

SOMMAIRE.

MÉTHODOLOGIE	___ P.2	EUROPE	___ P.8
ÉDITO	___ P.3	FOCUS ASIE	___ P.10
GAGNANTS – PERDANTS	___ P.4	FOCUS AFRIQUE ET OCÉANIE	___ P.11
FOCUS CONTINENTS	___ P.5	L'ŒIL DE PHILIPPE WAECHTER	___ P.12
RÉSULTATS QUESTIONNAIRE	___ P.6	CLASSEMENT COMPLET	___ P.14
AMÉRIQUE DU NORD ET AMÉRIQUE DU SUD	___ P.7		

MÉTHODOLOGIE

Le baromètre de l'implantation à l'international 2021 a été réalisé entre janvier 2020 et avril 2021.

Il recense les projets d'investissement réalisés à l'étranger en 2020 par les start-up, PME et ETI disposant d'un siège en France. L'étude agrège des projets créateurs d'emplois par le biais de créations de filiales, de joint-ventures et d'acquisitions à l'étranger.

Le baromètre n'intègre pas :

- les opérations réalisées par les grands groupes français,
- les opérations financières,
- les franchises,
- les projets d'extension de filiales existantes.

L'étude se compose de 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 de ces marchés.

L'étude ne peut être exhaustive.

Ce hors-série du magazine Cockpit a été réalisé par Banque Populaire et Pramex - Septembre 2021
Directeur de la publication : Laurent Mignon, président du directoire du Groupe BPCE | Directeur de la rédaction : Laurent Buffard
| Comité de rédaction : Jérôme Bonnet, Christel Chaton, Catherine Olivier, Guillaume Page | Conception-réalisation : Everyday Content
| Crédits photo : DR | BPCE : Société anonyme à directoire et conseil de surveillance au capital de 180 478 270 euros -
Siège social : 50, avenue Pierre Mendès France - 75201 Paris Cedex 13 - RCS Paris N° 493 455 042.

INTERNATIONALISATION

LES CLIGNOTANTS REPASSENT AU VERT.

OLIVIER CERVERA

Directeur du marché
des Entreprises
et Institutionnels
de Banque Populaire



JÉRÔME BONNET

Directeur général
de Pramex

«*En 2020, nous avons vécu des moments inédits, mais, au final, le bilan est plutôt positif*», déclare Jérôme Bonnet, directeur général de Pramex International, au regard des chiffres de son activité. En revanche, concernant le baromètre annuel, la synthèse du sondage réalisé auprès d'entrepreneurs, nouveauté de cette édition, fait, elle, ressortir des résultats plus contrastés.

Premier motif de satisfaction : ce sondage représentatif indique que la pandémie mondiale n'a pas dissuadé la majorité des dirigeants de passer à l'action. Faisant preuve de constance stratégique, elle n'a pas non plus bouleversé leurs priorités géographiques, inchangées depuis trois ans : les États-Unis, l'Allemagne, l'Espagne, le Royaume-Uni ou encore l'Italie. Les marchés limitrophes restent l'étape préalable au développement international vers le « grand large ».

Deuxième motif de satisfaction : la crise consolide la stratégie d'un opérateur comme Pramex. En essaimant des équipes dans les pays ou hubs clés pour nos entreprises, il lui est aujourd'hui plus facile d'offrir aux dirigeants les services de proximité et de substitution qu'ils demandent, afin de compenser des déplacements rendus impossibles sur la période traversée et qui restent encore compliqués.

Enfin, troisième point positif : depuis l'automne dernier, la demande des sociétés françaises pour créer des filiales à l'étranger ou se déployer par acquisition a fortement augmenté. Désormais, portée par l'ensemble des mesures de relance souhaitées par le gouvernement, l'heure de la reprise semble s'annoncer pour l'ensemble des dirigeants, confirme Olivier Cervera, directeur du marché des Entreprises & Institutionnels à la Direction du développement des

Banques Populaires, du Groupe BPCE, maison mère de Pramex : «*Nos clients montrent un vif intérêt pour amorcer ou consolider leur dynamique de développement. Tous les leviers permettant de retrouver de la capacité d'investissement sont étudiés : le prêt participatif Relance est à ce titre une solution innovante pour financer la reprise ou la poursuite de leur plan de développement.*»

Réjouissons-nous de ces perspectives plus positives, qui doivent encore être confirmées.



LES GAGNANTS ET LES PERDANTS EN 2020.

• LES GAGNANTS... •

LES ÉTATS-UNIS

Les États-Unis restent de loin le premier marché d'implantation des sociétés françaises à l'étranger, avec une part de marché de 13,6% en 2020.

Le marché américain a repris de la vivacité après un recul important l'année précédente (11,4% des projets en 2019).

L'ALLEMAGNE

Deuxième destination mondiale et première en Europe, notre voisin d'outre-Rhin efface sa contreperformance relative de 2019 (quatrième et troisième places). Il confirme être le marché refuge privilégié de nos entreprises. Logiquement, l'Allemagne capitalise sur son marché intérieur et son rôle de locomotive pour les exportations.

