



EUROBAROMETER

Le Marché Intérieur: Opinions et expériences des Entreprises dans les 10 Nouveaux Etats Membres

Sommaire

Etude de Terrain: Juillet-Août 2006

Rapport: Septembre 2006

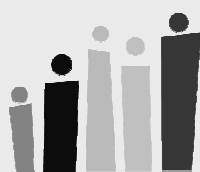
Cette étude fut commandée par la DG – Marché Intérieur et Services, et fut coordonnée par l'Equipe Eurobarometer de la Commission.

Ce document ne représente pas le point de vue de la Commission Européenne.
Les interprétations et opinions qu'il contient engagent la seule responsabilité de ses auteurs.

Flash EB Série #190

Marché intérieur: Opinions et expériences des Entreprises dans les 10 Nouveaux Etats Membres

Etude menée par
The Gallup Organization Hungary/Europe
suite à une demande provenant de la DG
Marché Intérieur et Services de la Commission
Européenne
Contrat n° PRS/2006/IMA/B1/62



EUROBAROMETER

Etude organisée et dirigée par l'Equipe
Eurobaromètre de la Commission Européenne
(DG Communication - Unité A-4)

Ce document ne représente pas le point
de vue de la Commission Européenne.
Les interprétations et opinions qu'il
contient engagent la seule responsabilité
de ses auteurs.

THE GALLUP ORGANIZATION

Table des Matières

Table des Matières.....	3
Introduction	4
Partie I. Perception des Mesures du Marché Unique	5
1.1. Elimination de la documentation douanière	6
1.2. Suppression des contrôles frontaliers.....	6
1.3. Normes européennes relatives aux produits	6
1.4. Procédures de TVA pour les ventes intra-communautaires.....	7
1.5. Libéralisation des mouvements de capitaux	7
1.6. Réglementation européenne en matière d'étiquetage et d'emballage.....	7
1.7. Réglementation européenne des marchés publics.....	7
1.8. Réglementation pour l'établissement d'une entreprise dans d'autres pays de l'UE.....	8
Partie II. Effets des Mesures du Marché Unique.....	9
2.1. Impact sur le niveau de concurrence.....	9
2.2. Influence sur la stratégie de l'entreprise	10
2.3. Recrutement dans d'autres Etats Membres.....	11
2.4. Impact de l'élargissement sur les activités.....	12
2.5. Impact de l'élargissement sur le commerce.....	14
2.6. Obstacles au commerce à l'intérieur du Marché Unique dans son ensemble	15
Partie III. Avenir du Marché Intérieur.....	17
Conclusion.....	18

Introduction

Au cours des 20 dernières années, des progrès remarquables ont été réalisés en ce qui concerne le développement du Marché Unique. Aujourd'hui, la plupart des citoyens peuvent vivre, étudier, travailler ou prendre leur retraite dans le pays européen de leur choix. Et les consommateurs bénéficient d'un plus grand choix de produits et services de haute qualité, tandis que les entreprises ont la possibilité d'exploiter de grands marchés diversifiés pour développer leur activité et ce avec beaucoup moins d'entraves techniques.

L'objectif de l'étude Flash Eurobaromètre 190: « Marché Intérieur dans les Nouveaux Etats Membres » est d'analyser l'opinion des chefs d'entreprise sur les changements survenus dans le milieu général des affaires, dans le cadre du Marché Unique de l'Union Européenne, et l'opinion de ces mêmes chefs d'entreprise sur les réformes économiques diverses visant à faciliter les affaires au sein de l'Union Européenne. Cette Etude complète une autre étude semblable qui a été menée en février dans les anciens Etats Membres de l'UE-15 (voir Flash EB 180: « Marché Intérieur: Opinions et expériences des Entreprises dans l'UE-15 »).

Les entretiens téléphoniques ont été effectués entre le 27 juillet et le 4 août 2006 par les instituts partenaires de The Gallup Organization Hungary / Europe, pour le compte de la DG – Marché Intérieur et Services de la Commission Européenne. L'étude couvre des aspects tels que la Perception des mesures du Marché Unique, les Effets des mesures du Marché Unique et l'Avenir du Marché Unique.

La cible de cette étude Flash Eurobaromètre a été définie comme toute entreprise – exception faite des secteurs agricole, associatif et public – qui emploie 10 personnes ou plus et qui est située dans les 10 Nouveaux Etats Membres (NMS) de l'Union Européenne. La personne interrogée dans chaque entreprise était un dirigeant du plus haut niveau dans la hiérarchie (directeur général, directeur ventes/marketing, directeur import/export, directeur logistique).

Dans le pays ayant le nombre le plus élevé d'entreprises, la Pologne, 500 personnes ont été interrogées. Dans les pays ayant le plus petit nombre d'entreprises (l'Estonie, Chypre, la Lettonie, la Lituanie, Malte, la Slovénie et la Slovaquie) environ 200 personnes ont été interrogées, et dans les pays restants (la République Tchèque et la Hongrie), environ 300 dirigeants ont été consultés. Au total, Gallup a interviewé 2552 sociétés à travers la zone des NEM. (Pour avoir des informations supplémentaires sur la décomposition des entretiens et les périodes de terrain, veuillez consulter les « Informations relatives au sondage » dans les Annexes de ce rapport.)

Lors du traitement des données, chaque cellule dans la distribution horizontale de l'échantillon fut pondérée vers le haut ou vers le bas en fonction de son poids réel dans la zone des NEM10. Donc, les résultats ne subissent pas les effets du sur- ou du sous-échantillonnage, et sont représentatifs de l'univers total examiné.

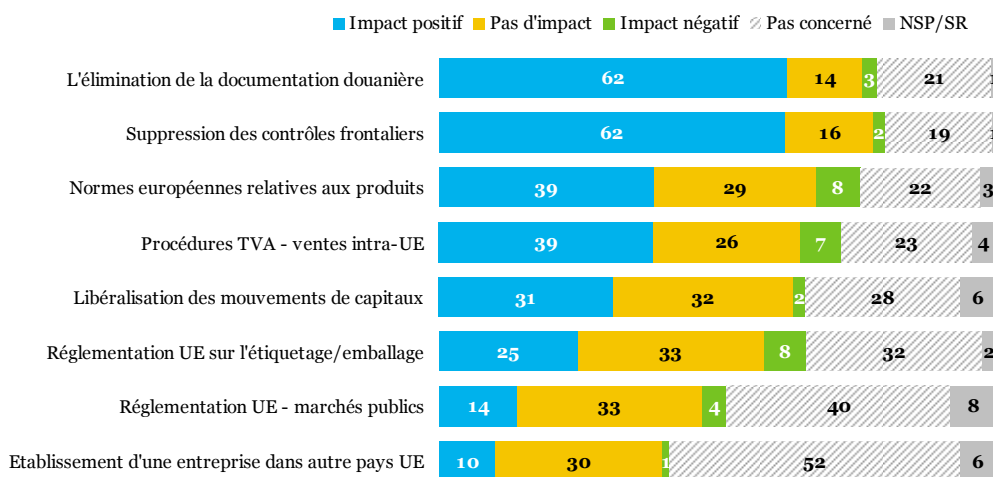
Partie I. Perception des Mesures du Marché Unique

