Satış Etkileyen Faktörler

Fransa’da büyük mağazalar, alışveriş merkezleri ve hipermarketler tarafından, alışveriş kartları, indirimler ve müşteriye özel promosyonlar yoluyla, “müşteri sadakati” ve bağımlılık yaratma çalışmaları yapılmaktadır. Diğer taraftan, doğrudan pazarlama, posta yoluyla satış, özellikle sabah saatlerinde toplumun yaşlı kesimine hitap eden televizyon kanallarında pazarlama ile sosyal medya üzerinden elektronik ticaret gibi yeni satış teknikleri giderek yaygınlaşmaktadır.

Özellikle Covid 19 salgınından sonra zincir süper marketlerin verdiği “drive” olarak adlandırılan hizmet popüler hale gelmiştir. Drive hizmeti, internet üzerinden yapılan alışverişin, markete gittikten sonra arabadan inmeden ve hiç kimseyle iletişim kurmadan arabanın bagajına yüklenmesini kapsamaktadır.

Fransa’da enflasyon Nisan 2023’ten bu yana yavaşlamış olsa da yüksek seyretmeye devam etmektedir. Artan fiyatlar ve iklim acil durumuyla karşı karşıya kalan online alışı yapan kişiler, tüketim, tüketimden vazgeçme ve tasarruf, ürün satın alma ve seyahat/eğlence ile yeni ve ikinci el mal satın alma arasında seçim yaparak davranışlarını değiştirmeye devam etmiştir.

Fransa’da satışları etkileyen pek çok faktör bulunmakla beraber fiyatlama stratejileri hala en belirleyici faktör olarak öne çıkmaktadır. Fransız tüketiciler kaliteli ürünler için yüksek fiyat ödemeye hazırdır ancak fiyat-performans oranına dikkat etmektedir. İndirim kampanyaları ve sadakat programları oldukça etkilidir. Büyük süpermarketler arasında sadakat kartlarıyla müşterilere özel indirimler sunulması yaygın bir uygulamadır.

Diğer taraftan çevre dostu ve sürdürülebilir ürünler daha fazla tercih edilmektedir. Özellikle bio (organik) sertifikalı gıdalar, yerel üreticilerden alınan başta peynir olmak üzere geleneksel gıda ürünleri daha fazla talep görmektedir.

Yılbaşı, Kara Cuma (Black Friday), yaz/kış indirimleri (Soldes) gibi özel günlerde satışlar zirve yapmaktadır. Markaların sezonluk koleksiyonlar ve özel teklifler sunması önemli avantaj sağlamaktadır.

2.5.Kamu İhaleleri

Fransız Kamu İhalesi Kararnamesi (Public Procurement Ordinance) ve bu kapsamdaki yönetmelikler kamu ihalelerine yönelik kuralları genel hatları ile kapsamaktadır. Fransız Kamu İhale Kanununun ana hatları 23 Temmuz 2015 tarih ve 2015-899 sayılı kanununda (Ordinance) yer almaktadır. 25 Mart 2016 tarihli ve 2006-360 sayılı Uygulamaya Esasları konusundaki Yönetmelikte (Implementation Decree) ise Kanunda yer alan kurallar detaylı ve kapsamlı bir şekilde açıklanmaktadır. Söz konusu metinler Avrupa

Parlamentosu ve Avrupa Konseyi'nin 26 Şubat 2014 tarihli 2014/24/EU direktifine uyumlu şekilde hazırlanmıştır.

Ancak 1 Nisan 2020 tarihinden itibaren Fransız Kamu İhale Kararnamesi, Public Procurement Code (Kamu İhale Kanunu-KİK) adıyla yeniden düzenlenmiştir. Bu yeni hali ile kanun, ihale kontratları ile özel- kamu sektörü arasında yapılan kontratlar için de uygulanabilir hale getirilmiştir.

Fransız KİK'inin temel prensiplerini; usullerin şeffaflığı, eşit ve adil muamele, kamu ihalelerinin kamuoyuna duyurularının yapılması oluşturmaktadır. Böylelikle kamu ihalesine çıkan devlet kurumunun, ihalenin detaylarını açıkça paylaşması zorunluluğu bulunmaktadır. Söz konusu prensiplerle teklif veren tarafların konu hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olması, ihaleye girecek tüm taraflara aynı ölçüde eşit olarak bilgilendirilme yapılması ve potansiyel rakiplerin bilgilendirilerek rekabet ortamı hazırlanması amaçlanmaktadır.

Kamu ihalelerine erişim özgürlüğü ilkesine uygun olarak, kamu veya özel, herhangi bir gerçek veya tüzel kişi ya da tüzel kişiliği olan/olmayan herhangi bir kişi grubu, bir kamu sözleşmesinin imzalanması için başvurabilir. Yalnızca Fransız İş Kanunu'nda listelenen belirli suçlar ile belirli cezai suçlardan hüküm giymiş olanlar, vergi ve sosyal güvenlik yükümlülüklerini yerine getirmeyenler kamu ihalelerine teklif veremez.

Yabancı şirketler de bir kamu ihalesine başvurabilir. Ancak DTÖ Kamu Alımları Anlaşması'nı (GPA) veya eşdeğer bir uluslararası anlaşmayı imzalayan bir ülkenin parçası değilse, kısıtlamalara tabi olabilirler. Türkiye'nin söz konusu anlaşmayı imzalamadığı dikkate alındığında ülkemizden yapılan ihale başvurularında kamu alıcısının, örneğin ürünlerin menşesine veya müteşebbisin uyruğuna dayalı kriterler veya kısıtlamalar belirlemesi mümkün bulunmaktadır. 2016-360 sayılı Kararnamenin 48-51. maddeleri yabancı bir şirketten, ihale makamının isteyebileceği ilave belgeleri sıralamaktadır.

Diğer taraftan, 2014/25 sayılı AB Direktifi'nin 85. maddesi, Fransa da dahil AB ülkelerinin ihale makamlarına, AB dışı menşeli malların oranının yüzde elliye aşması halinde AB dışı teklifleri reddetme ya da fiyatların eşdeğer olması halinde (yüzde üçlük bir marj dahilinde) AB teklifini tercih etme imkanı vermektedir. Ayrıca Direktif, diğer AB ihale makamları gibi Fransız ihale kurumlarına, karşılıklı erişimin sağlanmadığı üçüncü ülkelerdeki teşebbüslere hizmet sözleşmesi verilmesini askıya alma veya kısıtlama hakkını saklı tutmasına izin vermektedir.

Fransa genelinde yapılan araştırmalar neticesinde, Türkiye'de yerleşik şirketlerin kamu alımları pazarında ciddi bir varlık göstermediği anlaşılmaktadır. Ancak, Fransa'da kamu ihalelerine giren Türk vatandaşlarının büyük ölçüde Fransa'da kurdukları şirketleri üzerinden iş alan Franco-Türkler olduğu; bazılarının tedariklerini Türkiye'den gerçekleştirdikleri ve üçüncü ülke menşeli girdi kullanan teklif sahibi firmaların 2014/25 sayılı AB Direktifi'nin 85 inci maddesi doğrultusunda kamu ihalelerinde dezavantajlı duruma düşebildiği değerlendirilmektedir. Bir kamu ihalesini tek başına üstlenebilecek kapasite veya donanımına sahip olmayan firmaların kolektif teklif sunabilmelerine imkân veren ortak sözleşme (cotraitance) usulüyle bir Fransız şirket ile işbirliği yapılarak kamu alımları pazarına girişin daha kolaylaşabileceği değerlendirilmektedir. Bu tarz geçici iş kümelenmelerinin oluşturulmasında Devlet Satın Alma Platformu (PLACE), şirketler tarafından kullanılmaktadır.

Fransa'da askeri kuruluşlar, bölgeler, departmanlar (il yönetimleri), belediyeler ve kurumlar tarafından açılan kamu ihalelerinin ilanında ve şirketlerin merkezi hükümetten, kamu kurum ve kuruluşlarından, Ticaret ve Sanayi Odalarından gelen istişarelere yanıt vermelerinde kullanılan başlıca platformlar, La Place, Boamp ve Achat Public'tir. Ayrıca Kamu Alımlarının Dijital Dönüşümü (TNCP) projesinin bir parçası olarak Devlet Satın Alma Birimi tarafından oluşturulan APProch, işletmeler için yeni bir portaldır. Kamu ihale kanununa tabi tüm kuruluşların satın alma projeleri APProch'ta yayımlanmaktadır. "Supplement to the Official Journal of the European Union" isimli 'AB Resmî Gazetesi Eki'nde "Tenders Electronic Daily" (Günlük Elektronik İhale) adı altında bir ihale günlüğü yayımlanmaktadır. (<http://ted.europa.eu/TED/main/HomePage.do>). Fransa'da yayınlanan ihaleler ile ihalelerin hangi firmalar tarafından kazanıldığı hakkında bilgilerin, aşağıdaki bağlantıdan elektronik posta adresiyle ücretsiz üye olunarak takip edilmesi, konulara göre ihale araması yapılması mümkündür: <https://www.marchesonline.com/>

3. ÖNEMLİ SEKTÖRLER

3.1. Tarım ve Hayvancılık

Dünya'nın ve Avrupa'nın en önemli tarım ülkelerinden birisi olan Fransa, 27 üye ülkenin toplam üretiminin %18'ini gerçekleştirerek Almanya (%13,4), İtalya (%12,3) ve İspanya'nın (%10,6) önünde AB'nin önde gelen tarım ülkesidir. Fransa'nın ticaret dengesine en büyük katkısı yapan üçüncü sektör olan tarımsal gıda endüstrisi, ülkenin en büyük sanayi sektörünü oluşturmaktadır. 2023 itibarıyla toplam 198 milyar Avro ciroya sahip olan sektörde, 1970 lerde 1,5 milyondan fazla olan çiftlik sayısı 416 bine kadar düşmüştür.

Fransa yenilikçi, sağlıklı, sürdürülebilir ve izlenebilir bir tarım ve tarımsal gıda sektörü hedefi doğrultusunda Fransa 2030 Programı kapsamında dijital teknoloji, robotik ve genetik olmak üzere üç başlıkta üçüncü tarım ve gıda devrimini hızlandırmak için 2,3 milyar Avro yatırım yapmaktadır.

