



POLOGNE

Bulletin économique

Bimestriel • N° 113 • Janvier-Février 2008

SOMMAIRE

- LES POLONAIS DE PLUS EN PLUS PRETS D'ACCEPTER L'EURO
- FORTE AUGMENTATION DE LA CREATION DES ENTREPRISES EN POLOGNE
- SALON INTERNATIONAL CHINE-EUROPE
- DEVENIR « CHASSEUR DES TÊTES » POUR LE COMPTE DE SON ENTREPRISE
- AUTOMOBILE, DISTRIBUTION, ELECTRIQUE – LA POLOGNE ATTIRE TOUJOURS LES INVESTISSEURS
- NOUVELLES PERSPECTIVES POUR LE MARCHE DE LA CONSTRUCTION DES HOTELS EN POLOGNE
- MARCHÉ POLONAIS DES PORTES ET DES FENÊTRES – UNE POSSIBILITÉ DES AFFAIRES
- INDUSTRIE DU MEUBLE EN POLOGNE – CROISSANCE ET DÉFI
- DES CHANGEMENTS NON SEULEMENT COSMÉTIQUES
- EAUX THERMALES CHAUDES
- FOIRES INTERNATIONALES EN AVRIL ET MAI 2008
- ECHANGES FRANCE-POLOGNE : 2002-2007
- COURS OFFICIEL MOYEN DES MONNAIES

CHÈRES LECTRICES,
CHERS LECTEURS,

Le début de l'année est toujours une bonne occasion pour faire le bilan du passé et pour s'interroger sur l'avenir. C'est pourquoi j'aimerais partager avec vous quelques réflexions concernant en particulier les relations économiques franco-polonaises.

A la fin de 2007 les échanges commerciaux entre nos deux pays ont dépassé 12 milliards d'euros et la balance commerciale retrouve son équilibre pour la deuxième année consécutive. La dynamique des exportations polonaises vers la France reste plus élevée que celle de la France vers la Pologne. La France est devenue pour nous le quatrième partenaire commercial (après l'Allemagne, l'Italie et la Russie) tandis que la Pologne arrive pour sa part en tête des PECO (avec la Russie) en tant que le partenaire de la France.

En ce qui concerne les investissements – la France reste pour la Pologne le troisième investisseur étranger (après les Pays-Bas et l'Allemagne). A la fin de l'an 2007 ses capitaux cumulés ont atteint le niveau de 13 milliards d'euros.

Cependant, tous les problèmes concernant nos relations bilatérales ne sont pas encore résolus. Parmi eux, la libre circulation des salariés. Malgré l'ouverture partielle du marché du travail dès le 1er mai 2006 aux salariés ressortissants des nouveaux Etats-membres (y compris la Pologne) – l'accès au marché français reste limité et difficilement accessible aussi bien pour des employés que pour des entreprises. Nous espérons cette année



Monsieur Tomasz ORŁOWSKI, Ambassadeur de Pologne en France et Monsieur Andrzej SZTEPLIGA, Ministre-Conseiller, à la réception à l'occasion du Nouvel An.

une progression sensible de la part du gouvernement français en ce qui concerne la poursuite de cette libéralisation.

Globalement, la Pologne – pays-membre de l'Union Européenne depuis presque quatre ans – se porte bien ce qui est confirmé par des principaux indices économiques : le PIB est en augmentation de 6 %, l'inflation s'est stabilisée au niveau de 2,5 %, le chômage qui est en diminution constante a baissé jusqu'à environ 12 %. Les prévisions pour l'Année 2008 sont également optimistes et s'inscrivent dans le cadre de la continuité des nos réformes.

Le Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne, que j'ai le plaisir à diriger joue un rôle important dans les relations économiques et commerciales entre nos deux pays. Nous renseignons et soutenons des entreprises françaises et polonaises souhaitant



La réception à l'occasion du Nouvel An au Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne.

établir des relations commerciales. Nous nous efforçons également d'attirer les investisseurs français vers la Pologne.

Chères Lectrices, Chers Lecteurs – au nom des mes collaborateurs du Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne et à mon propre nom, veuillez accepter, nos sincères souhaits de santé, de prospérité personnelle et professionnelle. Que l'An 2008 soit heureux pour vous tous.

Andrzej SZTEPLIGA

Ministre-Conseiller

Chef du Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne en France

• LES POLONAIS DE PLUS EN PLUS PRETS D'ACCEPTER L'EURO

L'acceptation de la monnaie commune a plus de partisans que d'opposants, selon les études menées par GfK Polonia pour Business Centre Club (BCC).

