



**CHAMBRE DE COMMERCE
FRANCE SUÈDE**

Franska Handelskammaren

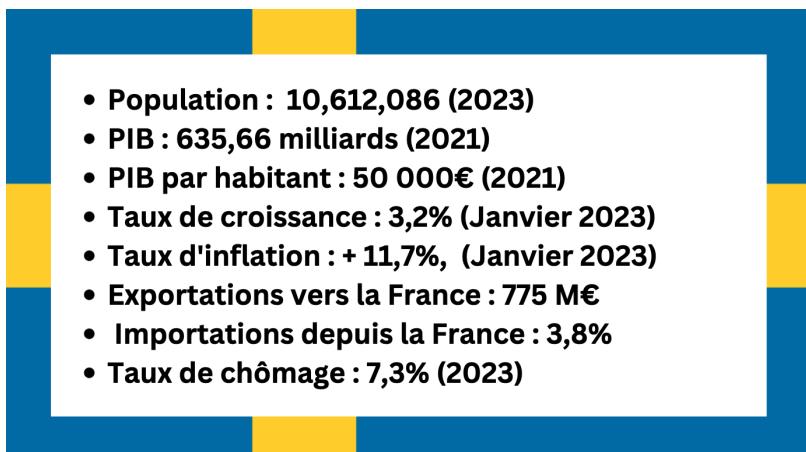
La Suède

**Présentation du pays
2023**

La Suède

Synthèse

Informations Pays



Présentation économique de la Suède

La Suède est le **premier des pays nordiques** par la taille de son économie (PIB de 515 Mds € en 2021) et par sa population qui avoisine les **10,6 millions** (2023). Pays riche, avec un PIB par habitant de l'ordre de 50 000€ (2021), la Suède jouit d'un appareil productif très compétitif, conjuguant une base industrielle ancienne construite autour des matières premières (fer, cuivre, bois) et de l'industrie, et une présence de premier plan dans les secteurs des nouvelles technologies de l'information et de la communication, des sciences de la vie, des technologies vertes et des industries créatives. Très ouverte à l'international, la Suède est bien connectée au reste du continent européen et bénéficie également d'infrastructures portuaires et aéroportuaires très développées. L'Union européenne, dont elle est membre depuis **1995**, est son premier marché, mais elle développe rapidement ses échanges avec les nouvelles zones de croissance, notamment en Asie. Ses multinationales disposent d'une force de frappe mondiale et tirent l'économie suédoise par leurs exportations mais aussi par les dépenses de Recherche et Développement qu'elles consentent sur le territoire national, parmi les plus élevées d'Europe.



Une économie prospère, diversifiée, tournée vers l'export et l'innovation

Avec un PIB de 530 Mds€ (24^{ème} rang mondial) et un PIB par habitant de 50 000 euros en 2021, la Suède se classe au 4^{ème} rang des pays de l'Union Européenne en termes de niveau de vie. En dépit des chocs de la crise financière de 2008 et de la pandémie, la croissance a atteint 2,2% en moyenne sur la période 2000-2021, soit une performance nettement supérieure à celle de la moyenne de l'UE (1,4%). Très ouverte sur le plan commercial, les échanges de biens et services représentent 84% du PIB, l'économie suédoise repose sur un appareil industriel diversifié. Elle dispose des atouts suivants :

- Un effort de R&D parmi les plus élevés de l'OCDE (3,4% du PIB en 2020, dont 75% financés par le privé)
- Un fort taux d'emploi (67,3 % pour les 15-74 ans en 2021)
- Des gains de productivité relativement dynamiques (+1,2% par an sur la période 2000-2020)
- Un marché financier efficient (cotations en nombre record sur le Nasdaq Stockholm) et un capitalisme familial puissant.

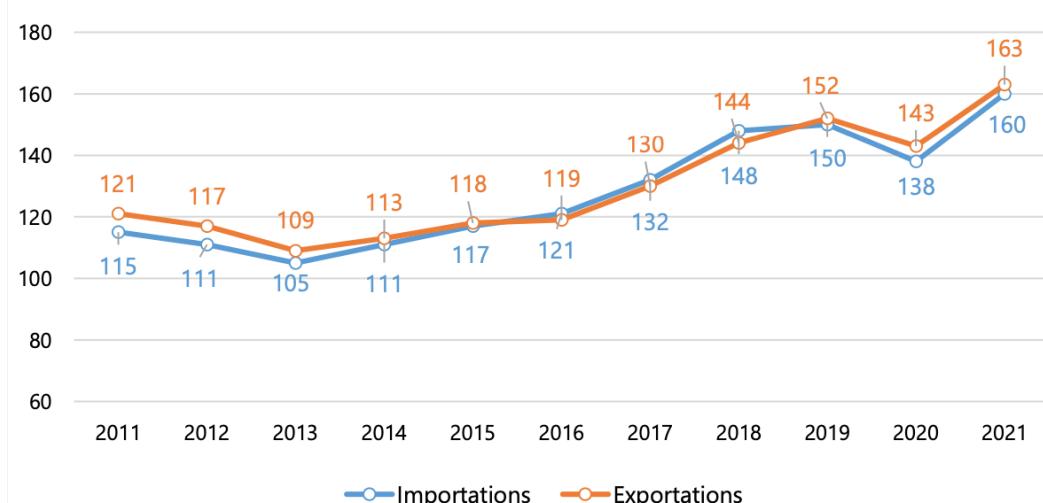
Il convient toutefois de noter que le poids du secteur manufacturier dans la valeur ajoutée a enregistré un déclin spectaculaire (de 20% en 2000 à 12,5% en 2020). Les matières premières et leurs produits transformés représentent néanmoins toujours près d'un quart des exportations de biens du pays.

