

# Latitude internationale

accompagner votre entreprise sur les marchés extérieurs

**BANQUE EUROPÉENNE**

Crédit Mutuel

à l'essentiel

n°22 - avril 2014



indicateur

**21%**

Part de l'Allemagne  
dans le PIB de l'Union  
Européenne

## Éditorial

Il aura fallu peu de temps à l'Allemagne pour se remettre de la crise financière la plus grave depuis 1929.

Première puissance économique européenne et quatrième au plan mondial, le pays a pu rebondir rapidement, après la violente récession de 5,1 % en 2009, grâce à la solidité de ses fondamentaux économiques. Dirigé de nouveau par une grande coalition, signe enviable de cohésion et de maturité politique, le premier partenaire économique de la France peut ainsi afficher un taux de chômage historiquement bas (6,9 % en 2013), un excédent commercial record de près 200 milliards d'euros, des comptes publics sains et une croissance prévue à +1,8 % en 2014.

L'Allemagne doit cependant faire face à des contraintes importantes. Le pays est confronté aux effets négatifs d'une démographie en déclin avec, pour corollaire, une réduction du nombre de ses actifs et l'augmentation des dépenses publiques de retraite et de santé. La crise et les réformes structurelles ont également creusé les

inégalités ; les tensions sociales ont ainsi conduit ces derniers mois à une hausse des coûts salariaux et à l'instauration d'un salaire minimum, pour la première fois en Allemagne, à partir de janvier 2015. Le vaste chantier de la transition énergétique, la dépendance aux exportations (41 % du PIB en 2012), ainsi que la rémanence du clivage est-ouest, sont autant d'autres défis que l'Allemagne devra relever dans les années à venir.

Par sa taille, sa maturité et sa proximité géographique avec la France, le marché allemand représente indéniablement une cible privilégiée. Pour y réussir les entreprises françaises doivent faire preuve de patience, de rigueur et de persévérance afin d'établir des relations d'affaires fiables et durables.

Votre chargé d'affaires et les spécialistes à l'international de notre Groupe sont à votre disposition pour vous accompagner dans vos projets sur l'Allemagne ou tout autre pays. N'hésitez pas à les contacter.

**Thierry Delarue**

Directeur des Activités Internationales



## DOSSIER

- Relation d'affaires
- Echanges commerciaux
- Indicateurs
- Secteurs porteurs
- Système bancaire

### REPÈRES ÉCONOMIQUES

- République Fédérale avec **16 Länder**
- **4<sup>ème</sup>** puissance économique mondiale, **1<sup>ère</sup>** Européenne
- **3<sup>ème</sup>** exportateur mondial
- **1<sup>er</sup>** partenaire commercial de la France
- **2,8 %** du PIB de dépenses en R et D (1,9 % en moyenne pour l'UE).

### CHIFFRES 2013 (ESTIMATIONS)

- 3640 \$Mds** PIB nominal
- 44 337 \$** PIB par habitant
- 0,4 %** Taux de croissance
- 6,9 %** Taux de chômage
- 1,5 %** Inflation

# Allemagne

## Bien connaître les spécificités du marché allemand

L'intensité des relations franco-allemandes est le résultat d'une histoire bilatérale riche en échanges et en confrontations, mais elle ne doit pas masquer les spécificités propres à ce pays.

La formation duale des étudiants en école et en entreprise constitue une excellente préparation à l'environnement professionnel et ses structures décisionnaires sont fondées davantage sur la compétence, la spécialisation et la responsabilisation des participants que sur la hiérarchie.

L'Allemagne a connu, successivement, la réforme de l'Eglise, une unité nationale tardive puis la division Est-Ouest : elle en conserve des régions à l'identité culturelle forte, aux dialectes marqués et disposant d'une grande autonomie politique.

Une partie importante de l'activité économique du pays se concentre autour de l'axe rhénan, même si Berlin en est redevenue la capitale administrative et culturelle.

Fruit de l'histoire et reflet du fédéralisme, le tissu économique est porté par le fameux « Mittelstand » : des entreprises de taille intermédiaire, réparties sur l'ensemble du territoire, souvent industrielles et très performantes à l'international.

Egalement enraciné dans la décentralisation, le secteur de la distribution apparaît à la fois dense, fragmenté et fortement spécialisé ; la puissance des circuits discount est l'expression directe de la concurrence acharnée régnant à tous les niveaux sur le marché.

