 République Tchèque International



La République Tchèque, un élève sage de l'UE

DANS CE PAYS INDUSTRIEL, entré dans l'Union européenne en 2004, le rattrapage économique a été très rapide. Malgré les effets de la crise, principalement dus à des exportations en berne, la République tchèque, carrefour géographique des pays d'Europe centrale et orientale, conserve des atouts indéniables pour les entreprises françaises.



- ▶ Capitale : Prague
- ▶ Superficie : 78 000 km²
- ▶ Population : 10,5 millions d'habitants
- ▶ Monnaie : la couronne (1 € = 26 CZK)
- ▶ Taux de chômage : 8,6 % fin 2009





► Prague, le château et le pont Charles.

Après une croissance élevée de son PIB dans les années 2005-2007 sous l'effet de l'adhésion à l'Union européenne (+6 à 7 %) et un tassement en 2008 (+ 3,2%), l'année 2009 (- 4%) et les prévisions 2010 (+1%) accusent le coup de la crise. Le secteur le plus touché reste l'industrie, (-13%). La baisse importante des exportations et des importations (autour de 20%) témoigne de l'ouverture économique du pays, notamment aux marchés européens. Sa dépendance aux marchés extérieurs et l'importance de son déficit public (6,5% en 2009) – qui lui a valu une procédure de déficit excessif engagée par l'UE ainsi que le recul de l'adoption de l'Euro, prévu désormais pour 2015 – a dissuadé la République tchèque de recourir à un plan de relance. Par contre, le service économique de l'Ambassade de France note que des « mesures d'austérité sévères » ont été mises en place (hausse de la TVA de 1 point, suppression des réductions sur les cotisations sociales) « pour privilégier le retour progressif au critère de convergence (3% du PIB pour le déficit public), et préserver la qualité de la signature de l'Etat tchèque ».

Rattrapage de la moyenne européenne

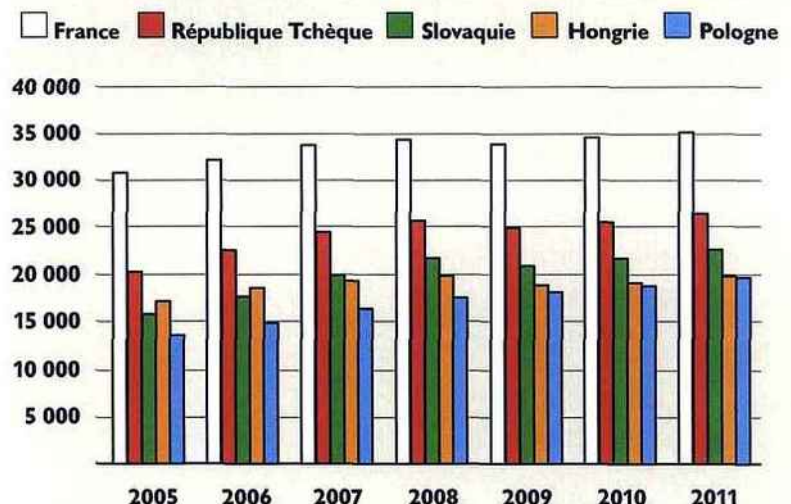
L'industrie représente un tiers du PIB tchèque, soit le pourcentage le plus élevé de l'UE, devant la Slovaquie (28%) et l'Allemagne (26%). L'industrie emploie 40 % de la main d'œuvre, dans les secteurs de l'automobile, de l'électronique, de la métal-

lurgie, des biens d'équipement et de l'agroalimentaire. « Le pays a su se tailler une dimension internationale dans ces filières », relève Daniel Gallissaires, directeur de la mission économique d'Ubifrance à Prague. La main d'œu-

« L'industrie emploie 40 % de la main d'œuvre, dans les secteurs de l'automobile, de l'électronique, de la métallurgie, des biens d'équipement et de l'agroalimentaire. »

vre reste bon marché. Avec un salaire moyen mensuel de 1 000 € (85 % de la moyenne européenne), elle permet de « réaliser des économies de 40 à 60 % par rapport à l'Europe de l'ouest », note le service économique de l'Ambassade de France, ce qui lui procure des avantages comparatifs importants dans les secteurs de l'automobile et de l'électronique. Le rattrapage global des niveaux de l'Europe de l'ouest renchérit le coût de la main d'œuvre, mais la République tchèque, forte d'une popu-

PIB par habitant (en US\$ à parité de pouvoir d'achat).



