

> LE DOSSIER

Élargissement européen >>

Plus d'atouts que de risques à 25 dans l'Union



Prague (République tchèque)

Slovaquie

Hongrie

Pologne

Le 1^{er} mai 2004, avec 10 pays de plus autour de la table, l'Europe passe à 453 millions d'habitants.

Soit 100 millions de plus ! Elle retrouve la cohérence de son espace géographique. Pour les politiques qui ont mené cette reconstruction pas à pas depuis la Communauté européenne du charbon et de l'acier à cette Europe à 25, c'est d'un « renforcement » qu'il s'agit. Et même « l'assurance d'une prospérité économique partagée... » Mais, comme nombre de Champardennais bercés entre espoirs et doutes, les entreprises régionales ne savent pas encore si cet

élargissement présente plus de dangers que d'atouts pour elles. Certaines n'ont pas attendu pour se positionner. Pour aller saisir de nouvelles opportunités. Nous en avons interrogé plusieurs. Nous donnons aussi, dans ce dossier, la parole à l'Euro Info Centre, point névralgique de l'information des entreprises — basé à la CRCI, à Châlons-en-Champagne — et passons en revue les formules d'accompagnement proposées par les CCI de la région. Enfin, nous mesurons les conséquences douanières et pratiques de la chute de ces frontières. De toute façon, le train de l'histoire est en marche...

Euro Info Centre :

10 entrants en 10 questions

Chargé de mission à l'Euro Info Centre, Jean-Bernard Massée est l'interlocuteur incontournable des entreprises. Il les invite à saisir les nouvelles opportunités...



L'EIC est installé dans les locaux de la CRCI à Châlons-en-Champagne. Jean-Bernard Massée, chef de projet EIC, est le spécialiste de l'information des entreprises sur l'élargissement. Tél. : 03 26 69 33 65 E-mail : massee@champagne-ardenne.cci.fr

Vous êtes confronté aux questions des entreprises régionales soucieuses de trouver de nouveaux débouchés dans une Europe élargie.

Que recherchent-elles ?

Nous avons mené l'année dernière une enquête auprès d'entreprises régionales afin de connaître leurs besoins d'information. Il en est ressorti qu'un grand nombre d'entre elles avaient déjà prospecté les pays concernés et développé des activités. Cette impression est confirmée par les statistiques officielles (Douanes, Commerce extérieur).

Elles attestent toutes d'une part croissante des flux de ces pays en Champagne-Ardenne. La Pologne et la Hongrie font notamment partie des quinze premiers pays clients de la région. Il semble donc que l'élargissement a été plutôt bien anticipé. L'essentiel des questions posées par les entreprises porte sur le degré d'application des textes européens, la recherche de partenariats commerciaux et techniques, et l'état du marché.

Ont-elles plus à gagner qu'à perdre de cette nouvelle étape de la construction européenne ?

L'élargissement est certainement à moyen et à long terme une chance. Le passage à un marché unique de 453 millions d'habitants, donc de consommateurs, augmentera le niveau d'activité des entreprises. L'exemple des élargissements antérieurs est clair. Depuis 1986, date de l'adhésion de l'Espagne, les exportations françaises vers ce pays ont triplé. Un rapport récent de la Commission européenne a conclu que l'Union devrait bénéficier d'un surplus de croissance de l'ordre de 0,7 % pour les cinq ans à venir du fait du rattrapage économique en cours dans ces pays. Celui-ci créera des nouveaux besoins, notamment d'équipement, des projets d'infrastructures et donc de nouvelles opportunités. Les entreprises françaises ne s'y sont pas trompées, puisqu'elles figurent au troisième rang des exportateurs et des investisseurs vers cette zone, derrière l'Allemagne et les Etats-Unis. De plus, le climat des affaires s'améliorera grâce à l'alignement sur les règles européennes en matière de sécurité juridique des transactions, de démar-

ches à l'import-export, de propriété industrielle, de normes environnementales. A court terme, des difficultés dans certains secteurs sont à prévoir, mais ce contexte de compétition internationale n'est pas nouveau. Les entreprises de ces pays ne constituent pas des menaces importantes par rapport, par exemple, à la concurrence asiatique.

Des mouvements se dessinent-ils déjà, en termes d'échanges de marchandises, de capitaux ? Lesquels ?

En matière de marchandises, il faut savoir que, dès la demande d'adhésion de ces nouveaux pays à l'Union, au milieu des années 90, des statuts particuliers ont été négociés afin de favoriser des rapprochements économiques et des échanges, notamment de produits industriels. Depuis, ces accords ont été étendus à un nombre important de domaines, créant dans les faits des situations de libre-échange et permettant de faire de l'Union le partenaire économique principal de ces pays avec des taux d'importation et d'exportation de plus de 50 %. Concernant les capitaux, on constate que la grande majorité des investissements financiers étrangers de ces pays proviennent de l'Union, avec une moyenne de plus de 60 %. Le cas le plus caractéristique est la République tchèque avec un taux d'investissement de 85 % en provenance de l'UE.

Et concernant les personnes ?

