

Reportage Pologne

La Pologne, un acteur avec lequel il faut compter

Déloyale pour les uns, composante naturelle du marché pour les autres, la concurrence polonaise cristallise les passions. Une chose est sûre, il faut compter avec elle puisque la France est son troisième marché à l'export.

Martine Léonard à Poznan

« La concurrence polonaise ? C'est une nouvelle composante du marché, un adversaire de plus avec lequel on doit composer, constate Christelle Eckert responsable marketing et communication chez Deceuninck. C'est aussi une concurrence agressive en terme de prix. Mais Deceuninck et les Menuisiers Pévécistes ont les armes pour y faire face : produits à valeur ajoutée, innovations, services, proximité, réactivité, etc. Aujourd'hui, la Pologne est la première mais après ? D'autres concurrents vont arriver. Il faut se préparer, se structurer, se réorganiser, se remettre en question, renforcer les services clients. »

De son côté, Pascal Gouraud, directeur commercial chez Janneau Menuiseries, note : « ils sont arrivés en force à Equipbaie 2012 et nous les avons retrouvés l'an dernier à Batimat avec des produits et des services répondant mieux aux spécificités du marché français ainsi qu'avec une offre, et c'est nouveau, adaptée à la rénovation. » De même, les fabricants polonais peaufinent leurs méthodes commerciales. S'ils disposent de commerciaux sur le terrain et/ou d'équipes bilingues dédiées comme Mirox, certains projettent d'installer une représentation en France. D'autres sont déjà présents : **Fakro** au travers de sa filiale depuis 2003, Oknoplast avec son agence rennais et Drutex depuis l'an dernier.

« Outre d'importantes opérations de communication et une solide prospection commerciale sur le terrain,

gain de marge à la clé, les Polonais pratiquent des prix très très agressifs, poursuit Pascal Gouraud. Dans une conjoncture tendue, nous ne cherchons pas à gagner la guerre des prix. Mais ceci nous donne l'opportunité de valoriser notre savoir-faire et nos avantages clés : largeur de gamme, capacité d'innovation et services. La fabrication française est aujourd'hui aussi un argument très fort. »

Le salon Budma qui s'est tenu à Poznan du 11 au 14 mars dernier a accueilli des exposants polonais mais aussi étrangers. Parmi les marques commercialisées en France citons Hörmann, Simu, Griesser, Locinox, Cover Group, Glassolutions, Internorm, Velux et Zurfluh-Feller.



L'industriel Alukov propose un abri télescopique qui s'ouvre latéralement et sert d'abri de terrasse.

Spécialisée dans les fermetures, la société Wisniowski réalise 70 % de son activité en Pologne, 30 % à l'export. Objectif : atteindre 70 % à l'étranger. Elle a participé pour la première fois à Batimat l'an dernier et souhaite créer un réseau de distributeur en France, Suisse et Belgique.



Une réponse industrielle donc. Moderniser ses unités de production ou en construire de nouvelles à l'image de Bouvet, Janneau Menuiseries, MC France, Lapeyre, Mantion, Swao... permet non seulement d'accroître la capacité de production mais surtout de réduire

les coûts de productivité. « A nous de trouver de bonnes stratégies, ajoute Pascal Gouraud. D'autant que d'autres concurrents arrivent sur le marché, les Autrichiens les Tchèques, les Hongrois, les Albanais. » Et bientôt les Chinois...

La Pologne, premier exportateur de fenêtres bois et PVC

Selon un industriel du secteur, la Pologne serait le premier fabricant européen de fenêtres avec quelques 20 millions de pièces et représenterait 9 à 10 % de part de marché en France. « Leurs produits sont peu innovants mais de bonne qualité et à des prix très intéressants reconnaissent les poseurs, dit-il. Et pour cause ! Ils sont aidés par le gouvernement polonais qui rétrocède une partie des subventions européennes à ce segment de marché. Dans certaines régions, on peut même parler d'un véritable plan de reconversion industrielle. »

C'est précisément là que le bât blesse. D'ailleurs, le syndicat européen European Plastic Window Association (EPW), auquel adhère l'UFME, a déposé une plainte au nom de l'ensemble des fabricants européens de fenêtres auprès de l'Union européenne contre le dumping polonais.

