

Latitude internationale

accompagner votre entreprise sur les marchés extérieurs

Banque de l'Economie

Le nouvel esprit d'entreprise

à l'essentiel

n°10 - mai - juin 2011



États-Unis

DOSSIER

indicateurs

2,8%

Taux de croissance
prévu pour 2011

Éditorial

Les États-Unis ont été à l'origine de la crise mondiale qui a démarré en 2007 avec l'effondrement du mécanisme de titrisation des crédits hypothécaires rechargeables. À ce jour, les craintes d'une double récession (« double dip ») ne se sont pas confirmées et l'économie américaine poursuit son rebond en 2011 avec une prévision de croissance du PIB de 2,8 % selon le rapport du FMI d'avril 2011 (par rapport à -2,6 % en 2009 et + 2,8 % en 2010).

L'annonce récente par l'agence de notation Standard & Poor's de la mise sous perspective négative de la note AAA des États-Unis souligne cependant l'impérieuse nécessité pour le Gouvernement d'être en mesure, après accord avec le Congrès, de mettre en place une politique crédible à moyen et long terme afin de remédier à l'aggravation du déficit budgétaire et de la dette publique américaine (proches respectivement de 8,7 % et 84 % du PIB en 2010).

En dépit de ces déséquilibres, les États-Unis, première puissance économique avec 24 % du PIB mondial, conservent évidemment des atouts majeurs, dont celui de disposer de la monnaie de référence pour les échanges planétaires. L'évolution positive de la demande privée, soutenue par une politique monétaire accommodante, devrait

compenser la réduction annoncée des dépenses publiques résultant d'une politique budgétaire fédérale devenue plus restrictive. En outre, les entreprises ont assaini leur situation financière et bénéficient de conditions attrayantes de financement, ce qui leur permet de profiter d'une croissance retrouvée, avec l'esprit d'initiative et le sens de l'innovation propres au monde des affaires outre-atlantique.

Pour vous accompagner sur ce vaste marché dynamique, notre Groupe met à votre disposition ses experts à l'international en France et les équipes de sa succursale américaine, basées à New York. Ils sauront vous guider pour que vous preniez les meilleures décisions, lors de votre développement ou implantation aux États-Unis. Il pourra également vous être proposé de participer à des missions commerciales sur des secteurs porteurs sélectionnés par nos équipes, comme celui des technologies vertes, en raison de leur attrait dans votre domaine d'activités.

Je vous invite à prendre contact, dès maintenant, avec votre chargé d'affaires.

Thierry Delarue

Directeur des Activités Internationales



DOSSIER

- Présence française
- Échanges commerciaux
- Secteurs porteurs
- Les relations d'affaires
- Une approche régionale

REPÈRES ÉCONOMIQUES

- **24 %** du PIB mondial
- **14 700 Mds USD**
PIB nominal (le plus élevé devant la Chine et le Japon)
(Pour info : Zone euro environ 12 000 Mds USD)
- **30 %** de la production mondiale
- **39 %** des dépenses mondiales de recherche
- **147 Mds USD**
Budget fédéral dédié à la recherche scientifique

CHIFFRES 2010*

- 2,8 %** Taux de croissance prévu pour 2011 (1,6 % pour la France)
- 9,6 %** Taux de chômage
- 648 Mds USD** (soit - 4,4 % du PIB) Déficit de la balance commerciale
- 47 156 USD** PIB par habitant
- 8,7 %** du PIB Déficit budgétaire

(*source Global Insight)