Sur ce plan, il a été décidé au cours des négociations d'adhésion des futurs Etats membres un régime transitoire optionnel en matière de libre circulation des travailleurs. Il vise pendant quelques années après l'adhésion à permettre aux Etats membres d'appliquer leur législation nationale aux travailleurs originaires des Etats candidats, plutôt que les règles communautaires relatives à la libre circulation. C'est ce système qu'a choisi la France, et qui lui permet de considérer les ressortissants des pays candidats au même titre que les ressortissants hors UE. Il n'y a donc pas, à court terme, à attendre de mouvements particuliers dans ce domaine.

Quels sont les pays offrant les plus fortes potentialités économiques ?

Les pays adhérents ont des profils très différents les uns des autres, que l'on peut classer en trois grands groupes : les pays d'Europe centrale (Pologne, Hongrie, République tchèque, Slovaquie), les pays baltes (Estonie, Lettonie, Lituanie), les îles méditerranéennes

Repères

■ Les 10 entrants en chiffres (2002)



Chypre, 0,8 million d'habitants, 9 000 km². PIB/hab. : 18 500 euros



Malte, 0,4 million d'habitants, 315 km². PIB/hab. : 13 300 euros

(Chypre, Malte). Le premier groupe est le plus important en termes de population (88 % de la population des pays entrants provient de ces pays) et de poids économique (il représente 90 % du PIB des pays candidats). Ces Etats se caractérisent par une tradition industrielle ancienne et une main-d'œuvre qualifiée. Ils ont en outre engagé ces dernières années des efforts importants de restructuration de leur outil de production. Ils ont donc de fortes potentialités, notamment en matière de sous-traitance.

Le deuxième groupe représente 10 % de la population des nouveaux entrants et 7 % de leur PIB. Il est en théorie moins attractif mais, là encore, la situation doit être nuancée. Par exemple, l'Estonie, du fait de sa proximité avec les pays scandinaves, a développé ces dernières années un important pôle de sous-traitance industrielle dans le domaine des composants électroniques et de la téléphonie mobile. Le dernier groupe représente 2 % de la population et 3 % du PIB. Du fait de leur position stratégique ouverte sur la Méditerranée, Chypre et Malte ont développé un grand nombre d'activités de services en matière de commerce international aux entreprises (banques, assurances, etc.).

Quels sont les secteurs d'activités régionaux qui vous semblent avoir le plus d'opportunités à saisir ?

La sous-traitance industrielle semble avoir des potentialités fortes dans ces pays. Les grands groupes industriels (BTP, automobile) déjà implantés ont besoin des services des PME de ce secteur pour leur permettre de mieux maîtriser leurs délais, leurs prix et la qualité de leurs produits. Et la pression concurrentielle n'est pour l'instant pas au niveau de celle des pays actuels de l'Union. Ce constat se



retrouve dans le secteur de l'emballage-conditionnement. Celui-ci prend une importance accrue du fait de l'implantation ou du développement de grands groupes qui en sont les principaux consommateurs : l'agro-alimentaire et la grande distribution. La demande est particulièrement forte en ce qui concerne les emballages plastique, pour les grands bassins de consommation comme la Pologne. Enfin, avec l'augmentation du niveau de vie, les produits de luxe, dont le champagne, devraient trouver de nouveaux consommateurs.

La vieille Europe ne va-t-elle pas souffrir d'une forme de "concurrence déloyale" au niveau salarial, social, fiscal, environnemental, etc. ?

Il est vrai que le coût moyen de la main-d'œuvre est actuellement plus faible (de 1 à 5 fois par rapport à la moyenne de l'Union) avec des chiffres variant cependant du simple au triple d'un pays à l'autre. Ce désavantage est en partie contrebalancé par une productivité moindre. De plus, certains secteurs bénéficieront de mesures d'accompagnement. A moyen terme, les écarts salariaux devraient se réduire rapidement du fait de l'augmentation du niveau de vie. Un exemple concret : entre 1998 et 2002, la Hongrie a vu passer son salaire brut moyen de 281 à 504 euros. Ce mouvement devrait logiquement

s'accélérer au cours des prochaines années. En ce qui concerne les conditions sociales et fiscales, les pays adhérents appliquent des taux de charges sociales comparables à la moyenne de l'Union actuelle. Ils consacrent en particulier à leur politique sociale une part de leur PIB du même ordre que la moyenne de l'UE-15 (autour de 30 %). Il n'y aura donc pas dans ce domaine de concurrence déloyale. Enfin, en matière environnementale, la plupart des dispositions européennes seront applicables dès la date d'adhésion à l'Union. De manière générale donc, les règles seront à moyen terme les mêmes pour tous les acteurs.

Quid de la répartition des aides européennes et du soutien des territoires économiquement fragilisés en France et dans la région ?

La politique régionale européenne vise à réduire les disparités économiques entre les régions de l'Union. Il est donc logique qu'il y ait transfert d'une part importante des aides accordées dans ce cadre vers les nouveaux adhérents dont le niveau de richesse est en moyenne inférieur de moitié à celui des pays actuels. A court terme, le montant de ces programmes pour la France, et donc pour notre région, ne sera pas affecté, leur renégociation étant prévue pour l'année 2007.

