

P.2 ALLEMAGNE :
UN MARCHÉ MATURE
POUR NOS ENTREPRISES

P.3 BREXIT : LES NÉGOCIATIONS
ENTRENT DANS LA PHASE CRITIQUE

P.4 ELDIM
SOURIEZ, VOUS ÊTES RECONNUS !

POINT
DE VUE

Exportations et crise des pays émergents

C'est un sujet qui occupe peu les premières pages des journaux économiques. Pourtant il prend une ampleur croissante depuis la fin du premier trimestre de cette année. Après deux années de forte progression, liée au rebond du prix des matières premières et à la bonne tenue du commerce mondial, les marchés émergents ont connu un violent coup d'arrêt. C'est même pire que cela, puisque les incertitudes qui pèsent sur les tarifs douaniers mondiaux, du fait de la politique menée par l'administration Trump, et la remontée des taux aux Etats-Unis qui a pour conséquence la hausse du billet vert, déstabilisent tous ces pays. Ce qui rend plus difficiles les exportations des entreprises françaises vers ces destinations. Et les chiffres des carnets de commandes pour le mois à venir sont là pour en témoigner.

Le rebond du dollar constaté depuis un an a eu un effet dévastateur sur la plupart des marchés émergents. La livre turque a été fortement secouée, de même que le peso argentin de plus de 7 %, le rand sud-africain et le peso mexicain de 1,8 %. La déroute sur le marché des changes s'étend, en raison de facteurs multiples (économiques, politiques...) qui s'agrègent pour constituer une tempête parfaite. En trois mois, cinq devises ont perdu plus de 10 % de leur valeur dont le peso argentin (-26 %), la livre turque (-18%) et le real brésilien (-13%). Dans son sondage mensuel, Bank of America Merrill Lynch a demandé aux investisseurs quel serait le principal élément susceptible de stopper le resserrement monétaire de la Fed. Pour 69 % des investisseurs, ce serait en raison de problèmes domestiques (ralentissement de l'inflation, hausse du chômage...) et pour 23 % un risque de contagion dans les émergents.

L'un des problèmes les plus importants réside dans l'endettement de certains pays en dollars - que ce soit les Etats ou les entreprises. Cela constitue une menace pour les pays émergents jugés plus fragiles, comme la Turquie, l'Indonésie, le Mexique, l'Argentine ou l'Afrique

du Sud, des pays qui pour certains sont aussi handicapés par le rebond du pétrole qui vient dégrader leur balance courante. Même la monnaie thaïlandaise, un pays avec une croissance forte et un confortable excédent courant, commence à sentir la pression de la hausse du dollar. Pour les entreprises françaises qui réalisent, en moyenne, 20 % de leurs ventes à destination des pays émergents, ce changement de conjoncture a des conséquences terribles. Les exportateurs français sont surtout focalisés sur la hausse de l'euro par rapport au real brésilien, qui est passé de 4 à plus de 4,80 reals cette année. La volatilité à trois mois du real contre le dollar a bondi au niveau atteint lors de la crise des émergents en 2015 mais elle est restée très en deçà de son record de 2008, lors de la grande crise financière.

Le rebond du Dollar a des effets dévastateurs

Dans ce contexte, les secteurs à forte marge comme le luxe ont plus de latitude que les autres pour se couvrir sur les devises émergentes, des couvertures par nature coûteuses compte tenu du différentiel de taux d'intérêt très défavorable. Les industries à faible marge vont parfois devoir faire des sacrifices pour limiter les dégâts financiers. Cela se traduit par une baisse assez sensible des carnets de commandes de grosses PME françaises vers l'Amérique du Sud, certains pays du Sud-Est Asiatique et naturellement la Turquie. Il faut craindre que les turbulences monétaires et les tensions commerciales initiées par les Etats-Unis se poursuivent pendant plusieurs mois encore, pénalisant sérieusement les entreprises françaises exportatrices. Quelle que soit l'habileté de leur banquier à leur construire des couvertures efficaces.

Yves de Kerdrel

Directeur général de Valeurs actuelles
Directeur de la Rédaction de WanSquare
Rédacteur en Chef de Mieux Vivre Votre Argent



HORIZONS Allemagne : un marché mature pour nos entreprises

La croissance allemande maintient son rythme positif 2018 1T + 0,4 %, 2T + 0,5 % grâce à sa forte demande interne et à son commerce extérieur.

