

## 1. LA FRANCE ET SES MULTINATIONALES



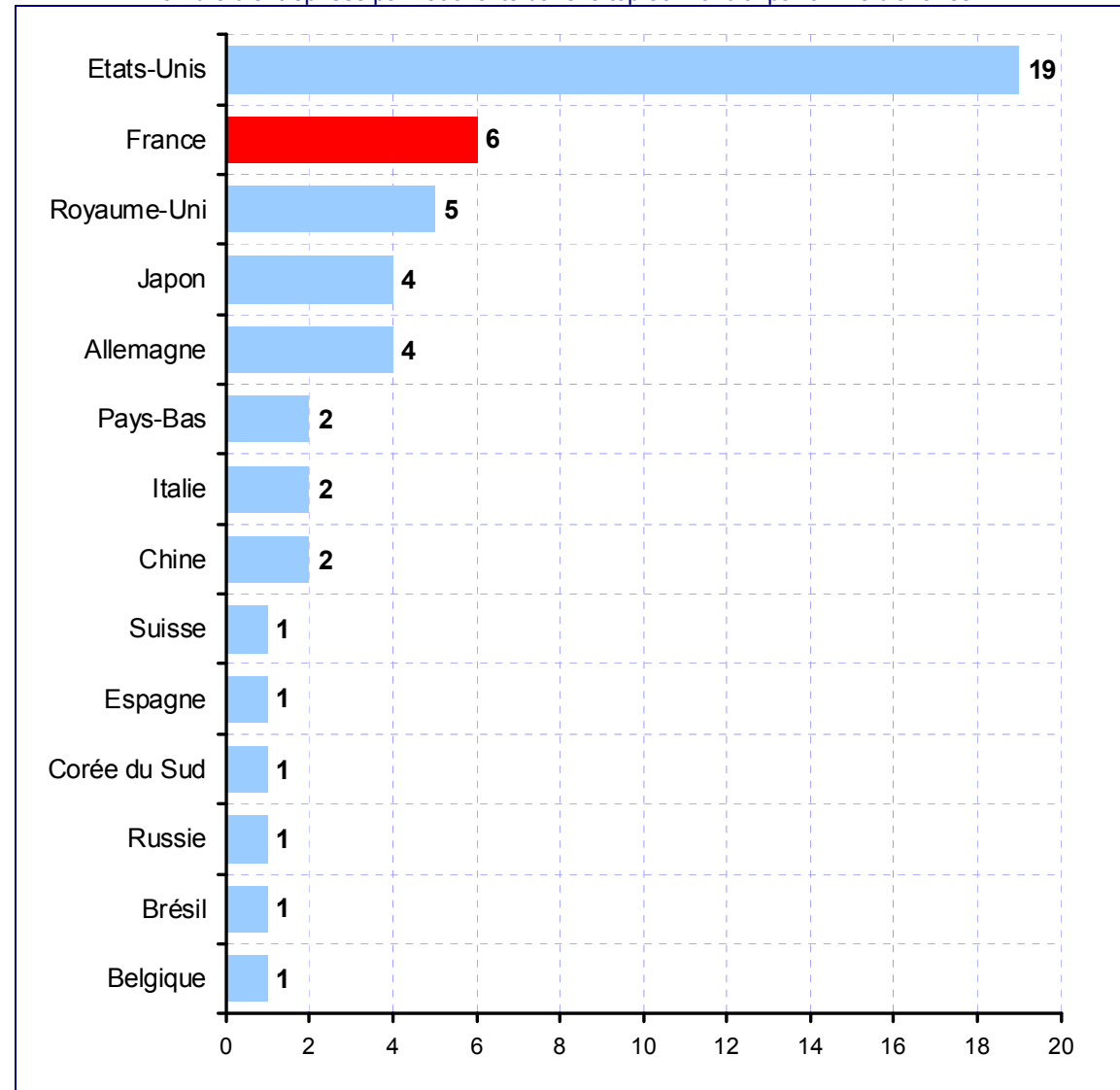
**Alexander Law**  
Chef économiste,  
Directeur de Xerfi Global

