



### LE MARCHÉ UNIQUE – VENDRE EN EUROPE

#### Trois acteurs locaux de l'exportation ont répondu au ME-F 34 et échangé avec le public



**Meredith HYSLOP**, ancienne directrice export dans le secteur vinicole régional, présidente fondatrice de la société Sapere Originis qui accompagne des producteurs locaux à l'export.

**Stanislas GIRAUD**, entrepreneur, ancien conseiller du commerce extérieur, ancien directeur export de Royal Canin.

**Dimitrios DILES**, conseiller réglementation et partenariats européens à la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) Occitanie, antenne de Pérols, représentant du réseau Enterprise Europe Network (EEN).

#### Le marché unique en quelques points clés

- Une union douanière qui concerne les 27 Etats membres de l'Union européenne ainsi que 4 pays membres de l'espace Schengen (Suisse, Lichtenstein, Norvège et Islande).
- Objectif du Traité de Rome, l'Union douanière est achevée en 1968 et la Communauté économique européenne dispose d'un tarif douanier unique.
- Un pas capital est franchi en 1986 quand la Commission Delors définit une réglementation commune entre les Etats membres et instaure la libre circulation des biens, des services, des capitaux et des personnes.

#### Dimitrios DILES, comment se situent les entreprises régionales dans le Marché unique ?

L'Occitanie est la 2ème région exportatrice de France, à 70% dans le secteur aéronautique et 8% dans l'agroalimentaire. En 2013 le Languedoc-Roussillon comptait 1 700 entreprises exportatrices et l'Hérault produisait 33 % des exportations, chiffres en hausse actuellement. Les secteurs porteurs dans notre département sont l'agroalimentaire, le médical, les TIC et les énergies renouvelables. Ce sont des domaines d'avenir notamment pour les entreprises innovantes et les start-ups qui se tournent volontiers vers l'international et y réussissent.

#### De quels soutiens peuvent bénéficier les entreprises pour se lancer sur ce marché ?

Il y a des soutiens institutionnels comme la CCI Occitanie ou Enterprise Europe Network qui est un réseau créé par la Commission européenne pour aider les entreprises à se développer en Europe. Elles y trouvent un accompagnement individualisé. Nous leur apportons la preuve qu'il n'y a que très peu d'obstacles insurmontables, même s'il faut considérer l'aspect linguistique et les demandes spécifiques des consommateurs des différents pays. La réglementation générale européenne est à



90% la même qu'en France et 80% des produits fabriqués en France sont conformes sur tout le territoire du Marché unique.

### Le Marché unique en débat

#### Points forts

- En 2020, le Marché unique concerne 450 millions de citoyens européens et 20 millions d'entreprises. Il permet à l'Union européenne d'être la première puissance commerciale mondiale.
- 56 % des exportations françaises vont vers l'UE, soit plus du double des exportations visant l'Asie et l'Amérique.
- 25 % du PIB total généré par l'Union européenne vient de son marché intérieur.
- Des labels de qualité reconnus à l'international (ex. : Ecocert pour les produits bio).

#### Points faibles

- Les taux de TVA diffèrent selon les pays et législations nationales (20% en France, 5 à 8% en Pologne) ce qui crée des distorsions et affecte les emplois en entraînant des délocalisations.
- Pas d'harmonisation fiscale, ce domaine étant de la compétence exclusive des Etats.
- Manque de législation commune sur la vente en ligne. Le commerce numérique biaise la distribution dont les flux sont devenus totalement opaques. C'est un obstacle à l'harmonisation de l'offre dans le marché unique.

### Stanislas GIRAUD, comment les grosses entreprises envisagent-elles le Marché unique ?

En ce qui concerne Royal Canin, l'Europe a été sa première zone d'exportation d'autant plus assurée que l'entreprise avait déjà une position forte sur son marché intérieur. L'exercice pour s'implanter est toujours le même. Il s'agit de trouver un premier client et de l'aider à se développer. Mais il faut aussi garder ses positions de challenger pour assurer sa croissance à l'export, en innovant et en investissant. Les usines de fabrication tiennent compte des exigences locales des consommateurs des différents pays tout en garantissant un même niveau de qualité des produits.