Si le référendum sur l'adoption de l'euro avait lieu aujourd'hui, les Polonais auraient accepté la monnaie commune. La population y est favorable à 46 %. Il y a encore trois ans ce chiffre était de 32 % seulement.

Le nombre d'opposants diminue lui aussi. Actuellement 44 % des Polonais considèrent que le zloty est meilleur pour leur pays, alors qu'en 2005 – 53 % de la population était de cet avis. Ces chiffres montrent clairement que les préférences des Polonais changent en faveur de l'euro.

Cette attitude pro euro peut avoir des liens avec les expériences personnelles des Polonais. Pendant les trois dernières années, ils ont pu se rendre compte eux-mêmes de ce qu'est l'Union Européenne.

Il s'est avéré que les scénarios noirs qui présentaient l'UE comme une source de tout le mal ne se sont pas réalisés. C'est tout le contraire, la Pologne a obtenu une chance de développement, les Polonais ont eu la possibilité d'améliorer leur situation matérielle, entre autres en travaillant à l'étranger. De plus, le chômage a baissé et les agriculteurs sont également de plus en plus contents. Et comme l'euro est communément associé à l'Union Européenne, la monnaie commune gagne la confiance des citoyens.

Seuls 14 % des personnes interrogées considèrent que la Pologne devrait rejoindre la zone euro le plus vite possible. Plus de 45 % pensent qu'il faut le faire, mais dans une perspective de long terme. Finalement 27 % déclarent fermement que le zloty ne devrait jamais être abandonné.

Les craintes liées à l'adoption de la monnaie commune ne diminuent pas pour autant.

Presque la moitié des Polonais (48 %) pense qu'une telle opération aurait un impact négatif sur leur vie personnelle (et 44 % disent que cet impact serait positif).

Les auteurs de l'étude soulignent néanmoins que ces craintes sont plus rationnelles qu'il y a encore trois ans. Par exemple, les Polonais craignent que les prix soient arrondis vers le haut dans la période transitoire, comme cela a été le cas dans d'autres pays. Mais aujourd'hui moins de personnes interrogées pensent qu'à long terme l'adoption de l'euro augmentera l'inflation. Les craintes liées à la dégradation de la situation matérielle des familles n'augmentent pas (mais elles restent toujours fortes). Mais la crainte que l'euro augmente les différences de salaire entre la Pologne et les pays de l'Europe de l'ouest diminue, car ces différences sont déjà très visibles.

Les Polonais ont de plus en plus d'expérience. Ils voyagent, posent des questions, connaissent les expériences des autres pays. Ils savent ce qui les attend, mais les avantages prévus compensent ou même dépassent les inconvénients.

Les études ont été effectuées en mai 2007 et juin 2005 sur un échantillon représentatif de 1 000 individus de plus de 15 ans.

• FORTE AUGMENTATION DE LA CREATION DES ENTREPRISES EN POLOGNE

Selon l'Union Européenne, le développement économique de la Pologne est le plus fort parmi les 25 pays-membres. Une conjoncture très favorable encourage actuellement les Polonais à créer



des entreprises. A l'heure actuelle il existe environ 3 646 000 d'entreprises en Pologne, tous les types d'entreprises confondus. Au cours du premier semestre 2007, leur nombre a augmenté de 149 000.

Le plus grand nombre d'entreprises a été créé dans le secteur du commerce, du BTP et des services. La bonne conjoncture actuelle, les bonnes perspectives de développement et le niveau de risque assez bas favorisent la création des entreprises dans ces secteurs.

Le secteur du BTP profite plus particulièrement du statut de membre de la Pologne de l'UE, et la création des entreprises dans ce secteur est actuellement en plein boom.

On observe une forte croissance des entreprises à un employé. La preuve du dynamisme des ces sociétés est le fait, qu'elles font de plus en plus souvent les démarches ayant pour l'objectif d'obtenir les certificats et les labels de qualité, autrefois un phénomène plutôt rare.

La bonne conjoncture, l'augmentation de la consommation, une forte demande en matière des services accompagnées des subventions européennes favorisent le développement des entreprises déjà existantes. On assiste au processus des fusions – acquisitions des sociétés qui s'orientent plus en plus souvent vers des secteurs porteurs. C'est un phénomène de feed-back qui a lieu : la croissance favorise la création des entreprises, et l'activité de ces dernières renforce la croissance, notamment en soutenant l'emploi.

