

# COFAMAG

Le magazine de Coface destiné à ses clients et partenaires

n° 11 | Novembre 2011



**Dossier sur l'Italie**

**Assurance-crédit,  
information d'entreprise**

**Garanties publiques**



# COFAMAG

Le magazine de Coface destiné à ses clients et partenaires

Si vous souhaitez plus d'informations, écrivez-nous à [communication@coface.fr](mailto:communication@coface.fr)

Revue d'information publiée par Coface - 12, cours Michelet - 92800 Puteaux /// **Jean-Marc Pillu**,  
Directeur de la publication /// **Thierry Coldefy**, Directeur de la rédaction /// **Patrice Godeau**, Rédacteur en chef ///  
**Françoise Crouigneau**, Conseiller éditorial /// **Jean Noël**, Maquette /// **Handi Print – Groupe Lecaux**, Impression ///  
ISSN : 1966-6780

# Sommaire



## Dossier sur l'Italie

### ECONOMIE

#### L'Italie dans l'œil du cyclone

La troisième puissance de la zone euro bénéficie d'une économie diversifiée. Montée en gamme de l'industrie et stratégie de niches lui ont permis de limiter son déficit extérieur. Les ménages sont assez peu endettés.

Mais, en pleine tourmente de la zone euro, un faible potentiel de croissance du à des faiblesses structurelles et le poids d'une dette massive placent le pays sous la pression des marchés. Il reviendra au gouvernement d'experts formé par l'économiste Mario Monti, après la démission de Silvio Berlusconi, de les rassurer. Une rude tâche.

page 4

### POINT DE VUE

#### Riccardo Carradori, directeur général de Coface Italia

Un défi : la reprise et les exportations reposent sur de multiples micro-entreprises.

page 8

### FINANCE

#### Le système bancaire : peu de champions internationaux

En dépit d'une très vieille tradition, les institutions financières italiennes restent, aujourd'hui encore, très liées à leur territoire et au tissu productif du pays.

page 9

### SERVICES ET INDUSTRIE

#### L'industrie italienne se réinvente

Le secteur manufacturier constitue le moteur de l'économie. Il compte sur l'innovation et la souplesse pour retrouver sa compétitivité, comme l'indiquent des études de la Confindustria et de Mediobanca.

page 10

### INTERVIEW

#### Sergio Napoli, directeur du service souscription des risques de Coface Italia

Bilan sectoriel : le «luxe» en vedette, le bâtiment en berne.

page 12

### INTERVIEW

#### Fabrice Rocchi, arbitre Coface

Les «a priori» et les pièges à éviter.

Les entreprises qui veulent exporter en Italie doivent prendre en compte des spécificités que sa proximité avec la France peut faire sous-estimer.

page 14

### TÉMOIGNAGE

#### Enrico Bracalente, président de NeroGiardini NeoGiardini, un cas d'école :

Cette petite entreprise, fondée en 1975 dans les Marches, illustre la capacité de PME italiennes à utiliser innovation, informatique et capacité d'adaptation pour se développer. Sans se délocaliser.

page 15

### ANALYSE

#### L'Italie ? Non... «les Italies»

Olivier de Rocca-Serra (directeur général de Bel-Italia) et Nicolas Diers (Senior adviser SIA Conseil), conseillers du commerce extérieur de la France.

L'Italie est un pays complexe et hétérogène, régionalisé, voire «local».

Sa réglementation est pléthorique et les coûts d'accès à ce grand marché sont élevés. Mais un tissu de PME performant, un système de distribution moderne et des consommateurs de qualité ouvrent de nombreuses et riches opportunités.

page 16

### DROIT

#### Une évolution bienvenue sur la loi sur la faillite

La refonte de la loi sur la faillite s'est effectuée en plusieurs étapes, permettant d'aider la réhabilitation des entreprises et de simplifier comme de raccourcir la procédure judiciaire.

page 18

#### Créer une entreprise : un formulaire unique

Depuis 2010, les procédures administratives ont été allégées pour la création de sociétés commerciales par des investisseurs étrangers.

