



PANAMA : ACHETER ET VENDRE

Dans cette page : [Les procédures d'accès au marché](#) | [Approcher le consommateur](#) | [Distribuer un produit](#) | [E-commerce](#) | [Organiser son transport de marchandises](#) | [Identifier un fournisseur](#)

Les procédures d'accès au marché

Les conventions internationales	Signataire du Protocole de Montréal relatif à des substances qui appauvrissent la couche d'ozone
La coopération économique internationale	Le Panama a accédé à l'OMC en 1997. Il a conclu des accord de libre-échange avec Taïwan (2004), le Salvador (2003) et le Canada (2009) portant sur l'élimination des droits de douane dans les secteurs de l'industrie, de l'agriculture, de la foresterie et de la pêche. Le pays est actuellement en négociation avec les Etats - Unis. Le Panama s'est également montré intéressé à négocier avec le MERCOSUR et a été invité à joindre le G-3 (qui réunit le Venezuela, la Colombie et le Mexique). Enfin, le Panama a signé un accord de libre échange avec le Canada.
Les barrières non-tarifaires	Il existe peu de restrictions à l'importation, les plus importantes portent sur les produits dangereux pour la Santé et contre l'ordre public. Certaines marchandises requièrent une autorisation particulière du Ministère de l'Agriculture, du Commerce et de l'Industrie (les armes, plantes, graines et animaux vivants). Les barrières non tarifaires restreignent considérablement la liberté d'importation (quotas très strictes, prix de référence et normes sanitaires excessives). Dans la ZLC, on peut importer, stocker, apporter des modifications et réexporter tout type de produits, sans qu'ils soient sujets à des droits douaniers d'entrée ou de sortie, ni à des impôts spéciaux. Les produits importants de la ZLC, sont les vêtements, les appareils de radiodiffusion, les tissus synthétiques, les chaussures, les montres, la parfumerie, les spiritueux, les cigarettes et les produits pharmaceutiques.
Les droits de douane et les taxes à l'importation	Droits calculés " ad valorem " selon la valeur CIF (Coût, Assurance et Fret), entre 3% et 40%.
La classification douanière	A peu près 50% des importations sont exemptées de droits. Il existe 48 types de produits soumis à des tarifs douaniers égaux voire supérieurs à 90%, comme les produits agricoles et agro-industriels (fraises, pomme de terre, tomates et fruits tropicaux entre autres). Les importations de produits qui n'existent pas dans le pays sont soumises à des droits inférieurs à 27%. Les importations sont aussi soumises à l'équivalent de la TVA, impôt de Transmission de Biens Mobiliers et doivent payer un impôt sur les documents, qui peut varier de 2 à 5% sur la valeur FOB (marchandises soumises aux droits de douane) et de 5 à 8% (marchandises libres).
Les procédures d'importation	Aucune licence d'importation n'est requise au Panama. Toute entreprise détenant une licence commerciale peut librement importer des marchandises au Panama. Une licence commerciale ou industrielle est exigée pour les individus ou entreprises souhaitant exercer des activités commerciales ou industrielles. Des permis phytosanitaires sont requis pour importer des produits agricoles non alimentaires seulement. Des permis d'importation spéciaux sont requis pour tous les types d'armes à feu, de munitions et d'engrais. En général, les produits alimentaires et les boissons doivent être enregistrés auprès de l'autorité panaméenne de sécurité alimentaire et respecter les exigences relatives à l'hygiène et au contrôle de la qualité. L'importation de produits alimentaires en territoire panaméen est interdite si les produits en question ne sont pas en vente libre dans leur pays d'origine. Il incombe à l'exécutif, à la demande du ministère de la Santé, d'établir les règlements sanitaires concernant la fabrication, l'entreposage, l'importation et la vente de médicaments et de produits connexes. Il est interdit de fabriquer ces produits ou de les importer au Panama sans analyse ou enregistrement préalable. Principaux documents exigés par les autorités douanières panaméennes aux fins d'importation : • déclaration d'importation (préparée par le courtier en douane) • facture commerciale (en anglais ou en espagnol, présentée en quatre exemplaires) • lettre de transport aérien • connaissance (présenté en trois exemplaires) • numéro de permis d'affaires • permis sanitaire ou phytosanitaire (dans le cas des produits agricoles d'origine animale ou végétale) • certificat de vente libre (dans le cas de produits destinés à la consommation humaine, y compris, par exemple, les lotions pour la peau).

Pour plus d'informations, veuillez visiter le site de PwC.