• SALON INTERNATIONAL CHINE-EUROPA

Du 11 au 13 décembre 2007 au Havre s'est déroulé la 2^e édition du Salon International CHINE-EUROPE. Cet événement à qui les autorités françaises et chinoises ont porté une grande importance, a été ouvert par la Ministre de l'Economie française Mme Christine LAGARDE et le Ministre des Affaires Etrangères chinois M. BO XILAI.

Le Salon a rassemblé 350 exposants, parmi eux : fabricants, agences de services, chambres de commerces, écoles supérieures, bureaux d'études et de recherches, représentants de l'administration française et chinoise. L'idée principale de ce Salon a été la mise en relation des partenaires potentiels européens et chinois.

Cette année les organisateurs ont décidé de choisir



*Pavillon polonais
au Salon CHINE-EUROPE.*

deux pays Invités d'Honneur et ce choix s'est porté sur la Pologne et la Lettonie. Par ce fait les organisateurs voulaient mettre l'accent sur l'importance de l'industrie et du commerce polonais. Pour cette occasion le Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne a organisé le Pavillon Polonais, l'endroit où les représentants des entreprises polonaises du BTP, du transport, du logistique, de la protection de l'environnement, des cabinets de conseils et des Zones Spéciales des villes de Suwalki et Walbrzych pouvaient s'entretenir avec les partenaires potentiels.

L'idée d'organiser le Pavillon Polonais a été très bien accueillie et félicitée par les organisateurs. Pendant les trois jours de la durée de ce Salon, 5 000 rencontres au total ont eu lieu dont plusieurs centaines au Pavillon Polonais, accompagnées des nombreuses conférences thématiques.

• DEVENIR « CHASSEUR DE TÊTES » POUR LE COMPTE DE SON ENTREPRISE

Les entreprises polonaises encouragent de plus en plus souvent leurs salariés à chercher les futurs employés dans leur entourage familial et parmi leurs amis.

Aider son entreprise à trouver un candidat compétent permet au salarié non seulement de gagner en reconnaissance auprès de sa hiérarchie, mais également de recevoir une prime.

Les primes de recrutement ont été instaurées dans le cadre des programmes spéciaux par les directions des ressources humaines, qui souhaitent ainsi encourager les employés de devenir des « chasseurs des têtes ».

Ce système a été mis en place il y a quelques années par des sociétés polonaises qui s'inspiraient des pratiques observées dans leurs maisons mères à l'étranger. Embaucher un candidat par cooptation est devenu un moyen de recrutement complémentaire par rapport au recrutement classique. Cela permet aux entreprises de trouver du bon personnel et aux salariés d'obtenir une prime et de travailler avec un collaborateur qu'ils apprécient.

Le candidat recommandé est obligé de passer par le recrutement classique, à l'instar des autres candidats qui ont postulé par la voie classique. S'il est embauché, il est soumis à une période d'essai de trois mois. Une fois la période d'essai du candidat achevée avec succès, une prime de recrutement est versée au salarié qui l'a présenté. Cette prime varie selon le poste de la personne embauchée et peut atteindre l'équivalent de son salaire mensuel.

Ce système est particulièrement efficace en ce qui concerne les jeunes recrues qui se lancent dans leur carrière. C'est également un important moyen de recrutement dans les secteurs où l'on observe un manque de la main d'œuvre.

Dans certains secteurs en Pologne l'efficacité du système de recrutement par cooptation atteint parfois 50 % d'embauches.

• AUTOMOBILE, DISRIBUTION, ELECTRONIQUE – LA POLOGNE ATTIRE LES INVESTISSEURS

11,9 milliards d'euros d'investissements directs étrangers (IDE) ont été réalisés en Pologne en 2006. Une année record pour le pays qui compte sur son sol près de 800 entités à capitaux totalement ou partiellement français (185 000 emplois directs). L'industrie automobile, la grande distribution mais de plus en plus l'électronique et les métiers de service, y compris à haute valeur ajoutée (recherche et développement) entrent en force en Pologne. A tel point que les experts estiment qu'en 2010, près d'un écran plat sur deux commercialisé en Europe sera fabriqué en Pologne.

En moins de dix ans, la Pologne est devenue le pays des équipementiers automobiles. MICHELIN, VALEO, BRIDGESTONE, LEAR et autres sont là. Ils suivent les constructeurs qui sont nombreux en Pologne. FAURECIA – deuxième équipementier automobile européen a ouvert en 2006 sa dixième usine sur le territoire polonais, plus de 300 emplois créés au sud du pays près de Wrocław, 5 300 au total pour ce fabricant de portes, sièges et autres pièces détachées d'automobiles.