Source : Ministère des Finances de la République Tchèque - Département d'intelligence économique, 2010 (prévisions 2010, 2011)

Daniel Gallissaires : favoriser le positionnement sur les niches

DANIEL GALLISSAIRES, directeur de la Mission Economique-UBIFRANCE en République tchèque, tord le cou aux idées reçues : ce pays de 10 millions d'habitants est un marché mature, qui a engagé sa transition vers les secteurs à forte valeur ajoutée, tout en offrant de bonnes opportunités pour les secteurs industriels plus traditionnels.

Conquérir Quelle est la situation économique de la République tchèque aujourd'hui ?

Daniel Gallissaires : L'entrée dans l'Union européenne en 2004 a suscité un rattrapage économique rapide. Grâce aux fonds européens et aux investissements étrangers, la République tchèque a connu des taux de croissance supérieurs à 6 % entre 2004 et 2007, puis autour de 3 % en 2008. Les investissements directs étrangers, favorisés par l'intégration des directives européennes et la mise en place d'un environnement des affaires plus sûr, représentaient encore 9 % du PIB en 2008. Mais la crise a touché indirectement le pays, victime de la baisse des commandes de ses partenaires commerciaux, Allemagne en tête. L'économie tchèque se caractérise par une forte ouverture, et 85 % de ses exportations se font en direction de l'Union européenne (20 milliards d'€ d'excédent commercial). Elle profite donc de la reprise engagée chez ses principaux partenaires. Le pays va continuer à bénéficier du soutien de l'UE qui lui consacre 26,7 milliards de fonds structurels pour la période 2007-2013. Si sa dette publique est sous contrôle (35% du PIB), de grandes réformes dans les secteurs des retraites et de la santé doivent être engagées avant son entrée dans la zone Euro, repoussée à après 2015.

Conquérir On connaît mal ce pays. Comment le caractérisez-vous ?

D G Les Français ont quelquefois une vision assez approximative de la République tchèque. Ils seraient étonnés du rattrapage effectué en quelques années ! De tradition industrielle, ce pays offre une main d'œuvre qualifiée et un niveau d'éducation élevé. Il figure à la 29^e position des pays les plus compétitifs au monde, loin devant les autres pays de l'ex-URSS. Les habitudes de consommation se rapprochent de celles de l'Europe occidentale. Les Tchèques aiment acheter des produits qui montrent leur réussite : vous verrez plus de belles voitures à Prague qu'à Paris ! Le revenu moyen par habitant à Prague est deux fois plus élevé que celui prévalant dans l'Union européenne. Mais le pays fait aussi face à de grandes disparités. Si le taux de chômage n'est que de 3 % à Prague, il atteint quand même 9 % au niveau national. La République tchèque met désormais l'accent sur les secteurs à forte valeur ajoutée. Les biotechnologies, les technologies de l'information et de la communication, les secteurs de la santé et de l'électronique sont une priorité et attirent des investissements croissants. Preuve de ce virage, le pays est devenu la référence en matière d'assemblage d'appareils électroniques en Europe.

Conquérir Quelles opportunités pour les entreprises françaises ?