Durant la journée de travail qui commence et se termine de bonne heure, les Allemands privilégient la concentration et l'efficacité, se montrent planificateurs et peu enclins à l'improvisation. Le cloisonnement entre travail et vie privée qui en résulte se traduit dans les affaires par la volonté de ne pas mêler l'aspect professionnel au volet personnel de la relation.

« Un marché qui se mérite. »

Après avoir peiné à digérer sa réunification et subi de plein fouet la crise de 2008, l'Allemagne affiche aujourd'hui,

au sein de l'Europe, une solidité qui suscite l'envie.

Plus de 2500 entreprises françaises sont présentes sur le sol allemand : le pays conserve une vision plutôt positive de son voisin français, ce qui donne à celles-ci un avantage de départ. Néanmoins, les entreprises qui réussissent sur ce marché sont celles qui s'adaptent aux particularités locales et adoptent une approche persévérante et nécessitant une mobilisation importante des ressources. ■





## parcours

**Christoph PLATZ-BAUDIN**  
48 ans, marié, un enfant

### Expérience

- Depuis 2008 : Directeur du bureau de représentation en Allemagne
- 2007 : ALLIT-Directeur commercial export
- 2002-2006 : POLYREY DEUTSCHLAND-Directeur de l'unité de marché Allemagne
- 1998-2002 : DAHLE -Key account manager Europe
- 1990-1998 : Groupe HABA - Directeur export

### Formation

- Diplômé de l' ESC Rouen

# La **BECM** pour vous en Allemagne

## ● Le bureau de représentation de Francfort

Installé à Francfort depuis 1969, le bureau de représentation se compose d'une équipe biculturelle de quatre personnes, issues du milieu allemand de l'entreprise. Son activité principale est d'accompagner les entreprises dans leurs projets de développement en Allemagne par :

- ➔ l'analyse qualitative des marchés porteurs, suivie de recommandations stratégiques d'approche
- ➔ la recherche d'opportunités d'affaires et de partenariats (clients, agents commerciaux, importateurs, hommes clé, croissance externe...) jusqu'à l'assistance à l'implantation sur place.

En parallèle, il apporte une aide pour toute problématique d'ordre commercial ou financier rencontrée sur le marché local ainsi que dans les relations avec les établissements bancaires locaux (ouvertures de compte dans le pays, moyens de paiement, etc.)

Ces services s'étendent également au marché autrichien.

## ● Des agences au service du groupe sur le marché franco-allemand :

Les premières agences bancaires du Groupe en Allemagne ont été créées en 1999, principalement sur le marché de l'Entreprise et dans le domaine de la gestion de flux bancaires.

Son cœur de cible est constitué des maisons-mères allemandes ayant des filiales en France. Il intervient aussi auprès des entreprises françaises sur le marché allemand, assurant ainsi la continuité des services proposés des deux côtés du Rhin.

Les équipes basées en Allemagne proposent des solutions dans le domaine de la gestion des opérations courantes (tenue de compte, gestion des flux, encaissements), d'opérations de placements et de financements, de traitement d'opérations de marché et de conseils.

## ● Des filiales spécialisées en soutien du développement de l'activité bancaire

- ➔ CM-CIC Leasing, filiale spécialisée en crédit-bail mobilier, finance depuis 2009 les biens d'équipement et matériels roulants des sociétés de droit allemand, clientes du groupe, des filiales des groupes français présentes en Allemagne, ou des maisons mères allemandes qui disposent d'un ou plusieurs établissements en France
- ➔ CM-CIC Factor : ce centre de métier spécialisé dans la gestion et le financement du poste clients a ouvert une succursale à Francfort. Les commerciaux en agences, par le biais de CM-CIC Factor, accompagnent les entreprises en proposant des solutions évolutives et adaptées pour les aider à financer leur besoin en fonds de roulement et à maîtriser la gestion de leurs liquidités, sur le marché domestique et/ou à l'exportation. ■



## ► contacts

Si vous êtes intéressé, contactez votre chargé d'affaires en agence ou le chargé d'affaires internationales de votre région.

