

RHÔNE-ALPES ÉCONOMIE

L'Europe à 25 : une opportunité à saisir !

Le 1^{er} mai, l'Union européenne intégrera officiellement dix nouveaux Etats membres. Quels sont les enjeux de l'élargissement pour les entreprises françaises ?

Entre risques et opportunités, que peuvent-elles attendre de cette ouverture à l'Est ? Réponses avec des experts et des entreprises rhônalpines déjà présentes sur ces nouveaux marchés.

Par Fabienne Combier

Depuis les débuts de la construction européenne, l'Union n'avait pas connu un tel élargissement : dix nouveaux pays (Estonie, Lettonie, Lituanie, Slovaquie, République tchèque, Pologne, Hongrie, Slovaquie, Chypre, Malte), soit 75 millions d'habitants, vont rejoindre l'Union. Dans les faits, les pays d'Europe centrale et orientale (Peco) ont amorcé leur intégration dès l'explosion du bloc soviétique. "Ces pays sont déjà complètement intégrés aux échanges économiques avec le reste de l'Europe", souligne Dominique Brunin, directeur des relations internationales et européennes à l'Assemblée française des chambres de commerce et d'industrie (ACFCI). De leur côté, les grandes entreprises et les investisseurs européens n'ont pas attendu de 2004 pour tisser des liens avec leurs voisins.

Que se passera-t-il au 1^{er} mai ?

Concrètement, que va changer l'entrée dans l'Union de dix nouveaux membres ? Tout d'abord, "les droits de douane et assimilés vont disparaître", explique-t-on au Grex, le service international de la Chambre de commerce et d'industrie de Grenoble. "La majorité des marchandises circulera librement dans les 25 Etats membres. Ainsi, les entre-



"Les bénéfices de chaque nouvel élargissement sont bien supérieurs aux risques encourus", déclare Marc Poupinel-Descambres, directeur régional de la Coface.

prises assisteront à une simplification des formalités douanières avec le remplacement de la déclaration en douane par la déclaration d'échanges de biens." Conséquence directe : une intensification des échanges économiques. Une Union à 25 signifie, par ailleurs, une stabilisation monétaire et une amélioration de l'environnement juridique

grâce aux mêmes règles du jeu pour tous. "Les Français vont se sentir sécurisés par cette entrée officielle dans l'Union qui imposera les mêmes règles concurrentielles pour tous", soutient André Laurent, président de la Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Etienne. Parmi les dix nouveaux venus, chacun défend ses spécificités, fruits de

son identité culturelle, de relations historiques privilégiées ou d'une proximité géographique avec l'un ou l'autre des membres actuels de l'Union européenne. "Les pays baltes ont toujours maintenu des relations fortes avec la Russie et les pays nordiques, rappelle André Laurent. La Pologne, avec ses 40 millions d'habitants, fait miroiter un marché important aux Européens, même si elle connaît actuellement un ralentissement économique. La République tchèque s'appuie sur une forte tradition industrielle. Quant à la Hongrie, elle s'est tournée très tôt vers l'Europe." Aux huit pays d'Europe centrale et orientale (les Peco), il ne faut pas oublier d'ajouter les îles de Chypre et Malte. Avec à peine plus d'un million d'habitants, elles offrent cependant peu de débouchés pour les entreprises françaises.

Le spectre de la délocalisation.

Pendant un temps, les ex-pays de l'Est ont représenté un intérêt financier en raison d'une main-d'œuvre moins chère. Les entreprises y délocalisaient leur production. C'est encore vrai pour certaines qui ne voient pas la formidable porte d'entrée vers des marchés en plein développement. Mais

le phénomène de délocalisation vers les Peco s'essouffle peu à peu. Si elles n'ont pas délocalisé avant, les entreprises n'iront pas y implanter un site de production maintenant. On parle aujourd'hui plutôt de relocalisation, c'est-à-dire de production au plus près des marchés de consommation. "D'ici trois à cinq ans, le niveau des salaires aura rattrapé celui de l'Europe occidentale, prédit Guy Revol, délégué drômois de la Compagnie des acheteurs de France (CDAF). Le décalage s'opérera alors avec la Roumanie ou la Turquie notamment, car certaines délocalisations restent inévitables. Des sous-traitants, poussés par leurs clients, sont contraints de s'installer là où les coûts salariaux sont moindres." Sur ce point, les regards se portent plutôt désormais vers l'Asie. "Nos concurrents de demain se nomment la Chine et l'Asie du Sud-Est dans son ensemble", tempère Guy Revol.

Le délégué de la CDAF, cadre dirigeant de Rodet, entreprise de fabrication de mobilier de collectivités implantée à Anneyron, reconnaît par ailleurs : "Nous avons de plus en plus de mal à trouver de la main-d'œuvre en France, dans les métiers du bois par exemple. Or, les Peco ont conservé une culture des mé-

tiers traditionnels tout en ayant par ailleurs de très bonnes compétences techniques."