### Multinationales : des bijoux à préserver

Tandis que l'économie française souffre, nos multinationales s'engouffrent dans la brèche de l'international. Derrière la toute-puissance américaine, c'est la France qui compte le plus d'entreprises dans le top 50 mondial. Bien entendu, ces entreprises génèrent de moins en moins de leur chiffre d'affaires dans l'Hexagone, mais leur maintien sous pavillon français est absolument essentiel. Essentiel car la présence sur le sol français de sièges sociaux fait vivre tout un écosystème de services aux entreprises qui périrait sans elles. Essentiel encore parce qu'elle garantit le maintien sur le territoire de ne serait-ce qu'une partie de leur activité. Essentiel enfin dans la mesure où elles seules peuvent aider les PME à franchir le pas décisif de la conquête des marchés internationaux. « Mais enfin », entend-on souvent, « leur avenir n'est plus ici, en vieille Europe, mais à l'Est, dans les marchés émergents » ! C'est faux. Les chiffres montrent que nos grands groupes privilégient les pays avancés, et surtout l'Europe, pour développer leur activité et investir. Elles ne se battent pas sur les coûts, mais cherchent à accroître leur marché potentiel. C'est rassurant, car cela montre que tout espoir de produire en France n'est pas perdu. Le hic, c'est que nos fleurons sont de moins en moins industriels et de plus en plus spécialisés dans les mécanos financiers complexes, d'où la prééminence des spécialistes de la finance ou encore des services collectifs. Au fond, nos groupes confèrent une vraie aura à la France, mais ne constituent pas, hélas, une vraie force de frappe à l'exportation. □

### Les grandes entreprises françaises s'illustrent à l'international

Nombre d'entreprises par nationalité dans le top 50 mondial par chiffre d'affaires



