

PATRONAT „RZECZPOSPOLITEJ”

# Kontrahenci z Francji płacą w terminach



**Gościnność francuska nie dorównuje polskiej, ale nie powinno to odstraszać polskich przedsiębiorców. Do biznesu może zachęcić fakt, że to kraj o wysokim morale płatniczym.**

ARTUR OSIECKI

O robieniu biznesu we Francji rozmawiali w Białymstoku podczas spotkania w ramach Programu Handlu Zagranicznego przedsiębiorcy obecni na tym rynku i eksperci z nim związani.

– Do Francji eksportujemy od czterech lat. Na ten rynek trafiliśmy, po Niemczech i Szwajcarii, przez międzynarodowe kontakty. Francja wygląda nieco inaczej niż jeszcze kilka lat temu. Pracują tam ludzie z całego świata, m.in. z Rosji, Białorusi, Tajlandii i przez takie kontakty trafiliśmy nad Sekwanę. Pracujemy tam z pięcioma–sześcioma firmami. Nie uciekamy przed tym, aby działać pod marką własną. Sprzedajemy we Francji m.in. do Lidla, Aldiego – mówił Janusz Kazberuk, prezes firmy Kasol. Pytany o marże uzyska-

wane na rynku francuskim dyplomatycznie odpowiada, że na rynku francuskim jest sprzedawany inny towar niż w Polsce.

## Coca-cola znad Wisły nad Sekwanę

Z partnerami z Francji współpracuje też działająca od 35 lat firma Jazon z Białegostoku produkująca kompletne maszyny, ale i podzespoły, komponenty. – Francja nie była naszym pierwszym rynkiem. Zaczęliśmy od Niemiec, ale kontrahenci francuscy też się pojawili, i to w różny sposób. W jednym przypadku zostaliśmy przez nich znalezieni w Polsce. W innych poznaliśmy się na targach i wystawach. Ta współpraca trwa wiele lat. Jesteśmy obecni w kilku francuskich regionach. Wykonujemy kompletne zamówienia łącznie z naklejeniem znaków towarowych naszego kontrahenta z Francji – mówił Jan Zadykiewicz, prezes Jazonu. Opowiadał, że we Francji spotkało go wiele zabawnych sytuacji. – Nie spodziewajmy się tam zbyt wylewnej gościnności w polskim stylu. Raz po wielogodzinnej podróży do Francji zostaliśmy odesłani do automatu z kawą, za którą musieliśmy oczywiście zapłacić – mówił.

Na rynku francuskim obecne są nie tylko polskie firmy produkcyjne, ale też pośrednicy, tacy jak działająca od 20 lat firma Arsenal EU handlująca dobrami szybko zbywal-



**Spotkania nt. rynku francuskiego w ramach trzeciej edycji Programu Handlu Zagranicznego** odbyły się też już w Kielcach, Lublinie i Rzeszowie (na zdjęciu)

nymi. Co nietypowe, wręcz zaskakujące, firma sprzedaje do Francji coca-cole. – Eksport do Francji zaczęliśmy w 2014 r. W pewnym momencie doszliśmy do wniosku, że można tam eksportować i zapełnić pewną niszę. Aktualnie eksportujemy tam w głównej mierze napoje gazowane, w tym coca-cole, co wynika ze specyfiki polityki sprzedażowej tego koncernu w każdym z krajów – mówiła Julia Meilun, specjalistka ds. rozwoju eksportu w Arsenal EU. Jej zdaniem kluczowym atutem we współpracy z rynkiem francuskim jest posiadanie pracownika władającego tym językiem. – W naszym przypadku odgrywa to dużą rolę i niewątpliwie ułatwia współpracę. Jakość kontaktu

wzrasta i to przekonuje do kontrahenta spoza Francji – tłumaczyła.

## Płatności nie są problemem

– Francja to bardzo duży rynek zbytu dla polskich producentów. I co ważne, jest to kraj o wysokim morale płatniczym. Średnie terminy płatności wynoszą tam od 30 do 60 dni. Oczywiście występują przypadki opóźnień, ale też można skutecznie dochodzić odsetek. Proces sądowego dochodzenia roszczeń jest znacznie szybszy niż w Polsce. Już nawet w ciągu sześciu miesięcy można otrzymać stosowne dokumenty nakazujące dłużnikowi zapłacenie wierzytelności – mówiła Elżbie-

ta Kasprzykowska, dyrektor ds. sprzedaży w KUKE. Jednak, jak stwierdziła, mimo to warto zabezpieczyć swe interesy, gdyż w 2018 r. we Francji upadło 60 tys. przedsiębiorstw. – Wśród nich bardzo duży odsetek stanowiły firmy z branży budowlanej. Dlatego eksportujący czy to towary, czy usługi związane z budowlanką powinni mieć to na uwadze. Obserwujemy też wzrost szkodowości i spadek reżimu płatniczego w branży transportowej – wskazywała ekspertka KUKE. Dodała, że kłopoty zaczynają się również w wybranych segmentach branży spożywczej. – Chodzi o branżę mięsną, w której jesteśmy znaczącym eksporterem. To ogólne trendy. Jak wiemy, branża budowlana cyklicznie przeżywa trudności. Zresztą sytuacja w Polsce i Francji jest podobna, bo także w naszym kraju branża budowlana i transportowa przeżywają problemy i funkcjonowanie w nich wiąże się ze znaczącym wzrostem kosztów ubezpieczeń. To bezpośrednie następstwo faktu, że szkodowość w tych branżach jest dramatycznie wysoka – tłumaczyła Kasprzykowska.

– Co do płatności to kwestia umowna, ale we Francji nie ma większych trudności, tak jak w krajach południa Europy. We Francji, aby skutecznie upomnieć się o zapłatę, wystarczy wysłać maila – mówił Kazberuk.

– Nie mieliśmy przypadku, aby ktoś z Francji nam nie zapłacił. Przez długi czas zgodzaliśmy się na warunki partnerów

z Francji. 60 dni na zapłacenie faktury było standardem. Nie oponowaliśmy. Trwało to jednak tylko do pierwszej opóźnionej płatności, choć byliśmy o opóźnieniu informowani, to jednak po wpłynięciu zapłaty przeszliśmy na nasze warunki, tj. przedpłaty przed dostawą, i tak pracujemy do dzisiaj – mówił z kolei prezes Jazonu.

– My też pracujemy na przedpłatach, więc unikamy stresów związanych z nieterminowymi płatnościami. Jednocześnie nowych klientów pozyskujemy z portali B2B. Różna jest jakość informacji na nich zawartych, ale ze względu na liczbę portali jest to znaczące źródło informacji – mówiła Meilun.

Firmy zainteresowane rynkiem francuskim mogą skorzystać z bezpłatnych usług zagranicznego biura handlowego Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu w Paryżu. – W przypadku wszelkich usług finansowych zaś związanych z eksportem, choćby takich jak gwarancje, akredytywy czy faktoring, polscy przedsiębiorcy mogą skorzystać z oferty BNP Paribas. Tym bardziej że rynek francuski jest naszym macierzystym – mówił Piotr Jabłoński, dyrektor departamentu finansowania handlu w BNP Paribas Bank Polska. Zdaniem Janusza Kazberuka można oczekiwać, że coraz więcej polskich firm będzie tam sprzedawać i będzie obecnych także dzięki przejściom francuskich przedsiębiorstw. /©©