Un enjeu mal perçu. Du point de vue des échanges commerciaux, "les entreprises n'ont probablement pas conscience de tous les enjeux de l'élargissement pour leur propre développement", reconnaît Dominique Brunin. Les CCI relèvent en réalité une prospection plus récente de ces marchés par les PME-PMI françaises par rapport à certains concurrents étrangers très présents sur ces pays. "Depuis cinq à six ans surtout, nous constatons une préoccupation plus importante de leur part", remarque Pierre-Emmanuel Chauv, du Grex, à la CCI de Grenoble. Le réseau consulaire mène des actions de sensibilisation auprès des entreprises, notamment à travers les Euro Info Centres (EIC). "Nous sommes là pour aider les PME-PMI à résoudre les problèmes qu'elles pourraient rencontrer, les aider à saisir les opportunités du marché unique et les accompagner dans leurs démarches commerciales ou d'implantation sur place, explique Olivier Bozon, en charge de l'Euro Info Centre de Grenoble à Grex, et Pierre-Emmanuel Chauv, en charge de l'appui commercial sur ces marchés. Grâce aux 300 EIC présents dans 26 pays, nous bénéficions de partenaires dans chacun des pays d'Europe centrale et orientale." Grex s'appuie également sur le réseau des CCI françaises dans les pays candidats pour le soutien commercial, une convention de partenariat a même été signée avec la CCI française en République tchèque, il y a un an et demi. Les CCI ont un rôle évident d'information et d'accompagnement des entreprises. La Haute-Savoie dispose d'un EIC relais en lien avec l'ACFCI à Bruxelles. La Chambre de commerce et d'industrie de Haute-Savoie a mis au point en 2003 un programme "Exportise" pour accompagner l'entreprise dans son développement à l'international. Depuis deux ans, Emmanuelle Vigne, conseillère en développement international à la CCI de Lyon, anime le groupe CAP-Peco (Club d'appui pays) au sein de l'ACFCI. "Lors de ces rencontres, les

entreprises échangent leurs expériences, mutualisent leurs efforts et partagent leurs intuitions, confie Emmanuelle Vigne. Au début des années 1990, les entreprises avaient une vision faussée de la réalité, considérant les Peco comme des pays sous-développés. Depuis cinq ans, elles se montrent plus volontaristes dans leurs démarches commerciales et perçoivent les Peco comme une vraie zone d'implantation pour répondre aux marchés locaux. Notre rôle, au sein des CCI, est de détecter ces marchés futurs."

Si la France a multiplié par cinq ses exportations vers l'Europe centrale et orientale en dix ans, comme le constate l'ACFCI, elle marque cependant un retard par rapport à son voisin allemand. "Alors que l'Hexagone oscille entre 4 et 7 % de parts de marchés avec les Peco, l'Allemagne en réalise près de 30 % avec certains d'entre eux, estime Dominique Brunin. Pour elle, il s'agit quasiment d'un marché intérieur." La proximité géographique et culturelle, ajoutée au poids de l'économie, explique sans doute cette disparité, la France cultivant de son côté une longue tradition d'échanges vers les pays du bassin méditerranéen. "La chance à saisir pour la France, c'est que les Peco ne veulent plus être trop dépendants du grand frère allemand", souligne le directeur régional de la Coface, Marc Poupinel-Descambres.

Un "risque pays" qui s'estompe. "A chaque élargissement, les pays de l'Union ont exprimé des craintes, mais les effets bénéfiques se sont avérés bien plus importants, reprend-il. Nous travaillons déjà avec les nouveaux entrants. Le plus difficile, ce fut après la chute du Mur de Berlin. Les ex-pays de l'Est se sont tournés massivement vers les pays occidentaux. La Coface a dû faire face à des risques financiers importants. Désormais, les Peco réalisent 70 % de leurs exportations vers l'Union européenne. Aujourd'hui, l'élargissement correspond à une simple régularisation des échanges. Pour nous, il s'agit du prolongement d'un processus entamé avec l'explosion du bloc soviétique et qui se terminera dans 10 ou 15 ans lorsque ces pays



Délégué de la CDAF, Guy Revol affirme : "Question délocalisation, les entreprises occidentales portent davantage leur regard vers les pays d'Asie que vers les nouveaux entrants."

auront atteint le niveau moyen du PIB des Européens." La Coface, qui met à jour régulièrement le "risque pays", a catégorisé les dix nouveaux entrants parmi les pays avec lesquels les entreprises peuvent travailler à long terme. La Hongrie, la Slovaquie et la République tchèque sont considérées comme les plus avancées. A l'opposé, la Pologne, la Lituanie et la Lettonie doivent encore progresser, "mais ces pays reviennent de bien plus loin", note Marc Poupinel-Descambres. "Il n'y a pas en réalité de mauvais élève", ajoute-t-il.

Biens d'équipement et de consommation : un potentiel considérable. Avec les nouveaux membres, le marché européen comptera 450 millions de consommateurs. Certes les niveaux de vie restent encore disparates selon les régions. Mais "la zone d'Europe centrale et orientale fait preuve aujourd'hui d'une croissance économique supérieure à l'Europe occidentale et représente un potentiel de débouchés important", estime André Laurent, président de la CCI de Saint-Etienne. En 2002, selon la Coface, les Peco connaissent une croissance moyenne supérieure à 3 % contre 0,8 % dans l'Union européenne. Même si le PIB des dix nouveaux venus équivaut à ce jour à celui des Pays-Bas, la demande des futurs membres en biens et services augmentera incontestablement au fil du temps, d'où l'importance pour les Etats actuels de l'Union d'investir dans ces pays. D'après la Commission européenne, la demande domestique devrait progresser de 4,5 % en 2004 et la consommation privée de 3,6 %. Le parallèle est souvent établi entre l'entrée dans l'Union des Peco et celle de l'Espagne, du Portugal ou de la Grèce en leur temps. Les gains de pouvoir d'achat réalisés alors par la péninsule ibérique et son rattrapage du niveau vie européen moyen laissent présager des conséquences similaires, à terme, avec l'adhésion des Peco. "Plus des trois quarts des investissements étrangers dans les pays candidats auront vocation à répondre à la demande intérieure", prétend la Commission européenne. Dans ces conditions, "l'objectif des