Quels soutiens, quels accompagnements peuvent solliciter les entreprises régionales pour réussir leur découverte des nouveaux marchés qui s'ouvrent ?

En matière de conseil économique et juridique, les entreprises peuvent contacter la direction régionale du commerce extérieur. Son

réseau de missions économiques fournit un grand nombre d'informations sur les pays de l'élargissement. Notre réseau des EIC, implanté lui aussi dans tous les pays concernés, fournit des informations variées : législation européenne applicable, financements et recherche de partenaires. Les chambres françaises de commerce à l'étranger constituent, elles aussi, des sources d'information utiles. Le conseil régional propose, quant à lui, des aides financières pour des missions de prospection, notamment lors de salons internationaux. Enfin, les chambres de commerce de Champagne-Ardenne organisent en 2004 des missions dans les pays de l'Est. On peut contacter les responsables Affaires internationales correspondants.

Quels sont les pièges à éviter avant d'échanger ou de s'implanter chez les entrants ?

Ils sont les mêmes que pour toute opération à l'international. Il faut avoir une idée claire du type d'activité qu'on veut développer et bien se renseigner sur la législation locale et les conditions de marché. Plus spécifiquement, il faut appréhender chaque pays individuellement. Les nouveaux entrants constituent chacun des marchés différents avec leurs spécificités et leurs potentialités propres.

Repères

Les 10 entrants en chiffres (suite)



Hongrie, 10,2 millions d'habitants, 93 000 km².
PIB/hab. : 12 600 euros



Pologne, 38,6 millions d'habitants, 313 000 km².
PIB/hab. : 9 000 euros



Republique tchèque, 10,2 millions d'habitants, 79 000 km².
PIB/hab. : 14 600 euros



Slovaquie, 5,4 millions d'habitants, 49 000 km².
PIB/hab. : 12 000 euros



Slovénie, 2 millions d'habitants, 20 000 km²,
PIB/hab. : 17 000 euros



Estonie, 1,4 million d'habitants, 45 000 km².
PIB/hab. : 10 900 euros



Lettonie, 2,4 millions d'habitants, 65 000 km².
PIB/hab. : 7 900 euros



Lituanie, 3,5 millions d'habitants, 65 000 km².
PIB/hab. : 8 800 euros

CCI : un VIE recruté au service des PME/PMI

À la rentrée prochaine, un *Volontaire international en entreprise (VIE)* posera ses valises à l'Est. Une tête de pont pour les entreprises de la région.



Varsovie (Pologne), capitale tournée vers l'Occident.

Outre l'activité à Châlons-en-Champagne, dans les locaux de la CRCI, de l'Euro Info Centre Champagne-Ardenne (lire notre interview en pages 2 et 3), les CCI de la région ont préparé depuis de longs mois déjà l'élargissement européen du 1^{er} mai 2004. L'action "terrain" la plus significative certainement est en cours de finalisation. Il s'agit de l'embauche d'un *Volontaire international en entreprise* (dispositif qui a pris le relais de la coopération

internationale). Ce VIE, à "vocation régionale", sera spécialement affecté aux pays de l'Europe centrale et orientale, et il y a de fortes chances pour qu'il s'établisse en Pologne. « C'est le marché le plus important parmi les dix entrants, la France y est présente. Mais ce VIE en cours de recrutement via *Ubifrance* — organisme national gérant la formule et chargé de dénicher les bons profils dans un panel de candidats âgés de 18 à 28 ans — ne se cantonnera pas au territoire polonais. Il se mettra à la disposition des entreprises régionales pour leurs différentes démarches dans les *Peco* : prospection commerciale, étude de marché, suivi d'un contrat, etc. », explique Claude Humbert, du service des Affaires internationales à la CCI de Troyes et de l'Aube. « C'est une véritable mission de service public qu'il assurera à compter de septembre ou octobre prochain, passée une période de formation », assure-t-il. Une convention a été signée entre la CRCI et le conseil régional, dont on sait l'implication dans le soutien des entreprises à l'export, et l'affaire est désormais sur de bons rails. La CCI de Troyes pilote "naturellement" ce projet du fait de son expérience acquise à l'Est. Plusieurs missions ont été organisées au cours des cinq dernières années, emmenant sept à huit entreprises à chaque voyage. Elle nourrit aussi en son sein un club *Peco* dont les membres partagent leur vécu au quotidien dans ces différents pays. Un forum de discussion est

d'ailleurs ouvert sur Internet en plus de la *Lettre Peco* éditée par la CCI auboise. Celle-ci a organisé, le 9 mars dernier, une réunion spécifique sur les conséquences de l'élargissement, en lien avec la DRCE et l'EIC, réunissant d'éminents intervenants. Une rencontre du même type devrait être "dupliquée" à Reims au cours de ce premier semestre 2004 à l'initiative de la CCIRE. Laquelle est à l'origine du Forum international, dont la seconde édition est d'ores et déjà programmée au 2 décembre 2005 au Centre des congrès de Reims. Elle propose également chaque année des "Journées pays" (Hongrie en 2003, Pologne en 2002, etc.) et travaille actuellement, en lien avec PSA, sur un projet d'implantation de sous-traitants de l'automobile en Slovaquie. La CCI de Haute-Marne, de son côté, s'affaire au montage d'une opération "filère bois" vers la Roumanie, pays devant rejoindre l'UE en 2007. Pour tous, il s'agit de ne pas laisser à d'autres les débouchés qu'offrent ces nouveaux marchés. Certains pays ont certes une longueur d'avance, comme l'Allemagne, mais ce n'est pas une raison pour regarder le train passer...