#### Existe-t-il des limites au développement ?

En 2017, le chiffre d'affaire de Royal Canin atteignait 3,5 milliards d'euros, dont 1 milliard en Europe. Il faut savoir que le secteur de la nourriture des animaux de compagnie est un marché riche, avec des prix de vente élevés et des taux de marges importants. Mais il devient saturé. D'où la nécessité pour les grands groupes de s'ouvrir au commerce extra-européen.

### Meredith HYSLOP, quels effets ont les nouvelles taxations américaines dans votre secteur ?

Les exportations vers les USA sont freinées, parfois stoppées. Aujourd'hui sont taxés à 25 % les vins français, allemands, anglais et espagnols titrant jusqu'à 14 degrés d'alcool, ce qui pousse les producteurs à proposer des vins à 14,5 degrés... Pour le moment, les clients nord-américains restent fidèles à la qualité de l'offre française, car il s'agit d'une population aisée qui d'ailleurs ne fait pas partie de la base électorale de D. Trump. Les vins d'Occitanie ont un positionnement particulier : encore peu connus, leurs prix sont assez bas pour supporter la pression fiscale et bénéficier d'un report d'intérêt des consommateurs, à l'instar du Prosecco qui supplante le Champagne ! Le marché européen est le premier importateur de vins américains (Scandinavie, Allemagne, Pays-Bas...), de



sorte qu'une rétorsion européenne sur les vins américains ne serait pas sans conséquences pour D. Trump.

### Comment profitez-vous du marché unique ?

Nous travaillons bien notamment avec les pays d'Europe centrale qui s'ouvrent à notre offre avec un fort potentiel, comme la République Tchèque. Mais le marché n'est pas encore totalement unifié. Par exemple, il est nécessaire d'adapter les étiquetages des vins en traduisant pour chaque pays du nord de l'Europe l'indication sur la présence de sulfites... C'est une difficulté et un surcoût sensibles pour les petites entreprises.

### Les entreprises européennes dans le monde

- La politique commerciale de l'Union européenne est l'une des politiques communes les plus intégrées ce qui lui permet de défendre ses intérêts internationaux d'une seule voix. Plus grand exportateur mondial de produits manufacturés et de services, l'UE échange principalement avec les États-Unis (plus importante destination des exportations européennes en 2018), la Chine, la Suisse, la Russie et la Turquie.
- L'un des axes principaux du commerce extérieur de l'UE est le développement des échanges bilatéraux avec les pays tiers, concrétisés ou non par des accords commerciaux, notamment de libre-échange. Si le projet de partenariat avec les États-Unis (TAFTA) est aujourd'hui enterré, des accords conséquents ont été conclus avec le Canada (2017), le Japon (2019), le Vietnam (2020). D'autres sont en cours de négociation avec le Mercosur, l'Australie, la Nouvelle-Zélande...

### Pour aller plus loin

Le Marché unique : [www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/33/le-marche-interieur-principes-generaux](http://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/33/le-marche-interieur-principes-generaux)

Le Commerce extérieur : [www.cnccef.org](http://www.cnccef.org)

Enterprise Europe Network : [www.een-france.fr](http://www.een-france.fr)

AD'OCC (Agence de développement Economique de la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée) : [www.agence-adocc.com](http://www.agence-adocc.com)

Animation : Xavier de Raulin, président du ME-F 34

Rédaction : Marie-José Jean et Sylvie C. Karsenty, bureau du ME-F 34

**Cafés Europe rendez-vous bimensuel du ME-F 34 au Gazette Café, 6 rue Levat - Montpellier**

Rejoignez le premier réseau français de militants européens !

Mouvement Européen de France <https://mouvement-europeen.eu>

Association loi 1901 reconnue d'intérêt général et agréée par le ministère de l'Éducation nationale