L'ASIE

Singapour consolide sa vocation de hub pour toute l'Asie. Sa part de marché croît solidement en passant de 3,1% en 2017 à 4,6% en 2020, en dépit des conditions draconiennes à l'arrivée sur son territoire. Porte d'entrée de l'Asie du Sud-Est, la cité-État profite du déclin de Hong Kong.



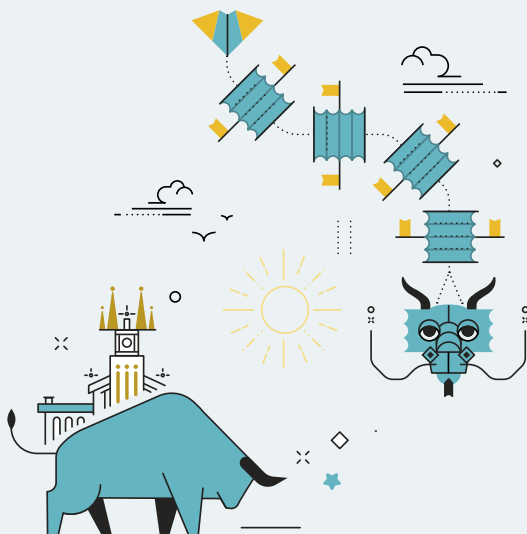
• ...ET LES PERDANTS •

L'ESPAGNE

En un an, la péninsule ibérique perd un tiers de projets français. Avec 6,8% de parts de marché, la destination chute du premier au troisième rang en Europe. Très sensible aux événements conjoncturels, l'Espagne paie l'arrêt des deux moteurs de son économie : la consommation et le tourisme.

HONG KONG

En quatre ans, cette base traditionnelle des Occidentaux pour la conquête de l'Asie a vu sa part de marché divisée par trois. En 2020, elle affiche un nouveau recul, à 1,3%. Elle pâtit de son instabilité politique et des réformes fiscales.



L'EUROPE ET L'AMÉRIQUE DU NORD TOUJOURS ATTRACTIVES, L'ASIE ET L'AFRIQUE SUR LA RÉSERVE.

L'EUROPE CONFIRME SON HÉGÉMONIE.

Le Vieux Continent consolide son statut de première zone d'implantation des sociétés françaises, avec près de 52% de parts de marché. Il bénéficie de la désaffection des entrepreneurs pour les destinations lointaines.

L'AMÉRIQUE DU NORD RETROUVE LA FORME.

Affichant 22% de parts de marché en 2017 et 2018, le continent était tombé à 16% en 2019. Au regard du rebond de 2020 (19%), cette contreperformance s'apparente à un « trou d'air » passager. Les États-Unis confirment leur statut de premier marché d'implantation des sociétés françaises à l'étranger.

L'ASIE OFFRE UN BILAN EN DEMI-TEINTE.

En quatre ans, le continent a cédé 15% de parts de marché. Pour la première fois, son recul paraît stabilisé, avec un score de 16,6% identique à celui de 2019.

Le désintérêt persistant pour la Chine et les régions satellites est compensé par l'engouement pour l'Asie du Sud-Est, en particulier Singapour.

L'AFRIQUE RECULE.

Terrain de jeu privilégié des grands groupes, ce continent voit l'intérêt des start-up, PME et ETI françaises s'étioler. Sa part de marché passe de 9 à 7% en 2020.



ZONES	2020	2019	2018	2017
EUROPE	51.8%	51.1%	44.9%	45.0%
AMÉRIQUE DU NORD	19.0%	16.2%	22.9%	22.4%
ASIE	16.6%	16.5%	17.2%	19.2%
AFRIQUE	7.0%	9.0%	8.2%	6.7%
AMÉRIQUE DU SUD	2.9%	3.2%	3.4%	3.7%
Océanie	2.1%	2.2%	1.0%	1.2%
MOYEN-ORIENT	0.6%	1.8%	2.4%	1.8%

QUEL A ÉTÉ L'IMPACT DE LA CRISE DE LA COVID SUR VOS PROJETS D'IMPLANTATION ?

En complément à notre baromètre annuel, nous avons interrogé 102 dirigeants pour mieux cerner l'impact de la crise sanitaire sur leurs projets d'internationalisation. Voici les résultats du sondage*.

PREMIER ENSEIGNEMENT :

Un peu plus de la moitié des dirigeants affirment avoir maintenu leurs décisions d'investissements en 2020. Mais cela signifie aussi que les autres ont préféré les reporter en raison du climat de grande incertitude.

DEUXIÈME ENSEIGNEMENT :

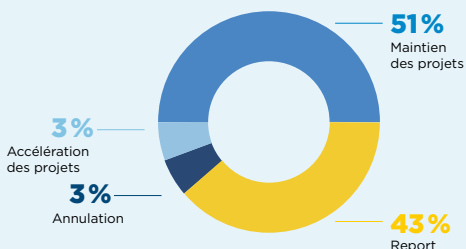
13% des interviewés ont confirmé avoir repensé la nature de leur stratégie à l'international en favorisant plutôt la proximité, via des opportunités d'implantation locale.