Source : Xerfi

## Les Allemands fabriquent, les Français financent

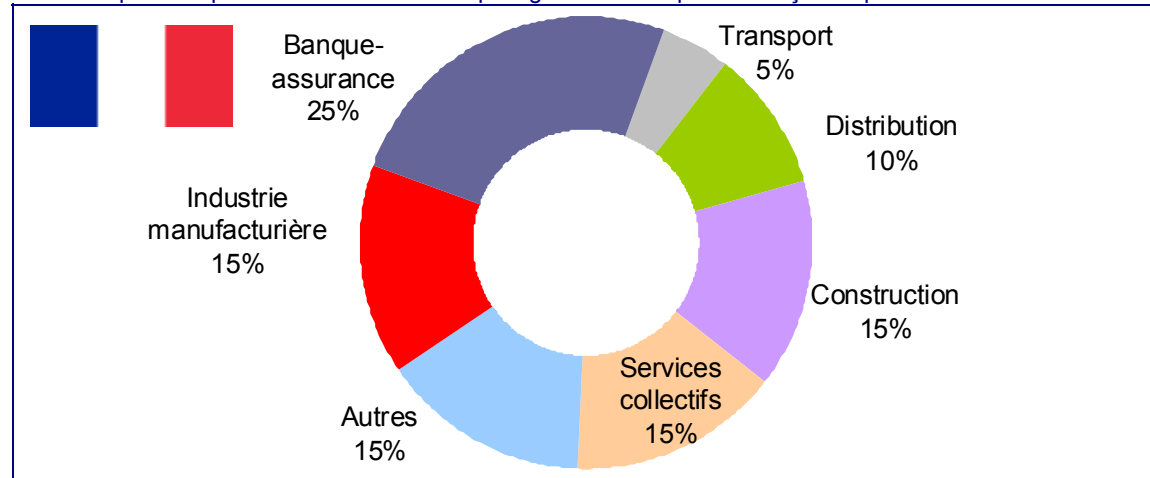
### 1. LA FRANCE ET SES MULTINATIONALES

La lecture de la répartition sectorielle des 20 plus grandes multinationales françaises et allemandes par chiffre d'affaires sonne comme un rappel des modèles économiques très différents de ces deux pays. **En Allemagne, tout a été fait pour renforcer la force de frappe de l'industrie avec une armada de PME robustes capables de se défendre à l'international.** Elles opèrent aux côtés de groupes puissants, spécialisés dans les biens d'équipement ou encore l'automobile. Dans ces conditions, il n'est pas étonnant de constater que 8 des 20 plus grands groupes allemands soient issus de l'industrie manufacturière. De Siemens à Daimler, en passant par BMW et Porsche, ces multinationales se distinguent par un positionnement haut de gamme dans leurs métiers respectifs.

Du côté de l'Hexagone, la situation est toute autre. **En écho aux multiples difficultés que rencontre l'industrie depuis de longues années, avec la dégradation du tissu industriel, seuls 3 des 20 leaders proviennent de l'industrie manufacturière à proprement parler.** On s'aperçoit en revanche que la banque-assurance est très fortement représentée avec Axa, BNP Paribas, Crédit Agricole ou encore Société Générale. Derrière, on trouve des spécialistes des services collectifs, secteur dans lequel la France a des positions fortes avec l'énergie mais aussi le modèle de la délégation de services publics. On notera également la forte représentation du secteur de la construction : les groupes français ont le savoir-faire, la taille critique et l'appui financier pour remporter des contrats à l'échelle internationale. **Plus que dans la fabrication, la France se spécialise au fond dans la gestion de projet et la maîtrise d'ouvrage.**

### Les grandes entreprises tricolores ont des activités très diverses

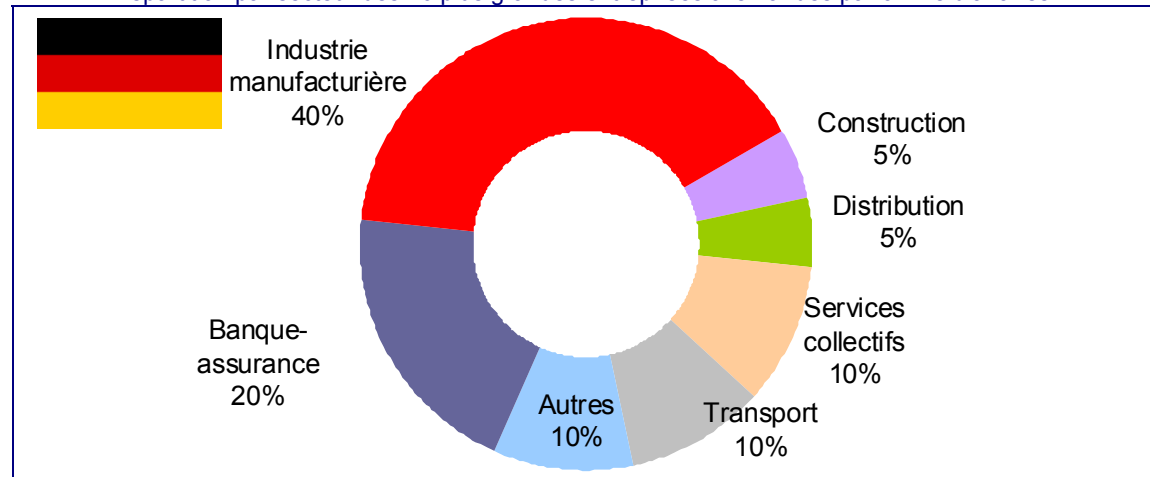
Répartition par secteur en % des 20 plus grandes entreprises françaises par chiffre d'affaires



Source : Xerfi

### L'industrie domine pour les multinationales allemandes

Répartition par secteur des 20 plus grandes entreprises allemandes par chiffre d'affaires



