

## 8.3. La Pologne : Un pays résilient et plein d'atouts

*Si, comme ailleurs, le COVID-19 y a fait des dégâts sanitaires et économiques, ce pays résilient devrait rapidement se relever. Doté de bien des atouts, il présente de nombreuses opportunités pour les exportateurs wallons.*

Un dossier de jacqueline REMITS

La Pologne, un marché de plus de 38 millions de consommateurs potentiels d'un PIB affichant une croissance d'environ 5% depuis 2018, mérite tout l'intérêt des exportateurs wallons. Chaque année, l'AWEX y organise une mission multisectorielle. « La Pologne est un marché intéressant, confirme Céline Curvers, Area Manager pour la Pologne à l'AWEX. Nous organisons chaque année au moins une mission vers ce pays, l'un des plus grands marchés européens. » La mission sera basée à Varsovie, des rendez-vous pourront être organisés ailleurs dans le pays si des opportunités se présentent pour certaines entreprises. Quels types d'entreprises seraient particulièrement intéressées d'y participer ? D'une manière générale, ces missions attirent souvent des entreprises du secteur de la santé. En Pologne, ce secteur reste porteur, la télémédecine aussi. Les entreprises du secteur de la construction sont intéressées également. La Pologne construit énormément, particulièrement dans la construction 4.0. Les Polonais cherchent à rendre les chantiers plus efficaces. Ils auraient besoin de logiciels BIM, d'IT en général. Il commence à y avoir un intérêt pour des matériaux plus durables, isolants, notamment dans le préfabriqué. La Pologne n'est pas très verte depuis 2015 avec une tendance actuelle à vouloir retourner vers les énergies fossiles. Les prix des matériaux ont pas mal augmenté. La main d'œuvre commence à se faire rare. Heureusement, pendant la période de déconfinement, les travailleurs transfrontaliers ont pu revenir, notamment les Ukrainiens. »

### **OPPORTUNITÉS DANS DES SECTEURS DE POINTE**

En 2016, la Pologne s'est lancée dans un vaste programme de modernisation de ses structures. « Il peut y avoir aussi des opportunités pour nos entreprises dans le secteur des infrastructures, la construction de routes. La Pologne continue à investir. Certaines de nos entreprises y sont présentes depuis plusieurs années. » Le Plan de Développement Responsable (PDR) du gouvernement actuel veut s'ancrer sur des bases économiques solides où la solidité joue un rôle prépondérant. « L'objectif est de passer d'une économie basée sur les bas salaires à une économie plus productive grâce, notamment, à l'innovation et aux investissements en R&D dans des secteurs de pointe tels que l'aéronautique, l'automobile, la défense, l'informatique, la chimie, etc. Ainsi, le système de passation des marchés publics deviendra plus exigeant au niveau technologique. De façon générale, le pays a de grands besoins pour sa mise en conformité avec les standards européens, ce qui représente certainement des opportunités d'affaires. »

### **UN NOUVEL AÉROPORT DEVRAIT ÊTRE CONSTRUIT**

Selon le dossier sectoriel sur l'impact économique du Covid-19 réalisé par le bureau de l'AWEX à Varsovie, « le marché polonais du fret aérien s'est bien développé au cours des deux dernières années. En 2018, le transport a augmenté de 7,2 %. L'augmentation prévue de la demande de transport aérien en Pologne fait face au manque d'infrastructures appropriées. La solution pour remédier à ce manque pourrait être la construction de CPK (Centralny Port Lotniczy - Aéroport central), un hub aéroportuaire et multimodal d'envergure entre Varsovie et Lodz capable à terme de desservir jusqu'à 100 millions de passagers par an. » L'industrie du transport aérien voit un grand potentiel dans le développement de l'e-commerce. En 2019, ce marché représentait déjà 10,2 milliards d'euros. »