(De gauche à droite)  
Sisomlith Ponant,  
Murielle Taisne,  
Anne Abi Rjaili et  
Christoph Platz Baudin



## La relation d'affaires

- ▶ La relation d'affaires est directe, factuelle et pragmatique.
- ▶ Bien que l'anglais soit maîtrisé, les échanges se font en allemand.
- ▶ La ponctualité est de mise lors des rendez-vous ; il convient de se montrer informatif et synthétique sur l'offre et de faire ressortir clairement les avantages pour l'interlocuteur.
- ▶ Les réunions démarrent à l'heure prévue, suivent un ordre du jour précis et aboutissent à la mise en œuvre d'actions concrètes.
- ▶ Lors des rencontres professionnelles, les relations personnelles ne comptent pas, ce qui peut s'avérer déroutant.
- ▶ Une organisation séquentielle du travail est privilégiée, avec une phase de planification et de concertation prolongée précédant la prise de décision et le passage à l'action.
- ▶ Le suivi est rigoureux et le respect des engagements donnés est fondamental.

## Echanges commerciaux

- ▶ 1<sup>er</sup> partenaire commercial de la France, l'Allemagne absorbe plus de 16 % des exportations françaises.
- ▶ Les Etats-Unis et le Royaume-Uni sont les 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> destinations des exportations allemandes.
- ▶ Les échanges commerciaux franco-allemands ont atteint 157,2 milliards d'euros en 2013.
- ▶ Les échanges bilatéraux affichent un déséquilibre en faveur de l'Allemagne : la balance commerciale française est déficitaire de 16,5 milliards d'euros.

### ▶ Les principaux domaines d'exportation de l'Allemagne vers la France sont :

- matériels de transport, en particulier l'automobile
- machines
- chimie
- appareils et équipements électriques, électroniques et optiques
- sidérurgie et la métallurgie.

- ▶ **Les courants commerciaux majeurs de la France vers l'Allemagne** portent à peu de chose près sur les mêmes secteurs, mis à part les produits agricoles et les boissons, sur lesquels la France réalise son principal excédent.

# Indicateurs

## Les points forts

- ▶ Industrie performante.
- ▶ Forte présence d'entreprises de taille intermédiaire très exportatrices.
- ▶ Forte capacité à innover : le taux de brevets déposés figure parmi les plus élevés au monde.
- ▶ Des ressources humaines qualifiées.
- ▶ Excellent réseau d'infrastructures facilitant tous types d'échanges.
- ▶ Marché de plus de 80 millions d'habitants au pouvoir d'achat élevé.

## Les points faibles

- ▶ Disparité du niveau de vie entre l'Ouest et l'Est.
- ▶ Dépendance à la conjoncture globale due à l'importance des exportations.
- ▶ Evolution démographique défavorable.



- Superficie : 357 000 km<sup>2</sup>
- Population : 80,5 millions d'habitants
- Capitale : Berlin
- Villes principales : Hambourg, Munich, Cologne, Francfort
- Monnaie : Euro (EUR)
- Fête nationale : 3 octobre
- Religions principales : catholique, protestante (env. 30 % de la population chacune)

# Secteurs porteurs

## Domaines traditionnels de l'excellence française

Les secteurs agricole et agroalimentaire ainsi que la cosmétique, avec une attention particulière pour les produits d'origine naturelle ou biologique.

## Energie et environnement

Face à la dépendance énergétique et suite à la décision d'abandonner le nucléaire, le gouvernement cherche à accroître l'autonomie du pays.

## Technologies de l'information et de la communication

Elles rattrapent les leaders traditionnels que sont la construction automobile, l'électrotechnique, la construction mécanique et devancent désormais l'industrie chimique.

## Santé

Forte position internationale sur les produits et matériels médicaux.

# Le système bancaire et les moyens de paiement

- ▶ La Deutsche Bundesbank est la banque centrale chargée de garantir la stabilité de la monnaie et du système bancaire qui repose sur trois « piliers ».
  - Banques commerciales privées : 42 % du marché (Deutsche Bank, Commerzbank, HypoVereinsbank etc.)
  - Banques publiques : 45 % du marché. D'une part KfW, d'autre part 400 caisses d'épargne (Sparkassen) et les Landesbanken, notamment BayernLB, LBBW dont le rôle est de soutenir les entreprises régionales, financer des investissements publics et traiter les opérations internationales.
- Banques coopératives : 13 % du marché. 1200 établissements chapeautés par les deux centrales DZ Bank et WGZ Bank par lesquelles passent les opérations internationales.
- ▶ Au plan international, les virements V.U.E., SWIFT et SEPA sont très utilisés.
- ▶ Les virements ainsi que les prélèvements sur autorisation (Lastschrift) se pratiquent beaucoup à l'échelon national.
- ▶ Le chèque et la lettre de change sont peu utilisés et à éviter.