Bu çerçevede, tarımsal inovasyonda da Avrupa'da lider konumda olan Fransa, foodtech ve agritech olarak listelenen 215 start-up ve şirket ile bu alanda Avrupa'da birinci, dünyada ise üçüncü sırada yer almakta olup, 2015 yılından bu yana ülke genelinde tarım makinelerinde inovasyon devlet tarafından desteklenmektedir. Ayrıca, Fransız hükümeti, tarım sektöründe sera gazı emisyonlarını 2050 yılına kadar %46 oranında azaltmayı taahhüt etmektedir. Bu amaçla, agro-ekolojik geçiş, tarımsal robotik ve dijital ve bağlantılı tarım için sistemler ve ekipmanlar geliştirmeye çalışmaktadır.³

Fransa'da Tarım Bakanlığı'na bağlı France AgriMer (Ulusal Tarım ve Deniz Ürünleri Kuruluşu) tarafından yapılan bir araştırmaya göre ⁴, Fransa'nın gıda tüketiminin (hacim olarak) %76'sı iç piyasada üretilmektedir. Kendi kendine yeterlilik oranı (AAR) 31 sektörden 19'unda %95'in üzerindedir: arpa, buğday, şeker, mısır, şarap, ayçiçeği, patates, krema, peynir, domuz eti, yumurta vb. Sığır, kolza tohumu, meyve, taze sebze, tavuk, tereyağında AAR değeri %75 ile %95 arasındadır. Bu oranının %75'ten az olduğu pirinç, soya, koyun, balık ve balıkçılık ürünlerinde ise yüksek oranda dışa bağımlılık söz konusudur. AgriMer'in araştırmasında dikkat çekilen en önemli husus, Fransa'nın tarımsal üretimde hayati önemdeki gübrede büyük ölçüde dışa bağımlı olmasıdır. Ayrıca hayvan yemi için kullanılan proteinlerin büyük bir kısmının da satın alındığı ifade edilmektedir.

Tarımsal üretime ayrılan 26,9 milyon hektarlık alanla Fransa, 2000 yılından bu yana genel olarak sabit kalan verimiyle (özellikle teorik maksimum verime ulaşıldığı için) Avrupa'da üretimde birinci sıradadır. Bununla birlikte, INSEE'nin tarımsal tahminlerine göre, bir önceki yılda olduğu gibi, 2024 yılında da tarım sektörünün katma değeri düşmüş; tarımsal üretim cari Avro cinsinden %7,5 oranında azalmış ve fiyatlardaki düşüşe hacimdeki azalma eşlik etmiştir. Olumsuz hava koşullarının özellikle şarap ve tarla bitkileri üretimini etkilemesiyle bitkisel üretimin hacim ve fiyat olarak olarak %6,8 oranında azaldığı tahmin edilmektedir. Canlı hayvan üretiminin de değer olarak %1,4 oranında azaldığı hesaplanmaktadır.⁵

Ülkenin kuzey bölgesinde büyük buğday çiftlikleri, güney kısmında ise üzüm bağları ve meyve sebze bahçeleri bulunmaktadır. Fransa, yıllık yaklaşık 48 milyon hektolitreye ile dünya üretiminin yaklaşık %20'sini karşılayan en büyük üretici olarak küresel şarap endüstrisine hakimdir.⁶ Ayrıca en büyük şeker pancarı üreticisi ve dünyanın en büyük ikinci peynir ve şarap üreticisidir. Batı Fransa, süt ürünleri, kümes hayvanları, elma ve domuz etinin ana üretim bölgesidir. Sığır eti, hububat, yumurta, istiridye, yağlı tohum, nişasta üretiminde Avrupa'da birinci olan Fransa, lifli keten üretiminde dünyada

³ <https://www.businessfrance.fr/investir-en-france/secteurs-cles-en-france/filiere-agricole-et-agroalimentaire>

⁴ <https://www.lesechos.fr/politique-societe/gouvernement/exclusif-la-souverainete-alimentaire-de-la-france-sous-pression-2078528>

⁵ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/8303638>

⁶ <https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/france/economic-political-outline>

birinci durumdadır. Pancar şekeri, çikolata, inek sütü, konserve sebze gibi ürün gruplarında da yine önde gelen üreticilerdendir.⁷

Fransız Gümrük İdaresi'nin verilerine göre, tarımsal ihracat 2024 yılında toplam ihracattan %3,2 pay alarak 18,5 milyar Avro düzeyinde gerçekleşmiştir. Tarımda ticaret dengesi pozitif kalmaya devam etmekle birlikte azalış trendi devam ederek 495 milyon Avroya düşmüştür. Tarımsal gıda ihracatı tahıl fiyatlarındaki düşüş ve içecek (şarap) ihracatındaki zayıf performans nedeniyle düşmüştür. Tarım ithalatı ise bir önceki yılki seviyesini koruyarak 18 milyar € olmuştur. Tarım ve tarımsal gıda fazlası geçen yıl 5 milyar Avroya gerileyerek en az son 20 yılın en düşük seviyesine inmiştir.

Tarımsal gıda tarafında ve işlenmiş ürünlerin (içecekler, süt ürünleri, yağlar, müstahzarlar, et, makarna ve ekmek vb.) ticareti, dünya fiyatlarındaki dalgalanmalara veya iklimsel felaketlere daha az maruz kalmaktadır. 1977'den bu yana tarımsal gıda ticaretinde açık vermeyen Fransa'da 2024 yılında 63,9 milyar € ihracata karşılık 59,4 milyar € ithalat gerçekleştirilirken tarımsal gıda özelinde ticaret dengesinde 2022 ve 2023 yılları ile karşılaştırıldığında bir milyar Avroluk bir düşüş yaşanmıştır. (4,5 milyar €) Öte yandan, işlenmiş ürünlerde Avrupa Birliği'nin geri kalanıyla olan ticaret açığının artması Fransa'da endişe kaynağı olmaya devam etmektedir. Bilhassa 2009 yılı sonrası Fransa'nın AB içi gıda ticaret dengesi giderek bozularak 2015 yılından itibaren açık vermeye başlamıştır. Bu sektörde başlıca ticari partnerleri arasında olan Polonya, Hollanda ve İspanya'dan ithalatı, ihracatından fazla seyretmektedir.

3.2.Sanayi

GSYİH içerisinde %18,5 pay alan sanayi sektöründe uluslararası rekabet, hızlı teknolojik değişim ve katı çevre düzenlemelerinin yanı sıra küresel ve yerel belirsizlikler zorluklar yaratsa da Fransa güçlü bir sanayi sektörüne sahiptir. Ülke genelinde 3 milyondan fazla istihdam yaratan 274 bin sanayi kuruluşunun en yoğun olduğu bölgeler sırasıyla Auvergne-Rhone-Alpes, Ile-de-France ve Nouvelle Aquitaine'dir.

Başlıca sanayi grupları, havacılık ve savunma (Airbus), otomotiv (Peugeot, Renault), kimyasal/ilaç (Sanofi) ve lüks tüketimin (LVMH) yanı sıra gıda ve içecek (şarap) olarak ön plana çıkmaktadır. Tedarik zincirlerinin ve enerji güvenliğinin korunması, yeşil ve dijital dönüşümün sağlanmasına yönelik kamu politikaları kapsamında sağlanan teşvik paketlerinin de etkisiyle Fransa'nın yeniden sanayileşme hamlesine uluslararası yatırımlar destek olmaktadır.

Avrupa'da yatırım kararlarının azaldığı bir ortamda (UNCTAD'ın son verilerine göre Avrupa Birliği'nde -%23), Fransa, EY yıllık anketine göre üst üste beşinci yıl Avrupa'nın en yatırım yapılabilir ülkesi seçilmiştir. 2024 yılında 530 sanayi yatırımı ile yeni/genişletilen fabrika sayısı ve üretim tesislerindeki istihdam sayısı bakımından da Avrupa'da ilk sırada yer almaktadır.⁸

Bununla birlikte imalat sanayinde 2006 yılına kadar fazla veren ticaret dengesinin (havacılık ve uzay endüstrisi, lüks mallar ve tarım/gıda endüstrileri hariç) bozularak yıllık 50 milyar Avroya ulaşan açık vermesine ilişkin temel nedenler, sosyal güvenlik primleri de dahil olmak üzere yüksek üretim maliyetleri, vergi baskısı ve aşırı düzenlemeler gibi uygunsuz ekonomi politikalarıyla ilgili olduğu öne sürülmektedir. Çalışan nüfusun düşük vasıf düzeyi ile Fransız şirketlerinin otomasyon ve Ar-Ge harcamalarının yetersizliği de diğer belirleyici sebepler olarak ifade edilmektedir.⁹

Önümüzdeki dönemde Fransa'da sanayi sektörünün performansını etkileyecek başlıca gelişmeler arasında, ABD tarafından AB'ye karşı yürürlüğe konan gümrük vergileri, AB-Çin arasında elektrikli araç, güneş paneli gibi sektörlerdeki ticari ilişkiler, karbon emisyon hedeflerinin tutturulmasına yönelik önlem ve teşvikler sayılabilir. ABD tarafından uygulanacak olan %20 (otomotiv sanayinde %25) gümrük vergi oranlarının en fazla etkileyeceği Fransız sektörlerin şarap ve bazı peynir türleri olacağı; en büyük ihrac kalemi havacılık sektöründe Airbus'ın ABD'deki yatırımları nedeniyle etkinin sınırlı kalacağı; lüks

⁷ <https://agriculture.gouv.fr/infographie-palmares-des-produits-agricoles-et-agroalimentaires-francais>

⁸ <https://en.media.businessfrance.fr/news/france-european-champion-for-economic-attractiveness-for-the-fifth-consecutive-year-861ca-aba4d.html>

⁹ https://www.lemonde.fr/economie/article/2025/04/05/patrick-artus-les-acteurs-de-l-economie-francaise-sont-responsables-d-une-partie-de-sa-perte-de-competitivite_6591730_3234.html

grubunda LVMH'nin ABD yatırımları, ürün gamı ve alıcı kitlesinden dolayı sorun yaşanmayacağı ve ilaç sektöründe ise ABD'nin önlem listesinde bir çok ilaç, vitamin vb ürünlerin yer almamasından dolayı tesir yaratmayacağı tahmin edilmektedir.¹⁰

Diğer taraftan, sanayi kuruluşlarının yeşil ve dijital dönüşümüne France Relance Programı, Fransa 2030 Yatırım Planı ve Yeşil Sanayi Kanunu başta olmak üzere çeşitli kamu politikaları ile yön verilmeye çalışılmaktadır. İnovasyon ve sanayi yatırımlarını artırarak ekonominin kilit sektörlerini (enerji, otomobil, havacılık, dijital ve hatta uzay) sürdürülebilir bir şekilde dönüştürmek isteyen Fransız Hükümeti, AB Komisyonu tarafından zorunlu kılınan yüksek bütçe açıklarını düşürme hedefi nedeniyle daha ihtiyatlı bir tutum izlemeye başlamıştır. Nitekim 2025 yılında 2030 Yatırım Planı ve MaPrimeRénov' desteğinin azaltılması planlanmaktadır.

