



Exporter vers la Finlande



Table des matières

- 3** Avant-propos
- 4** La Finlande, un marché d'exportation
- 9** Respecter les exigences légales
- 15** Normes et codes du secteur privé – une part indispensable des affaires de nos jours
- 19** Du prix d'exportation au prix de vente
- 22** Informations supplémentaires

Photos : Association de la promotion du commerce équitable en Finlande : 6, 7, 13 et Shutterstock

Mise en page : Innocorp Oy
Impression : Erweko Painotuote Oy
2008

Avant-propos

Les pays en voie de développement sont devenus des partenaires commerciaux de plus en plus importants pour la Finlande. Au cours des dernières années, la croissance des importations provenant des pays en voie de développement a dépassé l'augmentation des importations en provenance des pays développés de manière significative. La demande croissante de nouveaux produits et services a créé des opportunités, à la fois pour les petits et grands exportateurs des pays en voie de développement. Dans le même temps, les consommateurs finlandais se préoccupent de la sécurité des produits, du développement durable et des conditions de travail décentes, exigeant des producteurs et des fournisseurs de services qu'ils adhèrent aux normes éthiques et présentent une qualité élevée.



Cette publication est pensée comme un manuel convivial destiné aux petits et grands exportateurs des pays en voie de développement intéressés par l'exportation vers la Finlande. Même si l'accent est porté sur la favorisation du commerce provenant des pays en voie de développement, j'ose espérer que les informations fournies dans ce document pourront être mises à profit par les exportateurs intéressés de toute origine. Ce document offre une vue générale du marché finlandais, de ses pratiques commerciales ainsi que des normes et réglementations à respecter. Les procédures relatives à l'exportation vers la Finlande peuvent sembler compliquées, cependant plusieurs acteurs sont disponibles pour offrir une assistance concernant le respect des lois et réglementations ou la recherche de partenaires potentiels en Finlande. Des informations supplémentaires et une liste de contacts sont fournies à la fin de ce document.

La Finlande est un Etat membre de l'Union Européenne et est un pays relativement petit pouvant être un premier pas judicieux pour les exportateurs aspirant à s'élargir aux autres marchés européens. Les réglementations et pratiques en Finlande et dans l'Union Européenne sont en grande partie harmonisées. Ainsi, cette publication fournit également des informations utiles aux exportateurs intéressés par d'autres pays européens.

Cette publication fait partie des efforts actuels de la Finlande pour promouvoir le commerce avec les pays en voie de développement afin de leur offrir les opportunités de participer d'avantage dans l'économie globale. J'espère que ces informations sur la Finlande comme partenaire commercial seront utiles pour les entreprises, gouvernements et ONG étrangers.

Paavo Väyrynen

Ministère du Commerce et du Développement



La Finlande, un marché d'exportation

Un petit pays à la qualité de vie élevée

La Finlande est le pays le plus septentrional de l'Union Européenne. Ses voisins sont la Suède et la Norvège à l'Ouest, la Russie à l'Est et l'Estonie (par-delà le Golfe de Finlande) au Sud.

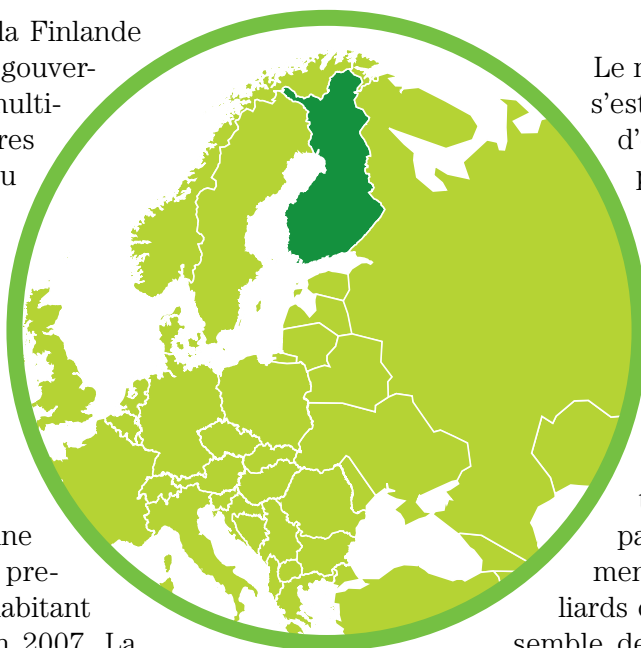
La population est d'environ 5,3 millions d'habitants dont les deux tiers vivent dans des zones urbanisées. La capitale de la Finlande, Helsinki, se situe sur la côte sud. Les autres villes importantes sont Turku, Tampere, Jyväskylä, Kuopio et Oulu. Près d'un million de personnes vit dans la zone métropolitaine d'Helsinki. La densité de population est plutôt faible avec 15,5 habitants

par kilomètre carré. De par son contexte ethnique, la population est très homogène, il n'y a qu'environ 2% de la population présentant une origine étrangère. Les langues officielles sont le finnois (94% de la population parle le finnois comme langue maternelle) et le suédois (6%).

L'histoire de la Finlande est étroitement liée à celle de ses pays limitrophes. Au 12ème siècle, les premiers missionnaires de Suède traversèrent la Mer Baltique et la Finlande devint une province du royaume suédois. En 1809, la Suède rendit la Finlande à la Russie et en 1917 la Finlande proclama son indépendance. En 1995, la Finlande a rejoint l'Union Européenne (UE) et la zone euro avec les autres pays en 2002.

Du côté de la politique, la Finlande a une longue histoire de gouvernements de coalition multipartite. Suite aux dernières élections législatives du printemps 2007, le gouvernement est formé par les principaux partis, le Parti centriste et le Parti de coalition nationale ; les sociaux démocrates représentent le plus important parti de l'opposition.

La Finlande possède une économie industrielle de premier plan. Le PIB par habitant était de 33 803 euros en 2007. La valeur des exportations en 2007 s'élevait à 65,5 milliards d'euros, les principaux groupes opérant dans l'électronique, les machines et appareil ainsi que les produits du métal et forestiers. Les pays de l'UE représentent 63% des exportations, et les principaux pays en-dehors de l'Espace Economique Européen¹ sont la Russie, la Chine, le Japon ainsi que les pays du Conseil de Coopération du Golfe (CCG).



Le montant des importations s'est élevé à 59,5 milliards d'euros, 56% d'entre elles provenant de l'espace de l'UE. Les principaux pays d'importation en-dehors de l'Espace Economique Européen sont la Russie, la Chine, les Etats Unis, le Japon et la Corée du Sud.

Le montant des importations en provenance des pays en voie de développement s'est élevé à 10,1 milliards d'euros, soit 17% de l'ensemble des importations. Le taux

de croissance des importations en provenance des pays en voie de développement est de 24% par an en moyenne entre 2004 et 2007. Le taux de croissance moyen pour l'ensemble des importations était de 13% et les importations en provenance de l'UE ont augmenté en moyenne de 10% sur la même période. Pour les prochaines années, le potentiel de croissance est similaire, offrant en particulier aux pays en voie de développement des opportunités fort prometteuses d'accroître leur niveau d'échange avec la Finlande.