États-Unis

Un Anglais à New York

Par Steve FRANCIS

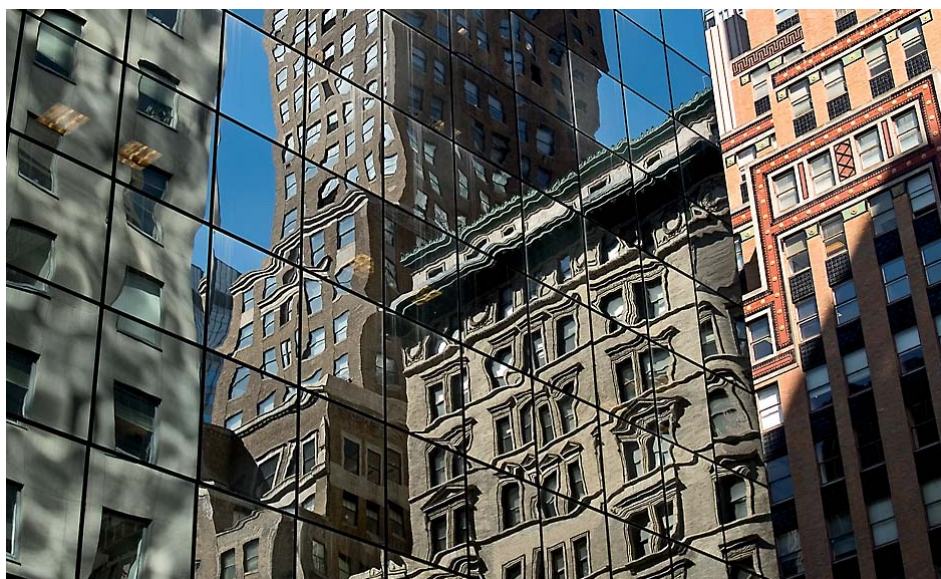
Steve FRANCIS, de nationalité britannique, a pris la Direction de la succursale du Groupe à New York depuis l'été 2010, après avoir passé dix ans à Paris puis dix ans à Londres. Il répond à nos questions.

Vous avez rejoint la succursale récemment. Comment qualifieriez-vous l'état d'esprit américain au sortir de la crise ?

« Alors que l'économie mondiale sort d'une profonde récession, le sentiment qui domine ici n'est pas la privation ni l'abattement mais bien l'optimisme. Si ce climat ne transparaît pas nécessairement dans les statistiques économiques qui restent, au mieux, mitigées, il est révélateur d'une caractéristique du peuple américain qui voit invariablement le bon côté des choses. Cette attitude se traduit par un réel esprit positif qui contribue à la victoire de manière décisive, et ce, quelle que soit la bataille à livrer. Contagieuse, cette qualité engendre un besoin irrésistible d'aller de l'avant. C'est l'une des raisons qui incite à croire au redémarrage de l'économie américaine, qui devrait progressivement retrouver son rôle de locomotive de l'économie mondiale (avec certes un petit coup de pouce d'autres pays...) ».

La réussite professionnelle est-elle perçue de la même façon des deux côtés de l'Atlantique ?

« En réalité, l'état d'esprit américain s'accompagne également d'une valorisation du succès. Différents à bien des égards, les Français et les Britanniques se rejoignent sur un point, à savoir leur ambivalence face à la réussite matérielle. En Europe, ceux qui ont réussi en travaillant dur en parlent avec pudeur. Outre-Atlantique, la réussite suscite au contraire la fierté. Du point de vue européen, cette attitude peut sembler un excès de confiance en soi mais il est clair qu'il faut être combatif pour travailler aux États-Unis. Ici, les mots d'ordre sont « **work hard and play hard (travailler dur pour en profiter) ; give of your utmost and celebrate the rewards** » (donner le meilleur de soi-même et célébrer la réussite). Le succès d'autrui ne suscite pas l'envie comme c'est souvent le cas en Europe mais constitue une source d'inspiration et de motivation. C'est l'une des raisons de l'optimisme des Américains et la clé de leur réussite ».





Pour autant, peut-on considérer les États-Unis comme un paradis ?

« Non bien sûr, comme nous le savons tous, l'ascension peut être rapide mais la chute douloureuse, faute de systèmes de protection sociale tels que nous les connaissons en Europe. Et bien que nous soyons au « Pays de la liberté », la bureaucratie est bien plus pesante que ce à quoi on pourrait s'attendre. L'immigrant qui se débat au milieu de la paperasse pour obtenir son visa est bien placé pour le savoir. Les Américains ont en effet la conviction, sagement entretenue, que leur pays est le meilleur sur terre et qu'il convient donc de vérifier les motivations de tout candidat à l'immigration. Les contrôles sont aussi pointilleux que nombreux ; vous devez comprendre que la permission accordée est un privilège. Il en va de même dans la vie professionnelle ».