Le secteur des services, qui représente plus de 68% du PIB de la Pologne, est en pleine expansion. Il comprend les services financiers, la logistique, l'hôtellerie, Les services aux collectivités et l'informatique. Le secteur secondaire, 30% du PIB, représente également de belles opportunités dans les domaines de la fabrication de machines, des télécommunications, de l'environnement, du transport, de la construction, de la préparation industrielle des aliments et des technologies de l'information. « L'industrie automobile a bien résisté aux effets de la crise économique car ce secteur était positionné sur le bon créneau au bon moment (demande de petits véhicules économiques). En revanche, les secteurs industriels traditionnels comme la sidérurgie et la construction navale, sont en déclin. » Enfin, le secteur primaire fait moins de 2% du PIB. La Pologne est relativement riche en ressources naturelles et les principaux minerais produits sont le charbon, le soufre, le cuivre, le plomb et le zinc. Traditionnellement terre agricole, le pays emploie 11% de sa population active en agriculture et est généralement autosuffisant sur le plan alimentaire.

« L'importation de bière reste un marché de niche. Les bières spéciales se vendent assez cher. L'année dernière, l'AWEX Varsovie a organisé, en partenariat avec l'Elephant Belgian Pub de Varsovie, la présentation de plusieurs bières wallonnes dans ce bar belge. Plusieurs brasseries wallonnes se sont rendues sur place pour présenter leurs bières. Les Polonais sont fort intéressés par le bio, Les produits sans gluten, sans lactose, l'épicerie fine... Toute cette nouvelle vague dans l'alimentaire les attire... »

## **LA POLOGNE ET L'EUROPE**

La Pologne est, et restera jusqu'en 2027 au moins, le plus important bénéficiaire des Fonds structurels et d'investissements européens. Entre 2014 et 2020, la Pologne a reçu 77,6 milliards d'euros. Pour la prochaine période 2021-2027, suite au Covid-19, la Pologne restera un des premiers bénéficiaires des fonds européens. En effet la conclusion des négociations pour le budget UE 2021-2027 prévoit d'octroyer à la Pologne un total de 160 milliards d'euros, à partir de différents fonds.

## IMPACT ÉCONOMIQUE DU COVID-19

Comme partout ailleurs, la Pologne a souffert de la crise sanitaire. Le bureau de l'AWEX à Varsovie a fait le point par secteur.

### **AGROALIMENTAIRE**

#### **VIANDE**

L'arrêt des activités commerciales, restaurants, hôtels, les perturbations logistiques du transport des animaux et de la viande, le manque de personnel et les problèmes financiers des producteurs impactent le secteur de la viande. Plusieurs organisations de l'industrie de la viande ont appelé les politiques à prendre des mesures (simplification des démarches administratives, aide à l'embauche de travailleurs étrangers, report des délais de paiement).

#### **LAIT**

L'épidémie a également de fortes conséquences sur le marché de la sans-formation du lait. Les industriels se sont donc organisés face à la crise. L'Association polonaise des transformateurs de lait fait une demande auprès du ministère de l'Agriculture de reconnaissance des usines laitières comme infrastructures essentielles.

#### **FRUITS**

La Pologne est le plus grand producteur européen de poilasses, mais aussi de framboises, groseilles, fraises, griottes. Le raffermissement des prix sur le marché européen de la pomme est déjà observé. La crise se traduira par une diminution de l'offre de fruits et de légumes et par un accroissement des problèmes liés à l'exportation des fruits polonais et aux importations en provenance des pays européens et asiatiques.

#### **BIÈRE**

La Pologne produit en moyenne 10% de la production totale de bière de l'Union européenne, à la 3e marché du podium européen. Le chiffre d'affaires du secteur s'élevait à 4500 millions d'euros en 2018 et à 4137 millions d'euros en 2019. Le marché va croître annuellement de 5,3 % entre 2020 et 2023.

