



BERTRAND MAGNIN,

DIRECTEUR DU DÉVELOPPEMENT BANQUE POPULAIRE

BANQUE POPULAIRE, 1^{ÈRE} BANQUE DES PME

Par notre histoire, notre ADN de banque coopérative régionale, créée par et pour les entrepreneurs, nous avons construit, avec nos clients professionnels et entreprises, une relation de confiance dans la durée qui se traduit par le fait, qu'aujourd'hui :



Près de 1 PME sur 2 est cliente de Banque Populaire



2 clients PME sur 3 le sont depuis plus de 10 ans



Banque Populaire, 1^{ère} Banque des PME*, pour la dixième année consécutive

** Etude Kantar TNS « PME-PMI 2019 – Banque Populaire » réalisée auprès de plus de 1 900 entreprises de 10 à 999 salariés réalisant un chiffre d'affaires HT supérieur ou égal à 1.5M€.*

BANQUE POPULAIRE, PARTENAIRE DES ENTREPRISES A L'INTERNATIONAL



Banque Populaire, 2e banque en France pour gérer les activités à l'international *



**210 collaborateurs dédiés à l'international
(70 experts et 140 collaborateurs Back-Office)**



52 Md€ de flux internationaux

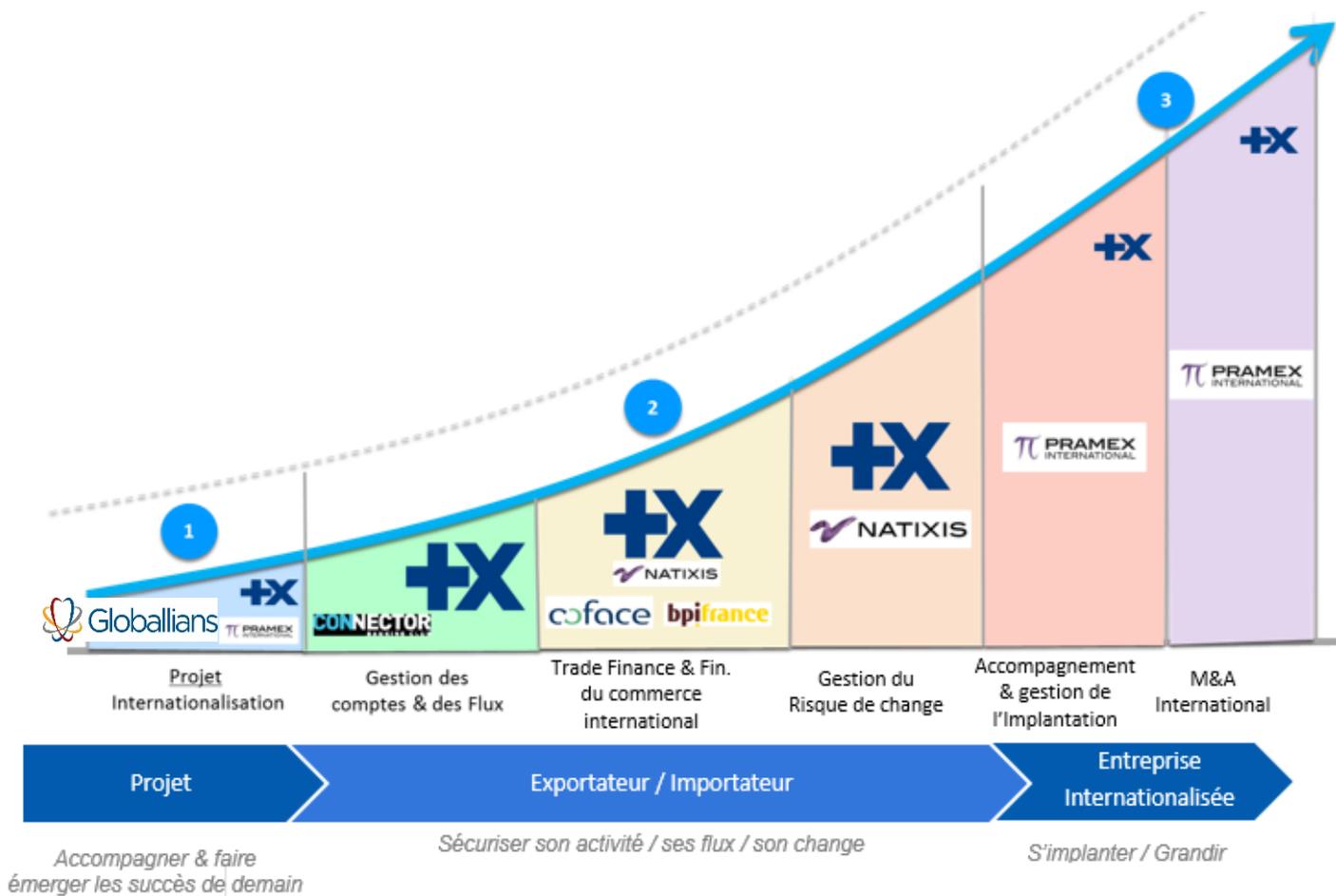


Accompagnement sur l'ensemble de la gamme des besoins internationaux (Flux, Trade, Risques de change)