entreprises françaises est bien de s'installer là-bas pour vendre sur ces nouveaux marchés en développement", poursuit André Laurent. "Il existe une relative adéquation entre l'offre ouest-européenne et la demande des Peco", précise Olivier Bozon. "C'est notamment le cas du secteur automobile, de l'agroalimentaire et des matériels de télécommunications. Dans le cas de l'énergie, de la métallurgie, de l'habillement et du textile, l'offre française apparaît, par contre, insuffisante face à la demande intérieure de ces pays. La France est présente en Pologne, en Hongrie et en République tchèque - il existe toutefois une marge de progression -, mais elle est très discrète dans les autres Peco, poursuit le Grex. Les études montrent que la France demeure encore 40 % en dessous de son potentiel d'échanges. Compte tenu du positionnement de la France sur des activités à forte valeur ajoutée, l'élargissement devrait être globalement plutôt positif en termes d'emplois." En dehors des biens et services quotidiens nécessaires à la population, les besoins en équipements industriels constituent également une opportunité pour les investisseurs occidentaux. Les Peco doivent restructurer, moderniser et diversifier leur tissu industriel.

Infrastructures : une modernisation nécessaire. Sur le plan des infrastructures, de grands chantiers sont en cours ou vont voir le jour, aidés financièrement par l'Union européenne. Routes, transports, réseaux ferrés, aéroports, logements, autant d'installations à construire ou à rénover et, pour les entreprises européennes, autant de marchés à se partager. "Certains espaces géographiques, telles les zones industrielles et minières, sont à reconstruire entièrement, souligne Dominique Brunin, à l'ACFCI. La différence entre zones rurales et urbaines est en réalité considérable. Si les grandes capitales sont suffisamment équipées, les besoins en infrastructures des espaces ruraux se font cruellement sentir." Selon le ministère du Commerce extérieur, les financements européens atteindraient 14 Mds€ de fonds structurels et 7,6 Mds€ de fonds de



"Dans des pays comme la Slovaquie ou la République tchèque, nous avons créé notre propre marché", assure Bernard Cuny, PDG du groupe Sécurité Expansion.

cohésion pour les grands projets d'infrastructures environnementales et de transports des dix nouveaux membres entre 2004 et 2006. La réalisation de nouvelles infrastructures est l'une des conditions nécessaires d'une intégration réussie. Souvent négligée, la qualité du réseau de transports apparaît bien comme un facteur clé pour véhiculer les flux de marchandises.

De nouveaux marchés à conquérir. Dans ce contexte de marchés en plein essor, les entreprises françaises disposent d'un potentiel de croissance conséquent. Selon la direction des relations économiques extérieures, "les PME-PMI françaises avancent quatre critères importants dans leur choix de localisation dans les Peco : la taille du marché, les coûts de production compétitifs, la main-d'œuvre qualifiée et la faible concurrence locale". Les PME-PMI positionnées sur des marchés de niche ont tout intérêt à s'installer très tôt dans les Peco. "Certains marchés n'existent pas encore. Il nous appartient de les créer et de dresser ainsi des barrières à la concurrence, affirme Bernard Cuny, PDG du groupe Sécurité Expansion, à Montbonnot (Isère). Le tout est de pouvoir tenir financièrement." Implanté depuis

cinq ans en Slovaquie et depuis un an en République tchèque, le groupe isérois, spécialiste des installations de sécurité, a créé là-bas son propre marché. Le potentiel de ces pays était considérable. "Mais il faut un marché de 10 millions d'habitants minimum, reprend Bernard Cuny. Dans ces conditions, les pays baltes, avec à peine un à trois millions d'habitants chacun, représentent des marchés trop petits." Pour Pierre-Emmanuel Chaux, du Grex : "Un des freins à l'investissement des entreprises tient à la taille des pays, relativement restreints, hormis la Pologne." L'important est aussi de tenir compte de la culture locale. Pour Bernard Cuny : "C'est à nous de nous adapter et non l'inverse, c'est pourquoi nous sommes allés chercher les compétences sur place." A terme, l'objectif du groupe isérois est d'être présent partout, mais de prendre le temps nécessaire pour cela.

Face aux groupes internationaux déjà bien implantés, et pour lesquels les échanges commerciaux avec les nouveaux entrants sont effectifs depuis une dizaine d'années parfois, les PME-PMI ont elles aussi une carte à jouer et une place légitime à conquérir. Mais il ne faut désormais plus attendre. ■



Routin : la grande distribution, un marché porteur

Présent en Pologne et en Hongrie depuis deux ou trois ans, Routin a développé là-bas une stratégie bien particulière. Le fabricant de sirops qui exporte 30 % de sa production dans 65 pays dispose en Europe centrale et orientale d'importateurs grossistes. Mais la part d'export dans les Peco représente seulement 1 % du chiffre d'affaires car il s'agit d'un marché de niche. "Nous vendons nos sirops pour une utilisation dans les boissons chaudes servies dans les Coffee shops", explique Jerry Hureau, directeur commercial de Routin (CA 2003 : 54 M€, 150 salariés environ). "Nous possédons 50 références (vanille, noisettes, chocolat blanc...) sur ce marché où nous touchons essentiellement une clientèle aisée. C'est pourquoi nous souhaitons maintenant être répertoriés dans les grandes surfaces sous la forme de sirop consommé "à la française" dilué dans l'eau. Nous sommes concurrencés sur ce marché par la production locale, mais nous comptons sur la qualité de nos produits et l'élévation du niveau de vie de la population. La disparition des droits de douane au 1^{er} mai va nous être très bénéfique, car aujourd'hui ils représentent 40 à 50 % du prix de nos sirops." Si en termes de qualité, la concurrence locale n'effraie pas Routin, l'entreprise de La Motte-Servolex (Savoie) souhaite se positionner rapidement dans la grande distribution avant de subir les assauts des Occidentaux. ■