Sur base des résultats de la moyenne globale¹ relative aux 8 mesures du Marché Unique, comprises dans cette question, la majorité des dirigeants d'entreprise considèrent que le Marché Unique a eu un impact positif sur les activités de leur entreprise (35%). Une proportion inférieure (27%) estime que le Marché Unique n'a pas eu d'impact sur leur entreprise et seulement 5% considèrent que cet impact a été négatif pour leurs affaires (en moyenne, un tiers des dirigeants d'entreprise ne se sentent pas concernés ou ne répondent pas – 34%).

Une majorité relative de dirigeants dans les NEM10 constatent un impact positif à l'égard de deux des principes fondateurs du Marché Unique: l'élimination de la documentation douanière (62%) et la suppression des contrôles frontaliers (62%). Deux dirigeants sur cinq jugent que les normes européennes relatives aux produits et que les procédures de TVA pour des ventes intra-communautaires ont eu un impact positif sur l'activité de leurs entreprises (39% et 39%, respectivement). Moins d'un dirigeant sur trois met l'accent sur l'impact positif de la libéralisation des mouvements de capitaux (31%), tandis qu'un quart des sondés seulement attribuent un impact positif à la réglementation européenne en matière d'étiquetage et d'emballage. Pour les deux catégories restantes (réglementation européenne des marchés publics et réglementation pour l'établissement d'une entreprise dans d'autres pays de l'UE), près de la moitié des dirigeants ne se sentent pas concernés (40% et 52% respectivement).

Par ailleurs, pour les mesures du Marché Unique que sont la libéralisation des mouvements de capitaux, la réglementation européenne en matière d'étiquetage et d'emballage, la réglementation européenne des marchés publics et la réglementation pour l'établissement d'une entreprise dans un autre pays, environ un tiers des dirigeants (entre 30% et 33%) estiment que ces mesures n'ont pas eu d'impact.

Perception des mesures du Marché unique



Q1: Je voudrais savoir si les mesures suivantes développées par le Marché unique depuis 1993, ont eu un effet sur les activités de votre entreprise. % NEM10

Source:
FLASH EB 190
27 July – 04 August 2006
GALLUP

¹ Moyenne calculée pour les 8 éléments à l'intérieur de chaque catégorie de réponse (impact positif / pas d'impact / impact négatif / pas concerné / NSP / SR).

1.1. *Elimination de la documentation douanière*

L'élimination de la documentation douanière est considérée par 62% des dirigeants comme ayant un impact favorable sur l'activité de leur entreprise. Seuls 3% constatent un impact négatif.

Pas moins de trois quarts des chefs d'entreprise travaillant dans le secteur industriel confirment l'impact positif qu'a eu l'élimination des documents douaniers sur leurs activités. L'impact positif est également très fortement perçu par les entreprises du secteur commercial, avec plus de deux tiers des sondés constatant un impact favorable. Les grandes sociétés sont plus nombreuses à bénéficier de cette mesure que les entreprises plus petites. Comme on s'y attendait, les entreprises actuellement engagées dans le commerce avec un ou plusieurs des anciens Etats Membres, ainsi que celles qui vendent régulièrement des produits ou des services à au moins un pays membre, bénéficient clairement de l'élimination de la documentation douanière.

1.2. *Suppression des contrôles frontaliers*

L'élimination de la documentation douanière est un des facteurs principaux nécessaire à la suppression des contrôles frontaliers donc il semblerait logique de s'attendre à ce que les deux catégories recueillent des appréciations semblables.

Cette présomption est confirmée puisque la suppression des contrôles frontaliers suit de près l'élimination de la documentation douanière en terme de nombre moyen de dirigeants dans les NEM10 qui constatent un impact positif sur l'activité de leurs entreprises (62%). Seuls 2% disent avoir remarqué un impact négatif, alors que 16% ne constatent aucun impact.

Le type d'entreprise qui bénéficie de la suppression des contrôles frontaliers est, comme on s'y attendait, le même que celui qui bénéficie de l'élimination de la documentation douanière. Les grandes sociétés et entreprises sont celles qui sont les plus enclines à confirmer l'impact positif de la suppression des contrôles frontaliers sur leurs activités. Celles qui exportent aux anciens Etats Membres et celles qui ont de nombreux partenaires commerciaux dans l'UE sont les plus enclines à partager ce point de vue.

1.3. *Normes européennes relatives aux produits*

39% des dirigeants d'entreprise reconnaissent que l'établissement de normes européennes portant sur les produits a eu un impact positif sur leurs activités. Bien que loin derrière les catégories de mesures susmentionnées en terme de réponses positives, pris dans son ensemble, cette catégorie s'affiche à la troisième place. Bien qu'élevé, le nombre de dirigeants qui avancent que leurs activités n'ont pas été touchées par les normes de produit représente toutefois moins d'un tiers du total (29%), tandis que 8% répondent que l'impact sur les activités de leur entreprise a été négatif. Un dirigeant sur cinq ne s'estime pas concerné (22%).

Les dirigeants travaillant dans le secteur industriel sont plus positifs quant à l'impact des normes européennes relatives aux produits que leurs homologues travaillant dans le secteur des services ou de la construction.

Les plus grandes entreprises (>250 employés) sont les plus positives vis-à-vis de cette mesure. Les sociétés exportant actuellement vers l'UE15 affirment le plus fortement que ce type de mesures a eu un impact positif sur leur activité, de même que les entreprises qui ont entre deux et cinq partenaires commerciaux dans l'UE.

1.4. Procédures de TVA pour les ventes intra-communautaires

Un certain nombre de développements ont eu lieu récemment en vue d'harmoniser les systèmes d'encaissement de la taxe sur la valeur ajoutée des Etats Membres, et fournissent une base uniforme pour l'encaissement de la TVA. Les progrès réalisés concernant les procédures de TVA sur les ventes sont vus de manière favorable (en terme d'effets sur l'activité de l'entreprise) par 39% des dirigeants sondés. Environ un quart des dirigeants estiment que cette mesure n'a eu aucun impact sur leurs activités et 7% avancent qu'elle a eu un impact. 23% ne s'estiment pas concernés.