Des indicateurs au vert

L'industrie représente près de 25 % du PIB avec des secteurs porteurs inchangés depuis des décennies tels que l'automobile, les machines-outils, la chimie-pharmacie, sans oublier l'industrie agro-alimentaire.

L'Allemagne se maintient dans le trio de tête des exportateurs mondiaux. Selon l'office des statistiques, l'Allemagne a exporté en 2017 pour 1.278,9 Mrd d'Euro et se place au 3ème rang derrière la Chine et les USA. Les échanges commerciaux entre nos deux pays confirment l'Allemagne comme étant notre premier partenaire commercial. Par contre la France n'est plus que le 4ème partenaire pour l'Allemagne derrière la Chine, les Pays-Bas et les Etats-Unis. Le déficit commercial de la France s'est encore accru en 2017 (-17,2 Md) en raison d'une baisse des exportations vers l'Allemagne.

Bien sûr l'escalade des taxes douanières américaines avec la Chine et l'Union Européenne risque d'impacter les ventes « made in Germany ».

Mais pour l'instant ces inquiétudes géopolitiques impactent peu les consommateurs qui ont bénéficié de gains importants de pouvoir d'achat suite aux récents accords salariaux.

Comment les sociétés françaises peuvent-elles profiter de ce marché mature, très concurrentiel ?

Les industriels allemands connaissent un fort besoin d'équipements et de services. Autant d'opportunités pour les sociétés françaises de se positionner comme fournisseur ou sous-traitant. Elles devront mettre en avant leurs innovations et leur capacité à adapter leurs produits aux besoins locaux.

Exporter depuis la France, développer ses ventes à partir d'une structure commerciale locale, créer un site de production ou réaliser une croissance externe : les règles sont les mêmes. Une connaissance approfondie de l'écosystème, de son fonctionnement et des réglementations fédérales voire régionales est indispensable. Sans oublier les différences culturelles, les goûts et modes de consommation qui peuvent varier par rapport à la France. Il convient de promouvoir l'originalité et l'innovation du produit, d'informer sur les aspects techniques, la traçabilité, la fiabilité dans les délais de livraison et le SAV. Exporter ou s'implanter requiert temps et patience car

il s'agit d'un investissement de 2 ans minimum avant d'établir des relations durables avec les clients. Les Allemands sont des clients fiables respectant leurs engagements, habitués à des délais de paiement courts, en général 30 jours. Le taux d'impayés est globalement faible. Plus de 2.500 sociétés à capitaux français sont déjà installées en Allemagne et celles qui développent une activité industrielle peuvent exporter directement vers des pays tiers en profitant du « made in Germany ».

Le Crédit Agricole en Allemagne

Pour une première approche du pays et un accompagnement personnalisé, le desk international du Crédit Agricole en Allemagne accompagne les entreprises clientes du Groupe depuis 24 ans. À leur écoute, il les conseille, facilite leurs démarches pour ouvrir des comptes, gérer leurs flux ou trouver des financements. Pour ce faire, le desk s'appuie sur les entités du groupe Crédit Agricole présentes en Allemagne notamment CA CIB (banque de financement et d'investissement), Eurofactor (affacturage), CreditPlus Bank (crédit à la consommation) et sur ses partenaires bancaires locaux en complément. Le Desk travaille aussi en étroite collaboration avec des partenaires non-bancaires tels qu'Altios International, Business France, la CCFA (Chambre de Commerce française en Allemagne) ainsi qu'avec des cabinets juridiques et comptables pour les mises en relation commerciale et implantations.