ZRC : la demande existe, la concurrence aussi

"Trouver un bon partenaire sur place, le soutenir financièrement, l'aider à faire face aux concurrents : c'est la clé pour pénétrer un nouveau marché", explique Véronique Doche, responsable d'administration export chez Zuccolo Rochet & Cie (ZRC). Le spécialiste des bracelets-montres depuis 1904 exporte 28 % de son chiffre d'affaires sur les cinq continents, par l'intermédiaire de filiales de distribution ou de distributeurs grossistes. Depuis près de dix ans, la société haut-savoyarde est présente en Russie et, depuis l'explosion du bloc soviétique, a acquis une position déterminante en Hongrie, Slovaquie, Lettonie, Lituanie et Pologne. "La République tchèque, notre plus gros marché des Peco, est en fort développement en raison de l'émergence de la classe moyenne locale, précise Georges Brunet, directeur produits et marketing. Il existe une réelle demande intérieure, y compris pour des bracelets haut de gamme." L'allègement des contraintes administratives au 1^{er} mai est attendu avec impatience par ZRC, car il lui offrira une plus grande souplesse à l'export. Mais la préoccupation de la société basée à Seynod est d'arriver à se faire une place face à la concurrence des autres pays européens, eux aussi avides de répondre à la demande. "La pression fiscale exercée sur les entreprises françaises est plus que néfaste", alerte Georges Brunet. ZRC résiste cependant grâce à son service, à la qualité de ses produits et à son innovation. ■



Siebec suit ses clients

Concepteur et fabricant de pompes et systèmes de filtration pour les revêtements métalliques, Siebec (CA 2003 : 4 M€, 44 salariés à Fontaine, Isère) réalise de 50 à 55 % de son chiffre à l'export. "Nous expédions nos produits pour des clients installés en République tchèque, en Pologne et en Hongrie, déclare Noël Mercier-L'Abbé, directeur commercial. En réalité, nous avons adopté une démarche suiviste par rapport aux donneurs d'ordres qui délocalisaient dans les Peco." Depuis cinq ans, le leader français a connu une progression de 80 % de ses ventes vers ces pays. Présent par l'intermédiaire de réseaux de distribution, il s'est orienté vers les Etats au réservoir de population important (au moins 10 millions d'habitants). "Les pays baltes ou la Slovaquie représentent un potentiel de marché trop faible. Or, nous avons besoin d'instaurer une démarche rapidement rentable", remarque Noël Mercier-L'Abbé. Car, même si une part des produits expédiés dans les Peco est réexportée, la plupart desservent les marchés intérieurs via les distributeurs locaux. La République tchèque, par rapport à d'autres pays proches comme la Slovaquie, sert aussi de plaque tournante pour Siebec, mais également pour joindre des marchés plus lointains, tels l'Ukraine ou la Russie. "En faisant disparaître les barrières douanières, l'élargissement aux Peco facilitera grandement les échanges. Mais il faut se méfier tout de même de ces pays qui possèdent intrinsèquement la technologie pour rivaliser avec nous à moindre coût. Du moins pour quelque temps encore !" ■

Segepo : la Pologne, un grand marché d'avenir

Entreprise de décolletage basée à Saint-Lager (Rhône), Segepo (CA : 20 M€, 180 salariés) a créé, en 2000, une filiale en Pologne. Plus exactement, elle a racheté une société existante avec son atelier et une cinquantaine de salariés. Pourquoi la Pologne ? "En raison de la taille du marché, 40 millions d'habitants, souligne le PDG, Jean-Louis Pomeret, mais aussi des opportunités. Nous avons décidé d'accompagner nos clients, parmi lesquels les constructeurs et équipementiers automobiles, les industriels de l'électronique. La région polonaise où nous sommes implantés abrite déjà de nombreuses sociétés occidentales." L'objectif de Segepo est de répondre à la demande future. "Je ne me suis pas installé en Pologne pour une question de main-d'œuvre à bon marché, insiste Jean-Louis Pomeret. Si j'avais voulu délocaliser, je serais allé ailleurs car, d'ici dix ans, les coûts salariaux seront les mêmes qu'en Europe occidentale. Si les constructeurs automobiles ont rejoint les Peco, c'est bien pour y prendre des parts de marché." La production polonaise de Segepo est d'ailleurs consommée à 70 % sur place. Mais la Pologne sert aussi de base d'export. "Il est plus facile de commercer avec les pays d'Europe du Nord, comme l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la Suède ou le Danemark, à partir de la Pologne que de la France !" ■



Muguet : "Les Peco, une chance pour tous"

