

Pas de frontière, mais des limites

Si la Grande Région est un espace économique très attrayant pour les entrepreneurs, de nombreux freins les empêchent encore de profiter pleinement des opportunités.

La sixième édition des journées de l'économie de PricewaterhouseCoopers était consacrée en ce début de semaine aux moyens à déployer pour être compétitif et croître en Grande Région. Les entrepreneurs présents sur place, à l'image de Stéphane Bailly et de René Grosbusch, ont fait part de leur expérience dans la Grande Région mais ont aussi évoqué des freins concrets à leur expansion.

*De notre journaliste
Delphine Dard*

Avec une population de 11,4 millions d'habitants, une croissance moyenne du PIB de 2,5 % et avec ses 375 000 entreprises, la Grande Région est un espace éco-

nomique unique qui offre de multiples possibilités aux firmes qui tentent l'aventure de travailler sur au moins deux des pays qui la composent. Malgré tout, cet espace aussi attrayant soit-il, n'est pas encore un marché unique à part entière. Les entreprises qui s'y risquent connaissent encore de nombreux freins à leur expansion parmi lesquels le manque de main-d'œuvre qualifiée ou les différences administratives entre les pays qui compliquent leur développement.

Invité à discuter du sujet, Jean-Pierre Masseret, président du conseil régional de Lorraine et actuel président de la Grande Région, a souhaité que les pays qui compo-

sent cet espace unique œuvrent ensemble à élaborer une image commune de celle-ci et une marque de fabrique «Grande Région» pour permettre aux entreprises de se distinguer au niveau européen. Pour autant, selon les entrepreneurs, des efforts concrets restent à faire.

► Un manque cruel de main-d'œuvre qualifiée

Parmi les entrepreneurs présents sur place, Stéphane Bailly, actuel directeur général du groupe Bailly, le concessionnaire historique de la marque Peugeot en Lorraine, a estimé, malgré les freins qui existent, «ne vouloir échanger sa place en Grande Région contre

rien au monde» tant l'espace offre des possibilités.

Il a repris la tête du groupe Bailly, créé par son grand-père il y a quatre ans et s'évertue aujourd'hui à développer le multimarques au sein de son entreprise dont il a réussi à faire passer le chiffre d'affaires de 180 millions à 370 millions. Aujourd'hui son groupe est présent en Alsace, Lorraine et au Luxembourg où, surfant sur la vague de notoriété grandissante du japonais, il développe la marque Nissan dans le sud du pays, grâce à un associé luxembourgeois. Il entend se développer dans le nord du pays et aussi prochainement lancer la marque haut de gamme Infiniti qui n'est pas présente au Grand-Duché. Ce qui lui



Photo : martine may

Stéphane Bailly développe sa concession multimarques essentiellement en France et au Luxembourg.



Photo : martine may

René Grosbusch réalise 25 % de son chiffre d'affaires à l'export dans la Grande Région.

pose problème pour poursuivre son développement, c'est notamment la différence du coût de main-d'œuvre entre les pays, le poids fiscal, les différentes tâches administratives mais aussi le manque de main-d'œuvre qualifiée.

Un constat partagé par René Grosbusch, le gérant de la société de fruits et légumes luxembourgeoise Marcel-Grosbusch et fils.

« Sur 120 employés, nous ne sommes plus que cinq Luxembourgeois. Nous aurions besoin de Luxembourgeois qui parlent plusieurs langues pour travailler en Grande Région mais ceux-ci sont pris par l'administration ou le secteur bancaire. »

Il y a cinq ans, son entreprise ne travaillait qu'au Luxembourg. Pour trouver de nouveaux relais de croissance, il a décidé d'aller voir plus loin en Grande Région et aujourd'hui l'export représente 25 % de son chiffre d'affaires.

« Je dois recruter du personnel issu de chaque pays de la Grande Région ou former aux différentes langues mes employés pour qu'ils soient opérationnels. »

Stéphane Bailly et René Grosbusch n'œuvrent pas dans le même secteur mais tous deux rencontrent les mêmes difficultés, à savoir une pénurie de main-d'œuvre en Grande Région. Ils plaident avec d'autres entrepreneurs pour y recevoir une meilleure formation, aux besoins économiques réels mais aussi pour un meilleur enseignement linguistique des forces vives.