Importer des échantillons	Les échantillons ne sont pas soumis à des droits de douane, à condition qu'ils soient perforés ou qu'ils portent une mention prohibant leur vente. L'admission temporaire est autorisée pour une période de trois mois renouvelable trois fois pour la même durée. Il suffit de déposer une garantie par chèque certifié au nom du Trésor Public équivalente aux droits de douane qui auraient été acquittés dans le cadre d'une importation ordinaire. Il est également possible d'apporter une caution sous la forme d'une assurance. L'exonération peut être totale ou partielle.
---------------------------	--

Pour plus d'informations	Direction générale des Douanes de Panama
--------------------------	--

Approcher le consommateur

OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES

Le profil du consommateur	Le Panama dispose d'un PIB par habitant élevé, néanmoins la pauvreté et les inégalités restent élevées : la répartition des revenus au Panama est la troisième plus mauvaise d'Amérique centrale (CIA World Factbook, dernières données disponibles). On estime qu'environ un quart de la population vit sous le seuil de pauvreté ; cependant, sur la seule période allant de 2006 à 2012, cette proportion a été réduite de 10% (Banque mondiale). La population indigène représente une part croissante de la pauvreté et de l'extrême pauvreté au Panama, alors que les populations rurales pauvres non indigènes améliorent leur situation en s'installant dans les zones urbaines. Ces dernières années, le pouvoir d'achat des Panaméens est en augmentation (Banque mondiale), d'où leur intérêt croissant pour les produits de qualité et l'alimentation biologique. La population est concentrée dans le centre du pays, en grande partie sur les rives du Canal, mais un nombre très important de personnes vivent également dans l'extrême ouest, autour de David ; la partie orientale (un tiers du pays) est peu habitée.
---------------------------	---

Le comportement de consommation	Le Panama revendique le deuxième PIB par habitant le plus élevé d'Amérique latine et constitue l'un des principaux marchés en raison de sa position stratégique et des opportunités commerciales et financières que le pays a à offrir. Les consommateurs panaméens peuvent être répartis en deux segments : les hauts revenus, qui préfèrent les produits d'importation et accordent plus d'importance à la qualité qu'au prix, qui sont influencés par les tendances américaines et européennes et qui aiment faire leurs achats dans des centres commerciaux ; les revenus moyens et faibles, pour lesquels le prix est un facteur clé de la décision d'achat, qui sont souvent à la recherche de réductions et qui font leurs achats dans des supermarchés et des petits commerces. Les consommateurs panaméens sont ouverts aux nouveaux produits et achètent maintenant davantage sur Internet . Néanmoins, ils n'ont pas encore l'habitude d'utiliser Internet pour rechercher des prix réduits, ni pour obtenir des informations ou des avis sur les produits qu'ils ont l'intention d'acheter. L'influence des États-Unis est encore très forte, ainsi les marques américaines sont généralement considérées comme étant de qualité supérieure lorsqu'elles sont comparées à des produits similaires mais venant d'autres pays. Concernant les produits alimentaires, le marché de la distribution au Panama est tenu par les supermarchés, les hypermarchés et les magasins alimentaires spécialisés. Ces dernières années, la tendance a été de consommer plus de plats préparés et de produits alimentaires sains.
---------------------------------	--

Les associations de consommateurs	Institut panaméen des droits des consommateurs (IPADECU) Autorité de protection du consommateur et de défense de la concurrence
-----------------------------------	--

Principales agences de publicité	Agence de publicité PUMER WX Digital Agency Tomorrow Digital
----------------------------------	--

Distribuer un produit

L'évolution du secteur	Le Panama est caractérisé par l'existence de 2 marchés distincts: la Zone Franche de Colon (ZLC), et le reste du pays, qui représente 48% de la population à revenus modestes. La population ayant le pouvoir d'achat le plus important est concentrée dans la capitale. Les habitudes de consommation varient énormément entre la ville de Panama et le reste du pays, car les produits et les habitudes de consommation nord américaines se sont imposés dans la capitale.
------------------------	--

Le Panama importe peu de biens d'équipement industriels. Généralement, les sociétés de distribution importantes sont dans la ZLC et fournissent l'Amérique entière. La figure du représentant s'introduit peu à peu. Les supermarchés et grandes surfaces sont nombreuses dans la capitale : Rey, Casa de la Carne et Cago Super 99.

Part de marché	En moyenne, la ville de Panama représente 65% du total des ventes nationales de biens de consommation. Les 35% restants sont répartis entre les principales villes de David, Colón, Santiago et Chitré (ITA, 2021). Généralement, la structure de distribution au Panama est simple. Les importateurs directs agissent en tant que grossistes et, dans de nombreux cas, en tant que détaillants. Cette situation se retrouve dans le cas des vêtements, des pièces automobiles et des produits de quincaillerie. Dans le cas des biens de consommation, de la nourriture et des médicaments, l'opération de vente au détail est distincte de l'opération de vente en gros. Pour les produits industriels, les ventes sont normalement effectuées par des agents exclusifs locaux ou des distributeurs. Dans d'autres cas, les entreprises locales commandent directement auprès de courtiers étrangers ou du fabricant. Certains des principaux importateurs du Panama sont également des distributeurs régionaux pour l'Amérique centrale et/ou du Sud, avec des installations d'entreposage situées dans la zone franche de Colón (CFZ). En général, les importateurs/distributeurs de CFZ ont des magasins affiliés à Panama City pour la vente au détail sur le marché local. La majeure partie du commerce panaméen passe par les ports atlantiques de Manzanillo, Cristobal et Evergreen, ainsi que par le port de Balboa, sur la côte Pacifique. L'aéroport international de Tocumen gère la majeure partie du fret aérien du Panama.
----------------	---