Plusieurs causes expliquent cet engouement des investisseurs : une main-d'œuvre bien formée et à bas coût même si les salaires progressent vite. Des jeunes gens diplômés, bien motivés qui parlent les langues étrangères et très compétents en informatique. Mais non seulement. D'après les témoignages, l'accueil du pays, au sens large, paraît aussi être un atout considérable pour les investisseurs étrangers.

• NOUVELLES PERSPECTIVES POUR LE MARCHÉ DE LA CONSTRUCTION DES HÔTELS EN POLOGNE

Une nouvelle ère s'ouvre devant les constructeurs des hôtels en Pologne. Après une période de ralentissement qui a eu lieu dans les années 2005-2006 une situation économique favorable encourage à nouveau des promoteurs d'investir dans l'hôtellerie et dans le tourisme.

Le développement des compagnies aériennes low-cost, l'amélioration constante des infrastructures routières, l'augmentation des déplacements professionnels, les fonds versés par l'Union Européenne permettant de doubler le nombre d'hôtels d'ici 2012, les événements de portée internationale tel la co-organisation des championnats d'Europe de football – l'EURO 2012, vont favoriser ce secteur déjà en pleine expansion. Selon les analystes, dans le secteur de la construction hôtelière et touristique on prévoit une croissance annuelle de près de 17% pour les cinq prochaines années. Le marché passerait de 439 millions de zlotys en 2006 à 1,1 milliard de zlotys en 2012.

Entre 2008-2012 le nombre d'hôtels augmenterait de 7% par an, ce qui représenterait 560 nouvelles structures hôtelières et 30000 chambres supplémentaires. De 50 hôtels par an construits entre 2001 et 2006, le marché passera à un rythme annuel de plus de 110 hôtels. Toutes les catégories d'hôtels bénéficieront de cette croissance, mais c'est la catégorie d'hôtels de deux ou de trois étoiles qui connaîtra la plus forte augmentation avec la création de près de 15 000 chambres.

Le marché polonais attire les plus grands groupes hôteliers mondiaux.

Parmi les dix plus grands d'entre eux, huit sont déjà présents en Pologne, comme Wyndham Hotels & Resorts, Choice Hotels ou NH Hotels. Parmi les principaux investisseurs on peut compter également les groupes : Orbis, Louvre Hotels, Warrimex, Intercontinental, Chaber et Comfort Express.

On prévoit une très large répartition géographique des nouvelles structures hôtelières.

Les grandes villes aussi bien que les villages de bord de mer verront naître de nombreux hôtels et centres touristiques.

Si 15,7 millions de touristes ont été accueillis en 2006, les professionnels du secteur en attendent plus de 20 millions par an d'ici à l'horizon de 2012.

• MARCHÉ POLONAIS DES PORTES ET DES FENÊTRES – UNE POSSIBILITE DES AFFAIRES

Le marché polonais des portes et des fenêtres est l'un de secteurs le plus compétitif et promoteur de l'économie polonaise. En 2006 le chiffre d'affaires s'est élevé à 12 milliards PLN et il est en hausse permanente. Cette hausse est principalement due à l'augmentation de la construction des logements et à l'exportation. Le marché des portes et des fenêtres, c'est environ 9 millions pièces fabriquées par an, dont 2 millions de fenêtres en bois.

En 2005 la production des fenêtres a atteint 3 000 m² de fenêtres en bois et 8 000 m² de fenêtres en matières synthétiques.

La fabrication des portes connaît également une augmentation régulière du niveau de 7 000 m² en 2002, à 12 000 m² en 2006.

La structure du marché polonais des portes et des fenêtres :

- portes et fenêtres en bois – 41 % (dont fenêtres 26 %, portes 15 %)
- portes et fenêtres en PVC – 40 %
- portes et fenêtres en aluminium et en acier 10 %
- lucarnes 9 %

La valeur des portes et des fenêtres vendues par les fabricants polonais à l'étranger s'élève à environ 1,5 milliard PLN. Cela représente presque 20 % de hausse par rapport à l'année 2004. Les produits polonais sont en général de 10 à 15 % moins chers que les produits de l'Europe de l'Ouest à la qualité comparable.

L'Allemagne est le plus grand consommateur de la production polonaise mais les fabricants polonais prospectent constamment des nouveaux marchés comme la Scandinavie, l'Amérique du Nord et du Sud et même l'Afrique du Sud et la Chine.