Un marché de distribution efficacement organisé

L'ensemble du marché de vente au détail finlandais se chiffre à environ 34 milliards d'euros (2007), partagé par 29 000 magasins de vente au détail. Sur les 10 dernières années, la consommation a connu une croissance annuelle moyenne de 3%. Pour le budget moyen des ménages, l'alimentation représente aujourd'hui environ 12% bien que cette proportion tende à baisser. Les groupes connaissant une croissance sont les articles d'intérieur, domestique et de santé.

Les grandes surfaces vendent chaque année pour plus de 6 milliards d'euros, les magasins d'alimentation (supermarchés compris) pour plus de 12 milliards d'euros, les spécialistes de l'habillement pour près de 2 milliards d'euros et





les spécialistes d'articles de sports pour environ 1 milliard d'euros. Les grandes chaînes dominent la plupart des secteurs de vente au détail. Dans le secteur de l'alimentation, les magasins de libre-service représentent quasiment 100% du commerce du marché, le nombre de magasins d'alimentation spécialisée étant limité.

Les principaux groupes étendent également leurs opérations aux autres pays scandinaves, aux Pays Baltes et à la Russie. Cela signifie que des transactions réussies avec de tels groupes de détaillants peuvent conduire à la vente sur un marché beaucoup plus important que le marché finlandais seul.

Les principaux acteurs de la vente au détail

Pour les produits alimentaires, les principaux acteurs sont S-Group, Kesko et Tradeka. S-Group est une coopérative de consommateurs qui détenait 39,9% de parts de marché en 2006. Son entreprise d'achat et de logistique est appelée Inex Partners. Kesko et les distributeurs K- forment ensemble le second groupe le plus important (33,4%).

Tradeka a pour fournisseur Tuko Logistics et détient 11,9% de parts de marché, et la chaîne de magasins de vente au rabais allemande Lidl occupe 4.1%. Environ 10% du marché est partagé par des entreprises plus petites, étrangères aux grandes chaînes.

Les trois plus importantes grandes surfaces sont S-Group (grands magasins Sokos et

supermarchés Prisma), Kesko (supermarchés K-Citymarket et grands magasins Anttila, Kodin Ykkönen pour la décoration d'intérieur et domestique) et Stockmann.

Dans le secteur de l'habillement, le marché est dominé par les grands magasins. Des entreprises spécialisées dans l'habillement, les principales sont H&M, Texmoda Fashion Group, Sepälä et Lindex (les deux dernières appartenant à Stockmann).

Pour les articles de sport, Kesko, avec ses distributeurs et ses grands magasins Intersport, domine le marché.

Les achats et autres opérations de stockage organisés de façon centralisée

Toutes les principales chaînes affichent des concepts de stockage stricts, même si les stocks sont gérés par des entrepreneurs privés.

La gestion de l'espace de stockage, les achats, la logistique, les assortiments de base, le marketing et même les prises de décision sont réalisés dans l'organisation centrale. Cela facilite les choses pour les fournisseurs ainsi que pour les partenaires de négociations étant donné qu'ils sont peu nombreux et que les volumes d'achat dans chaque chaîne peuvent être centralisés. D'un autre côté, la vente d'un produit défini à un assortiment de base d'une chaîne requiert des volumes plus importants que la vente à un ou quelques magasins, ce qui désavantage les petits fournisseurs.



Un nombre croissant d'assortiments basiques des détaillants relèvent de leurs propres marques, produites en conformité aux spécifications du groupe de distribution. Ce sont des marques types, en particulier dans le secteur des produits alimentaires et quotidiens, cependant elles sont également en augmentation dans l'habillement, le linge de maison et autres marchandises spécifiques.

L'assortiment basique d'une chaîne couvre généralement 60-80% des ventes, cependant les détaillants membres peuvent sélectionner de nombreux produits à intégrer dans les assortiments de leur propre magasin. Ils se procurent ces produits principalement auprès de fournisseurs locaux ou, dans le cas des produits importés, auprès « d'assortiments en entrepôt » que l'organisation centrale leur propose à cet effet. Par conséquent, les fournisseurs trop petits pour vendre à l'ensemble de la chaîne ont toujours de nombreuses possibilités de vente par les assortiments d'entrepôt.

Connexions aux alliances européennes

Les achats sont centralisés dans chaque chaîne, non seulement au niveau national mais dans de nombreux cas au niveau européen. Kesko Food est un membre de l'AMS (Associated Marketing Services), une organisation d'achat stratégique basée aux Pays Bas. Le S-Group possède ses propres canaux par le biais de CoopNorden, Tuko Logistique est membre de United Nordic Inc., Bigs et EMD, Intersport Finlande est parente d'Intersport International, etc. Cela signifie que certaines des décisions d'achats sont prises au sein de ces organisations d'achat, par ailleurs il existe des marques de distributeurs paneuropéennes, telles qu'Euroshopper pour les membres de l'AMS.

Les entreprises d'importation

Les grands groupes de distribution achètent au moins la moitié des marchandises importées directement à leurs fournisseurs étrangers, et ils prennent en charge l'expédition des marchandises et tout le côté administratif de l'importation. Ils peuvent également acheter auprès d'entrepri-

ses de commerce étrangères qui représentent différents fournisseurs de petite et moyenne taille.

En plus de ces partenaires étrangers, il existe également de nombreuses sociétés et d'agents d'importation spécialisés dans certains secteurs et basés en Finlande, qui importent et vendent les produits à des groupes de distribution et à d'autres clients. La plupart d'entre eux sont des entreprises familiales relativement petites, et sont donc habitués à travailler à la fois avec des fournisseurs et des clients détaillants de moindre taille. Pratiquement tous ces agents sont des membres de la Fédération Finlandaise des Agents de Commerce avec l'Etranger, une association d'agents, de distributeurs et d'importateurs commerciaux. Une liste des membres classés par groupe de produits est disponible sur son site Internet (www.agenttiliitto.fi). Le principal des 18 groupes représente le secteur de l'habillement et des vêtements de sports ; tissus, cuir et accessoires pour l'industrie du vêtement ; ainsi que des articles ménagers et d'ameublement.



Les finlandais sont des partenaires de confiance

La culture d'entreprise finlandaise est basée sur des valeurs éthiques et des normes élevées. Les finlandais tiennent leurs promesses et appliquent les règlements et législations. Un haut niveau d'intégrité est une chose très importante pour eux, le niveau de corruption a toujours été très faible. Dans les négociations commerciales, les finlandais ne sont pas enclins aux banalités, ils tendent au contraire à rester distants et à aller directement dans le vif du sujet. Ils sont très ponctuels et traitent les sujets sans détours, leur « oui » est définitivement un « oui » et un « non » n'est jamais un « peut-être ». Leur franchise peut parfois sembler légèrement indélicate, mais une fois que l'on y est habitué, la communication avec eux est directe et simple.

