



RÉUSSIR AU PANAMA 2020

 **CÁMARA
DE COMERCIO
FRANCO-PANAMEÑA**

RÉUSSIR AU PANAMA

EDITORIAL

L'origine de la présence française au Panama remonte avec le plus important projet commercial de l'isthme : le Canal de Panama. Tout au long de son histoire commune, de nombreux projets ont été développés entre les deux pays.

Le positionnement géographique unique du Panama, sa stabilité politique depuis plus de deux décennies et son taux de croissance supérieur à la moyenne mondiale, en font un pôle économique très attractif qui favorise l'implantation, le développement et la consolidation des activités des entreprises étrangères, et notamment françaises en Amérique Latine.

Les indicateurs économiques du Panama sont au vert, pour ce pays qui compte 4 millions d'habitants avec un indice de compétitivité qui, selon le WEF, le positionne en 2019, au 66eme rang mondial.

Le pays s'appuie sur une infrastructure logistique performante incluant le Canal de Panama. Son élargissement a été inauguré en mars 2018, permettant le passage de 3000 navires Neo-Panamax pendant les 20 premiers mois après de son inauguration et a rapporté plus de 3 millions d'USD de chiffre d'affaire en 2019. La performance de l'infrastructure logistique tient également à la présence de l'importante plateforme d'import/export de la Zone Franche de Colon et l'inter-connectivité avec l'ensemble des Amériques et Caraïbes grâce à l'aéroport International (dont l'expansion a été inaugurée en avril 2019) qui offre plus de 70 destinations sans escales.

De plus, le Panama facilite la création et la gestion d'entreprises tout en garantissant les mêmes droits pour les étrangers que pour les panaméens. Ainsi, nous avons vu naître des accords amicaux entre le Panama et la France en matière de migration, motivés par des relations économiques, professionnelles et d'investissement, qui garantissent la stabilité et la permanence de l'immigré français dans l'isthme.

L'implantation de « hubs régionaux » sont favorisées par la loi dite « Sièges d'Entreprises Multinationales (SEM) » offrant notamment une exemption de l'imposition sur le salaire des expatriés et une absence de contraintes migratoires. Actuellement le Panama compte plus de 100 entreprises bénéficiant du statut SEM dont des entreprises françaises reconnues au niveau mondial font partie.

Les entreprises françaises au Panama emploient plus de deux mille personnes dans différents secteurs d'activités : marketing, industrie pharmaceutique, vente de détail, produits de luxe, tourisme, construction et marchés publics.

Près d'un siècle et demi après la première incursion commerciale de la France au Panama, un groupe de Panaméens et de Français, avec la ferme conviction qu'il existe un immense potentiel pour développer le commerce a créé en 2015 la Chambre des Commerce Franco-Panaméenne. Son objectif principal est de promouvoir et d'optimiser les opportunités et les liens de développement des affaires au Panama et en France, en soutenant ses membres dans le développement des affaires et en les connectant dans leurs différentes activités, à travers les réseaux technologiques, business et sociaux.

I – PRESENTATION DU PAYS D'UN POINT DE VUE ÉCONOMIQUE

Le Panama bénéficie d'une économie dynamique, ouverte et compétitive. Malgré sa petite taille (neuf fois plus petit que la France), le pays abrite plusieurs grands projets, ce qui en fait un marché convoité par les investisseurs étrangers : des projets portuaires et constructions de ponts ainsi que le métro de la capitale avec 4 lignes d'ici 2025. La 2e ligne du métro a été achevée en janvier 2019. La ligne 3 du métro de Panama devrait être réalisée par le consortium coréen à partir de 2020.

