



MARKET BRIEF

Kulit dan Produk Kulit

HS 4101-4115

TAHUN 2017

ITPC Lyon

19 Boulevard Eugene Deruelle
69003 Lyon, France
Ph +33 4 78 60 62 78
Fx +33 4 78 60 63 14
Email : itpc.lyon@gmail.com
site: www.itpclyon.fr

Kata Pengantar

Dengan mengucapkan puji syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, Market Brief HS 4101-4115 "*Leather and Leather Product*" telah selesai disusun. Market brief ini mengangkat tema produk Kulit di Prancis. Kelompok produk HS 4101-4115 dipilih menjadi tema karena nilai impor Prancis untuk kelompok produk tersebut dari dunia mencapai 631,14 juta USD, dan nilai impornya dari Indonesia baru mencapai 1,88 juta USD pada tahun 2016. Indonesia berada di urutan 26 (dua puluh enam) sebagai pemasok HS 4101-4115 ke Prancis dan masih berpeluang besar untuk bisa meningkatkan pasokan HS HS 4101-4115 ke Prancis di masa yang akan datang.

Uni Eropa memiliki peran 25% dari produksi kulit di dunia. Terdapat lebih dari 3.000 perusahaan yang beroperasi di sektor kulit di Uni Eropa, dengan total omset berjumlah hampir 8 miliar EUR. Kualitas produk-produk kulit Eropa sangat terkenal dan diekspor ke seluruh dunia. Pasar negara berkembang menunjukkan peningkatan permintaan untuk produk kulit dari asal Uni Eropa - terutama di sektor barang mewah - yang telah mendukung pengembangan hubungan perdagangan yang lebih erat.

Prancis sendiri merupakan importir kulit dan produk kulit nomor 11 (sebelas) di dunia setelah China, Amerika Serikat, Vietnam, Meksiko, dan Spanyol.

Tulisan ini memberikan gambaran singkat tentang potensi pasar kulit dan produk kulit kepada Pemerintah Indonesia dan para pengusaha produsen dan eksportir di Indonesia sehingga diharapkan bisa membantu untuk mengembangkan perdagangan kulit dan produk kulit ke Prancis.

Menyadari bahwa tulisan ini belum sempurna dan masih terdapat kelemahan, untuk itu dengan tangan terbuka kami menerima kritik yang membangun guna perbaikannya kedepan.

Terimakasih atas perhatiannya dan selamat membaca.

Lyon, November 2017

ITPC LYON

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	2
DAFTAR ISI	4
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	5
PETA PRANCIS.....	6
I. PENDAHULUAN	7
1.1 Pemilihan Negara.....	7
1.2 Pemilihan produk	8
1.3 Profil Prancis.....	9
II. POTENSI PASAR KULIT dan PRODUK KULIT DI PRANCIS.....	29
2.1 Ekspor Kulit an Produk Kulit Prancis	29
2.2 Negara Tujuan Ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis	30
2.3 Impor Kelompok Kulit dan Produk Kulit Prancis.....	31
2.4 Regulasi Perdagangan Kulit dan Produk Kulit di Prancis.....	34
2.5 Saluran Distribusi Kulit dan Produk Kulit di Prancis	38
2.6 Hambatan Perdagangan Kulit dan Produk Kulit di Prancis	38
III PELUANG DAN STRATEGI PERDAGANGAN Kulit dan Produk Kulit DI PRANCIS	39
3.1 Peluang Perdagangan Kulit dan Produk Kulit di Prancis.....	39
3.2 Strategi Perdagangan Kulit dan Produk Kulit di Prancis	39
IV.INFORMASI PENTING.....	42
4.1 Informasi Perwakilan Prancis di Indonesia.....	42
4.2 Informasi Perwakilan Indonesia di Prancis.....	43
4.3 Asosiasi dan Daftar Pameran.....	43

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

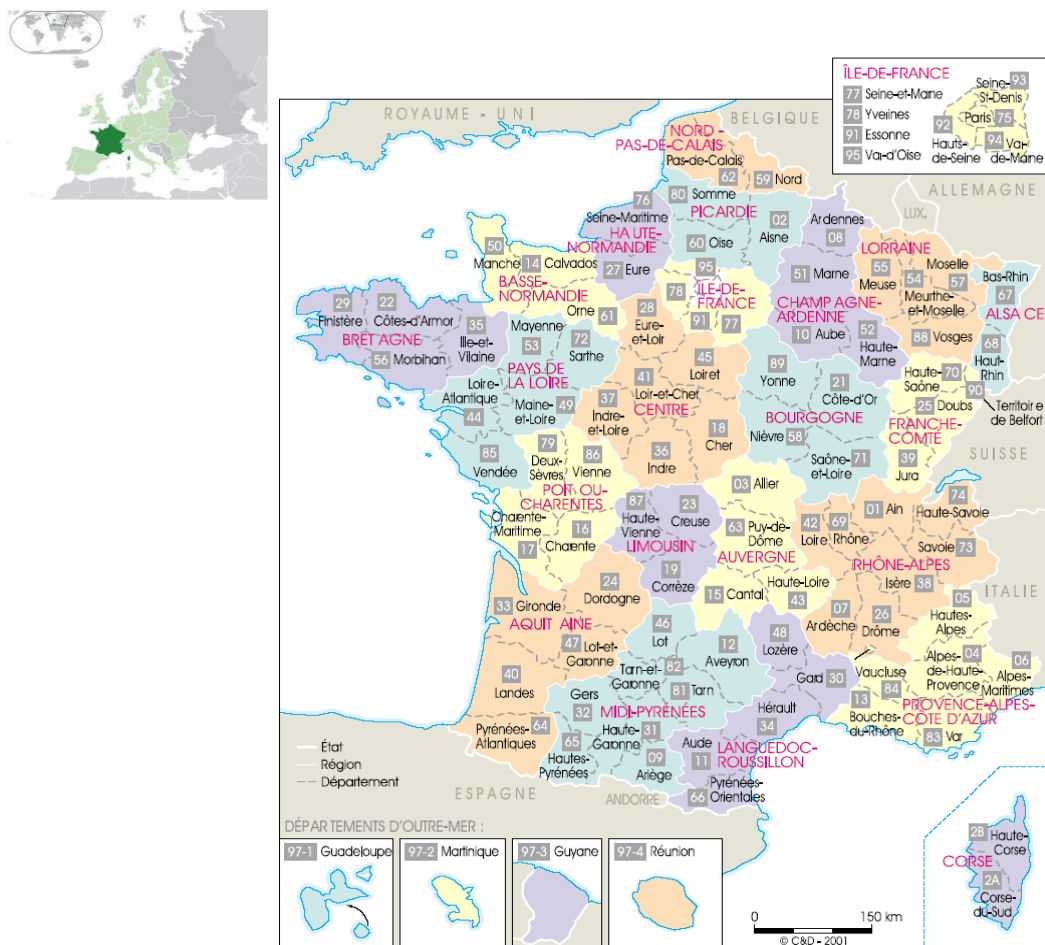
DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Statistik Demografi Prancis 2012-2016	16
Tabel 2	Negara Tujuan Ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis	30
Tabel 3	Pangsa Ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis	31
Tabel 4	Impor Kulit dan Produk Kulit Prancis Dari Indonesia....	33

DAFTAR GAMBAR



Gambar 1	Peta Prancis	6
Gambar 2	Perkembangan Impor Kulit dan Produk Kulit Prancis dari Indonesia	7
Gambar 3	Piramida Populasi Laki-laki dan Perempuan Prancis 2016	13
Gambar 4	Pertumbuhan PDB dan PDB Perkapita Prancis 2012-2016	18
Gambar 5	Komposisi sektor PDB 2016	19
Gambar 6	Pertumbuhan PDB dan Variabel Pembentuk PDB 2012-2016	21
Gambar 7	Pertumbuhan Penerimaan Pajak	23
Gambar 8	Pertumbuhan Penerimaan dan Belanja Prancis 2007-2016	24
Gambar 9	Pertumbuhan Hutang Publik 2007-2016	26
Gambar 10	Perkembangan Ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis ke Dunia	29
Gambar 11	Total Nilai Impor Kulit dan Produk Kulit ke Prancis	32

PETA FRANCIS



Gambar 1 Peta Prancis

Sumber : www.cartesfrance.fr

-  Luas wilayah Prancis adalah 674.843 km²
-  Prancis berbatasan dengan dengan Belgia, Luxembourg, Jerman, Swiss, Italia, Monaco, Andorra, dan Spanyol.

I. PENDAHULUAN

1.1 Pemilihan Negara

Prancis dipilih sebagai kajian dalam edisi Market Brief, didasarkan atas peluang perekonomian Prancis yang mulai membaik di tengah krisis yang melanda Eropa sejak tahun 2008 lalu. Prancis tergolong dalam negara yang tahan terhadap tempaan krisis tersebut, Tingkat pengangguran di Prancis selama periode tahun 2009-2016 rata-rata sebesar 9.56% dan terus mengalami peningkatan dengan laju sebesar 2.2% selama periode tersebut. Tingkat lapangan kerja di Prancis untuk pekerja yang berusia di atas 55 tahun merupakan salah satu terendah diantara negara OECD yaitu hanya sebesar 48.6% pada tahun 2015 dibandingkan dengan rata-rata negara OECD sebesar 58.2% dan target dari EU sebesar 50%.