Nadine SCHMITT,
Responsable International Desk Allemagne, Suisse

CHIFFRES CLÉS

POPULATION

82,6 MILLIONS

COFACE

A1

PIB PAR HABITANT

50.841 \$

TAUX DE CROISSANCE

2016 : 1,9 %

2017 : 2,2 %

2018 : 2 %*

INFLATION

PRÉVISION 2018 :

1,9 %

TAUX DE CHÔMAGE

5 % (JUIN 2018)

EXCÉDENT BUDGÉTAIRE :

0,6%

A SAVOIR

Les Allemands apprécient :

- la ponctualité
- la présentation d'une documentation en allemand ou en anglais
- le respect des agendas et des délais

Sur tous les points discutés, les accords seront confirmés par écrit

La communication en allemand est un atout

ÉCONOMIE Brexit : les négociations entrent dans la phase critique

A seulement six mois du retrait du Royaume-Uni de l'Union européenne (UE), les négociations sur le Brexit sont dans l'impasse. Principal obstacle : se mettre d'accord sur une solution permettant d'éviter la mise en place d'une frontière physique sur l'île d'Irlande. Si Michel Barnier se déclare optimiste sur la possibilité d'un accord d'ici début novembre, la menace d'un échec des négociations demeure un risque à ne pas écarter.

Une course contre la montre

À l'automne, le Royaume-Uni et l'UE devront parvenir, d'une part, à un accord fixant les modalités de retrait et, d'autre part, à une déclaration politique sur le cadre des relations futures. Le délai officiel est fixé au Conseil européen du 18 octobre, afin de laisser du temps au processus de ratification. La question en suspens concerne toujours la frontière irlandaise dont le règlement conditionne la possibilité même d'un accord.

En l'absence d'accord d'ici le 29 mars 2019, date officielle à laquelle le Royaume-Uni deviendra un pays tiers, les traités de l'UE cesseront de s'appliquer et le Royaume-Uni sortira de l'UE sous les règles de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC). Ce serait le pire scénario du Brexit, impliquant la mise en place de tarifs douaniers et l'arrêt brutal de l'accès des 27 membres de l'UE et du Royaume-Uni à leurs marchés respectifs et donc de la libre circulation des biens, des services, des capitaux et des personnes.

Selon notre scénario central, un accord de dernière minute devrait être finalement trouvé, au plus tard lors de la réunion du Conseil européen du 13 décembre. Le calendrier laissé aux parlements européen et britannique pour voter sur l'accord définitif d'ici le 29 mars 2019 sera extrêmement serré.

Des risques multiples impliquant un champ des possibles toujours très large

Le processus politique de ratification de l'accord comporte de nombreux risques qui peuvent faire évoluer le processus du Brexit dans un sens ou dans l'autre de manière quasi-équiprobable. Le vote du Parlement britannique fin 2018/début 2019 sur la motion concernant l'accord de retrait et la déclaration politique constitue le principal événement à risque. Davantage qu'une réponse par « oui ou non », le Parlement sera en mesure de déposer des amendements. L'opposition pourrait ainsi demander des modifications de l'accord en faveur d'une version plus « douce » du Brexit (notamment une union douanière avec l'UE) et pourrait obliger le gouvernement britannique à retourner à la table des négociations.

Vu les contraintes de calendrier, le Royaume-Uni serait alors contraint de demander une prolongation du délai de deux ans au titre de l'Article 50 du TUE (Traité sur l'Union Européenne), laquelle nécessite un accord unanime de l'UE-27 ce qui est loin d'être garanti. Un rejet de l'accord définitif par le Parlement ouvrirait une période d'incertitudes politiques avec la chute probable de Theresa May et une lutte de pouvoir au sein d'un parti conservateur divisé entre la frange la plus eurosceptique et celle la plus modérée qui pourraient finalement précipiter la tenue d'élections législatives anticipées.

Quelle relation future ?

L'article 50 du TUE prévoit qu'une déclaration politique sur le cadre de la relation future soit négociée en parallèle avec l'accord de retrait. Après une longue période de flottement, les Britanniques ont fini par détailler leur vision sur la relation future dans leur Livre blanc de juillet dernier. Le futur accord prendrait la forme d'un Accord d'Association comprenant notamment un accord de libre-échange (ALE) pour les aspects commerciaux. Les modalités seront négociées dans le détail pendant la période de transition qui débuterait le 30 mars 2019 et s'achèverait le 31 décembre 2020.