Notre Groupe à New York intervient dans quatre domaines :

- ➔ Les services aux entreprises françaises (prestations de conseils),
- ➔ Le financement des entreprises (filiales américaines d'entreprises françaises, entreprises américaines, acquisitions),
- ➔ Les financements spécialisés (aéronautique, transport maritime et ferroviaire, etc.),
- ➔ Les activités de marché.

Et qu'en est-il du secteur bancaire aux USA ?

« Bien que le secteur bancaire soit actuellement sous haute surveillance (on peut comprendre pourquoi), le processus de réforme réglementaire est nettement plus intense aux États-Unis que ce que j'ai pu observer à Londres et à Paris (je reconnais toutefois que le contexte est différent). Ici comme ailleurs, les nombreuses faillites bancaires incitent les autorités à la plus grande vigilance, d'où une surveillance accrue. À la succursale de New York, nous mettons tout en œuvre pour entretenir un dialogue constructif et veiller au respect de nos obligations, condition essentielle pour assurer le développement de nos activités aux États-Unis. Si respecter la réglementation dans ses moindres détails est un véritable défi, d'autant que la cible est parfois mouvante, nous sommes convaincus que des relations solides avec les autorités réglementaires sont indispensables pour croître et prospérer sur le marché américain ».

Avoir une succursale aux USA est-il un "plus" pour nos clients ?

« Clairement, être présent aux États-Unis est une nécessité absolue, notamment pour aider nos clients – français ou non – à relever les enjeux de la mondialisation et les guider sur le premier marché mondial. Ensuite, parce que les États-Unis ont montré maintes fois leur capacité à jouer un rôle moteur et à innover. Enfin, parce que la simple taille du marché américain ouvre de formidables perspectives de développement pour la clientèle du Groupe ».



parcours

Steve FRANCIS

49 ans - Marié – 2 enfants
**Executive Vice President
 & General Manager,
 succursale de New York**

Expérience

- Depuis août 2010 - Directeur Général Succursale de New York
- 2000 - 2010 - Responsable Corporate Banking & Structured Finance Division Succursale de Londres
- 1989 - 2000 - CIC - Paris Corporate Banking Division, Head Office
- 1987 - 1989 - TSB Bank plc, Londres
- 1983 - 1987 - Midland Bank, Londres Corporate Banking Division, Head Office

Formation

- 1990 Associé, Institute of Linguists
- 1987 Associé, Chartered Institute of Bankers, avec Ordre du Mérite
- 1985 - 1986 Prix de l'Institute of Bankers
- 1979 - 1983 Birmingham University, England et Université de Toulouse, France

► contacts

Pour rencontrer le directeur du bureau de représentation, contactez votre chargé d'affaires en agence.



(De gauche à droite)
 Anthony GUTTON,
 Steve FRANCIS,
 Marine FRANCOIS.

Absents de la photo :
 Nicolas COURTAIGNE,
 Vice President Corporate Banking
 et Directeur du bureau
 "Développement international",
 Éric LONGUET,
 Managing Director Corporate
 Banking succursale de New York.



Les relations économiques franco-américaines

Échanges commerciaux

- ▶ **Les exportations françaises**
 - **31,6 milliards d'euros** en 2010.
 - La France est le **8^{ème}** fournisseur des États-Unis.
- ▶ **Les importations françaises**
 - **21,9 milliards d'euros** en 2009, en baisse de 5 %.
- ▶ **Un marché accessible pour les PME/PMI françaises**
 - Plus de **23 000 exportateurs français** en 2009.
 - Les entreprises françaises ont amélioré leur compétitivité, et ce malgré les fluctuations du taux de change EUR/USD.
- ▶ **Les exportateurs français aux États-Unis**
 - Les PME françaises qui travaillent sur les USA sont pour les 3/4 exportatrices, mais ne réalisent que 13 % de leurs ventes sur les USA.
 - **50 %: Biens d'équipement** et intermédiaires à forte valeur ajoutée: machine, aéronautique, chimie, pharmacie, etc.
 - **30 %: Produits « French Touch »** vins, parfums et cosmétiques, arts et antiquités, etc.
 - **10 %: Produits agroalimentaires** boissons, produits laitiers, etc.