page 21

## Assurance-crédit

#### Coface vous propose une nouvelle garantie : Globalliance Projects Cover.

page 23

## Information d'entreprise

#### Coface Services vous présente Dafsaliens, la référence en matière de liens financiers.

page 24

## Garanties publiques

#### L'export des petites et moyennes entreprises : une priorité nationale

page 25

#### Une nouvelle garantie d'assurance prospection : l'A3P

page 26

#### Modification de la tarification des risques de fabrication, de crédit et des cautions

page 27

## Agenda

page 28

# L'Italie dans l'œil du cyclone

Troisième puissance de la zone euro, l'Italie bénéficie d'une économie diversifiée. Elle n'en est pas moins, à l'heure actuelle, au centre de la crise de la dette qui frappe la zone euro. Certes, de nombreux fondamentaux de l'économie apparaissent solides : le déficit budgétaire n'a pas véritablement dérapé avec la crise, la montée en gamme de l'industrie et la stratégie de niches permettent de limiter le déficit courant et les ménages sont relativement peu endettés. Mais, l'inquiétude provient de la détérioration du potentiel de croissance du pays, imputable à des fragilités structurelles, et du poids massif de la dette publique, dans un environnement international très incertain. Compte tenu de l'ampleur de cette dette et de l'imbrication des secteurs bancaires européens, un défaut de l'Etat italien aurait des conséquences incalculables sur le devenir de la zone euro. Mais la récente formation d'un gouvernement d'experts dirigé par Mario Monti, un économiste et ancien Commissaire européen, est une assurance de rigueur qui va dans le bon sens.



## Une des récessions les plus fortes de la zone euro et une des reprises les plus fragiles

Après des performances plutôt médiocres en matière de croissance durant la décennie qui a précédé la crise, l'Italie a connu en 2009 sa pire récession depuis la fin de la guerre. Depuis lors, la vigueur de la reprise reste incertaine. Ce rebond, tiré principalement par les exportations, a commencé à s'essouffler dès la seconde moitié de 2010, une tendance qui s'est poursuivie début 2011. Bien que la croissance se soit légèrement accélérée au deuxième trimestre, grâce à une augmentation de la production industrielle, la stagnation de l'économie est prévisible, ou un léger recul, au second semestre de cette année et, vraisemblablement aussi, en 2012. En définitive, la croissance du PIB ne devrait être que de 0,6% en 2011 et sans doute légèrement négative en 2012.

### Italie

#### POINTS FORTS

- Faible endettement des ménages et forte capacité d'épargne
- Dette publique détenue pour plus de la moitié par des acteurs locaux
- Système bancaire peu engagé sur les pays problématiques
- Potentiel touristique considérable
- Poids encore important de l'industrie
- Niches à forte rentabilité et faible sensibilité au prix : habillement de luxe, équipement maison, agroalimentaire, mécanique, sidérurgie

### Italie

#### POINTS FAIBLES

- Faiblesse récurrente de la croissance
- Faible productivité
- Insuffisance de la recherche et de l'enseignement supérieur
- Rigidité du marché du travail ; faible emploi des femmes et des jeunes
- Concurrence insuffisante
- Faible efficacité de l'administration ; effectifs importants,
- Dette publique élevée ; évasion fiscale
- Démographie anémique
- Retard de développement du Sud

La demande étrangère devrait faiblir du fait des politiques d'austérité mises en œuvre au sein de la zone euro et les exportations ralentir. Le revenu des ménages sera affecté par l'inflation et la faiblesse du marché du travail. Les tensions sur les marchés financiers accroîtront les coûts de financement des entreprises. Les mesures d'austérité budgétaire adoptées en 2011, centrées sur l'alourdissement des prélèvements, pèseront sur la demande intérieure. L'investissement privé est déjà contraint par des excès de capacités et par une situation financière des entreprises qui n'est pas encore revenue à la normale. L'épargne de précaution des ménages, déjà importante, devrait augmenter face aux incertitudes sur l'évolution de leur revenu disponible. Les enquêtes de confiance reflètent ces développements : l'indice du climat des affaires est tombé, en septembre dernier, à son plus bas niveau depuis 20 mois.

