



CONGRES

des filiales françaises implantées en Allemagne
der französischen Unternehmen in Deutschland

COMMUNIQUE DE PRESSE

Brexit et Industrie 4.0: « De nouveaux défis pour les entreprises françaises en Allemagne »

- **La 3^{ème} édition du Congrès des filiales françaises implantées en Allemagne a rassemblé ce jour une centaine de représentants d'entreprises françaises et allemandes, qui ont pu débattre des grandes tendances économiques et des relations entre les deux pays.**
- **Les principaux thèmes abordés cette année ont été le développement de l'Industrie 4.0 en France et en Allemagne, ainsi que l'avenir du couple franco-allemand.**
- **Avec quelque 4 000 succursales, les entreprises françaises représentent aujourd'hui plus de 400 000 emplois en Allemagne. En 2015, les exportations entre les deux pays ont atteint une valeur de 170 milliards d'euros, faisant ainsi toujours de la France l'un des principaux partenaires commerciaux de l'Allemagne.**
- **Parallèlement au Congrès se tenait aujourd'hui également à Cologne le salon franco-allemand pour l'emploi Connecti.**

Cologne, le 29 septembre 2016 – Le 3^{ème} Congrès des filiales françaises implantées en Allemagne s'est déroulé aujourd'hui sous le signe du Brexit et des défis qu'il pose à l'Union européenne. A cette occasion, une centaine de directeurs de filiales françaises et des représentants d'entreprises allemandes se sont réunis pour échanger sur le futur du couple franco-allemand, les futurs projets de coopération et les perspectives du marché allemand. Une grande partie des débats a notamment été consacrée aux opportunités et défis de l'Industrie du futur ou « Industrie 4.0 ».

Les échanges de marchandises entre la France et l'Allemagne sont restés stables en 2015 à quelque 170 milliards d'euros, garantissant ainsi la position de la France comme partenaire commercial privilégié de l'économie allemande. Avec plus de 4 000 succursales en Allemagne représentant près de 400 000 emplois et un chiffre d'affaires annuel de 250 milliards d'euros, les entreprises françaises jouent un rôle important dans la croissance et la compétitivité de l'Allemagne.

« Grâce aux taux d'intérêts bas, de plus en plus d'entreprises souhaitent investir sur le marché voisin et s'y implanter via des rachats ou des fusions », a indiqué Dominique Cherpin, co-fondateur de VILLAFRANCE, le premier centre d'affaires franco-allemand basé à Cologne et co-organisateur du Congrès. « Le rythme de ces rapprochements entre entreprises allemandes et françaises s'accélère. Cette stratégie de développement n'est désormais plus réservée aux seuls grands groupes », a-t-il ajouté.

Une attention particulière est portée aujourd'hui aux coopérations dans les start-up et les nouvelles technologies. L'ambassadeur de France en Allemagne, Philippe Etienne, a ainsi rappelé que les deux pays ont lancé une initiative commune dans ce domaine : « Les objectifs essentiels de ce partenariat sont de réussir à unifier le marché numérique européen et de travailler ensemble pour accélérer l'adoption de technologies numériques par l'industrie. Ceci permettra de créer de la confiance, donc de la croissance. Il y a des choses qui peuvent être faites au niveau politique, mais il est essentiel que les entreprises travaillent



CONGRES

des filiales françaises implantées en Allemagne
der französischen Unternehmen in Deutschland

en étroite coopération afin de garantir une croissance mutuelle », a-t-il indiqué. Philippe Etienne a souligné que le lancement de la French Tech par l'Etat a contribué à « métamorphoser l'économie française » et faire de la France un site attractif pour les start-up au niveau mondial. Il a également rappelé le projet de créer un French Tech Hub à Berlin, dont « l'enjeu est de permettre aux entreprises de se développer le plus rapidement possible sur un marché franco-allemand réuni qui englobe 150 millions d'habitants ».