## 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 ou de votre chargé d'affaires internationales. Vous pouvez également consulter notre site : [www.becm.fr](http://www.becm.fr)

## NOS CLIENTS TÉMOIGNENT...

## L'EXIGENCE ALLEMANDE PROCHE DES PRATIQUES FRANÇAISES.

Créée en 1925, la société **ADR** conçoit et fabrique des roulements à billes et des sous-systèmes de haute précision à destination de marchés de niches (défense, aéronautique, spatial, énergie et médical). **Florence GALTIER**, responsable commerciale Europe du Nord chez ADR, témoigne :

« ADR possédait depuis cinq ans quelques clients exploités en propre. Afin de développer ces relations et d'en démarcher de nouvelles, une implantation locale par le biais d'un agent s'est révélée nécessaire. La société s'est donc mise en recherche d'un agent commercial spécialisé sur nos marchés de niches et déjà en relation avec des clients et prospects cibles, avec l'aide des différents intervenants de la filière internationale de la banque (CAI, CM-CIC Aidexport et bureau à Francfort). Nous étions conscients du potentiel du marché allemand et du fait que de nombreux acteurs internationaux étaient déjà présents ; par ailleurs, nos interlocuteurs allemands ont exigé fiabilité et rigueur sur les prestations fournies. Or, le phénomène d'internationalisation, ou à tout le moins d'eupéanisation, que les entreprises françaises ont entamé depuis quelques années leur a progressivement donné cette rigueur qui séduit tant le marché allemand.

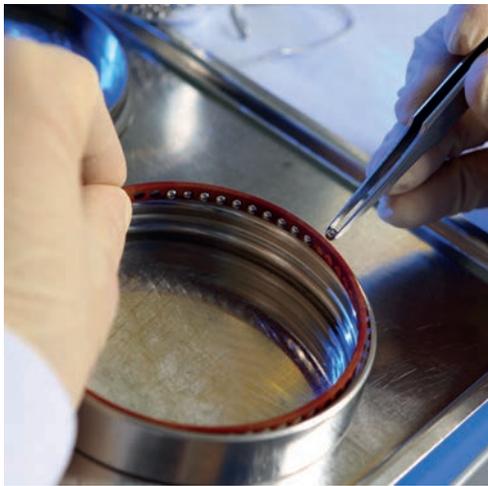
Après un ciblage de plus de trente profils potentiels, le bureau de représentation de Francfort a retenu les sept meilleurs contacts, dont la motivation a pu être éprouvée par deux sessions d'entretiens sur place avec les

« Faire ce que l'on dit et dire ce que l'on fait »

responsables d'ADR en charge de ce secteur. Une dernière visite en Allemagne a permis de valider le choix définitif d'une société allemande qui a fait preuve de la plus grande motivation et d'une vision stratégique de l'avenir pertinente.

De nouveaux contacts – clients et prospects – ont été démarchés et le portefeuille de clients allemands a également été confié à l'agent, qui capitalise sur des relations bénéficiant déjà de la confiance d'ADR, ce qui permet à chacun de développer un courant d'affaires prometteur.

Nous avons déjà réalisé de grands pas vers les exigences allemandes où la conduite de projet n'est pas si différente des habitudes françaises. Sur le plan pratique, nous insisterons sur le fait que la ponctualité est importante ainsi que le respect des engagements, au même titre qu'en France. Disposer d'un partenaire germanophone dans l'équipe d'ADR est un plus indiscutable car si nos interlocuteurs parlent très souvent anglais, la relation prend une toute autre tournure en allemand. ■



**ADR**  
ALCEN

▶ DOSSIER

▶ FICHE D'IDENTITÉ

**ADR**

- **Création : 1925**
- **Effectif : 104 personnes**
- **CA : 12 M€**  
dont 60 % à l'export
- **Activité : conception et fabrication de roulements à billes et de systèmes tournants de haute précision.**
- **Site internet : [www.adr-alcen.com](http://www.adr-alcen.com)**