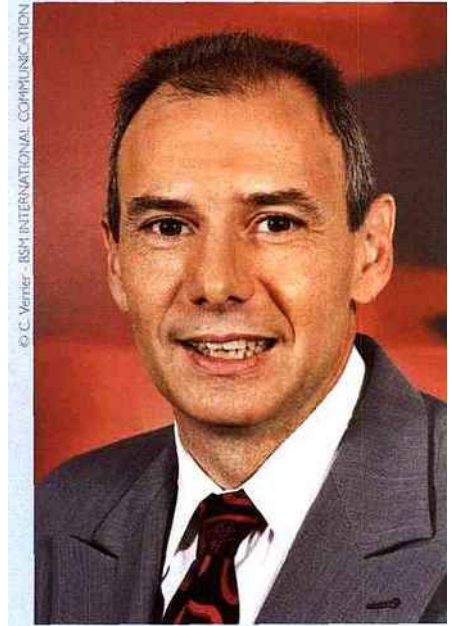
D. G. La République tchèque est un marché mature sur lequel il convient de favoriser un positionnement sur des segments de niche. Le savoir-faire français est reconnu et apprécié tant dans les biens d'équipements que de consommation. Le consommateur tchèque est curieux, sensible aux nouveautés. L'industrie, en phase de réorganisation, est ouverte aux technologies et aux équipements qui lui permettront d'améliorer sa qualité et sa compétitivité. Ce pays représente un véritable tremplin pour les marchés des Etats d'Europe centrale et orientale (PECO) et de la Russie. Les infrastructures de transport, nombreuses et de qualité, accompagnent cette situation géographique de carrefour. La présence de nombreuses filiales françaises sur le territoire s'explique aussi par la vocation régionale de leur implantation.

Conquérir Que doit-on savoir avant de s'y implanter ou d'y investir ?

D G Les Tchèques, peu démonstratifs, se sentent professionnellement proches des Allemands. Ils sont très pragmatiques et les décisions sont prises sur des critères objectifs. L'anglais et l'allemand sont les deux langues principales. Avec la reprise de l'acquis communautaire, les entrepreneurs n'ont aucune difficulté pour créer et gérer leur société. Des pôles de compétitivité se développent dans le pays, rassemblant des industriels, des universités afin de promouvoir des activités à forte valeur ajoutée. Les conditions d'investissement y sont favorables.

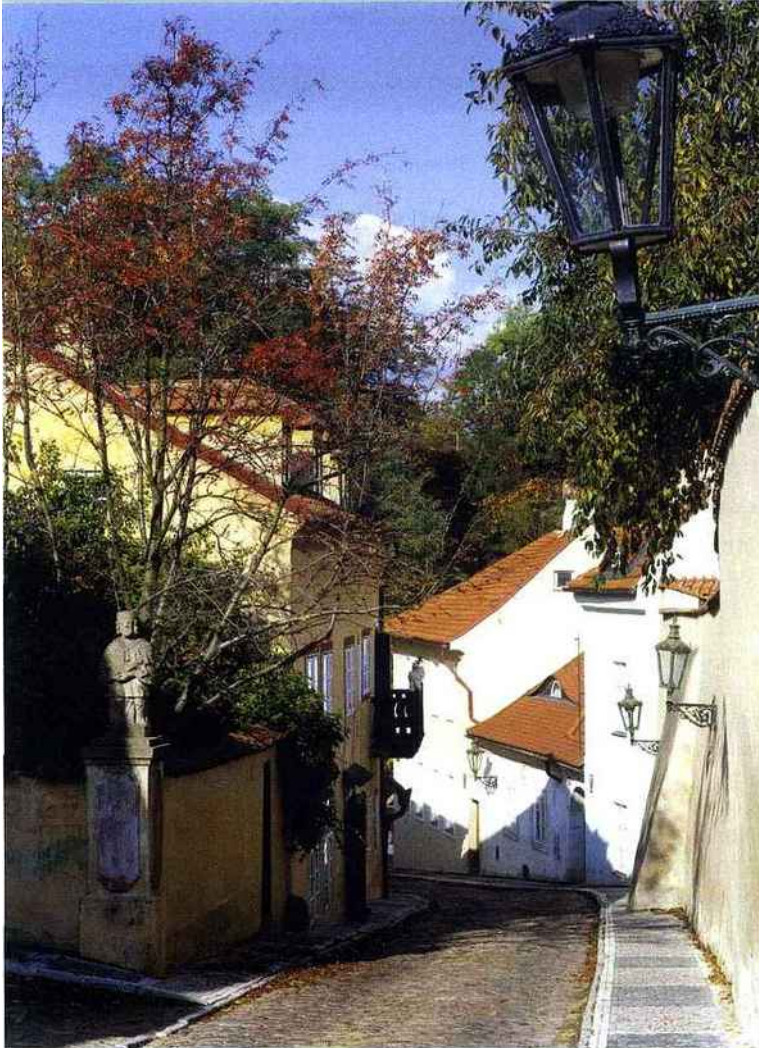
Conquérir . Que prévoit UbiFrance pour 2010 ?

