



POLOGNE

Bulletin économique

Bimestriel • N° 114 • Mars-Avril 2008

SOMMAIRE

- LE VICE-PREMIER MINISTRE POLONAIS WALDEMAR PAWLAK EN VISITE A PARIS
- LES EXPORTATEURS POLONAIS FONT FACE AU RENFORCEMENT DU ZLOTY
- LES SALAIRES ETRANGERS ATTIRENT MOINS LES MANAGERS POLONAIS
- PLUS DE METIERS ACCESSIBLES AUX POLONAIS
- LES JEUNES POLONAIS PLUS ENTREPRENANTS QUE LES AUTRES EUROPEENS
- PROFITER DU BAS TAUX DE CHOMAGE
- JOURNEE DE LA PROMOTION DES FABRICANTS POLONAIS DE VERRERIE ET DE PORCELAINE
- SALON MIPIM
- SALON CLASSE EXPORT
- SALON EUROPEEN DU BOIS
- AUTOMNE 2007 – PERIODE DE TOUS LES RECORDS POUR LE MARCHE POLONAIS DE L'AUTOMOBILE
- EXPANSION DU MARCHE DU GPS EN POLOGNE
- LA FRANCHISE SE DEVELOPPE EN POLOGNE
- LES INFORMATIENS POLONAIS EN TETE DU PELOTON
- NOUVEAU TERMINAL A L'AEROPORT DE VARSOVIE
- FOIRES INTERNATIONALES EN JUIN, JUILLET et AOUT
- ECHANGES FRANCE-POLOGNE : 2002-2007
- COURS OFFICIEL MOYEN DES MONNAIES

• LE VICE-PREMIER MINISTRE POLONAIS WALDEMAR PAWLAK EN VISITE A PARIS

La délégation du Ministère de l'Economie polonaise avec M. Waldemar PAWLAK, Vice-Premier Ministre, Ministre de l'Economie en tête a effectué le 7 mars une visite de travail à Paris. Dans la matinée la délégation polonaise accompagnée de M. Tomasz ORLOWSKI – Ambassadeur de Pologne en France et M. Andrzej SZTELIGA – Ministre-Conseiller, Chef du Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne, a été accueillie au Ministère de l'Economie, Finances et Emploi par Mme le Ministre Christine LAGARDE pour une entrevue bilatérale.

L'entretien a porté essentiellement sur la présidence française de l'UE qui commence le 1^{er} juillet 2008.

Les deux ministres se sont également entretenus sur l'énergie et plus particulièrement sur la sûreté énergétique qui représente l'intérêt commun de tous les pays de l'UE, sur les diverses sources d'approvisionnement en énergie, la protection de l'environnement, la réduction de l'émission du CO₂ provoquant l'effet de serre et sur la libéralisation du marché énergétique. D'autres sujets dis-



M. Waldemar PAWLAK,
Vice-Premier
Ministre
et Ministre
de l'Economie

cutés
étaient la
politique
agricole
commune,
la stabilisa-
tion du

marché agricole, la simplification du système des subventions pour des agriculteurs polonais et le développement des énergies renouvelables. Lors de l'entretien les deux parties ont également évoqué la conférence de l'ONZ – COP 14 concernant les changements climatiques et la protection de l'environnement dont la Pologne sera organisatrice en décembre à Poznan dans le cadre de Framework Convention on Climate Change.

Le thème de création de l'Institut Européen de la Technologie sur la décision du Parlement Européen dont le siège de la Commission Administrative est postulé par la ville de Wrocław a clôturé l'entretien au Ministère de l'Economie.

Ensuite la délégation polonaise s'est rendue au Ministère de l'Ecologie, Développement et Aménagement Durables où elle a été accueillie par le Ministre Jean-Louis BORLOO. Les principaux sujets évoqués étaient les énergies renouvelables, les biocarburants, les systèmes polonais de pénalités pour la pollution et la dégradation de l'environnement et le système français de promotion des voitures « écologiques ».

Dans la deuxième partie de la journée le Ministre W. PAWLAK a rencontré les représentants de la Société France Télécom – premier investisseur français en Pologne et le représentant du MEDEF. Tous les entretiens se sont déroulés dans un climat très constructif et d'amitié réciproque.

• LES EXPORTATEURS POLONAIS FONT FACE AU RENFORCEMENT DU ZLOTY

Depuis 2000 les ventes à l'étranger ont triplé et rien que pendant les quatre dernières années leur valeur a doublé, tout ceci malgré un zloty qui s'est renforcé de 25 % durant la même période.