TROISIÈME ENSEIGNEMENT :

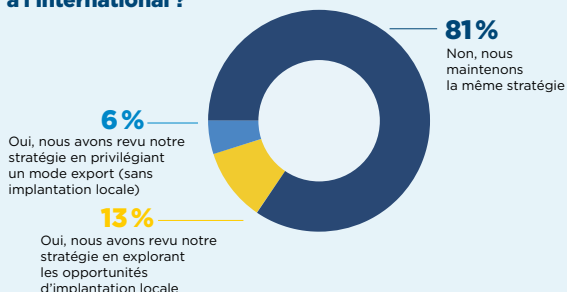
La pandémie a eu peu d'impact sur le choix géographique puisque 89% des sociétés ont confirmé que les pays ciblés à l'international sont restés inchangés.

Enfin, en termes de modalités, même si cela n'est pas révolutionnaire, près de 12% des répondants ont confirmé avoir rajouté dans leur stratégie la possibilité de se déployer par acquisition à l'étranger.

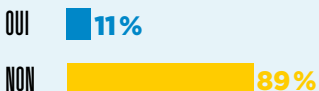
1/ Quel a été l'impact de la crise de la Covid sur vos projets d'implantation à l'étranger ?



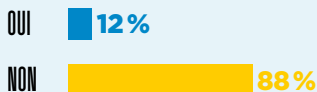
2/ Avez-vous repensé la nature de votre stratégie à l'international ?



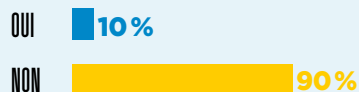
3/ Avez-vous modifié vos pays cibles ?



4/ Depuis la crise de la Covid, l'implantation à l'étranger par acquisition devient-elle une nouvelle option ?



5/ Les dispositifs publics (PGE, chèque-relance export, etc.) vous ont-ils incité à vous internationaliser ?



* Sondage réalisé sur un panel représentatif de 102 dirigeants de start-up, PME et ETI françaises

EN AMÉRIQUE, LES DEUX LOCOMOTIVES ÉCONOMIQUES CONSERVENT LEUR AVANCE.

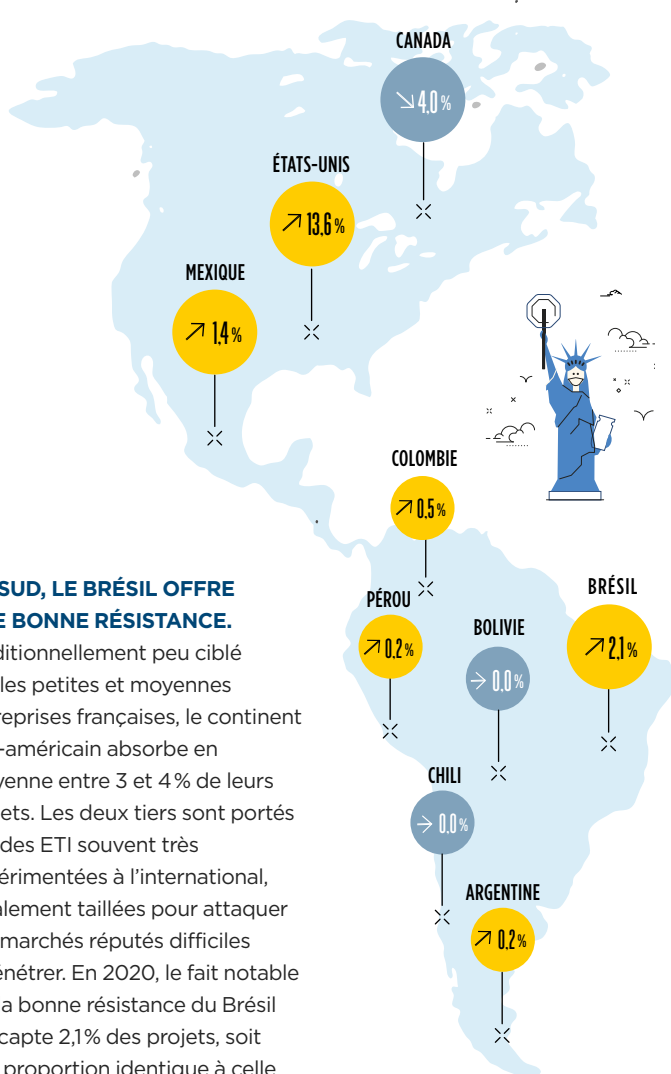
AU NORD, LES ÉTATS-UNIS REPARTENT À LA HAUSSE.