Öte yandan, Fransa'nın dış ticaretinde imalat sanayi ürünleri ihracatı, 2024 yılında 535,2 milyar Avroya olarak gerçekleşmiştir. Hava taşıtları, otomotiv, ilaç, makine ve ekipmanları ile kimyasallar en fazla ihracat yapılan alanlardır. İthalatta ise başta inşaatta kullanılan otomasyon ürünleri, makine ve ekipman, ilaç, kimyasal, elektrikli ekipman, rafine petrol, hava aracı imalatında kullanılan ürünler ile hazır giyim ve otomotiv yan sanayi önde gelen sektörler olup, 584,3 Avro değerinde sanayi ürünü dışarıdan temin edilmiştir.

Lüks Sektörü:

Fransa, yüksek işçilik ve kaliteye dayalı markalarını etkin bir pazarlama stratejisi ile lüks alıcılara sunmada dünya çapında lider konumdadır. Paris moda, mücevher, kozmetik ve haute couture'de önemli bir merkezdir. Fransız lüks pazarı moda, aksesuar, parfüm, kozmetik, mücevher, saat, deri ürünleri, şarap, alkollü içkiler ve konaklama dahil olmak üzere çeşitli kategorilerde geniş bir ürün ve hizmet yelpazesi sunmaktadır.

Fransız lüks markaları, Çin, Hindistan, Rusya ve Orta Doğu gibi gelişmekte olan pazarlardan gelen artan talepten yararlanarak varlıklarını küresel çapta genişletmiştir. Lüks moda, mücevher ve kozmetik sektöründe 2024 yılında ilk 10 şirketin marka değeri 357 milyar Dolara ulaşmış olup, bunlardan ilk üç sırayı Fransız Louis Vuitton, Hermès, Chanel markaları paylaşmaktadır. Dior, Cartier ve YSL aynı listedeki diğer Fransız şirketlerdir. (STATISTA 2025)

Lüks sektöründeki büyüme tırmanmaya devam ederken, şirketler daha döngüsel bir ekonomik model benimsemektedir. Net sıfır hedefleri ve tedarik zinciri izlenebilirliği gibi sürdürülebilirlik taahhütleri takip edilmektedir. Ayrıca dijital teknolojilere adaptasyonda, e-ticaret kanallarının kullanımında da lüks markalar stratejik öncü rol oynamaktadır. Bu kapsamda, Vinted ve Vestiaire Collective gibi platformlarda üst segment ürünler rağbet görmektedir.

Lüks sektöründe toplam istihdam yapısına bakıldığında, hazır giyim, deri mamulleri, saat ve mücevherat istihdamın %40'ını, şaraplar ve alkollü içecekler %17'sini, parfüm ve kozmetik ürünleri %17'sini ve lüks restoranlarıyla gastronomi ise lüks sektöründe sağlanan istihdamın %15'ini sağlamaktadır. Fransa ayrıca lüks şişe üretiminde de dünya lideridir.

Seine-Maritime bölgesinde bulunan, Bresle Vadisi'nde parfüm, alkollü içecek ve kozmetik alanlarında kullanılmak üzere dünyada kullanılan tüm lüks şişelerin %70'i üretilmektedir. Kozmetik Vadisi olarak da bilinen ve AR-GE merkezlerinin bulunduğu bu kümelenme bölgesinde Sisley'den Shiseido'ya Coty'den Clarins'e toplam 70 şirket, 10.000 kişiye istihdam sağlamaktadır.

3.3.Hizmetler

Fransız GSYİH'nin %69,7'sini oluşturan hizmetler sektörü, geleneksel olarak ekonominin itici güçlerinden olmaya devam etmekte ve dış ticareti 1988'den beri fazla vermektedir. Trademap nihai verilerine göre (2023), Fransa'nın hizmet sektörü ihracatı 332,9 milyar Avro ve ithalatı ise 296 milyar Avro düzeyinde gerçekleşmiştir. Diğer iş hizmetleri dış ticarete konu en önemli alt sektör grubu olup,

¹⁰ https://www.francetvinfo.fr/monde/usa/presidentielle/donald-trump/droits-de-douane-americains-aeronautique-luxe-spiritueux-quels-sont-les-secteurs-francais-les-plus-touches_7167966.html

ithalatta ulaşım, ihracatta ise seyahat ikinci sırada yer almaktadır. Telekomünikasyon/bilgi hizmetleri, sigorta ve seyahat hizmetleri, finansal hizmetler dış ticarete konu diğer bazı alt gruplarıdır.

Fransa Merkez Bankası verilerine göre 2024 yılında hizmetler dış ticaret dengesi, 48,9 milyar €'ya yükselmiş ve 2022'deki 65 milyar sonra tarihteki en büyük ikinci fazlayı gerçekleştirmiştir. Deniz taşımacılığı hizmetlerinin performansı sayesinde taşımacılık hizmetleri dengesi fazla vermeye devam ederken turizm ve finansal hizmetlerdeki rekor fazlalar da pozitif dengeye katkı sağlamıştır. Seyahat hizmetleri fazlası 15,8 milyar Avro ile 2013 yılından bu yana rekor seviyeye ulaşmıştır. (*Résultats du commerce extérieur en 2024, Ministère de l'europe et des affaires étrangères / Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique, 7/02/2025*)

Economist Intelligence Unit tarafından Fransa'da hizmet ticaretinin ulaşım (büyük ölçüde turizm) ile finansal ve iş hizmetleri öncülüğünde büyümeye devam edeceği tahmin edilmektedir. 2025-2029 döneminde turizmin Avrupa, Çin ve ABD ağırlıklı gelişmeye devam edeceği; Paris'in Brexit sonrası finansal merkez olarak ağırlığının artacağı ve diğer iş hizmetleri alanında ise profesyonel danışmanlık ile ar-ge hizmetlerindeki yatırımlar odaklı büyüme yaşanacağı öngörülmektedir.

OECD'nin Hizmet Ticareti Kısıtlayıcılık Endeksi (STRI) 2024 yılı verilerine göre Fransa, hizmet ticaretinde OECD ortalamasının üzerinde ve STRI örneklemindeki tüm ülkelere kıyasla nispeten düşüktür. Aşamalı olarak uygulamaya konulan reformlar, çeşitli sektörlerde ticaret ve yatırım koşullarını ılımlı ve istikrarlı bir şekilde kolaylaştırmıştır. Kurye hizmetleri Fransa'daki en açık sektör iken, hukuk hizmetleri en kısıtlı sektördür.¹¹

Fransa'da teknolojik dönüşüm ve dijitalleşme çabaları son yıllarda hem kamu hem özel sektörde ivme kazanmıştır. Gerek Fransa Relance Planı (34 milyar Avro) gerekse Fransa 2030 (27 milyar Avro), temel dijital teknolojilerin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına, bulut, siber güvenlik, yapay zekâ, kuantum gibi dijital özerklik sağlayacak teknolojilere dayalı projelere ciddi oranda destek vermektedir. Söz konusu çabalar sonucunda beş yıldan kısa bir süre içinde French Tech, değeri bir milyar doların üzerinde olan 4 unicorn'dan 26 unicorn'a ulaşmıştır. Doctolib, Backmarket, Contentsquare, Qonto, Sorare, Manomano, Believe başlıca Fransız unicornlardır. Ekosisteme 2024 yılında Pennylane, Pigment ve Poolside olmak üzere üç yeni unicorn eklenmiştir. Toplamda milyar dolarlık değerlemeye ulaşan 45 Fransız şirketinin %71'inin değerinin hâlâ 1 milyar doların üzerinde olduğu belirtilmektedir.¹²

Fransa genelinde sağlık ve biyoteknoloji, spor teknolojisi, bluetech, siber güvenlik, proptech, fintech gibi alanlarda faaliyet gösteren 55 teknopolde 18 bin şirket bulunmaktadır. Avrupa'nın ilk, Fransa'nın ise en büyük teknolojik merkezi olan Sophia Antipolis (1984), ETSI (Avrupa Telekomünikasyon Standartları Enstitüsü), Skema İşletme Okulu ve ERCIM (Avrupa Bilişim ve Matematik Araştırma Konsorsiyumu) gibi çok sayıda uluslararası kuruma; Amadeus, Avanade, 3Roam, Air France, Cisco, Accenture, Broadcom, Intel, Huawei, IBM, Lionbridge ve Orange gibi 2.500'den fazla teknoloji şirketine ev sahipliği yapmaktadır.

Öte yandan, dünya ekonomilerini inovasyon kabiliyetlerine göre sıralayan Küresel Inovasyon Endeksi'ne göre Fransa 2024 yılında 133 ekonomi arasında 12 nci sırada yer almıştır.

3.4.Ulaştırma

Fransa, Avrupa kıtasındaki stratejik konumu ile ulaşım sektöründe söz sahibi ülkelerden biridir. 34 uluslararası havalimanı, 66 deniz ticaret limanı (Dunkerque, Le Havre, Rouen, Nantes Saint-Nazaire, La Rochelle, Bordeaux, Marseille vd), 1,1 milyon km uzunluğunda karayolu, 28 bin km'den fazla demiryolu ağı ve 12 bin km'yi aşan otoyol uzunluğu ile farklı taşıma modellerinde gelişmiş bir altyapısı vardır.

¹¹ https://www.oecd.org/en/publications/oecd-services-trade-restrictiveness-index-country-notes_4c1d2b0d-en/france_08351929-en.html

¹² <https://frenchtechjournal.com/french-tech-2024-ai-drives-growth-while-traditional-sectors-adjust/#:~:text=The%20ecosystem%20added%20three%20new,underlying%20strength%20of%20these%20companies.>

Eurostat nihai verilerine göre (2021), Fransa, ulaşım ve depolama alanında 182 bin şirket ve 1,4 milyon istihdam ile 229 milyar Avroluk katma değer sağlamaktadır. Almanya hem katma değer (%26,2) hem de istihdamda (%22,5) üye devletler arasında en yüksek seviyeleri kaydederken Fransa ikinci sırada yer almıştır. (%17,9 katma değer; %14,0 istihdam) Taşıma modellerinden kara taşımacılığı ve boru hatlarıyla taşımacılıkta ise AB'nin katma değeri içindeki payı %8,5 ile zirve yapmıştır.¹³

Fransa, esas olarak devlete ait SNCF (Société Nationale des Chemins de fer Français) şirketi tarafından işletilen kapsamlı ve verimli bir demiryolu ağına sahiptir. Fransız demiryolu ağı, Paris, Lyon, Marsilya ve Bordeaux gibi büyük şehirleri birbirine bağlayan yüksek hızlı TGV (Train à Grande Vitesse) hatlarının yanı sıra bölgesel ve banliyö demiryolu hizmetlerini de içermektedir. Ülkenin yüksek hızlı demiryolu ağı, yolcular için hızlı ve rahat seyahat seçenekleri sunan dünyanın en kapsamlı ve gelişmiş ağlarından biridir. 2024 yılında TGV hatlarında bir önceki yıla göre %4'lük artışla 126 milyon yolcu taşımıştır. Saint-Ouen merkezli Alstom, 64 ülkede 84 binden fazla kişiye istihdam sağlayan 17,6 milyar Avroyu bulan cirouyla (2023/24) demiryolu sektöründe Fransa'nın küresel çapta iddiasını ortaya koyan şirketlerden birisidir.