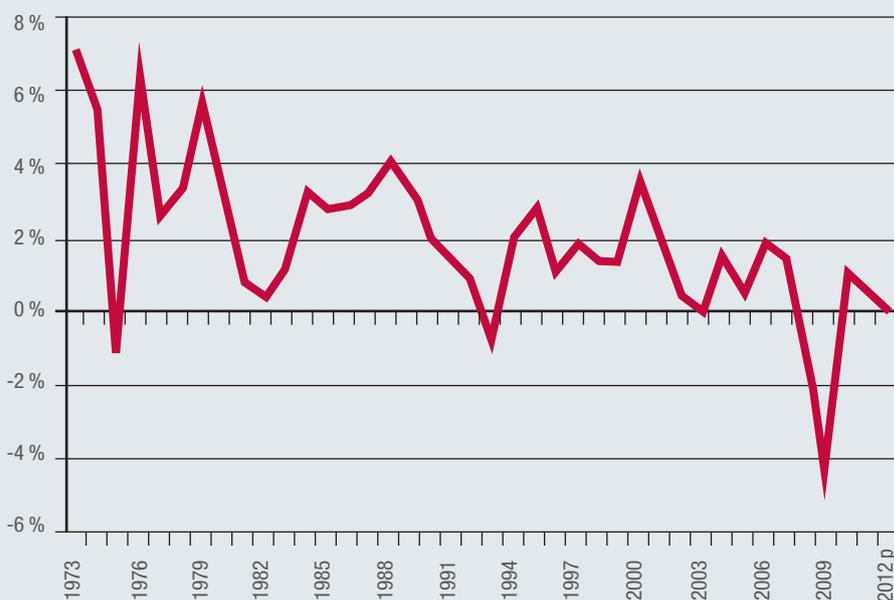
Bien que la désindustrialisation du pays soit plus limitée qu'ailleurs (son secteur industriel compte encore pour 25% du PIB, contre 19% pour la France) les performances économiques antérieures à la crise ont déçu. L'Italie a régulièrement affiché les taux de croissance parmi les plus bas de la zone euro. Les causes sont nombreuses.

Le modèle économique qui a longtemps fait la force du pays affronte difficilement les défis de la mondialisation. La trop petite taille des entreprises italiennes gêne la conquête des marchés étrangers. Les synergies entre entreprises, sur lesquelles reposait la force des districts industriels mono-activité, sont aujourd'hui remises en cause du fait, notamment, des délocalisations. Par ailleurs, la réglementation des affaires et des services freine la concurrence, la pression fiscale est relativement forte, la qualité des services publics est insuffisante et les disparités régionales de revenu sont toujours importantes.

N'oublions pas, cependant, les progrès accomplis : modifications apportées à la loi sur les faillites (lire page 18) ; libéralisation du marché de l'énergie ; recours plus large aux appels d'offres au niveau des collectivités locales ; et mesures visant l'enseignement secondaire et supérieur. Mais, la poursuite des réformes structurelles pour stimuler la croissance de la productivité et l'offre de main-d'œuvre bute sur le manque de consensus et les blocages politiques.

### Des performances économiques décevantes depuis plus d'une décennie

Evolution du PIB réel en %



Source : Instat

## Dettes publique massive et faible potentiel de croissance rendent complexe une sortie de crise

Les marchés prennent aujourd'hui la mesure de l'ampleur de la dette publique, en grande partie héritée des lourds déficits enregistrés au début des années 1990. Fin 2010, cette dette a atteint 119% du PIB, soit le niveau le plus élevé de la zone euro après la Grèce. Toutefois, après avoir diminué à compter de 1997, grâce à la mise en œuvre d'une politique budgétaire prudente, le poids de l'endettement n'a que peu augmenté lors de la crise. En effet, les autorités ont préféré réaffecter des dépenses plutôt que de prendre des mesures de relance de nature à creuser les déficits. Le gouvernement a donc largement respecté son objectif budgétaire en 2010 et ramené le déficit public à 4,6% du PIB (contre -6% en moyenne dans la zone euro).