Pour les entreprises françaises, le continent nord-américain se résume aux **États-Unis**. Premier marché d'implantation des entreprises françaises à l'étranger, son attractivité connaît un rebond de 20% en 2020 après une chute très importante en 2019. Ce «trou d'air» avait résulté de plusieurs facteurs : le durcissement de la politique des visas, l'augmentation des coûts d'implantation, la décélération de l'économie. Dès que ces paramètres ont commencé à évoluer, les entreprises ont repris le chemin de ce marché qu'elles considèrent comme un levier de croissance incontournable. Leur retour se conjugue avec un rééquilibrage de leurs implantations géographiques au profit de la côte Est, notent les représentants de Pramex sur place.

Au **Canada**, l'effet attendu du traité de libre-échange avec l'Union européenne entré en vigueur en 2017 n'est toujours pas au rendez-vous. Sa part de marché continue de baisser (4%). Quant au **Mexique**, son poids (1,4%) demeure symbolique même s'il enregistre un léger frémissement.

AU SUD, LE BRÉSIL OFFRE UNE BONNE RÉSISTANCE.

Traditionnellement peu ciblé par les petites et moyennes entreprises françaises, le continent sud-américain absorbe en moyenne entre 3 et 4% de leurs projets. Les deux tiers sont portés par des ETI souvent très expérimentées à l'international, idéalement taillées pour attaquer ces marchés réputés difficiles à pénétrer. En 2020, le fait notable est la bonne résistance du Brésil qui capte 2,1% des projets, soit une proportion identique à celle de 2019, et sans grande variation depuis le lancement du baromètre. Quelques opérations concernent également la Colombie, le Pérou et l'Argentine.



- En augmentation par rapport à 2019
- En baisse ou stable par rapport à 2019

Les pourcentages correspondent aux parts de marché

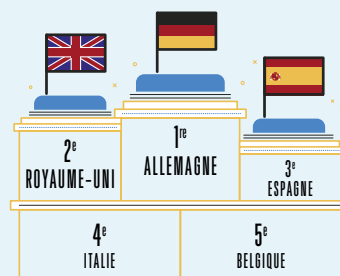
L'EUROPE MAINTIENT LE CAP.

De 2017 à 2020, la part de marché des destinations européennes dans les investissements de nos entreprises à l'étranger est passée de 45 à 51,8%. L'année dernière, en dépit de la crise, l'Europe a réussi à maintenir son niveau avec un score quasiment identique à celui de 2019. C'est une performance à noter. La tendance au recentrage des sociétés françaises sur les marchés limitrophes de l'Hexagone, à la fois proches, sécurisés et le plus souvent matures, est la résultante d'une stratégie assumée de moyen-long terme. Les entreprises qui s'internationalisent semblent considérer leur extension en Europe comme le préalable indispensable à toute conquête des marchés lointains, où l'implantation est plus coûteuse et souvent risquée, notamment en raison des biais interculturels forts.

UN DURCISSEMENT DES CONTRAINTES AUX ÉTATS-UNIS AU PROFIT DE L'EUROPE.

La nette accélération de cette tendance au recentrage en Europe en 2019 est sans doute aussi le corollaire du durcissement des contraintes observées aux États-Unis et du ralentissement de la croissance des dragons asiatiques, comme la Chine par exemple. En analysant le poids des différents marchés, la carte européenne met en exergue des situations très hétérogènes. Quatre économies apparaissent incontournables : sans surprise, il s'agit, dans l'ordre décroissant, de l'Allemagne, de la Grande-Bretagne, de l'Espagne et de l'Italie. Suivent de petits marchés en progression, comme la Belgique ou la Suisse. Le reste des pays se disputent un volume symbolique de projets.

LES 5 PREMIÈRES DESTINATIONS EUROPÉENNES



L'ALLEMAGNE SUR LA PREMIÈRE MARCHE DU PODIUM.

Notre voisin d'outre-Rhin est le premier bénéficiaire de la réorientation géographique des projets d'implantation des entreprises françaises. L'hésitation notée en 2019 a disparu. En 2020, sa part de marché progresse de 26% pour atteindre 9,2%. L'Allemagne passe donc de la troisième à la première place européenne. Les entrepreneurs sont séduits par son solide marché intérieur et son statut de locomotive exportatrice.

• REPÈRES BAROMÈTRE PRAMEX 2020 •



L'Espagne : pays européen qui a enregistré la plus forte baisse de projets d'implantation avec -31%.

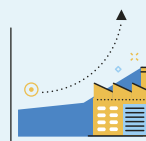


Europe

Première zone d'implantation des sociétés françaises avec 1 projet sur 2 réalisé sur ce continent.



La part de marché de l'Europe a augmenté de 15% depuis 2017.



Une augmentation continue des projets d'implantation en Belgique et en Suisse depuis 2017.

L'ASIE, UN BILAN EN DEMI-TEINTE.

DÉSINTÉRÊT POUR L'ASIE DE L'EST* ET DU SUD**.