Pour baisser encore le coût de la production, certaines sociétés polonaises envisagent la délocalisation de leurs sites de fabrications vers des pays limitrophes où la main d'œuvre est moins chère. Les plus grands fabricants des portes et fenêtres polonais sont : Stolarka Wolomin SA - 80 millions PLN de chiffre d'affaires, Stolbud Wloszczowa SA – 70 millions de PLN de chiffre

FOIRES INTERNATIONALES EN AVRIL ET MAI 2008

AVRIL

01-04.04	Poznan	DREMA - Foire Internationale des Machines et des Outils de l'Industrie du Bois et des Meubles www.mtp.pl – info@mtp.pl
01-04.04	Poznan	FURNICA - Foire des Semi-Produits pour l'Industrie des Meubles www.mtp.pl – info@mtp.pl
02-04.04	Kielce	RHEMED EXPO - 8 ^e Foire de la Réhabilitation Médicale et des Cures Balnéaires www.targikielce.pl – biuro@targikielce.pl
04-06.04	Lublin	Foire de la Pierre et de l'Industrie de la Pierre www.targi.lublin.pl – mtl@targi.lublin.pl
04-06.04	Lublin	LUBDOM WIOSNA - 24 ^e Foire du Bâtiment de Lublin www.targi.lublin.pl – mtl@targi.lublin.pl
08-10.04	Lodz	INTERTELECOM - Foire Internationale de la Communication Electronique www.mtl.lodz.pl – info@mtl.lodz.pl
09-11.04	Varsovie	SPORT – REKREACJA - 14 ^e Foire Internationale de l'Equipelement, de la Modernisation des Bâtiments de Sport et de Recréation www.mtpolska.com.pl – info@mtpolska.com.pl
10-12.04	Gdansk	CIEPLY BALTYSK - Foire des Investissements www.mtgsa.com.pl – sekretariat@mtgsa.com.pl
10-12.04	Gdansk	GASTROEXPO - Foire de l'Equipelement et de l'Approvisionnement de la Gastronomie, des Hôtels et des Magasins www.mtgsa.com.pl – sekretariat@mtgsa.com.pl
10-12.04	Gdansk	GTT - Foire du Tourisme de Gdansk www.mtgsa.com.pl – sekretariat@mtgsa.com.pl
10-12.04	Gdansk	POLYACHT – Foire des Sports Aquatique de Gdansk www.mtgsa.com.pl – sekretariat@mtgsa.com.pl
11-12.04	Poznan	Salon de l'Optique de Poznan www.mtp.pl – info@mtp.pl
11-13.04	Kielce	DOM – 15 ^e Salon de l'Equipelement du Bâtiment et de l'Intérieur www.targikielce.pl – biuro@targikielce.pl
11-13.04	Poznan	GARDENIA – Foire du Jardinage www.mtp.pl – info@mtp.pl
11-13.04	Kielce	OGROD i TY – 15 ^e Foire du Jardinage www.targikielce.pl – biuro@targikielce.pl
11-13.04	Kielce	VENUS – 3 ^e Salon de la Médecine Esthétique et de la Cosmétique Professionnelle www.targikielce.pl – biuro@targikielce.pl
11-13.04	Kielce	VOYAGER – 7 ^e Foire du Tourisme de la Région de Sainte Croix www.targikielce.pl – biuro@targikielce.pl
12-13.04	Lublin	AUTOSALON – 14 ^e Salon de l'Automobile www.targi.lublin.pl – mtl@targi.lublin.pl
18-19.04	Wroclaw	RESE – Foire de l'Immobilier des Investissements et des Finances www.mtw.pl – biuro@mtw.pl
18-20.04	Lodz	Festival de la Santé, de la Voyance et de l'Extraordinaire www.mtl.lodz.pl – info@mtl.lodz.pl
18-20.04	Varsovie	BUDOWA REMONT DOM – 10 ^e Foire du Bâtiment www.muratorexpo.pl – biuro@muratorexpo.pl
18-20.04	Lublin	EDEN – 4 ^e Foire du Jardinage www.targi.lublin.pl – mtl@targi.lublin.pl
18-20.04	Varsovie	LATO – 13 ^e Foire du Tourisme et de la Recréation www.mtpolska.com.pl – info@mtpolska.com.pl
19-20.04	Szczecin	OGROD – 10 ^e Foire du Jardinage et de l'Apiculture www.mts.pl – office@mts.pl
22-25.04	Poznan	INSTALACIE – Foire Internationale des Installations www.mtp.pl – info@mtp.pl
22-25.04	Poznan	SAWO – Foire Internationale de la Protection au Travail, du Secourisme et des Pompiers www.mtp.pl – info@mtp.pl
23-25.04	Torun	METAL TOOLS – Foire Metal Tools www.targitorunskie.pl – biuro@targitorunskie.pl