Les dirigeants des secteurs du commerce et de l'industrie, les dirigeants des plus grandes entreprises reconnaissent l'impact positif pour leur entreprise. Les sociétés qui commercent actuellement avec d'anciens Etats Membres sont beaucoup plus positives que les autres, à l'égard de l'impact de ce type de mesure du Marché Unique sur leur activité. Il en va de même pour les chefs d'entreprises qui commercent avec entre deux et cinq partenaires européens.

1.5. Libéralisation des mouvements de capitaux

Les dirigeants d'entreprise affirment dans des proportions quasi-identiques que la libéralisation des mouvements de capitaux a un impact positif (31%) ou n'a pas d'impact (32%) sur leurs affaires. Seulement 2% estiment que l'impact a été négatif pour leur entreprise (et 28% ne s'estiment pas concernés).

Cette mesure révèle des différences moins nettes selon le type d'entreprise, mais en général on peut observer les mêmes tendances ici que dans notre analyse précédente. Les sociétés actives dans le commerce, les plus grandes sociétés ou celles qui exportent vers d'anciens Etats Membres et qui ont plus de partenaires dans l'UE sont les plus convaincues de l'impact positif de la libéralisation des mouvements de capitaux sur leur activité.

1.6. Réglementation européenne en matière d'étiquetage et d'emballage

La réglementation en matière d'étiquetage et d'emballage est considérée comme étant porteuse d'effets positifs sur le milieu des affaires par un chef d'entreprise sur quatre (25%). Un tiers des dirigeants n'y voient aucun impact (33%) et 8% y voient des effets négatifs. Un deuxième tiers de dirigeants ne se sentent pas concernés (32%).

L'impact de la réglementation européenne dans le domaine de l'étiquetage et de l'emballage semble être le plus positif sur les activités des plus grandes sociétés, ainsi que des sociétés appartenant au secteur des services et au secteur industriel. Les sociétés qui commercent actuellement avec d'anciens Etats Membres ainsi que celles qui en ont l'intention sont les plus positives quant à l'impact de cette catégorie de mesures sur leur activité. Aussi, les sociétés ayant plus de deux partenaires commerciaux constatent un impact positif à l'égard des règles d'étiquetage et d'emballage dans des proportions relativement élevées.

1.7. Réglementation européenne des marchés publics

Selon l'opinion actuelle des dirigeants d'entreprises, la réglementation européenne des marchés publics n'a pas encore eu d'effets positifs pour la grande majorité des entreprises du Marché Unique. Seulement 14% ont constaté un impact positif à cette mesure, alors qu'un tiers d'entre eux signalent

que cette réglementation n'a eu aucun impact (33%), et une petite minorité de dirigeants constatent un impact négatif (4%). Comparée aux autres mesures du Marché Unique, cette catégorie de mesures affiche un score très élevé pour le pourcentage de dirigeants qui ne se sentent pas concernés (40%).

Les entreprises appartenant aux secteurs de la construction et des services sont légèrement plus enthousiastes que les entreprises des autres secteurs, les grandes entreprises et entreprises de taille moyenne quant à l'impact positif de la réglementation des marchés publics sur leurs activités. Nous constatons également que les règles européennes portant sur les marchés publics ont eu un impact positif sur les entreprises qui ont l'intention de faire du commerce avec l'UE15 ainsi que sur celles qui n'ont pas encore de partenaires commerciaux dans l'Union Européenne.

1.8. Réglementation pour l'établissement d'une entreprise dans d'autres pays de l'UE

Les résultats de ce Flash Eurobaromètre montrent qu'il reste encore une marge de manœuvre considérable pour l'amélioration des règles portant sur l'établissement d'une entreprise dans un autre Etat Membre. Seuls 10% des sondés considèrent que la réglementation pour l'établissement dans d'autre pays de l'UE a eu un impact positif sur l'activité de leur entreprise – ce qui représente le score positif le plus bas parmi les huit catégories de mesures. Il est intéressant de remarquer aussi que le taux de dirigeants qui ne se sentent pas concernés est le plus élevé (52%).

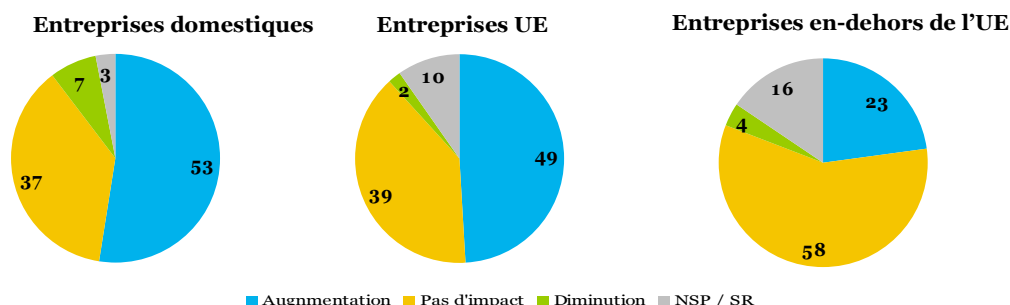
De nouveau, nous constatons que ce sont les grandes entreprises, celles qui exportent vers les anciens Etats Membres et celles qui ont au moins un partenaire commercial dans l'UE qui bénéficient de la réglementation sur l'établissement d'une entreprise dans d'autres pays de l'UE plus que d'autres types d'entreprises.

Partie II. Effets des Mesures du Marché Unique

2.1. Impact sur le niveau de concurrence

Il est souvent admis que sur n'importe quel marché économique, le niveau de concurrence augmente au fur et à mesure que croît la liberté de circulation des biens, des personnes et des capitaux. En analysant les résultats moyens pour les NEM10, il ressort que le Marché Unique semble augmenter le niveau de concurrence de provenance domestique ou intra-UE pour près de la moitié des entreprises dans les NEM (53% et 49%, respectivement), alors qu'il n'induit pas de changement en ce qui concerne la concurrence des entreprises hors de l'UE.

Impact sur le niveau de concurrence



Source:
FLASH EB 190
27 July – 04 August 2006
GALLUP

Q3. Comme conséquence du Marché Unique, avez-vous remarqué une augmentation ou une diminution du niveau de CONCURRENCE en [NOTRE PAYS] provenant de ...? % par pays

66% des dirigeants lettons avancent que le niveau de **concurrence domestique** a augmenté. L'impact sur le niveau de concurrence venant des entreprises domestiques a également été élevé en Lituanie (64%) et à Chypre (62%).

La proportion de dirigeants qui perçoivent une augmentation du niveau de concurrence de provenance **intra-UE** est la plus élevée en Pologne (55%), puis en Lettonie (54%) et en Slovaquie (51%).