Perekonomian Prancis merupakan yang terbesar kelima di dunia dan mewakili sekitar seperlima dari produk domestik bruto (PDB) wilayah Euro. Krisis keuangan global di daratan Eropa masih berdampak pada perekonomian Prancis yang masih dalam masa pemulihan. Dalam waktu 10 tahun sebelum krisis ekonomi (1999-2008), PDB Prancis mengalami pertumbuhan dengan rata-rata laju sebesar 2% per tahun. Selama krisis ekonomi yang terjadi di Prancis, tahun 2009 merupakan tahun dampak krisis ekonomi begitu besar terjadi yang ditunjukkan

dengan tren pertumbuhan PDB pada tahun tersebut negatif sebesar - 2.9%. Pertumbuhan PDB Prancis selama krisis ekonomi tersebut cenderung berfluktuatif. Perdagangan Internasional yang semakin dinamis yaitu mencapai 1,1% pada semester pertama tahun 2015 dan 1% pada semester kedua.

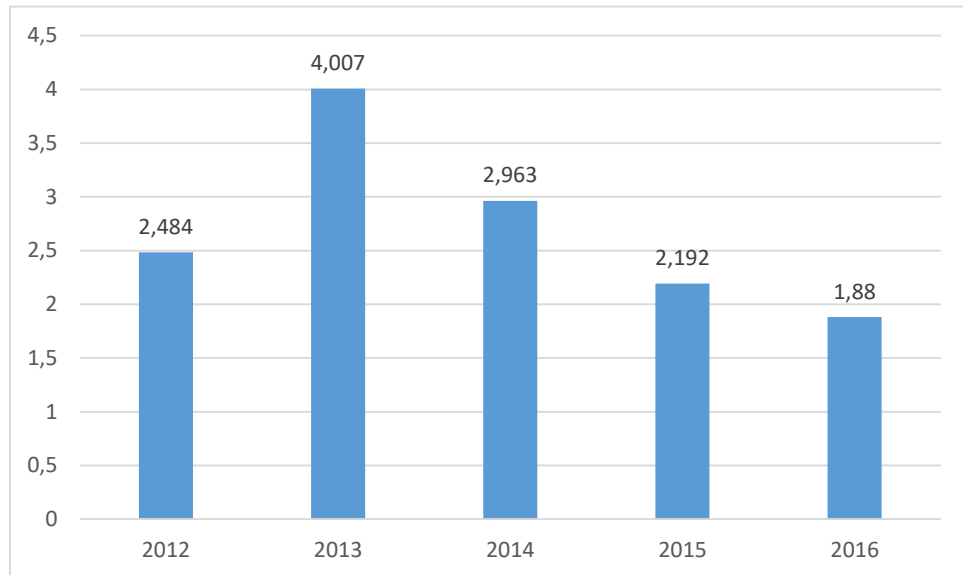
1.2 Pemilihan produk

Nilai impor Prancis dari dunia untuk kulit dan produk pada tahun 2016 mencapai 631,14 juta USD, sedangkan nilai impornya dari Indonesia sebesar 1,88 juta USD atau mendapatkan share sebesar 0,3% dan menempati posisi 26 (dua puluh enam) sebagai pemasok kulit dan produk kulit ke Prancis, artinya Indonesia masih memiliki peluang besar untuk meningkatkan nilai ekspor produk tersebut ke Prancis mengingat Indonesia saat ini merupakan salah satu produsen kulit terbaik di dunia.

Kulit dan Produk kulit ini terdiri atas HS 4101.20, 4101.50, 4101.90, 4102.10, 4102.21, 4102.29, 4103.10, 4103.20, 4103.30, 4103.90, 4104.11, 4104.19, 4104.41, 4104.49, 4105.10, 4105.30, 4106.21, 4106.22, 4106.31, 4106.32, 4106.40, 4106.91, 4106.92, 4107.11, 4107.12, 4107.19, 4107.91, 4107.92, 4107.99, 4112.00, 4113.10, 4113.20, 4113.30, 4113.90, 4114.10, 4114.20 dan 4115.10.

Berikut ini perkembangan impor Kulit dan Produk Kulit Prancis dari Indonesia dalam 5 tahun terakhir.

Gambar 2. Perkembangan Impor Kulit dan Produk Kulit Prancis dari Indonesia (USD Juta)



Sumber: *Trademap* (2017)

Dalam lima tahun terakhir terlihat bahwa nilai impor Kulit dan Produk Kulit 806 Prancis dari Indonesia berfluktuasi dan cenderung menurun, dimana untuk tahun 2012 mencapai 2,48 juta USD, sempat mengalami peningkatan hingga 4 juta USD di tahun 2013, namun menurun di tahun-tahun berikutnya hingga pada 2016, impor Kulit dan Produk Kulit Prancis dari Indonesia sebesar 1,88 juta USD.

1.3 Profil Prancis

Wilayah Prancis mencapai 675.417 km². Secara Geografis, Prancis dikenal sebagai negara yang terletak pada benua Eropa, khususnya kawasan Eropa Barat. Namun wilayah Prancis terletak juga dikawasan Amerika, Afrika dan Pasifik. Wilayah Prancis di Eropa dikenal dengan sebutan “Metropolitain”, sedangkan wilayah Prancis lainnya dikenal dengan *Les territoires français d’outre-mer* (DOM/TOM) atau wilayah seberang lautan. Wilayah Prancis diperluas di Afrika dengan integrasi Mayotte pada tanggal 31 Maret 2011.

Pemerintahan

Prancis merupakan negara Republik Kesatuan yang dipimpin oleh President, sedangkan system pemerintahannya dipimpin oleh Perdana Menteri. Prancis menggunakan pemilihan langsung untuk Pemilu Presiden dengan masa jabatan 5 tahun. Adapun Perdana Menteri dipilih oleh President dan berkuasa untuk memilih menteri-menteri dalam kabinetnya.

Sistem pemerintahan daerah Prancis dikenal dengan Region, Département dan Commune. Region dan Département dilaksanakan dengan prinsip dekonsentrasi dengan *Prefet* sebagai pemimpinnya merupakan wakil Pemerintah Pusat di Daerah dan *Maire* atau walikota,

pemimpin Commune dipilih dalam pemilihan taklangsung karena dipilih oleh Badan Legislatif hasil pemilu dengan masa jabatan 6 tahun.

Saat ini Pemerintah Prancis sedang menggalakan reformasi kewilayahan (*Reforme Territoriale*) yang berdampak pada pengurangan jumlah Region dari 22 menjadi 13 (lihat peta Prancis pada gambar 1).

Pemilihan umum presiden Prancis 2017 diselenggarakan pada tanggal 23 April dan 7 Mei 2017. Karena tidak ada calon yang mendapat mayoritas suara pada putaran pertama, putaran kedua diadakan antara dua calon dengan suara terbanyak, Emmanuel Macron dari En Marche! dan Marine Le Pen dari Front National (FN). Presiden petahana, François Hollande, dari Partai Sosialis (PS) boleh mencalonkan diri untuk kedua kalinya, tetapi mengumumkan pada 1 Desember 2016 bahwa ia tidak akan maju karena tingkat kepuasan masyarakat yang rendah; Hollande menjadi presiden petahana pertama Republik Kelima Prancis yang tidak maju untuk periode kedua. Ini juga merupakan pilpres Prancis pertama yang para calonnya, baik dari partai tengah-kiri maupun tengah-kanan, dipilih melalui pemilihan pendahuluan terbuka. Pemilihan presiden akan diikuti oleh pemilu legislatif anggota Majelis Nasional tanggal 11 dan 18 Juni.

Pemilihan presiden Prancis ini diikuti oleh lima politisi yaitu François Fillon dari Les Républicains (LR), Marine Le Pen dari Front National, Emmanuel Macron dari En Marche, Benoît Hamon dari Partai Sosialis dan Jean-Luc Mélenchon dari la France insoumise. Marine Le Pen dari Front National memimpin jajak pendapat putaran pertama bulan November 2016 dan pertengahan Januari 2017. Emmanuel Macron dari En Marche! menyalip posisi Fillon pada jajak pendapat putaran pertama. Pada saat yang sama, Benoît Hamon memenangi pemilihan pendahuluan Partai Sosialis dan menempati peringkat keempat di jajak pendapat. Usai debat calon presiden, Jean-Luc Mélenchon dari la France insoumise mulai menaiki posisi jajak pendapat pada akhir Maret, menyalip Hamon dan bertengger di bawah Fillon.