"Esprit européen"

L'Institut supérieur de Promotion Industrielle, qui dépend de la CCI de Châlons-en-Champagne, a embarqué ses étudiants dans l'aventure européenne. « *L'envergure internationale qu'adoptent progressivement les entreprises nécessite d'intégrer des cadres de production à "l'esprit européen"*. Ils doivent allier la compétence technologique aux capacités de gestion de l'outil de production et d'animation des équipes dans des organisations industrielles », remarque Corinne Piessens, responsable Relations Entreprises. Pour satisfaire à cette évolution, l'IPI apporte une culture européenne à ses futurs managers de production via des expériences multiculturelles vécues lors de stages effectués principalement dans les *Peco*. Ils bénéficient d'un soutien financier grâce à l'habilitation de l'IPI par l'Union européenne dans le cadre de la mesure "mobilité" du programme LEONARDO II. Pour Corinne Piessens, c'est une évidence : « *L'enrichissement est très grand, tant pour les entreprises d'accueil que pour nos élèves.* »

Repères

■ Plus d'import que d'export en région

La Champagne-Ardenne importe plus de marchandises des dix nouveaux Etats membres (4,9 %) qu'elle n'en exporte (3,97 %). Tout confondu, le commerce avec les pays entrants a représenté 4,36 % des échanges de la région en 2003. Tous ces chiffres sont en constante augmentation. Au niveau français, les dix nouveaux membres représentent 3 % du commerce extérieur et 10 % du trafic extracommunautaire. Les échanges sont excédentaires : 8,9 milliards d'euros à l'import en 2003, pour 11 milliards à l'export.

Dossier réalisé par :

Frédéric Marais,
Philippe Schilde
(Agence Info)
et les CCI
de Champagne-Ardenne

Pour tout complément
d'information :

CRCI de Champagne-Ardenne
Tél. : 03 26 69 33 40 -
Edwige Dargegen

CCI de la Haute-Marne
Tél. : 03 25 07 32 13 -
Marie-Claude Le Tellier

CCI de Troyes et de l'Aube
Tél. : 03 25 43 70 10 -
Bruno Rogowski

CCI de Châlons-en-Champagne
Tél. : 03 26 21 82 07 -
Catherine Bouloy

CCI de Reims et d'Épernay
Tél. : 03 26 50 62 50 -
Christian Carbone

CCI des Ardennes
Tél. : 03 24 56 62 62 -
Jean-Claude Savoy

Impression : GIC Groupe Morault
Crédits photos : Agence Info, EPA Photo
(Peter Hudoc/Libor Hajsky/Attila Kisbenedek/
Piotr Krzyzannowski/Janek Skarzynski)

Témoignages : en quête de nouveaux marchés

L'élargissement de l'Europe signifie d'abord conquête de nouveaux marchés pour les cinq entreprises que nous avons interrogées. Mais entre des pays fragiles, des sous-traitants plus chers que prévu et de multiples obstacles à surmonter, l'Union à 25 n'est pas systématiquement le paradis des affaires...

Installée dans la zone industrielle de Tournes, à côté de Charleville-Mézières, la SA BJ Industries a inventé un procédé permettant de recycler les batteries au plomb. A la fois bureau d'ingénierie et atelier de fabrication, cette petite société de sept personnes livre depuis 1988 des usines clés en main aux quatre coins du monde, de l'Indonésie au Cameroun, de l'Australie à l'Arabie Saoudite. Emanation de l'entreprise Métal Blanc, à Bourg-Fidèle, elle est bien entendu présente en Europe. Et en particulier dans les pays de l'Est : la Russie, l'Ukraine et l'ex-RDA disposent d'installations conçues, réalisées et montées par BJ Industries. L'une de ces usines a été mise en service en Pologne. Avec une capacité d'affinage de 45 000 tonnes de plomb par an, c'est l'une des plus importantes réalisations de l'entreprise ardennaise. Le PDG, Paul Jonet, explique le contexte dans lequel sa société a pu s'implanter dans ce pays : « Nous avons enlevé le marché pour ainsi dire au nez et à la barbe des Polonais. Nos clients ont préféré traiter avec des étrangers, car les relations avec nous sont plus claires. Les choses sont en effet très compliquées en Pologne. Ils sont malins en affaires, et les décisions restent très politisées, même si c'est un peu moins vrai aujourd'hui. Les gens qui décident ne sont pas forcément ceux qui utiliseront les équipements. »

Pour mettre tous les atouts de son côté, BJ Industries s'est fait assister par un cabinet juridique polonais, a créé sur place une filiale à 100 % gérée par quelqu'un parlant la langue du pays et sous-traité une partie de la fabrication aux autochtones. A défaut de quoi, le dossier « aurait eu peu de chances d'aboutir » ou les pièces auraient été « bloquées en douane ».