La consommation moyenne par habitant de 94,5 litres en 2019 place la Pologne parmi les 5 premiers pays consommateurs de bière d'Europe. Plus de 1500 marques de bières sont produites en Pologne. Un nombre qui ne cesse de croître, les brasseries élargissant constamment leur offre et lançant de nouveaux produits. Parmi les plus de 300 brasseries, il y a les méga-brasseries internationales qui produisent près de 6 millions d'hectolitres de bière par an, mais aussi de petites unités indépendantes, dont les plus petites ne produisent qu'environ 10 hectolitres de bière par an. En 2019, les brasseries artisanales ont lancé 6 nouvelles bières chaque jour et une nouvelle brasserie a été créée chaque semaine. Les brasseurs recherchent souvent des ingrédients originaux, car les clients veulent de la nouveauté et rechignent à tester une nouvelle bière qui n'aurait pas quelque chose de spécial. Bien que le Polonais boive volontiers tise bière blonde, il s'oriente de plus en plus vers d'autres bières, plus typées. Le marché de la bière sans alcool connaît également un bel essor. Le marché de la bière artisanale n'a cessé de croître depuis 2011 jusqu'à l'introduction des restrictions imposées par l'épidémie. Les bières de luxe représentent également une nouvelle tendance. En 2019, les brasseries en Pologne tournaient à plein rendement et les producteurs nationaux n'arrivaient pas à suivre les volumes des commandes.

L'industrie brassicole a un impact énorme sur l'environnement économique. En 2018, les brasseurs ont dépensé 1,5 milliard d'euros pour les produits et le matériel nécessaire à la production dont 1,35 milliard d'euros ont été dépensés localement.

Les brasseries utilisent les matières premières provenant surtout de cultures locales, bien que dans certains cas, la demande de l'industrie soit supérieure aux capacités des producteurs polonais.

Pendant la crise sanitaire, l'isolement social, la fermeture des restaurants et Les restrictions dans les magasins ont lourdement affecté l'industrie brassicole. Les Polonais confinés dans leur logement ont été moins intéressés par l'achat de bières. Selon les données des membres de l'Union des brasseries polonaises, les ventes de bières dans les premières semaines de l'épidémie, en mars 2020, ont diminué d'environ 4,5 à 5 % par rapport à la même période l'année dernière. La saison pour la bière qui commence traditionnellement fin avril en Pologne est cette année en danger. Selon le CMR (Market Monitoring Center), le volume des ventes de bières en mars dans les magasins de petite taille a baissé d'environ 6 %. Les nouvelles restrictions introduites par le gouvernement ont obligé les clients à limiter leurs achats aux produits de première nécessité. Confinés, les Polonais se sont intéressés davantage au brassage à domicile. L'intérêt pour les équipements de brassage à domicile a augmenté d'environ 30%. Les matières premières se sont également bien vendues.

## **TRANSPORTS**

En 2019, les revenus des transports en Pologne ont augmenté de 8,6 % et se sont élevés à 57 milliards d'euros.

### **ROUTIER**

Actuellement, les entrepreneurs polonais disposent d'une flotte de plus de 247 000 véhicules pour le transport international de marchandises et de près de 14 000 bus. Selon les prévisions de Business Monitor International pour l'année 2020, annoncées avant la crise, le volume des marchandises transportées par la route aurait dû augmenter de 4,7 à 5,0%. Fin 2018, le Parlement européen a soutenu une réduction de 20% des émissions de CO2 d'ici 2025 et une réduction de 35% d'ici 2030 par rapport à 2019. De nouvelles normes d'émissions d'échappement et des interdictions de circulation pour les voitures nécessiteront des investissements dans du nouveau matériel roulant. Des difficultés étaient déjà présentes avant la crise : pénurie d'employés et pression salariale, réglementation plus stricte du secteur et protectionnisme routier, incertitude quant à la forme future du marché et aux effets des nouvelles réglementations sur les transporteurs nationaux. En juillet 2020 une réglementation sur les travailleurs détachés devrait théoriquement entrer en vigueur dans l'Union européenne, selon laquelle le conducteur serait soumis à la législation du travail du pays dans lequel il réside.