Le commerce extérieur suédois

En 2020, les exportations et les importations suédoises de biens et services représentaient respectivement 44,6% et 40% du PIB du pays. D'après l'OCDE, la Suède était classée en 2020 à la 22ème place mondiale pour ce qui est du volume total d'exportations et d'importations. Après avoir enregistré un déficit commercial entre 2016 à 2018, la Suède affiche à nouveau un léger excédent commercial, qui a atteint 3 Mds SEK (300 M€) en 2021.

Les échanges commerciaux ont fortement repris en 2021 (+15%), après avoir été significativement affectés par la pandémie en 2020 (-7%). La balance commerciale, déficitaire entre 2016 et 2018, retrouve ainsi ses niveaux excédentaires, avec des échanges de services qui représentent près de la moitié des échanges de biens. L'Allemagne et les pays voisins sont de loin les principaux partenaires commerciaux de la Suède. Par ailleurs, les exportations de biens suédois se concentrent sur les équipements, les produits chimiques et les minéraux

Évolution des exportations et des importations de biens depuis et vers la Suède (Mds SEK):



Sur la dernière décennie, le volume d'exportations et d'importations ont crû de manière synchrone ; ils ont progressé de manière très dynamique entre 2013 et 2019 (+50% environ en valeurs) pour atteindre 300 Mds€ au total. Si en 2020, les échanges ont diminué significativement (-7%), conséquence directe de la pandémie, l'année 2021 est marquée par une forte reprise des exportations et des importations suédoises (+15%), bien au-delà de leur niveau de 2019.

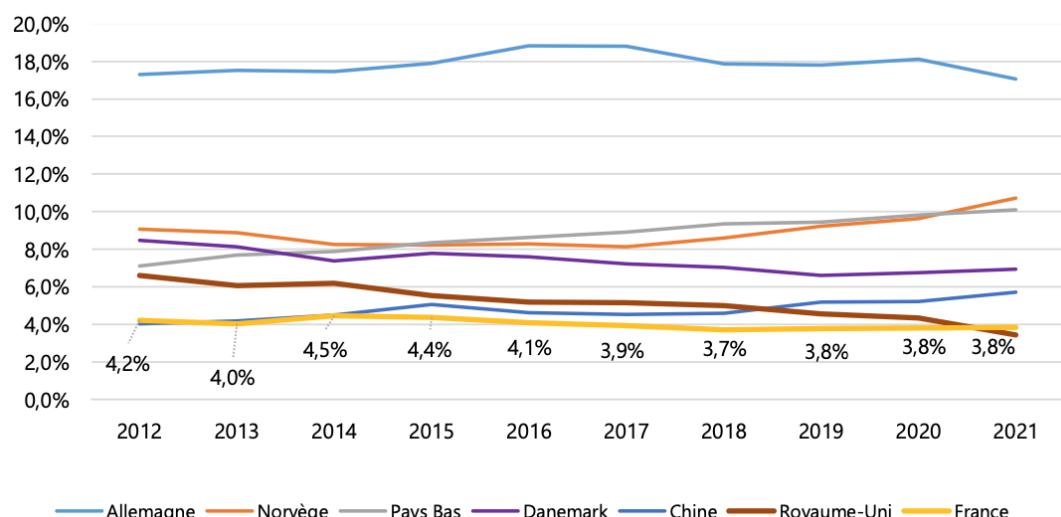
Les exportations et importations suédoises de services ont progressé de manière dynamique sur la dernière décennie. Dans les services, les exportations suédoises se sont élevées à 63 Mds€ en 2020, et les importations ont atteint 62,9 Mds€ la même année. Les échanges de services avec la Suède se concentrent principalement dans les services B2B, TIC et de transport. La balance des services est excédentaire depuis 2011 (2,6 Mds€ en 2019, 244 M€ en 2020), mais a été déficitaire en 2018 (-630 M€).