Les efforts ont cependant dû être renforcés sous la pression des marchés et de la Banque centrale européenne. Ainsi, plusieurs plans d'économies ont été successivement adoptés cette année en vue de ramener les comptes publics à l'équilibre dès 2013. Outre le gel des salaires publics, ils prévoient une hausse de la TVA, un prélèvement sur les hauts revenus, une taxation accrue des revenus financiers, du tabac et des jeux, une baisse du niveau des retraites et un report de l'âge de départ à la retraite pour les femmes. Une diminution des transferts aux régions et

aux municipalités, des économies sur les dépenses de santé et sur le fonctionnement des administrations sont également prévues.

En dépit de ces mesures et de la réduction engagée du déficit, les trois agences de notation ont abaissé la note souveraine de l'Italie (S&P en septembre, Moody's et Fitch début octobre). Au-delà de l'ampleur de la dette et du besoin de financement de l'Etat, le faible potentiel de croissance à long terme de l'économie italienne et les doutes sur la capacité du pays à adopter les réformes sont de nature à freiner le processus de désendettement. Ce sont des éléments qui peuvent légitimement inquiéter.

Le contexte politique s'est stabilisé avec la démission de Silvio Berlusconi et la nomination de Mario Monti comme président du Conseil. Cet environnement était de plus en plus instable, et ne laissait guère augurer d'avancées notables sur le plan des réformes et risquait de déboucher sur des élections législatives (normalement prévues en avril 2013) anticipées. La période récente a été marquée par les revers politiques subis par Silvio Berlusconi et sa coalition en mai et à l'été 2011, les ennuis judiciaires du Premier ministre et d'autres personnalités et, plus récemment, la mise en minorité du gouvernement.

Le pays se retrouve malgré tout au centre de la crise de la dette de la zone euro. Depuis début août 2011, il dépend des achats de dette italienne par la Banque centrale européenne pour tenter de contenir la hausse des taux d'intérêts de ses emprunts. Après avoir reflué quelques temps, le rendement de l'obligation souveraine à dix ans retrouvait, à mi-octobre, des niveaux presque aussi élevés que début août (5,8% contre 6,2%) puis s'envolait courant novembre pour dépasser la barre des 7%. Ce taux a même dépassé, début septembre, celui de l'emprunt d'Etat espagnol, autre pays de la périphérie de la zone euro dans le collimateur des marchés avec la Grèce, le Portugal et l'Irlande.

Bien que l'endettement soit en grande majorité à long terme et que la part de la dette à taux variable soit faible, le poids élevé des intérêts (4,5% du PIB en 2010) rend la dynamique de la dette sensible aux conditions de financement. Des taux durablement supérieurs à 5% et le ralentissement de la croissance risquent de remettre en cause la trajectoire du déficit public et d'empêcher une stabilisation du ratio d'endettement. En tout état de cause, l'économie sera d'autant moins stimulée qu'un surcroît de ressources est employé au paiement de la charge de la dette.

### Une dette publique massive (% du PIB)



Source : Eurostat

## Un secteur bancaire fragilisé par la récession et par son exposition au risque souverain

Les banques transalpines ont de fortes capacités de résistance grâce à leur modèle traditionnel de gestion, fondé sur les dépôts, et à une réglementation prudente mise en place par la Banque centrale d'Italie. Depuis février 2010, le crédit a rebondi et, à la différence d'autres pays, n'a pratiquement pas ralenti ces derniers mois. Toutefois, des vulnérabilités sont apparues. Les banques détiennent très peu de dettes souveraines espagnole, grecque et irlandaise mais sont particulièrement exposées à la dette souveraine de leur pays (150 Mds €), ce qui explique leur plongeon en Bourse. Par ailleurs, avec la récession, la qualité de leur portefeuille s'est détériorée. Les créances douteuses ont pratiquement doublé par rapport à il y a deux ans, mais la dégradation est moins sévère que lors de la récession de 1992-1993.