Une chose est sûre, la Pologne est le deuxième pays exportateur de portes,

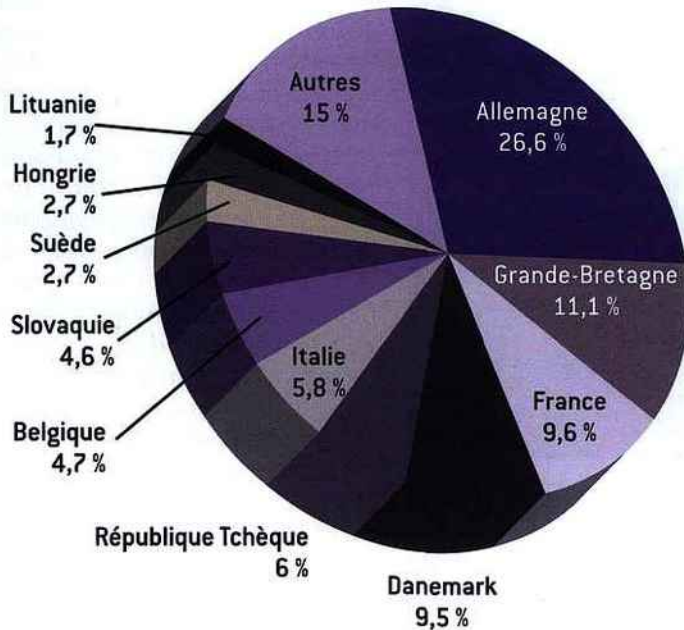
Nexbau : une offre complète

Créée en 1992 par Roman Bauta, la société débute l'année suivante une collaboration avec l'allemand Hörmann dont elle est devenue « partenaire autorisé » en 2001. Nexbau démarre la production de fenêtres et de portes en PVC en 1995 ; l'aluminium suit en 1998, le bois en 2001. Pour faire face à une production croissante, l'entreprise agrandit ses locaux dédiés au PVC en 2005, au bois (2007) et à l'aluminium (2008).

A la fois fabricant et installateur (pour les constructeurs), Nexbau commercialise aussi ses produits auprès des poseurs/installateurs et des particuliers pour lesquels elle a mis en place un département de trois personnes. La société emploie 110 salariés et exporte en Allemagne, en Suisse, en France et au Benelux.



Les exportations de menuiseries polonaises en Europe (au 1^{er} septembre 2013)



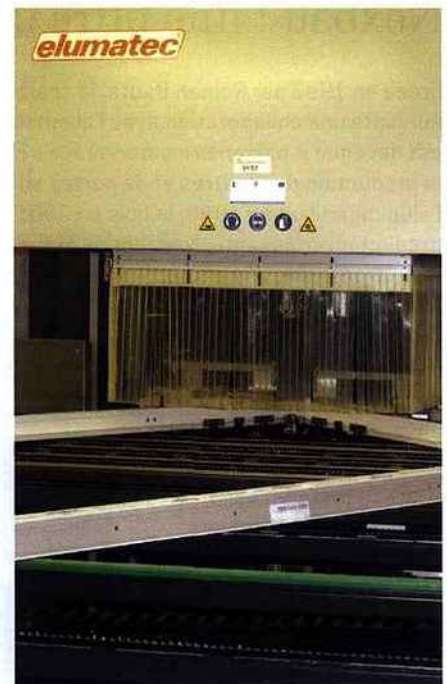
Source : ASM sur la base de données de l'Office central de la statistique et Eurostat.