Des besoins, pas d'argent

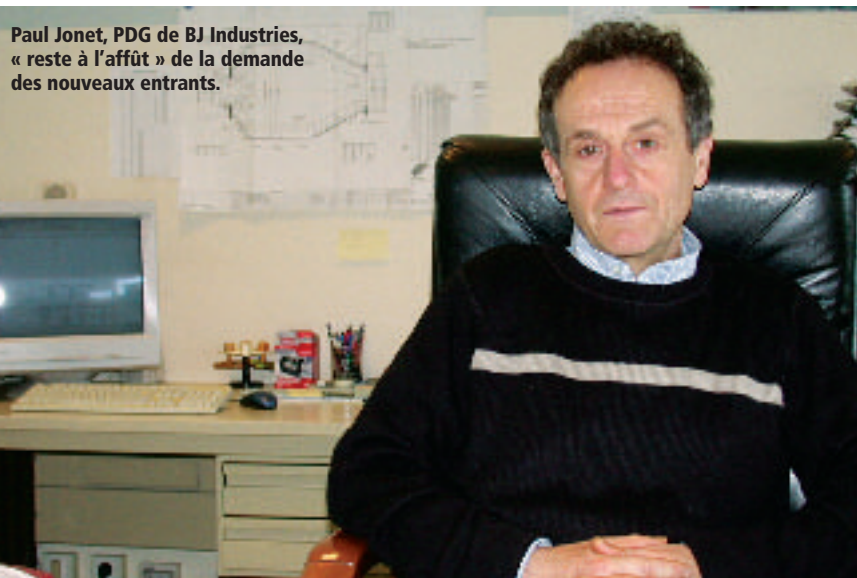
La Pologne sert aujourd'hui d'antenne à la société ardennaise en Europe de l'Est. Les appels d'offres lui remontent par le truchement de son représentant. Paul Jonet considère que l'élargissement de l'Union européenne lui « ouvre des portes » dans des régions que l'on sait très polluées et maintenant pointilleuses sur l'environnement. Mais il y a encore loin de la coupe aux lèvres.

En Russie, par exemple, les Français ont été confrontés à une « terrible » bureaucratie restée très hiérarchique. « Lors des discussions techniques, on s'enlise complètement »,

observe le PDG, qui cherche encore vainement à mettre la main sur les mystérieuses normes Gost dont on l'a abreuvé sans jamais lui remettre aucun document. « Ils ont un tel degré de pollution que leurs exigences sont plus draconiennes que les nôtres. Le problème, c'est que la technologie actuelle ne permet pas de répondre à ces exigences et que même les appareils de mesure ne descendent pas aussi bas ! » Les Russes ont fini par transiger en adoptant les normes européennes. Toujours prudent avec ces pays à la solvabilité douteuse, BJ Industries a traité l'affaire par l'intermédiaire d'une entreprise française déjà implantée. « En direct, ce serait trop risqué. »

Les contacts établis en Roumanie, en Bulgarie et en Slovaquie semblent beaucoup moins chaotiques. Est-ce pour autant le nouvel eldorado ? « Ces pays ont des besoins, mais pas l'argent pour investir, et les banques ne suivent pas. Sur notre créneau, les petits pays où circulent peu de voitures font recycler leurs batteries dans les Etats voisins. Mais, à terme, ils devront être équipés, puisque la convention de Bâle stipule que chaque pays doit être autonome en matière de recyclage. » Reste que ce sont les régions chaudes du globe, où les batteries s'usent plus vite, qui offrent les meilleures perspectives à BJ Industries. C'est aussi un marché inépuisable puisque le plomb, consommé à 95 % par les véhicules, est indéfiniment recyclable.

BJ Industries (Tournes, 08) : la Pologne comme tête de pont



Paul Jonet, PDG de BJ Industries, « reste à l'affût » de la demande des nouveaux entrants.