Karayolu taşımacılığında da Fransa, Vinci Autoroutes ve Sanef gibi şirketler tarafından işletilen gelişmiş bir otoyol ağına sahiptir. Ayrıca kuzey ve güney bölgelerini birbirine bağlayan A6 ve A7 otoyolları autoroutes du soleil (güneş otoyolları) olarak adlandırılmaktadır.

Şehir içi ulaşım sistemleri incelendiğinde, Paris, Lyon, Marsilya, Lille gibi Fransa'nın büyük şehirlerindeki toplu taşıma sistemleri oldukça gelişmiştir ve metro, tramvay, otobüs ve banliyö demiryolu hizmetleri dahil olmak üzere bir dizi seçenek sunulmaktadır. Paris'te RATP (Régie Autonome des Transports Parisiens) metro, tramvay ve otobüs ağlarını işletirken SNCF de RER (Réseau Express Régional) banliyö raylı sistemini işletmektedir. Rennes ve Toulouse gibi daha az nüfuslu şehirlerde ise otobüs, hafif metro sistemleri kullanılmaktadır.

Hava taşımacılığında ise Fransa, Paris'teki büyük uluslararası havalimanlarının (Charles de Gaulle Havalimanı ve Orly Havalimanı) yanı sıra Lyon, Marsilya, Nice ve Toulouse gibi şehirlere hizmet veren bölgesel havalimanlarıyla güçlü bir havacılık endüstrisine sahiptir. Ülkedeki en işlek havaalanı olan Paris'teki Charles de Gaulle Havaalanı'nı yalnızca geçen yılki yolcu trafiği 103,4 milyondur. Air France, Fransa'nın ulusal hava yolu markasıdır ve EasyJet, Transavia, Eurowings ve Ryanair gibi düşük maliyetli taşıyıcılar da Fransız pazarına hizmet vermektedir. Hükümet, 2025 yılında havacılık taşımacılığı üzerindeki vergiyi üç katına çıkararak bu düzenlemeden 1 milyar Euro gelir elde etmeyi planlamaktadır.¹⁴ Fransa'dan kalkan tüm uçuşları etkileyecek olan bu gelişmenin ardından Air France bu artışın, 100 milyon € maliyet oluşturacağını, RyanAir ise Fransa seferlerini azaltacağını açıklamıştır.

Uzun bir kıyı şeridine sahip olan Fransa, Atlantik Okyanusu, Manş Denizi ve Akdeniz boyunca uzanan limanlarıyla önemli bir denizcilik ülkesidir. Marsilya, Le Havre, Dunkirk ve Bordeaux gibi limanlar konteyner taşımacılığı, dökme yük ve yolcu feribotları dâhil olmak üzere önemli hacimlerde yük elleçlemektedir. Özellikle Marsilya ve Cannes gibi limanları yolcu gemilerinin uğrak noktalarıdır.

Fransa'da toplam emisyonların üçte birinden sorumlu olduğu ifade edilen taşımacılık sektörünün en önemli gündemi, daha çevre dostu taşımacılık sistemlerine geçişin hızlandırılmasıdır. Yeni yüksek hızlı tren hatları, yol genişletme projeleri, toplu taşıma iyileştirmeleri, havaalanı modernizasyonu ve liman altyapısı geliştirme yatırımları, sürdürülebilir teknolojilerin daha fazla sisteme entegrasyonu ile yürütülmektedir. Bunun yanı sıra elektrikli ve hibrit araçların pazar payı yıllar içerisinde artarak 2024 yılında Fransa'da otomotiv satışlarının %60'ına ulaşmış durumdadır. Bu oranın %17'si tamamen elektrikli araçlar ve %43'ü hibrit araçlardır. Ayrıca, kamuya açık şarj istasyonlarının sayısı 2024'te %31 artarak toplamda 154.694 istasyona ulaşmıştır.¹⁵

Fransa'da yakın dönemde ulaşım sektöründe yaşanan bazı önemli gelişmeler aşağıda yer almaktadır:¹⁶¹⁷

¹³ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Transportation_and_storage_statistics_-_NACE_Rev._2&oldid=567777#Country_overview

¹⁴ https://www.lemonde.fr/economie/article/2024/10/28/le-triplement-de-la-taxe-sur-le-transport-aerien-tombe-au-mauvais-moment-pour-les-compagnies_6363184_3234.html

¹⁵ <https://www.ayvens.com/fr-fr/nous-decouvrir/blog/transition-energetique/chiffres-mobilite-2024/>

¹⁶ <https://www.ecologie.gouv.fr/presse/ce-qui-change-1er-janvier-2025-domaine-transports-0>

¹⁷ https://www.propulsion-services.fr/newsletter/2216605_18-12-2024-changements-reglementaires-impactant-le-transport-de-marchandises-en-2025

- Karayollarının yerel yönetimlere devri: 1 Ocak 2025 itibarıyla Auvergne-Rhône-Alpes ve Grand Est bölgeleri, 1.280 km.lik ulusal yolların yönetimini pilot proje olarak beş yıllığına devralmış olup, ülke genelinde bölgesel yönetimlere bu alanda yetki devri planlanmaktadır.
- Karayolu taşımacılığında sürücü çalışma saatleri kontrolü: Sürücülerin çalışma ve dinlenme sürelerini takip etmek amacıyla kullanılan takograf verilerinin kontrol süresi, 28 günden 56 güne çıkarılmıştır.
- Prim ve teşvikler: Karbon salınımını azaltmaya yönelik olarak, yakıt primi için vergi muafiyeti, elektrikli araç şarj desteği gibi teşviklerin tavanları yükseltilmiştir.
- Düşük emisyonlu bölgeler (ZFE): 150.000'den fazla nüfusa sahip büyük şehirlerde, hava kalitesinin artırılması amacıyla daha fazla kirliliğe neden olan araçların bu bölgelere girmesi kısıtlanmıştır. (yürürlük tarihi: 31.12.2024)
- Euro 7 Normu: 2025 yılı sonbaharında devreye girecek olan bu yeni düzenleme, araçlardan çıkan zararlı emisyonları daha da azaltmayı hedeflemekte ve sürdürülebilirlik konusundaki talepleri karşılamak için daha sıkı önlemler getirmektedir. Şirketlerin bu standarda uyum sağlamak için filolarını yükseltmeleri önemli bir maliyet oluşturacak, araçların dayanıklılık gereksinimlerini karşılamak üzere bakım ve akü değiştirme gibi maliyetler ortaya çıkacaktır. (Yürürlük tarihi: Ekim 2025)
- İkinci nesil akıllı takograflar: Yeni yılda, 3,5 tonun üzerindeki tüm kamyonlar, uluslararası taşımacılık yaparken AB'nin Mobilite Paketi kapsamındaki yeni takograflarla donatılmak zorundadır. (Yürürlük tarihi: 31.12.2024)
- Sera gazları (GHG) hakkında bilgi verme: Nakliye sırasındaki sera gazı emisyonları hakkında müşterilerin bilgilendirilmesi Fransa'da 10 yıldır zorunlu olmakla birlikte yeni yılda bu zorunluluğa uymayan karayolu nakliyecileri 3.000 €'ya varan para cezasına çarptırılma riskiyle karşı karşıyadır. (Yürürlük tarihi: 01.01.2025)

Ulaştırma sektörüne ilişkin ayrıntılı verilere ulaşmak için: <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/edition-numerique/chiffres-cles-transports/fr/livre>

3.5.Turizm

Turizm sektörü, Fransa'da yaklaşık 2 milyon kişiye istihdam sağlayan (tüm iş türlerinin toplamı) ve Fransız GSYİH'sinin yaklaşık %7,5'ini temsil eden stratejik bir sektördür. Paris'teki Eyfel Kulesi, dünyanın en çok ziyaret edilen ücretli anıtidir ve Fransa genelindeki 52 bina/mülk, UNESCO Dünya Mirası listesinde yer almaktadır. Dünyanın önde gelen turistik destinasyonlarından biri olan Fransa'da ikamet etmeyenlerin harcamaları, Fransa'da ikamet eden yabancıların harcamalarından daha yüksektir. (INSEE)

Fransa 2024 yılında 100 milyondan fazla uluslararası turisti ağırlamış ve 71 milyar Avro uluslararası gelir elde etmiş olup, ödemeler dengesinin seyahat bölümünde 15 milyar Avrodan fazla pozitif bir denge söz konusudur (Fransa'da yabancı gezginler tarafından elde edilen gelir ile Fransızların yurtdışında yaptığı harcamalar arasındaki fark) Paris Yaz Olimpiyatları, Normandiya Çıkarması'nı Anma Töreni, Fransızca Konuşan Milletler Festivali ve Notre-Dame Katedrali'nin yeniden açılışı gibi etkinlikler, seyahat ve turizm gelirlerine katkı sağlamıştır. Geçtiğimiz yıl 446 binden fazla konaklamaya ev sahipliği yapan metropolitan Fransa'da Kuzey Avrupa ve ABD'den ziyaretçiler başı çekerken Belçika ve İspanya'dan gelen turist sayısı sınırlı düzeyde artmış, gecelik konaklamalarda Çinli ve Japon turistlerde yine artış olmakla birlikte bu bölgeden turizm gelirleri Covid öncesi seviyelerine ulaşmamıştır. Hindistan, Meksika, Kanada ve Güney Kore yine büyüyen pazarlar olarak ön plana çıkmıştır. 2024 yılındaki büyümenin, 2025 yılının ilk çeyreğinde de devam ettiği bildirilmektedir.¹⁸

¹⁸ <https://www.atout-france.fr/fr/actualites/bilan-vacances-dhiver-2024>

3.6.Madencilik

Fransa metropolü, kömür, demir cevheri, boksit, çinko, uranyum, antimon, arsenik, potas, feldspat, fluorspar, alçıtaşı açısından zengin topraklara sahiptir. Fransız Guyanası'nda ise altın yatakları, petrol, kaolin, niyobyum, tantal ve kil bulunmaktadır.