À l'exception de Taïwan, tous les marchés attirant un nombre significatif de projets français accusent un nouveau recul en 2020. En quatre ans, la perte globale en volume atteint 15%. La palme de la baisse revient à Hong Kong, privée de deux tiers d'implantations : 1,3% de parts de marché en 2020 contre 4,1% en 2017. Touchée par l'instabilité politique et la suppression d'avantages fiscaux, l'île voit son attractivité chuter. Seule la Chine (5,2%) semble parvenir à enrayer la tendance des Français au repli de cet espace où se concentrent les économies asiatiques historiquement dynamiques. Pour ceux qui sont restés, le pari est gagnant. L'économie de l'empire du Milieu s'est remise très vite de la crise sanitaire. Ses usines et son marché intérieur ont redémarré vite et fort. L'Inde (1,6%) peine toujours à séduire les entreprises françaises.

ENGOUEMENT POUR L'ASIE DU SUD-EST***.

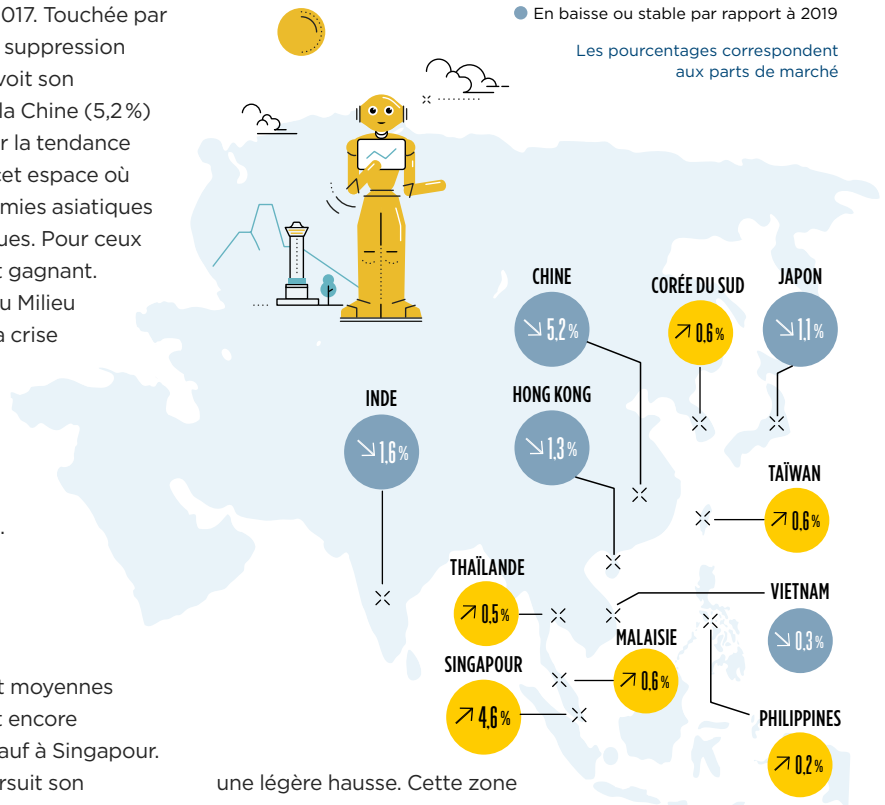
À l'autre bout du monde, la présence des petites et moyennes entreprises françaises est encore largement symbolique. Sauf à Singapour. En 2020, la cité-État poursuit son ascension et consolide sa vocation de hub asiatique, avec une part de marché de 4,6%, au détriment de Hong Kong, sa rivale. Ailleurs, les marchés enregistrent

1 PROJET D'IMPLANTATION SUR 6 EN ASIE. 2020

ASIE	16,6%
DONT L'ASIE DU SUD-EST***	6,2%
DONT L'ASIE DE L'EST**	10,4%

- En augmentation par rapport à 2019
- En baisse ou stable par rapport à 2019

Les pourcentages correspondent aux parts de marché



une légère hausse. Cette zone lointaine, que les économistes désignent comme le réservoir de la croissance du futur, demeure encore une promesse pour nos PME et ETI.

* Chine, Corée du Sud, Corée du Nord, Japon, Mongolie, Taïwan - ** Afghanistan, Pakistan, Bangladesh, Bhoutan, Inde, Maldives, Népal, Sri Lanka
 *** Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Brunei, Vietnam, Laos, Cambodge

L'AFRIQUE DÉÇOIT ENCORE.



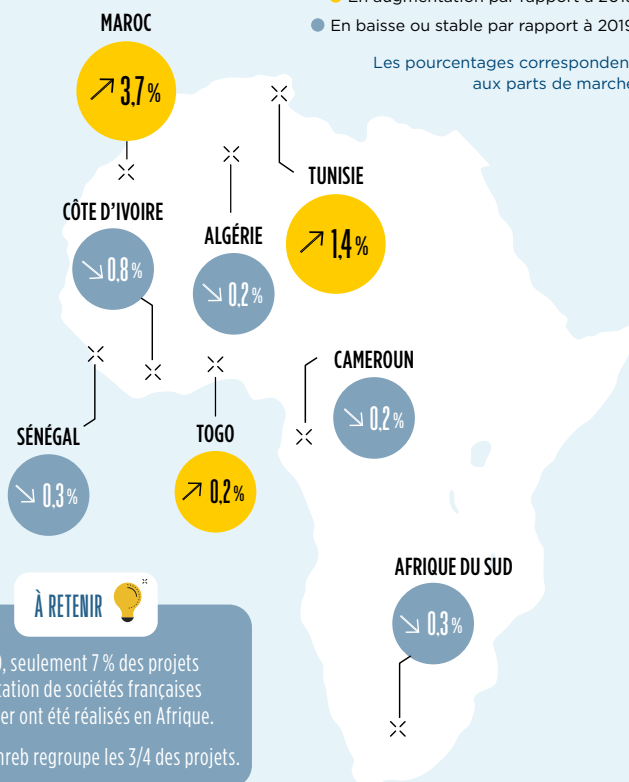
u regard de son explosion démographique, les experts prédisent