Si vous tentez de vendre des produits à des partenaires finlandais, il est recommandé d'apprendre les points auxquels ils accordent de l'importance dans les affaires : des négociations efficaces, des offres et des délais explicites, une qualité uniforme, de la ponctualité ainsi que le respect des lois, des contrats et autres conditions spécifiées. Si les finlandais trouvent des fournisseurs fiables, des personnes qui veillent à fournir des livraisons sûres et ponctuelles et à offrir un excellent rapport prix/qualité/éthique, ils auront tendance à établir des relations commerciales à long terme.



Conseils pratiques aux acheteurs finlandais

- Les consommateurs finlandais sont soucieux de la qualité et familiarisés avec les hautes technologies
- Les langues officielles sont le finnois et le suédois, cependant l'anglais est largement parlé
- Les informations fournies sur les produits et les services proposés au client doivent figurer en finnois et en suédois ou, le cas échéant, être fournies par le biais de signes ou de symboles d'instructions ou d'avertissement universellement connus
- Tous les documents requis par l'acheteur doivent être joints aux factures et expéditions
- Les produits doivent présenter les étiquettes ou autocollants requis par l'acheteur
- Les codes-barres sont utilisés dans tous les produits de vente au détail
- Concernant l'habillement et les chaussures, les tailles/unités de mesure finlandaises doivent être utilisées
- Il est recommandé d'utiliser les tailles d'emballage requises par l'acheteur
- Les emballages doivent être conformes aux exigences environnementales
- Les emballages de transport et de gros doivent respecter les dimensions standard.
- De par la faible population, les quantités commandées sont inférieures à celles de nombreux autres pays de l'UE
- La responsabilité sociale dans la chaîne d'approvisionnement est très estimée et favorisée
- Avec de petits volumes, il est conseillé de coopérer avec d'autres petits exportateurs ou de travailler avec une entreprise de commerce ou un agent.
- Les salons internationaux peuvent être des points de contacts très utiles



Respecter les exigences légales

L'exportation vers la Finlande est soumise à la législation finlandaise et à la législation de l'UE, ce qui peut compliquer sensiblement les choses. Cependant, tous les obstacles peuvent être surmontés une fois que vous avez trouvé un client qui est sérieusement intéressé par vos produits, a confiance dans vos capacités de qualité et de livraison et trouve vos prix compétitifs. Etant donné que votre client sera le plus souvent considéré comme l'importateur de vos produits, il vous dira les points qui vous seront exigés.

La législation de l'UE a fixé des dispositions élaborées concernant les normes de protection des consommateurs, des travailleurs et de l'environnement. L'alimentation est le groupe

de produits le plus exigeant alors que les législations spécifiques à des secteurs particuliers sur de nombreuses marchandises spécialisées sont beaucoup plus souples. Bien entendu, plus les normes européennes sont respectées dès le début des efforts d'exportation, plus il sera aisé de vendre à des clients finlandais ou à d'autres clients européens. Lorsque les transactions débutent enfin, il n'y a pas d'alternative, les exigences doivent être respectées.

La législation de l'UE est édictée sous la forme de réglementations et de directives. Les réglementations sont directement appliquées dans les états membres de l'Union européenne. Concernant les directives, elles doivent être



transposées sous la forme de loi nationale dans chaque état membre. Il est impossible de décrire dans le présent document, toutes les législations concernant les exportations vers la Finlande. C'est pourquoi seules les réglementations principales seront mentionnées avec leurs sites internet respectifs pour vous fournir des informations plus détaillées sur ces points. Dans tous les cas, les droits et obligations légaux correspondants doivent être vérifiés dans les lois officielles.

Sécurité du produit

L'UE dispose d'une législation générale sur la sécurité du produit : La directive 2001/95/EC² interdit la mise sur le marché de produits présentant un risque pour la santé des consommateurs à cause de substances ou de constructions dangereuses. Cette directive s'applique à tous les produits sur le marché des consommateurs. Etant donné qu'elle peut être perçue comme une directive cadre, elle a été complétée par des directives de sécurité spécifiques à des produits, par exemple concernant la sécurité des produits alimentaires, des jouets, des articles pour enfants, des appareils électriques, etc. Les Directives CE³ (ou nouvelle Approche) couvrent plus de 20 différents groupes de produits qui représentent un risque potentiel pour le consommateur. L'importateur est responsable de l'apposition de la marque CE sur ces produits.

Il existe également de nombreuses normes concernant les exigences sur les produits. Chaque état membre de l'UE possède des organismes nationaux en charge des normes, mais comme toutes les normes nationales ont la même origine, le texte de la norme obtenu en Finlande est valable dans d'autres pays de l'UE et vice-versa.

Si la production comprend des produits chimiques, l'étude de la réglementation de l'UE concernant les produits chimiques et leur utilisation en toute sécurité sera requise. La directive (EC 1907/2006) est appelée REACH (Enregistrement, Evaluation, Autorisation et Restriction des substances chimiques⁴) et est destinée à améliorer la protection de la santé de l'homme et de l'environnement. Les fabricants et les importateurs ont la grande responsabilité de gérer les risques présentés par les produits chimiques et d'enregistrer les informations requises dans une base de données centralisée administrée par l'Agence Européenne aux Produits Chimiques (ECHA) à Helsinki, Finlande.

Les fabricants, importateurs et distributeurs doivent coopérer pour fournir aux consommateurs les informations nécessaires sur la sécurité des produits, soit en étiquetant le produit soit en fournissant des instructions claires quant à son utilisation. Les importateurs et les distributeurs



doivent contrôler la sécurité des produits qu'ils vendent et prendre les mesures nécessaires pour éviter tout risque. Cela peut impliquer le retrait du produit du marché, l'information aux consommateurs, le rappel de produits qui ont déjà été fournis aux consommateurs, etc.

Les autorités de surveillance nationales de marché de l'UE ont établi un réseau européen RAPEX⁵, le système d'alerte rapide de l'UE couvrant tous les produits dangereux à l'exception de la nourriture, des produits pharmaceutiques et des appareils médicaux. La Commission de l'UE publie chaque semaine une présentation des notifications de RAPEX.

Responsabilité du produit

La sécurité du produit doit toujours être contrôlée avant qu'un produit n'entre sur le marché afin d'éviter des cas de responsabilité du fait des produits. Si un consommateur peut prouver qu'un produit défectueux lui a causé des blessures personnelles ou des dégâts matériels, il peut chercher à obtenir une compensation financière en premier lieu auprès du distributeur, conformément à la Directive de Responsabilité du fait des Produits⁶. Le distributeur est habilité à transmettre la réclamation à l'importateur, au fabricant ou à quiconque intervient en aval dans la chaîne de distribution. La directive couvre tous les produits industriels. Les produits agricoles ne sont pas compris, mais couverts par une législation séparée.