Les échanges commerciaux franco-suédois en 2022

La France est le 9ème partenaire commercial de la Suède pour les échanges de biens. Après un rééquilibrage de 2018 à 2020 (1,3 à 0,6 Mds€), le déficit commercial français vis-à-vis de la Suède se détériore à nouveau en 2021, pour s'établir à 775 M€, et au début 2022. Le fait que le stimulus budgétaire pour faire face à la pandémie a été plus volontariste en France a pu jouer : en 2021, les importations françaises depuis la Suède ont fortement rebondi (+14%). En 2021, notre part de marché s'est élevée à 3,8%, en léger recul, ce qui nous place au 9ème rang. Les échanges commerciaux bilatéraux sont particulièrement denses dans trois grands secteurs ; les équipements mécaniques, électriques, électroniques et informatiques, les matériels de transports, et les produits chimiques et pharmaceutiques.

La France et la Suède restent des partenaires de rang intermédiaire l'un pour l'autre. La France est le 9ème partenaire commercial de la Suède en 2021, tant côté exports qu'imports de biens. De 2013 à 2021, les exportations françaises de marchandises vers la Suède ont été plutôt stables (entre 5 et 5,4 Mds€) et ont bien résisté au choc de la pandémie. Elles sont à la hausse en 2021 (+12%, à 5,8 Mds€).

Part de marché des principaux partenaires commerciaux de la Suède:



Les opportunités pour les entreprises françaises

Si la réputation du modèle suédois n'est plus à faire, le véritable potentiel du marché est trop souvent sous-estimé : les consommateurs suédois sont dotés de l'un des plus hauts pouvoirs d'achat d'Europe, et leurs goûts évoluent très rapidement vers des produits de plus en plus sophistiqués. Le pays possède en outre une économie aux fondamentaux stables et ouverte aux échanges internationaux.

Bien que l'économie suédoise soit entrée en récession en 2020 en raison de la pandémie mondiale, elle a toutefois été largement moins impactée que l'ensemble des autres pays de l'Union européenne avec une baisse de 2,9% du PIB. Une reprise économique est attendue en 2021 (+ 2,6% selon SCB, institut de statistiques suédois) et devrait se prolonger en 2022.

Le pays recèle de marchés de niches et parmi les secteurs particulièrement porteurs figurent notamment :

Vins et spiritueux

Le marché suédois des vins est un marché mature organisé autour d'un monopole d'Etat qui régit la vente au détail des boissons alcoolisées de +3,5 % d'alcool et qui possède 446 magasins répartis dans toute la Suède – cela représente ~90 % du marché, les 10 % restants relèvent des ventes on-trade.

En 2020, le monopole a vendu au total 569 M de litres d'alcool (dont 223 M de litres de vin), une progression record de 11,2 % vs 2019, pour une valeur de 4,5 Mds EUR (+14 %), ce qui le positionne comme un des plus gros acheteurs d'alcool au monde.

Produits gourmets

L'engouement actuel autour de la gastronomie et de la cuisine nordique, symbolisé notamment par 22 étoiles suédoises au Guide Michelin, crée un environnement favorable aux produits gourmets, locaux et étrangers. La crise sanitaire a pu profiter à certains magasins spécialisés dont les produits qualitatifs sont recherchés par une clientèle souhaitant retrouver le plaisir gastronomique à domicile.

Les produits français bénéficient d'une excellente réputation auprès des Suédois et d'une image sophistiquée, raffinée et associée à un savoir-faire, plaçant ainsi la France comme 7e fournisseur mondial de produits gourmets de la Suède avec 185 M EUR en 2019. Parmi les produits gourmets français exportés vers la Suède figurent en tête les catégories fromages, les produits BVP, les chocolats, les confitures, le miel et les confiseries. Néanmoins, les produits français sont encore peu accessibles, en raison de leur renchérissement lié notamment aux coûts de transport et de logistique.

Produits bio, produits sains, produits « sans »

Vivre sainement est devenu au cours des dernières années une préoccupation majeure pour les Suédois qui recherchent des alternatives saines, végétariennes, « sans » et bio... Aujourd'hui, 23 % des Suédois se disent flexitariens, végétariens ou vegan.

Cette conscience santé impacte directement l'industrie alimentaire et la catégorie des produits biologiques, qui a crû de façon constante ces dernières années, enregistrant des taux de croissance record (+ 39 % en 2015) et a désormais tendance à se stabiliser. La grande distribution représente le circuit n°1 des produits biologiques et détient près de 60 % des parts de marché. Le marché devrait continuer à enregistrer des taux de croissance positifs dans les années à venir, notamment en ligne où les Suédois achètent 2 fois plus de produits biologiques qu'en magasin. Ces prévisions laissent présager de belles opportunités pour les producteurs français en particulier sur les segments comme

la viande et charcuterie, les plats cuisinés, le BVP, les confiseries, les biscuits et le snacking, et les boissons non alcoolisées.