Concernant l'impact sur le niveau de la concurrence provenant des entreprises situées **hors de l'UE**, les résultats sont assez semblables à travers les NEM10 (résultats allant de 14% en Estonie à 32% en Lituanie).

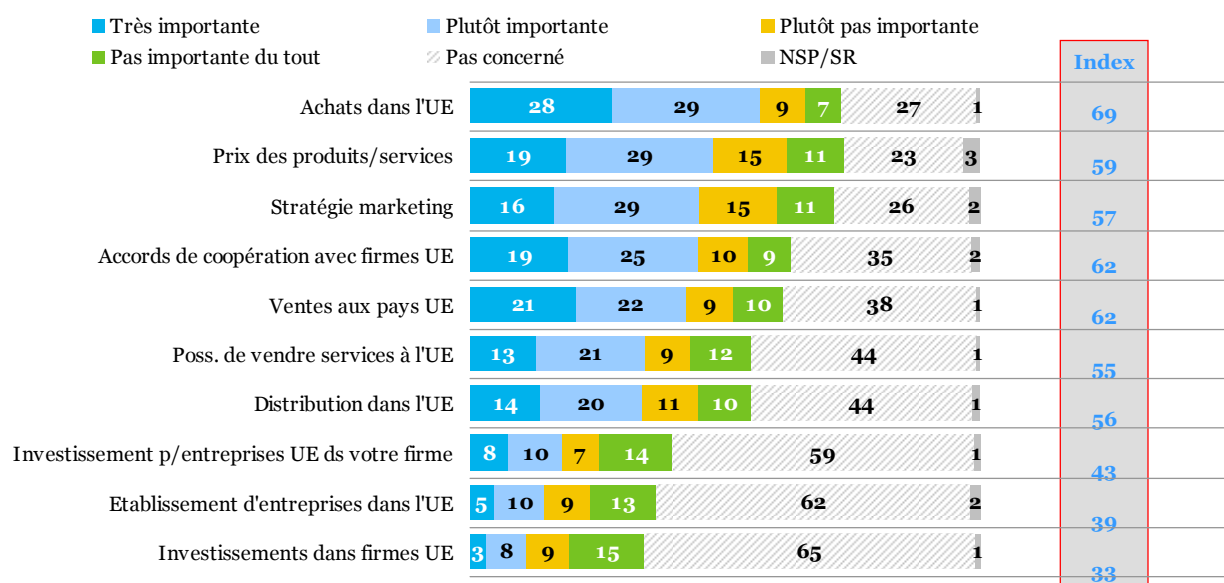
Les entreprises des secteurs du commerce et des services ont été les plus exposées à une concurrence d'entreprises **domestiques** accrue par rapport aux entreprises d'autres secteurs. La concurrence **intra-UE** a le plus augmenté dans le secteur industriel, alors que celle en provenance d'entreprises situées **hors de l'UE** a touché le secteur du commerce le plus fortement. Les grandes entreprises sont plus enclines à ressentir une plus grande augmentation de la concurrence et il en va de même pour les sociétés ayant plus de 2 partenaires commerciaux dans l'UE, qu'il s'agisse de concurrence domestique, intra-UE ou hors de l'UE. Les entreprises qui ne commercent pas actuellement avec l'UE15 mais qui ont l'intention de le faire ressentent l'augmentation du niveau de concurrence

domestique la plus élevée, alors que celles qui commercent actuellement avec l'UE15 constataient dans de plus grandes proportions une augmentation du niveau de concurrence intra- et extra-UE.

2.2. Influence sur la stratégie de l'entreprise

En moyenne, plus de la moitié des décideurs reconnaissent l'impact important du Marché Unique sur la stratégie de leur entreprise (53 points)². Afin d'obtenir cette vue d'ensemble de l'influence des différents facteurs liés à la stratégie commerciale pour les NEM10, nous avons converti les scores sur la base suivante : très important = 100, plutôt important = 66.7, plutôt pas important = 33.3, pas du tout important = 0.

Influence sur la stratégie de l'entreprise



Q2. Dans chacun des domaines suivants, l'influence du Marché Unique de l'Union européenne sur la stratégie de votre entreprise a-t-elle été? % NEM10

Source:
FLASH EB 190
27 July -04 August 2006

GALLUP

Acheter dans d'autres pays de l'UE a eu une influence importante sur la stratégie de 57% des sociétés interrogées, confirmant ainsi les effets pratiques de la libre circulation des biens et des services à travers l'Union Européenne.

Dans une idée d'amélioration du milieu des affaires et d'une protection du Marché Unique contre les pratiques anti-concurrentielles, **le prix des produits et services** se trouve en deuxième place parmi les facteurs ayant eu le plus d'influence.

Cinq facteurs liés principalement à la vente et à la distribution viennent ensuite, avec des indices généraux allant de 55 à 62 points. 45% des chefs d'entreprise constatent que le Marché Unique a été important pour le développement de leur **stratégie marketing**. 44% des dirigeants reconnaissent l'importance des **accords de coopération avec des entreprises situées dans d'autres pays de l'UE**, 43% reconnaissent l'effet important de la possibilité de **vendre directement aux autres pays de**

² Ce chiffre représente la moyenne mathématique des 10 indices calculée pour chacun des dix éléments ; pour le calcul des indices, voir la deuxième phrase de la page.

l'UE. Pour 33% des décideurs interrogés, le fait de pouvoir **vendre des services directement** dans d'autres pays de l'UE a été un facteur important pour la stratégie de l'entreprise alors que 34% pensent que le Marché Unique a eu un impact important sur la **distribution dans d'autres pays de l'UE.**

Les trois derniers facteurs, qui portent sur **l'établissement d'une entreprise** dans d'autres Etats Membres et sur **l'investissement (à la fois vers le pays et hors du pays)**, sont jugés importants pour la stratégie par, respectivement, 15%, 18% et 11% des entreprises. Pour chacun de ces facteurs, le nombre de dirigeants qui jugent les effets du Marché Unique sans importance est plus élevé que le nombre affirmant le contraire (respectivement 62%, 59% et 65%).