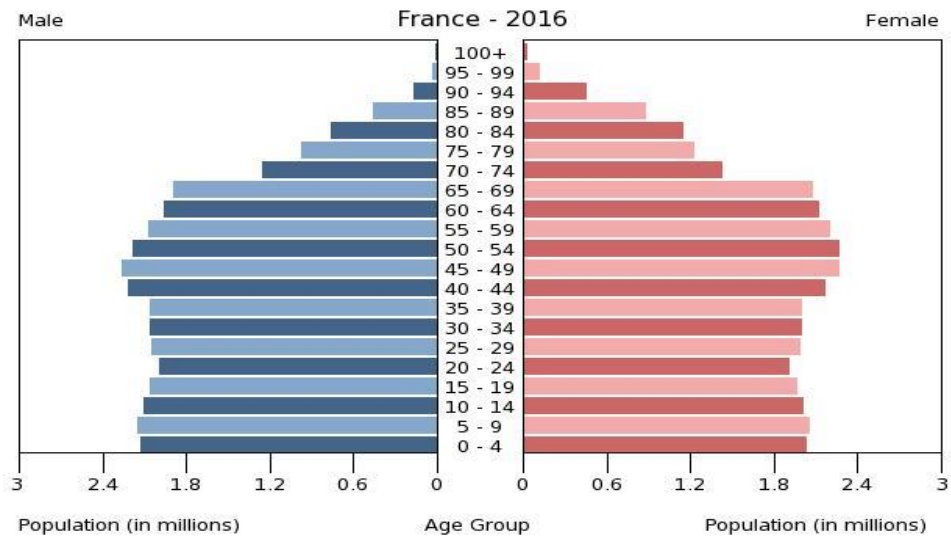
Pemilihan putaran pertama diselenggarakan di bawah keadaan darurat usai serangan Paris November 2015. Setelah hasil putaran pertama diumumkan, Macron dan Le Pen lolos ke pemilu 7 Mei. Macron berhasil memperoleh 66.06% suara mengungguli Marine Le Pen yang hanya meraup sebesar 34% suara. Jejak politik Macron yang baik semasa menjabat sebagai Menteri Ekonomi, Pembaruan Industri dan Urusan Digital periode tahun 2014-2017 dibawah pemerintahan yang dipimpin oleh Perdana Menteri Valls pada masa kepresidenan Hollande, selain itu Macron juga sebagai tokoh muda yang dianggap berpotensi untuk memperbaiki kondisi perekonomian Prancis saat

ini. Kemenangan ini menjadikan Macron sebagai Presiden Prancis termuda dalam sejarah negara ini yaitu pada usia 39 tahun.

Demografi

Populasi Prancis telah tumbuh pada tingkat rata-rata sebesar 0.5% per tahun pada periode tahun 2007-2016. Populasi Prancis pada tahun 2016 sebesar 66.8 juta dan menempati urutan ke-21 negara dengan populasi terbesar di dunia serta urutan kedua negara dengan populasi terbesar di Uni Eropa setelah Jerman. Komposisi antara perempuan dan laki-laki di Prancis relatif seimbang yaitu dengan rata-rata persentase perempuan sebesar 50.9% sedangkan laki-laki dengan persentase sebesar 49.1% untuk semua tingkatan umur. Pada kelompok umur 65 tahun keatas jumlah wanita lebih banyak dibandingkan dari pria. Populasi terbesar baik laki-laki maupun perempuan adalah berada pada selang usia diantara usia 30 – 59 tahun.

Gambar 3. Piramida Populasi Laki-Laki dan Perempuan Prancis Tahun 2016



ber: *The World Factbook* (2017)

Pada tahun 2016, angka median usia adalah 41.2 tahun yang terdiri median untuk laki-laki pada usia 39.5 tahun dan perempuan pada usia 42.9 tahun. Jumlah populasi yang berusia 40 ke atas diperkirakan akan meningkat secara cepat pada dekade berikutnya. Tingkat kelahiran di negara ini sebesar 12.2 kelahiran per 1000 populasi, sedangkan tingkat kematian sebesar 9.3 kematian per 1000 populasi pada tahun 2016. telah menurun secara stabil selama beberapa dekade terakhir yaitu pada tahun 2016 sebesar 1.49 anak lahir per wanita. Pada tahun 2016, angka kelahiran mencapai 9,4 kelahiran per 1000 populasi, sedangkan angka kematian mencapai 9.1 kematian per 1000 populasi pada tahun 2016.

Populasi kaum urban sebesar 80% dari total populasi, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat tinggal di kota-kota besar. Sebagian besar penduduk terkonsentrasi di utara dan tenggara meskipun ada banyak aglomerasi perkotaan di seluruh negeri. Paris adalah kota terbesar dan ibu kota Prancis. Kota Paris memiliki lahan hanya 40 mil persegi dengan populasi 10.8 juta orang di batas kota dan daerah perkotaan terpadat di seluruh Uni Eropa. Kota ini memiliki kepadatan lebih dari 21.000 orang per kilometer persegi. Wilayah Paris yang jauh lebih besar dengan luas 4.6838 mil persegi, memiliki presiden dan dewan daerahnya sendiri dengan populasi 12 juta. Kota ini menyumbang 18% dari total populasi Prancis. Lyon (1.607 juta orang) yang merupakan daerah pinggiran kota dan kota satelit yang menjadi kota dengan populasi kedua terbanyak di Prancis. Kota Marseille (1.605 juta orang) merupakan kota dengan populasi terbesar ketiga di Prancis di Prancis, kota ini memiliki wilayah perkotaan dan metropolitan.

Prancis terkenal sebagai negara yang mayoritas penduduknya adalah imigran dari berbagai negara *francophone*. Negara yang termasuk dalam negara *francophone* adalah negara bekas jajahan negara Prancis. Dulu Prancis negara yang banyak membutuhkan warga negara, karena pada masa itu terjadi kudeta terbesar di sejarah kenegaraan Prancis. Sejak tahun 1999, Prancis banyak menerima

kedatangan para imigran dari Eropa Timur yang sebenarnya Eropa Timur dijadikan sebagai gerbang para imigran dari Afrika dan Timur Tengah menuju Prancis. Imigran yang berasal dari Afrika khususnya adalah dari Tunisia, Libya dan Marrocco memasuki Prancis melalui Laut Mediterania dan Italia. Adanya konflik di Timur Tengah juga menjadi penyebab meningkatnya angka imigrasi di Prancis. Masyarakat di negara konflik seperti Suriah mencari suaka atau perlindungan keamanan ke Prancis. Tingkat imigrasi yang tinggi membawa dampak buruk bagi Prancis diantaranya adalah tingginya tingkat kriminalitas dan pengangguran. Oleh karena itu, banyak kebijakan pemerintah Prancis terkait pengurangan jumlah imigran yang masuk ke negara ini.

Tabel 1. Data Statistik Demografi Prancis Tahun 2012-2016

Indikator	Tahun				
	2012	2013	2014	2015	2016
Populasi (000)	65659.7 9	65998.5 7	66331.96	6662.40 7	66896.1 1
Tingkat kelahiran (per 1000 orang)	12.6	12.4	12.4	12	12
Tingkat kematian (per 1000 orang)	8.7	8.7	8.5	9	9
Populasi urban (000)	51735.0 5	52175.1 7	52593.94	52979.4 6	53349.6 5
Populasi urban (% total)	78.82	79.06	79.29	79.52	79.75
Populasi usia 0-14 tahun (%)	18.4	18.37	18.32	18.27	18.17
Populasi usia 15-64 tahun (%)	64.08	63.64	63.19	62.8	62.48
Populasi usia diatas 65 tahun (%)	17.52	18	18.49	18.94	19.35
Populasi pria (%)	50.9	50.89	50.88	50.86	50.85
Populasi wanita (%)	49.1	49.11	49.12	49.14	49.15
Angka harapan hidup pria (tahun)	78.7	79	79.5	79.5	79.5
Angka harapan hidup wanita (tahun)	85.4	85.6	86	86	86.2
Angka kematian bayi (per 1000 kelahiran)	3.5	3.6	3.6	3.5	3.5

Infrastruktur

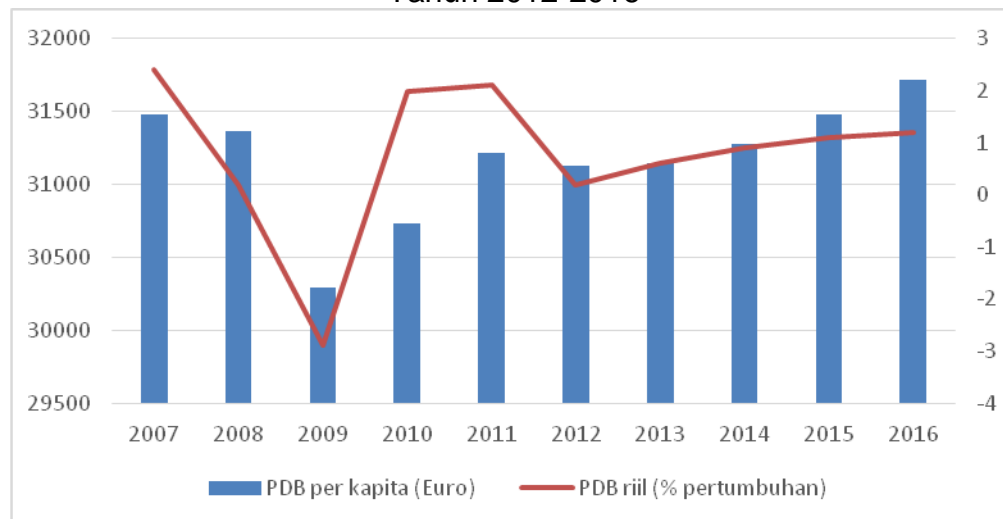
Prancis memfokuskan pembangunan infrastruktur pada transportasi yang ditargetkan akan membangun lebih dari 410 km jalur kereta api baru pada tahun 2020 dalam proyek *The Grand Projet Ferroviaire du Sud-Ouest*. Pemerintah juga menginvestasikan dana sebesar 29 triliun euro untuk membangun jalur cepat yang menghubungkan LGV

Selatan Eropa Atlantik, Contournement Nimes-Montpellier (CNM) dan Wilayah Bretagne-Pays de La Loire. Pemerintah juga mencanangkan peningkatan infrastruktur transport sebesar 79,7% total infrastruktur industri pada tahun 2012, meningkat 83,2% pada tahun 2016 dan 88,1% pada tahun 2021.