Selon l'Indice de développement inclusif mis en place par le Forum économique mondial (prenant en compte la croissance et le développement, l'inclusion et l'équité intergénérationnelles, et la soutenabilité), son économie est la plus saine d'Amérique Latine. Le pays est classé A4 à la fois en termes de risque et d'environnement des affaires. Depuis 2010, il connaît une forte croissance. Celle-ci est stimulée par le secteur financier, les revenus du canal, la demande intérieure, les IDE et les grands projets d'infrastructures. La hausse des investissements privés devrait entraîner une hausse de 5,5% du PIB en 2020. Le FMI estime que la croissance économique du Panama sera la plus élevée d'Amérique Latine en 2021. Le Panama est l'économie latino-américaine à avoir connu la croissance la plus forte (6% annuels en moyenne) au cours des dix dernières années. Elle est supérieure aux autres pays d'Amérique Centrale et du Sud. Le PIB par habitant nominal (15 489 USD en 2018) est l'un des plus élevés d'Amérique Latine. L'inflation est maîtrisée. Cependant, le pays, dollarisé, ne dispose pas d'une politique monétaire propre et est totalement dépendant de la politique de la FED américaine.

Point de liaison maritime entre Atlantique et Pacifique et hub aérien, le Panama jouit d'une position avantageuse qui attire les investisseurs. Selon le rapport de la CNUCED sur l'investissement dans le monde, le stock total d'IDE du Panama équivalait à 54 milliards d'USD fin 2018 (soit 83,8% du PIB du pays). Les principaux secteurs d'investissement sont le commerce de gros et de détail, la finance et les assurances, les services aux entreprises, la construction, l'immobilier, les sociétés de vente de logiciel et les services d'importation et d'exportation des zones franches.

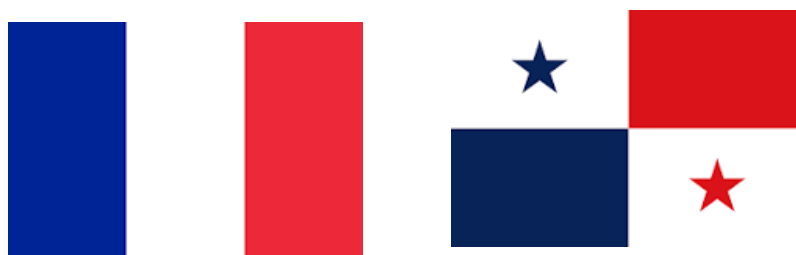
Ces IDE contribuent largement au développement des infrastructures, notamment avec la construction d'une nouvelle ligne de métro. En septembre 2019, l'Assemblée Nationale panaméenne a voté un projet de loi qui crée un régime de partenariat public-privé (PPP) pour encadrer les projets d'infrastructure. Ce projet devrait faciliter les investissements privés dans ce secteur, tout en stimulant la création d'emploi et la consommation. Cependant la croissance bénéficie surtout à la capitale, et les inégalités de revenu demeurent élevées (23% de la population panaméenne vit sous le seuil de pauvreté). Depuis 2012 le taux de chômage commence à augmenter (environ 6% en 2019). Ce chiffre est cependant à nuancer car le secteur informel emploie près de 40% de la population active.

Si la croissance est bonne, les dépenses publiques restent sous tension. La dette publique représentait 41,8% du PIB en 2019 et le déficit fiscal atteignait 2,8% du PIB. Toutefois, pour les années à venir, le FMI s'attend à une stabilisation de la dette (41,4% en 2021) et à une diminution du déficit budgétaire (2,3% en 2020, 1,7% en 2021). La diminution actuelle du déficit s'explique en partie par l'accélération de l'activité commerciale du nouveau Canal (inauguré en 2016).

Comme il ne bénéficie pas de sa propre politique monétaire, le Panama est très sensible aux variations de l'USD. De plus, il est dépendant de la politique américaine du FED et exposé à la situation économique des Amériques Nord et Sud. Sa balance des paiements reste impactée par l'importance de ses importations. Néanmoins, les risques de liquidités sont atténués par les banques qui détiennent d'importants actifs en devise. Le système bancaire assure donc une dette extérieure viable, en détenant plus de 50% de la dette. D'autre part, l'inflation est maîtrisée.

Le Panama a su créer un centre financier crédible et performant pour ses investisseurs étrangers. Cependant, la transparence financière reste un enjeu majeur. Après avoir été retiré quelques années de la liste noire de l'UE des pays non coopératifs en matière fiscale, le Panama y a été à nouveau ajouté fin 2019. Le pays travaille actuellement à améliorer sa réglementation fiscale.