24-26.04	Gdansk	BALPIEK – Foire de la Boulangerie, de la Pâtisserie et des Glaces www.mtgsa.com.pl – sekretariat@mtgsa.com.pl
24-26.04	Gdansk	MLECZNA REWIA – Foire de l'Industrie du Lait et des Glaces www.mtgsa.com.pl – sekretariat@mtgsa.com.pl
26-27.04	Poznan	LOOK – Salon de la Coiffure www.mtp.pl – info@mtp.pl
26-27.04	Varsovie	NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE – 21 ^e Foire de l'Immobilier www.muratorexpo.pl – biuro@muratorexpo.pl

MAI

01-03.05	Olsztyn	OGROD – 6 ^e Foire des Jardinières www.targiwim.olsztyn.pl – targi@targiwim.olsztyn.pl
07-09.05	Cracovie	EUROWELD – Foire de la Soudure www.targi.krakow.pl – biuro@targi.krakow.pl
08-09.05	Cracovie	PROPERTY-INVEST – Foire Internationale des Investissements www.targi.krakow.pl – biuro@targi.krakow.pl
08-10.05	Lublin	GASTRO – 11 ^e Foire Internationale de la Gastronomie www.targi.lublin.pl – mtl@targi.lublin.pl
09-11.05	Poznan	FTTEXPO - Fitness & Sport Park www.mtp.pl – info@mtp.pl
09-11.05	Poznan	PSM – Rencontre de l'Automobile de Poznan www.mtp.pl – info@mtp.pl
10-11.05	Szczecin	MARKET TOUR – 17 ^e Foire du Tourisme www.mts.pl – office@mts.pl
10-11.05	Lodz	VETEMEDICA – Foire de la Médecine Vétérinaire www.interservis.pl – biuro@interservis.pl
13-15.05	Poznan	EXPOPOVER – Foire Internationale de l'Energie www.mtp.pl – info@mtp.pl
14-16.05	Kielce	AUTOSTRADA – POLSKA – 14 ^e Foire Internationale des Travaux Public www.targikielce.pl – biuro@targikielce.pl
14-16.05	Kielce	MASZBUD – 10 ^e Foire Internationale des Machines de l'Industrie du Bâtiment et des Véhicules Utilitaires www.targikielce.pl – biuro@targikielce.pl
14-16.05	Kielce	TiL – 2 ^e Foire de la Technologie et de l'Infrastructure des Aéroports www.targikielce.pl – biuro@targikielce.pl
14-16.05	Kielce	TRAFIC- EXPO – 4 ^e Foire Internationale de l'Infrastructure www.targikielce.pl – biuro@targikielce.pl
15-18.05	Varsovie	MTK – 53 ^e Foire Internationale du Livre de Varsovie www.arspolona.com.pl – arspolona@arspolona.com.pl
17-18.05	Lublin	ROSSMAN – Foire des Produits des Beauté www.targi.lublin.pl – mtl@targi.lublin.pl
27-29.05	Bydgoszcz	WOD-KAN – 16 ^e Foire Internationale des Machines et de l'Equipelement de l'Industrie d'Eau et de la Canalisation www.igwp.org.pl – sekretariat@igwp.org.pl
27-30.05	Kielce	PLASTPOL – 12 ^e Foire Internationale de la Transformation des Matières Plastiques www.targikielce.pl – biuro@targikielce.pl
28-31.05	Poznan	BUDMA INTERIOR – Foire de la Réfection et de la Rénovation de l'Intérieur www.mtp.pl – info@mtp.pl
28-31.05	Poznan	HOME DÉCOR – Foire de l'Equipelement et de la Décoration de l'Intérieur www.mtp.pl – info@mtp.pl
28-31.05	Poznan	Foire des Meubles www.mtp.pl – info@mtp.pl
29-31.05	Cracovie	SPA & WELLNESS – Foire de l'Equipelement, des Services et des Constructions Spa & Wellness www.targi.krakow.pl – biuro@targi.krakow.pl
30-31.05	Varsovie	OPTEXO – 4 ^e Foire Internationale de l'Optique et de l'Ophtalmologie www.targikielce.pl – biuro@targikielce.pl

Source :

Site Internet de Wydawnictwo i Reklama PARTNER

et sites des organisateurs des Foires et Salons.