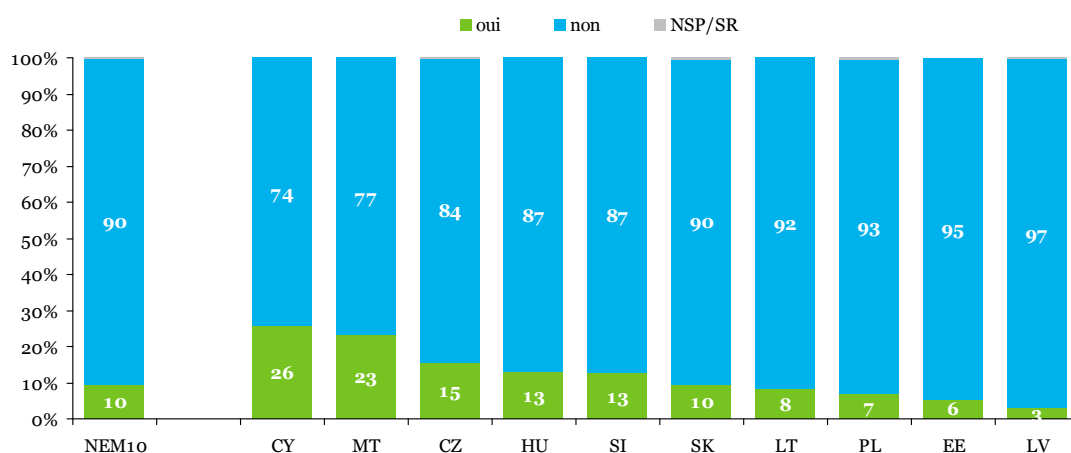
Les chefs d'entreprises industrielles sont généralement plus enclins à croire que le Marché Unique a une influence importante sur leur stratégie. Il existe toutefois quelques exceptions : les entreprises du secteur des services estiment dans les plus grandes proportions que l'influence sur les investissements 'vers' et 'hors' de leur pays a été importante.

2.3. Recrutement dans d'autres Etats Membres

Les employeurs dans les NEM10 recrutent peu dans les autres Etats Membres: seulement 10% des sociétés confirment avoir recruté du personnel venu d'un autre Etat Membre.

Seuls deux pays parmi les Nouveaux Etats Membres se différencient de ce schéma: Chypre avec 26% et Malte avec 23%. La République Tchèque (15%), la Hongrie (13%) et la Slovénie (13%) viennent ensuite, avec environ une entreprise sur sept affirmant avoir recruté du personnel d'un autre Etat Membre. Dans les pays restants, un nombre égal ou inférieur à 10% des dirigeants affirment avoir recruté du personnel d'un autre Etat Membre, avec la proportion la plus basse enregistrée pour la Lettonie (3%).

Recrutement de personnel provenant d'autres Etats Membres



Q4. Votre entreprise dans [NOTRE PAYS] a-t-elle recruté du personnel d'un autre état membre qui s'est installé dans [NOTRE PAYS]?
% par pays

Source:
FLASH EB 190
27 July – 04 August 2006

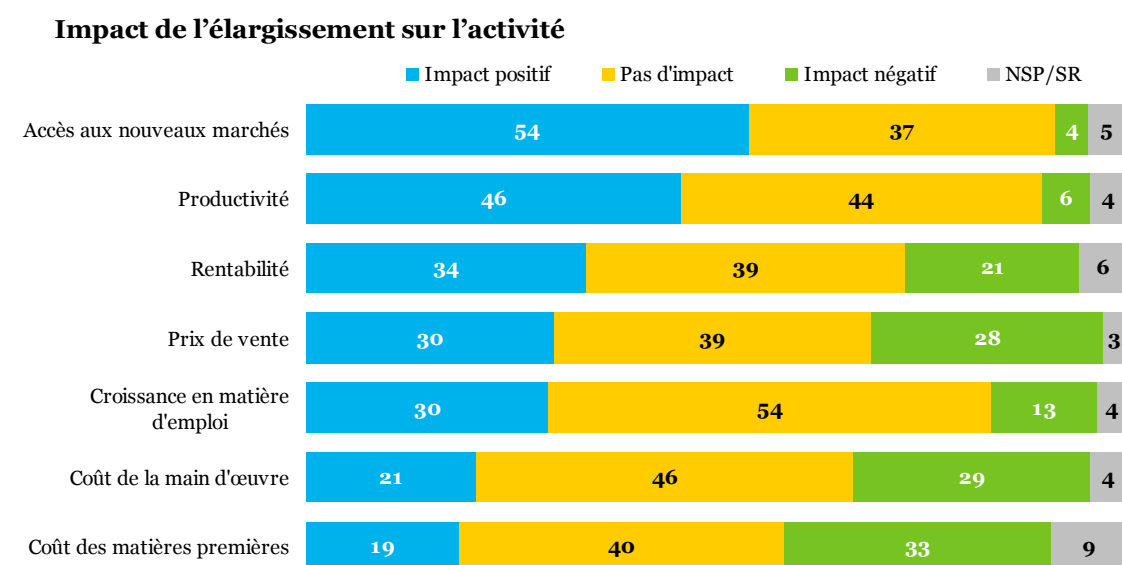
GALLUP

On a demandé aux dirigeants n'ayant pas recruté de personnel dans un autre Etat Membre d'identifier la première et la deuxième raison les plus importantes pour expliquer cela³. Le facteur principal, cité spontanément par 60% des chefs d'entreprise, est que le marché du travail local ou national est suffisant, avec 49% des sondés citant cette raison comme la plus importante et 11% la citant comme la deuxième raison la plus importante. Nous souhaitons souligner le fait que cette possibilité de réponse ne fut pas proposée spécifiquement lors des entretiens ; c'était une option spontanée, comme c'était le cas pour les réponses « autre » ou « ne sait pas ». Plus de la moitié des dirigeants ont donné des réponses autres que celles proposées lorsqu'on leur a demandé de préciser (56%), et un sondé sur cinq ne voulait pas ou ne pouvait pas répondre à la question (22%).

Une des raisons citées de manière récurrente était le différentiel en terme de salaires et de primes (18%), suivie de raisons telles qu'un manque d'information sur les moyens de recruter du personnel (14%) ou des difficultés associées à l'évaluation de l'expérience professionnelle et des diplômes des candidats (9%). Des insuffisances en terme de compétences linguistiques constituent le facteur le plus important chez seulement 8% des dirigeants des NEM pour expliquer qu'ils ne recrutent pas de personnel d'un autre Etat Membre. Des facteurs contraignants liés à la protection sociale, aux obligations familiales ou aux droits en matière de pension ne sont pas des entraves majeures au recrutement de personnel d'un autre Etat Membre (5%, 4% et 1% respectivement).

2.4. Impact de l'élargissement sur les activités

Le graphique ci-dessous montre les résultats pour les impacts perçus résultant de l'élargissement du Marché Unique en mai 2004, au niveau des NEM10. A l'exception de l'impact sur le coût des matières premières et sur le coût de la main d'œuvre, les réponses positives sont plus nombreuses que les réponses négatives.