Installée à Charlieu (Loire), l'entreprise Muguet (CA : 3,5 M€, 23 salariés) se positionne sur deux marchés liés aux tissus techniques : l'ameublement (30 % du chiffre d'affaires) et les sièges et rideaux pour transports en commun (70 %), activité développée depuis les années 1960. Présente en République tchèque depuis 1997 en tant que fournisseur de Karosa, constructeur d'autocars, filiale d'Iribus, Muguet a renforcé sa présence dans les Peco depuis 2000. "Nous assistons à une forte évolution des besoins de transport, en Hongrie comme en République tchèque notamment, explique le PDG Laurent Mainaud. En l'espace de dix ans, le parc des autocars s'est renouvelé, les routes sont devenues plus praticables, et l'équipement en transport de tourisme s'est modernisé pour répondre à la demande locale, mais surtout pour répondre à la relocalisation des productions des fabricants européens dans ces pays." Muguet a accompagné les donneurs d'ordres en Europe centrale dès le début du mouvement. Cela lui permet aujourd'hui de fournir les plus grands constructeurs français et allemands implantés là-bas. "S'installer parmi les premiers représentait un risque à traduire en chance, analyse Laurent Mainaud. L'élargissement constitue une opportunité pour ces pays, mais également pour l'Europe occidentale grâce à la multiplication des échanges commerciaux. Nous avons, bien sûr, déjà des relations avec les Peco, mais elles seront désormais facilitées. De notre côté, nous devons être capables d'assurer une plus grande efficacité pour satisfaire la demande soutenue des constructeurs. Dans ce nouveau challenge, le savoir-faire, la créativité et le service font partie de nos atouts." ■



Rexor mise sur l'industrialisation des Peco

Dans son usine de Paladru (Isère), Rexor (CA : 28 M€, 180 salariés) se consacre à la transformation de fils et films métalloplastiques. Elle réalise 35 à 40 % de son chiffre d'affaires dans une quarantaine de pays. "Nous expédions notre production dans toute l'Europe centrale et orientale, remarque Frédéric Kern, directeur commercial. Historiquement, nous avons démarré avec l'industrie textile, mais aujourd'hui celle-ci est complètement sinistrée car les industriels délocalisent désormais en Asie." Rexor vend également des bandes d'arrachage pour les producteurs locaux ou les filiales des groupes agroalimentaires, ainsi que des films de marquage à chaud pour l'industrie graphique locale. "Ces deux marchés peuvent croître rapidement, car les Peco n'ont pas encore atteint leur degré optimal d'industrialisation, estime Frédéric Kern. L'idéal est d'arriver parmi les premiers sur place, comme nous avons pu le faire pour le textile et les bandes d'arrachage, car ensuite il devient très difficile de gagner des parts. Nous affrontons en fait les mêmes concurrents qu'en Europe occidentale. Depuis peu, nous nous installons sur un nouveau marché : l'emballage souple, en films métallisés ou enduits, grâce à notre nouvelle maison-mère, Jindal, producteur indien de films polyester et polypropylène." Malgré la forte demande intérieure, Rexor n'envisage cependant pas une implantation locale, car son activité exige un savoir-faire spécifique et des investissements d'équipements conséquents. ■

Pour en savoir plus

■ Les Euro Info Centres (EIC).

26 EIC en France, dont deux en Rhône-Alpes (Lyon et Grenoble), et un EIC relais en Haute-Savoie.

EIC de Grenoble : Grex, place Robert-Schuman à Grenoble (38000). Tél. : 04 76 28 28 43. Spécialisé dans les marchés publics européens.

EIC relais de Haute-Savoie : 5, rue du 27^e BCA à Annecy (74000). Tél. : 04 50 33 72 05.

EIC de Lyon : 16, rue de la République à Lyon (69002). Tél. : 04 72 40 57 46.

■ Sur le web :

<http://www.dree.org/elargissement/def2.htm>

<http://www.industrie.gouv.fr/eic/elargissement>

<http://www.europe.gouv.fr>

http://www.europa.eu.int/pol/enlarg/index_fr.htm

<http://www.coface.fr>



L'informatique version TPE

Ses dix ans de métier en SSII pour les grands comptes ont permis à Karine Ankri de détecter le manque de solutions adaptées aux TPE. "Mon expérience de directrice technique au sein d'une SSII lyonnaise m'a également aidée à mieux appréhender les différents postes d'une entreprise", explique-t-elle. En 2002, poussée par le désir d'une plus grande autonomie, elle décide de sauter le pas et crée une SARL. Basée à Villefranche, Area Systèmes cible les besoins en informatique des entreprises de moins de dix salariés. "L'idée était de concevoir des logiciels simples d'utilisation, intégrant les nouvelles technologies, explique la gérante. Le mode nomade est ainsi très apprécié par les clients. Le commercial peut passer directement sa commande en ligne, le gérant surveiller plusieurs établissements." Ce logiciel couvre pour l'heure une dizaine de métiers, de la mécanique au négoce, en passant par la maçonnerie. Commercialisé depuis août 2003, il connaît un franc succès auprès des petites sociétés du grand quart Sud-Est. Avec 80 licences vendues en quelques mois, Area Systèmes peut envisager l'avenir sereinement, même si la gérante se refuse à annoncer des prévisions de chiffre d'affaires. Karine Ankri compte recruter quatre commerciaux cette année afin de prospecter la région parisienne et l'Alsace. ■

Rubrique réalisée par Dominique Bonnot, Fabienne Combier, Laurence Merland et Annie Victor.