Kadant Lamort (Vitry-le-François) : un marché appelé à croître

Combien a-t-on consommé de papier et de carton par habitant en 2001 ? 202 kg dans l'Europe des Quinze, contre seulement 31 dans ce qu'il est convenu d'appeler l'Europe de l'Est. Pour une entreprise comme Kadant Lamort, installée à Vitry-le-François depuis 1908 avec ses 275 salariés, l'élargissement offre des perspectives de développement sur un marché en pleine croissance. Filiale d'un groupe américain, Kadant Lamort fabrique du matériel permettant de recycler le papier et d'autres accessoires nécessaires à l'industrie papetière. « Nous réalisons trois quarts de notre chiffre d'affaires à l'exportation », souligne son président, Pascal Rouhaud. La Pologne, l'ex-Tchécoslovaquie et, à un degré moindre, la Roumanie, représentent déjà 15 % de ces 75 %. Les barrières linguistiques s'estompent peu à peu. « Les nouvelles générations apprennent l'anglais au lieu de l'allemand. Quant au russe, tout le monde s'est empressé de l'oublier; observe le directeur de la division préparation de pâte, Roland Fejoz. Des difficultés de compréhension subsistent toutefois avec les opérateurs et les techniciens à qui l'on vend les consommables, car ils ne parlent souvent que leur langue maternelle. » Les différences culturelles sont, pour leur part, gommées par la nature de l'activité : « Il s'agit d'une industrie de process, et les produits sont les mêmes d'un pays à l'autre, ce qui facilite les échanges. » Bénéficiant d'un « préjugé favorable », comme l'ensemble des entreprises occidentales, Kadant Lamort se pose en partenaire de ses clients des Peco. « Nous apportons notre technologie, indispensable pour percer à l'export, mais aussi du conseil, explique Pascal Rouhaud. Nous les aidons par exemple à formuler ou à reformuler leurs besoins. » Paramètre important et peut-être insoupçonné de ce côté-ci de la frontière, « ils ont une conscience aiguë de l'environnement, en rupture avec la pollution qui caractérisait l'ère soviétique, même si cette préoccupation n'est pas encore toujours bien traduite dans les faits ». Si le potentiel existe donc sur ce marché, il semble néanmoins limité. Des débouchés plus significatifs sont à chercher plutôt du côté de l'Amérique du Sud, de l'Asie du Sud-Est, de la Russie et de l'Ukraine. Et pourquoi pas de la Chine (29 kg de papier et de carton consommés par habitant en 2001) et l'Inde (5 kg), pays où Kadant Lamort possède déjà un partenaire, de même qu'il a réalisé un joint-venture au Brésil. Doit-on y lire en filigrane des menaces de délocalisation vers des pays à bas salaires tels que, justement, les pays de l'Est ? « Cette région est déjà trop chère par rapport à la Chine et à l'Inde, rassure le président vitryat. De toute façon, l'industrie papetière restera localisée là où se situent les zones de consommation, car elle fonctionne à 60 % avec du papier recyclé. » Quant au risque de voir les nouveaux membres de l'Union européenne rivaliser avec les anciens sur ce terrain, Pascal Rouhaud l'estime pratiquement nul, ses concurrents ayant pratiquement tous disparu à l'intérieur de ces pays.



Pascal Rouhaud et Roland Fejoz.

SENERGY (REIMS) À LA RECHERCHE DES PRIX BAS



Jean-Pierre Bouscatel prospecte pour l'instant en vain dans les pays de l'Est.

Senergy est une PME de Reims spécialisée dans le négoce de matériels, de composants hydrauliques et de systèmes de sécurité pour des appareils de manutention et de levage. Ses clients : des carrosseries industrielles, des installateurs de grues articulées et des constructeurs de nacelles élévatrices. Cette société de neuf personnes se fournit en Italie, en Suède et en Allemagne, et revend en France et au Benelux. Pour compléter sa gamme et répondre à la demande de sa clientèle, Senergy cherche aujourd'hui un certain type de vérins hydrauliques dans des pays réputés pour la modicité de leurs coûts de main-d'œuvre.

« Nous nous sommes tournés vers des pays ayant une forte tradition mécanique, comme la République tchèque, la Slovaquie, la Pologne et la Croatie », explique le gérant, Jean-Pierre Bouscatel. La SARL a recours aux services des chambres de commerce et d'industrie françaises implantées à l'étranger et de leurs réseaux.

Leurs recherches s'avèrent pour l'instant infructueuses, à la grande « surprise » du chef d'entreprise. « La différence de prix n'est que de 10 à 20 %, alors qu'il faudrait au minimum 30 ou 40 %, en tenant compte du coût du transport et de la logistique. »

« J'ai l'impression, poursuit Jean-Pierre Bouscatel, que l'on assiste à un début de nivellement des prix. La différence de tarifs va aller fatalement en s'amenuisant. » Le gérant de Senergy a pourtant envie de travailler et de faire des affaires. Il en veut pour preuve la quinzaine de devis qui lui sont déjà parvenus. Si le blocage persiste, le patron rémois semble disposé à se rendre sur place et surtout à fréquenter les salons internationaux où il a de fortes chances de rencontrer les fournisseurs idoines.

BHS, cela signifie Business Holidays Services. Cette entreprise de négoce international, fondée en 1993 par Patrick Héno, ratissait large au départ. Elle a recentré son activité sur le chauffage. Et plus précisément sur les cheminées, les inserts, les matériels d'habillage et les accessoires décoratifs et techniques en lien avec cet équipement contribuant au confort de l'habitat. La demande dans ce secteur était manifeste à l'Est.