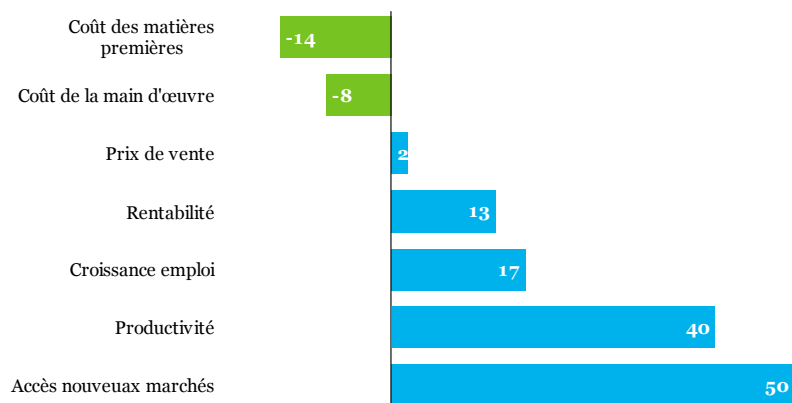
Source:
FLASH EB 190
27 July – 04 August 2006
GALLUP

Q6. Pour chacun des éléments suivants, pourriez-vous me dire si selon vous l'élargissement du Marché Unique vers les 10 nouveaux Etats membres en mai 2004 a eu un effet positif ou négatif sur ... % NEM10

³ La réponse "Mesures transitionnelles mises en place à l'égard des travailleurs des nouveaux Etats Membres", proposée dans l'étude UE15, ne fut pas proposée dans les NEM10.

Puisqu'une majorité considère que le dernier élargissement n'a pas eu d'impact sur le Marché Unique dans tous les domaines couverts (la moyennes des scores « pas d'impact » est 43%, « impact positif » : 33%, et « impact négatif » : 19%), nous avons décidé d'évaluer la différence entre les scores « positifs » et « négatifs » en soustrayant tout simplement les derniers des premiers, afin de fournir un « score en terme d'impact ».

Ce « score en terme d'impact » montre, au niveau des NEM10, que les dirigeants d'entreprise reconnaissent un impact positif à l'élargissement du Marché Unique. L'accès aux nouveaux marchés (+50 points) ainsi que la productivité (+40 points) y ont une importance plus élevée. Les scores sont positifs dans les domaines suivants : croissance en



matière d'emploi, rentabilité et prix de vente (+17, +13 et +2 points, respectivement). Toutefois, en ce qui concerne le coût des matières premières ou de la main d'œuvre, les dirigeants qui estiment que l'impact est négatif sont plus nombreux que ceux qui estiment qu'il est positif (-14 et -8 points).

Les dirigeants de firmes de taille moyenne ou plus grande, de sociétés appartenant au secteur industriel et, comme on pouvait s'y attendre, les dirigeants des entreprises qui font du commerce avec les anciens Etats Membres et qui ont plus de partenaires commerciaux dans l'UE sont les plus positifs quant à l'impact de l'élargissement du Marché Unique à 10 nouveaux pays sur leur accès aux nouveaux marchés.

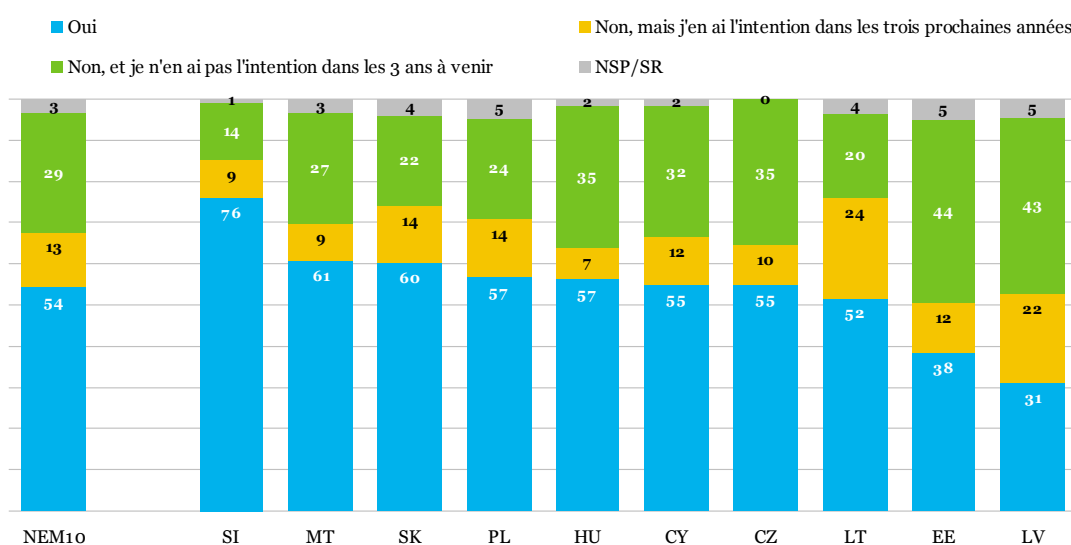
Les grandes entreprises sont les plus positives quant à l'impact de l'élargissement de mai 2004 sur la productivité, la rentabilité et le coût des matières premières, tandis que les entreprises de taille moyenne le sont quant aux prix de vente et au coût de la main d'œuvre.

Les entreprises du secteur du bâtiment sont les plus positives à propos de l'effet de l'élargissement sur la rentabilité, les prix de vente, la croissance en matière d'emploi et le coût de la main d'œuvre alors que celles du secteur industriel mettaient l'accent sur l'impact positif relatif à l'accès aux nouveaux marchés, à la productivité et au coût des matières premières. Les entreprises du secteur du commerce soulignent l'impact positif sur la productivité, la rentabilité et la croissance en matière d'emploi.

2.5. Impact de l'élargissement sur le commerce

Plus de la moitié des dirigeants sont engagés dans le commerce de biens ou de services avec les anciens Etats Membres: depuis moins de deux ans pour 6%, et depuis plus de deux ans pour 48%. Encore 13% ont l'intention de s'y aventurer dans les trois années à venir alors que près d'un tiers des dirigeants n'ont pas l'intention d'exploiter ce marché dans le court terme (29%).

Impact de l'élargissement sur le commerce



Q7. Pourriez-vous me dire si votre entreprise réalise des échanges de produits ou services avec un ou plus des nouveaux Etats Membres ?
% NMS10, par pays, puis par type d'entreprise

Source:
FLASH EB 190
27 July – 04 August 2006
GALLUP

Si nous regroupons les deux premières options de réponses « oui, depuis moins de deux ans » et « oui, depuis plus de deux ans », la Slovénie devient le pays le plus engagé dans le commerce avec les anciens Etats Membres (76%). Malte suit avec 61%, suivi par la Slovaquie avec 60%. La Lettonie est en bas du classement avec 13%.