Sécurité alimentaire

Etant donné que la sécurité alimentaire est un problème très important en Europe, les produits alimentaires sont soumis à un ensemble global de réglementations. Le dernier cadre général qui a été mis en place dans tous les états membres de l'UE et a entraîné une harmonisation complète est le Règlement de Droit alimentaire EC178/2002⁷. La législation sur les produits alimentaires vise à assurer un niveau élevé de protection de la vie et de la santé humaine en relation à la santé et au bien-être des animaux, des plantes et de l'environnement. Cette appro-



che “de la ferme à la fourchette” est considérée comme un principe général pour la politique de sécurité alimentaire de l'UE.

La législation concernant les produits alimentaires sera développée de façon continue. Les exigences de produits couvrent des domaines tels que les contaminants, les niveaux de résidus maximum, l'hygiène (Réglementations sur l'hygiène alimentaire EC852, 853 et 854/2004) et les systèmes d'analyse des risques et maîtrise des points critiques (HACCP), l'irradiation, l'étiquetage et de nombreux autres points, en fonction du produit. Par exemple, les produits alimentaires d'origine animale doivent provenir d'un établissement approuvé par la CE, et dans certains cas des certificats de santé spécifiques sont exigés et de nombreux produits sont inspectés et testés à leur arrivée et doivent être approuvés avant d'être rendus accessibles.

Les denrées alimentaires vendues comme “organiques” doivent respecter les réglementations de l'UE (EEC2092/91) et recevoir la certification d'un organisme indépendant et étiquetées en conséquence. Les conditions spéciales applicables aux exportations de produits organiques provenant de pays en voie de développement sont présentées dans le Règlement du Conseil EC1788/2001⁸.

Emballage et étiquetage

L'objectif de l'emballage est de garantir que la qualité et l'hygiène d'origine du produit seront conservées jusqu'à son arrivée jusqu'au consommateur. De nombreuses exigences légales sont également présentes pour l'emballage et l'étiquetage des différentes marchandises, en fonction de leur utilisation à des fins industrielles ou au consommateur. Ici encore, l'objectif est de protéger la santé et la sécurité du consommateur et de leur fournir toutes les informations pertinentes concernant les produits.

Un groupe de directives de l'UE (règlement cadre EC 1935/2004)⁹ détermine quels matériaux, types de plastique et de carton, peuvent être utilisés dans l'emballage en contact direct avec des denrées alimentaires. La Directive sur l'Emballage¹⁰ contient des dispositions pour prévenir le gaspillage des emballages, sur la réutilisation de l'emballage et sur la récupération et

Règles générales d'étiquetage

- Les produits de consommation doivent être étiquetés dans la (les) langue(s) nationale(s) du pays de marché ou, le cas échéant, par des signes ou des symboles d'avertissement ou d'instruction universellement connus.
- Les étiquettes et les marquages doivent décrire précisément le contenu de l'emballage.
- Les poids et mesures doivent être présentés dans le système métrique
- Les informations sur l'utilisation en toute sécurité doivent être présentées si nécessaire
- Certains produits alimentaires doivent présenter le pays d'origine
- Le marquage CE est obligatoire pour de nombreux produits

le recyclage des déchets d'emballage. L'importateur est responsable de l'application de cette directive. Il existe également une directive sur les Noms Textiles¹¹ définissant les règles d'étiquetage obligatoire des textiles ainsi que de nombreuses directives concernant les étiquettes sur les aliments, sur le pays d'origine, etc.

Démonstration de conformité

Les importateurs doivent respecter la conformité des documents avec les exigences légales. Pour les produits à faibles risques, il n'y a pas toujours de conditions spécifiques, et une Déclaration de conformité du fournisseur est souvent suffisante. Pour les produits à hauts risques, les propriétés du produit doivent être vérifiées par des rapports de test en laboratoire ou des rapports de contrôle. Dans certains cas (par ex. les produits organiques), une certification indépendante est nécessaire. Les conditions concernant la démonstration de la conformité sont définies dans les directives UE et autres législations, cependant les procédures pratiques peuvent varier d'un pays à l'autre.

Pour les rapports et les certificats d'essais, des laboratoires et des organismes de certification



européens reconnus doivent être utilisés. Une accréditation accordée par un organisme d'accréditation reconnu au niveau international confirme les compétences de l'organisation en question et donne du poids à la valeur des rapports d'essais ou du certificat. Si les autorités européennes ne reconnaissent pas une documentation donnée, des essais ou un contrôle supplémentaires peuvent être nécessaires à l'arrivée du produit en Europe, ce qui allongera les délais et alourdira les coûts. Dans certains cas l'UE peut envoyer des inspecteurs au pays d'origine.

Droits de douane de l'UE

Dans l'espace du marché unique de l'UE, il n'y a pas de droits de douane sur la vente des produits fabriqués dans un pays de l'UE et vendus dans un autre. L'importation des produits dans l'UE provenant d'un pays extérieur à l'UE peut être soumise à des droits de douane et, dans certains cas, à des quotas d'importation bien que ceux-ci soient souvent modestes. Il existe cependant des accords de libre échange entre des pays en-dehors de l'Union Européenne, ainsi que des préférences autonomes accordées par l'UE. Les droits de douane sont souvent appliqués comme un pourcentage de la valeur en douane des marchandises. Pour les produits issus de l'agriculture, des droits de douane spécifiques basés sur la quantité ou le poids ou une combinaison de droits basés sur le poids et un pourcentage peuvent être appliqués. Lorsque les produits d'exportation parviennent dans l'espace de l'UE et que les formalités douanières ont été remplies, les produits peuvent circuler librement dans l'espace de marché unique.

Les pays en voie de développement bénéficient d'un traitement préférentiel pour leurs exportations vers des pays développés depuis 40 ans. L'une des dispositions en ce sens est le Système de Préférences Généralisées (SPG). Sous le régime SPG, les produits importés en UE provenant des pays en voie de développement se voient attribuer des réductions des droits de douane. Les produits compris dans ce régime sont divisés en deux catégories, sensible et non sensible. Les marchandises industrielles, à l'exception des textiles, sont principalement des

produits non sensibles et sont libres de droits de douane. La plupart des produits issus de l'agriculture appartiennent à la catégorie sensible, auquel cas des réductions limitées de droits de douane sont appliquées.

Par ailleurs, les pays bénéficiant du régime spécial d'encouragement pour leur développement durable et leur bonne gestion (SPG+) n'ont pas à payer de droits de douane pour l'ensemble de leurs produits, y compris les produits sensibles.

Les meilleures conditions sont accordées aux pays les moins avancés (PMA) qui se voient accorder un accès libre de droits de douane pour tous leurs produits à l'exception des armes, conformément à l'initiative "Tout sauf les Armes". Cela comprend également un accès exempt de droits de douane et de quotas pour les produits agricoles avec quelques rares exceptions (le riz et le sucre qui seront supprimés progressivement d'ici la fin de l'année 2009).