La délégation polonaise
dans la cour du Ministère de l'Economie,
Finances et Emploi



Ce succès est en grande partie dû aux entrepreneurs polonais. Ils ont su tirer profit de la baisse de la demande domestique qui a eu lieu il y a quelques années. Ils ont réussi à baisser leurs coûts, à modifier leur offre et à trouver de nouveaux marchés. Les entreprises les plus modernisées n'ont pas eu de problème à se faire une place sur les marchés étrangers. Malgré la hausse du zloty les entreprises envisagent l'avenir avec optimisme.

Les exportations polonaises sont en grande mesure générées par les investisseurs étrangers. Biens qu'ils ne représentent que 30 % des exportateurs, ce sont eux qui réalisent 65 % des exportations. Ces investisseurs étrangers orientés vers l'export sont de plus en plus nombreux. Chaque ouverture d'une usine est suivie d'une hausse considérable des exportations, et les déclarations des futurs investisseurs laissent penser qu'une telle tendance va se maintenir.

Néanmoins selon les données du GUS les entreprises polonaises obtiennent également d'excellents résultats financiers. C'est surtout le cas des exportateurs les plus spécialisés. Parmi eux, les meilleurs résultats sont obtenus par les entreprises avec du capital polonais.

• LES SALAIRES ETRANGERS ATTIRENT MOINS LES MANAGERS POLONAIS

Les cadres supérieurs polonais gagnent en Pologne pas beaucoup moins que leurs collègues à l'étranger.

Le salaire d'un spécialiste expérimenté en Allemagne est de deux fois et demie supérieur que celui de son collègue polonais, mais un manager n'y gagnera que 30 % de plus. Dans le cas des directeurs cette différence est encore moins importante – 25 % seulement. La situation est similaire dans les autres pays de l'Europe de l'Ouest. Le travail à l'étranger est beaucoup plus rentable pour un ouvrier, qui par exemple en Allemagne, peut gagner cinq fois plus qu'en Pologne.

Par conséquent, ce sont principalement des jeunes et des ouvriers qualifiés, qui quittent la Pologne. Il est peu probable qu'un directeur d'une entreprise technologique décide de tout commencer à zéro à l'étranger. Une seule exception constituent les gens qui travaillent pour de grands groupes et sont envoyés dans des filiales à l'étranger.

Seule une différence de la salaire de 200 à 300 % peut pousser les gens à émigrer. En Pologne, un salaire de quelques dizaines de pourcents plus élevé peut constituer une bonne raison pour déménager dans une autre ville.

D'après les études du Ministère du Travail et de la Politique Sociale pendant les dernières années 1,2 millions de personnes ont quitté la Pologne, en majorité des jeunes. La plupart d'entre eux trouvent un travail peu rémunéré, au moins au début. Seulement après avoir fait leurs preuves, ils peuvent espérer trouver un travail qui corresponde à leur métier.

La cause principale des départs à l'étranger est l'aspect financier, autrement dit, les différences des salaires entre la Pologne et les pays les plus développés de l'Union Européenne. Selon les prévisions de HRK Partners, les salaires en Pologne vont augmenter dans les prochaines années de 7 à 8 % par an. C'est beaucoup, mais toujours trop peu pour dissuader les gens de chercher du travail à l'étranger.



L'émigration de masse fait que de plus en plus d'entrepreneurs polonais ont du mal à trouver des employés. Les investisseurs étrangers comment également à ressentir un certain manque de main d'œuvre.

➤ PLUS DE METIERS ACCESSIBLES AUX POLONAIS

Le 18 janvier dernier est paru le décret du Ministre de l'Immigration, Intégration, Identité Nationale et Codéveloppement qui porte à 150 le nombre des métiers pouvant être exercés par des ressortissants polonais avec l'application de la procédure simplifiée de l'embauche. La liste précédente datée du 26 avril 2006 n'autorisait que 61 métiers.

Ce décret constitue une étape importante dans le processus de l'ouverture totale du marché français de travail pour les ressortissants polonais.

➤ LES JEUNES POLONAIS PLUS ENTREPRENANTS QUE LES AUTRES EUROPEENS

Les jeunes Américains sont toujours plus entrepreneurs que leurs collègues Européens, parmi lesquels seulement 30 % souhaiteraient créer leur propre entreprise. Les statistiques européennes sont sauvées par les Polonais et les habitants des trois pays baltes.

La moitié des jeunes Européens (de 15 à 24 ans) de la « vieille Europe » n'avait jamais pensé à fonder son propre business. C'est deux fois plus qu'aux Etats-Unis.