II - LES ÉCHANGES ET RELATIONS ENTRE LA FRANCE ET LE PAYS



La présence économique de la France au Panama est ancienne. Ce sont en effet les français qui ont entamé les travaux du premier projet du Canal. Cette présence est renforcée depuis les années 2000, notamment grâce à la multiplication des échanges commerciaux, la hausse des investissements et la signature de grands contrats. Le Panama est aujourd'hui l'un des principaux clients de la France en Amérique Latine, et son 3ème excédent commercial dans la région. Il représente 3,7% des exportations françaises en Amérique Latine.

Les échanges entre la France et le Panama sont en nette augmentation ces dernières années : de 2017 à 2018, les exportations françaises vers le Panama ont augmenté de 38%, atteignant une valeur de 476 millions d'Euros en 2018. La même année, les stocks d'investissements étrangers dans le pays s'élevaient à 702M€. Ces dernières années, cette hausse des exportations françaises se porte principalement sur les produits de la construction aéronautique et spatiale.

Les « préparations et conserves à base de poissons et de produits de la pêche » sont le premier poste d'importations vers la France, comptabilisant 3 M EUR (+56,8% par rapport à 2017). Alors qu'une baisse importante des importations de « fruits tropicaux et subtropicaux » avait été observée en 2017, ces dernières ont fortement augmenté en 2018 (+114%) pour comptabiliser 1,9 M EUR. La même tendance est constatée pour les « boissons alcoolisées distillées », dépassant 1M EUR. « Les huiles et graisses végétales et animales » ont augmenté de 72,5% pour représenter 9% des importations (1,7M EUR), tout comme les « matériaux de construction et produits minéraux » et les produits de la construction automobile (485 K EUR, +2297%). Les importations des « produits pharmaceutiques » et des « produits de l'industrie textile » ont toutes deux diminuées, respectivement de 29,9% et de 49,8%.

De nombreuses entreprises françaises sont actuellement présentes au Panama, dont une vingtaine de filiales de grands groupes (Alstom, Sanofi, Suez, Thalès...). Une grande partie d'entre elles utilisent le Panama comme plateforme régionale pour dynamiser leurs activités et leur clientèle. Les liaisons aériennes entre le Panama et la France sont régulières, ce qui stimule les échanges. Depuis 2015, Air France KLM propose 6 liaisons directes Panama-City/Paris-CDG par semaine.

Les entreprises françaises accompagnent le développement économique du pays en participant à des projets de grande ampleur : Degrémont a remporté en 2009 le contrat pour la construction d'une station d'assainissement des eaux ; Vinci a construit le 3ème pont sur le canal ; Alstom, Thalès, TSO et Sofratesa ont contribué aux travaux du métro de Panama City. Récemment, en février 2020, une délégation du MEDEF s'est rendue au Panama pour rencontrer les autorités et acteurs économiques du pays, et envisager la création de nouveaux partenariats avec les entreprises panaméennes.

Par ailleurs, le Panama coopère avec la France en termes de transparence fiscale. A l'occasion de la visite au Panama du ministre français de l'Action et des Comptes publics, Gérald Darmanin, les deux pays ont signé en 2019 un accord pour lutter contre l'évasion fiscale. Cet accord crée un groupe spécial bilatéral visant à améliorer l'échange d'information à caractère fiscal.

III - LES SECTEURS PORTEURS

En raison de sa position géographique, l'économie panaméenne est principalement orientée vers les services, les banques, le commerce et le tourisme. Elle repose sur trois piliers : la zone franche de Colón (2^{ème} plus grande au monde), le Centre bancaire International (une centaine de banques qui représentent 82 milliards USD d'actifs) et les services maritimes (canal, infrastructures portuaires et logistiques).

Il existe de nombreux secteurs dans lesquels investir au Panama. Actuellement, les secteurs enregistrant le plus d'IDE sont les activités financières et les assurances, et le commerce de gros et de détail. D'autres secteurs sont attractifs : la construction, l'immobilier, les services aux entreprises, les sociétés de développement et de vente de logiciels, les services d'importation et d'exportation dans les zones franches. Des opportunités de développement des exportations françaises se profilent sur les secteurs pharmaceutique, l'électroménager, les machines industrielles et agricoles, et les produits métallurgiques.