En plus de ces pays, l'UE accorde aussi des préférences autonomes aux Pays et Territoires d'Outre-mer (PTOM)¹². Cela signifie généralement un accès libre de droits de douane au marché de l'UE.

Il existe également des accords de libre échange entre l'UE et les états de l'ACP (ACP= Afrique, Caraïbes, Pacifique) qui sont basés sur les accords de partenariat économique (APE) ou des accords d'accès temporaire aux marchés antérieurs, aux APE anciennement appelé l'accord de Cotonou. Il existe enfin des régimes douaniers préférentiels relevant des Accords de libre échange (ALE) avec, par exemple, le Mexique, le Chili, l'Afrique du Sud et certains pays méditerranéens (accords euro-méditerranéens). Lorsque le code correct d'un produit est connu dans le système harmonisé de désignation et codification des marchandises (code SH), les préférences et les droits de douane peuvent être vérifiés auprès du service d'assistance à l'exportation de l'UE (<http://exporthelp.europa.eu>). Vous pouvez également chercher dans la base de données par nom de produit. Il est également conseillé aux exportateurs de produits alimentaires de se familiariser avec les règlements concernant les licences d'importation et les garanties (www.mavi.fi), même si généralement, l'acheteur se charge de ces dispositions.

Comment bénéficier d'une réduction des droits de douane

- Le produit doit provenir d'un pays en voie de développement qui bénéficie d'un des régimes préférentiels de l'UE (SPG, SPG+, Tout sauf les armes, APE ou ALE)
- Le produit doit figurer dans la gamme de produits couverts par le régime correspondant
- Le produit doit satisfaire les règles concernant les critères d'origine justifiés par la documentation correspondante
- Différents certificats d'origine délivrés par les autorités compétentes dans le pays d'exportation peuvent être utilisés : Formulaire A (SPG) ou certificats EUR.1 (APE et PTOM)
- Le transport doit être réalisé directement du pays d'origine à la Finlande (ou transiter un autre pays de l'UE ou par la Suisse)
- L'importateur doit réclamer le traitement préférentiel au passage en douane

provenant des pays PMA, APE ou PTOM vers l'UE peuvent bénéficier d'un assouplissement des règles concernant l'origine.

Pour démontrer que les règles concernant l'origine sont respectées, l'exportateur doit fournir la documentation nécessaire : pour le régime SPG un certificat, formulaire A ou une déclaration sur facture pour les expéditions de petite taille, et pour les autres régimes de traitement spéciaux le certificat EUR.1 ou une déclaration sur facture.

La commission européenne devrait revoir les Règles d'Origine lors de la définition du SPG pour 2009-2012. Cela pourrait apporter certaines modifications aux points précédemment décrits. Le service d'assistance aux exportations de l'UE tient également les informations concernant les règles d'origine à votre disposition.

Règles concernant l'origine

Pour bénéficier d'un régime préférentiel, le produit d'exportation doit provenir d'un pays couvert par un accord de libre échange ou d'un régime préférentiel. Un produit est généralement considéré comme originaire d'un pays bénéficiaire s'il est obtenu en totalité ou suffisamment traité dans ledit pays. S'il contient des éléments provenant d'autres pays ou s'il est partiellement fabriqué ailleurs, les réglementations concernant l'origine définiront l'origine du produit.

Pays appartenant à certains groupes : L'ANASE (Association des nations de l'Asie du Sud-est), l'ASACR (Association sud-asiatique de coopération régionale) et la communauté andine (en Amérique du Sud) ont le droit d'utiliser les matériaux procédant d'autres pays appartenant à leur groupe sans perdre le statut d'origine de leur pays. Dans certains cas, les exportations





Normes et codes du secteur privé – une part indispensable des affaires de nos jours

Les groupes de distribution finlandais ainsi que les groupes similaires de l'Union Européenne tiennent à préserver leur réputation. Les parties prenantes souhaitent connaître chaque détail du comportement des entreprises dans différentes situations et ils exercent beaucoup de pression sur les législateurs pour qu'ils créent plus de règles et de lois pour contrôler les entreprises. Les médias sont actifs et placent ces problèmes sous les projecteurs, en particulier si une non conformité aux règles ou un comportement amoral ont été découverts. Par ailleurs, les consommateurs prêtent une attention croissante aux conditions de la chaîne d'approvisionnement, en particulier sur les effets de la fabrication sur

l'environnement et la main d'œuvre. Même si la conformité avec les normes du secteur privé ne sont pas requises légalement, les entreprises privées les fixent souvent comme des conditions préalables aux transactions dans la pratique.

Promotion de la responsabilité des entreprises

Le mot clé est responsabilité d'entreprise, ce qui se fonde sur 3 points : responsabilité économique, environnementale et sociale. En 2003-2004, la Commission européenne a créé un groupe de travail appelé Forum plurilatéral européen sur la

responsabilité d'entreprise afin de réunir toutes les parties intéressées et s'attaquer à ce point. La conclusion à ces discussions fut le constat que toutes les réglementations nécessaires existaient déjà : législations nationales, Directives de l'UE, accords internationaux sur l'environnement, conventions de l'Organisation Internationale du Travail, Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, Convention sur les Droits des Enfants, etc. Le problème de base que de nombreuses conventions et d'accords signés au niveau international et destinés à protéger l'environnement et les employés n'ont pas été appliqués de manière suffisamment efficace dans les législations nationales de nombreux pays en voie de développement.



Les normes et les codes, des outils utiles

Le groupe de travail européen a décidé de motiver les entreprises à renforcer les efforts de volontariat existants et d'en créer de nouveaux. Des mesures de volontariat types sont l'utilisation des normes de qualité, environnementales et sociales et les directives de rapport ainsi que la participation à des initiatives globales, nationales ou par secteurs. Dans de nombreux cas les acheteurs utilisent des normes dans les exigences basiques fixées aux fournisseurs. Même si cela n'est pas exigé officiellement, un fournisseur certifié sera toujours favorisé par rapport à un fournisseur non certifié. La certification est toujours réalisée par un spécialiste, des commissaires formés appartenant à un organisme neutre de certification aux normes. Concernant les normes ISO, vous pouvez trouver les organismes standards sur le site www.iso.org.

De nombreuses entreprises avec de l'expérience dans le commerce international ont

commencé à publier des codes de conduite. Ces documents comprennent généralement les conditions de l'entreprise pour les fournisseurs concernant les lois du travail et certains problèmes environnementaux. Ils définissent également les règles éthiques que les acheteurs doivent suivre lors des transactions avec les fournisseurs. Très souvent, les Codes sont basés sur des normes étant donné que les entreprises ne souhaitent pas dévier des principes accordés au niveau international. Les codes sont également vérifiables ; souvent l'entreprise qui achète contrôle les fournisseurs, cependant ces audits peuvent également être réalisés par un organisme indépendant.