La situation est nettement meilleure dans les pays qui ont récemment rejoint l'Union Européenne. Alors que dans les « vieux » pays seulement 28 % des jeunes voudraient créer leur entreprise dans les cinq prochaines années, dans les « nouveaux » ils sont 40 % à l'envisager, soit presque autant qu'aux Etats-Unis (42 %).

La Pologne tient la tête des classements européens, accompagnée des trois pays baltes, où la part des jeunes souhaitant monter une entreprise dépasse même celle des Etats-Unis. Ainsi 50 % des jeunes Lettons, 48 % des Polonais, 48 % des Lithuaniens et 47 % des Estoniens ont exprimé leur volonté de fonder leur propre entreprise dans les prochaines cinq années.

Quel est le principal obstacle dans la création d'une entreprise ? Pour 51 % des jeunes c'est la crainte de la faillite, 38 % d'entre eux ont peur de ne pas avoir des revenus suffisants.

Aux Etats-Unis les jeunes ont également peur de la faillite, mais contrairement aux Européens ils ne craignent pas de perdre toutes – leur économies et leur maison, mais plutôt leur temps et les efforts fournis pour fonder leur entreprise.

➤ PROFITER DU BAS TAUX DE CHOMAGE

Il y a trois ans le chômage en Pologne atteignait les 19 % et personne ne se doutait que le manque de travail cesserait d'être un problème dans quelques années seulement.

À la fin de 2007 il a atteint les 11,4 %.

Dans certaines villes polonaises le chômage est même descendu au-dessous du taux « recommandé » de 4-5 %, qui aide à maintenir l'équilibre sur le marché du travail. Même dans les régions où le taux de chômage est le plus élevé, les chefs des centres d'intérim observent que les entreprises ont de plus en plus du mal à trouver des travailleurs.

Les effets positifs de la chute du chômage sont directement visibles dans le chiffre d'affaires des magasins, salons automobiles, ainsi que dans la hausse de l'indice de confiance des consommateurs. Les Polonais, ne craignant plus de perdre leur travail et pouvant compter sur des salaires plus élevés, achètent plus et choisissent plus souvent des produits de marques. La hausse de la demande devient une aubaine pour les entreprises qui savent trouver des employés et faire face à des coûts de l'emploi qui augmentent.

Pour beaucoup d'employeurs polonais et d'investisseurs étrangers le manque de main d'œuvre est un phénomène nouveau.

La Pologne va peut être reconsidérer la politique

de l'Etat envers le marché du travail par l'incitation à employer des retraités et par l'incitation des étudiants à rester en Pologne. Il n'est pas facile à trouver une solution pour faire revenir les Polonais de l'étranger. Mais le jeu en vaut certainement la chandelle.

➤ JOURNEE DE LA PROMOTION DES FABRICANTS POLONAIS DE VERRERIE ET DE PORCELAINE

Le 28 mai prochain, le Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne organise la Journée des fabricants polonais de verrerie et de porcelaine (art de table), ayant pour objectif principal la promotion des entreprises polonaises sur le marché français.

La Journée commencera par un séminaire sur le marché polonais de verrerie et de porcelaine.

Une majeure partie de la Journée sera consacrée aux rencontres commerciales entre les fabricants polonais et les clients français. Chaque société polonaise disposera de son stand, muni des échantillons et des catalogues. Des interprètes seront à la disposition des intéressés.

LIEU : Ambassade de Pologne, Service de la Promotion du Commerce et des Investissements, 86, rue de la Faisanderie, 75116 Paris contact : info@eco.amb-pologne.fr

➤ SALON MIPIM

Lancé pour la première fois en 1990, le Marché international des professionnels de l'immobilier, Salon MIPIM s'est déroulé du 11 au 14 mars au Palais des Festivals de Cannes.

Ce Salon, considéré comme l'événement majeur du marché mondial de l'immobilier a réuni près de 3 000 des plus influents décideurs de ce marché malgré la crise du marché immobilier provoqué par la crise hypothécaire « subprime » aux Etats-Unis qui a également touché le marché européen.

Salon MIPIM permet de connaître la situation actuelle sur le marché mondial de l'immobilier, ses tendances et ses défis. Les professionnels de l'immobilier se rencontrent chaque année autour des projets, des réalisations, des possibilités et des investissements. C'est l'endroit où se développent le plus des projets importants et où se dessinent les tendances du marché pour l'année à venir. Cette année, plus de 30 000 investisseurs étrangers potentiels et des visiteurs s'y sont rendus.