que l'Afrique est l'un des marchés d'avenir au plus fort potentiel. Force est de constater que son attractivité ne frémit pas du côté des PME et des ETI. Avec 7% de parts de marché en 2020, le continent encaisse même un recul inédit depuis 2018. Malgré les mesures d'accompagnement et les proximités interculturelles, ces entreprises sont quasiment absentes de l'Afrique subsaharienne.

Elles se concentrent volontiers sur le Maghreb qui accueille les trois quarts de leurs projets. Plutôt échaudées par l'Algérie, elles continuent de croire en la Tunisie (1,4%) malgré ses difficultés économiques, mais surtout au Maroc, en tête des destinations africaines (3,7%). Capitalisant sur sa stabilité politique dans une région fragilisée par les Printemps arabes, le royaume engrange peut-être aussi le fruit d'efforts constants depuis plusieurs années pour devenir le principal hub des investissements sur le continent. De même, les petites et moyennes entreprises délaissent le Moyen-Orient (0,6% de parts de marché), une autre chasse gardée de nos grands groupes.

- En augmentation par rapport à 2019
- En baisse ou stable par rapport à 2019

Les pourcentages correspondent aux parts de marché



À RETENIR

- En 2020, seulement 7% des projets d'implantation de sociétés françaises à l'étranger ont été réalisés en Afrique.
- Le Maghreb regroupe les 3/4 des projets.

L'OCÉANIE FRÉMIT, À COMMENCER PAR L'AUSTRALIE.

Avec 2,1% de parts de marché, cette zone englobant 26 pays, dont la France, est l'objet d'un intérêt nouveau de nos petites et moyennes entreprises depuis 2017. Beaucoup regardent l'Australie : quinzième au classement général, elle fait mieux que le Brésil ou Hong Kong. Une destination émergente à surveiller...

	2020	2019	2018	2017
AUSTRALIE	2,1%	1,9%	1,0%	1,2%

TOUT CONCOURT À CE QUE NOS ENTREPRISES REPARTENT À LA CONQUÊTE DE L'INTERNATIONAL.



PHILIPPE WAECHTER

Directeur de la recherche
économique
Ostrum Asset Management
(Groupe BPCE)

Selon le baromètre Pramex, la majorité des entreprises françaises ont maintenu leurs projets à l'international malgré la crise sanitaire en 2020 : comment l'expliquez-vous ?

La majorité d'entre elles ont fait le pari qu'il y avait plus à perdre qu'à gagner à modifier leur stratégie. Contrairement à d'autres, ces dirigeants ont vite considéré que la crise sanitaire serait temporaire, qu'à un moment donné les marchés reprendraient un aspect plus normal. Évidemment, leur analyse a varié selon les activités. Dans l'aéronautique, et plus généralement dans les services, fortement impactés par la crise, une part significative a préféré reporter, voire annuler les projets programmés. Ils figurent en partie dans le tiers restant de ce baromètre.

Les indicateurs macro-économiques confirment-ils l'analyse des dirigeants optimistes : la crise est-elle enfin derrière nous ?

On sent bien, évidemment, que le rétablissement des secteurs durement affectés sera une affaire de longue haleine.

À l'inverse aussi, le début de l'année 2021 se caractérise par une spectaculaire reprise de la croissance mondiale. On la doit d'abord au boom du secteur manufacturier. Les industries et leur écosystème ont été peu touchés par la crise, à la différence de 2008 où ils avaient souffert du manque de financements. Ils ont redémarré au quart de tour.

Cette reprise n'est-elle pas encore un peu erratique ?

Il me semble, au contraire, que l'on assiste à un phénomène de reprise assez habituel. Ses deux principaux moteurs sont l'Asie et le continent nord-américain : la Chine et les États-Unis redémarrent avant tout le monde et très fort.

Quelle est l'origine du retard européen ?

La plupart des États se sont contentés de plans économiques d'urgence visant à limiter le risque sur l'économie. À Pékin et Washington, les plans ont eu pour objectif de réduire rapidement l'impact de la crise. Le grand plan européen de relance dont on parle depuis

un an ne verra pas le jour avant la rentrée de septembre. Dans les mois qui viennent, on devrait sentir une accélération de la croissance sur le Vieux Continent.