Un autre scénario plus « doux » pour la future relation consisterait en une adhésion à l'Espace Economique Européen, le seul type de partenariat hors UE qui permettrait un maintien dans le marché unique européen. Toutefois, un tel revirement dans la position officielle de Theresa May semble peu probable à court terme, en raison de la forte opposition de la frange eurosceptique du Parti Conservateur. Une participation à part entière au marché unique n'a pas non plus la faveur du Parti Travailliste. Un Brexit « doux » n'est toutefois pas inconcevable mais il n'interviendrait qu'au prix d'une matérialisation des risques politiques et un éventuel changement de gouvernement.

Slavena Nazarova

Économiste / Royaume-Uni, pays scandinaves, Irlande
Études Économiques Groupe

Souriez, vous êtes reconnu !

A Hérouville-Saint-Clair, dans la banlieue de Caen, une entreprise d'une centaine de collaborateurs conçoit et fabrique des outils de vérification des écrans et de la qualité de l'image quel que soit l'angle de vision. Une technologie de pointe appliquée d'abord aux téléviseurs à écran plat dans les années 90 et aujourd'hui à la reconnaissance faciale en 3D pour les écrans de smartphones. Et demain, à tous ces objets de la vie courante qui seront rendus plus efficaces grâce aux écrans.



Thierry Leroux, président de Eldim

Sur quelle idée avez-vous créé Eldim ?

Thierry Leroux : J'étais chercheur au CEA, dans un département axé sur la microélectronique. Au début des années 90, sont apparus les téléviseurs à écran plat ; une des problématiques était d'offrir la même qualité d'image quel que soit l'angle de vue du spectateur. Fin 1991, nous avons créé cette entreprise avec l'idée de mettre au point un produit capable de mesurer la qualité de cette vision. Jusque-là, les techniques existantes demandaient 2 à 3 heures de vérification par appareil. Nous avons développé un produit capable de faire la même opération en 10 secondes. Finalisé en 1994, nous avons réalisé notre première vente aux États-Unis !

Que représente l'international pour Eldim ?

T. L. : Dès 1995, l'exportation représentait 80% de notre chiffre d'affaires, 92% aujourd'hui.

Nous sommes allés au Japon, en Corée du Sud, en Chine... Là où se fabriquent les téléviseurs, les smartphones ! Au début, les entreprises achetaient un appareil de mesure pour leur laboratoire de recherche. Très vite, on en est venu à la vérification de chaque écran, et donc au besoin de plusieurs de nos

outils de mesure. Et cela continue, car la qualité de chaque produit est de plus en plus importante et fait la différence dans des univers extrêmement concurrentiels. Chaque smartphone est testé ! Notre entreprise a changé d'échelle.

Comment vous organisez-vous à l'export ?

T. L. : Nous avons des représentants locaux. Mais nous allons beaucoup sur place, rencontrer nos clients, présenter nos produits dans les grands salons high tech, les conférences internationales. Et nous y retournons régulièrement. Rien ne remplace le contact direct avec les acheteurs potentiels. Il faut aller vers eux. Quand on a un bon produit, il faut aller le montrer. Que ce soit en Chine, aux États Unis ou ailleurs, si une entreprise trouve votre produit intéressant, tout de suite elle veut aller plus loin. En France, il faut des années pour qu'il se passe quelque chose. Bizarrement, on attend de voir si vous allez tenir le coup ! Ce qui n'est pas propice au développement de l'entreprise. Je suis convaincu qu'il faut d'abord aller à l'export !

Comment voyez-vous l'avenir ?

T. L. : Infini... Nous avons développé, mis au point des outils per-

mettant la mise en œuvre de la reconnaissance faciale en 3D. Cela nous a permis de travailler avec Apple sur son iPhone X. Cela a été une formidable aventure humaine, technique et industrielle. Cette nouvelle application ouvre d'immenses perspectives car les écrans permettant de visualiser l'environnement en 3D vont révolutionner nos produits quotidiens : l'automobile, les véhicules autonomes, les équipements de sécurité, la domotique... Les objets vont devenir intelligents : nous serons là !

Quel est l'appui du Crédit Agricole ?

T. L. : Le Crédit Agricole de Normandie est un partenaire historique, avec deux autres banques. Il nous a soutenus dans nos énormes besoins en fond de roulement quand notre chiffre d'affaires a quadruplé. Il assure le préfinancement à l'export, avec la garantie de la BPI.