Les groupes de distribution finlandais, ainsi que les industries employant des sous-traitants, apprécient les normes et les codes car ils apportent un langage et des conditions communs aux négociations, supprimant le besoin de fixer des règles propres. Pour les fournisseurs, il est également raisonnable de limiter les excès de contrôle par le biais d'un audit unique de certification qui est alors valable pour tous les clients.

Gestion de la qualité de processus

Le système de gestion de la qualité le plus courant est la norme internationale ISO 9000. Actuellement il y a plus de 500 000 organisations certifiées dans le monde entier. Dans la norme ISO 9000, les exigences portent sur la gestion et l'organisation, la documentation, la gestion des ressources, le contrôle et l'amélioration des processus. La mise en application réussie des normes améliore la qualité du produit et du processus, l'efficacité et la fiabilité.

Dans le secteur alimentaire en particulier, la sécurité du produit est un point extrêmement important sur l'ensemble de la chaîne. Le système d'analyse des risques et maîtrise des points critiques (HACCP) est, dans de nombreux cas, une condition légale. Cependant, suite à l'augmentation de la pression du marché, il est aussi appliqué volontairement.

Il est conseillé aux fournisseurs alimentaires de se familiariser avec les principes et les normes de l'Initiative mondiale de sécurité alimentaire

dirigée par le CESI. Le Forum du secteur alimentaire, une organisation mondiale de groupes de détaillants de produits alimentaires et d'industrie alimentaire. Toutes les grandes sociétés (400 d'entre elles réunies) sont des membres du CESI (www.ciesnet.com).

Gestion environnementale

La deuxième norme ISO la plus connue est la norme de gestion environnementale ISO 14000, avec près de 70 000 certifications. Selon la norme ISO 14000, les organisations doivent identifier et contrôler leurs aspects environnementaux correspondants, développer une politique et un programme environnemental et améliorer les performances. Cependant, des objectifs spécifiques ne sont pas requis.

Tous les principaux vendeurs au détail de fruits et légumes finlandais appliquent le protocole de certification EUREPGAP comme condition préalable à l'achat. Cette initiative a été conçue par les plus importants détaillants européens, et le protocole définit les éléments de bonnes pratiques agricoles (BPA). Les normes BPA sur la viabilité environnementale, économique et sociale sont appliquées aux processus agricoles et de postproduction. En plus des fruits et légumes, EUREPGAP possède des normes spécifiques pour l'alimentation des animaux, le bétail, les fleurs et le café. Il existe près de 65 000 exploitations certifiées EUREPGAP, principalement en-dehors de l'Europe. Veuillez noter qu'en 2007 cette norme s'appelait GLOBALGAP.

Pour certains produits alimentaires, les programmes de certification sont moins importants, comme pour Rainforest Alliance (principalement pour le café et les fruits) et le café certifié UTZ, etc. L'UE et la plupart des autres pays présentent également des critères détaillés pour la production organique, spécifiant les conditions préalables sous lesquelles le producteur peut recevoir le label organique.

Conditions de travail

Une partie de plus en plus importante de la responsabilité d'entreprise et de la gestion de la

chaîne d'approvisionnement est le contrôle de la qualité sociale des fournisseurs. Cela s'applique en particulier aux pays en voie de développement. La qualité sociale fait référence à des conditions de travail décentes, comprenant la santé, la sécurité et l'équité face à l'emploi.

Au niveau international, les normes de travail minimum ont été convenues par les Nations Unies et l'Organisation Internationale du Travail (OIT) pour être appliquées dans les législations nationales. Les groupes de distribution finlandais et leurs équivalents européens veulent s'assurer que les fournisseurs respectent les normes de l'OIT, les lois et réglementations nationales applicables et autres conditions réglementaires, l'élément le plus exigeant étant retenu. Ces conditions sont les bases types pour établir les codes des entreprises, les initiatives de qualité sociale et les normes sociales. La liste des points à contrôler comprend la liberté d'association, le travail des enfants, le travail forcé, les heures de travail, les compensations, la discrimination ainsi que la santé et la sécurité.

La principale initiative européenne concernant la qualité sociale est l'initiative de conformité sociale de l'entreprise (BSCI pour Business Social Compliance Initiative) avec près d'une centaine de chaînes de détaillants parmi lesquels on trouve Kesko, Inex Partners, Intrade Partners, Stockmann et Tuko Logistics de Finlande. Le BSCI présente un guide très complet, concernant l'industrie de transformation et la production primaire, que les membres du BSCI distribuent aux fournisseurs qui souhaitent coopérer avec le programme. Le processus démarre par le remplissage d'un formulaire d'auto-évaluation, similaire à un questionnaire d'audit, et il aide le fournisseur à mettre en place les mesures nécessaires avant d'inviter le contrôleur. Les audits





du BSCI sont toujours réalisés avec des organismes internationaux de certification et les rapports d'audit sont ajoutés à une base de données commune au site internet du BSCI, permettant aux membres intéressés par le fournisseur de consulter les résultats de l'audit et donc d'éviter les audits multiples.

Les audits du BSCI n'entraînent pas de certification. En effet ils ne couvrent pas les systèmes de gestion et de documentation aussi minutieusement que la norme ISO. Si un fournisseur souhaite obtenir une certification, l'étape suivant l'approbation du BSCI est de mettre en place le système de gestion requis et de demander au

même contrôleur de réaliser un audit de responsabilité sociale SA 8000. La norme SA 8000 est une norme sociale mondiale, développée par une organisation des Etats Unis appelée Social Accountability International.

Dans le secteur de l'alimentation, la certification Commerce Equitable comprend principalement les mêmes points sociaux que les normes SA 8000 et du BSCI à la différence qu'elle comprend également des conditions environnementales et garantit aux producteurs un prix minimum stable et une certaine prime à utiliser pour des projets de développements sociaux. En 2007, près de 300 produits différents du Commerce Equitable étaient vendus en Finlande par différents détenteurs de licence (toutes les grandes chaînes de distribution ainsi que des boutiques plus petites) pour une valeur totale supérieure à 30 millions d'euros. En plus des produits alimentaires, les assortiments de Commerce Equitable comprennent désormais des fleurs, des produits cosmétiques et des vêtements en coton.

La consommation éthique crée de nouveaux marchés

Les entreprises d'importation finlandaises ont déjà établi des partenariats avec des entreprises dans des pays développés. Une entreprise finlandaise d'importation de thé et de vente en gros importe du thé de plus de 20 pays. Afin d'éviter les intermédiaires, cette entreprise achète directement dans les pays producteurs de thé et les produits sont préparés et emballés dans son usine en Finlande. Certains des produits sont exportés vers la Russie, la Suède, la Suisse, la Belgique et les Pays Baltes.