Ekonomi.

Perekonomian Prancis merupakan yang terbesar kelima di dunia dan mewakili sekitar seperlima dari produk domestik bruto (PDB) wilayah Euro. Krisis keuangan global di daratan Eropa masih berdampak pada perekonomian Prancis yang masih dalam masa pemulihan. Dalam waktu 10 tahun sebelum krisis ekonomi (1999-2008), PDB Prancis mengalami pertumbuhan dengan rata-rata laju sebesar 2% per tahun. Selama krisis ekonomi yang terjadi di Prancis, tahun 2009 merupakan tahun dampak krisis ekonomi begitu besar terjadi yang ditunjukkan dengan tren pertumbuhan PDB pada tahun tersebut negatif sebesar -2.9%. Pertumbuhan PDB Prancis selama krisis ekonomi tersebut cenderung berfluktuatif. Upaya pemerintah Prancis untuk memperbaiki perekonomian pasca krisis ekonomi menghasilkan pemulihan kondisi perekonomian yang stagnan dan relatif lamban. Rata-rata pertumbuhan PDB pasca krisis ekonomi hanya sebesar 1.07% selama periode tahun 2014-2016.

Gambar 4. Pertumbuhan PDB dan PDB perkapita Prancis Tahun 2012-2016



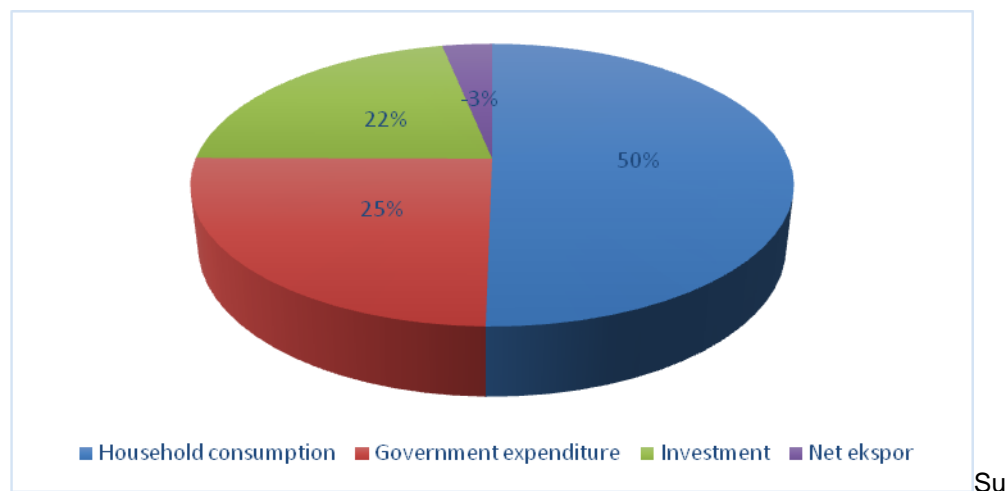
Sumber: *World Bank* (2017)

Selama krisis ekonomi (2008-2013) rata-rata PDB riil Prancis sebesar € 2019.5 miliar dengan laju pertumbuhan pada periode tersebut hanya sebesar 0.37% per tahun. Pemerintah Prancis membuat kebijakan reformasi ekonomi dalam rangka menghadapi krisis ekonomi yang melanda Eropa, kebijakan tersebut diharapkan dapat berdampak pada variabel makroekonomi salah satunya PDB. Pasca krisis ekonomi rata-rata PDB riil Prancis sebesar € 2098 miliar dengan laju pertumbuhan pada periode tersebut hanya sebesar 1.07% per tahun.

Dalam teori makroekonomi, variabel-variabel yang berperan dalam pembentukan PDB berdasarkan pendekatan pengeluaran adalah konsumsi, investasi, belanja pemerintah dan trade balance (ekspor dikurangi impor). Berdasarkan data *The Factbook* (2017), komposisi

dalam pembentukan PDB Prancis berdasarkan pendekatan pengeluaran terdiri dari 53.5% konsumsi rumahtangga, pengeluaran pemerintah sebesar 26.4%, investasi fixed capital dan inventori sebesar 21.8% dan 1.3% serta ekspor dan impor barang jasa sebesar 30.4% dan 33.4% sehingga net ekspornya sebesar 3%.

Gambar 5. Komposisi Sektor PDB Tahun 2016



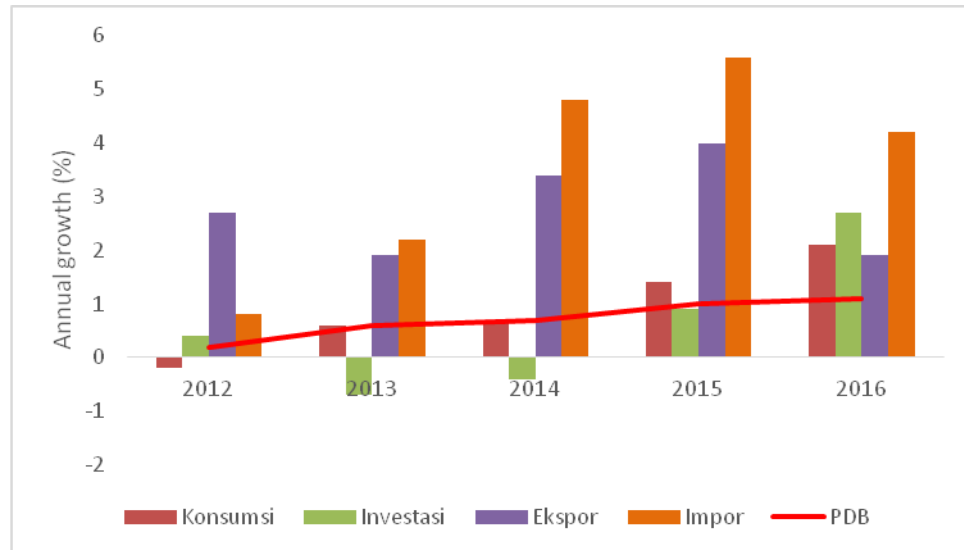
Sumber: *The Factbook* (2017)

Konsumsi merupakan variabel pendorong pertumbuhan ekonomi di Prancis dimana PDB mengalami pertumbuhan dengan rata-rata laju sebesar 67% per tahun selama periode 2012-2016. Konsumsi masyarakat yang meningkat juga merupakan upaya pemulihan dampak krisis ekonomi di tahun 2008. Rata-rata laju pertumbuhan konsumsi sebesar 58% per tahun selama periode tahun 2012-2016. Namun, pada 2012, konsumsi swasta pertama kali memiliki tren

negatif dalam dua dekade setelah krisis, hal ini disebabkan karena tingkat kepercayaan konsumen yang rendah sehingga memperlambat laju pertumbuhan ekonomi. Belanja pemerintah relatif stabil dalam dekade terakhir. Hal ini dikarenakan kebijakan reformasi yang dilakukan Presiden Hollande terkait dengan pemotongan belanja pemerintah dinilai tidak efektif sehingga kebijakan tersebut tidak diteruskan.

Investasi adalah komponen PDB yang terkena dampak paling parah akibat krisis ekonomi di Prancis dan investasi tetap anjlok 9% di tahun 2009. Tingkat investasi di Prancis pada periode tahun 2012-2016 sangat berfluktuatif akan tetapi cenderung mengalami peningkatan share terhadap pembentukan PDB. Tingkat investasi pada tahun 2013 dan 2014 memiliki tren negatif dan kemudian pada tahun selanjutnya memiliki tren positif yang ditunjukkan oleh pertumbuhan share investasi sebesar 2.7% dari PDB. Pada sektor perdagangan luar negeri menunjukkan bahwa Prancis merupakan negara net importir yang artinya impor lebih besar dibandingkan ekspor. Selama periode tahun 2012-2016 menunjukkan bahwa laju peningkatan ekspor hanya sebesar 3.6% per tahun, sedangkan laju peningkatan impor mencapai 71% per tahun.