Notre relation avec le Crédit Agricole est de grande qualité. Il comprend bien nos besoins et a su nous accompagner quand nous vendions de curieux produits, livrés dans des pays exotiques !

www.eldim.eu

CRÉDIT AGRICOLE INTERNATIONAL

CRÉDIT AGRICOLE INTERNATIONAL est édité trimestriellement par le GIE GECAM - Fédération nationale du Crédit Agricole, 48 rue La Boétie, 75008 Paris, tél. 01 49 53 44 05

Directeur de la publication
Alban Aucoin

Rédacteur en chef
Jean Salati

Comité éditorial
H. Barthelemy, CR Aquitaine ; C. Eydoux, CA CIB ; A. Hemery, CR du Finistère ; C. Planque, CR Nord de France ; N. Renaut, CA sa ; C. Renoux, CA CIB ; P. Staehly, CR Alsace Vosges ; M-A Torloting, CR Lorraine, J. Tual, CA sa ;

B. Broca, Paragrame

Réalisation et direction technique

Paragrame

Impression

SDWA - Dépôt légal :

Septembre 2018

Abonnements

Caisse régionale

de Crédit Agricole.

BANQUE

CRÉDIT AGRICOLE TRADE CLUB, UN ACCÉLÉRATEUR POUR LE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL DES CLIENTS ENTREPRISES

La majorité des PME et ETI françaises ne conçoivent pas la croissance de leur activité sans développement à l'international. Dans cette perspective, le Crédit Agricole renforce son dispositif d'accompagnement des PME et ETI en leur mettant à disposition une plateforme digitale innovante de mise en relation BtoB, pour accroître leurs opportunités commerciales à l'international.

DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES À L'INTERNATIONAL POUR NOS CLIENTS

Le groupe Crédit Agricole lance sa communauté en France d'entreprises souhaitant générer des opportunités d'affaires transfrontières, en les connectant avec de potentiels partenaires commerciaux à travers le monde, clients de grandes banques étrangères.

Baptisée Crédit Agricole Trade Club, cette plateforme de mise en relation BtoB est proposée gratuitement aux clients des Caisses régionales de Crédit Agricole, leur offrant ainsi une expérience digitale unique en France. Ce dispositif permettra aux entreprises de trouver plus facilement à l'étranger de nouveaux clients, fournisseurs et distributeurs dans un cadre sécurisé.

UN PARTENARIAT EXCLUSIF ET MONDIAL

Pour offrir à ses clients des possibilités accrues de développement à l'international, le groupe Crédit Agricole s'est allié à un réseau bancaire mondial, l'**« Alliance Trade Club »**.

Ce réseau, créé en 2015 par la banque espagnole Santander, rassemble des banques internationales de premier plan désireuses de mettre en relation leurs clients, tournés vers le commerce extérieur. Aujourd'hui le réseau compte près de 16 000 membres dans une quarantaine de pays.

Le groupe Crédit Agricole est partenaire exclusif en France.

A noter que le nombre de partenaires bancaires étrangers et d'entreprises adhérentes progresse chaque année. Plus la communauté est vaste, et plus les chances de trouver un partenaire commercial pertinent seront accrues.

UN ENVIRONNEMENT SÉCURISÉ

En élargissant ses activités vers d'autres marchés, l'entreprise verra croître ses débouchés et ses possibilités d'importation, mais devra également faire face à des défis plus nombreux. Il est notamment très difficile d'évaluer la solvabilité d'éventuels partenaires commerciaux dans des marchés éloignés.

Pour pallier cet écueil, chaque banque de l'Alliance Trade Club s'engage à sélectionner ses membres sur des critères qualitatifs et de solvabilité, afin de créer un environnement fiable.

Pour Bertrand Corbeau, Directeur général adjoint de Casa en charge du Pôle Développement, Client et Innovation : « Le lancement du Trade Club s'inscrit dans le cadre du déroulement de notre Plan Moyen Terme. L'international représente un levier important de croissance pour les entreprises. Premier financeur de l'économie française, le groupe Crédit Agricole souhaite les accompagner dans leur développement. Le Trade Club répond à un défi majeur pour les PME et ETI : sécuriser leur développement à l'international en leur proposant des partenaires commerciaux de qualité à l'étranger. »



COMMENT CELA FONCTIONNE ?