Pour de plus amples renseignements veuillez contacter le site Internet : <http://www.targi.com>

d'affaire et Sokolka Okna i Drzwi – 65 millions de PLN de chiffre d'affaires

INDUSTRIE DU MEUBLE EN POLOGNE, CROISSANCE ET DÉFIS

La Pologne est aujourd'hui le quatrième exportateur des meubles au monde après la Chine, l'Allemagne et l'Italie. Sur le marché français, la Pologne représente le premier exportateur parmi les pays de l'Europe de l'Est.

Les fabricants de meubles polonais produisent environ 2,3 % du PIB du pays (à titre comparatif, cela représente le double de la moyenne des pays de l'ancienne Europe des quinze). Alors que les ventes ont progressé de 20 % à l'international et de 10 % sur le marché intérieur au premier semestre 2007, les prévisions font état d'une demande encore supérieure pour le deuxième semestre.

Parallèlement, les ménages polonais ont dépensé 5,5 milliards de zlotys (~ 20,5 milliards d'euros) pour leur mobilier en 2007, soit quatre fois plus que l'an dernier. Mais l'industrie du meuble, qui emploie près de 110 000 personnes en Pologne - soit 10 % de plus qu'il y a deux ans - éprouve des difficultés à satisfaire toute la demande dans les délais impartis. En effet, 80% des meubles polonais sont exportés à l'étranger, et les retards sur le marché domestique s'accroissent donc.

Véritable défi, cette forte croissance pousse la plupart des entreprises à agrandir leurs usines ainsi que leur surface globale de vente. Un processus de croissance externe est également engagé par le biais d'acquisitions d'établissements plus petits et de regroupements (fusions). La conjoncture actuelle très favorable ainsi que les perspectives de croissance économique encouragent les fabricants de meubles à investir sur le marché intérieur.

Le niveau d'investissement atteint en effet des niveaux très élevés et la production s'accroît à mesure que les carnets de commandes se remplissent. Conséquence directe, les offres de travail se multiplient et le marché de l'emploi en bénéficie.

CHANGEMENTS NON SEULEMENT COSMÉTIQUES

Le marché polonais des produits de beauté s'apprête à connaître de grands changements dans un plus proche avenir. Grâce à une conjoncture très favorable, les entreprises nationales et étrangères

se lancent dans une concurrence redoutable. Les Polonais dépensent chaque année de 6 à 8 % de leur revenu pour l'achat des produits de beauté, ce qui incite les fabricants et les importateurs à s'implanter en Pologne.

Selon l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques Polonaises (GUS), au troisième trimestre 2007 les 224 entreprises spécialisées dans la fabrication des produits de beauté ont été présentes sur le marché polonais.

Pour L'Oréal France, la Pologne est devenue un des pays stratégiques. Avec un revenu de plus de 1 milliard de zlotys L'Oréal fait figure de leader sur le marché polonais. Mais les entreprises polonaises concurrencent fortement les multinationales.

La Pologne est le seul pays de l'Europe de l'est où les entreprises locales gardent une très forte position sur le marché intérieur - position héritée de la période communiste, lorsque la Pologne fabriquait des produits de beauté pour l'ensemble des pays du bloc. Les cinq plus grands fabricants polonais se partagent plus d'un tiers du marché des produits de soins du visage - la plus grande partie du marché des cosmétiques. Les produits de bronzage font également l'objet d'une concurrence redoutable entre cinq entreprises dont trois sont polonaises.

Les entreprises locales commencent également à peser de plus en plus sur le marché des produits de maquillage. Ces performances remarquables ont été obtenues grâce à la conjoncture économique polonaise très favorable et à la croissance économique soutenue. La suppression de 10% de taxes sur les produits de maquillage et sur les parfums a également été bien profitable aux fabricants.

Le marché des produits de beauté, très dépendant de l'image et de la promotion, a incité les entreprises d'investir plus massivement dans la publicité et dans le marketing.

Selon Expert Monitor au premier semestre 2007, les dépenses publicitaires concernant les produits de soin et d'hygiène ont dépassé 830 millions de zlotys avec une progression de presque 150 millions par rapport à l'année précédente. Les entreprises nationales ont notamment massivement investi en campagnes publicitaires télévisuelles.

La croissance actuelle laisse présager que ce dynamisme n'est pas prêt à retomber et que la compétition se fera encore plus intense.

Eaux Thermales Chaudes

En Pologne les eaux thermales chaudes se trouvent sous le trois quart du territoire national. On connaît leurs vertus thérapeutiques surtout celles de diminuer le stress. Malgré un grand nombre de sources d'eaux thermales chaudes, la Pologne longtemps n'a pas suivi l'exemple de sa voisine - la Slovaquie où les piscines d'eaux thermales chaudes attirent des personnes en vu des cures et constituent une des attractions touristiques.