Les sujets principaux de cette édition étaient : éco investissements, l'hôtellerie et construire en réduisant l'émission de gaz à effet de serre.

La Pologne a bien trouvé sa place au MIPIM avec ses 163 exposants, parmi eux : agences immobilières, représentants des municipalités, représentants des Zones Economiques Spéciales, banques, cabinets de conseils, cabinets d'architectes, chambres de commerce, sociétés du BTP. La Pologne était la mieux représentée parmi des pays de l'Europe Centrale.

Les villes polonaises participent au MIPIM d'une manière forte depuis le début des années 90.

Cette année ont répondu présent, les villes de : Katowice, Poznan, Gdansk, Sopot, Bialystok, Cracovie, Varsovie, Wroclaw, Plock. Une conférence sur les villes d'Europe centrale en présence des maires de Varsovie, Bratislava, Prague et Budapest a été organisée.

Selon les analystes, la Pologne est considérée comme l'un des cinq pays du monde les plus intéressants au niveau des investissements.

Le vif succès de l'offre polonaise et d'autres pays de l'Europe Centrale de cette année au MIPIM a donné l'idée aux organisateurs de créer une autre édition – MIPIM Horizons qui aura lieu en septembre 2008 et sera consacrée exclusivement aux marchés de l'Europe Centrale.

➤ SALON CLASSE EXPORT

Du 19 au 20 mars 2008 au Palais de la Bourse de Marseille s'est déroulé le 12^e Salon International CLASSE EXPORT organisé par UBIFRANCE et DCF (Dirigeants Commerciaux de France). Ce Salon, incontournable rendez-vous d'affaires du commerce international, consacré à la promotion

de l'exportation des produits et des services s'adresse essentiellement aux petites et moyennes entreprises.

Son but principal est la mise en relation des partenaires commerciaux tout en leur donnant l'accès aux informations pointues sur la législation et la fiscalité des différents pays dans le but de promouvoir les exportations.

L'édition de cette année a rassemblé 100 exposants de 39 pays, parmi eux : des sociétés privées et publiques des tous les secteurs réunies sous le patronat de la CCI de Marseille.

Pendant toute la durée du Salon ont été organisés des conférences, des débats, des ateliers thématiques, des rencontres, des discussions sous forme de groupes de travail et des retours d'expériences.

Le Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne disposait de son stand au Salon CLASSE EXPORT, où il a mis à la disposition des visiteurs la documentation concernant l'économie polonaise, les investissements, la situation sur le marché polonais du travail, la création des entreprises en Pologne, les impôts, la récupération de la TVA et la législation concernant la prestation des services par des sociétés polonaises en France. Le plus grand nombre des questions concernait des produits issus de l'industrie agroalimentaire, textiles, chaussures, vêtements et équipement de sport.

Les sociétés françaises se sont intéressées particulièrement aux prestations des services par des sociétés polonaises dans le secteur du BTP et à la sous-traitance industrielle.

Le stand polonais a suscité un très grand intérêt des CCI et de la presse spécialisée. Nombreuses entreprises ont exprimé le souhait de s'inscrire dans la base des données du Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne qui regroupe et met en relation des partenaires commerciaux et des prestataires de services.

➤ SALON EUROPEEN DU BOIS

La 6^e édition du Salon Européen du Bois à Grenoble a rassemblé du 3 au 6 avril plus de 300 exposants d'une douzaine de pays. Ce Salon, le seul événement de cette envergure exclusivement consacré à la culture bois, a confirmé sa vocation de plate-forme d'échanges entre les professionnels de la construction bois et le grand public. Plus de 35 000 visiteurs s'y sont rendus.

Cette année l'offre présentée dans le domaine de la maison bois et des énergies renouvelables était quasi exhaustive. L'accent a été mis particulièrement sur l'habitat durable, la construction bioclimatique et le concept de la maison passive qui a pour principe une construction à très faible consommation d'énergie sous la barre de 50/KWh/m²/an.

De nombreux points forts ont rythmé cette 6^e édition, parmi eux – la présentation des maisons grandeur nature : maison à ossature bois, bois massif, madrier, constructions traditionnelles,



contemporaines, bioclimatiques, habitats de loisir ou abris de jardin mais également toutes les solutions d'aménagement intérieur et extérieur utilisant le bois.

Dans le cadre du Salon de nombreuses conférences thématiques, des tables rondes, des démonstrations, des expositions des projets et des réalisations d'architectes et des rendez-vous d'affaires ont été organisés.