Présence française

- ▶ **6^{ème} investisseur**, derrière le Royaume-Uni, le Japon, l'Allemagne, les Pays-Bas, le Canada.
- ▶ **2 800 implantations françaises.**
- ▶ Plus de **550 000 salariés.**
- ▶ **Chiffre d'affaires: 170 milliards de USD.**
- ▶ **500 filiales** avec un chiffre d'affaires > 3 millions de USD.
- ▶ **Secteurs:** industrie manufacturière, chimie, finance, services.
- ▶ Les filiales génèrent **un chiffre d'affaires presque 7 fois supérieur à nos exportations.**
- ▶ **L'implantation locale est nécessaire,** y compris pour les PME/PMI.

Secteurs porteurs

SECTEURS PORTEURS LEADERS

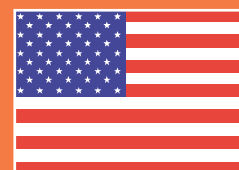
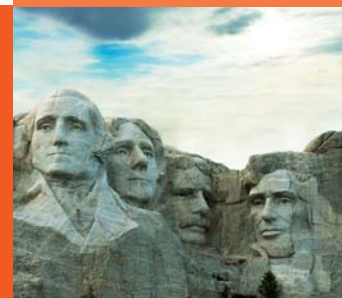
- ▶ Les nouvelles technologies.
- ▶ **Les technologies vertes***.
- ▶ Les transports et l'aérospatial - secteurs les plus importants en termes de relation commerciale franco-américaine.
- ▶ La parapharmacie et les biotechnologies notamment.

* Ce sont surtout les technologies vertes ou « cleantech » qui bénéficient d'une attention toute particulière, autant des entrepreneurs que de la part de l'administration américaine (qui ambitionne de devenir le leader mondial du secteur). Au total, ce sont 30 milliards USD qui ont été investis en 2010.

Une **MISSION SECTORIELLE "CLEANTECH USA"** est organisée par le Groupe du 17 au 23 septembre 2011 (voir article en page 8).

AUTRES SECTEURS PORTEURS

- Dans ces secteurs, la France est tout particulièrement performante mais il reste beaucoup d'opportunités.
- ▶ L'agroalimentaire (épicerie fine, produits naturels, vins et spiritueux).
 - ▶ Les biens de consommation (Luxe et cosmétique) à condition de proposer des produits innovants et à des prix compétitifs.



- **Population :** 308,7 millions d'habitants
- **Capitale :** Washington
- **Villes principales :** New York, Chicago, Los Angeles
- **Superficie :** 9,6 millions de km² (17 fois la France)
- **Monnaie nationale :** 1 EUR = 1,4389 USD (8 avril 2011)

Les relations d'affaires

- ▶ Il est utile d'avoir une 1^{ère} expérience à l'international avant de prospecter le marché américain.
- ▶ Des outils commerciaux adaptés sont indispensables (brochures et site Internet en anglais, prix en dollars).
- ▶ Des déplacements réguliers aux USA sont nécessaires pour rester au fait des nouvelles tendances.
- ▶ La qualité du service client est primordiale.
- ▶ La patience est de mise, le retour sur investissement se fait à moyen et long terme.
- ▶ **Entourez-vous d'experts locaux, les Américains ont les leurs !**

L'importance d'une approche régionale

Le marché américain est gigantesque. En règle générale, il est préférable de privilégier une approche régionalisée, notamment pour les implantations. Souvent dans les relations d'affaires et selon les secteurs, un partenaire commercial, par région, est nécessaire.