« Partant de zéro », BHS en a fait son cœur de métier et exporte des produits de fabrication française (dont les cheminées Fabrilor-Fonderie du Der, de Chavanges dans l'Aube, Invicta, de Donchery dans les Ardennes et Amphora, de La Neuville dans la Marne) sur un assez grand nombre de pays. Pour résumer, « de la mer Baltique à la mer Noire ». Une formidable "banane économique" aux franges de la vieille Europe, où tout évolue très vite, où il faut être vigilant mais où il ne faut jamais perdre de temps.

Les rouages d'une véritable société de consommation se mettent en place dans ces pays que le capitalisme a stimulés. « Nous sommes présents dans huit des dix pays entrants dans l'Union (les trois pays baltes et les cinq Peco) et y réalisons 90 % de notre chiffre d'affaires. Le 1^{er} mai ne va donc pas changer fondamentalement les choses pour nous. Si ce n'est que les formalités administratives vont être simplifiées et que nous pourrions commercer avec des PME que la paperasserie rebutait jusque-là », estime le pragmatique patron de

cette petite entreprise troyenne (4 salariés). Elle élargit sans cesse son rayon d'action depuis Prague, la capitale de la République tchèque, et travaille au quotidien avec des importateurs, des grossistes et des distributeurs... La confiance est établie. Son catalogue, son expertise "export" et la maîtrise de plusieurs langues font sa force. On parle plus souvent le russe que le français avec ces interlocuteurs de l'Europe centrale, comme avec les Baltes issus de l'ex-bloc soviétique. Ces clients sont intéressés par la qua-

lité des fabrications françaises et par l'assurance du respect des normes de sécurité. Plus besoin, bientôt, de passer par les fastidieuses re-homologations des produits. La fonte employée pour les foyers a obtenu la certification Iso 9002. « Le sérieux et le "made in France" font encore la différence, mais nous sommes concurrencés par des Italiens et des Allemands, notamment, très offensifs sur ces marchés. Il faut se battre en permanence », insiste Catherine Reibel, la



Catherine Reibel, responsable export, et Patrick Héno, PDG.

responsable export de BHS. La demande est croissante, y compris maintenant à travers la GSB (grandes surfaces de bricolage) dont les locaux sortent de terre à la vitesse grand V. « Nous observons ce phénomène avant de nous positionner sur ce mode de distribution. Il faut toujours bien évaluer le potentiel avant de se lancer. En même temps, il faut se montrer très réactif. C'est là toute la difficulté », analyse-t-on, sereinement, chez BHS. En espérant juste une plus grande stabilité monétaire. Vivement l'euro pour tous !

BHS (Troyes) : de la mer Baltique à la mer Noire

GIRARDOT TÉLÉCOM (CHAUMONT) : CAP SUR CHYPRE

Depuis février, la Haute-Marne déploie ses antennes de téléphonie mobile dites "d'itinérance locale" pour gommer ses "zones blanches". L'entreprise Girardot Télécom soumissionne pour participer à ce plan de couverture du territoire initié par le sénateur Sido, président du conseil général. Normal quand on a son siège à Chaumont depuis 1945 et que l'on fait partie des entreprises ayant vécu pleinement toutes les grandes aventures de la téléphonie hexagonale. Attaché à son département et à son développement, Michel Girardot n'a toutefois jamais été homme à rester les deux pieds dans le même sabot. Prenant le relais de son père en 1971, il a bâti un groupe ayant compté six filiales et 150 salariés autour de son premier métier, l'électricité. Il ne contrôle plus aujourd'hui que la société dédiée aux télécommunications, mais il continue de s'ouvrir des horizons. Et son dernier gros coup, il est en train de le réaliser à... Chypre. Une opération à 2 millions d'euros !

« Quand on travaille comme c'est notre cas en zone rurale, peu industrialisée, il faut aller chercher des marchés à l'extérieur. Ce que nous avons toujours fait. En France d'abord, puis en dehors. Nous sommes présents au Liban depuis 1995. Après l'ouverture du bureau à Beyrouth, nous en avons créé un en Roumanie et un autre au Danemark en 1997, puis au Portugal en 1998. Le savoir-faire technique et commercial est aussi important que le "savoir se déplacer" pour nous. C'est cette culture du mouvement qui nous a conduits sur l'île de Chypre, l'un des dix

pays intégrant l'UE. » Dans les trois mois qui viennent, Girardot va participer au déploiement du réseau de téléphonie mobile de Stancom, société chypriote mixte, mi-privée.

« C'est la qualité des travaux que nous avons effectués au Moyen-Orient, en Jordanie notamment, qui a fait qu'on nous a sollicités, au même titre que des entreprises de la région et du Koweït. Je crois aussi que les autorités de Chypre, à la veille d'entrer dans l'Europe, ont jugé utile, voire indispensable, de confier une partie du travail à une entreprise en provenance du Vieux Continent. L'opérateur a donc fait appel à nos services. Nous devrions équiper près de 80 sites sur les 200 du programme. Pour cela, il faut bâtir une équipe de 6 à 7 personnes. » Emmanuel Sarre, responsable export, qui a vécu l'installation et l'enracinement au Liban, ouvre un bureau, recrute une équipe "internationale" et négocie sur place les termes du contrat. « S'il doit y en avoir d'autres, peut-être créerons-nous une entreprise sur place. »



Michel Girardot, 74 ans, toujours à la tête de la filiale télécom et ouvert sur le monde.