Gambar 6. Pertumbuhan PDB dan Variabel Pembentuk PDB
Tahun 2012-2016



Sumber: *Focus Economics* (2017)

Komposisi PDB Prancis tahun 2016 berdasarkan sektor produksi (nilai tambah) terdiri dari sektor pertanian sebesar 1.7%, sektor industri sebesar 19.4% dan sektor jasa sebesar 78.8%. Sektor eksternal memiliki dampak yang sangat kecil terhadap ekonomi. Saat ini, sub divisi jasa merupakan penyumbang utama ekonomi Prancis, dengan lebih dari 70% PDB berasal dari sektor ini, subdivisi ini terdiri sektor perbankan dan keuangan, asuransi dan pariwisata. Manufaktur atau industri menyumbang lebih dari 10% PDB Prancis dan Prancis adalah pemimpin global di industri barang kedirgantaraan, otomotif dan barang mewah. Terlepas dari kenyataan bahwa pertanian hanya menyumbang sekitar 2% dari PDB Prancis, industri ini dianggap

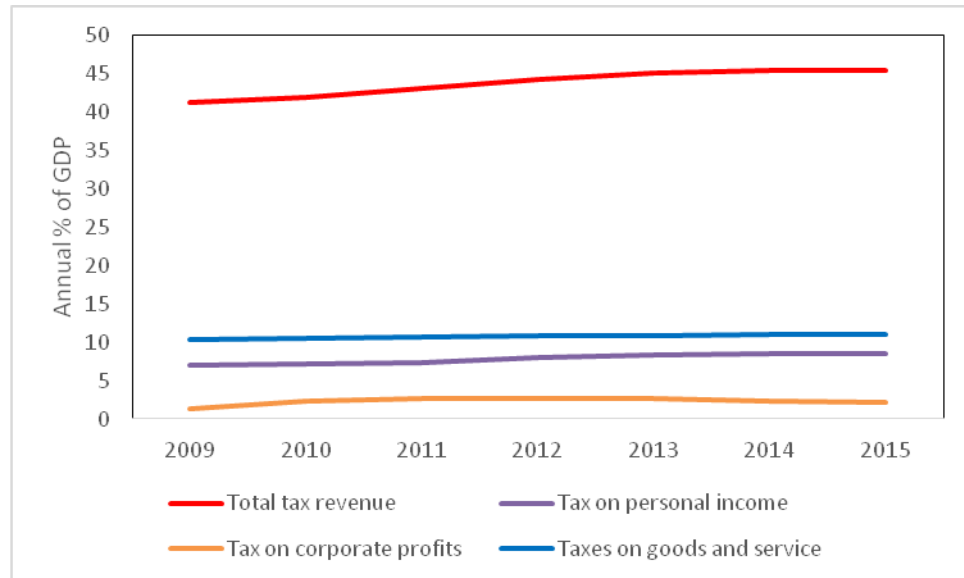
sebagai industri strategis di Prancis dan seringkali merupakan penerima manfaat dari subsidi pemerintah atau kebijakan proteksionis.

Keuangan Pemerintah

Penerimaan pemerintah mengalami peningkatan dengan rata-rata laju sebesar 0.68% per tahun selama periode tahun 2007-2016. Penerimaan pemerintah terbesar selama sepuluh tahun ini terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar 53.2% dari PDB, akan tetapi pada tahun selanjutnya yaitu pada tahun 2015 dan 2016 terjadi penurunan sebanyak 0.37% sehingga penerimaan pemerintah menjadi sebesar 53.1% dari PDB pada tahun 2015 dan 52.8% dari PDB pada tahun 2016. Salah satu instrumen dalam penerimaan pemerintah adalah pajak. Penerimaan pajak pada tahun 2016 sebesar 52.5% dari PDB, sehingga menempatkan Prancis pada posisi ke 12 untuk negara dengan persentase penerimaan pajak terbesar di dunia (The Factbook, 2016) . Berdasarkan data OECD (2017), total penerimaan pajak pemerintah Prancis terus mengalami peningkatan selama periode tahun 2009-2015 dengan rata-rata laju pertumbuhan sebesar 1.63% per tahun selama periode tersebut. Penerimaan pajak yang dimaksud adalah berasal dari penerimaan pajak pendapatan perseorangan dengan laju rata-rata sebesar 3.27% per tahun, penerimaan pajak keuntungan perusahaan dengan laju rata-rata

sebesar 9.51% per tahun dan penerimaan pajak barang dan jasa dengan laju rata-rata sebesar 1.09% per tahun.

Gambar 7. Pertumbuhan Penerimaan Pajak Tahun 2009-2015

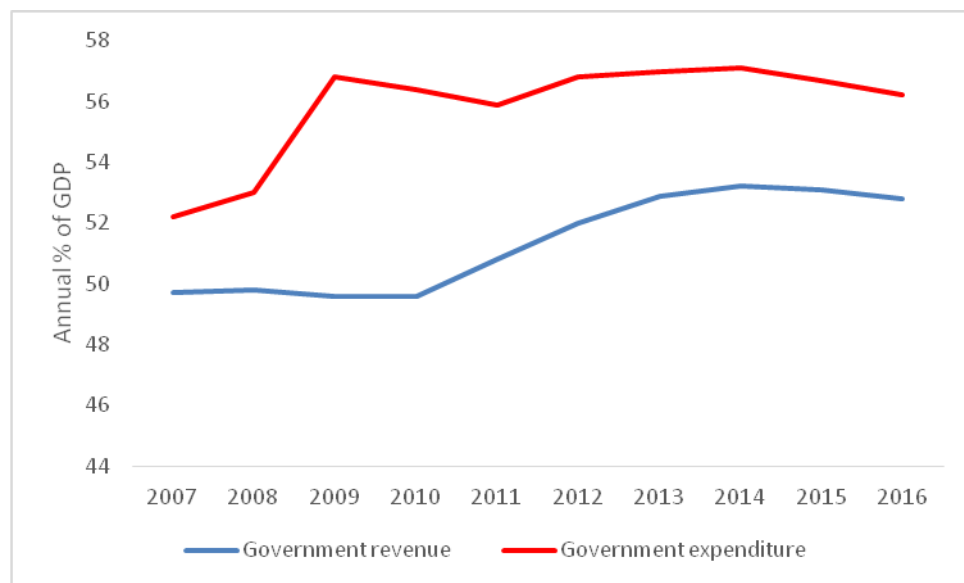


Sumber: OEDC (2017)

Selama periode tahun 2007-2016, belanja pemerintah Prancis terus mengalami peningkatan dengan rata-rata laju yang lebih besar dibandingkan penerimaan yaitu sebesar 0.85% per tahun. Sejak pemerintah Sarkozy (2007) banyak diterapkan kebijakan baru yang memperbesar pengeluaran pemerintah seperti kenaikan gaji pegawai negeri, biaya keamanan atau militer dan pembelian fasilitas umum lainnya. Belanja pemerintah terbesar selama sepuluh tahun ini terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar 57.1% dari PDB, akan tetapi pada tahun selanjutnya yaitu pada tahun 2015 dan 2016 terjadi penurunan

sebanyak 0.79% sehingga belanja pemerintah menjadi sebesar 56.7% dari PDB pada tahun 2015 dan 56.2% dari PDB pada tahun 2016. Hal ini disebabkan karena adanya pemotongan belanja pemerintah yang dilakukan oleh Presiden Hollande.

Gambar 8. Pertumbuhan Penerimaan dan Belanja Pemerintah tahun 2007-2016



Sumber: Eurostat (2017)

Berdasarkan grafik diatas dapat ditunjukkan bahwa belanja pemerintah lebih besar daripada penerimaan sehingga terjadi budget defisit. Defisit ini terus mengalami peningkatan sebesar 9.39% per tahun selama periode 2007-2016. Budget defisit pada tahun 2016 sebesar -3.4% dari PDB sedangkan defisit terbesar terjadi pada tahun 2009 yaitu sebesar -7.2 % dari PDB dan defisit terkecil sebesar -2.5% dari PDB pada tahun 2007. Setelah mengalami budget defisit terbesar