D G Nous proposons un programme d'événements ambitieux,



► Daniel Gallissaires, directeur de la Mission Economique-UBIFRANCE en République tchèque.

notamment sur des sujets pointus comme le nucléaire, les énergies renouvelables (biomasse et solaire), les produits biologiques, le spatial, l'optique photonique, les matériaux innovants pour la construction... Ces secteurs offrent des opportunités très intéressantes, compte tenu des besoins en expertise et de la compétence des entreprises françaises. Des secteurs plus traditionnels, comme l'agroalimentaire (spécialités du terroir) ou l'automobile, gardent toute leur place dans notre action, avec des événements dédiés. Ainsi, l'automobile, avec la présence de trois constructeurs – la joint-venture Toyota-Peugeot-Citroen, Hyundai et l'acteur traditionnel Škoda – représente 20 % de la production industrielle nationale, soit un vivier d'opportunités pour les fournisseurs d'équipements et de pièces détachées. •



► Prague, la vieille ville.

lation caractérisée par son bon niveau d'éducation, a pris le virage de secteurs à plus forte valeur ajoutée (électronique, technologies de l'information et de la communication, santé, etc.) pour conserver son avantage compétitif, sa productivité et la qualité de sa production. « *Les filières à forte valeur ajoutée sont en plein essor, comme la photonique, les logiciels, les biotechnologies* », souligne Daniel Gallissaires. Les services, qui ont vocation à accompagner l'industrie et non à la remplacer, représentent les deux tiers du PIB pour 56 % des emplois.

Un commerce extérieur tourné vers l'Europe

L'économie tchèque est très ouverte et dépendante du marché européen : ses importations et ses exportations représentaient 135 % de son PIB en 2008, contre 45 % pour la France. « *Depuis l'adhésion à l'UE en 2004, la structure du commerce extérieur tchèque a considérablement évolué* », passant d'un déficit faible à un excédent structurel, évalué à plus de 3 milliards d'€ en 2008, selon le service économique. Sa facture énergétique lourde (gaz et



LAURENT CHASSIN EST VIGNERON. La propriété de 13 hectares, héritée de ses grands-parents maternels, se situe à côté de Bourg, en Gironde. Depuis 2007, il exporte en République tchèque, où ses vins, produits dans le plus grand respect de la terre, rencontrent un franc succès.

Le GAEC de Croûte tient son nom de l'île, en face de la propriété, sur la Dordogne. C'est l'exploitation familiale où travaillent Laurent Chassin et ses parents. Depuis 20 ans, il élève ses vins d'appellation Bordeaux supérieur et Côtes de Bourg. Jusqu'à un passé récent, il vendait ses bouteilles exclusivement à la clientèle héritée de ses grands-parents, grossie grâce au bouche à oreille et au gîte, aménagé il y a trois ans au sein du château de la propriété. L'avenir s'élargit en 2007, alors que Laurent Chassin par-

ticipe à un salon Vins et Spiritueux en République tchèque, par le biais d'Ubifrance et du service économique de l'Ambassade de France. « *Je n'avais aucune connaissance sur ce pays et pensais que seules les grosses structures pouvaient y exporter* », explique-t-il. Sa décision de prendre part au salon a été récompensée par les premières commandes. « *Je me suis déplacé pour les livrer, n'ayant aucun importateur sur place, avec pour seule certitude que l'espace Schengen devait faciliter les démarches. J'ai appris sur le tas !* » Bonne

surprise. Le système douanier est relativement simple, comparé notamment à celui de la Belgique où Laurent Chassin avait déjà exporté quelques bouteilles. Avec l'expérience, les procédures se sont encore simplifiées. Le vigneron commence par livrer un restaurateur français implanté à Prague, « *Chez Marcel* », à hauteur de 1 200 bouteilles par an. Mais, depuis le début de l'année 2010, l'activité s'accélère grâce à une rencontre. Laurent Chassin fait la connaissance d'une Tchèque, qui contacte un réseau de 25 magasins de