Le Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne disposait de son stand au Salon où il a mis à la disposition des professionnels et du grand public la documentation concernant des entreprises polonaises de bois et fournissait les renseignements au sujet de l'industrie polonaise de bois et des possibilités de coopération entre les entreprises polonaises et françaises.

La Pologne est un partenaire apprécié dans le secteur du bois, grâce à une bonne qualité de ses produits et des cadres qualifiés. Elle constitue une excellente alternative pour les entrepreneurs qui cherchent des partenaires au sein de l'Union Européenne.

❖ AUTOMNE 2007 – PERIODE DE TOUS LES RECORDS POUR LE MARCHÉ POLONAIS DE L'AUTOMOBILE

Octobre 2007 fut un mois record dans toute l'histoire du marché de l'automobile en Pologne. Les exportations ont atteint la valeur de 1,63 milliards d'euro, un niveau jusque-là inconnu. Durant toute l'année 2007 la valeur des exportations a atteint 16,1 milliards d'euro. Cette performance est de 21 % supérieure à celle d'octobre 2006. Parmi les

raisons de ce record on peut noter une forte hausse de l'exportation des pièces détachées (130,5 %) et des voitures et camions (112 %). Au cours de dix derniers mois 2007 la valeur des produits automobiles exportés fut de 13 milliards d'euro. Ceci représente une hausse de 13 % par rapport à 2006. Depuis des années l'Union Européenne est une destination principale pour les produits polonais du secteur de l'automobile, 86 % des exportations sont destinées aux marchés de l'UE. L'Allemagne reste le client le plus important et achète près d'un quart des exportations polonaises. La deuxième place revient à l'Italie (20 %), suivie de l'Espagne et du Royaume Uni (plus de 6 %). Le top 5 est fermé par la France (5 %).

Les exportations sont dominées par trois catégories de produits : voitures et camions (exportations de 4,6 milliards d'euro), les pièces détachées (3,9 milliards d'euro) et les moteurs (2,6 milliards d'euro). Leur part dans les exportations de la branche automobile en 2007 fut de 85 %.

D'autres technologies polonaises sont convoitées par les producteurs de cartes numériques étrangers. Mobil Mapping est utilisé par l'un des deux plus grands producteurs de cartes numériques, Tele Atlas. De nombreuses entreprises polonaises sont concernées par l'expansion du marché domestique et le boom du marché mondial du GPS dont la valeur globale en 2007 était de 22 milliards de dollars et avoisinera les 30 milliards en 2008.

❖ EXPANSION DU MARCHÉ DU GPS EN POLOGNE

Les Polonais achètent de plus en plus de matériel de navigation par satellite. L'année dernière

250 000 appareils ont été vendus et le marché a atteint presque 250 millions de zlotys. En 2008 la vente de ces appareils peut même atteindre 350 000 pièces.

La vente d'appareils du type PND (Personal Navigation Device – équipés de cartes et destinées spécialement à la navigation) a augmenté en 2007 de 400 % !

Durant les 12 derniers mois les ventes d'appareils GPS dans la seule chaîne Media Markt ont augmenté de 400% par rapport à 2006. Dans les magasins de la chaîne Electro World les ventes ont augmenté de 70 %. Les magasins sur Internet ont, eux, enregistré une hausse de leurs ventes de 150 %. De plus, tous les acteurs de ce marché sont convaincus que cette tendance va encore s'accroître en 2008.

Ce boom sur le marché du GPS ne serait pas possible sans une baisse considérable des prix. Selon les données de GFK Polonia, les prix des appareils ont baissé de 50 % à 60 %.

Cette hausse est due également à une meilleure précision des cartes de navigation, à la facilité d'achat des appareils qui avant 2007 ne pouvaient être achetés que dans des magasins spécialisés.

L'offre actuelle qui comprend plus de 40 marques et 160 modèles différents (au milieu de l'année 2006 il n'y avait que 35 modèles proposés pas 12 marques) est déjà largement disponible.

Selon les experts, la saturation du marché du GPS est toujours basse, moins de 10 %. En considérant le nombre total des voitures immatriculées, qui sont en Pologne près de 16 millions et les 500-600 000 appareils en service, on peut dire que les années à venir seront certainement fructueuses pour les producteurs de GPS !