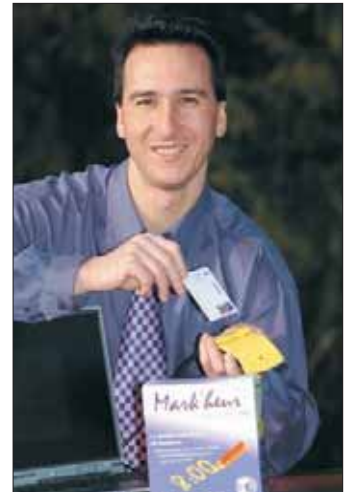
UN STYLE UNIQUE

Arrivé en février 2001 à la présidence du directoire de Carré Blanc, à Roanne, Claude Jantet a dû gérer une situation délicate, après le rachat de l'entreprise par les salariés. "Il a d'abord fallu réorganiser complètement la société", souligne l'ancien dirigeant de Rossignol. Depuis sa création en 1982, Carré Blanc, le spécialiste du linge de maison, a acquis sa notoriété grâce à un style bien identifiable : de larges motifs géométriques, animaliers, floraux. "Un achat sur deux fait l'objet d'un cadeau, preuve que notre marque est recherchée", constate Claude Jantet. Avec ses 215 points de vente, dont 46 à l'étranger, le dirigeant a souhaité mettre l'accent sur le développement international. Déjà présente en Pologne avec sept unités, la société en a ouvert trois nouvelles ce printemps et inaugurerait bientôt son troisième point de vente en Ukraine. A cela, s'ajoutent d'autres franchises dans une vingtaine de pays. "Nous réalisons 20 % de notre chiffre d'affaires à l'export. Mon objectif est de doubler notre réseau à l'international d'ici 2006 pour atteindre une centaine de points de vente, annonce Claude Jantet. En 2003, nous avons étendu notre gamme aux saveurs et cosmétiques et nous avons acquis la licence exclusive de la griffe Roland Garros." Parmi les projets du groupe (CA 2003 : 65 M€, 150 salariés) : la modernisation des boutiques et le développement des accessoires dans la lignée du style Carré Blanc. ■



Robots manipulateurs

"Flacons, produits agroalimentaires... nous sommes un peu les spécialistes des produits fragiles et des manipulations délicates", remarque Hervé Henry, 41 ans, directeur de Saint-Etienne Automation. L'idée de créer sa société taraudait depuis longtemps cet ingénieur robotique originaire du Mans. C'est chose faite depuis mai 2002, associé à la société SEA à Nantes et à son PDG, Daniel Durand. Auparavant, Hervé Henry a travaillé pendant huit ans au sein du groupe Vinci avant de devenir directeur du département Productique de la société Courbon à Saint-Etienne. Spécialisée dans l'automatisation, la robotisation et dans l'informatique industrielle, Saint-Etienne Automation exerce ses compétences dans les secteurs de la mécanique et de l'automobile (25 %), de l'agroalimentaire (40 %) et de la verrerie. Des marchés de niche dans lesquels la petite société (CA des 18 premiers mois d'activité : 600 k€, 6 personnes, objectif 2004 : 1 M€) se distingue et conduit différents projets. Elle a ainsi conçu un équipement pour le packaging des flacons de parfum. Et vient de recevoir une aide de l'Anvar (70 k€) pour le développement d'un robot à haute cadence. Ses clients ? Saint-Gobain, Hermès, General Motors, Pasquier, la fromagerie Guilloteau... "Notre métier est d'abord un métier d'intégrateur. Mais notre activité de R&D nous permet de travailler avec nos clients en amont du projet", explique Hervé Henry, qui souhaite aussi développer l'activité de Services & Maintenance dans la région Rhône-Alpes. Labellisée Loire Entreprendre, 1 001 talents et lauréate du concours Talents 2003 piloté par les Boutiques de gestion, la société a reçu le Master 2004 de la Création d'entreprise remis par Christian Poncelet, président du Sénat. ■



GESTIONNAIRE DU TEMPS

Ancien cadre chez Cegetel où il a développé ses compétences en informatique et architecture réseaux, Philippe Cegarra a créé sa propre société, Timelog, en août 2003, à Bourgoin-Jallieu. Il a reçu pour son projet une subvention de Nord-Isère Initiative et le prix 1 001 Talents décerné par la Région. "Je me suis rendu compte qu'il existait un marché dans les logiciels de gestion du temps. L'adaptabilité aux besoins de productivité, la variabilité du temps de travail, le turn-over rendent difficile la gestion des temps de présence. Or, les badgeuses et terminaux de pointage ne répondent pas forcément aux besoins des PME-PMI." Philippe Cegarra a donc conçu un logiciel, baptisé Mark'heur. Il s'intègre au système d'information de l'entreprise, est accessible partout sans câblage, s'installe facilement et offre un mode simple d'administration. Le principe ? Un badge sans contact détecté par un lecteur USB qui recueille toutes les informations dans une base de données. Après un an et demi de développement, et suite à une commercialisation en septembre dernier difficile, la stratégie commerciale s'est orientée vers un produit clés en main. Vendu par correspondance, il est valorisé sur un site Internet qui a vu le jour en janvier 2004. Plus de 500 visites ont été réalisées sur le web en février, et une dizaine de produits vendus. Philippe Cegarra entend doubler son chiffre d'affaires en mars et diversifier son réseau de distribution prochainement. ■



Compacteur passe-partout

Responsable du service après-vente chez un fabricant de matériel de voirie, Emmanuel Chaze a pu constater les problèmes techniques rencontrés par les clients sur le terrain. En contact avec de nombreux responsables de centres techniques municipaux, il s'est aperçu que l'une de leurs difficultés récurrentes dans ces services portait sur la collecte des déchets en vrac. "Après une étude approfondie des matériels existants et l'avis des utilisateurs, je me suis penché sur la conception d'un nouveau compacteur, explique-t-il. J'ai alors décidé, en 2001, de créer ma propre société, Golgoth." Implantée à Taulignan dans la Drôme, la SARL, qui emploie aujourd'hui trois salariés, s'est donc spécialisée dans la conception, la fabrication et la collecte des déchets ménagers. Emmanuel Chaze s'est vu récompenser par le prix régional 1001 Talents et par l'Anvar pour le caractère innovant de son compacteur, un système breveté. "La différence avec les bennes existantes ? Sa forme cylindrique, unique sur le marché, sa largeur, 1,80 m seulement, qui lui permet de se faufiler dans les petites rues, sa capacité de 4 à 5 m³, son chargement latéral, sa très grande puissance de compactage", précise le concepteur. Sa réalisation en acier inoxydable lui assure par ailleurs un très faible taux d'usure. Commercialisé depuis décembre 2003, le compacteur signé Golgoth a déjà été distribué à cinq exemplaires en France. ■