## SOLUTIONS

BANQUE EUROPÉENNE

Crédit Mutuel

- Éclairage marché
- Liste travaillée
- Recherche de contacts
- Mission commerciale de prospection
- Ciblage export multipays
- **Recherche d'un agent commercial**
- Assistance à l'implantation

▶ contactez-nous

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

Allemagne

## La transition SEPA s'achève, place au Cash Pooling International !

Depuis plus de dix ans le groupe travaille sur la réalisation du projet SEPA (Single Euro Payments Area) et ses équipes commerciales ont accompagné les entreprises clientes à travers ce changement majeur, même si la Commission Européenne a reconduit une période transitoire de six mois jusqu'au 1<sup>er</sup> août 2014.

**Le SEPA est une zone de 32 pays dotée de moyens de paiement unifiés : virements (SCT) et prélèvements (SDD) auxquels s'ajoute un cadre unifié qui régit le fonctionnement des paiements par cartes bancaires dans la zone.**

- La nouveauté, pour les entreprises françaises, porte sur les prélèvements qui peuvent s'opérer depuis et sur n'importe quel pays de la zone SEPA.

Ainsi, se faire payer en Allemagne peut se faire soit :

- **Par virement :** le client allemand est à l'origine du paiement qu'il effectue aisément grâce à l'IBAN (numéro de compte international) et le BIC (Identifiant international de la banque) de la société française. A noter que depuis le 1<sup>er</sup> février, un donneur d'ordre n'est plus tenu d'indiquer le BIC de la banque destinataire pour des opérations domestiques. Cette modalité sera étendue à toute la zone SEPA à partir du 1<sup>er</sup> février 2016. Le groupe offre la possibilité de bénéficier de l'offre complète (domestique et zone SEPA) dès maintenant, par souscription auprès de votre interlocuteur habituel.

- **Par prélèvement :** l'entreprise française est à l'origine du paiement (le mandat a souvent été signé lors de la signature du contrat).

Si le client allemand est une entreprise, il est même possible d'utiliser la version Interentreprises (B2B) qui réduit les risques d'impayés.

- Cette nouvelle organisation des moyens de paiement en Europe Occidentale ouvre de nouvelles perspectives pour les acteurs économiques. Le Groupe a depuis longtemps entrepris cette mutation du marché unique des moyens de paiement en proposant de nouveaux services innovant à sa clientèle entreprises :
- La gestion du cycle de vie du mandat SDD sur son portail bancaire.
- L'accès à des protocoles de communication bancaire internationaux.

- L'offre d'acquisition de cartes bancaires « cross-border » (transnational), c'est-à-dire acquisition dans un pays de la zone pour compte d'une entreprise française.

- C'est dans le domaine du « Cash Management », et plus spécifiquement celui du « Cash Pooling », que se produira la prochaine évolution :

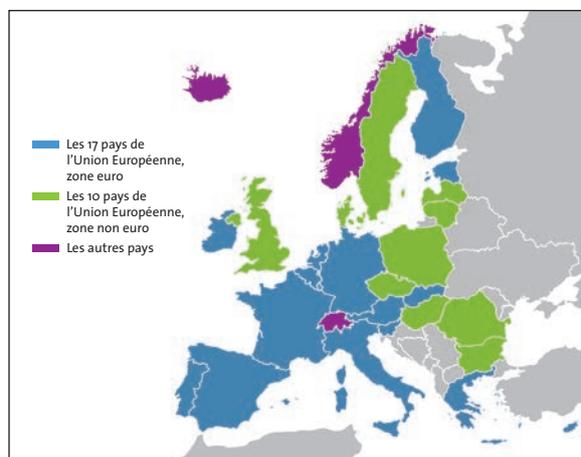
Les entreprises veulent bénéficier des avantages du SEPA pour optimiser leurs flux et pour cela se lancent dans des projets de « Cash Pooling » voire de « Payment Factory » (Centrale de Paiements).

En Allemagne, en particulier, le dispositif local du groupe :

- 3 agences à Francfort, Stuttgart, Düsseldorf
- et 2 agences à venir à Munich, Hambourg

permet aux clients de gérer leurs encaissements locaux et leurs paiements avec une centralisation de la trésorerie qui se fait en valeur « jour » entre les deux pays. Ainsi tous les encaissements effectués par l'entreprise en Allemagne à J sont rapatriés dans la soirée à J en France.