En Pologne jusqu'à peu de temps les sources d'eaux thermales n'étaient aménagées qu'au sud du pays, dans la région montagneuse - Podhale. Heureusement, grâce à la bonne conjoncture économique des nouveaux investissements apparaissent.

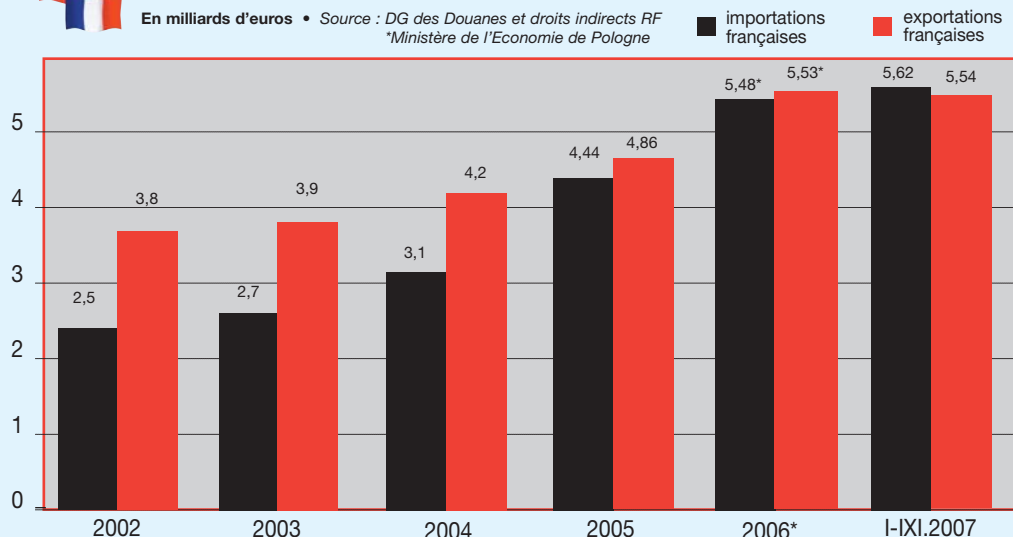
Ainsi, à la fin de l'année 2006 un aquaparc avec une piscine d'eaux thermales a été ouvert à Zakopane. A la Clairière Szymborska a été dernièrement construit un ensemble de piscines sur 5 000 mètres carrés avec une vue imprenable sur la montagne Giewont. Les eaux y sont plus chaudes qu'à l'Adriatique. Et ce n'est pas tout. Le nouveau centre a été ouvert à Baska Niza. L'aménagement du centre thermal à Bukowina Tatrzańska, l'un de plus grand et plus moderne en Europe, est prévu pour 2008. Il sera équipé de 12 piscines d'eaux thermales de 29 à 36 degrés, ainsi que des saunas à la manière finlandaise et romaine.

Les investisseurs préparent déjà des nouveaux projets. Les magnats de Białka Tatrzańska veulent suivre l'exemple de leurs voisins de Bukowina Tatrzańska et commencent la construction des piscines thermales l'année prochaine. Dans les régions du centre de la Pologne plusieurs entreprises ont également décidé de construire des piscines aux eaux thermales. En printemps 2008, quatre piscines verront le jour, une à Mszczonow, et trois autres à Uniejow. La construction de la plus grande station thermale en Europe à Gostynin est prévue pour l'année 2010. A l'occasion du championnat de football - Euro 2012, les sources d'eaux thermales seront aménagées à Sulejowek.

La Pologne a découvert le potentiel des eaux thermales assez tard, maintenant elle veut rattraper ce retard à la grande vitesse tout en veillant quand même à la bonne qualité des infrastructures et des services pour le bien être des clients.

ECHANGES FRANCE-POLOGNE 2002 - I-XI.2007

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



COURS OFFICIEL MOYEN DES MONNAIES

1^{er} février 2008

100 USD	242,15 PLN
100 EUR	360,25 PLN
100 CHF	224,18 PLN
100 GBP	482,59 PLN
100 DKK	48,33 PLN
100 SEK	38,06 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, Justyna JAKIMIUK, Mirisława KACHEL-PELE, Agnieszka MACIAS, Beata MOTYL, Paweł SIEMKO, Jacek ZUCHOWICZ ;

Edition Internet : Jacek ZUCHOWICZ ; Photos : Marta KOHLER ;

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.