FOIRES INTERNATIONALES EN JUIN, JUILLET ET AOUT 2008

JUIN			
05-07.06	GDANSK BALTDENTICA 7 ^e Salon des Matériaux et de l'Équipement pour la Stomatologie contact : info@exactus.pl www.exactus.pl	16-18.06	KIELCE SACROEXPO 9 ^e Salon International de la Construction et de l'Équipement des Églises, Art – Objets Dévotionnels contact : biuro@targikielce.pl www.targikielce.pl
06-08.06	LUBLIN AGRO PARK Salon de l'Agriculture contact : mtl@targi.lublin.pl www.targi.lublin.pl	17-19.06	VARSOVIE CENERG Salon de l'Énergie Pure contact : soma@lightfair.pl www.soma.info.pl
07-08.06	LODZ BEAUTY FAIR Salon de la Beauté et du Style de Vie Saine contact : info@mtl.lodz.pl www.mtl.lodz.pl	21-22.06	LODZ EXTREME – ADRENALINA 1 ^{er} Salon de l'Extrême contact : info@mtl.lodz.pl www.mtl.lodz.pl
09-11.06	POZNAN INFOSYSTEM Salon de l'Informatique pour l'Industrie et l'Administration contact : info@mtp.pl www.mtp.pl	25-27.06	GDANSK BALT-MILITARY-EXPO Salon Militaire, du Secourisme et de la Sécurité contact : sekretariat@mtgsa.com.pl www.mtgsa.com.pl
09-12.06	POZNAN CERTYFIKACJA 6 ^e Salon des Services de Certification, de la Validation des Produits et de la Mise en place des Systèmes de Qualité contact : info@sawo.pl www.sawo.pl	25-27.06	GDANSK SAFETY Salon de la Sécurité et du Secourisme contact : sekretariat@mtgsa.com.pl www.mtgsa.com.pl
09-12.06	POZNAN ITM POLSKA: MACH-TOOL Salon des Machines-Outils et de l'Outillage contact : info@mtp.pl www.mtp.pl	JUILLET	
09-12.06	POZNAN ITM POLSKA: METALFORUM Salon de la Métallurgie, Sidérurgie, de la Fonderie et de l'Industrie du Métal contact : info@mtp.pl www.mtp.pl	05-06.07	OPOLE-BIERKOWICE ROLTECHNIKA Salon de l'Agriculture contact : info@mtp.pl www.mtp.pl
09-12.06	POZNAN ITM POLSKA: SURFEX Salon de la Technologie de Traitement des Surfaces contact : info@mtp.pl www.mtp.pl	AOUT	
09-12.06	POZNAN ITM POLSKA: HAPE Salon de l'Hydraulique, de la Pneumatique et de la Transmission contact : info@mtp.pl www.mtp.pl	21-24.08	GDYNIA WIATR I WODA (Vent et l'Eau) Salon de la Voile contact : biuro@wiatr iwoda.pl www.wiatr iwoda.pl
09-12.06	POZNAN ITM POLSKA: NAUKA DLA GOSPODARKI La Science au Service de l'Économie contact : info@mtp.pl www.mtp.pl	22-24.08	KIELCE LATO-SPORT 18 ^e Salon International de l'Équipement du Sport contact : biuro@targikielce.pl www.targikielce.pl
09-12.06	POZNAN ITM POLSKA: TECHNOGAZ Salon du Pétrole et du Gaz contact : info@mtp.pl www.mtp.pl	23-24.08	LESZNO-WILKOWICE ROLTECHNIKA Salon de l'Agriculture contact : info@mtp.pl www.mtp.pl
09-12.06	POZNAN ITM POLSKA: TRANSPORTA Salon de la Logistique et du Transport contact : info@mtp.pl www.mtp.pl	28-30.08	GDANSK AMBERMART 9 ^e Salon de l'Ambre contact : sekretariat@mtgsa.com.pl www.mtgsa.com.pl
09-12.06	POZNAN ITM POLSKA: WELDING	Source : Site internet de Polska Izba Przemysłu Targowego (Chambre polonaise de l'industrie des foires). Pour de plus amples renseignements veuillez consulter le site Internet : http://www.polfair.pl ou http://www.targi.com .	

Le marché du GPS en Pologne ne se développe pas seulement du côté des ventes. Les plus grands producteurs mondiaux d'appareils de navigation achètent des licences aux entreprises polonaises. Les entreprises polonaises réussissent dans ce domaine car leur offre est très innovante. Le logiciel de la société polonaise Imagis est utilisé dans neuf des quarante marques de GPS présentes sur le marché polonais, y compris par des producteurs étrangers réputés comme Becker et Clarion. Encore plus de producteurs utilisent les cartes numériques de Imagis. Leurs licences ont été achetées par les leaders mondiaux TomTom et Garmin. Un des produits les plus innovants introduit le plus récemment sur le marché est une solution qui jusque là n'existait qu'au Japon. Il s'agit de MapaMap 5.0, qui permet d'atteindre la destination en montrant les silhouettes des bâtiments en trois dimensions et non plus sur le plan 2D.