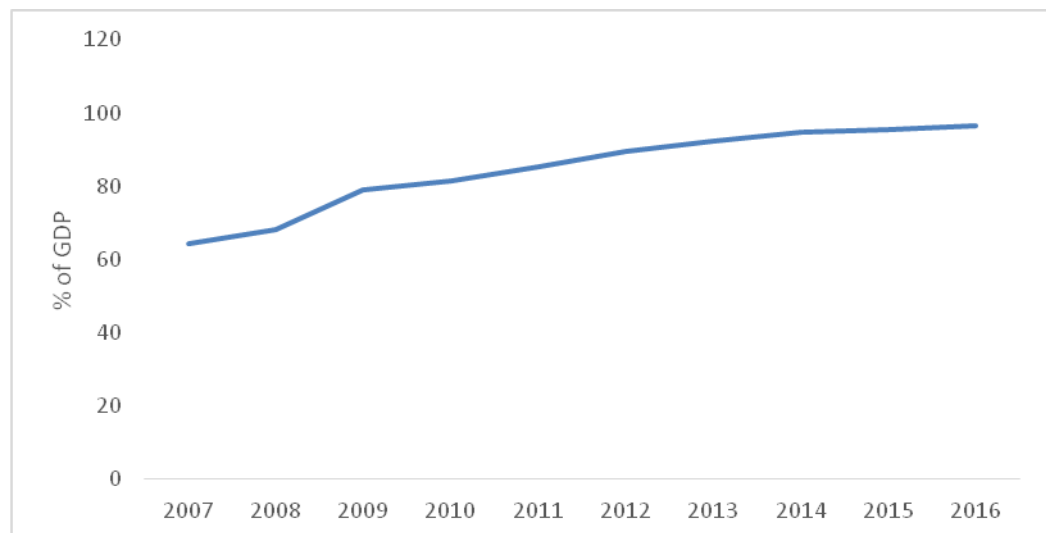
pada tahun 2009 terjadi penurunan defisit pada periode tahun 2010-2016 dengan rata-rata laju penurunan sebesar 9.87% per tahun. Walaupun tingkat defisit Prancis terus mengalami penurunan, akan tetapi masih menjadikan Prancis salah satu negara yang memiliki tingkat defisit perekonomian yang tinggi di Eropa.

Permasalahan budget defisit di Prancis juga merupakan salah satu fokus utama yang harus diselesaikan oleh Pemerintah. Baik pada pemerintahan Sarkozy maupun pemerintahan Hollande sudah membuat kebijakan fiskal agar tingkat defisit semakin berkurang. Presiden Sarkozy menerapkan langkah-langkah penghematan, terutama pemotongan anggaran dan kenaikan pajak, untuk mencoba menghidupkan kembali ekonomi Prancis dan mengurangi defisit anggaran negara. Namun, Presiden Hollande membuat kebijakan fiskal yaitu reformasi pajak yang kompleks dengan meningkatkan tarif pajak yang tinggi (terutama pajak pendapatan untuk orang dengan tingkat pendapatan lebih dari € 1 juta sebesar 75%) dengan menahan anggaran belanja pemerintah pada besaran yang konstan. Dampak dari penerapan kebijakan tersebut adalah penerimaan yang lebih rendah dibandingkan estimasinya, hal ini dikarenakan krisis ekonomi mengakibatkan daya beli konsumen menurun dan banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaan dibidang real estate khususnya sehingga penerimaan pemerintah dari sektor pajak menurun,

pertumbuhan ekonomi yang rendah, perilaku penghindaran pajak serta munculnya black market. Setelah kehilangan target defisit, Presiden Hollande harus mengevaluasi kembali kebijakan fiskal dan pada tahun 2014 dan membuat kebijakan baju terkait pemotongan pengeluaran pemerintah sebesar € 50 miliar selama tahun 2014-2017.

Prancis adalah salah satu negara dengan beban hutang publik yang tinggi di Eropa akibat adanya krisis ekonomi selama periode tahun 2008-2013. Selama periode tahun 2007-2016, hutang publik terus mengalami peningkatan dengan rata-rata laju sebesar 4.69% per tahun.

Gambar 9. Pertumbuhan Hutang Publik Tahun 2007-2016



Sumber: *Eurostat* (2017)

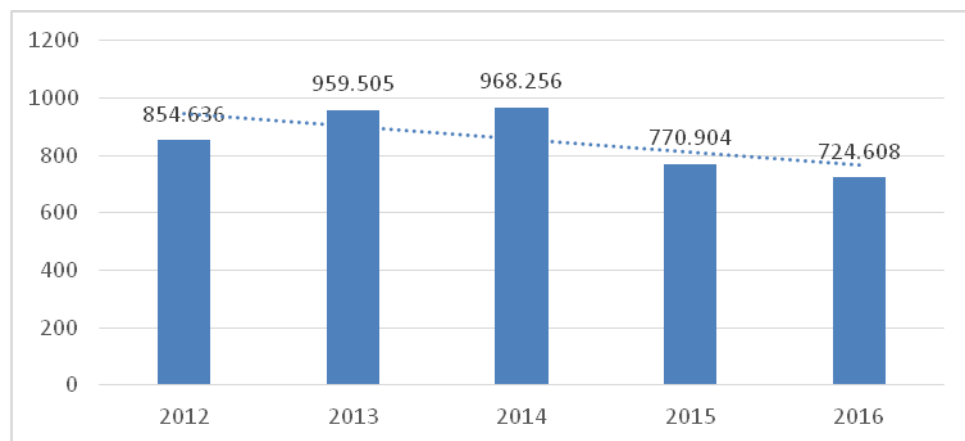
Hutang publik pada tahun tahun 2016 sebesar 96.5% dari PDB atau sebesar € 204 triliun yang mengalami peningkatan dari hutang publik pada tahun 2015 sebesar 95.6% dari PDB atau sebesar € 200 triliun. Prancis menempati posisi ke 17 pada daftar negara yang memiliki persentase hutang dari PDB terbesar di dunia. Hutang public negara ini melebihi kriteria konvergensi ekonomi yang ditetapkan oleh Traktat Maastricht, baik dalam hal defisit tahunan dan jumlah total hutang. Menurut perjanjian tersebut, defisit publik tidak boleh melebihi 3% dari PDB, dan utang publik harus dibatasi hingga 60% dari PDB.

II. POTENSI PASAR KULIT DAN PRODUK KULIT DI PRANCIS

2.1 Ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis

Ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis ke dunia pada tahun 2016 mencapai 724,61 juta USD dimana ekspor tahun 2016 menurun 6% jika dibandingkan dengan ekspor tahun 2015 yang mencapai nilai ekspor 770,9 juta USD. Trend ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis ke dunia sejak 2012 hingga 2016 mengalamai trend yang negatif sebesar 5,34%. Tujuan utama ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis adalah Italia, Spanyol, China, Tunisia dan Hong Kong. Indonesia sendiri menempati peringkat ke-29 sebagai negara tujuan ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis.

Gambar 10. Perkembangan Ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis ke Dunia (Juta USD)



Sumber: *Trademap* (2017)

2.2 Negara Tujuan Ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis

Kulit dan Produk Kulit Prancis utamanya di ekspor ke 2 negara di Uni Eropa yaitu Italia dan Spanyol serta Jerman, Belgia dan Portugasl. Di luar negara di UNI Eropa, tujuan utama ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis adalah China, Tunisia, Hong Kong, Maroko dan Amerika Serikat. Indonesia merupakan negara ke-29 tujuan ekspor Prancis untuk kelompok produk ini.

Tabel 2. Negara Tujuan Ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis
(Juta USD)

No	Importir	2012	2013	2014	2015	2016
	World	854,64	959,51	968,26	770,90	724,61
1	Italy	457,03	551,15	553,88	427,83	386,52
2	Spain	54,76	65,49	72,10	62,15	49,89
3	China	63,85	62,98	61,87	56,16	43,85
4	Tunisia	36,79	34,75	35,94	29,75	27,12
5	Hong Kong, China	45,02	44,88	35,05	27,69	27,05
6	Morocco	18,31	21,68	33,61	25,26	23,84
7	Germany	28,78	30,26	25,42	16,59	21,18
8	Belgium	6,30	6,49	8,66	8,19	13,69
9	Portugal	13,20	14,21	18,20	13,78	13,09
10	United States of America	15,69	12,79	12,99	11,62	11,12
.						
.						
29	Indonesia	1,29	1,00	1,48	1,49	1,55

Sumber: *Trademap* (2017)

Italia merupakan negara tujuan utama ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis dengan pangsa 53,34% di tahun 2016. Sejak 2012 hingga

2016, ekspor Prancis ke Italia ditas 50% dari total ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis.

Tabel 3. Pangsa Ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis (%)

No	Importir	2012	2013	2014	2015	2016
	World	100	100	100	100	100
1	Italy	53,48	57,44	57,20	55,50	53,34
2	Spain	6,41	6,83	7,45	8,06	6,88
3	China	7,47	6,56	6,39	7,28	6,05
4	Tunisia	4,30	3,62	3,71	3,86	3,74
5	Hong Kong, China	5,27	4,68	3,62	3,59	3,73
6	Morocco	2,14	2,26	3,47	3,28	3,29
7	Germany	3,37	3,15	2,62	2,15	2,92
8	Belgium	0,74	0,68	0,89	1,06	1,89
9	Portugal	1,54	1,48	1,88	1,79	1,81
10	United States of America	1,84	1,33	1,34	1,51	1,53
.						
.						
29	Indonesia	0,15	0,10	0,15	0,19	0,21

Sumber: *Trademap* (2017)

Ekspor ke negara-negara ASEAN selain Indonesia, yang terbesar adalah ke Thailand dan Vietnam, nilainya sangat kecil sekali, dengan share di bawah 0,5%. Sehingga bisa disimpulkan negara ASEAN bukan merupakan tujuan utama ekspor Kulit dan Produk Kulit Prancis.