**LE GRAND PLAN
EUROPÉEN DE RELANCE
DONT ON PARLE DEPUIS
UN AN NE VERRA PAS
LE JOUR AVANT
LA RENTRÉE
DE SEPTEMBRE**



**En 2020, les entreprises
françaises ont repris le chemin
de l'Amérique : est-ce le résultat
des signaux envoyés
par Joe Biden ?**

La nouvelle administration détient en effet les clés du rétablissement de relations commerciales apaisées avec le monde, et l'Europe en particulier. En l'occurrence, elle se montre un peu timide à détricoter l'arsenal des barrières tarifaires à l'importation dont a usé et abusé son prédécesseur. Sur le plan intérieur, en revanche, Joe Biden multiplie les signaux forts. Il amplifie sa politique de soutien de la consommation. Au printemps, il a injecté près de 2 000 milliards de liquidités dans l'économie sous la forme notamment de primes aux Américains gagnant moins

de 75 000 dollars par an. L'emploi est si bien reparti dans les PME que celles-ci souffrent d'une pénurie de main-d'œuvre.

**En revanche, nos entreprises
boudent la Chine et plus
généralement l'Asie...**

L'engouement pour le marché chinois est un peu retombé lorsque Pékin, à partir de 2019, a décidé de privilégier ses entreprises au détriment des autres. Des offres très bon marché de substitution aux importations sont apparues. Les entreprises étrangères positionnées sur le milieu de gamme ont vu leurs marges fondre. Certaines ont dû plier bagage.

**Les fonds propres constituent
le nerf de l'expansion
internationale. Faut-il s'attendre
à des retournements sur
les marchés des liquidités,
dont les indicateurs frémissent ?**

La légère correction des taux d'intérêt de long terme que l'on observe n'est rien d'autre, pour l'heure, que le signe d'un lent retour à la normale. Face au trop plein de liquidités sur les marchés, le processus d'ajustement a commencé. La Fed, le banquier central américain, a indiqué qu'elle pourrait réduire ses achats d'actifs dans le futur, mais sans

préciser ni la date ni le montant. La BCE ne s'engage pas encore sur ce chemin. Chacun s'interroge pour savoir si c'est le début d'un changement d'équilibre menant à la fin de l'argent bon marché. Ce n'est probablement pas le cas.

**Quelle est la politique
de la BCE ?**

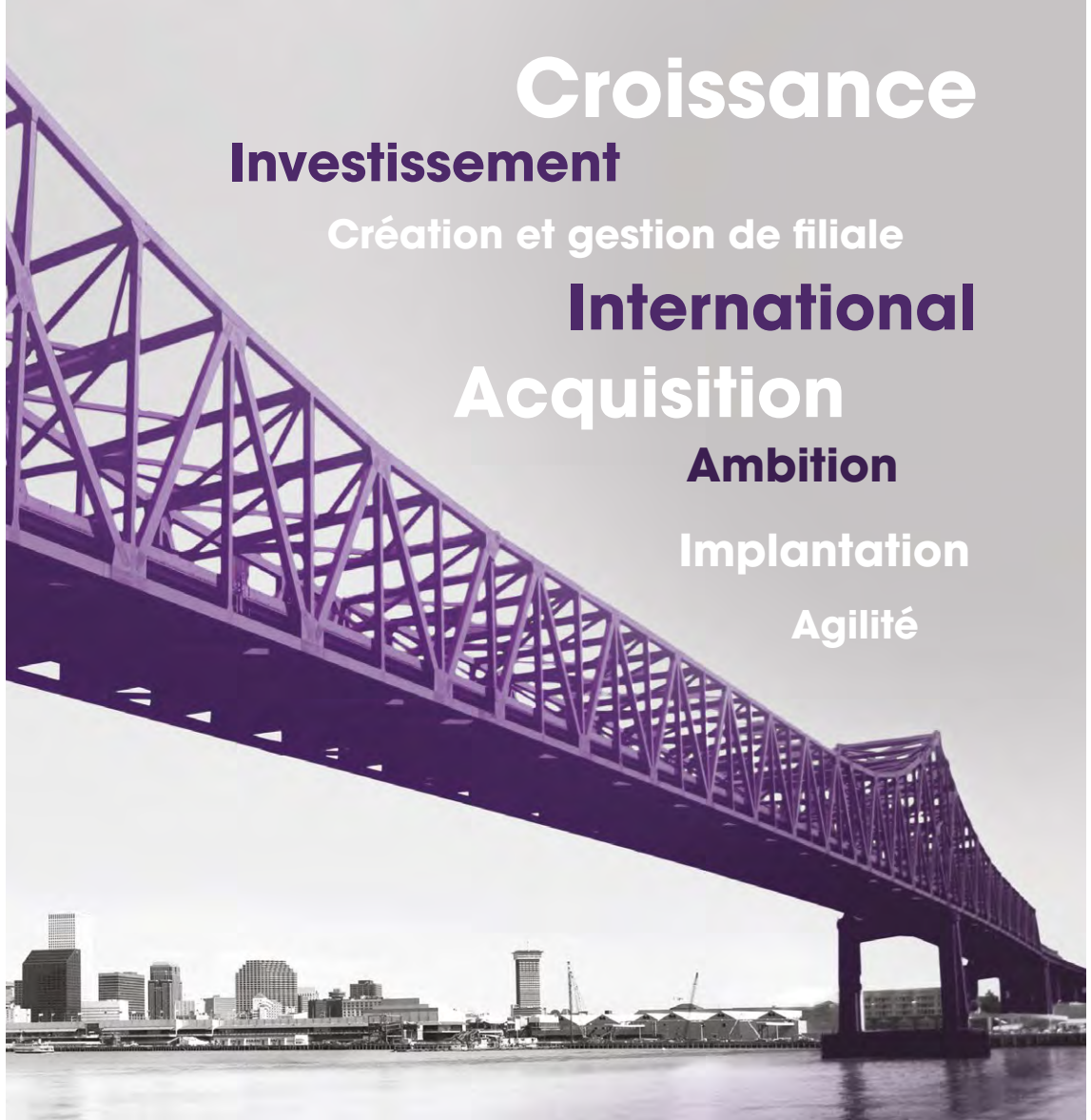
La BCE ne souhaite pas créer de difficultés pour les entreprises. Celles-ci se sont endettées durant la pandémie et un changement des conditions financières initié par l'institution de Francfort pourrait être redoutable. L'objectif pour elle est de faciliter le retour à la normale des entreprises. Qu'elles aient envie d'investir et de se développer pour renforcer l'activité et l'emploi en zone euro, c'est cela l'essentiel.