LA FRANCHISE SE DEVELOPPE EN POLOGNE

Le marché de la franchise se développe dynamiquement en Pologne, plus de 80 chaînes commerciales l'ont déjà adoptée. Près de 15 000 magasins fonctionnent sous ce régime. L'année dernière le chiffre d'affaires des 10 plus grands d'entre eux a atteint 15 milliards de zlotys. Ceci représente une hausse de 20 % par an, et cette tendance devrait se maintenir dans les années à venir.

Pour devenir propriétaire d'un magasin, d'une marque connue et avec un approvisionnement quasiment assuré, il suffit de disposer de quelques dizaines de milliers de zlotys seulement. Les nouveaux entrants ne manquent pas, mais cette expansion pourrait être freinée par un manque de locaux. La concurrence pour les locaux est si forte que les entreprises qui gèrent les chaînes sont prêtes à financer en partie la rénovation et l'adaptation des magasins.

Les plus grandes marques se développent également fortement. L'année dernière dans certains cas leurs chaînes se sont même agrandies de 100 magasins. Sur l'ensemble du marché, 1 200 nouveaux magasins ont rejoint le système de franchise l'année dernière.

La majorité des chaînes est toujours gérée par des entreprises polonaises sous des marques nationales. L'année dernière Carrefour est entrée sur le marché de la franchise avec ses supermarchés Carrefour Express et ses magasins de proximité « 5 minut » spécialement créés pour le marché polonais. Les franchiseurs potentiels sont très intéressés par cette formule et 20 nouveaux magasins de proximité devraient ouvrir cette année, a déclaré le président de Carrefour.

Le secteur de la gastronomie est également concerné par la franchise. En 2007, 20 nouvelles chaînes ont vu le jour en Pologne, 50 % de plus que l'année précédente. Les franchiseurs polonais ont l'embaras du choix : la franchise leur est proposée par plus de 70 chaînes de fastfoods, restaurants et cafétérias. Le plus coûteux est d'ouvrir un local d'une marque de renommée mondiale, le moins une pizzeria. Le restaurant le plus cher à ouvrir en franchise est celui de la chaîne McDonald's. Pour le faire il faut disposer de minimum 400 000 zlotys et le coût total de l'investissement est d'environ 1 à 1,5 millions de zlotys.

La majorité des locaux franchisés dernièrement appartient à des petites chaînes qui ont fait leurs preuves sur le marché polonais et veulent se développer d'avantage. De cette façon ce sont les cafétérias et les bars à café qui se sont le plus développés l'année dernière.

Les experts estiment qu'un Polonais sur trois pense à ouvrir son propre restaurant ou cafétéria. La plupart ne le fait pourtant pas à cause du risque. La franchise apparaît alors comme un moyen plus sûr, car déjà testé par d'autres.

Les problèmes apparaissent pendant la phase de financement du projet. Le plus grand coût concerne l'achat de la licence et de l'équipement du local. Une personne intéressée par la franchise dans le secteur de la gastronomie doit souvent disposer au préalable de son propre local.

Les Polonais commencent à craindre que le développement des chaînes de restauration ne va pas mener vers une situation où tout le monde mangera dans des chaînes de bars et de restaurants. Aux Etats-Unis, seulement 30 % des locaux appartiennent à des restaurateurs indépendants, en Pologne ce chiffre est encore de 90 %. On peut donc dire

que les chaînes ne constituent pas, pour le moment, un danger pour les restaurateurs individuels.

LES INFORMATIENS POLONAIS EN TETE DU PELOTON

Parmi les 49 informaticiens qualifiés pour la finale du tournoi TOPCODER High School il y a huit représentants polonais. Le tournoi se déroule à distance sur Internet et à l'échelle mondiale. Une fois par an les prétendants qualifiés sont invités pour la finale aux Etats-Unis. Les jeunes Polonais se trouvent en tête de cette compétition, avec leurs collègues Croates. Parmi les autres qualifiés pour la finale on distingue : sept Chinois, six Russes quatre Américains, quatre Bulgares et trois Canadiens. Les autres pays participant au tournoi n'ont qu'un seul candidat qualifié. Il est intéressant de noter qu'aucun représentant de la « vieille » Union Européenne n'est présent dans cette phase finale du tournoi.