Les sociétés industrielles sont largement plus enclines à commercer avec les anciens Etats Membres que celles appartenant aux autres secteurs. Les grandes sociétés sont plus enclines que les PME à faire du commerce avec l'UE15. Comme on s'y attendait, les sociétés ayant plus de cinq partenaires commerciaux dans l'UE sont elles aussi plus actives dans le commerce avec l'UE15.

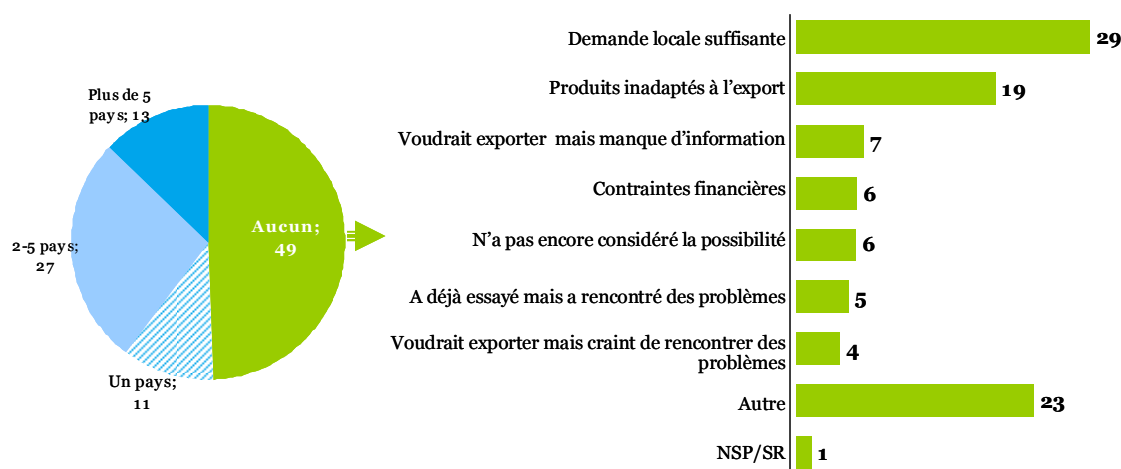
2.6. Obstacles au commerce à l'intérieur du Marché Unique dans son ensemble

Les résultats montrent que certains obstacles persistent plus d'une décennie après le lancement du Marché Unique. 49% des sociétés n'exportent pas à l'heure actuelle vers les anciens Etats Membres. Dans cette section, nous explorons les facteurs qui pourraient expliquer pourquoi ces entreprises ne profitent pas des opportunités présentées par le marché Unique.⁴

Nous constatons que pour 29% des entreprises qui ne vendent ni produits ni services aux autres pays de l'UE, **la demande locale est considérée comme suffisante** et il n'y a donc pas besoin d'exporter vers d'autres Etats Membres. Une autre question relativement importante concerne les perceptions relatives au **caractère inadapté du produit pour l'exportation** (19%). Une proportion très significative de dirigeants (un quart) ont cité une raison qui n'avait pas été proposée dans la liste des réponses possibles, pour expliquer qu'ils n'exportent pas vers l'UE (23%).

7% des dirigeants confirment vouloir exporter mais ont besoin de plus d'informations, 6% des sociétés se trouvent empêchées d'exporter en raison de **contraintes financières** alors qu'encore 6% soulignent le fait que leurs entreprises n'exportent pas vers l'UE parce qu'elles **n'en ont pas encore considéré la possibilité**. 5% des entreprises ont déjà tenté d'exporter mais **ont rencontré des problèmes** et 4% affirment vouloir exporter mais **ont peur de rencontrer des obstacles**.

Obstacles au commerce dans le Marché Unique dans son ensemble



A3: Dans combien de pays de l'Union européenne vendez-vous régulièrement des produits ou des services, en dehors de [NOTRE PAYS]?

Q9. Quelle est la raison majeure pour laquelle votre firme n'exporte pas vers d'autres pays de l'UE? % by NMS10

Base: celles qui ne vendent pas régulièrement dans un autre pays UE

⁴ Cette question a été posée à toutes les entreprises ayant répondu "aucune" à la question A3 "Mis à part [NOTRE PAYS], dans combien de pays de l'Union Européenne vendez-vous régulièrement des produits ou services?"

Parmi les entreprises qui ne vendent pas régulièrement de produits ou de services dans un autre pays, celles qui sont les plus convaincues que **la demande locale est suffisante** sont celles qui travaillent dans le secteur de la construction, les plus petites et celles qui ne commercent pas avec les pays de l'UE15. Les entreprises dont les **produits sont inadaptés à l'exportation** se trouvent le plus souvent dans le secteur des services, sont de taille moyenne et n'ont pas l'intention de faire du commerce avec l'UE15.

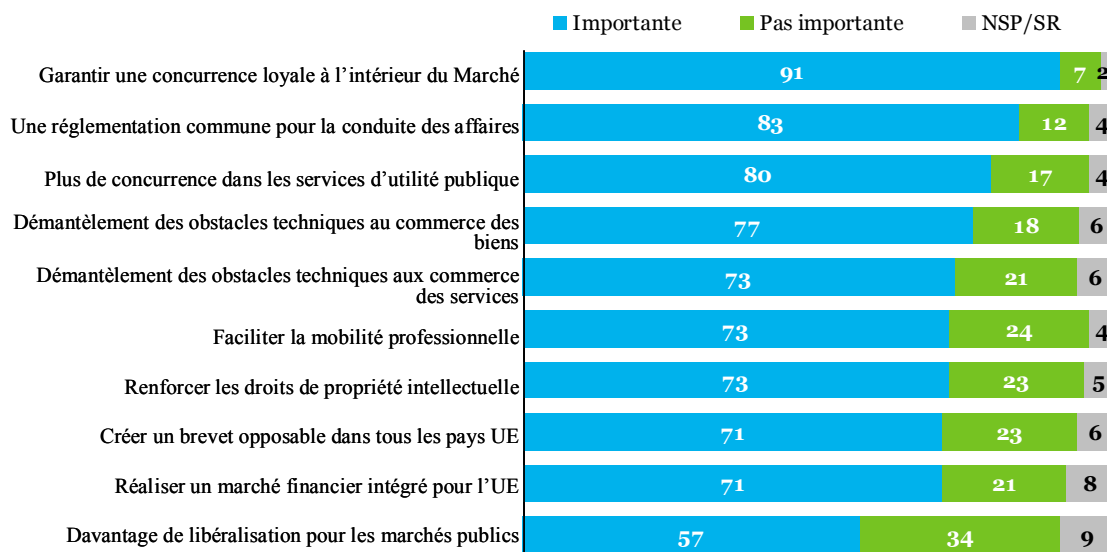
Les sociétés qui n'ont **pas encore considéré la possibilité** d'exporter mais pourraient éventuellement présenter une opportunité d'augmenter le niveau de commerce intra-UE ont tendance à évoluer dans le secteur du commerce et être de taille moyenne. Les PME et les entreprises industrielles sont plus enclines à **manquer de moyens financiers** pour se lancer dans l'exportation.