Fransa'daki madencilik sektörü uzun bir geçmişe sahiptir, ancak kaynakların tükenmesi, ekonomik ve çevresel kaygılar ve küresel pazar dinamiklerindeki değişimler gibi faktörlerin bir araya gelmesi nedeniyle yıllar içinde önemli ölçüde gerilemiştir. Ancak geleneksel madencilik sektörü gerilemiş olsa da son yıllarda yenilenebilir enerji teknolojileri, elektrikli araçlar ve dijital teknolojiler için kritik öneme sahip mineral ve metaller olan ilgi arttığından, ülkede ekonomik büyümeye, çevre yönetimine ve inovasyona katkıda bulunabilecek sürdürülebilir madencilik kapsamında fırsatlar bulunmaktadır. Nitekim Fransa, düşük karbon ekonomisine geçiş için gerekli olan lityum, nadir toprak elementleri ve grafit gibi stratejik minerallerin potansiyel rezervlerine sahiptir.

2024 Nisan ayında Fransız hükümeti, jeotermal enerji ve enerji dönüşümüne yönelik lityum ve bakır gibi kritik metallerin çıkarılmasına ilişkin projeleri hızlandırmak amacıyla maden hukukunu modernize etmeyi planladığını açıklamıştır. Reform kapsamında, çevresel izin süreci korunarak ekolojik standartlara bağlılık sürdürülmek kaydıyla, araştırma ruhsatlarının işlem süresinin 16-18 aydan yaklaşık 8-9 aya düşürülmesi planlanmaktadır.¹⁹

Diğer taraftan, Şubat 2025'te, Fransız Jeoloji ve Maden Araştırmaları Bürosu (BRGM) tarafından başlatılan Fransa'nın Maden Kaynaklarının Haritalanması Programı ile Fransa anakarası ve Guyana'da yer alan maden kaynaklarını tespit etmeye yönelik beş yıllık bir proje yürürlüğe konulmuş olup, 53 milyon Avro bütçeli planlama ile stratejik metaller açısından zengin bölgelerin belirlenerek Fransa'nın kritik hammadde tedarikinin güvence altına alınması amaçlanmaktadır.²⁰

3.7.Enerji

Fransız enerji sektörü, değişen küresel dinamikler, çevresel kaygılar, teknolojik ilerlemeler ve sürdürülebilirliği teşvik etmeyi ve karbon emisyonlarını azaltmayı amaçlayan hükümet politikalarının etkisiyle önemli bir dönüşüm geçirmektedir. Fransız hükümeti bir yandan nükleer ve yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yaparken diğer taraftan binalarda, ulaşımda, sanayide ve kamu sektöründe enerji verimliliği önlemlerini teşvik etmektedir. Buna rağmen enerji açığı devam eden ülkenin 2024 yılı itibarıyla 38,1 milyar € hidrokarbon, elektrik ve 17,4 milyar € rafine petrol ve kömür olmak üzere toplam 55,5 milyar € dış ticaret açığı bulunmaktadır. (toplam dış ticaret açığı 100,2 milyar €)

Öte yandan, nükleer enerji, elektrik üretiminin ağırlıklı bir bölümünü oluşturmakta (2024: %72) ve EDF (Electricite de France) tarafından yönetilen 57 işletilebilir reaktöre sahip 18 ticari nükleer enerji santrali, ²¹Fransa'yı ABD ve Çin ile birlikte dünyanın en büyük nükleer enerji üreticilerinden biri haline getirmektedir. Bununla birlikte Fransa, nükleer enerjiye ve fosil yakıtlara bağımlılığı azaltmak için rüzgâr, güneş, hidroelektrik ve biyokütle gibi yenilenebilir kaynakları içerecek şekilde enerji çeşitliliğine giderek daha fazla odaklanmaktadır.

Fransa mutlak anlamda Avrupa'nın ikinci en büyük biyokütle, hidroelektrik, yenilenebilir atık ve jeotermal enerji üreticisidir. Fransa'nın yenilenebilir enerjileri, yaklaşık on farklı sektörle oldukça çeşitlidir. Odun enerjisi (%30,1) ve hidroelektrik (%14,5) en gelişmiş olanlarıdır, ancak rüzgâr enerjisi (%13,5) ve ısı pompaları (%12,9) son yıllarda en çok ilerleme kaydeden ve 2023 yılında 388 TWh olan birincil enerji tüketiminde paylarını artıran sektörlerdir. Fransa'nın 2030 yenilenebilir enerji hedefleri ve gerçekleşme oranları aşağıda yer almaktadır:²²

¹⁹ https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/documents/Mardi_DGPR_18%20avril%202023_r%C3%A9forme%20code%20minier.pdf

²⁰ <https://www.brgm.fr/fr/actualite/communique-presse/nouveau-programme-identification-ressources-minerales-francaises>

²¹ <https://world-nuclear.org/information-library/country-profiles/countries-a-f/france>

²² www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr

	2030 Hedefi %	Gerçekleşme Oranı % (2023)
Nihai Tüketimde Yenilenebilir Enerji'nin Payı	33	22,2
Elektrik	40	29,9
Isıtma-Soğutma	38	29,6
Ulaşım	15	9,9

Öte yandan, Fransa, enerji ve iklim krizleriyle mücadele çerçevesinde nükleer reaktör filosunun güçlendirilmesi, elektrikli araç kullanımının özendirilmesi, enerji tüketiminin azaltılmasına yönelik iddialı hedeflere ve fosil yakıtların aşamalı olarak kullanımdan kaldırılmasına yönelik taahhütlere sahip olmakla birlikte, AB Komisyonu tarafından bu eylemlerin yeterli görülmediği bildirilmektedir. Nitekim sera gazı emisyon oranları AB ortalamasının üzerinde seyretmektedir.²³ Söz konusu oranları azaltmayı da amaçlayan Fransa'nın 10 yıllık enerji planının Parlamentodaki müzakereleri devam ederken, son kamuoyu görüşüne açılan revize versiyonunda, artık fosil yakıtla çalışan enerji santralleri inşa edilmeyeceği taahhüdüne yer verilmektedir. Bununla birlikte, Hükümet, kömürle çalışan santrallerin kapatılması yerine gazla çalışan santrallere dönüştürülmesini öngören bir yasa tasarısını gündeme getirmektedir.

4. ŞİRKET KURULUŞU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER

4.1. Şirket Türleri

Fransa'da şirket kurma işlemleri son yıllarda oldukça basitleştirilmiş olup gerekli tüm prosedürler elektronik ortamda gerçekleştirilebilmektedir. 1 Ocak 2023 tarihinden itibaren, faaliyetin oluşturulması, değiştirilmesi ve durdurulmasına ilişkin süreçler, <https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/R61572> sitesinden çevrimiçi olarak tamamlanabilmektedir. İşlemler firma sahibi tarafından doğrudan ya da vekâlet verilmiş bir avukat, ortak, yahut çalışan tarafından yapılabilmektedir.

İş kurma formalitelerinin maliyeti, işin türüne ve faaliyetin niteliğine göre farklılık göstermektedir. Zorunlu prosedürlerin (kayıt, yasal bildirimler, özellikle ana sözleşmenin hazırlanması) yanı sıra ticari marka tescili, ticari kira sözleşmesinin imzalanması gibi ek maliyetler de dikkate alınmalıdır. Şirketin veya temsilciliğin ticaret siciline kaydolma süresi 5 ila 6 iş günü sürmektedir. Şirket kuruluşunun son aşaması Ticaret Gazetesi'nde (Journal Officiel) şirket kuruluşunun yayınlanmasıdır.

Söz konusu işlemler sonucunda "Ticaret Sicil kayıt Numaraları" olan SIREN'e (gerçek veya tüzel bir kişinin ticaret sicilindeki kayıt numarası-benzersiz kimlik numarası) veya SIRET'e (firmanın belli bir adresinin kayıt numarası- şirketin her birimi ve şubesi için tanımlanan numara) sahip olan şirket, faaliyetlerine başlayabilmektedir. Şirketlerin faaliyet gösterdiği her şube için de ayrı bir SIRET numarası alması gerekmektedir.

4.2. Şirket Kurma Prosedürü

4.2.1. Başvuru Merci ve İstenen Belgeler

Fransa'da iş kurmak isteyen bir girişimcinin yapması gereken ilk iş yasal statüsünü seçmesidir. Yasal statü olarak şahıs şirketi veya kurumsal şirket statüleri seçilebilmektedir. Bu seçim, beyan formaliteleri, kişisel yasal statüsü ve aynı zamanda vergi, idari veya sosyal konularda belirleyicidir. En fazla tercih

²³ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/interactive-publications/energy-2025>

edilen şirket tiplerine ilişkin bilgi aşağıda sunulmakta olup ilave bilgi <https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F32886> elektronik adresinden temin edilebilmektedir.

Şirket Tipi	Özellikleri	Kim kurabilir ?
Halka Açık Limited Şirket (SA)	Sermaye şirketi En az 2 ortak, hissedarların katılımı şirkete yatırdıkları sermayeye dayanmaktadır. Şirket, başkanı ve icra kurulu başkanı (CEO) olan bir yönetim kurulu veya yönetim kurulu olan bir denetim kurulu tarafından yönetilebilir.	Zanaatkar, tüccar, sanayici
Basitleştirilmiş Anonim Şirket (SAS)	Ortakların her birinin (en az 2, en fazla olmaksızın) şirketin borçlarından yalnızca kişisel katkıları kadar sorumlu olduğu şirket. Asgari sermaye yoktur.	Zanaatkar, tüccar, sanayici, serbest meslek (ancak hukuk, yargı veya sağlık meslekleri değil)
Limited Şirket (SARL)	Her ortağın (2 ile 100 arasında) prensip olarak şirketin borçlarından sadece kişisel katkıları kadar sorumlu olduğu şirket. Asgari sermaye yoktur.	Zanaatkar, tüccar, sanayici, serbest meslek (ancak eczacılar hariç olmak üzere hukuk, yargı veya sağlık meslekleri değil)
Tek kişilik Limited Şirket (EURL)	Tek bir hissedardan oluşan şirket. Şirketin borçlarından yalnızca kişisel katkıları ölçüsünde sorumludur. Asgari sermaye yoktur.	Zanaatkâr, tüccar, sanayici, serbest meslek (ancak eczacılar hariç olmak üzere hukuk, yargı veya sağlık meslekleri değil)

Fransa’da şirket kurulumuna ilişkin bazı kavramlar aşağıda tanımlanmaktadır;