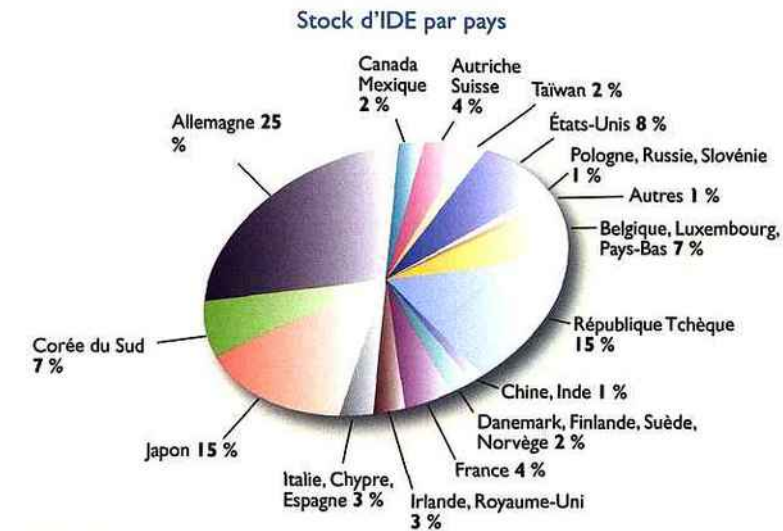
fromages et de vins. « *Contact gagnant ! Depuis le début de l'année, nous leur avons livré 1 800 bouteilles.* » C'est maintenant un tiers de la production mise en bouteille qui part en République tchèque, Kristyna Onraszkova est devenue agent commercial et la propriété a dû augmenter ses volumes de vin rosé l'année dernière. « *Le rosé rencontre un grand succès. C'est une découverte pour eux. S'ils ont une bonne connaissance du vin, de par leurs vignobles en Moravie, ils ne produisent pas encore de bons rosés* », détaille Laurent Chassin. Il note

pétrole) et ses objectifs européens en matière d'énergies renouvelables (14 % de sa consommation en 2020), la poussent à encourager ce secteur, en proposant des tarifs de rachat parmi les plus élevés d'Europe. Par ailleurs, d'importants investissements sont en cours dans le secteur de l'énergie (nucléaire, distribution d'électricité, etc.) et le pays présente aujourd'hui des besoins avérés en expertise, notamment dans l'efficacité énergétique des bâtiments et la formation professionnelle.

Relations économiques croissantes avec la France

La France figure parmi les principaux clients et fournisseurs de la République Tchèque.

Les relations économiques bilatérales se sont « *considérablement développées* » entre 1993 (partition de la Tchécoslovaquie) et 2008. En 2009, la République tchèque comptait pour 22 % du stock d'investissements directs français dans les cinq pays d'Europe centrale entrés en 2004 dans l'UE, après la Pologne, avec 5,1 milliards d'euros, et recevait un quart des



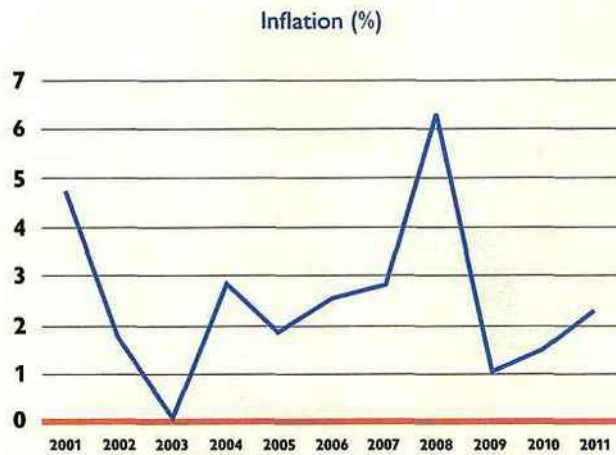
exportations françaises, après la Pologne (42 %). Le service économique prévoit « *d'excellentes perspectives de renforcement des échanges commerciaux et des investissements réciproques* », notamment grâce à l'attractivité de l'économie tchèque et à la bonne performance internationale des entreprises de ce pays. Les sociétés françaises y sont bien représentées,