L'un des sujets abordés a été également les différences d'approche entre le concept d'Industrie du future, qui prévaut en France, et celui d'Industrie 4.0 en Allemagne, plus large et entendu plutôt comme un projet d'entreprise. Les acteurs français et allemands présents étaient en tout cas d'accord pour penser qu'il n'y a plus de temps à perdre et qu'il faut coopérer car il existe de vraies complémentarités entre les deux pays.

Comme dans toute relation, le couple franco-allemand doit aussi se remettre en question. Cette année, le Congrès a aussi souhaité débattre de « la relation franco-allemande sous stress », thème d'une table-ronde entre Daniel Cohn-Bendit, longtemps député et représentant des Verts au Parlement européen, et Philippe Gustin, préfet et ancien ambassadeur de France. Un débat qui a permis de rappeler, à l'heure du Brexit, les succès du moteur franco-allemand dans la paix et l'émergence d'une communauté économique forte en Europe, mais aussi d'analyser l'actualité et l'avenir des relations entre les deux pays. Pour Philippe Gustin, l'Allemagne et la France forment un couple complexe mais « condamné à s'entendre pour faire avancer l'Europe » car les deux pays représentent ensemble 40% du PIB de l'UE mais seulement 7% du PIB mondial. Une analyse partagée par Daniel Cohn-Bendit, pour qui l'Europe ne pourra peser dans le monde qu'en devenant un ensemble uni et souverain: « Malgré les crises, je reste optimiste et convaincu que dans cinquante ans, l'UE sera fédérale et aura une monnaie, une défense et un budget communs », a-t-il indiqué.

Stephen Leguillon, directeur de la start-up française à succès « La Belle Assiette », Thomas Rinn, spécialiste des start-up issu du cabinet de conseil Roland Berger, et Eva Henry-Künne, responsable du marketing chez l'Oréal, ont débattu quant à eux des opportunités et des défis du numérique. Ils ont notamment souligné combien les enjeux pouvaient être différents dans ce domaine selon le type d'entreprise, une start-up comme La Belle Assiette ayant pris directement le pli de l'offre numérique, alors que des entreprises traditionnelles comme l'Oréal doivent s'adapter à la tendance et intégrer la numérisation dans leur modèle commercial.

2

Pour clore les débats, Daniel Hofer, membre du directoire du leader mondial de la publicité urbaine JCDecaux et CEO pour l'Allemagne et les pays EMEA, a expliqué comment l'entreprise familiale française a pris le chemin de la digitalisation. Il a notamment insisté sur le fait que sa particularité ne réside pas dans l'affichage numérique mais dans la possibilité d'interconnecter les informations via divers supports publicitaires : « Cela représente un véritable tournant culturel pour tous les mediums traditionnels », a-t-il déclaré.

Il est clairement ressorti des exposés et tables-rondes, mais aussi des discussions entre les participants, que le Brexit sera le principal facteur d'incertitude pour les entreprises françaises et allemandes au cours des prochaines années. L'opinion selon laquelle la sortie des Britanniques de l'UE pourrait non seulement



CONGRES

des filiales françaises implantées en Allemagne
der französischen Unternehmen in Deutschland

modifier les conditions des échanges économiques internationaux, mais aussi remettre en question l'unité européenne, est largement partagée.

Parallèlement au Congrès se tenait aujourd'hui également le salon franco-allemand pour l'emploi Connecti, qui a lieu deux fois par an, alternativement à Paris et Cologne. A cette occasion, près de 200 recruteurs issus de 70 entreprises françaises et allemandes de renom ont rencontré quelque 1 000 candidats franco-allemands. Pour cette édition, environ 800 postes ont été déclarés à pourvoir en France, en Allemagne et dans le monde.

Contact presse :

Nathalie Heredia Leggewie
B2P Communications
Bauhofstraße 12
10117 Berlin

T: +49 30 206 21 386

M: +49 152 576 192 39

E: nhleggewie@b2p-communications.com