Fruits et légumes

Au vu de sa situation géographique et climatique, la Suède dispose d'une production de fruits et légumes limitée. En conséquence, près de 80 % des fruits et légumes consommés proviennent des importations. Ces dernières années, la consommation de fruits et légumes n'a cessé d'augmenter, en réponse à la prise de conscience générale de l'importance de manger sainement. Les légumes les plus consommés sont les tomates, les oignons, les concombres et les carottes. Les consommateurs suédois affectionnent également les pommes, les agrumes et les baies, et sont à la recherche d'aliments riches en protéines, tels que les légumineuses, les champignons, le chou frisé, le brocoli, les fruits à coques ou les produits riches en nutriments (les baies et leurs variantes, les super fruits, etc.).

Les marques de distributeur (MDD)

La grande distribution suédoise s'articule autour de 3 acteurs principaux : ICA, Coop et Axfood, qui détiennent à eux seuls 89 % du marché, ICA en possédant à lui seul 51 %. Aujourd'hui, les MDD représentent plus de 25 % de parts de marché dans le secteur alimentaire. Au fil des années, les enseignes ont su développer leurs propres marques pour répondre à la demande des consommateurs et offrent désormais un portefeuille de produits large et varié, couvrant des segments de prix différents (du 1er prix au premium) et positionnés sur des segments spécifiques comme les produits biologiques, à l'image de I love eco chez ICA.

L'industrie et des Cleantech

Les secteurs traditionnels de l'économie suédoise se sont construits autour de la présence de matières premières : pâte à papier, minerai de fer et acier qui restent encore des produits d'exportation importants. Cependant, le facteur concurrentiel principal est aujourd'hui la capacité d'adaptation des entreprises suédoises aux nouvelles technologies commerciales ou techniques. Parmi les secteurs les plus importants mentionnons notamment l'automobile, la construction d'équipements pour les secteurs industriel, agroalimentaire ou pharmaceutique, les infrastructures de transport et énergétiques, la sidérurgie et la métallurgie, etc. Le tissu économique suédois compte des entreprises majeures telles qu'ABB, Ericsson, Husqvarna, Assa Abloy, Atlas Copco, Volvo Group, Sandvik, Scania, SKF, Tetra Laval, etc. Le secteur de la sécurité et de la défense n'est pas en reste avec également une forte part à l'export. Le pays se tourne aujourd'hui vers l'innovation et la digitalisation de son industrie notamment via une production durable. Le gouvernement suédois a ainsi lancé en 2019 « Smart Industry », un programme de numérisation du secteur industriel. La signature du partenariat franco-suédois pour l'innovation et les solutions vertes en 2017, et renouvelé en 2019, vise en partie la collaboration dans l'industrie 4.0.

Aéronautique et spatial

L'industrie aérospatiale suédoise réalise un chiffre d'affaires estimé à 2,8 Mds EUR. La production, destinée à 70 % à l'export, est concentrée principalement au sein de deux grands groupes : Saab et GKN Sweden. L'industrie locale est active dans la recherche, le développement et la fabrication de moteurs, avionique, applications spatiales, communication et positionnement.

Saab, unique constructeur national, a arrêté sa production d'appareils civils en 1999 mais assure toujours la maintenance de ses appareils, en plus de la production de composants et systèmes civils. GKN Sweden, issu du rachat de Volvo Aero en 2012 par le britannique GKN, est actif sur les segments civil et militaire, ainsi que dans l'aérospatial. Les sites de Trollhättan et de Linköping produisent et réparent des composants et sous-ensembles de moteurs d'avions ainsi que des systèmes de

propulsion d'engins spatiaux. En aval, on retrouve un tissu d'entreprises travaillant pour Saab et GKN, en particulier dans le domaine de la mécanique de précision.

Dans le domaine spatial, la principale organisation nationale est la SSC (Swedish Space Corporation) qui fournit des services d'ingénierie spatiale et satellitaire. Cette dernière est également gestionnaire du site d'Esrang en Laponie suédoise, qui est une base de lancement et l'une des principales bases civiles de communications satellitaires au monde.

Cosmétiques

Le secteur des cosmétiques représente un marché mature mais reste dynamique sur certains segments. Les ventes de produits de beauté et de parfums s'élèvent à environ 2,3 Mds EUR par an en Suède. Elles ont connu une croissance plutôt modeste en 2019 (3 %) et devraient connaître une décroissance autour de 6 % en 2020 puis une croissance de 4,9 % en 2021, en raison de la bonne santé économique du pays, du pouvoir d'achat élevé et de l'intérêt croissant des consommateurs sur certains segments.

De manière générale, les consommateurs suédois se préoccupent de plus en plus d'avoir un style de vie et des produits de beauté de qualité. Ils exigent des produits plus « sains » avec des ingrédients écologiques et naturels. Les produits écologiques et naturels gagnent du terrain, de même que les produits de niche innovants.