TVA : oui, droits de douanes : non !

*Quelles seront les conséquences de l'élargissement sur le plan douanier ?
L'Union européenne est régie par le principe de la libre circulation
des marchandises. Lequel s'appliquera bien entendu aux nouveaux membres.*

Repères

■ **Pour en savoir plus**
Cellule conseil aux entreprises à la direction régionale des douanes :
Isabelle Coulon
Tél. : 03 26 50 54 12
E-mail :
isabelle.coulon@douane.finances.gouv.fr
Numéro Indigo :
0 825 30 82 63 (centre de renseignements douaniers et statistiques de la douane).
Site Internet :
www.douane.gouv.fr
(rubrique "Entreprises et professionnels").

Le changement majeur réside dans la disparition, à compter du 1^{er} mai 2004 et sans période transitoire, des droits de douane et droits assimilés existant entre l'UE et les pays adhérents. Pour ces échanges, désormais intracommunautaires, seule la TVA devra être acquittée dans le pays de consommation du produit. Les taux de TVA varient assez fortement d'un pays à l'autre. Le taux normal atteint par exemple 25 % en Hongrie, contre 15 % à Chypre. Mêmes variations en ce qui concerne le taux réduit, qui passe de 5 % dans quatre pays, dont la République tchèque, à 12 % en Hongrie. Deuxième grand changement, en l'absence de formalités aux frontières pour les échanges intracommunautaires, la déclaration en douanes sera remplacée par la déclaration d'échanges de biens. Celle-ci sera établie à des fins statistiques, et surtout pour surveiller le respect des règles fiscales concernant la TVA. La déclaration d'échanges de biens doit être établie chaque mois par toutes les entreprises qui reçoivent des marchandises d'un autre Etat membre pour un montant annuel excédant 100 000 euros, et par celles qui réalisent des expéditions à l'intérieur de l'Union, quel qu'en soit le montant. Le champ d'application est étendu aux marchandises originaires de pays tiers importées par un Etat membre. Attention, la libre circulation des marchandises connaît certaines restrictions. Ainsi, l'alcool, le tabac et les produits pétroliers restent soumis à des droits indirects qui



Isabelle Coulon,
du service régional
des douanes.

doivent être acquittés dans le pays de consommation. La société qui veut en faire commerce ou les transporter à l'intérieur de l'Union doit obtenir un statut particulier auprès des douanes. De même, la circulation de certaines catégories de marchandises doivent faire l'objet d'une autorisation préalable : armement, déchets, animaux, certains médicaments, etc.

M^E WILLEMIN : LE DÉFI DE L'HARMONISATION DE LA FISCALITÉ

« On nous a beaucoup parlé de convergence à la veille de ce nouvel élargissement européen, mais quid réellement de l'harmonisation fiscale ? Combien de temps faudra-t-il pour qu'elle se réalise, pour que les entreprises soient traitées sur un même pied d'égalité dans une configuration à 25 pays, alors que c'est encore loin d'être fait à 15 ?... » Spécialiste du droit fiscal, M^e Philippe Willemin a mis le doigt sur ce qui fait mal lors de son intervention, le 9 mars dernier à la CCI de Troyes (réunion d'information sur les conséquences de l'élargissement de l'UE).



M^e Philippe Willemin,
avocat.

Chargé par les organisateurs d'évoquer la fiscalité et les modifications à attendre dans la gestion des entreprises, cet avocat n'a pas manqué de préciser que la Lituanie intègre l'UE avec un taux d'impôt sur les sociétés de 15 %, la Pologne, de 27 %, etc., quand en France le taux d'IS pointe à 33 %. Et ne parlons pas de l'Estonie qui arrive, elle, avec un taux à 0 %... De retour d'un séjour en Irlande, M^e Willemin faisait remarquer dernièrement que le "Tigre celtique" devait une bonne partie de ses

remarquables performances économiques, non seulement à une population jeune et bien formée, mais aussi à une pression fiscale limitée sur les entreprises : 12,5 % !

« On n'a pas imposé de date limite pour que les pays adoptent l'euro. Fixera-t-on des échéances pour une harmonisation des impôts directs ? Le défi est là. » Concernant la TVA, il fait un peu le dos rond, espérant que les administrations fiscales des pays entrants auront bien, dès le 1^{er} mai 2004, mis en place tous les outils nécessaires, informatiques notamment.

« Les entreprises françaises qui commerceront avec ces pays devront pouvoir obtenir le numéro d'identifiant de leurs clients pour réaliser leurs transactions. » Concernant les salariés, les questions le plus souvent posées à cet expert portent sur les formalités d'impatriation et d'expatriation. M^e Willemin note que pour renforcer l'attractivité de la France, le gouvernement a eu la bonne idée de calquer le régime fiscal des impatriés sur celui des expatriés. Voilà au moins qui a le mérite d'harmoniser.