L'épidémie a eu un impact dramatique sur la situation des transporteurs. Le secteur s'est écroulé en quelques jours et 97% des entreprises ont dû cesser leurs activités. Le marché des touristes chinois a disparu en premier, les autres ont suivi. Plus d'excursions scolaires, de pèlerinages, de conférences. Certaines sociétés ont rapidement vu fondre leur trésorerie, tandis que leurs banques n'ont pas voulu attendre le remboursement des leasings et crédits. Les sociétés craignent que leurs conducteurs soient obligés de les quitter pour aller chercher du travail ailleurs, ce qui rendrait plus complexe le redémarrage de l'activité une fois la crise passée. Les transporteurs polonais, qui maintiennent une position forte dans l'UE depuis des années, se sont retrouvés pris au piège. La dette de près de 25000 entreprises du secteur des transports atteignait 210 millions d'euros début avril. Le transport routier de marchandises polonais représente aujourd'hui 16,4% du volume réalisé par les 28 membres de l'UE. Il se classe au 2<sup>ème</sup> rang derrière l'Allemagne, et au 1<sup>er</sup> rang pour le seul transport international avec 28% de parts de marché. Sur ce segment, la Pologne est devenue leader dès 2007 et sa position dominante se renforce, ce qui permet d'ailleurs de compenser largement la stagnation du transport national constaté depuis 2013. Deux mois après le début de la pandémie, près de la moitié des transporteurs polonais déclaraient un chiffre d'affaires similaire à celui d'avant le début de la crise. Pour le reste des transporteurs, la situation est devenue dramatique. Le chiffre d'affaires des sociétés de transport polonais a diminué de 30% par rapport à l'année précédente (CA de 2019 = près de 29,3 milliards d'euros).

### **AERIEN**

Jusqu'à la pandémie, le marché polonais du transport aérien de passagers détenait l'un des plus grands potentiels de croissance d'Europe. En 2019, le nombre de passagers dans les aéroports polonais avait augmenté de 10,5%, soit plus de 50 millions de passagers accueillis. Les lignes régulières et les charters ont transporté 13 850 281 passagers en 2018 (18% de plus qu'en 2017).

En raison de la pandémie, la Pologne a arrêté presque tout le trafic aérien de passagers. Les compagnies aériennes ont immobilisé tous les avions, mis leurs employés en congé forcé, baissé les salaires et certaines ont réduit leurs effectifs. Début juin, les vols domestiques ont été rétablis et les vols internationaux pour certaines destinations ont repris mi-juin. Début juillet, les liaisons internationales de LOT Polish Airlines ont été rétablies avec 20 villes européennes, au début principalement des liaisons avec les pays de la zone Schengen, ainsi qu'avec les destinations estivales préférées des Polonais.

## **FERROVIAIRE**

En 2019, 335,9 millions de passagers ont voyagé en train, soit une augmentation de 25 millions (8%) par rapport à 2018. La plupart des passagers ont utilisé les services du transport régional opérant en 2019 sous la marque Polregio. En 2019, d'importantes augmentations du nombre de passagers ont également été observées chez les transporteurs publics locaux. Les mesures visant à prévenir la propagation du virus ont considérablement affecté le fonctionnement des services aux passagers. Conformément aux recommandations, les Polonais ont limité les déplacements au strict minimum. Le taux de fréquentation des trains circulant au cours de la dernière semaine de mars était d'environ 11% en moyenne. En matière de fret, le volume de marchandises transportées par rail en tonnes-kilomètres place la Pologne au 2<sup>e</sup> rang des pays de l'UE-28, entre la France et l'Allemagne. En 2019, plus de 236 millions de tonnes de fret ont été transportées par rail, soit une baisse de 5% par rapport à 2018.