La gamme de produits de l'entreprise comprend 11 types de thés produits dans des plantations d'Inde et d'Afrique du Sud ayant reçu la certification Commerce Equitable. Le label Commerce Equitable sur un produit garantit que les communautés de producteurs dans les pays en voie de développement soient rémunérées correctement pour leur travail.

Selon le directeur général de l'entreprise, le Commerce Equitable ouvre des opportunités de marché pour les nouveaux produits car les finlandais apprécient et exigent des méthodes de production éthiques et durables.

Malgré sa nature éthique, les mêmes règles économiques s'appliquent au commerce équitable qu'aux autres types de commerce. "Si la qualité du produit n'est pas bonne, le consommateur n'achète le produit équitable qu'une seule fois. C'est pourquoi la chose la plus impor-

tante pour nous est le goût du thé, la valeur ajoutée apportée par l'aspect éthique n'a aucune utilité si les points basiques ne sont pas obtenus" explique le directeur général. C'est une des raisons pour lesquelles l'entreprise a sélectionné ses premiers thés du Commerce Equitable chez les mêmes producteurs avec lesquels elle travaillait auparavant.

Les producteurs du Commerce Equitable sont souvent de petite taille et cela peut être un désavantage du point de vue de l'importateur. "Si les volumes des producteurs du commerce équitable ne satisfont pas la demande, ils devraient unir leurs forces ou travailler avec un agent commercial qui s'occupe également de produits ordinaires" déclare le directeur général. De cette façon, les petites communautés de producteurs peuvent également accumuler du savoir-faire sur des problèmes relatifs à la qualité et à la normalisation.

"Si une entreprise souhaite exporter vers la Finlande, elle doit se faire connaître avant d'arriver ici, par exemple en assistant aux salons de commerce pertinents. Une autre solution est de participer aux principaux salons de commerce en Europe et d'y inviter des partenaires finlandais. Faire des affaires est toujours plus facile si vous connaissez correctement vos partenaires de négociations et les produits disponibles" ajoute-t-il.



Du prix d'exportation au prix de vente

Avant qu'un produit ne soit mis en vente dans une boutique finlandaise, de nombreuses mesures pratiques doivent être prises, la plupart d'entre elles ayant également une influence sur le prix de vente final.

Termes de livraison et de paiement

Dans les négociations avec les fournisseurs, le prix d'exportation n'est pas le seul point à être

débatu, il y a aussi les termes de livraison, de transport et de paiement. Les décisions prises alors vont définir laquelle des parties endossera la responsabilité des coûts du chargement et déchargement, transport, droits de douane, assurance, etc., et quels coûts le fournisseur devra ajouter au prix d'exportation.

L'Incoterms 2000, développé par la Chambre de Commerce Internationale (CCI), est un outil reconnu au niveau international pour clarifier les responsabilités. Différents termes de livraison, comme FAB, CAF, PDU et FLB, sont couram-



Droits de douane, taxe sur la valeur ajoutée (TVA), surtaxes

Comme décrit à la page 13, les exportations vers les états membres de l'UE sont soumises à des droits de douane à quelques exceptions près, en particulier pour les PMA. Le taux d'imposition varie généralement de 5 à 14% pour les produits industriels. Pour les produits issus de l'agriculture, le système est un peu plus compliqué.

Les taxes sont prélevées à l'entrée du produit dans le pays. Lors du calcul de la taxe, les coûts de transports vers l'UE sont inclus dans le prix d'importation. Un autre coût additionnel à la frontière est la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA). En Finlande elle est de 17% sur les produits alimentaires et de 22% sur les autres produits. Avant de calculer la TVA d'un produit importé, les droits de douane, les surtaxes éventuelles et le transport à destination sont ajoutés au prix d'importation. Les importateurs, les grossistes et les détaillants paient la TVA sur leur valeur ajoutée respective qu'ils ajoutent au prix.

En Finlande, il y a également des surtaxes sur certains produits, comme l'alcool et le tabac. Ces taxes ne peuvent pas être supérieures à la TVA.

ment appliqués. Pour plus d'informations sur l'Incoterms, consultez le site www.iccwbo.org/incoterms.

L'importateur paie souvent le transport et, s'il est nouveau sur le marché, il demandera peut être des informations et des conseils au fournisseur concernant les options existantes.

Au contraire, toutes les charges de transport jusqu'à la destination finale peuvent être endossées par le vendeur. Quelle que soit la partie qui prend la responsabilité du transport, il est recommandé d'utiliser les services d'un transitaire ou d'une agence maritime.

Une livraison rapide et fiable est de la plus haute importance de nos jours. La plupart des consommateurs finlandais ont une tolérance proche du zéro concernant les délais. Les échecs dans ce domaine peuvent très vite mener à l'annulation des commandes et la fin de la coopération.

Concernant le paiement, l'importateur cherche à obtenir les meilleurs termes de crédit possible, au contraire l'exportateur souhaite un paiement rapide et fiable. Les termes de paiement internationaux les plus courants et les risques présentés aux vendeurs et aux acheteurs peuvent être étudiés, entre autres, sur le site www.foreign-trade.com/reference/payment.cfm.



Marges commerciale

Le prix de vente final payé par le consommateur dépend du nombre d'intermédiaires dans la chaîne de production, du type de produit et du marché ainsi que de la concurrence.

Aujourd'hui les distributeurs finlandais ont tendance à réduire le nombre d'intermédiaires pour conserver des prix attractifs. Par conséquent, plusieurs grands groupe de distribution ne passent plus par les grossistes et achètent directement à l'importateur. Ils peuvent encore ne plus passer par des importateurs individuels et importer eux-mêmes directement à partir du fournisseur. Comme cela a été décrit à la page 5, le marché finlandais a beaucoup évolué vers l'intégration du commerce de gros et de détail, ce qui permet de réduire les coûts et d'améliorer la compétitivité.

Les marges de commerce types sont de 30-40% des prix de vente dans les marchandises spécialisées comme l'habillement, le linge de maison, les chaussures, les articles de sport, etc., et de 20-30% dans les produits d'alimentation et autres produits de consommation quotidienne.