- **Sollicitez votre chargé d'affaires en agence ou le spécialiste International en région : ils sont à votre disposition pour vous assister dans vos démarches.**



## « Une offre dédiée au marché franco-allemand »

Les agences du groupe implantées à Francfort, Düsseldorf et Stuttgart proposent des services bancaires à trois principaux types d'entreprises (groupes allemands disposant de filiales en France, sociétés françaises présentes en Allemagne, entreprises commerçant avec l'Allemagne sans disposer d'une implantation locale). Les équipes trilingues des agences en Allemagne accompagnent leurs clients en mettant en œuvre des solutions personnalisées combinant les différentes offres commerciales existantes.

### • La tenue de comptes et la gestion des flux

Pour une entreprise allemande ou française, active sur le marché allemand, disposer d'un compte local permet d'être un acteur domestique (coordonnées bancaires allemandes souvent privilégiées lors des paiements) pour l'encaissement des règlements clients allemands et le paiement des fournisseurs locaux ou de salaires.

Le suivi des comptes est également facilité par la possibilité de les consulter en temps réel, avec le contrat de banque à distance, et de récupérer les extraits de compte sous format électronique.

Grâce à son implantation dans plusieurs pays européens, le groupe propose à ce titre des solutions adaptées ; elle traite notamment les ordres et fichiers d'ordres dans tous les formats et protocoles courants, notamment l'émission de virements (SCT) au format SEPA et le traitement des prélèvements (SDD).

La gestion des flux transfrontaliers entre les entreprises maisons mères et les filiales peut en complément être optimisée par la mise en place d'une centralisation de trésorerie.

### • Les opérations de financement du cycle d'exploitation et des investissements

Par l'intermédiaire de son réseau d'agences en Allemagne, le groupe propose une large gamme de produits de financement pour accompagner de la façon la plus complète possible ses clients dans le financement de leurs besoins d'exploitation et d'investissements : crédits à court terme, crédits bilatéraux ou syndiqués, financements de projets, Schuldscheindarlehen.

Le contrat- « cadre transfrontalier » est une spécificité de la gamme de financements proposés conjuguant souplesse et simplicité. Un montant global de crédit est ouvert en faveur d'un groupe franco-allemand. Cette enveloppe peut être utilisée par toutes les sociétés d'un même groupe, aux mêmes conditions de part et d'autre du Rhin.

Le financement des biens d'équipements à usage professionnel, véhicules, matériels de BTP, machines-outils, engins de manutention ou de levage, informatique est possible grâce à la filiale spécialisée du Groupe Crédit Mutuel CM-CIC Leasing Deutschland.

Des solutions d'affacturage sont également disponibles grâce à l'implantation CM-CIC Factor.

A noter aussi l'offre en matière d'émission de cautions et garanties pour des marchés et des bénéficiaires situés en Allemagne ou pour des marchés internationaux, avec l'appui de CM – CIC Garanties Internationales.

### • La gestion des placements et des opérations de marché

Le groupe a enfin développé pour ses clients en Allemagne une offre spécifique pour la gestion de leur trésorerie à court terme. Avec l'appui de CM-CIC Assets Management, il est également en mesure de satisfaire les attentes de la clientèle « corporate » et institutionnelle à plus long terme.

Pour les opérations de marché, des opérateurs dédiés procèdent aux opérations de couverture de change et de taux adaptés aux besoins de la clientèle.

Pour plus d'informations, contactez votre chargé d'affaires en région.



n° 22 - avril 2014

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

Comité éditorial : Audrey Firmin, Virginie Chazal,

Crédits photos : © Thinkstock,

Réalisation : Mistigris communication

Impression : GRLI – Dépôt légal : avril 2014.

► contactez-nous

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

Banque Européenne du Crédit Mutuel - SAS au capital de 108 801 720 euros - APE 6419Z - ORIAS N° 07 025 384 - www.becm.fr

Siège social : 34, rue du Wacken - 67913 Strasbourg Cedex 9 - France - Tél. : +33(0) 3 88 14 74 74 - Fax : +33(0) 3 88 14 75 10 - E-mail : becm@becm.fr

R.C.S. Strasbourg B 379 522 600 - TVA Intracommunautaire FR 48 379 522 600 - Médiateur du Crédit Mutuel : 67913 Strasbourg Cedex