LE GOUT DU SERVICE

L'accueil et la qualité du service, c'est le cheval de bataille de Danièle Fechoz, depuis 12 ans à la tête du Grand hôtel des thermes de Brides-les-Bains. Si cet hôtel trois étoiles ne dispose pas de conciergerie, deux personnes sont mobilisées en permanence à l'accueil pour répondre aux demandes des clients : réservation de matériel, de cours et de forfaits de ski, mais aussi de soins d'hydrothérapie aux thermes... Profitant de la situation de la petite ville thermale reliée en 20 minutes de télécabine à la station de Méribel, le Grand hôtel des thermes peut, en effet, proposer des formules mixtes associant ski, remise en forme et diététique. "Les produits tout compris sont de plus en plus demandés par la clientèle, observe Danièle Fechoz. La suppression pour la saison 2003-2004 de la surtarification des forfaits au départ de Brides favorise l'achat de titres pour le domaine des Trois Vallées." "Mais, remarque encore la directrice du Grand hôtel des thermes, les touristes qui viennent à Brides ne sont pas motivés uniquement par le ski, ils apprécient ici le calme et le savoir-faire en matière de soins de bien-être." Pour les satisfaire, l'hôtel met à leur disposition un espace avec jacuzzi, piscine, sauna, salle de massage... Depuis le début de l'année 2004, les intervenants touristiques de Brides et Méribel Alpina mènent une réflexion sur l'avenir de la station. "Il s'agit d'imaginer de nouvelles formules combinant plus étroitement ski et remise en forme et d'améliorer encore la qualité du service", explique Danièle Fechoz. Dans ce domaine, Brides-les-Bains a déjà une longueur d'avance. ■



Au four et au moulin

A la suite de la liquidation judiciaire des Papeteries de Moulin Vieux, en juin 2000, Jean-François Simon décide, avec l'appui de partenaires financiers, de relancer une société par rachat des actifs. Il reprend 87 salariés, soit la moitié de l'effectif, 60 % des capacités de production et 75 % du chiffre d'affaires. Moulin Vieux SA conserve les marchés des Papeteries situées à Pontcharra (Isère) : les papiers pour l'édition, les notices pharmaceutiques et, surtout, l'affiche, secteur où l'entreprise se positionne au deuxième rang mondial. Avec 36 % de croissance entre 2001 et 2002, Moulin Vieux (CA 2002 : 23 M€, 92 salariés) démarre en force. "Aujourd'hui, nous sommes au maximum de nos capacités de production, avec 23 000 tonnes de papier par an, précise le PDG. Notre ambition : atteindre 36 000 tonnes, ce qui signifie passer à cinq équipes de production." Grâce au renforcement du poste R&D, Jean-François Simon prévoit également la sortie prochaine de deux nouveaux produits, dont un papier ignifuge, un marché typiquement français. Moulin Vieux exporte par ailleurs 35 % de sa production dans plus de 40 pays. Trésorier du Groupement des industries papetières du Sud-Est, Jean-François Simon assure passer "100 % de son temps à Moulin Vieux, et 30 % ailleurs !" Vice-président et cofondateur d'Alpes Grésivaudan Initiative avec le PDG de Silicomp, Jean-Michel Gliner, il est également le directeur général de Marex, une société de commercial export, à Montbonnot. ■



DES CHANTIERS A LA PELLE

PDG de Mecalac-Alhmann depuis 1988, Henri Marchetta a toujours travaillé dans le secteur des engins de travaux publics. PME européenne (CA : 80 M€, dont 60 % à l'export, 400 salariés), Mecalac-Alhmann dispose de trois sites de production, à Annecy-le-Vieux, à Albens et en Allemagne, et possède 150 points de distribution dans toute l'Europe. Ses innovations lui ont permis d'acquérir 40 % des parts de marché en France et 15 % en Europe. Spécialiste des engins de travaux publics pour chantiers urbains, Mecalac-Alhmann appuie sa stratégie sur trois axes : la croissance, par le développement géographique et l'élargissement de sa gamme de produits ; l'innovation ; l'excellence. Les engins pour chantiers urbains répondent à des contraintes bien spécifiques : "En ville, vous devez pouvoir réaliser le maximum d'opérations avec une seule machine, car l'espace est restreint. Maniables et compactes, nos pelles doivent non seulement être polyvalentes, mais également assurer le confort et la sécurité de l'ouvrier." Déjà forte d'une quinzaine de brevets, la société commercialise depuis novembre dernier de nouvelles pelles sur roues ou chenilles, toujours plus polyvalentes et sécurisées. Président national et vice-président européen du Syndicat des matériels de travaux publics, Henri Marchetta connaît mieux que personne son secteur et sait être attentif aux attentes de ses clients. ■

10 nouveaux pays, 10 nouveaux marchés à saisir ?

Dès le 1^{er} mai prochain, l'élargissement de l'Union européenne à la Pologne, la République tchèque, la Slovaquie, la Lettonie, la Lituanie, l'Estonie, la Slovénie, la Hongrie, Malte et Chypre facilitera l'accès à un marché de 75 millions de personnes. Cet événement historique, qui a suscité de légitimes interrogations de la part des chefs d'entreprise, est avant tout porteur de perspectives de développement pour les entreprises rhônalpines.