Habillement, chaussures et accessoires de mode

L'habillement a pendant longtemps représenté un poste important des dépenses en biens de consommation durable des ménages suédois. Cependant, ce secteur subit actuellement de nombreux changements (e-commerce, etc.) et des évolutions de comportement chez les consommateurs (second-hand, considérations éthiques et durables, etc.). En outre, la crise sanitaire a été particulièrement impactante pour ce secteur.

Dès lors, la croissance du secteur du prêt-à-porter, des chaussures et des accessoires de mode, connaît ces dernières années un ralentissement. Le secteur entier du commerce de détail traverse une forte remise en question face au poids croissant du e-commerce. Néanmoins, le secteur de l'habillement conserve des opportunités de croissance pour les marques de créateurs émergentes sur la scène internationale et des marques de luxe ainsi que dans les vêtements de sport haut de gamme.

Nautisme

L'une des activités les plus appréciées des familles suédoises est le nautisme. Ainsi le pays compte 1 bateau pour 11 habitants (un des taux les plus élevés au monde). Le marché de la plaisance est un secteur dynamique en Suède. Il génère un chiffre d'affaires annuel de près de 1,8 Md EUR (ventes de bateaux, accastillage, carburants, services, tourisme lié à la plaisance, etc.). Le marché de l'accastillage, des accessoires, équipements et produits d'entretien nautiques représente un secteur à potentiel. Sur le segment des bateaux, la Suède est un marché fortement importateur. La France est un partenaire de choix pour la Suède : 7e fournisseur de bateaux, la France se démarque tout particulièrement sur le segment des voiliers.

On observe de nouveaux concepts sur ce segment portés notamment par des entreprises françaises : les centres d'intérêt se multiplient, on utilise les bateaux sur des périodes plus courtes mais plus souvent, ce qui impacte la demande en bateaux de plaisance et crée des opportunités pour des concepts et solutions de consommation clés en main.

Art de vivre

Le pays a une forte tradition dans le domaine de l'art de vivre et de l'ameublement, avec des marques comme Ikea ou Electrolux, et des marques de design dans le luminaire et le mobilier, dont le mobilier pour les cuisines en bois notamment. La France n'est pas un des exportateurs majeurs en Suède pour l'ameublement en général, mais plutôt pour des sous-secteurs comme les luminaires design ou de l'art de la table et objets de décoration.

Hôtellerie

Le secteur hôtelier Suédois est un des plus intéressants du monde par sa diversité, qualité des installations et services et une touche que le fait diffèrent, le design.

Toutes les grandes villes comptent un large éventail d'hôtels de qualité qui en plus depuis quelques années ont ajouté la marque distincte du dessin scandinave. Evidemment le choix est large à Stockholm, Göteborg, Malmö, Västerås, Umeå, Kiruna, Uppsala, Örebro, Linköping, Helsingborg, Jönköping, Norrköping, Lund ou Gävle, mais les bons hôtels se trouvent un peu partout. La côte ouest de la Suède vers Fjallbacka, ou les îles de l'archipel de Stockholm ou encore Gotland comptent des hôtels très intéressants.

Deux grandes chaînes scandinaves et plusieurs internationales sont bien représentées, mais comme on a dit ailleurs, les hôtels de charme, hôtels boutique et atypiques sont très bien représentés aussi.

Scandic est le plus grand opérateur hôtelier des pays nordiques et rassemble au total quelque 280 hôtels. Vous trouverez leurs hôtels dans plus de 35 villes suédoises, de Kiruna au nord à Malmö au sud. Scandic opère dans le segment " milieu de gamme " et a ouvert en 2022 quatre nouveaux hôtels en Suède

La santé

Le système de santé suédois est majoritairement public (85 %) et financé par les impôts directs. Il est fondé sur le principe de l'accès facilité aux soins avec une gestion décentralisée aux régions et aux communes.

Le système de la santé est très informatisé : 99 % des prescriptions sont digitalisées. Plus de 83 M de prescriptions électroniques sont délivrées chaque année. Le gouvernement a mis en place la stratégie « Vision e-Health 2025 » visant à positionner la Suède en tête de peloton des pays les plus développés en matière d'e-santé et digitalisation d'ici à 2025.

Malgré l'existence d'une production locale, 65 % des dispositifs médicaux sur le marché suédois sont importés. Les dispositifs médicaux fabriqués en Suède sont majoritairement issus de technologies pointues. Les plus importants fabricants sont des grands groupes multinationaux, plusieurs étant leaders dans leur domaine (ex. Getinge, Gambro, Mölnlycke, Permobil, Nobel Biocare, Cambio Healthcare Systems, etc.).