Source : Xerfi

## Nos multinationales ne s'échappent pas forcément au grand large

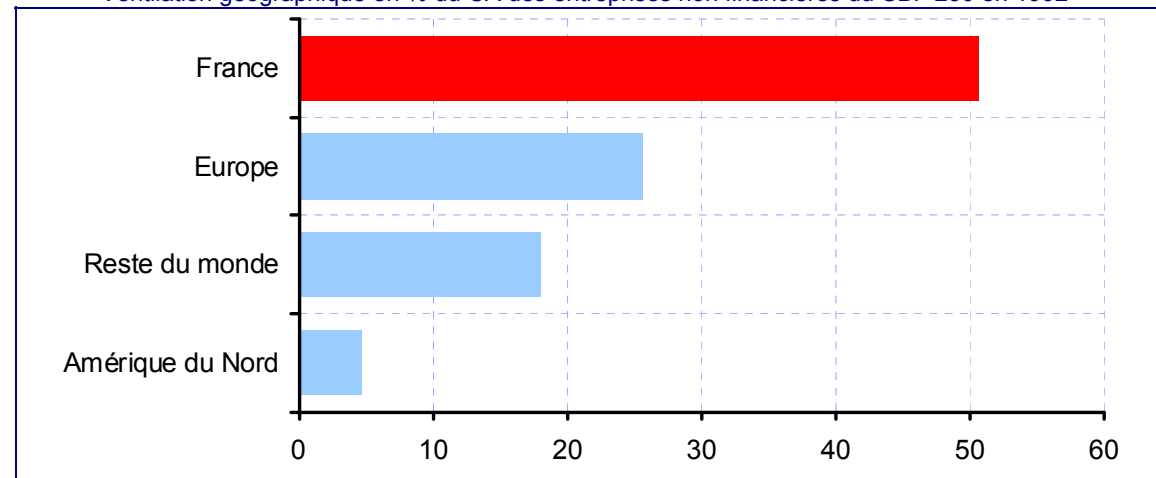
### 1. LA FRANCE ET SES MULTINATIONALES

Ce n'est pas une révélation : les multinationales françaises réalisent de moins en moins de leur chiffre d'affaires sur le territoire national. Ce qui est intéressant en revanche c'est de constater la variation de cette ventilation depuis le début des années 1990. En 1992, les grandes entreprises françaises généraient en moyenne 50,6% de leurs ventes dans l'Hexagone : 15 ans plus tard cette part a été ramenée à 40,4% seulement. Il n'en faudrait pas plus pour conclure qu'une grosse partie de l'activité est partie dans les pays émergents (ou, pour être plus précis, que la majeure partie de la croissance provient des pays dits à bas coûts). La lecture plus fine des chiffres infirme en grande partie cette analyse. **L'intégralité de la baisse de la part relative de la France est expliquée par une augmentation du poids de l'Europe et de l'Amérique du Nord dans le chiffre d'affaires des multinationales françaises.** On peut donc tirer deux enseignements clés de cette variation :

- d'une part, **les entreprises françaises, dans leur stratégie d'internationalisation, ne sont pas mues par le désir exclusif de réduction de coûts.** Elles cherchent avant tout des débouchés plus larges que celle offerte sur le territoire national ;
- d'autre part, **elles sont dans une logique de proximité avec des marchés déjà défrichés et donc plus faciles à comprendre et exploiter,** surtout dans le cadre de l'Union européenne élargie. Il est vrai que les barrières à l'entrée sur des marchés comme l'Inde ou encore la Chine demeurent importantes avec la nécessité de constitution de joint-ventures dans ce dernier cas.

