

POLOGNE

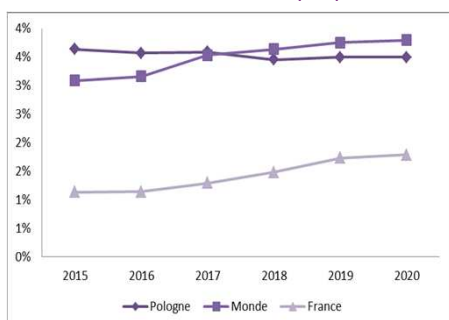
« Poland's new golden age » (The Economist)



S'implanter en Pologne

- ▲ Bénéficiaire des fonds structurels européens
- ▲ Fiscalité intéressante
- ▲ Marché intérieur important
- ▲ Coût faible de la main-d'œuvre
- ▲ Main-d'œuvre très bien éduquée
- ▼ Inégalités régionales
- ▼ Bureaucratie
- ▼ Faible qualité des infrastructures
- ▼ Lenteur du système judiciaire

Évolution de la croissance du PIB entre 2015 et 2020 (est.)



International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2016.

Contact :

Christophe PIQUEE
 Directeur d'Exploitation
 Tél : 06 76 75 78 91
 Christophe.piquee@pramex.com

1. Aperçu global du pays

Dans le dernier rapport de la Banque Mondiale, la Pologne est remontée à la 25^{ème} position du classement des pays pour leur facilité à faire des affaires, dépassant pour la première fois la France. Côté économie, pour ce pays qui est le principal partenaire commercial de la France en Europe centrale, tous les indicateurs sont au vert. La Pologne connaît son nouvel âge d'or, même si la situation intérieure politique devient moins stable.

2. Risque et climat des affaires

Indicateurs	France	Pologne
Risque souverain Standard & Poor's [AAA - CC]	AA	BBB+
Rating Coface évaluation du pays [A1 - D]	A2	A3
Rating Coface environnement des affaires [A1 - D]	A1	A2

3. Indicateurs clés

Indicateurs	France	Pologne
Rang du pays (PIB)	6	24
PIB (en Mds \$)	2 465	473
Croissance du PIB (2016, est.)	1,1%	3,5%
PIB /hab. (en \$)	38 172	12 459
Population (en M)	67	38
Population urbaine (%)	80%	61%
Rang du pays (population)	22	35
Stock d'IDE entrants (en Mds \$)	729	245
Rang du pays (IDE entrants)	8	23
IDH* [0 - 1]	0,89	0,84
Part de la population connectée à Internet	84%	67%
Dette publique (du PIB)	98,2%	51,9%
Facilité de faire des affaires [1 - 189]	27	25

*IDH: Indice de Développement Humain, se fonde sur trois critères majeurs : l'espérance de vie à la naissance, le niveau d'éducation et le niveau de vie

4. Données générales

- Capitale : Varsovie
- Langue officielle : Polonais
- Monnaie : Zloty polonais
- Région : Union Européenne
- Classification : Haut revenu - Membre OCDE

Sources : Banque Mondiale, Coface, ONUDE, PNUD, FMI, OCDE, Standard & Poor's, Oct. 2016

Pramex International, filiale de BPCE International, est le leader français du conseil en implantation internationale et en transactions, N°1 en gestion de filiales étrangères de Start-Up, PME et ETI françaises.

La Pologne vue par Pramex International

1. La Pologne aujourd'hui

Quel est le contexte économique polonais actuel ?

Malgré le contexte politique compliqué, l'économie polonaise ne perd pas sa robustesse. Après l'année 2015 où la croissance du PIB a atteint le niveau de 3,6 % au deuxième trimestre 2016, la croissance reste à un niveau supérieur à 3 %. Si l'on regarde les paramètres macroéconomiques en détail, on constate que la croissance du PIB est surtout tirée par la consommation et les exports polonais. Le seul bémol reste les investissements : ils ont reculé de 4,9 % au deuxième trimestre.

Quelles sont les perspectives du marché ?

Le moteur de la croissance en 2016 restera la demande domestique dopée par la situation sur le marché de travail (le niveau de chômage le plus bas depuis 25 ans) et les programmes de redistribution lancés par le nouveau gouvernement (500+, augmentation des salaires et retraites minimums). Le point noir sur ce paysage reste les investissements pénalisés par les décalages dans la mise en place des financements de la nouvelle perspective budgétaire européenne.

Malheureusement, les facteurs politiques vont peser négativement sur le potentiel de la croissance économique du pays du fait des incertitudes concernant la situation des finances publiques et la politique fiscale du gouvernement.

2. Opportunités pour les entreprises françaises

Pourquoi une entreprise française devrait-elle investir en Pologne aujourd'hui ?

Les atouts « classiques » de la Pologne restent valides : large marché intérieur, qualité de la main-d'œuvre, positionnement géographique, arrivée des fonds européens.

Aujourd'hui, les sociétés françaises doivent prendre en compte les consommateurs polonais. La consommation des ménages, pour les raisons évoquées précédemment, devrait maintenir le taux de croissance de 3-4 % sur les années à venir. L'augmentation des revenus disponibles, la classe moyenne grandissante couplée au rapprochement des modes de consommation entre la Pologne et l'Europe Occidentale constituent un tremplin de croissance intéressant.

Que conseillez-vous aux entreprises françaises qui souhaitent s'implanter en Pologne ?

Au préalable, il faut souligner que presque 40 millions d'habitants en Pologne ne signifie pas 40 millions de consommateurs potentiels. Les disparités économiques entre les régions et ses classes de population sont beaucoup plus criardes qu'en France.

Pour bien vendre aux consommateurs polonais, il faut être à l'écoute, bien cibler leurs besoins et être prêt et adapter rapidement l'offre d'entreprise à la demande exprimée par les clients potentiels. Proximité et rapidité de la réaction sont les deux mots clés pour réussir sur ce marché. En conséquence, pour bien vendre en Pologne, il faut souvent y être implanté.

3. Business Case

Une PME française s'implante en Pologne avec l'aide de Pramex International.

Présentation de l'entreprise :

Notre client est une entreprise industrielle, spécialisée dans la production et distribution de produits phytosanitaires.

Présentation de la problématique :

A la suite d'une opération de croissance externe, notre client a repris les fonds de commerce d'un autre groupe industriel en Pologne et dans les pays voisins. Etant donné le calendrier serré de l'opération, le client a sollicité les services de Pramex International pour mener à bien l'opération de transfert d'actifs.

Solutions apportées par Pramex International :

Le client a été conseillé et accompagné par l'équipe Corporate Management de Pramex International à Varsovie tout au long de la mise en place de l'organisation de ses activités en Pologne. Hormis les missions strictement liées à la création de la structure juridique, ou des questions fiscales, Pramex a accompagné le client sur des sujets purement opérationnels comme ouverture des comptes bancaires, négociation des contrats avec des partenaires locaux (assurances, location) et recherche de bureaux.

Lors de la phase de mise en place, l'équipe de Pramex Pologne a assuré le lien entre l'équipe reprise en Pologne par le client et le siège en assurant les suivis financier, comptable, juridique et bancaire de la filiale en organisation.

Après la phase de démarrage, Pramex International a assisté le client dans le processus d'internalisation de ses services administratives au sein de sa filiale.

« La Pologne est un marché à prendre au sérieux (...). Proximité et rapidité de la réaction sont les deux mots clés pour réussir sur ce marché. »



Interview de Marcin Tobor – General Manager Pologne
+48 22 434 20 27
marcin.tobor@pramex.com