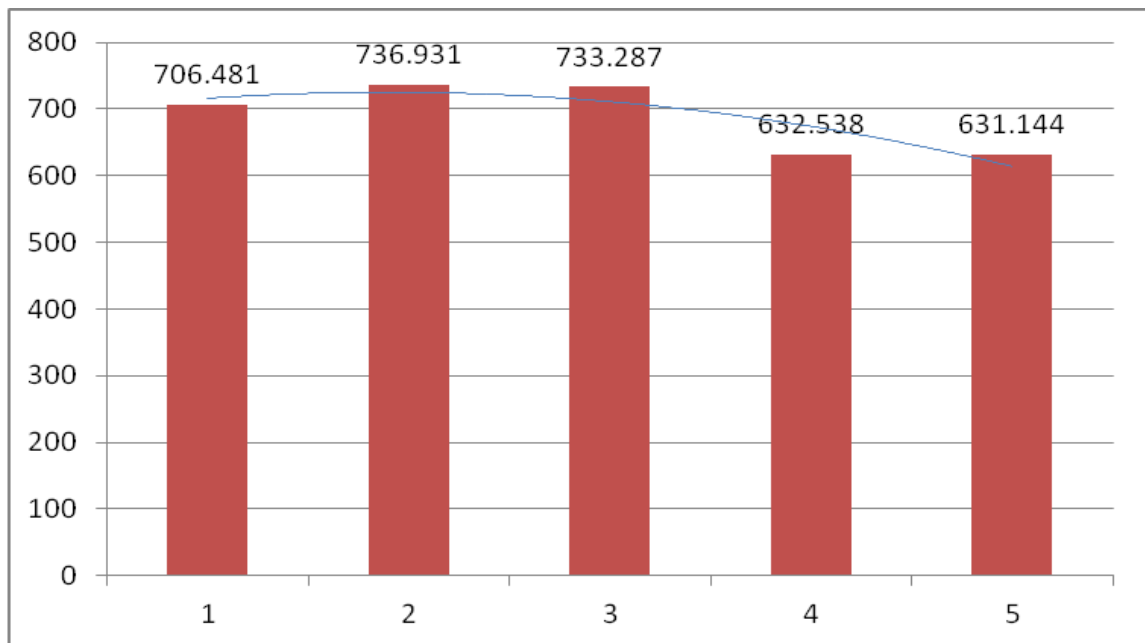
2.3 Impor Kulit dan Produk Kulit Prancis

Permintaan impor Prancis untuk kakao dan produk turunannya sebanyak 2,45% dari total impor dunia dan menempati posisi kesebelas untuk impor kulit dan produk kulit. Banyak negara yang sudah

melakukan proteksi perdagangan luar negeri untuk bahan baku seperti kulit sebagai upaya peningkatan nilai tambah dan mengembangkan hilirisasi industri dalam negeri, sehingga negara tersebut melakukan ekspor untuk produk kulit.

Selama 5 tahun terakhir, terlihat bahwa impor kulit dan produk kulit Prancis dari dunia yang awalnya meningkat mulai mengalami penurunan dengan impor trend yang menurun selama 5 tahun sebesar 3,71% . Impor pada tahun 2016 sebesar 631,14 juta USD menurun jika dibandingkan tahun 2012 yang mencapai 706,48 juta USD.

Gambar 11. Total Nilai Impor Kulit dan Produk Kulit ke Prancis
Tahun 2014-2016



Sumber: *Trademap* (2017)

Adapun impor kulit dan produk kulit Prancis dari Indonesia sejak tahun 2014 mengalami penurunan, dimana hal ini juga sejalan dengan penurunan impor total dari dunia untuk kulit dan produk kulit. Khusus untuk impor dari Indonesia, yang paling banyak diimpor Prancis adalah HS 4113.30 yaitu *Leather further prepared after tanning or crusting "incl. parchment-dressed leather", of reptiles* dan HS 4106.40 yaitu *Tanned or crust hides and skins of reptiles, whether or not split (excluding further prepared)*.

Tabel 4. Impor Kulit dan Produk Kulit Prancis dari Indonesia
(Ribuan USD)

HS	Produk	Ribuan USD		
		2014	2015	2016
	Total Impor Kulit dan Produk Kulit Dari Indonesia	2963	2192	1880
411330	Leather further prepared after tanning or crusting "incl. parchment-dressed leather", of reptiles,, ...	849	839	1002
410640	Tanned or crust hides and skins of reptiles, whether or not split (excluding further prepared)	205	600	600
410320	Raw hides and skins of reptiles, fresh or salted, dried, limed, pickled or otherwise preserved ...	1246	605	161
411390	Leather further prepared after tanning or crusting "incl. parchment-dressed leather", of antelopes, ...	164	143	81
410441	Full grains leather, unsplit and grain splits leather, in the dry state "crust", of hides and ...	0	1	20
410530	Skins of sheep or lambs, in the dry state "crust", without wool on, whether or not split (excluding ...	0	0	4
410719	Leather "incl. parchment-dressed leather" of the whole hides and skins of bovine "incl. buffalo" ...	1	0	4
411420	Patent leather and patent laminated leather; metallised leather (excluding lacquered or metallised ...	0	0	4
410692	Hides and skins of antelopes, deer, elks, elephants and other animals, incl. sea animals, without ...	6	0	2
410711	Full grains leather "incl. parchment-dressed leather", unsplit, of the whole hides and skins ...	0	0	2

Sumber: *Trademap* (2017)

2.4 Regulasi Perdagangan Kulit dan Produk Kulit di Prancis

Karena kulit (*hides* dan *skins*) merupakan bahan baku yang berasal dari hewan yang digunakan di luar rantai makanan manusia, mereka harus mematuhi peraturan tentang produk sampingan hewan yang tidak dimaksudkan untuk konsumsi manusia. Para produsen dan importir bahan kulit harus mengikuti aturan-aturan ini ketika ketika memproduksi, mengumpulkan, mengangkut, menyimpan, menggunakan atau membuang bahan baku tersebut karena bisa berbahaya untuk kesehatan manusia jika tidak dikelola dengan baik.

Konvensi tentang *International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora* (CITES) mengatur perdagangan tanaman dan hewan langka atau produk-produknya, misalnya bahan kulit. Peraturan tertentu memberikan daftar rinci mengenai spesies yang dilarang atau dibatasi untuk diperdagangkan dan menspesifikasi rincian administratif dan teknis untuk mengatur perdagangan spesies langka.

The European Rapid Alert System (RAPEX) merupakan sistem notifikasi untuk menginformasikan ke negara anggota Uni Eropa mengenai produk yang tidak aman yang masuk ke pasar Uni Eropa, sehingga tindakan yang tepat dapat diambil sebelum konsumen Uni Eropa terekspos pada produk yang berbahaya tersebut. Kulit dan

produk kulit dapat menimbulkan risiko kesehatan bagi konsumen, dan dapat masuk dalam notifikasi database RAPEX.

Jika mengirim peoduk kulit sebagai bagian dari barang yang dikemas, harus mempertimbangkan tindakan perlindungan terhadap masuknya organisme yang berbahaya untuk tanaman atau produk tanaman ke Uni Eropa dan terhadap penyebarannya di dalam Uni Eropa karena hal ini dapat memengaruhi bahan kayu untuk pengemasan yang digunakan untuk pengiriman dan juga kulit dan produk kulit karena mungkin dikemas dengan atau ditahan oleh bahan kayu untuk pengemasan tersebut. Bahan kayu pengemas yang digunakan untuk pengiriman harus sesuai dengan sejumlah peraturan yang bertujuan mencegah masuknya hama ke Uni Eropa dan yang utamanya mengenai pengupasan kulit kayu (*wood's debarking*) (umumnya, bahan kayu harus bebas dari kulit kayu), perawatan (dengan salah satu metode yang telah disetujui oleh Uni Eropa) dan penandaan (semua bahan kayu untuk pengemasan harus mempunyai sebuah cap yang mensertifikasi kesesuaian dengan persyaratan Uni Eropa).

Ada peraturan untuk mencegah produksi limbah kemasan, dengan mempromosikan penggunaan kembali kemasan dan mengurangi pembuangan akhir dari limbah seperti ini. Persyaratan utama terkait dengan tingkat konsentrasi maksimum untuk logam berat yang

terkandung dalam kemasan dan pelabelan (tanda dan identifikasi dari bahan-bahan yang digunakan).