L'agriculture :

Le secteur agricole occupe la moitié de la superficie du pays et emploie environ 15% de la population active. En 2017, l'agriculture représentait 2,36% du PIB. La majeure partie de la production agricole panaméenne est destinée à l'exportation. Le pays exporte principalement des bananes et autres fruits, du sucre et du café, et réserve sa production de riz, maïs et haricots pour le marché intérieur. L'élevage et la pêche se développent rapidement. Les réserves de crevettes et langoustes, en particulier, sont importantes.

Les ressources naturelles sont quant à elles limitées. Le Panama dispose principalement de bois de construction, de grandes réserves d'acajou, de cuivre et d'or. La mine de cuivre Cobre Panama, exploitée depuis 2019, participe à la croissance soutenue du pays. Selon les estimations, elle permettrait d'exporter 320 000 tonnes de cuivre par an, pour une valeur de 2 milliards de dollars.

L'industrie :

L'industrie panaméenne est relativement développée. Elle représente près de 30% du PIB et emploie environ 18% de la population active. Les principales activités industrielles sont liées aux secteurs de l'agroalimentaire, du raffinage du sucre, des produits laitiers, de la fabrication de vêtements, des produits dérivés du pétrole, des produits chimiques, du bâtiment, de la fabrication de meubles, de la papeterie et ses dérivés et de l'impression. Cependant, le pays manque encore de nombreuses technologies et savoir-faire nécessaires à l'exploitation de ses matières premières. C'est pourquoi les entreprises françaises ont tout intérêt à investir dans ce domaine. Plusieurs sont déjà présentes : Nestlé et Lactalis dans le secteur agroalimentaire ; Sanofi pour le secteur pharmaceutique.

Le commerce :

Le pays capte 6% du commerce maritime mondial (hors pétrole). En 2018, il a importé pour 23 milliards USD de biens et 4 milliards USD de services ; et a exporté 11 milliards USD de biens et 13 milliards USD de services selon l'OMC. Il exporte principalement des produits manufacturés (pierres de construction, textiles, meubles), des produits agricoles (fruits, sucre, café, huile), des combustibles et des minerais précieux (or et cuivre). Ses importations sont majoritairement constituées d'équipements électroniques, de combustibles (pétrole brut), de denrées alimentaires (le pays n'est pas autonome du point de vue alimentaire), de véhicules, de matériaux de construction (dont ciment) et de produits pharmaceutiques. Grâce à son canal et à sa position géographique, il propose des prix compétitifs à la fois pour les fournisseurs et les consommateurs.

Constructions et infrastructures :

Le Panama mise énormément sur ses grands projets d'infrastructures pour stimuler sa croissance. Dernier projet de grande envergure en date : l'augmentation de la profondeur du canal et l'ajout d'une troisième voie, inaugurée en 2016. Ces travaux ont permis de réduire d'une heure la traversée de l'isthme par les navires et ont triplé la fréquentation du canal. Pour continuer dans le secteur maritimo-portuaire, le Panama a prévu de construire en 2020 un nouveau port de croisière à la Calzada de Amador. Le secteur aérien, pour sa part, a vu l'agrandissement de l'aéroport de Tocumen en 2019. Ce projet est actuellement prolongé par la construction d'une troisième ligne de métro qui devrait relier l'aéroport à la capitale. Plusieurs entreprises françaises étaient déjà présentes lors de la construction des deux premières lignes de métro : Alstom a contribué dans le domaine ferroviaire, et Thalès a participé à l'élaboration du système de surveillance.

En 2019, le gouvernement a annoncé son intention de lancer des appels d'offres pour 18 projets d'infrastructures publiques dans le pays, et ce pour un montant de 445\$ millions. Les opportunités d'investissement dans ce secteur seront donc conséquentes dans les années à venir.

Les services :

L'économie panaméenne s'appuie sur un secteur de services très développé. Le tertiaire contribue pour plus de 60% au PIB. Il emploie deux tiers de la population active (64,65%). Les services comprennent : l'exploitation et la gestion du Canal de Panama, la logistique, la zone franche de Colón (un point central des investissements étrangers dans l'industrie manufacturière), les ports à conteneurs, la banque, l'assurance et le tourisme.