### Au début des années 90, plus de la moitié du CA était réalisé en France

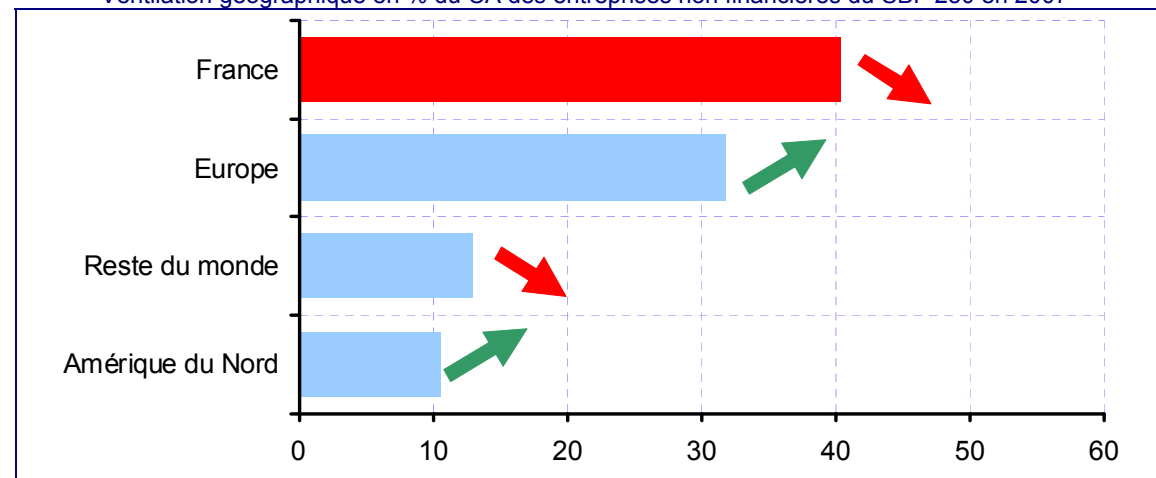
Ventilation géographique en % du CA des entreprises non financières du SBF 250 en 1992



Sources : Thomson Financial via Renaud du Tertre et Yann Guy in La Revue de l'Ires n°62 - 2009/03

### Aujourd'hui près d'un tiers est généré en Europe

Ventilation géographique en % du CA des entreprises non financières du SBF 250 en 2007



Sources : Thomson Financial via Renaud du Tertre et Yann Guy in La Revue de l'Ires n°62 - 2009/03

Une manière intéressante d'analyser les stratégies des multinationales françaises est d'observer leur comportement en matière d'investissement direct étranger (IDE). Du point de vue de l'analyse économique, on peut distinguer deux sortes d'IDE :

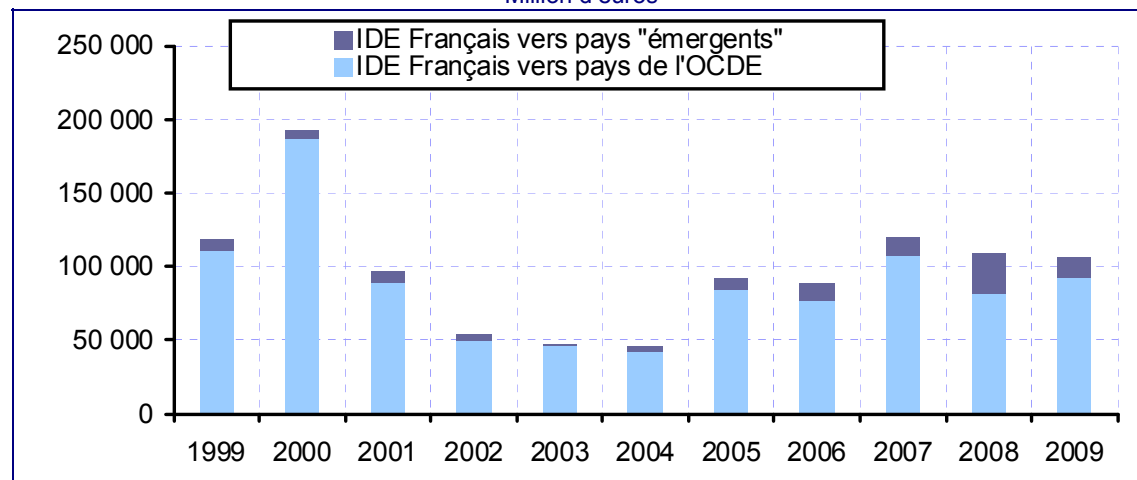
- **les IDE horizontaux visent à faciliter l'accès de la firme multinationale à un marché étranger** se caractérisant par des perspectives de croissance intéressantes. L'objectif principal de ce type d'IDE est d'atteindre un marché étranger par une voie alternative à l'exportation, afin de contourner les barrières commerciales et de ne pas être soumis aux coûts de transport ;
- **les IDE verticaux visent en revanche à améliorer la structure de coût de la multinationale**, en délocalisant certaines phases du processus productif dans des pays où elles peuvent être accomplies à moindre coût ou plus efficacement (dans l'objectif éventuellement de réexporter la production vers le marché d'origine).