UN ALGORITHME INTELLIGENT DE BUSINESS MATCHING

Crédit Agricole Trade Club est une solution digitale proposée gratuitement aux entreprises clientes des Caisses régionales de Crédit Agricole. Chaque société renseigne, lors de sa première connexion, une fiche qui présente son activité, les produits ou services qu'elle achète ou vend ainsi que ses souhaits. Après un contrôle effectué par le Community manager, les profils sont associés au moyen d'un algorithme intelligent. Le Community manager transmet ensuite à chaque utilisateur des suggestions de mises en relation personnalisées répondant à son profil et à sa stratégie commerciale. Les utilisateurs peuvent accepter ou refuser d'entrer en relation avec les partenaires proposés. Ils peuvent également rechercher eux-mêmes de nouveaux contacts dans l'annuaire dédié. La recherche se fait par profil, par pays et par industrie. Une fois un potentiel partenaire identifié, la société envoie une demande de mise en relation. La conversation pourra être engagée si la demande de mise en relation est acceptée par l'entreprise étrangère.

Une fois la mise en relation effectuée, les entreprises pourront communiquer via une boîte de dialogue en ligne.

Cette boîte de dialogue centralise toutes les demandes de contacts, les échanges, ainsi que des informations sur les sociétés étrangères avec lesquelles l'entreprise est en lien.

Les entreprises clientes des Caisses régionales souhaitant rejoindre le Crédit Agricole Trade Club peuvent en faire la demande directement sur le portail (<https://ca-tradeclub.com/>) en remplissant un formulaire en ligne. Pour garantir des partenaires commerciaux qualitatifs sur la plateforme, nous pré-qualifions ces entreprises sur la base de critères très stricts. Après validation de leur profil, un email d'invitation est adressé aux entreprises éligibles avec leur code d'activation afin de pouvoir créer leur compte.

« Cette plateforme constitue une réelle plus-value pour nos entreprises clientes. L'adhésion à une vaste communauté leur offre de nouvelles opportunités pour étendre leurs activités », explique Catherine Eydoux, Directrice du Pôle d'Accompagnement International. « Elle répond à un des défis majeurs du commerce extérieur, à savoir trouver des partenaires commerciaux de qualité à l'étranger ».

La création du Crédit Agricole Trade Club s'inscrit dans la volonté du groupe Crédit Agricole de renforcer la relation client en développant des services « augmentés » par la révolution du digital.

UN NOUVEAU SITE D'INFORMATIONS POUR TOUTES LES ENTREPRISES ACTIVES À L'INTERNATIONAL

Parallèlement à la création du Trade Club, le Crédit Agricole s'est doté d'un nouveau portail internet ouvert à toutes les entreprises, qu'elles soient clientes ou non : le Portail International du Crédit Agricole : <https://international.groupecreditagricole.com/>. Cet espace offre une vision complète des expertises et savoir-faire du Groupe en matière d'accompagnement à l'international dans plus de 90 pays. Les entreprises pourront également accéder gratuitement aux informations sur l'environnement des affaires et les pratiques bancaires locales pays par pays, et aux conseils de nos experts. Ces deux projets sont portés par le Pôle d'Accompagnement International du Groupe Crédit Agricole. Ce Pôle, dont la vocation est de soutenir le développement à l'international des entreprises clientes, propose – via son Réseau des International Desks - une offre de services complète dans plus de 90 pays en lien avec les entités du Groupe à la fois en

France et à l'étranger : trade et export finance, change, gestion de la trésorerie et mise en place de financements, aide à la création et à l'acquisition de sociétés locales...

Ces solutions digitales pourront être complétées par l'accompagnement personnalisé de nos experts du Service des Affaires Internationales et de nos Chargés d'Affaires Entreprises en Caisses régionales. Au cours de toutes les phases de votre développement à l'étranger, ils vous conseilleront sur les meilleurs services et solutions pour vous aider à concrétiser vos opportunités d'affaires à l'international.

Chantal Renoux
Responsable Stratégie Marketing et Communication
Pôle d'Accompagnement International
du groupe Crédit Agricole