Depuis plus d'un an, pour répondre aux questions des chefs d'entreprise, pour les aider à dépasser leurs inquiétudes et les préparer à saisir de nouvelles opportunités, les CCI de Rhône-Alpes leur proposent des réunions d'information, des rendez-vous individuels avec des experts, des participations à des salons ou missions dans les dix pays concernés.

Des partenaires économiques en pleine progression

Aujourd'hui partenaires économiques modestes de l'économie de Rhône-Alpes, les futurs Etats membres représentent pour les entreprises rhônalpines des opportunités de tisser des liens et de développer, voire selon les cas de renforcer des affaires. Les échanges de Rhône-Alpes avec les dix pays entrants, même s'ils sont sans commune mesure avec ceux effectués avec les 14 autres pays de l'Union européenne, représentent déjà 3,01 Mds€, soit environ 4,7 % du commerce extérieur régional. En 2003, les exportations rhônalpines vers les dix nouveaux accédants ont atteint 1,91 Md€, soit 5,56 % des exportations totales de Rhône-Alpes. Quant aux importations rhônalpines en provenance de ces mêmes pays, elles se chiffrent à 1,1 Md€, soit 3,83 % des importations totales de Rhône-Alpes. La Pologne, la République tchèque et Malte sont pour Rhône-Alpes des partenaires plus actifs que certains Etats de l'Union européenne actuelle, tels le Danemark et l'Irlande. Dans ce palmarès, la Hongrie devance également la Grèce. En 2003, les dix pays entrants ont été une des deux zones économiques dans lesquelles les échanges commerciaux ont progressé. En termes de produits exportés, des spécificités sont notables : 98 % des exportations vers Malte sont constituées de composants électriques et électroniques ; les produits de l'industrie automobile composent à 56 % celles vers la Slovénie. Vers la Pologne et la République tchèque, ce sont les composants électriques et électroniques, les produits chimiques et ceux de l'industrie automobile qui prédominent. Enfin, vers les six autres futurs membres, les exportations sont plus diversifiées.



Les 10 futurs Etats membres Population et PIB/habitant exprimé en SPA*

| | |
|---------------------|-----------------------------|
| Rép. tchèque | 10,3 millions - 13 500 SPA* |
| Lituanie | 3,7 millions - 6 600 SPA* |
| Estonie | 1,4 million - 8 500 SPA* |
| Pologne | 38,7 millions - 8 700 SPA* |
| Lettonie | 2,4 millions - 6 600 SPA* |
| Slovaquie | 5,4 millions - 10 800 SPA* |
| Hongrie | 10,1 millions - 11 700 SPA* |
| Chypre | 0,8 million - 18 500 SPA* |
| Slovénie | 2 millions - 16 100 SPA* |
| Malte | 0,4 million - 11 900 SPA* |

Préparer les entreprises à agir

Face à cette nouvelle donne, les attentes des chefs d'entreprise ont été et sont encore nombreuses. Elles concernent par exemple les coûts salariaux, les écarts de productivité, les formalités administratives, les niveaux de vie, les modes de prospection, les réseaux de distribution... Pour leur répondre, les 12 CCI de Rhône-Alpes ont mis en place dès 2003 un dispositif d'appui visant à informer les entreprises de la région sur les enjeux de l'élargissement et à les accompagner dans leurs actions de développement commercial. A ce jour, plus de 500 chefs d'entreprise ont participé à 18 réunions d'information, 13 sessions de rendez-vous individuels avec des experts, et à des missions ou des salons dans les dix pays concernés. "Notre programme de conférences, d'ateliers, de rencontres sur l'élargissement de l'Union européenne est très opérationnel et permet aux chefs d'entreprise de disposer d'éléments concrets pour mieux appréhender les opportunités et la concurrence liées à la naissance de l'Europe des 25. Les échanges entre entrepreneurs déjà présents sur ces marchés et les chefs d'entreprise qui entendent s'y développer sont aussi très bénéfiques", souligne Alain Zakarian, directeur de CCI International. "En 2004, 16 actions d'appui aux entreprises sont déjà programmées, y compris des rendez-vous avec des experts, des missions commerciales en Pologne, des participa-

tions à des salons internationaux. Notre objectif est d'aider les entreprises à mieux décider et à agir. Comme pour les autres marchés internationaux, elles pourront également bénéficier de prestations individuelles, tel l'appui au développement commercial, proposées par les 12 CCI de Rhône-Alpes", rajoute-t-il. ■

Pour en savoir plus :
www.rhone-alpes.cci.fr

L'UE des 15 : 22 500 SPA*
France : 22 200 SPA*

* PIB / hab. exprimé en SPA (standards de pouvoir d'achat).

Le SPA est une unité qui représente un volume identique de biens et de services dans chaque pays, quels que soient les niveaux des prix. La valeur d'une unité SPA correspond plus ou moins à 1 euro.

Source : chiffres 2001 DG Elargissement de la Commission européenne



Nouvelles liaisons aériennes de Rhône-Alpes vers des futurs Etats membres

Pour favoriser des échanges en constante progression, l'aéroport Lyon-Saint-Exupéry a récemment ouvert des lignes vers Prague, Varsovie et Larnaca, et créera en juillet un vol quotidien vers Budapest. Des initiatives supplémentaires pour que Rhône-Alpes conserve son atout de carrefour de communication européen, alors que le centre de gravité de l'Europe va indéniablement se déplacer vers l'Est.