- Sermaye Yatırımı: Şirketin sermayesi, şirketin hissedarları veya ortakları tarafından yapılan nakit katkılardan oluşur. Şerefiye, binalar, markalar gibi şirkete ait varlıkların değeri de dikkate alınır.
- Ana Sözleşme: İş kurulurken atılması gereken en önemli adımlardan biri ana sözleşmenin hazırlanmasıdır. Bunlar şirketin tüm sosyal, vergi ve yasal kurallarıdır. Bu adım, sermaye miktarının belirlenmesi ile sermayenin yatırılması arasında gerçekleşir. Ana sözleşme imzalandığında şirket kurulmuş olur.
- İntifa: Ticaret ve Şirketler Siciline kayıtlı olan her şirket, borsada işlem gören şirketler hariç olmak üzere, intifa hakkı sahipleri beyanı yapmak zorundadır. DBE, şirketi hangi gerçek kişinin kontrol ettiğini belirlemeyi mümkün kılar. İntifa hakkı sahibi, şirketin sermayesinin %25'inden fazlasını veya oy haklarının %25'inden fazlasını elinde bulunduran kişidir.
- İlan zorunluluğu: Tescilden önce, şirketin kuruluş bildirimi yayımlanmalıdır. Bu ilan, yasal bildirimleri almaya yetkili bir ortamda (SHAL- yasal tebligatları almaya yetkili organ-support habilité à recevoir des annonces légales veya JAL- resmi ilan gazeteleri-journaux d’annonces légales) yapılmalıdır. İlan maliyeti, oluşturulan şirketin türüne bağlıdır. SHAL tarafından verilen bir ilan sertifikası talep edilmeli ve ardından bu kayıt sırasında CFE’ye (centres de formalités des entreprises-ticari formaliteler gişesi) gönderilmelidir. (<https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F35957>)

4.2.2. İrtibat Bürosu Kuruluşu

Fransa’da irtibat büroları için ticaret sicil kayıt zorunluluğu bulunmamakla beraber; kuruluşu müteakip ana şirketin ticaret sicili, ana sözleşmesi, irtibat bürosunun kuruluşuna ilişkin karar ve temsilcinin kimliğini tevsik edici belgelerle birlikte bulunulan yerin Ticaret Odası’nda bulunan CFE’ye bildirim yapması ve vergi numarası SIREN ve SIRET alınması gerekmektedir.

İrtibat bürosu açılışı işlemleri, atanacak yerel temsilci tarafından gerçekleştirilmelidir. Yerel temsilcinin Fransa’da ikamet izni sahibi bir kişi olması gerekmektedir. Ticaret siciline kayıtlı olmayan büroların çalıştıracakları elemanların sosyal güvenlik primleriyle ilgili işlemlerinin URRSAF’ın (Sosyal Güvenlik ve Aile Yardımları Katkılarının Toplanması Birliği-Union de Recouvrement des cotisations de Sécurité Sociale et d’Allocations Familiales) Bas-Rhin şubesi üzerinden yapılması gerekmektedir. Ticari faaliyette bulunmayacağı için kurumlar vergisi ve KDV mükellefi olmayan ancak belediye vergilerine tabi olan büronun son olarak “şirketler vergi dairesi” ne kayıt ettirilmesi zorunludur.

4.2.3. Şube Kuruluşu

Şube açılışı; bulunulan yerin ticaret siciline kayıt zorunluluğu gerektirmekte olup aşağıdaki listede bulunan evraklar onaylı ve Fransızcaya tercüme edilmiş olarak iki suret hazırlanarak Ticaret Mahkemesine başvuru yapılması gerekmektedir:

- Ana şirketin ticaret sicili belgesi ve ana sözleşmesi,
- Yerel mevzuata uygun olarak hazırlanmış şube ana sözleşmesi,
- Şube kuruluşuna ilişkin başvuru formu,
- Fransa’daki şube tarafından yürütülecek faaliyetlere ilişkin (varsa) kalifikasyon ve onaylar
- Faaliyetin yürütüleceği mekâna ilişkin mülkiyet ya da kullanım hakkı belgeleri
- Fransa’daki şube temsilcisinin yetki belgesi

Şube ana şirketle aynı ismi taşımakla mükelleftir. Ana şirket Fransa’da birden fazla şube de açabilmektedir.

Şube temsilcisinin Fransa’da daimi ikamet izni sahibi olmaması halinde mezkûr şahıs, ikamet belgesi almak ve “hüküm giymemiş olduğuna ilişkin bildirimde bulunmak” yükümlülüğünü taşımaktadır.

Fransa’da kurulan ülkemiz menşeli şirketler, Fransa’daki kazançları üzerinden vergilendirilmektedir. Fransa’da geçerli mevzuata göre ana şirket yıllık mali raporlarında şubeye ilişkin hesapları da göstermelidir. Bağlı bulundukları şirketten bağımsız şahsiyetleri bulunmasa da Fransa’da açılan şubeler kendi belge ve defterlerini tutmakla mükelleftir.

Fransa’daki şubenin yöneticisi ana şirkete karşı sorumludur. Genelde “expat “statüsündeki bu kişi ana şirketin bulunduğu ülkenin çalışma mevzuatına tabidir. Şubenin çalışanları ise Fransa İş Hukuku çerçevesinde istihdam edilmektedir.

4.1.1. Firma Sorgulama

Fransa ile ticari faaliyet bulunacak firmaların, faaliyet öncesi Fransa’daki firma ve firma yetkilisini doğrulaması önemlidir.

Fransa’da her şirketin SIREN (şirketin benzersiz kimlik numarası) ve SIRET (şirketin her birimi ve şubesi için tanımlanan kayıt numarası) numaraları bulunmaktadır. Açık kaynaklardan şirketlerin SIREN ve SIRET numaraları kullanılarak sorgulama yapılması mümkündür. Söz konusu kaynaklar ücretsiz olarak şirketin hâlihazırda aktif ya da pasif olduğu, şirket yöneticilerinin kimler olduğu, şirket adresinin neresi olduğu, şirketin sermaye yapısı gibi hususları içeren kısıtlı bilgileri ücretsiz bir şekilde paylaşmaktadır. Yine aynı kaynaklardan şirketlerin geçmiş dönem bilançolarına erişmek de mümkündür. Şirketlere ilişkin Kbis (bir ticari şirketin Ticaret ve Şirketler Siciline –RCS- kaydını onaylayan belge), Statu (şirket ana sözleşmesi) gibi detaylı belgelere söz konusu kaynaklardan ücret ödeyerek erişmek de mümkündür.

Kurulu şirketlere ilişkin bilgi alabilmek ve şirket kuruluşuna dair prosedürler hakkında daha detaylı bilgiye ulaşabilmek amacıyla başvurulabilecek bazı internet adresleri aşağıda sunulmaktadır:

- <https://annuaire-entreprises.data.gouv.fr/>
- <https://www.infogreffe.fr/>
- <https://www.pappers.fr/>
- <https://www.societe.com/>
- <https://entreprises.lefigaro.fr/>
- <https://www.legalstart.fr/>

4.2. Sigorta

Fransız sosyal güvenlik sistemi (La Sécurité Sociale) 5'e ayrılmıştır:

- Ulusal Sağlık Sigortası Fonu (CNAM) tarafından yönetilen sağlık, annelik, babalık, sakatlık ve ölüm şubesi;
- Ulusal Sağlık Sigortası Fonu (CNAM) tarafından yönetilen iş kazaları ve meslek hastalıkları şubesi;
- Ulusal yaşlılık sigortası fonu (CNAV) tarafından yönetilen yaşlılık şubesi;
- Ulusal aile yardımı fonu (CNAF) tarafından yönetilen aile şubesi;
- Sosyal Güvenlik Kurumları Merkez Ajansı (ACOSS) tarafından yönetilen, katkı ve tahsilat şubesi. Bu şubenin altında ayrıca, işveren katkı paylarını ve sosyal güvenlik katkı paylarını toplayan URSSAF yer almaktadır.

Fransız sosyal güvenlik sistemine ilişkin temel bilgiye aşağıda paylaşılan internet sayfası aracılığıyla ulaşılması mümkündür:

- <https://www.welcometofrance.com/fiche/fiche-synthese-le-systeme-de-securite-sociale-francais>

Fransa'da çalışanlar ve aileleri, birçok avantajı olan Fransız sosyal koruma sisteminden yararlanmaktadır.

Bu hizmetler aşağıda sıralanmaktadır:

- Sağlık, analık, babalık, maluliyet ve ölüm sigortası;
- İş kazası ve meslek hastalığı sigortası;
- Emeklilik sigortası;
- Aile yardımları;
- İşsizlik sigortası.

Fransa'da çalışma hayatı ve sosyal güvenlik ile ilgili detaylı bilginin, T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Fransa Temsilciliklerinden temin edilmesi mümkündür. Temsilciliklere ilişkin bilgilere aşağıdaki internet adreslerinden ulaşılması mümkündür:

- <https://www.csgb.gov.tr/digm/contents/calismahayatiulkekunyeleri/fransa/>
- <https://www.csgb.gov.tr/digm/contents/iletisim/yurtdisi-teskilati/>

4.3. Bankacılık

Fransa'da hâlihazırda faaliyetlerini sürdüren 334 banka ve 34 binden fazla şube bulunmaktadır. Fransız Merkez Bankası (Banque de France) ülkenin para sistemini kontrol etmekte ve düzenlemektedir. Bu kapsamda, para ve kredi politikasını uygulamakla, para arzını kontrol etmekle, faiz oranlarını belirlemekle yükümlüdür.

Fransa'nın önde gelen bankaları arasında Société Générale, Crédit Agricole, BNP Paribas, HSBC, Crédit Mutuel, Caisse d'Epargne, Crédit du Nord, Banque Populaire, LCL, La Banque Postale, BPCE, AXA Banque yer almaktadır.

Tüm bankaların üye olduğu Fransız Bankacılık Federasyonu rakamlarına göre, Fransızların %99'unun banka hesabı bulunmaktadır. Nitekim ülkedeki birçok bürokratik işlemin kişinin banka hesabı olmaksızın yürütülmesi imkânsızdır.

Bunula birlikte, Fransa pazarına yeni giriş yapan firmaların en çok sorun yaşadığı alanlardan biri banka hesabı açılmasıdır. Firmalarımızın banka hesabı açma ve bankacılık işlemlerinin uzun süreceğini göz önüne alması önem arz etmektedir.

4.4. Vizeler (Çalışma, Oturma İzinleri, Geçici Çalışma Vizesi, Başvuru Mercı)

AB üyesi devletlerin vatandaşları, AB üyesi diğer devletlerden, Avrupa Ekonomik Bölgesinden veya İsviçre'den gelen ve Avrupa Topluluğu rejimine tabi olan vatandaşlar için çalışanlar ya da serbest meslek sahipleri için çalışma izni gerekmemektedir. Bu kişiler, Fransız vatandaşları ile aynı işçilik haklarına sahiptir. Bu gruba giren yabancılar ve onların bazı aile üyeleri Fransa'da da ikamet kartı olmadan ikamet edebilmektedir. Gereken tek şey geçerli bir kimlik kartı ya da pasaporttur. Topluluk sisteminde yer alan diğer yabancı vatandaşların ikamet kartı edinmesi gerekmektedir.