La situation épidémique a moins d'impact sur le trafic de marchandises que sur le transport de passagers, du fait de l'absence de restrictions et de la circulation des trains de marchandises dans les transports internationaux. La Pologne a l'ambition de devenir le hub logistique reliant la Chine à l'Occident. La croissance rapide du transport ferroviaire entre la Chine et l'Europe est favorable à la Pologne. La ville de Malaszewicze, frontalière de la Biélorussie, au sud-est de la Pologne, traite environ 90 % du fret ferroviaire entre la Chine et l'Europe. La ligne reliant Chengdu à Lodz au centre de la Pologne, est l'une des lignes de chemin de fer Chine-Europe les plus exploitées et représentait près d'un quart du volume total de fret entre la Chine et l'Europe en 2018. Elle est empruntée 4 fois par semaine de la Chine vers l'Europe et 2 à 3 fois par semaine vers la Chine.

## **LIVRAISONS DE COLIS**

Le secteur du transport des colis et des livraisons de courrier express a connu un véritable boom. Un service assez récent en Pologne, les premières livraisons express y sont apparues dans les années 1990. Le pays reste cependant à la traîne par rapport à d'autres pays de l'UE avec seulement 2,5 % du marché européen en valeur et 4,8 % en parts de marché. En 2018, les sociétés de livraisons de colis et de courriers express ont acheminé plus de 476 millions de colis.

La croissance annuelle moyenne est d'environ 15%, ce qui traduit un rythme très soutenu. En 2023, la valeur du marché devrait atteindre près de 2,7 milliards d'euros. Selon les prévisions de la Poste polonaise, les opérateurs devraient traiter près de 850 millions de colis, soit le double de 2017.

Ce marché est dominé par 7 opérateurs avec la DPD (Poste française) en tête qui dispose d'un réseau de plus de 2 200 points d'expédition/collecte. Vise autre société européenne présente est GLS (British Post), suivent les intégrateurs mondiaux DHL, UPS et FedEx. La Poste polonaise possède environ 12 500 points de collecte. Ces entreprises sont les grandes gagnantes de l'essor du commerce électronique pendant la pandémie.

Les clients veulent limiter les risques de contact avec d'autres personnes y compris les coursiers, ce qui privilégie l'utilisation de casiers automatisés pouvant être ouverts à l'aide d'une application pour smartphone. InPost a été la première entreprise en Pologne à avoir créé un réseau de points d'expédition et de collecte de colis dans des casiers automatisés accessibles 24/7. Actuellement, le réseau compte 5 000 machines à casiers automatisés. InPost profite de la conjoncture économique et accélère la mise en œuvre de ses plans de développement.

## **CONSTRUCTION**

Jusqu'il y a peu, le bâtiment allait battre de nouveaux records en Pologne. Selon l'Office central des statistiques de Pologne, en février 2020, le secteur de la construction enregistrait une augmentation de 5,5 % par rapport au même mois en 2019 et 14 % par rapport au mois de janvier. En février dernier, 16 050 logements ont été construits. Avec la pandémie, la capacité de production des entreprises a fortement diminué en raison de l'absence de nombreux employés et ouvriers pour cause de maladie, garde ces enfants, etc.

Le nombre d'arrêts de travail dans la construction a augmenté de 300 % par rapport à la même période l'année précédente, dû principalement à l'absence de salariés pour cause de quarantaine à domicile, la baisse d'au moins 20 % des employés en provenance d'Ukraine, la réduction ou la suspension de la production de nombreuses matières premières, les problèmes de livraison ou de transport, les difficultés à endiguer la propagation de la maladie sur les chantiers, malgré les mesures sanitaires.

Dans la construction, 46 % d'entreprises craignent une baisse imminente du chiffre d'affaires. Pour les grandes entreprises, la situation reste relativement bonne, celles-ci ayant accumulé des réserves de trésorerie qui leur permettent de fonctionner sans trop de restrictions. Il n'en va pas de même pour les PME qui ont été touchées par le gros problème du départ de travailleurs étrangers, notamment ukrainiens, et grâce auxquels elles fonctionnaient.