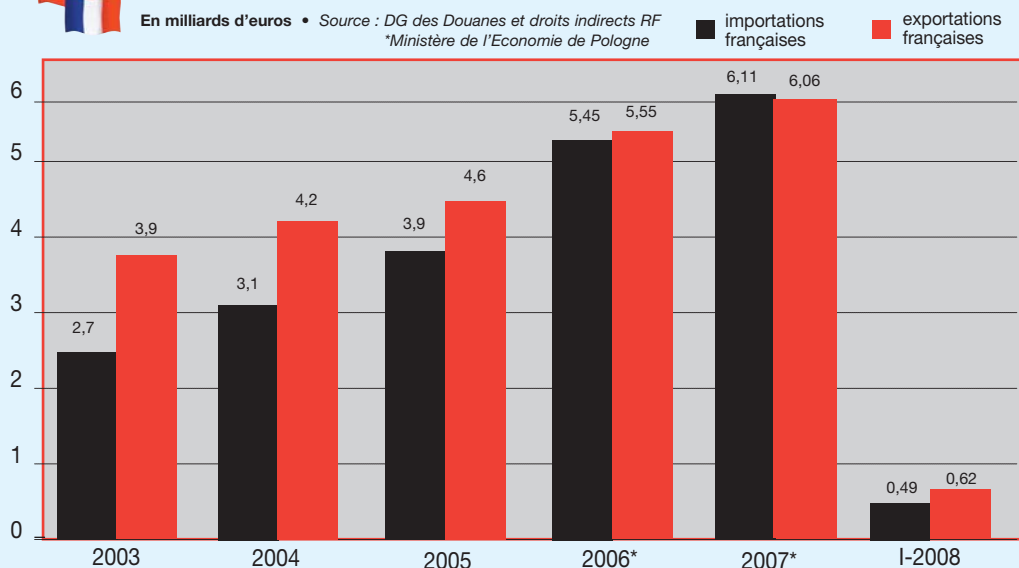
Au cours des dernières années les succès des jeunes informaticiens polonais se sont multipliés. En 2006 et 2007 les médailles d'or aux Olympiades Ouvertes Internationales de la programmation aux Etats-Unis ont été remportées respectivement par les Polonais de Gdansk et de Bydgoszcz. Les autres compétiteurs polonais présents à ces Olympiades ont remporté des places du haut du tableau et des médailles. Tous ces succès ont des bases solides enracinées surtout dans la grande tradition de l'école polonaise de mathématique. D'excellentes facultés d'informatique se trouvent au sein des universités de Varsovie, Cracovie, Wrocław, Poznan, Torun, et dans d'autres villes encore.

NOUVEAU TERMINAL A L'AEROPORT DE VARSOVIE

Le 28 mars dernier un nouveau terminal destiné aux vols internationaux a ouvert ses portes au public à l'aéroport Frédéric Chopin de Varsovie. Terminal 2 sera desservi par des compagnies régulières, parmi elles : LOT Polish Airlines et Air France et pourra accueillir 12 millions de passagers par an.

ECHANGES FRANCE-POLOGNE 2003 - I-2008

En milliards d'euros • Source : DG des Douanes et droits indirects RF
Ministère de l'Economie de Pologne



COURS OFFICIEL MOYEN DES MONNAIES

3 avril 2008

100 USD	223,15 PLN
100 EUR	348,15 PLN
100 CHF	...	219,72 PLN
100 GBP	...	442,46 PLN
100 DKK	44,84 PLN
100 SEK	37,23 PLN

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter le site Internet de la Banque Nationale Polonaise :

<http://www.nbp.pl>

CONTACTS D'AFFAIRES

Le Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne en France dispose de nombreuses propositions de coopération de la part des entreprises polonaises.

Si vous souhaitez des propositions des contacts d'affaires qui nous ont été transmises - veuillez nous contacter :

Ambassade de Pologne - Service de la Promotion du Commerce et des Investissements

86, rue de la Faisanderie - 75116 PARIS - Tél. : 01 45 04 10 20 - Fax : 01 45 04 63 17 - e-mail : info@eco.amb-pologne.fr - Internet : <http://www.eco.amb-pologne.fr>

Le BULLETIN est rédigé par le Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne en France.

Comité de rédaction : Andrzej SZTELIGA, rédacteur en chef ; Anna BALTYK - rédactrice ;

Rédaction des textes : Anna BALTYK, Pawel SIEMKO, Jacek ZUCHOWICZ ; Edition Internet : Jacek ZUCHOWICZ ;

Conception graphique : Thadée FOGIEL - Tél. : 01 30 31 56 44, e-mail : thadee.fogiel@wanadoo.fr.

Impression : J. Brard - Tél. : 03 44 22 30 63.