4.4.1. Türk Vatandaşları için Seyahat Vizesi

Umuma Mahsus Pasaport hamilleri vizeye tabidir. Diplomatik, Hizmet ve Hususi Pasaport hamilleri ise 180 gün içinde 90 günü aşmamak kaydıyla, Fransa'ya yapacakları seyahatlerinde vizeden muaftır.

4.4.2. Türk Yatırımcıların Vize, Çalışma ve Oturma İzni Temini

Çalışma ve oturma izinlerinin verilmesinde Fransa sıkı kurallar uygulayan ülkeler arasında yer almaktadır. Fransız temsilciliklerinde yaşanan yoğunluk nedeniyle seyahatlerin erken planlanması önem arz etmekte ve vize müracaatına tüm destekleyici belgeler ilave edilerek gidilmesi önerilmektedir. Firmalarımızın bankacılık sorunlarıyla birlikte en çok sorun yaşadığı diğer konu vize teminidir.

Çalışma izni hakkı, çalıştırılmak istenen işe yönelik istihdamın Fransa'da çalışma iznine sahip kişilerden karşılanamaması durumunda doğabilmektedir (örneğin; Türk restoranında aşçı, önemli bir firmada yönetici gibi). Başka bir deyişle münhal işe nitelikleri uyan ve iş başvurusunda bulunan Fransa'da çalışma iznine sahip kişilere öncelik tanınmaktadır. Fransa'da çalışma iznine sahip ve nitelikleri açık pozisyona uyan kişiler içerisinde ihtiyaç karşılanamıyorsa ülkemizden işçi getirme şansı doğabilmektedir. Ayrıca, çalışma izni ile oturma izni birbirine bağlı işlemler olup belli süreleri kapsamaktadır. (AEA üyesi ülkeler ve İsviçre vatandaşlarının çalışma iznine ihtiyacı bulunmamaktadır.)

Aşağıdaki e-posta adresinden yabancı çalışanlara yönelik çalışma izni süreçlerine erişim sağlanabilmektedir:

<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F2728#:~:text=L'%C3%A9tranger%2C%20qui%20entre%20en,distinct%20du%20document%20de%20s%C3%A9jour>

Eğer Türkiye'deki şirket üzerinden başvuru yapılmak istenirse ülkemizdeki işverenin <https://www.sipsi.travail.gouv.fr/auth/login> adresindeki beyan belgesini öncelikle doldurması, ardından Fransa'daki ortak/işveren tarafından <https://administration-etrangers-en-france.interieur.gouv.fr/particuliers/#/> adresinden online çalışma izni başvurusu yapılması gerekmektedir. Bu işlemlerin yanı sıra bulundukları şehirdeki sosyal güvenlik kurumu şubesinden bir yazı alınmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

Fransa'da 2016 yılında yürürlüğe giren “yetenek pasaportu” (passeport talent) kapsamında Fransa veya vatandaşı olunan ülkenin ekonomisine sürdürülebilir katkıda bulunma potansiyeli olan nitelikli meslek sahiplerine, aileleriyle birlikte ilk etapta 4 yıl, daha sonra yenilenebilir nitelikte çalışma ve oturma izni verilebilmektedir. Bu kapsamda, yatırım yapacak ve 300 bin Avro üzerinde proje sunan girişimciler ile bilim adamı, araştırmacı, sanatçı, müzisyen, sporcu, yazar gibi özelliği olan meslek sahiplerine istisnai

uygulama yapılabilir. (Fransa’da genellikle oturum izni ile çalışma izni bir arada verilmekte olup, bu duruma istisna, uzun süreli turistik vize alanlar ile yalnızca senede tam zamanlı 6 ay veya tüm sene yarı zamanlı 12 aya tekabül eden sınırlı bir zaman çalışmaya hakları olan öğrenci oturum izinleridir.)

<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F16922>

<https://france-visas.gouv.fr/en/web/france-visas/international-talents-and-economic-attractiveness>

5. PAZAR HAKKINDA DİĞER BİLGİLER

5.1. İş Kültürü

Fransa, Avrupa’nın en büyük ikinci ekonomisi olarak, Türkiye için büyük bir ihracat potansiyeli sunmaktadır. Ülkemizden Fransa’ya yapılan ihracat her yıl artış göstermesine rağmen, mevcut potansiyelin tam anlamıyla değerlendirilemediği görülmektedir. Fransa pazarı, katı ancak öngörülebilir düzenlemelere sahip olup, giriş için stratejik planlama ve uzun vadeli yatırım gerektirmektedir. Avrupa Birliği üyesi olması nedeniyle AB ülkeleri mal ve hizmet üreticileri pazarda büyük bir paya sahiptir. Fransız firmalarının geleneksel tedarikçilerine bağlı kalma eğilimi ve "Made in France" hassasiyeti, yeni oyuncuların pazara girişini zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte, küresel tedarik zincirlerindeki değişimler, dijitalleşme ve sürdürülebilir üretim trendleri Türkiye için önemli fırsatlar sunmaktadır.

Fransa pazarında kalıcı bir yer edinmek için büyük ölçekli kampanyalar, sponsorluklar ve ticaret heyetleri aracılığıyla Türk ürünlerinin kalitesi vurgulanmalı, fuarlar ve sektörel etkinliklere katılım sağlanarak doğrudan iş bağlantıları kurulmalıdır. Fransa’da yüz yüze ilişkiler hâlâ büyük önem taşıdığı için firmalarımızın pazarda tanınırlıklarını artırmaları adına dijital pazarlama ve sosyal medya kanallarını aktif bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Fransa'nın artan çevre duyarlılığı ve sürdürülebilirlik politikaları çerçevesinde, ihracatçı firmalarımızın çevre dostu üretim ve karbon ayak izi düşük ürünler sunmaları rekabet avantajı sağlayacaktır. Teknik düzenlemeler çerçevesinde CE belgesinin yanı sıra "Norme Française" belgesi alınması özellikle yapı malzemeleri ve gıda dışı sektörlerde pazara giriş açısından kritik önem taşımaktadır. Organik sertifikalı ürünler ve çevre dostu üretim süreçleri benimseyen firmalar için Yeşil Mutabakat uyumluluğu büyük bir fırsat sunmaktadır.

Fransız iş kültüründe toplantı ve iş planlamalarının aylar öncesinden yapıldığı dikkate alınmalı, iş görüşmelerinin Noel tatili (Aralık ortası – Ocak başı) ve yaz tatili (Ağustos ayı) başta olmak üzere resmi tatil dönemlerine denk getirilmemesi sağlanmalıdır. Fransa’da dil engeli önemli bir faktör olup, ihracatçılarımızın Fransızca tanıtım materyalleri hazırlaması ve ihtiyaç halinde iş görüşmelerinde profesyonel tercüman desteği alması faydalı olacaktır.

Son dönemde yaşanan küresel değişimler, Fransa pazarında belirli sektörlerde Türkiye için büyük fırsatlar yaratmıştır. Otomotiv ve yedek parça sektöründe, Fransa’daki elektrikli araç dönüşümünün hızlanması yedek parça tedariki açısından önemli bir fırsat doğururken, sanayi yatırımları makine ve teçhizat ihracatında önemli bir artış potansiyeli oluşturmaktadır. Fransa’daki konut yenileme projeleri ve sürdürülebilir inşaat uygulamaları yapı malzemeleri sektöründe büyük bir talep yaratırken, yüksek kaliteli, sürdürülebilir ve tasarım odaklı ürünlere olan ilginin artması Türk tekstil ve hazır giyim sektörüne avantaj sağlamaktadır. Ayrıca, sağlık turizmi, dijital sağlık hizmetleri ve yapay zekâ destekli medikal çözümler Fransa’da hızla büyüyen sektörler arasındadır.

Tedarik zinciri dönüşümü kapsamında Avrupa’nın Çin’e bağımlılığını azaltma politikası Türkiye’yi avantajlı bir tedarikçi konumuna getirirken, Fransa’daki yüksek enerji maliyetleri cam, çelik, alüminyum gibi enerji yoğun sektörlerde Türkiye için fırsatlar doğurmaktadır. AB’nin karbon ayak izi politikaları, Türkiye’nin çevre dostu ve doğal hammaddeli üretimini ön plana çıkarmaktadır. Ayrıca, Türkiye’nin coğrafi yakınlığı ve güçlü lojistik altyapısı, Avrupa pazarına hızlı ve esnek tedarik sağlayarak rekabet gücünü artırmaktadır. Türk firmalarının Fransa’da distribütörlük anlaşmaları yaparak doğrudan satış kanalları oluşturması ve yerel iş birlikleri geliştirmesi, pazara giriş sürecini hızlandıracaktır.

Türkiye'nin Fransa pazarındaki etkinliğini artırması için stratejik planlama, uzun vadeli yatırım ve pazara giriş yöntemlerinin doğru belirlenmesi gerekmektedir. Özellikle dijital pazarlama, e-ticaret entegrasyonu, sürdürülebilirlik sertifikaları ve fuar katılımı gibi alanlara odaklanılarak, Türkiye'nin Fransa'daki ihracat hacmi artırılabilir. Firmalarımızın, pazara giriş süreçlerini profesyonel destek alarak yürütmeleri, iş bağlantılarını güçlendirmek adına kritik bir adımdır. Ticaret müşavirliklerimizin yönlendirmeleri ve sektörel iş birlikleriyle Türkiye'nin Fransa'daki pazar payını artırması mümkündür. Fransa'nın yüksek kaliteli, ileri teknolojiye sahip, çevre dostu ve etik üretim süreçlerine önem veren ürünlere yönelmesi nedeniyle, Türk firmalarının bu kriterleri göz önünde bulundurması pazardaki başarılarını pekiştirecektir.

5.2. Para Kullanımı

Fransa Merkez Bankası verilerine göre, en yaygın ödeme yöntemi yaklaşık %60'lık bir kullanım oranıyla kredi kartıdır. Diğer tercih edilen ödeme yöntemleri arasında virman, otomatik ödeme, çek ve çeşitli elektronik ödeme sistemleri bulunmaktadır. Haziran 2024'te yapılan bir düzenlemeyle, Fransa'da 50 Avronun üzerindeki temassız kart ödemelerine PIN kodu girilerek izin verilmeye başlanmıştır. 2012'de her üç alışverişten birinde nakit kullanılırken bugün sadece beş alışverişten birinde nakit kullanılan Fransa'da, Almanya ve İtalya'dan daha fazla banka kartı ile ödeme yapılmaktadır.²⁴ Fransa'daki ödeme yöntemleri, limitler ve kurallar hakkında daha fazla bilgiye <https://www.europe-consommateurs.eu/en/index.html> adresinden ulaşılabilmektedir.