L'analyse par zone géographique et par secteur montre que les IDE des groupes français relèvent, pour la plupart, de la première catégorie, pour les raisons suivantes :

- ils sont principalement destinés à des pays (les pays de l'UE et de l'OCDE) qui ne présentent **pas d'avantage significatif en termes de coûts de production par rapport à la France** ;
- les secteurs majoritairement concernés par les IDE français sont les services financiers, la grande distribution, ou encore les IAA. Dans ce contexte, l'objectif des IDE consiste beaucoup plus à atteindre un marché qu'à chercher des moindres coûts de production pour éventuellement réexporter.

### Nos entreprises préfèrent investir dans les pays de l'OCDE...

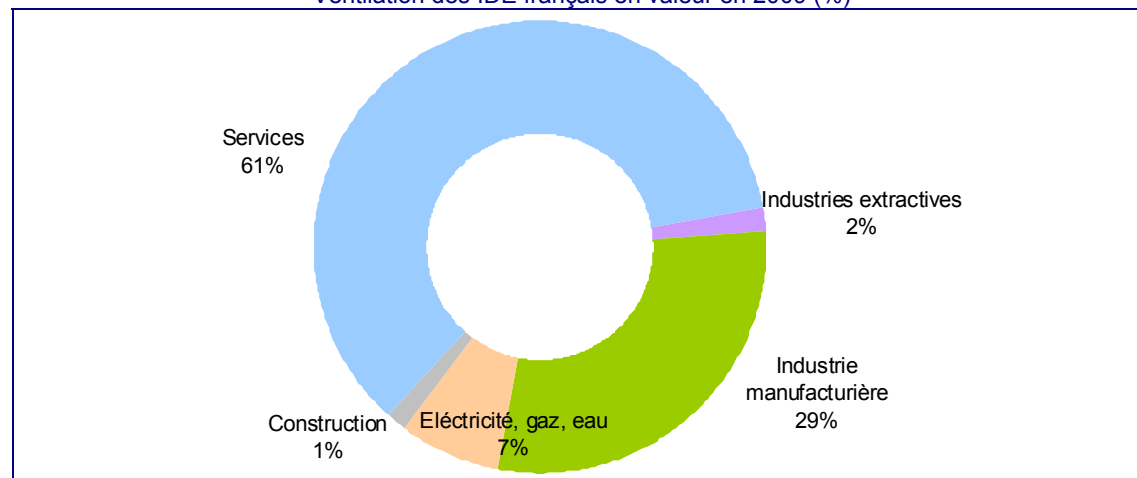
Million d'euros



Source : Banque de France

### ... et privilégient nettement les activités de services

Ventilation des IDE français en valeur en 2009 (%)



Source : Banque de France

## SOMMAIRE de Xerfi Previsis n° 156, Juin/Juillet 2010

### COLLOQUE DU 15 JUIN 2010

#### La finance face à l'emploi 3

Logique des marchés et relocalisation des activités

#### Introduction 3

par **Laurent Faibis** VIDEO

Première table ronde

#### Comment relancer une dynamique d'activité 5

localisée en France ?