fenêtres et seuils de portes en Europe (derrière l'Allemagne) avec 1,07 milliard d'euros en 2012⁽¹⁾ (731,3 millions en 2009). En revanche, concernant les fenêtres en bois et en PVC elle devance l'Allemagne avec, respectivement, 305,5 millions d'euros (224,7 en 2009) et 510,8 millions d'euros (330,9 en 2009). Mais surtout si les exportations de menuiseries et fermetures PVC ont progressé de 1,95 %⁽²⁾, le bois a bondi de 31,76 % et l'aluminium de 19,95 % ; l'acier se situant à 0,11 %. Et puis, la Pologne est une terre privilégiée d'investissements. D'après Ubifrance, si les flux d'investissements directs étrangers (IDE) vers la Pologne se sont repliés avec la crise de la zone euros de 2012/2013, ils devraient retrouver leur dynamisme avec la reprise. Selon le rapport des investissements mondiaux 2013 publiés par la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (Cnuced), la Pologne demeure l'une des destinations privilégiées des IDE en Europe et figure à la 14^e place des pays jugés les plus attractifs par les compagnies transnationales pour 2013/2015. D'ailleurs,

Mirox mise sur l'export



Cette entreprise familiale, fondée en 1988, emploie 170 personnes dont 100 poseurs. Elle fabrique des fenêtres (à frappe, coulissantes, oscillo-coulissantes), des volets roulants, des portes d'entrée en PVC et en aluminium. S'y ajoute une gamme de portes de garage sectionnelles, enroulables, basculantes et des portillons. Sa capacité de production actuelle est de 150 fenêtres par jour. Mirox commercialise ses produits en Pologne auprès des constructeurs, des collectivités et des particuliers. La société qui s'est lancée à l'export il y a cinq ans y réalise aujourd'hui 17 % de son chiffre d'affaires. Elle est présente en Allemagne, en Belgique, aux Pays-Bas, en Suède, en Norvège et en France. Son prochain challenge ? L'Afrique du Nord et plus précisément l'Algérie, le Maroc et la Lybie.



le stock d'IDE en Pologne a, presque, quadruplé depuis l'adhésion de cet état à l'Union européenne le 1^{er} mai 2004. Il s'élevait à 178,3 milliards d'euros fin 2012.

La France, 3^e investisseur en Pologne

On le sait peu, mais la France est un investisseur majeur en Pologne. Avec environ 22 milliards d'euros d'investissements, la France est le 3^e investisseur étranger en Pologne, derrière l'Allemagne (26,9 milliards d'euros) et les Pays-Bas (26,3)⁽³⁾. Mais comme certains investissements d'origine française parviennent en Pologne via des canaux financiers étrangers (notamment néerlandais et luxembourgeois), la France serait en réalité presque à égalité avec l'Allemagne et devancerait les Pays-Bas et les États-Unis.

Au sein de l'Union européenne, c'est la Pologne qui compte le plus de filiales françaises. Environ 800 entreprises françaises, employant plus de 150 000 salariés, sont implantées en Pologne (France Télécom, Vivendi, Vinci, Bouygues, Carrefour, Crédit Agricole, Société Générale, Saint Gobain, Lafarge, Auchan, EDF, Dalkia, Accor, Canal +, etc).

Les investissements français se concentrent majoritairement dans le secteur de la production industrielle (28 %), de l'énergie (13 %, forte présence d'EDF, Alstom, Dalkia...), des télécommunications (25 %) et dans celui de la grande distribution commerciale (15 %).

Là aussi, ces entreprises bénéficient des subventions européennes. Tel Bonduelle qui affiche fièrement sur ses flans de son usine de Poznan : « *usine construite avec l'aide de la communauté européenne* ».

[1] ASM sur la base des données d'Eurostat et de l'Export Helpdesk.

[2] Source ASM/ Centre de recherche et d'analyse de marché (trois premiers trimestres de 2012 et 2013).

[3] Source UbiFrance



▲ L'Europe de l'Ouest constitue un important marché pour l'extrudeur Aluplast qui exporte aussi en Chine, Inde, Argentine, Indonésie, Australie, Mongolie, Iran, Russie, à Singapour, au Brésil et au Mexique. Particularité de la société : elle ne se limite pas à vendre ses profilés mais apporte un véritable accompagnement marketing, connaissance du produit, législation, conseils, aide à la vente, à ses clients menuisiers.



▼ Le fabricant de portes de garage Krispol propose des rideaux industriels perforés sur lesquels il est possible d'apposer un logo.

