

/ LA POLOGNE /



PRINCIPAUX INDICATEURS

Population : 38,2 Millions d'habitants
PIB : 525,7 milliards USD (2008)
Taux de croissance : 4,9% (2008), 2% (prévision 2009)
Taux d'inflation : 4,2% (2008)
Exportations vers la France : 7072,6 millions EUR
Importations françaises : 6590,6 millions EUR
Position de la France : 5^{ème} fournisseur et 2^{ème} client (en 2008)
IDE : 10970 milliards EUR



PRESENTATION ECONOMIQUE DU PAYS

La Pologne est le **premier marché en Europe Centrale** tant en terme de superficie (312 685 km²) qu'en terme de population (38,2 millions d'habitants), c'est donc un débouché commercial stratégique pour toute entreprise.

Sa position géographique est idéale : véritable carrefour européen, le pays se situe entre les grands pays européens et les grands marchés de l'Est, notamment russes et ukrainiens, en plein développement.

Part des principaux secteurs d'activité dans le PIB (2006):

Agriculture	4,6%
Industrie	31,4%
Services	64%

LES TENDANCES DE L'ECONOMIE

Le pays bénéficie d'une croissance forte et équilibrée, de presque 5% en 2008, ainsi que d'un pouvoir d'achat en constante augmentation et d'une importante décreue du chômage, qui atteint les 7,7% début 2009. Cette importante croissance du PIB était une conséquence de la conjoncture européenne favorable et reposait en partie sur les IDE qui, à hauteur de 16,7 milliards EUR en 2007, avaient progressé de 100% au cours de deux années précédentes. Les secteurs privilégiés étant les services, la production industrielle, le commerce, et le secteur financier. Cette situation favorable devrait permettre à la Pologne de créer de nouveaux emplois et d'assainir ses finances publiques en vue d'une prochaine intégration dans la zone euro, annoncée comme l'une des priorités du gouvernement.

Selon les prévisions de la Commission Européenne, la croissance de PIB en 2009 ralentira, tombant à 2%. C'est quand même une des plus hautes valeurs de croissance économique prévues pour cette région d'Europe. Au regard de la crise mondiale actuelle, ce résultat confirmerait les fondements solides de l'économie polonaise.

On observe une relance de l'inflation début 2009 causée par l'augmentation des prix alimentaires et du coût du transport. De l'autre côté en 2008 la Pologne a connu la plus grande baisse du coût du travail parmi les pays d'OCDE. Par ailleurs, us une libéralisation de l'économie ainsi qu'une relance des privatisations ont été engagées par le gouvernement polonais. Ce qui contribue à encourager la venue des investisseurs étrangers.

De plus le pays bénéficie, pour la période 2007-2013, d'une dotation de 67,3 milliards d'euros au titre de la politique structurelle et de cohésion de L'Union Européenne. Avec notamment des opportunités de marché dans le domaine des infrastructures de transport, de protection de l'environnement, et des services urbains. D'autre part, la choix de la Pologne et de l'Ukraine comme pays organisateurs de l'Euro 2012 va engendrer de nombreux investissements compte-tenu des besoins en stades et infrastructures routières et hôtelières d'ici 2011.

/ LA POLOGNE /

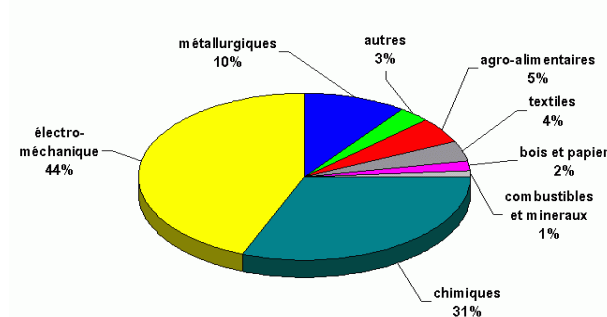
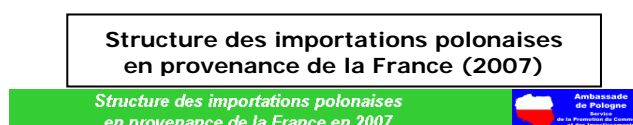
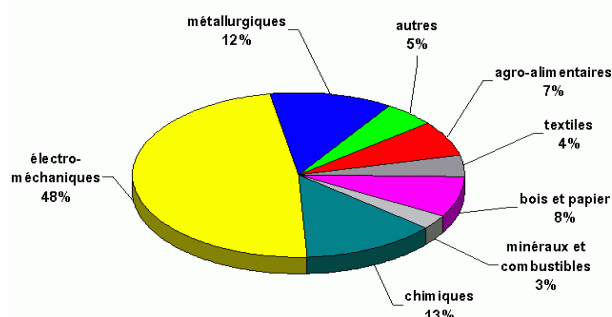
LES ECHANGES COMMERCIAUX FRANCO-POLONAIS

Les échanges commerciaux entre la Pologne et la France ont été multipliés par six depuis la fin des années 1980.

