



# CONGRES

des filiales françaises implantées en Allemagne  
der französischen Unternehmen in Deutschland

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## Les relations économiques franco-allemandes ont le vent en poupe

- **La 4<sup>ème</sup> édition du Congrès des filiales françaises implantées en Allemagne a rassemblé plus de 130 représentants d'entreprises françaises et allemandes pour discuter des grandes dynamiques économiques entre les deux pays et des projets d'avenir.**
- **Avec 2 700 filiales installées en Allemagne, les entreprises françaises emploient aujourd'hui plus de 360 000 personnes outre-Rhin.**
- **L'Allemagne a été le principal investisseur étranger en France en 2016.**

**Cologne, le 28 septembre 2017** – A l'heure du Brexit, des interrogations sur la politique américaine et de la relance de l'UE, les relations économiques franco-allemandes apparaissent plus que jamais comme un facteur de stabilité et de croissance pour les deux pays. L'exemple le plus récent est l'annonce du rapprochement de Siemens et Alstom pour créer un champion européen de la mobilité. L'intensification des relations économiques est également évidente à d'autres niveaux. L'Allemagne est devenue l'an dernier pour la première fois le principal investisseur étranger en France. Parallèlement, l'intérêt des Français pour les entreprises allemandes de tradition ne s'est pas démenti, comme l'ont récemment prouvé les reprises de WMF, Opel ou encore Rimowa par des groupes tricolores.

Le 4<sup>e</sup> Congrès des filiales françaises implantées en Allemagne, qui s'est tenu ce jour à Cologne, a rassemblé plus de 130 dirigeants de filiales françaises et représentants économiques allemands autour du thème « Le nouveau pouvoir de l'économie franco-allemande ». Plusieurs intervenants de haut rang se sont déplacés pour échanger leurs expériences : Lionel Souque, nouveau président du groupe REWE, Fabrice Megarbane, directeur de la filiale allemande de L'Oréal, Albéric Chopelin, directeur général de PSA Allemagne, Alexandre Arnault, nouveau président et CEO de Rimowa (groupe LVMH).

*« Le couple franco-allemand, par ses liens économiques privilégiés, est appelé à jouer un rôle moteur dans le renforcement de la construction européenne et à intensifier encore sa coopération bilatérale. Et celle-ci ne se limite pas aux relations politiques. Les entreprises franco-allemandes, en combinant les forces des deux cultures, profitent non seulement de l'énorme potentiel du marché unique européen, mais renforcent aussi leur position sur les marchés étrangers dans un environnement incertain et complexe qui évolue à une vitesse difficilement imaginable il y a peu de temps »,* a indiqué l'ambassadrice de France en Allemagne, Mme Anne-Marie Descôtes, en ouvrant la journée.

Selon une récente étude du cabinet d'audit KPMG, 2 700 filiales d'entreprises françaises sont actuellement implantées en Allemagne. Représentant plus de 360 000 salariés outre-Rhin et générant quelque 250 milliards d'euros de chiffre d'affaires, elles participent largement à la croissance et la compétitivité de l'économie allemande.

La somme totale des biens échangés entre l'Allemagne et la France a atteint l'an dernier 167 milliards d'euros, faisant de l'Hexagone l'un des partenaires économiques majeurs de l'Allemagne. Seconde destination des exportations allemandes, la France est aussi le 3<sup>e</sup> marché d'importation de l'économie allemande.



# CONGRES

des filiales françaises implantées en Allemagne  
der französischen Unternehmen in Deutschland

« *Il est important que le dialogue entre nos deux pays s'intensifie, que plus de projets communs soient lancés pour défendre notre expertise et assurer les emplois de demain* », a indiqué Dominique Cherpin, co-fondateur de VILLAFRANCE, le premier centre d'affaires franco-allemand basé à Cologne et organisateur du Congrès.

## **Les fusions-acquisitions franco-allemandes se portent mieux que jamais**

Le nombre d'entreprises allemandes rachetées par des sociétés françaises a atteint son plus haut niveau en 2016. Au total, 93 entreprises allemandes sont passées sous pavillon tricolore l'an dernier, un chiffre en hausse de 26 % par rapport à 2015. La France se hisse ainsi au 3e rang des investisseurs étrangers en Allemagne, derrière les Etats-Unis et la Grande-Bretagne.

A ce sujet, Albéric Chopelin, directeur général de PSA Allemagne, a évoqué son expérience de la reprise d'Opel, qui a permis au groupe PSA de devenir le 2<sup>e</sup> constructeur automobile en Europe : « *Le Groupe PSA, fidèle à ses valeurs de respect et de responsabilité, n'imagine pas arriver en inquisiteur ou en donneur de leçons. Opel, reste allemand, peuplé de personnes compétentes et talentueuses et va écrire elle-même son redressement.* »

Le nouveau CEO de Rimowa, Alexandre Arnault, a également parlé du rachat du malletier haut de gamme de Cologne par LVMH, en détaillant les stratégies mises en œuvre pour intégrer au mieux une entreprise de tradition allemande au sein d'un grand groupe de luxe français : « *On prend les meilleurs atouts de l'Allemagne en les associant avec nos forces, pour faire un mélange encore plus performant* », a-t-il expliqué en précisant que la stratégie du groupe a toujours été de préserver les marques familiales en leur donnant les moyens de se concentrer sur leur savoir-faire.

## **L'Allemagne, un marché de plus en plus attractif pour les entreprises françaises**

Lors des tables-rondes, les intervenants se sont notamment demandés pourquoi l'Allemagne est devenue aujourd'hui un lieu d'implantation privilégié pour les entreprises françaises et quel rôle l'économie allemande joue dans la stratégie des groupes tricolores.

Martin Bornhofen, associé chez KPMG, a évoqué les résultats d'une étude récemment menée par son cabinet auprès de quelque 100 directeurs financiers de filiales françaises en Allemagne, les trois-quarts jugeant l'environnement général en Allemagne (incluant le haut niveau de vie, la sécurité et les infrastructures) bon, voire excellent. Autre enseignement de ce sondage, 77 % des entreprises françaises voient l'Allemagne comme un marché incontournable dans leur stratégie de digitalisation, grâce notamment à la qualité des infrastructures et la présence d'un personnel hautement qualifié. Quant aux entreprises ayant des activités de recherche en Allemagne, 57 % ont cité l'accessibilité des universités et des instituts scientifiques comme un point fort du marché allemand. 24 % de ces entreprises françaises possèdent leurs propres centres de recherche en Allemagne.

Le marché allemand n'est toutefois pas exempt de critiques : la complexité du droit fiscal et la difficulté de trouver du personnel apparaissent comme les deux principaux problèmes pointés par les entreprises françaises installées outre-Rhin : 13 % d'entre elles considèrent que l'Allemagne se situe dans le top 5 des pays européens les plus compliqués dans ces deux domaines.



# CONGRES

des filiales françaises implantées en Allemagne  
der französischen Unternehmen in Deutschland

Votre 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](mailto:nhleggewie@b2p-communications.com)