Les activités financières et les assurances sont un secteur particulièrement attractif. Le Panama est en effet réputé pour la qualité de ses services bancaires et financiers. Le système fiscal panaméen capte les investissements du fait de son taux d'imposition modéré et de ses nombreux avantages en termes de droits de douane et d'impôts. La zone du canal génère d'importants revenus grâce aux taxes de transit.

Tourisme :

Le secteur touristique est en hausse, notamment grâce à l'expansion du hub aérien de la capitale qui permet aujourd'hui de relier le Panama à n'importe quel autre pays de la région. Les touristes sont notamment motivés par les avantages du Panama en termes d'achat. Cela a impulsé la création d'immenses centres commerciaux où les marchandises se vendent très bon marché.

Depuis quelques années, les touristes sont également attirés par les parcs naturels et zones protégées qui constituent un tiers de la superficie du Panama. Le pays est doté d'une des biodiversités les plus importante au monde. Cela en fait aujourd'hui une destination privilégiée pour découvrir la faune, la flore, les forêts tropicales et les îles inhabitées. Par ailleurs, les cultures autochtones restées relativement intactes attirent pour leur authenticité et leurs artisans. Pour le moment, le tourisme n'est que peu institutionnalisé mais il laisse envisager de belles opportunités. De nombreux petits entrepreneurs français en profitent pour développer leur commerce autour de l'accueil des touristes et des activités liées aux excursions.

IV - PRÉSENTATION DE LA CHAMBRE



Depuis sa création, fin de l'année 2015, l'objectif principal de la Chambre de Commerce Franco-Panaméenne est le développement des échanges commerciaux entre les entreprises françaises et panaméenne. Actuellement, la CCFP a plus de 60 membres actifs.

L'ensemble des missions proposé par la CCFP peuvent se résumer à travers les sept points suivants:

- Promouvoir, encourager et offrir une assistance active aux relations commerciales et d'investissement entre les citoyens Panaméens et les citoyens Français.
- Représenter les points de vue, les intérêts, les préoccupations et les opinions des membres de la CCFP devant les autorités compétentes.
- Employer le personnel nécessaire dans le but d'assurer le fonctionnement efficace de l'association.
- Servir de lien et coopérer quand cela est nécessaire et en adéquation avec d'autres organisations dont les activités auraient à voir avec les buts de l'association.
- Offrir une assistance, promouvoir l'entendement mutuel et les liens d'amitié entre les citoyens Panaméens et les citoyens Français.
- Diffuser de l'information lorsque c'est nécessaire, dans le but de promouvoir les objectifs de l'association.
- Effectuer toutes autres activités qui seraient nécessaires ou utiles pour atteindre les objectifs précédemment énoncés.

V – LES PROJETS DE LA CHAMBRE POUR 2020/2021

- Faciliter l'accès aux entreprises françaises installées au Panamá ou qui projettent de s'y installer.
- Aider les entreprises projetant de développer leurs activités en France ou au Panamá.
- Créer des synergies entre les entreprises françaises et panaméennes.
- Mettre en place des activités (Networking, Déjeuner thématiques, Webinaires) pour faciliter l'échange d'informations et générer des opportunités.
- Partager des informations économiques.
- Développement des services aux entreprises (formations dans plusieurs domaines, faciliter et développer les relations entre les membres de la CCFP).
- Finaliser notre affiliation à un réseau de plus de 120 Chambres de Commerce françaises dans le monde entier pour avoir encore plus de visibilité à travers la CCI France International.
- Nous rapprocher d'autres Chambres de Commerce Européennes pour offrir encore plus d'opportunités d'échange et de networking à nos membres.

VI – CONSEILS À UNE ENTREPRISE QUI VEUT APPROCHER LE MARCHÉ

Conseil 1 : S'appuyer sur les organismes français et leurs réseaux qui connaissent bien la culture locale. Les informations délivrées par le gouvernement panaméen sont parfois enjolivées.