3 Mds d'€

La structure du commerce extérieur tchèque a considérablement évolué, passant d'un déficit faible à un excédent structurel, évalué à plus de 3 milliards d'€ en 2008

que le marché a beaucoup évolué en trois ans : « *Nous avons pu commencer à exporter en raison de notre appellation. Aujourd'hui, nous trouvons une place parce que notre vin se distingue des autres par notre façon de travailler, en allant plus loin que le cahier des charges de l'agriculture biologique.* » Il faut désormais proposer un produit de niche pour percer ! Laurent Chassin souligne aussi que, sous réserve de ne pas arriver avec de gros sabots, le Français est apprécié. « *Ce développement en République tchèque est doublement intéressant. C'est une réussite professionnelle, qui m'a permis de rencontrer beaucoup de personnes. L'accueil y est très chaleureux, les Tchèques sont des gens cultivés, humbles et connaisseurs de vin.* » •





Source : Ministère des Finances de la République Tchèque, avril 2010 (Estimations 2010, prévisions 2011)

avec 500 filiales (contre 4 500 filiales allemandes) employant environ 100 000 personnes, concentrées à Prague et en Bohême centrale. « L'industrie domine (70 % des filiales), suivie par les activités commerciales et

de distribution (20 %) puis par les services financiers et non financiers (10 %) », détaille le service économique. Dans les domaines industriels, la présence française, très diversifiée, est forte, notamment dans les secteurs

de l'automobile (PSA en joint-venture avec Toyota, Valeo, Saint Gobain, etc.), de l'électrotechnique (Alstom, Schneider Electric, Cegelec, Poclair, etc.), de l'aéronautique, de la pharmacie et de l'agro-alimentaire (Danone, Bel, Lactalis, Bongrain, Yoplait, etc.). La présence française se caractérise aussi « par des entreprises de taille modeste : plus de 48 % d'entre elles ont moins de 50 salariés », note Daniel Gallissaires. La France enregistre un déficit commercial structurel de 1,6 milliard d'€ : les exportations françaises ont été multipliées par 3 en 10 ans et les importations par 7. Au total, 67 000 entreprises françaises exportent en République Tchèque, dont 56% de PME. Pour 2010, le programme d'actions bilatérales portera sur les sujets prioritaires que sont les partenariats public-privé, les pôles de compétitivité et l'innovation, la propriété intellectuelle, l'efficacité énergétique, l'environnement et les services touristiques. •

Škoda : fleuron de l'industrie tchèque

ŠKODA AUTO figure parmi les fleurons de l'industrie tchèque. Les pères fondateurs ont démarré par la fabrication de vélos puis la société n'a cessé de se développer. Jan Hurt, responsable des ventes en Europe Centrale, revient pour nous sur l'histoire de ce groupe qui a connu la planification soviétique et qui a su s'adapter à l'économie de marché.

Conquérir : Quelle est l'importance économique de Škoda Auto en République tchèque ?

Jan Hurt : Škoda Auto est l'un des groupes les plus importants du pays. Compagnie nationale, l'une des marques les plus anciennes au monde, elle a une expé-

rience plus que centenaire dans la fabrication d'automobiles. Présente sur plus de 100 marchés sur la planète, avec 684 226 voitures vendues en 2009, Škoda Auto est aussi l'une des sociétés les plus importantes des pays nouvellement entrés dans l'Union européenne. Nos



► Jan Hurt, Responsable des ventes de Škoda en Europe Centrale.