La Pologne est le 11^{ème} client et 13^{ème} fournisseur de la France. Elle est le **1er partenaire commercial français dans la zone PECO** : 32% des exportations françaises et 26% des importations de la zone se font en Pologne. De plus le pays draine 2/3 des investissements français dans cette zone.

Les échanges commerciaux franco-polonais se sont accrus en 2008 : ils ont atteint 13,17 milliards EUR, soit +12,6% en un an par rapport à 2007. La dynamique de ces échanges s'est faite en faveur de la Pologne, si le solde commercial entre les deux pays reste positif pour la France, il est en diminution.

La France continue à garder une présence forte en 2008 : elle est devenue le **2ème client** (derrière l'Allemagne) de la Pologne et reste son **5ème fournisseur** (derrière l'Allemagne, la Russie, la Chine et l'Italie).



Source : Ambassade de Pologne, Service de la promotion du Commerce et des Investissements

LES SECTEURS PORTEURS

Les exportations françaises sont en majeure partie constituées de **biens intermédiaires** (notamment produits chimiques, en caoutchouc ou en plastique), qui représentent 44% des exportations totales, et de **biens de consommation** (préparations et produits pharmaceutiques, biens d'équipements du foyer), qui représentent eux 18%. Viennent ensuite les biens d'équipements (16%, avec 60% d'équipements mécaniques) puis la filière agricole et agro-alimentaire (5%).

En ce qui concerne les importations françaises, en forte hausse, elles s'appuient majoritairement sur des importations de biens intermédiaires (42%), de biens de consommation (21%) et de produits de l'industrie automobile (18%).

La présence française en Pologne

La France est le 1er investisseur étranger en Pologne en terme de stock, qui s'élève à 17 milliards EUR, plus de 900 entreprises françaises sont recensées sur le territoire, elles ont généré 185 000 emplois directs.

Les entreprises françaises en Pologne

La France est déjà présente dans les secteurs suivants : **télécommunication** 30%, **production industrielle** 23%, **commerce et distribution** 22%, énergie 7%, banque et finance 6%, BTP 5%, Agro alimentaire 4%, autres 3%.

/ LA POLOGNE /

PLASTURGIE

La plasturgie, qui est déjà un important marché en Europe, n'a cessé de croître en Pologne. La Pologne est en effet le plus important centre de production et de transformation de matières plastiques en Europe centrale.

En plus ce secteur a noté une croissance notable du nombre de salariés sur la même période.

De grandes opportunités sont envisagées sur ce marché, elles sont associées au développement des matériaux d'isolation, des systèmes de tuyauterie, des vitres et autres produits pour la construction.

Exemples de sociétés implantées : Michelin, Bridgestone, Onduline, Veka.

EQUIPEMENTS AUTOMOBILES ET SOUS-TRAITANCE MECANIQUE

Ce secteur est fortement prisé par les investisseurs français et étrangers, selon la PAIIZ (agence polonaise de promotion de l'investissement) quelques 240 entreprises étrangères auraient investi dans l'industrie des équipements automobiles. En effet les entreprises polonaises sont reconnues pour leur efficacité et la qualité de leurs produits couplées à de plus faibles coûts. Les avantages du pays en terme de productivité mais aussi pour la flexibilité de l'emploi placent la Pologne dans les positions premières en Europe.

Ce secteur bénéficie de bonnes perspectives de développement, notamment en terme de volume de vente de moteurs de véhicules. De plus la demande pour véhicules en Pologne, qui est loin de la moyenne européenne, devrait continuer à croître.

Exemples de sociétés implantées : Valéo, Faurécia, Delphi, Lear Corporation, General Motors.

AGRO-ALIMENTAIRE

Le marché polonais de produits alimentaires et agricoles est approvisionné à 85% par des producteurs domestiques. En 2008 ce marché a progressé de 14,5% par rapport à l'année 2007. La Pologne est aussi un important exportateur de ces produits (majoritairement de la viande bovine et des produits laitiers, œufs et miel) en Europe, notamment depuis l'ouverture de ses frontières lors de l'adhésion à l'UE.

Exemples de sociétés implantées : Nestle, Cadbury, Ferrero Group

INDUSTRIE DU BOIS ET DU MEUBLE

Le secteur du meuble est l'un des plus dynamiques en Pologne. En 2008, la Pologne était le 4ème exportateur mondial de meubles après la Chine, l'Italie, l'Allemagne et devant le Canada et le 3 fournisseur de meubles. Pour l'année 2007, l'Office central de Statistiques chiffre la production vendue de l'industrie du meuble à environ 5,5 milliards EUR. Ce qui représente une croissance forte de la production de meubles dans les années récentes.