Exemple de tarification

Prix d'exportation du fournisseur (FAB)	100,00
+ fret, assurance etc.	15,00
Prix CAF à la frontière finlandaise	115,00
+ droits de douane (normalement 5-14%)	15,00
Prix à quai	130,00
Marge du groupe de distribution (importation propre)	
+ marge 40% du prix de vente au détail	86,67
Prix de vente au détail (HT)	216,67
+ TVA 22%	47,67
Prix de vente au consommateur	264,34

¹ *Le Traité de création de l'Espace Economique Européen couvre la Norvège, l'Islande et le Liechtenstein en plus de l'Union Européenne.*

² http://ec.europa.eu/consumers/safety/prod_legis/index_en.htm

³ ec.europa.eu/enterprise/newapproach/

⁴ ec.europa.eu/environment/chemicals/

⁵ ec.europa.eu/consumers/safety/

⁶ ec.europa.eu/enterprise/regulation/goods_liability_en.htm

⁷ ec.europa.eu/food/food/

⁸ <http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>

⁹ http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/foodcontact/eu_legisl_en.htm

¹⁰ ec.europa.eu/environment/waste/

¹¹ ec.europa.eu/enterprise/textile/

¹² *Ces 21 pays et territoires d'outre-mer (PTOM) appartiennent à quatre états membres de l'UE : le Danemark, la France, les Pays Bas et le Royaume Uni. Pour plus d'informations, consultez la page <http://europa.eu/scadplus/leg/en/s05034.htm>*

Informations supplémentaires

Le **Ministre des Affaires Etrangères** encourage les importations vers la Finlande comme le fait le peuple finlandais

Programme de Politique de Développement du gouvernement (2007) Programme de Politique Commerciale du Gouvernement (2005). Ils se traduisent par l'application de mesures destinées à éliminer les obstacles au commerce, en fournissant des services d'information. La capacité commerciale des pays en voie de développement est renforcée grâce à l'attribution de ressources de coopération au développement à des fins différentes. Le Ministère recevra les rapports sur les obstacles au commerce rencontrés par les importateurs et les exportateurs.

Ministère des Affaires Etrangères
Département des Relations Economiques
Extérieures
Unité pour l'Accès au Marché
tradebarrier@formin.fi
Tél. +358 9 160 55524
Fax +358 9 160 55599
<http://formin.finland.fi/tradepolicy/importpolicy>
(accès à un formulaire électronique pour recevoir les notifications d'obstacles au commerce)

Vous pouvez également contacter **l'Ambassade Finlandaise** de votre pays. Une liste des ambassades est disponible à l'adresse :
<http://formin.finland.fi/embassies>

Finnpartnership (Partenariat Finlandais) est un programme de partenariat commercial finlandais qui offre aux entreprises de Finlande une entrée pour débiter des activités commercialement viables en coopération avec des acteurs de pays en voie de développement.

Finnpartnership – Programme de Partenariat Commercial Finlandais
P.O.Box 391(Uudenmaankatu 16 B)
FI-00121 Helsinki, Finlande
Tél. +358 9 3484 3314
Fax +358 9 3484 3346
www.finnpartnership.fi

Finpro et son réseau mondial de 50 Centres d'affaires en Finlande dans plus de 40 pays, fournit aux entreprises étrangères des services de contact au niveau mondial, ainsi que des services de centres d'appel et des informations sur les exportateurs finnois sur Internet.

P.O.Box 358, FI-00181 Helsinki, Finlande
Tél. +358 204 6951, Fax +358 204 695 200
info@finpro.fi, www.finpro.fi

Association de la promotion du commerce équitable en Finlande

Paasivuorenkatu 2 A
FI-00530 Helsinki, Finlande
Tél. +358 9 5658 680
Fax +358 9 5658 6850
www.reilukauppa.fi

Confédération des Industries Finlandaises EK

P.O.Box 30 (Eteläranta 10)
FI-00131 Helsinki, Finlande
Tél. +358 9 42020
Fax +358 9 4202 2299
www.ek.fi/www/en/

Fédération Finlandaise du Commerce

P.O.Box 340 (Eteläranta 10)
FI-00131 Helsinki, Finlande
Tél. +358 9 172 850
Fax +358 9 1728 5120
www.suomenkauppa.fi/www/en

La Commission Nationale des Douanes vous propose des informations sur les exigences détaillées relatives aux importations.

Commission Nationale des Douanes
Service d'information des douanes
P.O.Box 512 (Erottajankatu 15-17 A)
FI-00101 Helsinki
Tél. +358 20 690 600
Fax +358 20 492 1812
www.tulli.fi

Le **Service d'assistance à l'exportation** est un service en ligne offert par la Commission Européenne. Ce service est gratuit et convivial, un service unique offre toutes les informations nécessaires par les exportateurs des pays en voie de développement intéressés par la vente sur le marché européen. <http://exporthelp.europa.eu>

Le **Centre de promotion des importations en provenance des pays en développement** (CPI) fournit des informations commerciales sur le marché européen ainsi qu'une formation pour les organisations des pays en voie de développement. www.cbi.eu

Autres sources d'informations utiles :

- La Fédération Finlandaise des Agents de Commerce avec l'Etranger
www.agenttiliitto.fi

Législation européenne

- Sécurité du produit + RAPEX
ec.europa.eu/consumers/safety/
- Directives CE
ec.europa.eu/entreprise/newapproach/
- REACH (produits chimiques)
ec.europa.eu/environment/chemicals/
- Responsabilité du produit
ec.europa.eu/entreprise/regulation/goods/liability_en.htm

- Règlement de droit alimentaire
ec.europa.eu/food/food/
- Directive sur l'emballage
ec.europa.eu/environment/waste/
- Directives sur le textile
ec.europa.eu/entreprise/textile/
- Toutes les législations
eur-lex.europa.eu/en/index.htm
- Régimes SPG (dont le SPG+, PMA)
ec.europa.eu/trade/issues/global/gsp/index_en.htm
- Licences d'importation alimentaire
www.mavi.fi
- Contrôle vétérinaire aux frontières
http://ec.europa.eu/food/animal/bips/index_en.htm

Normes et codes

- Organisation Internationale de Normalisation
www.iso.org
- SA 8000
www.sa-intl.org
- Audits BSCI
www.bsci-eu.org
- EUREPGAP/GLOBALGAP
www.globalgap.org
- Incoterms
www.iccwbo.org
- Termes de paiement
www.foreign-trade.com/reference/payment.cfm
- CESI – Le Forum du secteur alimentaire
www.ciesnet.com

Les informations fournies dans le présent document ont été vérifiées et étaient correctes au moment de sa publication. Etant donné le nombre de détails et de réglementations relatives à l'exportation vers la Finlande et les autres pays de l'UE, il est impossible de fournir des informations à jour exhaustives dans un espace si limité. Par conséquent, les auteurs et éditeurs se dégagent de toute responsabilité pour toute information contenue dans cette publication. Il est recommandé au lecteur de toujours contrôler tous les détails à régler minutieusement.

Cette publication a été financée par le Ministère des Affaires Etrangères et Finnpartnership et a été préparé en partenariat avec la Fédération du Commerce Finlandais et Fair Trade Finlande.



Finnpartnership



SUOMEN KAUPAN LIITTO

**Ministère des Affaires Etrangères de Finlande
Unité d'information sur la politique de développement**

Adresse : Kanavakatu 4 a, 00160 Helsinki
Adresse postale : Box 176, 00161 Helsinki
Téléphone : + 358 9 1605 6370
Fax : + 358 9 1605 6375
Standard téléphonique : + 358 9 16005
E-mail : keoinfo@formin.fi
Internet : <http://formin.finland.fi>



**MINISTÈRE DES AFFAIRES
ÉTRANGÈRES DE FINLANDE**