Des partenaires de référence : Pramex, Natixis, BPI France, Coface, Globalians

BANQUE POPULAIRE, PARTENAIRE DES ENTREPRISES A L'INTERNATIONAL



Réseau de sociétés indépendantes expertes en accompagnement international et spécialisées par pays



Créé en 1995

Mission: proposer des solutions de Cash Management International pour simplifier les opérations internationales des clients (ex: simplification des procédures d'ouverture de compte et de paiements internationaux simplifiée pour les banques du club)

13 banques partenaires (dont le Groupe BPCE)

40 pays couverts





JÉRÔME BONNET,

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE PRAMEX INTERNATIONAL

PRAMEX INTERNATIONAL EN QUELQUES MOTS



- **Spécialiste du conseil en implantation internationale** dédié aux Start-Up, PME et ETI
- **N° 1 sur la gestion de filiales à l'étranger** des entreprises françaises
- **Filiale du Groupe BPCE**

Une offre de service dédiée à l'implantation internationale

Start-up

PME

ETI

Croissance
organique

Croissance
externe

Conseil en
implantation
internationale

Création de filiales à
l'étranger

Acquisitions
internationales

Cessions internationales

Gestion comptable,
fiscale et financière

Gestion des ressources
humaines

Conseil en implantation
internationale

PRAMEX INTERNATIONAL UN RÉSEAU MONDIAL INTÉGRÉ AU SERVICE DES START-UPS, PME ET ETI FRANÇAISES



17

implantations



+ 40

années d'existence



+1 000

entreprises
accompagnées
chaque année



13

pays



130

professionnels
biculturels dans le
monde



35 000

fiches de paie
éditées par an



POURQUOI UN BAROMÈTRE ?

En tant qu'acteurs majeurs du développement des entreprises à l'international, Banque Populaire et Pramex **suivent régulièrement les évolutions politiques et économiques mondiales** car celles-ci ont des conséquences sur les décisions d'implantations des entreprises françaises à l'étranger.

Le **Baromètre Banque Populaire - Pramex International, créé en 2017**, permet de :

- Communiquer sur ces tendances constatées au cours de la période sur **l'internationalisation des start-up, PME et ETI françaises**
- **Informers les entreprises** sur les possibilités d'implantation
- Avoir une vision des **évolutions futures pour accompagner les entreprises françaises dans leur recherche d'implantation**

QUELLE MÉTHODOLOGIE ?

Qui?	<ul style="list-style-type: none">• Pramex International, filiale du Groupe BPCE et acteur majeur français de l'implantation à l'international• Banque Populaire, 1^{ère} banque des PME
Qui?	<ul style="list-style-type: none">• 631 projets d'implantation réalisés dans 51 pays dont 433 créations de filiales et 198 acquisitions• Ces projets représentent un échantillon d'au moins 30 % de chacun des marchés PME, ETI, Start-up.
Quand?	<ul style="list-style-type: none">• La 5^e édition du Baromètre Banque Populaire-Pramex se base sur une étude réalisée entre janvier 2020 et avril 2021

Chronologie



LES ENSEIGNEMENTS DU BAROMÈTRE 2021

BANQUE
POPULAIRE 

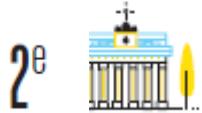
5 POINTS CLES



- La pandémie mondiale n'a pas ralenti les projets d'implantation des dirigeants d'entreprises



- Les États-Unis demeurent la 1^{ère} destination et attirent plus de 13 % des projets français



- L'Allemagne maintient sa seconde place mondiale et gagne la 1^{re} place des destinations européennes



- Hong-Kong, base traditionnelle des occidentaux, affiche un nouveau recul après avoir vu sa part de marché divisée par 3 en 4 ans



- L'Australie devient une destination émergente en se classant à la 13^e position devant le Brésil et Hong-Kong

LE PALMARÈS



- 1 **Etats-Unis**
- 2 **Allemagne**
- 3 **Royaume-Uni**
- 4 **Espagne**
- 5 **Italie**