CLASSEMENT COMPLET.

PAYS	2020	ÉVOLUTION 2019-2020
ÉTATS-UNIS	13.6%	2.2%
ALLEMAGNE	9.2%	2.0%
ROYAUME-UNI	8.4%	-0.1%
ESPAGNE	6.8%	-3.1%
ITALIE	5.4%	-0.5%
BELGIQUE	5.2%	1.0%
CHINE	5.2%	-0.2%
SINGAPOUR	4.6%	1.1%
SUISSE	4.3%	1.5%
CANADA	4.0%	0.4%
MAROC	3.6%	0.1%
PORTUGAL	2.2%	0.5%
AUSTRALIE	2.1%	0.1%
BRÉSIL	2.1%	0.0%
PAYS-BAS	1.9%	-0.6%
INDE	1.6%	-0.5%
LUXEMBOURG	1.4%	0.5%
TUNISIE	1.4%	0.2%
MEXIQUE	1.4%	0.2%
HONG KONG	1.3%	-0.8%
POLOGNE	1.3%	-0.8%
ROUMANIE	1.1%	0.3%
JAPON	1.1%	-0.1%
DANEMARK	0.8%	0.3%
SUÈDE	0.8%	0.2%
RUSSIE	0.8%	0.2%
CÔTE D'IVOIRE	0.8%	-0.3%
TAIWAN	0.6%	0.3%
MALAISIE	0.6%	0.2%
CORÉE DU SUD	0.6%	0.2%
ÉMIRATS ARABES UNIS	0.6%	-0.6%
THAÏLANDE	0.5%	0.2%
COLOMBIE	0.5%	0.1%
IRLANDE	0.5%	-0.2%
NORVÈGE	0.3%	0.3%
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE	0.3%	0.2%
VIETNAM	0.3%	-0.1%
TURQUIE	0.3%	-0.2%
AFRIQUE DU SUD	0.3%	-0.2%
SÉNÉGAL	0.3%	-0.4%
PHILIPPINES	0.2%	0.2%
CROATIE	0.2%	0.2%
ARGENTINE	0.2%	0.2%
LITUANIE	0.2%	0.2%
PÉROU	0.2%	0.0%
TOGO	0.2%	0.0%
FINLANDE	0.2%	-0.1%
SLOVAQUIE	0.2%	-0.1%
ALGÉRIE	0.2%	-0.2%
GRÈCE	0.2%	-0.2%
CAMEROUN	0.2%	-0.2%

● En augmentation par rapport à 2019 ● En baisse ou stable par rapport à 2019

Les pourcentages correspondent aux parts de marché



Croissance

Investissement

Création et gestion de filiale

International

Acquisition


Ambition

Implantation

Agilité

**Parce qu'une implantation internationale
ne s'improvise pas**

Pramex International accompagne les start-up, PME et ETI françaises dans leurs projets d'investissements à l'étranger, par création de filiale ou acquisition. Il dispose d'un réseau intégré de 17 implantations réparties en Europe, aux États-Unis, au Brésil, en Asie et au Maghreb.



RÉUSSIR À L'INTERNATIONAL, C'EST AUSSI UNE QUESTION DE PROXIMITÉ.

+X

Quels que soient votre projet et la taille de votre entreprise, Banque Populaire, 1^{re} banque des PME*, accompagne vos projets de croissance à l'international avec ses 60 experts internationaux présents en région.

1^{RE} BANQUE DES PME*

BANQUE POPULAIRE 

la réussite est en vous