Fransa'da kripto para dağıtan platformlar, Autorité des marchés financiers (AMF) tarafından denetlenmektedir. Fransız yasalarına göre, kripto para birimlerinin belirgin bir yasal statüsü bulunmamakta olup resmi finansal araçlar arasında tanımlanmamaktadır. Kripto para kullanıcıları, bu varlıklara yatırım yapmanın yüksek risk taşıdığı ve dolandırıcılık vakalarının yaygın olduğu konusunda uyarılmaktadır.²⁵

2019 tarihli Pacte Yasası ile Fransa, hem kripto varlık ihracatçıları hem de dijital varlık hizmet sağlayıcılarını (DASP'ler) düzenleyen bir yasal çerçeve oluşturmuştur. Kripto varlıkların kötüye kullanımını önlemek ve yatırımcıları korumak amacıyla Avrupa Birliği (AB), Kripto Varlıklarda Piyasalar (MICA) yönetmeliğini yürürlüğe koymuştur. 30 Aralık 2024 itibarıyla yürürlüğe giren MICA yönetmeliği, Fransa da dahil olmak üzere tüm AB üyesi ülkelerde mevcut ulusal düzenlemelerin yerini almıştır. Fransa, MiCA'ya uyum sağlamak amacıyla 21 Şubat 2025'te geçiş önlemlerini içeren bir kararname kabul etmiştir.²⁶ BNP Paribas ve BPCE bankaları, Estreem adında bir ortak girişim kurarak ödeme işleme sektöründe güçlerini birleştirmiştir. Bu girişim, yılda 17 milyar işlemi yöneterek Fransa'daki kart ödeme hacminin %30'unu işleyecek ve Avrupa'nın önde gelen ödeme işlemcilerinden biri olmayı hedeflemektedir.²⁷

Avrupa Birliği'nin ekonomik birliğin yanı sıra para birliği kurma hedefi doğrultusunda, 1 Ocak 1999 tarihinden itibaren AB'nin resmi para birimi Avro, başlangıçta yalnızca muhasebe ve elektronik ödemeler için kullanılmaya başlanmıştır. 1 Ocak 2002'de madeni para ve banknot olarak piyasaya sürülen Avro, Para Birliği Bölgesi'nde (Eurozone) yer alan ülkelerde resmi para birimi olarak kullanılmaya başlanmış ve bu ülkelerin milli paraları, Fransa'da Fransız Frangı dahil olmak üzere, 1 Mart 2002'de tedavülden kaldırılmıştır. Eurozone, Fransa'nın da dahil olduğu 20 AB üyesi ülkeden oluşmaktadır. AB üyesi diğer ülkeler ise kendi ulusal para birimlerini kullanmaya devam etmektedir.

5.3. Pasaport ve Ülkeye Geçici Giriş Vizesi Uygulaması

Fransa'ya giriş yapacak AB vatandaşları için pasaport ya da nüfus cüzdanı yeterli olacaktır. Diğer ülke vatandaşlarının ise yasal geçerliliğe sahip bir pasaport ve Fransa Büyükelçiliği veya konsolosluklarından

²⁴ <https://www.europe1.fr/economie/exclu-europe-1-les-francais-champions-deurope-de-la-carte-bancaire-le-sans-contact-et-le-pay-by-phone-en-progression-4218537>

²⁵ <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/cryptomonnaies-cryptoactifs>

²⁶ <https://www.esma.europa.eu/esmas-activities/digital-finance-and-innovation/markets-crypto-assets-regulation-mica>

²⁷ <https://www.reuters.com/business/finance/bnp-paribas-bpce-join-forces-payment-processing-2025-02-13>

alınmış geçici giriş ya da oturma vizeleri gerekmektedir. Vize uygulaması olmayan ülkelerin vatandaşları, 90 günü aşmamak ve çalışmamak şartıyla Fransa'ya geçici giriş yapma hakkına sahiptir.

Diğer taraftan, Avrupa Birliği tarafından Ekim 2025'te yürürlüğe konması beklenen Giriş/Çıkış Sistemi (EES) ile kısa süreli (180 günlük dönem içerisinde 90 güne kadar olan süre) seyahat eden AB vatandaşı olmayan kişilerin, Fransa da dahil bazı Avrupa ülkelerinden herhangi birinin dış sınırlarını her geçişlerinde kayıt altına alınması planlanmaktadır. Avrupa Birliği'nin, EES'in spesifik başlangıç tarihi hakkında, faaliyete geçmesinden birkaç ay önce bilgi vereceği bildirilmektedir. ETIAS seyahat izninin ise Fransa ve diğer 29 Avrupa ülkesinden herhangi birine seyahat eden vizeden muaf vatandaşlar için bir giriş şartı olarak 2026 yılının son çeyreğinde yürürlüğe girmesi öngörülmektedir.²⁸

Fransa'ya iş amaçlı veya uzun süreli giriş yapmayı planlayan kişiler için vize ve oturma izinlerine dair bilgilere, 4.4. bölümünde (Vize, Çalışma İzinleri, Geçici Çalışma Vizesi, Başvuru Mercii) yer verilmektedir.

Konuya ilişkin ek bilgilere, T.C. Dışişleri Bakanlığı (<https://www.konsolosluk.gov.tr>) ve Fransa'nın Ankara Büyükelçiliği'nden de (<https://tr.ambafrance.org/Vize-basvurulari-3781>) erişilebilmektedir.

5.4. Resmi Tatiller ve Mesai Saatleri

- 1.1.2025 Çarşamba Yeni Yıl Tatili
- 21.4.2025 Pazartesi Fransa'da Dini Tatil (Paskalya)
- 1.5.2025 Perşembe İşçi Bayramı
- 8.5.2025 Perşembe II. Dünya Savaşı Zafer Günü
- 29.5.2025 Perşembe Fransa'da Dini Tatil ("Ascension")
- 9.6.2025 Pazartesi Dini Bayram ("Pentecote")
- 14.7.2025 Pazartesi Fransız Milli Bayramı
- 15.8.2025 Cuma Fransa'da Dini Tatil ("Assomption")
- 1.11.2025 Cumartesi Fransa'da Dini Tatil ("Toussaint")
- 11.11.2025 Salı I. Dünya Savaşı Ateşkes Yıldönümü
- 25.12.2025 Perşembe Fransa'da Dini Tatil (Noel)

Bankalar ve resmi kuruluşlar; Pazartesi-Cuma genellikle 9.00 – 17.00 arası çalışmaktadır. Ancak bazı bankalar Cumartesi hizmet verdiği için Pazartesi günleri kapalı olabilmektedir.

Öte yandan büyük mağazalarda, süpermarketlerde ve hipermarketlerde öğle tatili uygulaması bulunmamakla birlikte Pazar günleri yalnızca bazı marketler öğle saatine kadar faaliyet göstermektedir.

5.5. Yerel Saat

Fransa Orta Avrupa zaman dilimindedir. Yaz ve kış saati uygulamasının olduğu Fransa ile ülkemiz arasındaki zaman farkı kış saati uygulaması sırasında -2 saat, yaz saati uygulamasında -1 saat olmaktadır.

²⁸ https://travel-europe.europa.eu/index_en

5.6. Fransa Müşavirlik ve Ataşelikler Sorumluluk Bölgeleri Dağılımı Tablosu ve Haritası

Fransa Müşavirlik ve Ataşelikler Sorumluluk Bölgeleri Dağılımı Tablosu			
Müşavirlik/Ataşelik	Bölgeler	Départementlar	Dept Sayısı
Paris Ticaret Müşavirliği	Bretagne	Côtes-d'Armor (22), Finistère (29), Ile-et-Vilaine (35) et Morbihan (56)	4
	Centre-Val de Loire	Le Cher (18), l'Eure-et-Loir (28), l'Indre (36), l'Indre-et-Loire (37), le Loir-et-Cher (41) et le Loiret (45)	6
	Grand Est	Ardennes (08), Aube (10), Marne (51) et Haute-Marne (52) Meurthe-et-Moselle (54), Meuse (55), Moselle (57), Vosges (88) Bas-Rhin (67) et Haut-Rhin (68)	10
	Hauts-de-France	Nord (59) et Pas-de-Calais (62) Aisne (02), Oise (60) et Somme (80)	5
	Île-de-France	Paris (75), Seine-et-Marne (77), Yvelines (78), Essonne (91), Hauts-de-Seine (92), Seine-Saint-Denis (93), Val-de-Marne (94) et Val-d'Oise (95)	8
	Normandie	Calvados (14), Manche (50) et Orne (61) Eure (27) et Seine-Maritime (76)	5
	Pays de la Loire	Loire-Atlantique (44), Maine-et-Loire (49), Mayenne (53), Sarthe (72) et Vendée (85)	5
	Toplam 7 Bölge	Toplam 43 Departments	43
Lyon Ticaret Ataşeliği	Auvergne-Rhône-Alpes	Ain (01), Ardèche (07), Drôme (26), Isère (38), Loire (42), Rhône (69), Savoie (73) et Haute-Savoie (74) Allier (03), Cantal (15), Haute-Loire (43) et Puy-de-Dôme (63)	12
	Bourgogne-Franche-Comté	Côte-d'Or (21), Nièvre (58), Saône-et-Loire (71) et Yonne (89) Doubs (25), Jura (39), Haute-Saône (70) et Territoire de Belfort (90)	8
	Nouvelle-Aquitaine	Corrèze (19), Creuse (23), Dordogne (24), et Haute-Vienne (87) Charente (16), Charente-Maritime (17), Deux-Sèvres (79) et Vienne (86)	8
	Martinique	Martinique (972)	1
	Guadeloupe	Guadeloupe (971)	1
	Toplam 6 Bölge (2 deniz aşırı)	Toplam 30 Departments	30
Marsilya Ticaret Ataşeliği	Corse	Corse-du-Sud (2A) et Haute-Corse (2B)	2
	Occitanie	Aude (11), Gard (30), Hérault (34), Lozère (48) et Pyrénées-Orientales (66) Ariège (09), Aveyron (12), Haute-Garonne (31), Gers (32), Lot (46), Hautes-Pyrénées (65), Tarn (81) et Tarn-et-Garonne (82)	13
	Provence-Alpes-Côte d'Azur	Alpes-de-Haute-Provence (04), Hautes-Alpes (05), Alpes-Maritimes (06), Bouches-du-Rhône (13), Var (83) et Vaucluse (84)	6
	Nouvelle-Aquitaine	Gironde (33), Landes (40), Lot-et-Garonne (47) et Pyrénées-Atlantiques (64)	4
	Réunion	Réunion (974)	1
	Guyane	Guyane (973)	1
	Mayotte	Mayotte (976)	1
	Toplam 7 Bölge (3 deniz aşırı)	Toplam 28 Departments	28

Fransa 13 metropoliten, 5 d'outre mer olmak üzere 18 bölge ve 96 metropolitanda 5 d'outre mer olmak üzere 101 departmandan oluşmaktadır. Departmant bizdeki vilayetlere denk gelmektedir.