Les échanges commerciaux avec la France se sont fortement renforcés dans le secteur des dispositifs médicaux ces dernières années. La France est le 8e fournisseur de la Suède, avec une part de marché de 3,41 %. Les importations de France ont atteint 58 M EUR en 2019 et ont augmenté de + 56 % depuis 2017.

Technologies, R&D et services

La Suède est une championne de la R&D et de l'innovation fortement ancrée dans les esprits, constamment relayée par un nombre croissant de rapports et classements internationaux.

En effet, elle a été désignée 2e pays le plus innovant du monde par le Global Innovation Index (la Suisse étant 1ère et la France 12e) en 2020. Par ailleurs, le classement annuel *European Innovation Scoreboard* publié par la Commission Européenne en 2020 érige un podium presque exclusivement nordique en citant la Suède comme « le leader de l'innovation » en Europe. Elle est suivie par la Finlande, le Danemark, les Pays Bas et le Luxembourg.

Historiquement, la R&D et les innovations ont toujours eu une place très importante en Suède. Le gouvernement a investi très tôt dans le numérique, avec, par exemple, le lancement du programme « Lanedator » dès 1998, équipant toutes les entreprises d'ordinateurs pour leurs employés.

De nos jours, l'État suédois est toujours très favorable au développement de nouvelles technologies et le pays compte de nombreux clusters, incubateurs et parcs scientifiques publics ou privés, des agences publiques de financement de l'innovation telles que Almi ou Vinnova.

L'écosystème des startups

Véritable berceau de la technologie européenne, la Suède est à l'origine de nombreuses startups devenues incontournables, telles que Spotify, Skype, Klarna, King, Mojang, Soundcloud et iZettle. En 2020, ces sept entreprises, dites « licornes », étaient valorisées à plus d'1 Md USD. Les nombreux clusters, incubateurs et parcs scientifiques publics ou privés et agences de financement publiques ou privées, permettent d'augmenter les chances de réussite des startups sur le territoire.

Cette culture tournée vers l'innovation est accompagnée par une digitalisation très forte du pays depuis le début du mobile et de l'ordinateur. On compte environ 10 000 startups en activité, ce qui fait du pays l'une des plus fortes « start-up nation » au monde, au regard de sa population.

La ville de Stockholm concentre environ 8 000 start-ups. Kista Science City a été créée de toutes pièces à la fin des années 70. Elle est devenue la « cité des sciences » suédoise, et revendique le titre de premier cluster européen en technologies de l'information et de la communication.

À noter que les dirigeants suédois reconnaissent les talents français et apprécient la qualité de leur formation technique. Une communauté d'entrepreneurs francophones et francophones s'est structurée dans la région de Stockholm, sous la bannière de la French Tech Nordics.

L'e-commerce

Le e-commerce a connu en Suède une forte progression depuis plusieurs années et la pandémie a eu un effet démultiplicateur. Sur les 12 Mds EUR de chiffre d'affaires en 2020 (+40 %), les principaux postes de dépenses des Suédois sont les suivants :

- Biens de consommation courante (1.4 Mds EUR, + 95 %) ;
- Vêtements (1,5 Mds EUR, +15 %) ;
- Électronique grande consommation (2,5 Mds EUR, + 43 %) ;
- Produits de santé et de beauté (0,8 Mds EUR, + 59 %) ;
- Équipements de maison (0,7 Mds EUR, + 63%) ;
- Matériel de travaux (0,7 Mds EUR, + 41 %) ;
- Produits culturels (0,6 Mds EUR, + 26 %) ;
- Sport et activités (0,5 Mds EUR, + 38 %).

Les raisons de venir investir en Suède



Quels conseils donneriez-vous aux entreprises françaises désireuses de venir se développer en Suède ?

“La Suède est un pays avec une économie très dynamique et naturellement portée vers l’innovation et les nouveautés. Avec une bureaucratie efficace et efficiente, favorisant les implantations, ce marché propose des démarriages d’activités rapides et des débouchés commerciaux solides aux entreprises prêtes à faire cet investissement. Le droit du travail est très similaire au Français, mais attention néanmoins au marché du travail et au recrutement qui peuvent présenter des challenges si une croissance en effectif doit être rapide. La productivité reste élevée et le modèle suédois se montre au final très viable même si pour les nouveaux arrivants, la culture d’entreprise peut être déconcertante avec notamment les horaires, les pauses durant la journée (le fameux “fika”) ainsi qu’un respect de la work-life balance attendue par les employés. Finalement, une implantation en Suède promet de belles perspectives sur une économie avec des croissances remarquables depuis des années.”