EMBALLAGE

Ce secteur qui participe à hauteur d'environ 2% du PIB national est largement soutenu par les investissements étrangers. La croissance continue du marché de l'emballage en Pologne est principalement attribuée à la croissance générale de la consommation.

La Chambre polonaise de l'emballage prévoit une croissance de 5 à 10% du marché de l'emballage d'ici 2010. L'augmentation la plus forte se trouverait dans les emballages en papier (12-14% par an), mais aussi dans les emballages en métal.

Exemples de sociétés implantées : Stora Enso, Esselte, Saint-Gobain, Amcor.

ELECTRONIQUE

L'industrie électronique polonaise est dominée par les produits électroniques à utilisations journalières, car ils représentent près de 56% de la production électronique totale en Pologne. Viennent ensuite les télécommunications qui représentent 23% de la production.

Sur les 15 dernières années, ce secteur a été l'un des plus grands bénéficiaires d'IDE, et la Pologne est devenue le 1^{er} producteur de postes de télévision dans l'UE, ce qui laisse entrevoir une importance croissante de ce secteur dans l'économie polonaise pour les prochaines années.

Exemples de sociétés implantées : LG, Toshiba.

/ LA POLOGNE /

CONSEILS POUR UNE ENTREPRISE SOUHAITANT APPROCHER LA POLOGNE

En ce qui concerne les entreprises françaises désirant s'implanter en Pologne, il est nécessaire qu'elles prennent en compte ces quelques conseils :

- ▶ Les polonais ont une **très bonne connaissance technique**, aussi l'entrepreneur devra connaître de façon précise les caractéristiques de son ou ses produits. Lors d'un entretien, l'interlocuteur posera beaucoup de questions à ce sujet.
- ▶ Lors d'un contact qui s'est bien déroulé, l'entreprise polonaise s'attend à une **réaction rapide** de la part de la société française, par exemple envoi d'échantillons, de grille de prix, etc. Si la société française tarde à répondre il se peut que la société polonaise se tourne vers un autre partenaire.
- ▶ Le calendrier des rendez-vous des sociétés polonaises ne se fixent pas des semaines à l'avance, les rendez-vous peuvent être pris d'une semaine sur l'autre même avec un partenaire se déplaçant depuis un autre pays. De plus il est important de **confirmer le rendez-vous** quelques jours avant la tenue de la rencontre.
- ▶ Si **la langue** peut être un obstacle, lorsque la société polonaise établit un partenariat ou voit qu'une collaboration sur le long terme va se mettre en place, elle fera de gros efforts pour surmonter ce problème soit en faisant appel à un traducteur ou en embauchant une personne maîtrisant la langue.
- ▶ Si les polonais ne sont pas francophones, ils sont francophiles et **s'intéresseront toujours à l'interlocuteur** en trouvant des points communs avec lui par rapport à sa propre expérience en France, à ses affaires avec des partenaires français etc...

Le marché polonais est devenu très concurrentiel mais une entreprise française bien préparée peut vraiment aboutir à un courant d'affaires régulier en Pologne si elle ose sauter le pas.

LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE FRANÇAISE EN POLOGNE

La Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Pologne (CCIFP) est une association d'employeurs, réunissant plus de 320 entreprises françaises et polonaises. Depuis 15 ans, la CCIFP travaille pour le développement des relations d'affaires franco-polonaises. L'importance des sociétés membres ne consiste pas seulement dans la valeur de leurs investissements, mais aussi dans leur potentiel de savoir-faire et de pratique d'affaires basés sur la connaissance des marchés polonais et européens. La CCIFP coopère avec l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie, l'ACFCI (www.acfci.cci.fr) et en même temps, elle fait partie du réseau des Chambres de Commerce et de l'Industrie Françaises à l'Étranger, l'UCCIFE (www.uccife.org). Grâce à ces structures la CCIFP entretient des contacts avec près de 2 millions d'entreprises dans 80 pays dans le monde.

La CCIFP est une structure indépendante, ne bénéficiant d'aucun financement des institutions publiques. Ses revenus proviennent des cotisations des adhérents et des prestations proposées aux entreprises. La CCIFP a été fondée en avril 1994, à l'initiative des entrepreneurs français (AGF, BISE, BNP, BULL, CBC, Crédit Lyonnais, Danone, France Télécom, l'Oréal, Peugeot, Renault, Rhône Poulenc, Thomson).

Les actions de la CCIFP se divisent en trois pôles :

- Avantages membres
- Défense des intérêts
- Services

Pour plus d'informations, contactez :
la Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Pologne :
19, rue Mokotowska
00-560 Varsovie
Tél. : (+48) 22 696 75 80 - Fax : (+48) 22 696 75 90
@: ccifp@ccifp.pl - Site: www.ccifp.pl