Quatre grandes régions ont chacune leurs caractéristiques économiques sectorielles fortes :

- ▶ Le Nord-Est (New York et Boston) : énergies vertes, services financiers, santé, technologies, éducation, tourisme, commerce de détail et luxe, médias et divertissement.
- ▶ Le Midwest (Chicago et Detroit) : industrie manufacturière, automobile, logistique, biens d'équipement, agroalimentaire, transport, biotechnologie.
- ▶ Le Sud (Dallas, Houston, Atlanta et Miami) : énergie, aérospatiale, équipements industriels, high-tech, biens de consommation, agriculture.
- ▶ L'Ouest (San Francisco, Los Angeles, San Diego et Seattle) : énergies renouvelables, nouvelles technologies, agroalimentaire, aéronautique, luxe, divertissement.

POUR EN SAVOIR PLUS

Vous souhaitez conquérir et développer des marchés, la BECM vous accompagne dans votre stratégie commerciale sur un ou plusieurs pays et trouve des partenaires industriels et commerciaux. Renseignez-vous auprès de votre **chargé d'affaires** en agence. Vous pouvez également consulter notre site : www.becm.fr

NOS CLIENTS TÉMOIGNENT...

LES CAVES DE LABASTIDE

Créée en 1949, la Société LABASTIDE est la 1^{ère} cave coopérative de vinification du Tarn (81) et le 1^{er} producteur de Gaillac AOP Perlé blanc et Gaillac Primeur. M. De Guigné, Directeur Commercial de la société, a décidé de prospecter les États-Unis. De retour de mission, il témoigne...

« Notre Société n'a cessé d'innover pour être en phase avec les marchés et la demande qui en découle. Cette innovation permanente se retrouve à tous les niveaux de nos produits.

Actuellement la Cave de Labastide opère sur tous les secteurs de la distribution du vin en France et développe son activité sur l'export depuis plus de quarante ans. Sur les 3 dernières années, le développement à l'export s'est fait, à la fois sur les destinations historiques de la Cave (UK, Allemagne et Belgique) mais aussi, sur des destinations stratégiques comme la Chine, le Japon, le Canada et les USA. Grâce à ces choix, le chiffre d'affaires à l'export a doublé sur les deux dernières années.

Dans le cadre de la prospection sur le marché américain, nous souhaitons établir un contact avec les importateurs des USA et développer un courant d'affaires. Nous avons fait appel au bureau de votre Groupe à New York qui a contacté des importateurs potentiels et nous a transmis les réactions de chacun des interlocuteurs. Nous avons adressé des échantillons aux sociétés intéressées et avons conservé les coordonnées des sociétés qui avaient décliné notre offre pour prise de contact ultérieure.

Ensuite, nous nous sommes déplacés aux USA pour rencontrer les importateurs intéressés. Cette approche nous a fait gagner du temps...

À l'occasion de ces rendez-vous ciblés, nous avons eu la confirmation que le potentiel du marché était énorme, bien qu'il ne soit pas encore assez mature et demeure un marché de marque. La crise économique étant passée, le marché fonctionne de plus en plus avec des prix assez bas (10 USD la bouteille contre 15 USD il y a trois ans sur le même type de vin).



(De gauche à droite)
Michel DARLES - Directeur Général de la Cave de Labastide, Dominique LAPORTE - Meilleur sommelier de France, Jean-Luc FABRE - Président de la Cave.

« Aux États-Unis,
chaque état
a ses propres règles »

De plus, nous avons pris conscience que chaque type de contacts (importateur national, grossiste distributeur et caviste détaillant) était différent dans chaque état américain, chacun ayant ses propres règles.

L'optimisme apparent de nos contacts nous a confortés dans l'idée que le marché vinicole aux USA va reprendre de plus belle; les prévisions publiées au niveau de la consommation de vin dans le pays le confirment. D'ailleurs, nous sommes en train de passer un contrat avec un importateur sur la côte Est » ■

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.



► FICHE D'IDENTITÉ

SOCIÉTÉ
LES CAVES DE LABASTIDE

- Création : 1949
- Effectif : 50 personnes
- Activité : producteur de vins de Gaillac (département du Tarn)
- Chiffre d'affaires 2010 : 12,5 M€
- Site internet : www.cave-labastide.com

SOLUTIONS



- Éclairage marché
- Liste travaillée
- Recherche d'agent
- Mission commerciale de prospection
- Ciblage export multipays
- Approche commerciale
- Recherche de partenaires commerciaux ou industriels
- Assistance à l'implantation

► contactez-nous

Pour rencontrer le directeur du bureau de représentation, contactez votre chargé d'affaires en agence.