Jan MALMBORG
Président de la Chambre de Commerce France Suède

“Je leur conseillerais de contacter les acteurs locaux de la construction, les entreprises françaises déjà implantées, les Conseillers du commerce extérieur de la France, pour discuter d’opportunités concrètes. Je leur conseillerais également de participer activement aux appels d’offres des municipalités et des organismes publics suédois. L’approche envers les prospects et futurs clients doit être très professionnelle et formelle, garante de la qualité des services et produits proposés. Cependant, il est important de savoir se tisser un réseau d’influence. En bref, une approche professionnelle mais simple, une approche sérieuse mais amicale et authentique sera bien perçue. Il faut avoir l’art de se vanter sans le montrer.”

Olivier MERCIER
Vinci Energies





CHAMBRE DE COMMERCE FRANCE SUÈDE

Franska Handelskammaren

Fondée en 1918, la Chambre de Commerce France en Suède est une association privée de droit local qui a pour mission de favoriser le développement des relations entre la France et la Suède. La CCFS compte 150 entreprises membres et constitue un réseau indispensable pour toute entreprise souhaitant développer ses relations franco-suédoises.

La CCFS est un partenaire incontournable pour les entreprises françaises souhaitant pénétrer le marché suédois. En proposant à ces entreprises une gamme complète de services, la CCFS facilite considérablement le premier contact avec les entreprises partenaires suédoises, et les guide pour aborder la Suède de la meilleure manière.

L'action de la CCFS est organisée autour de deux piliers:

- **Le Réseaux d'affaires**
 - animation du réseau de 150 entreprises membres
- **Les Services d'Appui aux Entreprises**
 - l'appui à l'exportation, à travers la validation de marché, missions de prospection, suivi commercial et des voyages d'études
 - l'appui à l'implantation (création de structure locale, gestion salariale, domiciliation, gestion fiscale et de TVA, hébergement de V.I.E. etc.)

Pour plus d'informations

La Chambre de Commerce France Suède

Waterfront Building

Klarabergsviadukten 63

111 64, Stockholm, Suède

Tél : +46 (0) 8 442 54 41

Site : www.ccfs.se



Romain Prioux
Managing director
romain@ccfs.se
+46 (0)8 442 54 47



Sofia Azelmate
Project manager
Business Support services
sofia@ccfs.se
+46 (0) 8 442 54 48



Andréa Pizelle
Communication, and events coordinator
communication@ccfs.se
+46 (0)8 442 54 41

ANNEXE :

Faire du business dans le pays :

Autorisations

Depuis son adhésion à l'Union européenne (UE) le 1er janvier 1995, la Suède applique les réglementations communautaires en vigueur dans toute l'UE et fait partie des pays qui intègrent les directives communautaires le plus fidèlement et le plus rapidement.

L'UE a une politique de commerce extérieur libérale certes, mais il existe un certain nombre de restrictions, notamment au niveau des produits agricoles dans le cadre de la PAC (Politique Agricole Commune) : mesures de contrôle des prix et des modes de subventions visant à moderniser et développer l'agriculture. Afin que ces objectifs soient atteints, l'UE a été contrainte de mettre en place un système de contrôle et de régulation des marchandises entrant sur le territoire suédois, et il est important de les étudier et de les connaître.

L'UE a renforcé sa politique d'autorisation à l'importation pour des raisons sanitaires. Par exemple, les organismes génétiquement modifiés (OGM) restent autorisés sur le territoire européen, en revanche, leur présence doit être systématiquement spécifiée sur les emballages. Toutefois, des produits peuvent être interdits, tel est le cas pour le bœuf élevé aux hormones.

La crise de l'ESB (maladie dite de la « vache folle ») a incité les autorités européennes à renforcer les mesures phytosanitaires pour s'assurer de la qualité des viandes entrant et circulant sur le territoire de l'UE. Le principe de précaution est désormais plus largement privilégié : en cas de doute, l'importation est interdite jusqu'à ce que la preuve de la non-nocivité des produits soit démontrée.

Licences nécessaires

Pour certains produits, une licence d'importation sera nécessaire en raison du caractère sensible du produit. Les permis sont délivrés par différentes agences nationales selon le produit importé, comme l'Agence National de l'Agriculture (Jordbruksverket) qui donne à la fois toutes les informations utiles et délivre les permis pour l'importation d'animaux ou de plantes, l'Agence Nationale des Impôts (Skatteverket) et l'Agence Nationale des produits Alimentaires (Livsmedelsverket) sont compétents conjointement en matière d'importation des boissons alcoolisées (vins et spiritueux).

Enfin, l'importation de tous types d'aliments doit être gérée conjointement par l'Agence nationale de l'agriculture (Jordbruksverket) et l'Agence nationale des produits alimentaires précitée.

Pour toutes les entreprises françaises qui veulent exporter ou s'implanter commercialement en Suède, le partenaire local connaissant les exigences en matière d'importation du produit sera le meilleur conseil.

Une liste des agences compétentes par produits importés est disponible sur le site internet de l'Agence nationale des Douanes (Tullverket).