Conseil 2 : Ne soyez pas trop rigide avec les horaires car les Panaméens sont relativement flexibles avec leur emploi du temps. Il vaut mieux prévoir un peu de marge entre chaque rendez-vous, car il n'est pas rare que des rendez-vous pris avec beaucoup d'anticipations soient annulés une heure avant. Il est recommandé de rappeler systématiquement l'interlocuteur un jour avant l'entretien pour éviter les mauvaises surprises.

Conseil 3 : Il est fortement conseillé de se faire accompagner et de s'appuyer sur un cabinet d'avocat panaméen pour la constitution de l'entreprise, les démarches administratives sont parfois relativement lourdes.

Conseil 4 : S'armer de patience, tant pour vos démarches administratives que commerciales.

Points forts et points faibles du Panama en 2020

POINTS FORTS :

- Canal interocéanique et infrastructures connexes (ports, aéroports, routes, voies ferrées)
- Dollarisation totale de l'économie et stabilité financière
- Zone franche de Colón, 2e plateforme mondiale d'import-export
- Centre bancaire et financier régional servi par d'excellentes télécommunications
- Potentiel touristique

POINTS FAIBLES :

- Forte exposition à la conjoncture nord et sud-américaine
- Lacunes en termes d'éducation et de formation professionnelle
- Forte disparité sociale et économique entre la zone du canal et le reste du pays
- Clientélisme
- Bureaucratie
- Appartenance à la liste française des ETNC et à la liste noire du GAFI

VII – SUCCESS STORY : TÉMOIGNAGE RÉUSSI D'UNE ENTREPRISE MEMBRE

VIDISPLAY

Solar lighting

Vidisplay, entreprise membre de la Chambre de Commerce Franco-Panaméenne depuis février 2020.

Témoignage recueilli auprès de M. Schuby, Directeur de l'entreprise Vidisplay.

Le secteur d'activité de Vidisplay:

Notre activité consiste dans l'introduction d'éclairage public solaire autonome de la marque Française Fonroche sur le marché Panaméen.

Pourquoi avoir choisi de développer l'activité dans un pays étranger ?

Notre entreprise étant déjà installée au Panama depuis 10 ans dans le domaine de l'éclairage commercial, nous voulions offrir au pays une alternative de grande qualité et de fabrication française dans le domaine de l'éclairage solaire, en ce moment charnière où nous devons tous contribuer à réduire notre empreinte carbone. Le Panama étant un pays en permanente expansion de ses infrastructures autant dans le public que dans le privé. L'éclairage solaire Fonroche est un produit d'avenir, incontournable dans les prochaines années.

Pourquoi et comment avoir fait appel à la Chambre de Commerce Franco-Panaméenne ? En quoi a-t-elle répondu aux besoins ?

La logique et le bon sens nous ont automatiquement dirigés vers la Chambre de Commerce Franco-Panaméenne pour incorporer un grand groupe d'entreprises Françaises présentes au Panama, et pour bénéficier de la dynamique mise en place par son équipe et de sa renommée auprès des clients potentiels et des institutions publiques Panaméennes.

Bilan de l'expérience ?

Très positif jusqu'à maintenant. Grâce à notre première participation à une présentation organisée par la Chambre de Commerce Franco Panaméenne avec la mairie de la ville de Panama, et notamment la présence du Maire ainsi que d'autres membres de grandes entreprises françaises (Air France KLM, Suez et Alstom) dans le cadre du réaménagement des plages de la ville.

Quels conseils donner à un entrepreneur français désireux de s'implanter dans ce pays ?

Première démarche, se rapprocher de la Chambre de Commerce Franco Panaméenne qui pourra vous accompagner et vous conseiller dans vos démarches commerciales et juridiques au Panama.

M. Schuby, Directeur de l'entreprise Vidisplay



Contact : Daniel Diaz, directeur de la Chambre de Commerce Franco-Panaméenne
Email : gerencia@ccfrancepanama.com
Adresse : Embajada de Francia en Panamá, Plaza de Francia, Ciudad de Panamá
Téléphone fixe : +507 211 6230
Site Web : www.ccfrancepanama.com