Les entreprises de parachèvement sont durement impactées par la crise, pour lesquelles la perte du CA est d'au moins 50 %. La réduction des disponibilités des matériaux de construction entraînera forcément une baisse du nombre de nouveaux chantiers, dû aux pénuries de personnel et à un ralentissement des livraisons. Ce qui va engendrer une réduction des investissements dans la construction.

## **E-COMMERCE**

Les Polonais achètent de plus en plus en ligne. La valeur du marché du commerce de détail en Pologne incluant l'e-commerce est estimée à environ 135,8 milliards d'euros. Selon les prévisions, elle dépassera les 163 milliards d'euros en 2021. La principale tendance du commerce de détail sera la transformation numérique des points de vente. La valeur du marché de l'e-commerce polonais se classe 13e parmi les marchés de commerce électronique à la croissance la plus rapide au monde avec 12 milliards d'euros en 2019. Le pourcentage d'internautes qui achètent en ligne augmente chaque année. En 2019, 62 %, soit 6% de plus qu'en 2018.

En 2019, les produits les plus achetés étaient les vêtements, les livres, les films et la musique, les billets pour les événements, les chaussures, les produits cosmétiques, l'électronique, les voyages, etc. Selon les prévisions, la valeur du marché polonais du commerce électronique devrait atteindre jusqu'à 17 milliards d'euros en 2020.

En raison de la pandémie, les commerces en ligne ont enregistré des hausses considérables de transactions par rapport à 2019. Les hausses les plus importantes ont été enregistrées dans le commerce alimentaire, la santé et la beauté, les pharmacies, les livres et multimédia, cadeaux, matériaux et équipements pour la maison et le jardin. Le secteur TIC connaît une demande accrue de matériel, de services et de logiciels pour répondre aux nouveaux besoins du travail à distance.

Les producteurs et fournisseurs d'applications de communication en ligne, notamment la visioconférence, profitent largement de cette situation. Selon les analystes, la pandémie aura un impact indéniable sur le développement de l'e-commerce alimentaire en Pologne, qui enregistre des résultats record. Le nombre de transactions effectuées en mars a augmenté d'environ 240 %. Ce changement de comportement a incité plusieurs enseignes présentes sur le marché polonais à saisir de nouvelles opportunités et à se lancer rapidement dans la vente en ligne.

## **PAYS RÉSILIENT**

Pour Céline Curvers, la Pologne devrait se relever rapidement de la crise sanitaire. « C'est un pays assez résilient. On estime une chute du PIB entre moins 4 et moins 5 % en 2020 et on s'attend à plus 5 % de croissance en 2021. Déjà en 2008, La Pologne avait vite relevé la tête. Les Polonais font vite face à l'adversité. »

## **L'Allemagne, premier partenaire commercial**

Les exportations de la Pologne (machines et matériel de transport, produits semi-finis, produits manufacturés divers, produits alimentaires et animaux vivants) partent vers l'Allemagne (28,2% des exportations), puis vers la République Tchèque (6,4 %) et Le Royaume-Uni (6,2 %). Les importations de la Pologne (machines et matériel de transport, produits semi-finis, produits chimiques, minéraux, carburants, lubrifiants, etc.) viennent d'Allemagne (22,4 % des importations), de Chine (18 %) et de Russie (11.6%). (Source WIT World Bank).



## Relations commerciales avec la Wallonie

La Pologne est l'un des principaux partenaires commerciaux de la Wallonie. Depuis plusieurs années, la Pologne se maintient au 9e rang d'exportation pour la Wallonie avec plus de 1184 millions d'euros d'exportations wallonnes en 2019, soit une hausse de 4,7 % de nos exportations en 2019, et ce malgré une légère baisse de nos exportations en 2018. Les trois premiers secteurs wallons d'exportation vers la Pologne sont Les produits des industries chimiques et pharmaceutiques, les métaux communs et les ouvrages en ces métaux et les matières plastiques et caoutchouc et les ouvrages en ces matières. Les importations ont augmenté de 13,8 % en 2019. La Pologne est au 14e rang de nos fournisseurs.