LETTRE DE CRÉDIT STAND-BY

LA SBLC "Stand-by Letter of Credit"
ou "lettre de crédit stand-by"

Un peu d'histoire...

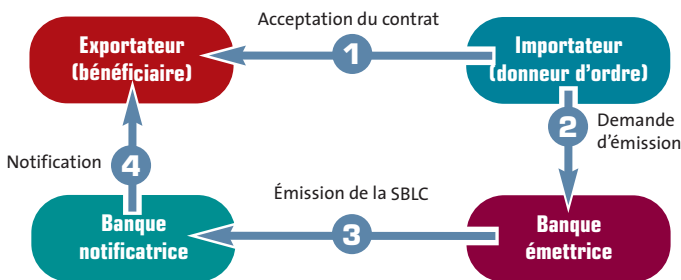
La lettre de crédit stand-by est née aux USA pour des raisons historiques tenant à la législation fédérale qui réservait l'émission des garanties internationales aux compagnies d'assurance ainsi qu'aux « Bonding Companies » ou « sociétés de cautionnement ».

► La SBLC permet de sécuriser vos exportations de biens et services, payables au comptant ou à terme

Préambule

Dans une transaction commerciale, l'exportateur a besoin d'une garantie de paiement de sa vente.

Schéma d'ouverture d'une SBLC par une banque étrangère pour le compte d'un de ses clients (importateur) en faveur de notre client exportateur (notification de la garantie).



L'opération se déroule en quatre étapes essentielles :

- **Étape 1** - L'acheteur et le vendeur se mettent d'accord sur les termes du contrat.
- **Étapes 2 et 3** - L'acheteur étranger demande à sa banque d'émettre une SBLC au bénéfice de notre client. La banque émettrice s'engage à nous régler, au cas où le paiement n'aurait pas été effectué dans les délais convenus.
- **Étape 4** - Nous notifions la SBLC à notre client exportateur selon les termes de la lettre de crédit stand-by reçue.

Il est à préciser que le règlement normal du contrat commercial, par tout moyen de paiement prévu au contrat (un simple virement est possible) est indépendant de la lettre de crédit stand-by qui ne constitue qu'une sûreté.

► contactez-nous

Votre chargé d'affaires en agence se tient à votre disposition pour toute information.

► La lettre de crédit stand-by est une garantie-filet

La lettre de crédit stand-by ne sera utilisée que si l'acheteur ne remplit pas ses obligations de paiement.

Dans le cas où l'exportateur constate que, bien qu'il ait rempli ses obligations contractuelles, l'acheteur ne l'a pas réglé en retour, il s'en remet aux termes de la lettre de crédit stand-by que nous avons notifiée et nous remet les documents demandés, à savoir le plus souvent :

- une attestation de non-paiement,
- une copie des documents prouvant la réalisation du contrat commercial.

Une fois ces documents reconnus conformes, l'exportateur reçoit le paiement en retour.

► Lettre de crédit stand-by et crédit documentaire

Plus récente que le crédit documentaire, la lettre de crédit stand-by est parfois moins connue des banques et entreprises étrangères, elle peut être incompatible avec certains droits locaux.

La lettre de crédit stand-by a davantage un caractère de sûreté et n'a pour vocation que d'être mise en jeu en cas de défaillance du débiteur de l'obligation garantie.

À l'instar du crédit documentaire, la lettre de crédit stand-by est régie par les R UU 600 (règles et usances).

NOS CONSEILS

Il est très important que les SBLC que nous traitons pour votre compte (en tant que banque notificatrice/confirmante) soient soumises aux R UU 600 (règles et usances) surtout s'il s'agit de SBLC « documentaires » couvrant un échange de biens.

Pour sécuriser vos prochaines exportations, pensez à demander une SBLC !