► Une chaîne de montage de Škoda.

ventes ont atteint 118 milliards de couronnes tchèques l'année dernière, et nous sommes l'exportateur le plus important du pays, avec 7 % du marché à l'export. Le groupe emploie 26 153 personnes dans le monde.

26 153

collaborateurs dans le monde

Conquérir : Qu'est-ce qui a changé pour Škoda Auto avec la fin de l'URSS puis l'entrée dans l'Union européenne ?

J. H. . Après la seconde guerre mondiale, Škoda Auto a fait partie du processus de nationalisation : convertie en société d'Etat, elle acquiert une position de monopole dans l'industrie automobile. Grâce à son héritage industriel d'avant-guerre, l'économie tchèque s'est bien maintenue malgré la planification. Elle n'a commencé à se détériorer qu'à la fin des années 1960, quand les nouvelles technologies se sont développées à l'Ouest. Au début des années 1970, la stagnation économique affecte les usines automobiles de Škoda à Mladá Boleslav malgré leur position de leader sur les marchés d'Europe de l'Est. Après 1989,

pour assurer la transition à l'économie de marché, le gouvernement tchécoslovaque et le management de Škoda ont cherché un partenaire puissant prêt à partager son expérience et à engager les investissements nécessaires pour rendre la société compétitive sur les marchés internationaux. Ils ont décidé de coopérer avec l'allemand Volkswagen. Par cette joint-venture établie le 16 avril 1991, Škoda automobilova a. s., devenue la 4^e marque du groupe Volkswagen avec Audi et Seat, sans compter la marque éponyme, a dû se transformer totalement : stratégie, philosophie et produits ont été revus.

Conquérir Il y a maintenant cinq constructeurs automobiles en République tchèque: quels sont les avantages compétitifs de ce pays qui expliquent cette situation ?

J. H. . Une seule société possède une chaîne de production complète au niveau national (développement, production et vente), et c'est Škoda. Quelques marques étrangères détiennent des usines d'assemblage, dont les pièces sont fabriquées ailleurs. La région qui correspond aujourd'hui à la République tchèque était l'une des plus industrielles d'Europe et la plus avancée de l'empire Austro-

Hongrois. La tradition des savoir-faire, de l'éducation et de l'approche du travail a survécu ici.

Conquérir Le coût du travail augmente: comment conserver l'industrie automobile sur le territoire ?

J. H. . Les employés tchèques sont prêts à apprendre et à travailler dur, et la valeur ajoutée qu'ils créent est clairement visible. C'est pourquoi le pays est prisé par les entreprises industrielles dont les produits nécessitent un degré d'expertise. Ici, Škoda Auto peut s'appuyer sur une tradition établie liée à l'industrie automobile, un réseau fiable de maintenance et de vente, sans oublier un catalogue de produits correspondant aux attentes des clients d'Europe centrale et orientale.

Conquérir : Quelles sont vos relations avec le marché français ?

J. H. La France représente l'un des dix marchés les plus importants pour Škoda. Nos relations sont, et ont toujours été, très bonnes. Beaucoup de managers importants du groupe sont français.

Conquérir : Comment vous adaptez-vous aux nouvelles exigences environnementales pour les voitures ?

J. H. : En intégrant les technologies les plus avancées sur nos moteurs, nous contribuons à la réduction des émissions de gaz à effet de serre et à une moindre dépendance au pétrole. Pour le moment, nous nous orientons vers d'autres solutions que les moteurs hybrides, comme les carburants alternatifs, avec l'Octavia multifuels, et des améliorations de design, avec la gamme de voitures Greenline, famille complète de véhicules plus respectueux de l'environnement, dont la deuxième génération sera bientôt en vente. Nous avons choisi le Salon de l'automobile de Paris pour annoncer leur lancement : la protection de l'environnement joue un rôle important en Europe, et surtout en France. Dans les années à venir, tous les modèles de Škoda intégreront progressivement les technologies les plus avancées pour réduire leur consommation et leurs émissions de CO₂, comme le système Start-Stop et bien d'autres.

► Dossier République tchèque préparé par Laure Verhaeghe