Les entreprises qui affichent une volonté claire d'augmenter le niveau de leur commerce intra-UE (celles qui ont répondu qu'elles **aimeraient exporter** mais ont besoin de plus d'informations ou ont peur de rencontrer des obstacles) ont tendance à être de petite taille et à appartenir au secteur industriel. Ce sont les plus grandes entreprises et celles qui sont déjà engagées dans des relations commerciales avec des entreprises de l'UE15 qui ont déjà tenté d'exporter mais ont **rencontré des problèmes**.

Partie III. Avenir du Marché Intérieur

Garantir une concurrence loyale est considéré comme priorité par les Nouveaux Etats Membres en ce qui concerne la future politique de Marché Intérieur. Une grande majorité de dirigeants a attribué de l'importance à cette question (66% de réponses « très importante » et 25% « plutôt importante »). Presque tous les dirigeants d'entreprise dans les NEM10 croient à l'importance d'assurer une concurrence loyale dans la future politique de l'UE, avec tout en haut du classement la Hongrie et la Pologne (toutes deux 95%).

Questions qu'une politique future du Marché Unique devrait aborder



Source:
FLASH EB 190
27 July – 04 August 2006

GALLUP

Q8. J'aimerais vous citer un nombre d'activités qui pourraient faire partie de la future politique du Marché Unique. Pourriez-vous me dire si, pour votre entreprise, il est très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important que la future politique du Marché Unique aborde la question de ...
% NEM10

En analysant les résultats par type d'entreprise, en général, les dirigeants du secteur industriel ont été les plus nombreux à citer des domaines d'action prioritaires pour la future politique du Marché Unique. Ils considèrent que le Marché Unique devrait aborder les questions suivantes : la concurrence loyale, une réglementation commune (et non pas 25) pour la conduite des affaires, le renforcement des droits de propriété intellectuelle, la création d'un brevet européen valable dans tous les Etats Membres et la réalisation d'un marché financier intégré au niveau européen.

Pour les dirigeants du secteur commercial, les questions relatives au niveau de concurrence dans les services d'utilité publique et au démantèlement des obstacles techniques au commerce des biens, sont les questions les plus importantes.

Les dirigeants dans le secteur de la construction sont les plus nombreux à dire qu'ils espèrent que, à l'avenir, le Marché Unique va démanteler les obstacles techniques liés à la vente des services et qu'il va libéraliser les marchés publics.

Conclusion

Treize ans après son lancement, le Marché Unique produit, en général, des effets positifs pour les entreprises des NEM10. Alors que 35% des dirigeants estiment que le Marché Unique a eu un impact positif sur l'activité de leur entreprise, une proportion moindre (27%) juge qu'il n'a pas eu d'impact, tandis que 5% affirment que son impact a été négatif. L'élimination des tâches administratives associées aux contrôles douaniers est particulièrement appréciée.

En matière de concurrence, les résultats semblent indiquer que le Marché Unique a augmenté le niveau de concurrence de provenance domestique ou d'autres entreprises de l'UE pour la moitié des entreprises NEM10 (respectivement 53% et 49%), alors qu'il ne change pas le niveau de concurrence émanant de sociétés situées en-dehors de l'UE (58%).

Près de la moitié des dirigeants estiment que le Marché Unique a fortement influencé leur politique des prix (48%) et ils sont encore plus nombreux à attribuer de l'importance aux achats dans l'UE sur leur stratégie (57%), démontrant ainsi les effets pratiques de la libre circulation des biens et services à l'intérieur de l'UE.

Les résultats suggèrent que certaines barrières continuent d'exister, plus d'une décennie après le lancement du Marché Unique. 29% des entreprises ne vendent pas à l'étranger parce que la demande locale est perçue comme suffisante. Une autre raison souvent citée est celle du caractère inadapté des produits pour l'exportation (19%). Une proportion très significative (un quart) des dirigeants ont cité des raisons qui ne figuraient pas dans la liste de réponses pour expliquer pourquoi ils n'exportaient pas vers l'UE (23%).

La plupart des dirigeants estiment que l'élargissement n'a pas eu d'impact sur l'activité de leur entreprise (la moyenne des réponses « pas d'impact » est de 43%, « impact positif » 33% et « impact négatif » 19%). Toutefois, suite à un calcul qui implique la soustraction des scores négatifs des scores positifs, nous arrivons à un « score en terme d'impact » qui montre que les dirigeants reconnaissent un impact positif à l'élargissement du Marché Unique. Ils soulignent l'accès aux nouveaux marchés (+50 points) et la productivité (+40 points). Le score est positif également en ce qui concerne la croissance du taux d'emploi, la rentabilité et les prix de vente. Toutefois, pour ce qui est du coût de la main d'œuvre et des matières premières, les dirigeants sont plus nombreux à constater un impact négatif (-14 et -18 points).

L'accès aux nouveaux marchés semble être l'élément le plus apprécié de l'élargissement du Marché Unique (54% le pensent), et ceci est quelque peu appuyé par le fait que plus de la moitié des dirigeants commercent (biens et services) avec les anciens Etats Membres (6% depuis moins de deux ans, 48% depuis plus de deux ans). Encore 13% en ont l'intention au cours des trois prochaines années. Les entreprises industrielles sont beaucoup plus enclines que celles des autres secteurs à commercer avec les anciens Etats Membres. Les grandes entreprises sont aussi quelque peu plus enclines que les PME à commercer avec l'UE15. Comme on s'y attendait, les entreprises ayant plus de cinq partenaires commerciaux dans l'UE15 sont aussi plus engagées dans ce type de commerce que les autres.

La moitié des entreprises confirme vendre régulièrement des produits ou des services à d'autres Etats Membres de l'Union Européenne dans son ensemble (51%). La raison principale citée le plus souvent pour expliquer l'absence de relations commerciales avec d'autres Etats Membres est que la demande locale est suffisante (29%). Cependant, les résultats montrent également que 19% des dirigeants considèrent leurs produits inadaptés à l'exportation.

Les résultats de cette étude montrent que les dirigeants des NEM10 considèrent qu'il est très important de garantir une concurrence loyale, citant cela comme priorité pour une future politique du Marché Unique. Une majorité écrasante des dirigeants d'entreprise voudraient avoir à faire à une réglementation unique comme base pour la conduite des affaires dans l'UE (et non pas vingt-cinq réglementations différentes) et voir plus de concurrence dans le secteur des services d'utilité publique.