Bahan-bahan kimia

Industri kulit juga dipengaruhi oleh *legislasi tentang Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (REACH)*. REACH menetapkan sejumlah aturan yang bertujuan untuk memastikan bahwa penanganan bahan kimia di tingkat industri tidak dilakukan dengan cara yang menimbulkan risiko terhadap kesehatan manusia atau lingkungan. Hal ini juga dilakukan untuk mencari metode uji alternatif dan meningkatkan sirkulasi bebas dari zat-zat kimia di pasar Uni Eropa, serta meningkatkan daya saing dan inovasi di antara perusahaan. Peraturan REACH berlaku untuk kulit dan produk kulit dan peraturan ini menanggapi kekhawatiran seperti nikel di aksesoris pakaian dan perhiasan, pewarna azo dalam produk tekstil dan kulit, atau kadmium, zat karsinogenik, dalam beberapa produk, termasuk perhiasan. Selain itu, sejumlah instrumen yang terpisah disediakan untuk pemasaran dan digunakan untuk pembatasan zat berbahaya tertentu dan persiapannya, yang mungkin mempunyai implikasi terhadap industri kulit. Dalam hal ini, ada pembatasan tertentu pada pemasaran dan penggunaan bahan berbahaya tertentu dan persiapannya

(nonylphenol, nonylphenol ethoxylate dancement) dan larangan untuk dimethylfumarate (DMF), bahan kimia yang biasanya ditempatkan dalam sachet yang terkandung dalam kemasan produk untuk mencegah kerusakan pada bahan kain atau kulit ketika disimpan dalam suhu lembab. Ketika menguap, zat ini akan menembus bahan mebel atau alas kaki, dan mungkin menembus ke dalam kulit konsumen, yang dapat menyebabkan gangguan kesehatan.

Pelabelan

Tidak ada kerangka kerja pada tingkat Uni Eropa untuk pelabelan produk kulit. Namun, terdapat beberapa legislasi dengan relevansi tertentu. Peraturan tentang nama serat tekstil dan pelabelan terkait dan penandaan komposisi serat produk tekstil mengharuskan produk tekstil untuk menyertakan label dengan informasi mengenai komposisi serat dengan menggunakan nama serat sesuai dengan aslinya.

Peraturan tentang pelabelan bahan yang digunakan sebagai komponen utama dari alas kaki untuk dijual ke konsumen mempengaruhi alas kaki dan secara khusus komponen kulitnya. Peraturan ini menetapkan bahwa keaslian bahan kulit yang digunakan dalam alas kaki akan dijamin oleh label tersebut. Untuk ini, Anda harus menggunakan serangkaian piktogram yang sederhana dan mudah dikenali.

Produk *Fair Trade*

Diantara inisiatif ceruk, *Fair Trade* adalah yang paling dikenal dan ada di pasar yang cukup besar (termasuk beberapa sektor) dan tersedia bagi alas kaki.

Perlengkapan dengan *Ecolabel*

Ada beberapa label ramah lingkungan yang digunakan untuk pakaian dan ini diminati pembeli karena merupakan cara untuk menunjukkan keberlanjutan. EU Eco-label misalnya melihat pilihan bebas bahan kimia dan ramah lingkungan. *Leather Weather Group and Naturleder* adalah label ramah lingkungan lain yang digunakan di Uni Eropa.

2.5 Saluran Distribusi Kulit dan Produk Kulit di Prancis

Penjualan kulit biasanya langsung melalui distributor namun untuk produk kulit (tas, dompet, sepatu) banyak dijual melalui butik-butik, *department store* atau melalui online.

2.7 Hambatan Perdagangan Kulit dan Produk Kulit di Prancis

Regulasi yang ketat akan menjadi hambatan utama dalam perdagangan kulit dan produk kulit ke Prancis. Bagi eksportir yang sudah mengekspor kulit dan produk kulit ke Prancis tentu saja tidak

akan terlalu mengalami kesulitan karena mereka sudah melewati dan memahami prosedur yang harus dijalankan, tetapi untuk para eksportir yang baru akan mengekspor ke Prancis mungkin akan terkendala dengan pemenuhan regulasi yang diterapkan oleh Prancis.

Oleh karena itu sangat penting untuk dapat memenuhi segala regulasi yang berlaku di Uni Eropa dan Prancis agar bisa mengekspor produk coklat ke Prancis.

III. PELUANG DAN STRATEGI PERDAGANGAN KULIT DAN PRODUK KULIT DI PRANCIS

3.1 Peluang Perdagangan Kulit dan Produk Kulit di Prancis

Seperti diketahui, pada tahun 2016 total impor kulit dan produk kulit Prancis mencapai 631,14 juta USD, sedangkan nilai impornya dari Indonesia baru mencapai 1,88 juta USD. Hal tersebut menunjukkan bahwa peluang Indonesia untuk meningkatkan ekspor kulit dan produk kulit ke Prancis sangat besar, apalagi Indonesia merupakan salah satu produsen kulit dan industri kulit terbesar.

Permintaan Prancis terhadap produk kulit relatif besar, karena digunakan sebagai bahan baku aksesoris dan Prancis dikenal sebagai negara fashion yang cukup bagus.

Tetapi agar produk kulit asal Indonesia mampu bersaing dengan produk sejenis dari negara lain maka harga dan kualitas produk kulit Indonesia harus semakin kompetitif.

3.2 Strategi Perdagangan Kulit dan Produk Kulit di Prancis

Agar nilai perdagangan produk kulit Indonesia bisa semakin meningkat, maka perlu sekali untuk mempromosikan secara intensif kepada para buyer di Prancis selain seperti yang sudah disebutkan sebelumnya yaitu meningkatkan kualitas dan harga produknya.

Promosi dilakukan khususnya kepada para buyer yang selama ini membeli kulit dan produk kulit dari negara lain, dengan terus menjaga buyer-buyer yang sudah membeli produk tersebut dari Indonesia supaya mereka bisa semakin meningkatkan pembeliannya.

Cara promosi yang bisa dilakukan antara lain dengan mengikuti pameran-pameran yang bertemakan kulit atau pameran-pameran yang sesuai dan potensial untuk memamerkan produk kulit di Prancis, melakukan *business meeting* dengan para buyer Prancis, atau mengundang para buyer Prancis untuk datang langsung melihat industri-industri penyamakan kulit dan produk kulit di Indonesia.

IV. INFORMASI PENTING

4.1 Informasi Perwakilan Prancis di Indonesia

KEDUTAAN BESAR PRANCIS UNTUK INDONESIA DAN TIMOR TIMUR / FRENCH EMBASSY

Menara BCA – 40th floor

Jl. M. H. Thamrin n°1

Jakarta Pusat 10310

Tel. : (62-21) 23 55 76 00

Faks : (62-21) 23 55 76 02

Surel : contact@ambafrance-id.org

ambassade@ambafrance-id.org

Web. : <http://www.ambafrance-id.org/>

KONSULAT JENDERAL DENPASAR (BALI DAN LOMBOK)

Jl. Mertasari Gg. II No. 08, Sanur

Tel. : +62 361 285 485

Faks : +62 361 286 406

Surel : consul@dps.centrin.net.id

BAGIAN EKONOMI

World Trade Center, Lt. 11

Jalan Jend Sudirman, n° 31

JAKARTA 12 920

Tel : (021) 570 16 68

Faks : (021) 570 04 78

Surel : jakarta@dree.org

Web : www.missioneco.org/indonesie

KAMAR DAGANG PRANCIS-INDONESIA (IFCCI)

Chase Plaza, Lt. 14

Jalan Jenderal Sudirman, n°21

JAKARTA 12910

Tel : (62 21) 520 82 61

Faks : (62 21) 520 82 71

Surel : news@ifcci.com

Web : www.ifcci.com

4.2 Informasi Perwakilan Indonesia di Prancis

KBRI UNTUK PRANCIS DAN KEPANGERANAN ANDORA

47-49 rue Cortambert

75116 Paris, France

Tel : (33-1) 4503-0760

Faks : (33-1) 4504-5032, 4072-7063

Surel : komparis@online.fr

Web : <http://paris.kemlu.go.id> atau www.amb-indonesie.fr

KONSULAT JENDERAL / KJRI MARSEILLE

25 Bd Carmagnole

13008, Marseille, France

Tel. : + 33 491 230 160

Faks : +33 491 714 032

Surel : info@cons-indonesie.fr

Web : www.deplu.go.id/marseille atau www.cons-indonesie.fr

INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER (ITPC)

19 Boulevard Eugene Deruelle

69003 Lyon, France

Tel : +33 4 78 60 62 78

Faks : +33 4 78 60 63 14

Surel : itpc.lyon@gmail.com

Web : www.itpclyon.fr

4.3 Asosiasi dan Daftar Pameran

The European Leather Association (COTANCE)

<http://www.euroleather.com/>

UK Leather Federation (UKLF)

<http://www.ukleather.org/>

International Council of Tanners

<http://www.leathercouncil.org>

International Council of Hides Skins & Leather Traders Associations

<http://www.ichslta.com/>

LINEAPELLE - <http://www.lineapelle-fair.it/en/index.php>

MIFUR – <http://www.mifur-exhibition.com/>

MIPEL - <http://www.mipel.com/en/>

I.L.M International Leather Goods Fair - <http://www.messe-offenbach.de/en/ilm-leather-goods-fair.html>

CUIR A PARIS - <http://www.cuiraparis.com/en>

LeShow Moscow - <http://leshow.ru/english/>

Futurmoda - <http://www.futurmoda.es/>