Partez avec nous en mission collective aux USA, du 17 au 23 septembre 2011, pour enrichir vos connaissances et toucher de près le monde des technologies vertes.

? À quel endroit plus précisément ?

Dans le **Nord Est des États-Unis**, la seconde région en termes d'investissements dans les « cleantech », surtout autour de Boston et des états de New York, Connecticut, New Jersey et Pennsylvanie.

En tout, ce sont près de 30 milliards de prêts garantis, de crédits d'impôts qui ont été injectés pour propulser l'économie verte et accélérer la fabrication de technologies propres!

Face à ces besoins, la France présente de nombreux atouts; de nombreuses régions sont dynamiques dans le « green business » : Rhône Alpes / PACA, Ile-de-France, Corse, Languedoc Roussillon, Nord et Est.

? Quel est le programme ?

- Vous serez accueilli par le **directeur du bureau de New York le lundi 19 septembre 2011** et un expert local vous présentera le secteur des « technologies vertes » aux USA.
- Notre bureau de New York vous aura préparé, sur base d'un cahier des charges que vous nous aurez préalablement fourni, un programme de rendez-vous individualisés sur 3 jours, du **lundi 19 septembre au mercredi 21 septembre 2011**, avec des acteurs locaux du secteur des « Cleantech » susceptibles d'être

intéressés par un partenariat avec votre entreprise (distributeurs / importateurs, fournisseurs, agents, partenaires industriels, etc...).

- Si vous le souhaitez, vous pourrez visiter le salon « RETECH 2011 » « Renewable Energy Technology Conference and Exhibition » dédié au secteur des « Cleantech » à Washington, le **jeudi 22 septembre 2011**. Ce salon rassemble toutes les technologies, industries et applications des énergies renouvelables (300 exposants, 5 000 visiteurs et 40 partenaires médias). Des conférences programmées auront lieu toute la journée.

? Quel type d'entreprise peut prétendre à participer à cette mission ?

- Vous travaillez dans une activité à « caractère innovant », en lien avec le secteur des technologies vertes. Voici ci-dessous, quelques secteurs, non exhaustifs, où les Français ont un savoir-faire reconnu :
 - Recyclage et valorisation des déchets,
 - Qualité de l'air,
 - Traitement et gestion des eaux potables et usées,
 - Énergie éolienne, solaire, hydro-électricité, biocarburants,
 - etc...

Vous avez déjà une expérience à l'international et votre entreprise souhaite se développer sur un marché porteur : renseignez-vous sans attendre auprès de votre chargé d'affaires en agence.

? Quelles formalités pour aller aux USA ?

Informations pratiques : le passeport

Deux types de passeport sont acceptés aux USA :

- le passeport à lecture optique **émis avant le 26 octobre 2005**,
- le passeport électronique ou biométrique.

Si vous n'avez ni l'un ni l'autre, prenez rapidement vos dispositions auprès de la mairie la plus proche de votre domicile car les délais peuvent être longs !

**"Have a good trip
and all the best
in your future business
endeavors".**



Banque de l'Économie
Le nouvel esprit d'entreprise

n° 10 - mai - juin 2011

Directeur de la publication : Thierry Delarue - **Rédactrice en chef :** Danièle Luczak

Comité éditorial : Nadège De Cauwer, Virginie Chazal,

Crédits photos : © Thinkstock,

Réalisation : Mistigris communication

Impression : GRLI INTERPRINT - **Dépôt légal :** mai 2011.

► **contactez-nous**

Pour en savoir plus,
contactez votre chargé d'affaires
en agence.

Banque de l'Économie du Commerce et de la Monétique - Société par Actions Simplifiée au capital de 96.864.800 euros -
R.C.S. Strasbourg B 379 522 600 - Code N.I.C. 651 C - N° de TVA Intracommunautaire : FR 48 379 522 600 - N° ORIAS : 07 025 384
Siège social : 34, rue du Wacken - 67913 Strasbourg Cedex 9 - Tél. : 03 88 14 74 74 - Télécopie : 03 88 14 75 10
Site internet : www.becm.fr