

QUELS TYPES D'INFORMATIONS METTRE À DISPOSITION DES ACTEURS ÉCONOMIQUES ?

Les structures d'accompagnement ont un rôle important de diffusion d'informations de base sur les activités économiques transfrontalières :

- les principes de l'accès au marché voisin, au marché européen ou de l'internationalisation en général ;
- les caractéristiques du tissu économique de chaque côté de la frontière (filières, établissements d'enseignement supérieur et de recherche, pôles de compétitivité, clusters) ;
- les arguments sur les avantages d'une activité transfrontalière (export ou prestation de services, sous-traitance, bi-localisation, etc.) ;
- les spécificités et avantages de chaque côté de la frontière sur une série de critères (fiscalité, droit du travail, aides aux entreprises, foncier, main-d'œuvre et compétences, tissu économique, etc.) ;
- les démarches pour l'export ou la prestation de services (TVA, concurrence) ;
- les modalités d'implantation dans l'autre pays.



POINT DE VIGILANCE

Il faut veiller à :

- Mettre en lumière les avantages de chaque partie et s'assurer qu'il n'existe pas de déséquilibre flagrant, pour créer un climat de confiance et de situation gagnant-gagnant.
- Actualiser régulièrement les informations pour ne pas diffuser des données anciennes ou erronées.

PAR QUELS MOYENS SENSIBILISER LES ACTEURS ÉCONOMIQUES ?

La sensibilisation des porteurs de projets peut passer par des portails web généralistes ou spécialisés, des guides pratiques, des événements dédiés à la capitalisation des expériences précédentes (témoignages de porteurs de projets), par des vidéos, etc., l'essentiel étant de combiner plusieurs outils et s'assurer qu'ils sont accessibles au public cible.

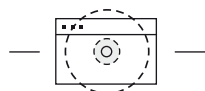


Les portails web d'informations générales

EXEMPLE :

Le portail de la Commission européenne «L'Europe est à vous» pour les entreprises (Your Europe - Business) s'adresse aux entreprises qui veulent se développer au sein du marché intérieur de l'Union Européenne. Ce portail contient des informations générales sur le développement d'une activité, la TVA, le commerce à l'étranger, les ressources humaines, les types de financement, les règles des marchés publics.

http://europa.eu/youreurope/business/index_fr.htm



Les sites web dédiés à la promotion d'un territoire transfrontalier

EXEMPLE :

Le site «Invest in Eurométropolis» met en avant les atouts du territoire de l'Eurométropole Lille-Kortrijk-Tournai pour des investisseurs (clusters, sites d'excellence, centres de recherche, logistique, parcs de recherche, logistique, parcs d'activités, tourisme d'affaires). Il permet aussi de localiser ces structures.

<http://investineurometropolis.fr/>



Les guides pratiques

EXEMPLE :

Le guide «La pratique des affaires en Allemagne à l'usage des entreprises françaises pour faire des affaires en Allemagne» (et le guide équivalent pour les entreprises allemandes) présente : le tissu économique, le cadre légal des activités des entreprises, les incitations à l'investissement, le droit des affaires, les ressources humaines, la fiscalité, les règles et le contrôle comptable.

[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Pratique_des_affaires_en_Allemagne/\\$FILE/La-pratique-des-affaires-en-Allemagne-FR.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Pratique_des_affaires_en_Allemagne/$FILE/La-pratique-des-affaires-en-Allemagne-FR.pdf)