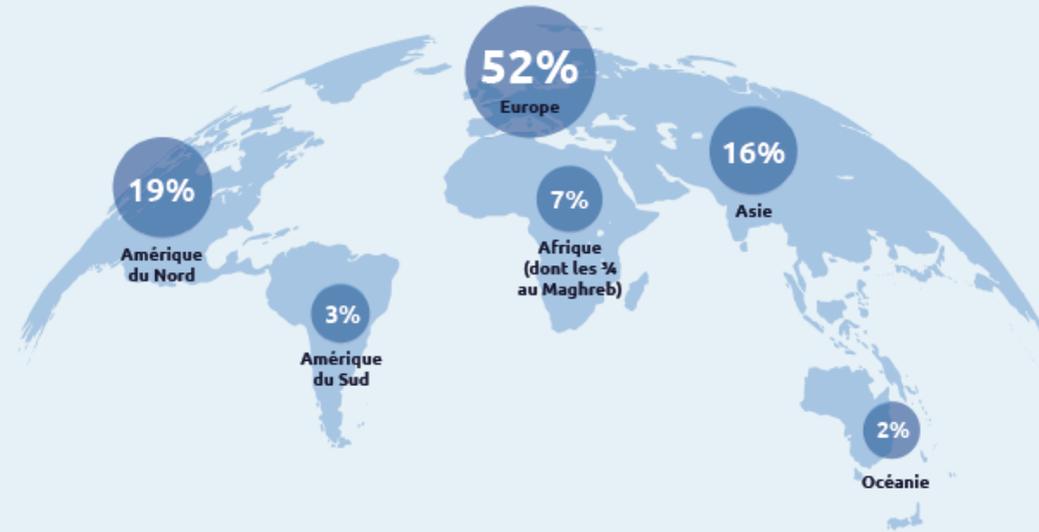
Trois gagnants : les Etats-Unis, l'Allemagne et l'Asie

- Les Etats-Unis restent la destination représentant un levier de croissance incontournable
- L'Allemagne, dont les fondamentaux de l'économie sont solides, a représenté un marché refuge
- Singapour profite de la perte d'intérêt de Hong-Kong et se hisse à la 8^{ème} place en devenant la porte d'entrée de l'Asie du Sud-Est des entreprises françaises

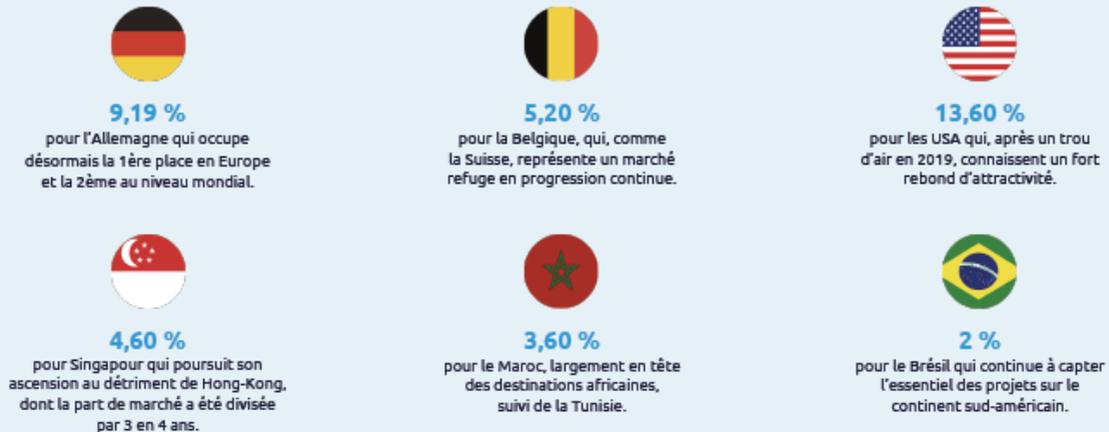
Deux « perdants » : L'Espagne et Hong-Kong

- L'Espagne a perdu un tiers des projets français : elle paie l'arrêt des 2 moteurs de son économie: la consommation et le tourisme
- Après 4 ans de baisse, le nombre de projets d'implantation à Hong Kong continue de diminuer en raison de son instabilité politique et des réformes fiscales

Projets d'implantation par continent



Parts de marché des pays en pointe



L'IMPACT DE LA CRISE DU COVID SUR LES PROJETS D'INTERNATIONALISATION

**BANQUE
POPULAIRE** 

UN IMPACT TRÈS MESURÉ

UNE ETUDE COMPLEMENTAIRE...

En complément des statistiques habituelles présentées par le Baromètre, une **étude a été menée auprès d'une centaine de dirigeants pour savoir si leur stratégie à l'international avait été impactée par la crise sanitaire**



Maintien des décisions d'investissements en 2020 pour la majorité des dirigeants...



mais, **parallèlement, 13 % ont favorisé la proximité** en répondant à des opportunités d'implantations locales



...89 % des dirigeants ont maintenu leur choix des pays ciblés à l'international