



LE TROPISME AMÉRICAIN

Quelle que soit leur taille, les entreprises françaises ont en effet, dans leur ensemble, pour premières destinations les États-Unis, l'Espagne, le Royaume-Uni et l'Allemagne, ces quatre pays représentant 40% des projets d'implantation. En 2017, l'Espagne est devenue la première destination européenne des projets d'investissement des entreprises françaises, devançant pour la première fois le Royaume-Uni. Le pays de l'Oncle Sam attire quant à lui 16,4% des projets, portés principalement (49%) par des acteurs de la French Tech. Des projets qui privilégient de plus en plus la côte Est, où New York et Boston trustent, à elles seules, 40% des implantations, devant la Californie en perte de vitesse (23%).



Retrouvez d'autres articles dans la rubrique International sur

www.cockpit.banquepopulaire.fr



NICOLAS FILLON

PDG du groupe De Sangosse

« Notre croissance suppose que nous nous implantions sur des marchés à fort potentiel. Dès 2002, nous nous sommes intéressés aux États-Unis, où nous nous sommes principalement développés par l'acquisition d'entreprises en Californie.

Le marché américain est très fermé et nous sommes face à des concurrents locaux très puissants. Mais il représente notre second marché derrière la France. »

Ce tropisme américain confirme par ailleurs la plus grande prise de risque des entreprises françaises qui s'internationalisent. Alors que traditionnellement elles se déployaient d'abord dans des pays frontaliers avant de tenter l'aventure sur d'autres continents, certaines n'hésitent plus aujourd'hui à sauter la case Europe. Dorénavant, seuls un tiers des projets d'implantation sont réalisés dans un pays limitrophe, la logique de déploiement par cercles concentriques cédant la place à des stratégies de développement plus hétérogènes. L'Europe demeure toutefois une destination privilégiée avec 32,6% des projets d'implantation, à la fois pour des raisons de proximité, de normes partagées facilitant les flux d'affaires, de devise commune et d'absence de droits de douane. A contrario, l'Asie, l'Amérique latine, l'Inde et l'Afrique sont quasiment absentes de la carte des implantations des entreprises françaises.

Fait remarquable, environ un tiers des projets d'implantation internationale sont réalisés par des primo-investisseurs et principalement outre-Atlantique (26% de primo-investisseurs contre 12% de projets de sociétés expérimentées). Un décalage qui s'explique par l'attrait des start-up pour les États-Unis, où l'écosystème financier permet souvent d'accélérer les levées de fonds des «tech» innovantes.

À noter enfin que, quels que soient le pays d'accueil et le secteur d'activité, ou encore la taille et la séniorité de l'entreprise, ces projets d'implantation à l'étranger se concrétisent le plus souvent sous la forme d'une ouverture d'un bureau commercial (69%), la création d'un site de production locale restant très minoritaire (10%). Un cinquième des entreprises optent toutefois pour un autre mode d'implantation, que ce soit un projet logistique, un bureau d'études ou de recherche développement, un centre de service ou un point de vente. ■

1. Enquête MaddyMoney 2017 de Maddynews

LES CROISSANCES EXTERNES SUPPOSENT DE LA SÉNIORITÉ

Seulement 25% des implantations internationales des entreprises françaises résultent d'opérations de fusion-acquisition, et elles sont portées majoritairement (75%) par des PME ou des ETI même si les start-up françaises ont mené quatre fois plus d'opérations de fusion-acquisition en 2017 qu'en 2016. La corrélation entre la taille et l'ancienneté de la société, et ses modalités d'implantation à l'étranger ne fait pas de doute : plus une entreprise est mature et expérimentée, plus elle sera en mesure de réaliser des opérations de croissance externe. Lesquelles ciblent principalement des pays limitrophes européens (Royaume-Uni, Allemagne, Espagne, Italie, Belgique) et sont réalisées en très grande majorité (85%) par des entreprises ayant déjà créé auparavant des filiales à l'étranger (six en moyenne).