Étiquetage

Les étiquettes apposées sur les produits doivent être en suédois. Des exigences particulières s'appliquent en matière d'étiquetage dans le cas des produits alimentaires, cosmétiques et pharmaceutiques ou autres produits chimiques. Certaines mentions sont obligatoires telles que la liste

des ingrédients (en ordre décroissant de poids), le poids ou le volume net en mesures métriques, le nom du fabricant ou le lieu d'origine du produit ainsi que sa date de péremption. L'Agence Nationale des Produits Alimentaires (*Livsmedelsverket*) peut vous fournir tous les renseignements utiles concernant l'étiquetage des aliments.

L'étiquetage des bouteilles plastiques (dites bouteilles PET) fait l'objet d'une réglementation particulière en raison du recyclage (*Pant*). Il est ainsi obligatoire d'adhérer à un système de recyclage approuvé (*ReturPack*) et d'apposer certaines mentions sur l'étiquette pour permettre la consigne et le recyclage de la bouteille. Pour plus d'informations sur le système d'enregistrement ainsi que les règles à suivre, vous pouvez consulter le site internet de ReturPack : <https://pantamera.nu/om-oss/returpack-in-english/about-returpack/>

Si vous souhaitez plus d'information concernant l'étiquetage, pour la réglementation applicable en matière de vente sur le marché suédois de cosmétiques et produits pharmaceutiques, adressez-vous à l'Agence Nationale des Produits Pharmaceutiques (*Läkemedelsverket*), ou au service Réglementation internationale de Business France :

<http://export.businessfrance.fr/prestations/conseil/droit-reglementation/hotline-reglementaire-et%20juridique.html>

Label CE

Divers produits vendus à l'UE ou à l'intérieur de l'UE doivent porter la marque CE. Celle-ci indique aux autorités que l'importateur ou le fabricant affirme s'être conformé à toutes les prescriptions applicables et qu'il est en mesure d'appuyer cette affirmation sur une solide documentation. Cette dernière se compose d'une déclaration de conformité (déclaration du fabricant) et un dossier technique, lequel comprend également un procès-verbal d'essai.

Dans le cas de produits présentant un risque minime, le fabricant peut s'en tenir à une auto-certification, c'est-à-dire une déclaration de conformité : il appose alors lui-même la marque CE sur son produit. De nombreuses directives exigent que les produits ou systèmes présentant un risque particulièrement élevé soient certifiés par un inspecteur indépendant.

Codage

Tous les produits sont classifiés et se voient attribuer un code de 10 chiffres suivant le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises, sur lequel se fonde le Tarif douanier de l'UE (TARIC). Tous les États membres de la Communauté européenne appliquent les mêmes tarifs douaniers.

Autorités compétentes

L'Agence Nationale des Douanes (*Tullverket*) est le service des douanes suédois. C'est l'une des plus anciennes agences gouvernementales suédoises. Elle a été fondée en 1636. Elle contribue à la surveillance des importations et exportations et décèle les circulations frauduleuses de marchandises ainsi que les contrefaçons.

Les droits et taxes applicables

Le MOMS (*mervärdesskatt*) est l'équivalent suédois de la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA). Plusieurs taux sont applicables : le taux standard est de 25%, un taux réduit de 12% s'applique pour :

- Les produits alimentaires
- Les services hôteliers
- Les campings
- Les importations d'œuvres artistiques

Il existe également un taux à 6 % pour les journaux, les services de transport de passagers et événements culturels. À cela s'ajoute d'autres taxes à la consommation telles que :

- La taxe sur les produits énergétiques
- Les droits de timbre (le plus élevé est le droit de mutation sur les transactions immobilières de 2 %)
- La taxe sur les véhicules (en fonction du poids du véhicule et plus élevée pour les diesels)
- Des droits d'accise (alcool et tabac)

Engager du personnel sans avoir d'implantation

Un employeur étranger sans établissement stable en Suède ne peut pas déduire la taxe sur l'impôt provisoire qui est retenu à la source sur les salaires versés à un employé. Cela vaut même si l'employé est imposable en Suède. L'employé doit dans ces cas payer lui-même l'impôt provisoire, la taxe A spéciale (SA Skatt).

Sources :

- <https://www.tresor.economie.gouv.fr/Articles/2021/11/30/relations-commerciales-bilaterales-france-suede>
- <https://www.tresor.economie.gouv.fr/Articles/b67f4862-b24b-45f0-bf42-6b78e7a605f1/files/aaf7b7d4-3230-4bb6-9f6f-caf1f3f93479>
- <https://www.douane.gouv.fr/professionnels/commerce-international/import-export>
- <https://www.scb.se/en/>
- <https://www.businessfrance.fr/au-coeur-du-marche-nordique-la-suede-est-un-pays-tres-accessible>
- <https://international.groupecreditagricole.com/fr/accompagnement-a-l-international/suede/investir>