Introduction par **J-M Quatrepoint** VIDEO

La France dans les rapports de forces économiques : compétitivité et emplois 6

par **Jean-Hervé Lorenzi** VIDEO

L'impératif industriel : quelles sont les conditions pour relancer une politique industrielle adaptée aux enjeux du XXI<sup>e</sup> siècle 7

par **Louis Gallois** VIDEO

Quelles mesures prendre pour éviter que les grands groupes ne soient tentés de quitter le territoire français ? 8

par **Yazid Sabeg** VIDEO

Quel rôle la puissance publique peut-elle jouer pour préserver et développer un tissu entrepreneurial dont les centres de décision restent en France ? 9

par **Gilles Michel** VIDEO

Deuxième table ronde

#### Remettre la finance au service du développement des entreprises sur le territoire 10

Introduction par **J-M Quatrepoint** VIDEO

Les développements et la stratégie des grands groupes face à la logique et aux objectifs des marchés financiers 11

par **Eric Bourdais de Charbonnière** VIDEO

Quel devrait être le rôle des investisseurs de long terme dans la gouvernance des entreprises et des marchés ? 12

par **Michel Aglietta** VIDEO

Economie réelle *versus* finance virtuelle : quelles sont les responsabilités de la sphère financière dans la crise ? 13

par **Jérôme Cazes** VIDEO

Quelle est la responsabilité des banques dans l'attribution des prêts aux PME ? Quelle place a une banque mutualiste dans ce nouvel environnement ? 14

par **Etienne Pflimlin** VIDEO

Du monde d'hier à celui d'aujourd'hui : le rôle et la place du travail et du capital 15

par **François Rachline** VIDEO

### 1. LA FRANCE ET SES MULTINATIONALES 17

**Multinationales, des joyaux à préserver** 17

par **Alexander Law**

Les Allemands fabriquent, les Français financent 18

Nos multinationales ne s'échappent pas forcément au grand large 19

Les entreprises françaises investissent peu chez les émergents 20

### 2. XERFI-RISK 21

**Xerfi-Risk juillet 2010 : léger soulagement** 21

par **Laurent Marty**

Juin 2010 : Xerfi-Risk par grande branche d'activité 22

Xerfi-Risk : les 20 secteurs les moins risqués 23

### 3. PREVISIONS MACRO-SECTORIELLES FRANCE 2011 24

**Quels moteurs pour l'économie française ?** 24

Par **Alexandre Mirlicourtois**

#### 3.1. Les déclinants 25

Habillement : laminé par les émergents 25

Meuble : le haut de gamme aux Italiens, l'entrée de gamme aux Asiatiques 26

#### 3.2. Les menacés 27

Automobile : la menace vient de l'intérieur 27

IAA : à la recherche d'un second souffle 28

#### 3.3. Les protégés : 29

BTP : c'est un problème d'offre, pas de demande 29

Grande distribution : à la diète en raison de la faiblesse du pouvoir d'achat 30

#### 3.4. Les offensifs 31

Ferroviaire : sur une voie royale 31

Externalisation des fonctions supports et dématérialisation : le Graal des SAE ? 32

Greentech : le Grenelle de l'environnement comme aiguillon 33

#### 3.5. Les prévisions macro-sectorielles 34

#### 3.6. Les prévisions macro-économiques 37

### 4. DERNIERES PARUTIONS PRECEPTA 38

**ET XERFI GLOBAL RESEARCH**

**ACCEDER  
A L'INTEGRALITE DE**

**xerfi | Previsis**

**La passion de la connaissance économique**

**n°156 – JUIN/JUILLET 2010**