E-commerce

Accès à Internet	Le Panama a connu une croissance économique soutenue au cours des dernières années, ce qui a eu un effet positif sur le marché des télécommunications et a attiré des investissements considérables d'importants opérateurs internationaux, notamment Telefónica, America Móvil et Liberty Global. Avec cela, les services mobiles et haut débit ont été les secteurs les plus dynamiques du pays. En 2017, le Panama comptait près de 3 millions d'internautes, soit un taux de pénétration de 69,7%. Le taux de pénétration de l'Internet a augmenté ces dernières années et devrait continuer à progresser, en raison de la demande accrue de services des consommateurs et de l'incitation du gouvernement à créer un Panama hautement connecté. En 2017, 46,7% des ménages disposaient d'un ordinateur, 60,7% d'entre eux avaient un accès Internet à domicile. En outre, le nombre d'abonnements haut débit pour 100 habitants était de 7,9 et à 60,7 abonnements au haut débit mobile pour 100 habitants. Le secteur de la téléphonie mobile a connu un développement important ces dernières années et son taux de pénétration est supérieur à 180%, ce qui est nettement supérieur à la moyenne régionale.
Le marché du e-commerce	Le marché de la vente au détail au Panama est solide, mais le commerce électronique en est encore à ses débuts. En 2018, le commerce électronique au Panama devrait atteindre 700 millions de dollars américains. Un certain nombre d'entreprises panaméennes, en particulier les supermarchés, les établissements de restauration rapide et les magasins de produits électroniques grand public, ont maintenant des sites Web et un nombre croissant d'entreprises s'emploient à créer leurs propres sites. Les téléphones intelligents et autres appareils mobiles sont très utilisés dans le pays et de plus en plus de personnes achètent des biens et des services sur Internet, quel que soit leur emplacement, ce qui stimule la croissance du commerce électronique. Le Panama attire de plus en plus l'attention des investisseurs étrangers, notamment en raison de ses avantages fiscaux et de son économie basée sur le dollar américain. Dans le secteur du commerce électronique, cette combinaison de facteurs semble être particulièrement encourageante pour les entreprises qui envisagent d'investir à l'étranger. Encuentra24.com, olx.com.pa, ainsi que les géants mondiaux tels qu'Amazon, Ebay et AliExpress font partie des sites de commerce électronique les plus populaires du pays.

Organiser son transport de marchandises

Les principaux moyens de transport	Avec son canal, Panama est considéré comme l'un des principaux centres logistiques de transport. Le pays possède également des ports modernes sur les deux océans reliés par un réseau ferré, des autoroutes, et des aéroports internationaux équipés de manière à offrir tous type de service de transport de charges. Le réseau ferré se compose d'une seule voie d'une longueur de 47 milles et relie Balboa à Colon. La capacité de transport est en moyenne de 500.000 containers par an. Le réseau routier comprend 11 643 Kms de routes dont 4028 Kms sont goudronnés.
Les ports	Terminal de containers de Colon Liste de ports au Panama (en anglais)
Les aéroports	Aéroport International de Panama TOCUMEN
L'administration des	Autorité maritime de Panama

transports maritimes

L'administration des transports aériens

Autorité d'aéronautique civile de Panama

L'administration des transports routiers

Autorité de transport et de la circulation

Identifier un fournisseur

Le type de production

L'industrie représente 13% du PIB, le secteur des services étant beaucoup plus important représentant quelque 81,1% du PIB du Panama et fournissant environ 70% des emplois. Les principales industries concernent la construction, les brasseries, le ciment et autres matériaux de construction ainsi que le broyage du sucre.

LES ANNUAIRES D'ENTREPRISES

Annuaire multisectoriels

[AmCham Panama](#)
[Angloinfo](#)
[BizExposed](#)
[Expat.com](#)
[South America Business Directory](#) [↗](#)
[Yellow Pages](#)



Trouvez des annuaires sectoriels au Panama grâce à notre service [Annuaire professionnels](#).

Associations professionnelles par secteur

26 fédérations professionnelles répertoriées pour Panama.

Choisissez votre secteur



Les chambres de commerce et leur représentation à l'étranger

Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Agriculture de Panama

Contacter vos représentations commerciales au Panama

 [Ambassade de France au Panama](#)

Associations professionnelles générales

[Association d'entreprises utilisatrices de la zone de Colon](#)
[Association panaméenne d'entrepreneurs \(en espagnol\)](#)

Contactez l'équipe [BNPP Trade Development](#) pour vous accompagner au Panama.