### Ces entreprises font des affaires en Pologne

Si plusieurs grandes entreprises wallonnes ont implanté une filiale en Pologne, dont Joskin, fabricant de machines agricoles à Soumagne, qui a été l'une des premières sociétés wallonnes à investir en Pologne, d'autres entreprises y exportent leur savoir-faire et leurs produits et/ou services.

**Abesim**, bureau d'ingénierie spécialisé dans l'expertise environnementale et la dépollution des sols à Wavre, travaille également en Pologne où sa société sœur polonaise Abesim Polska est en phase de développement et a, notamment, réalisé un audit de l'amiante d'un terrain.

**Aluthermo**, à Saint-Vith, spécialiste de l'isolation mince réfléchissante, a participé à des foires spécialisées en Pologne où elle a décroché des contrats pour ses isolants thermiques. Elle a aussi participé à la visite d'Etat en 2015. Son produit Aluthermo Quattro a remporté la médaille d'or pour le meilleur produit lors d'un concours sur la foire Interbud 2018 en Pologne.

**Automatic Systems**, basée à Wavre, active depuis 50 ans et spécialisée dans l'automatisation du contrôle sécurisé des entrées, des portiques d'accès à l'intérieur des bâtiments, et des barrières de péages autoroutiers et de parkings, exporte ses équipements dans 150 pays, dont la Pologne où des portiques d'accès sont installés dans des entreprises.

**GD Tech**, bureau d'ingénierie An spécialisé dans les prestations de services en analyse numérique et, depuis une dizaine d'années, dans la simulation de crashes de véhicules contre des équipements routiers. Elle traite avec des constructeurs d'équipements routiers un peu partout dans le monde, dont en Pologne où la société exporte de manière plus régulière depuis l'année dernière suite à une mission économique organisée par l'AWEX.

**Spacebel**, spécialisée dans le domaine spatial et le secteur des applications de l'observation de la Terre, dans le parc scientifique du Sart Tilman à Liège, a racheté en 2017 la société polonaise N7 Mobile et crée une filiale commune N7 Space dont elle est majoritaire, ce qui lui a permis de renforcer son déploiement en Europe.

### Approche du marché de l'AWEX – Les bons conseils

Recherches d'informations pertinentes sur le marché polonais en général (situation économique du pays), sur le secteur ciblé en Pologne (concurrente locale, barrières à l'entrée), sélection d'une liste de prospects et recherche d'informations sur ces entreprises ;

**Langue.** Les Polonais sont ouverts, ils parlent l'anglais ou l'allemand, langues des affaires souvent pratiquées.

**Envois de mailings.** Commencer en polonais en présentant la société et le site internet au minimum en anglais (pas en français), spécifier son secteur et proposer ses services et produits simplement. Ne pas envoyer de prix à la première sollicitation ;

**Contacts téléphoniques** indispensables après l'envoi de mailings. Peu d'emails reçoivent des réponses ;

- Si intérêt fixer un rendez-vous sur place. Attention à la ponctualité !
- Assurer un suivi immédiat important d'envoyer un e-mail résumant l'entretien après le rendez-vous ;
- Prévoir du temps au marché polonais et des voyages réguliers. Soutien au distributeur ou partenaire local, par exemple sur les foires ;

**Procédures.** Les financements internationaux, notamment ceux de pré-adhésion (IPA) existent, mais il n'est pas toujours évident pour une PME wallonne d'y accéder vu les procédures et les obstacles administratifs et culturels ;

**Partenaire.** Il est fortement conseillé d'avoir un partenaire local qui comprend la langue, la mentalité, les méandres administratifs et qui peut suivre les projets sur place.

**L'AWEX** reste à votre disposition pour tout conseil ou accompagnement sur *place* via le site web : [varsovie@awex-wallonia.com](mailto:varsovie@awex-wallonia.com).

CLASSE EXPORT – Décembre-Janvier 2021