Les deux premiers groupes bancaires, Uni-Credit et Intesa Sanpaolo, concentrent plus de la moitié des prêts non performants des principales banques italiennes. Ces prêts représentent respectivement 6,8% et 6% des encours de ces deux banques. Le ralentissement en cours n'est pas de nature à stopper la détérioration et la rentabilité des établissements financiers ne se redressera que très difficilement. Les ratios de solvabilité des banques italiennes sont légèrement inférieurs à ceux des autres pays de la zone euro et de nouvelles recapitalisations s'avèrent nécessaires.

## L'évaluation Coface du risque de crédit est revue à la baisse

Coface évalue le risque moyen de défaut des entreprises dans le cadre de leurs opérations commerciales à court terme, généralement d'une durée de crédit de six mois au maximum. L'évaluation de l'Italie est revue à la baisse. Elle est actuellement au niveau d'A3, assortie d'une surveillance négative. La situation financière des entreprises, globalement peu capitalisées et affichant un niveau d'endettement relativement élevé (notamment à court terme) et majoritairement à taux variable, reste fragile. Le pays affiche traditionnellement des indices d'impayés supérieurs à la moyenne mondiale, qui tendent à remonter ces derniers mois. Après une progression de 25,5% en 2009 et de 19,8% en 2010, les faillites ont encore augmenté de 10% au 1<sup>er</sup> semestre 2011.

## Des points de force à prendre en considération

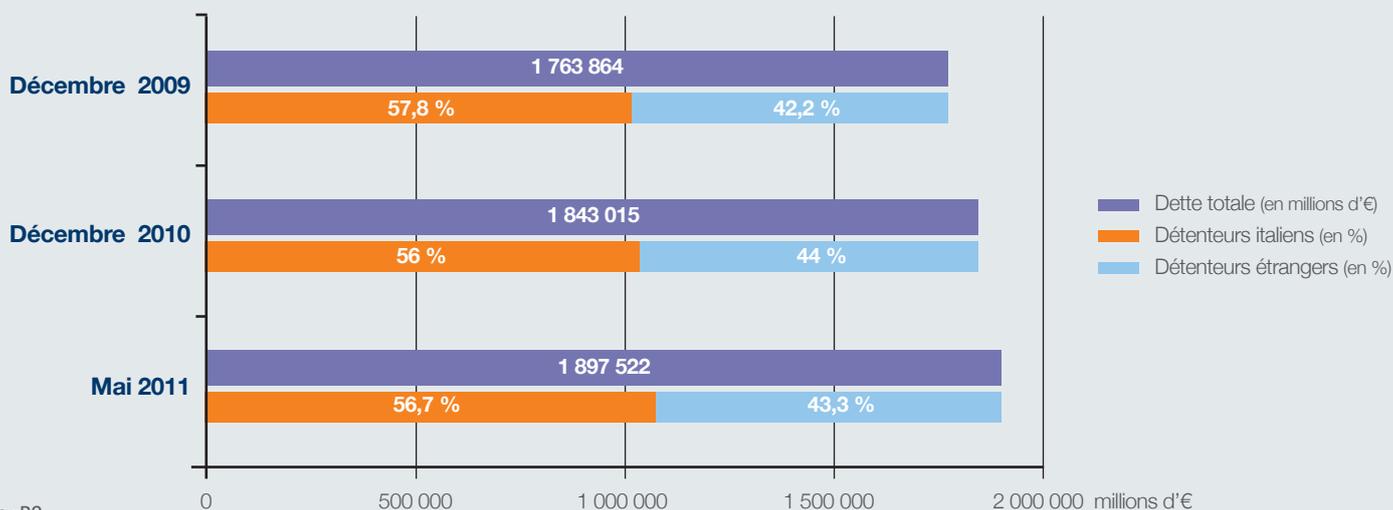
Face à ces vulnérabilités, le pays affiche quelques points forts. Son industrie est montée en gamme comme en témoigne l'excédent de la balance commerciale pour les biens d'équipements. Cela limite d'autant le déficit courant, qui demeure raisonnable (-3,5% du PIB en 2010). Le déséquilibre budgétaire lui-même reste malgré tout contenu. Le solde primaire, c'est-à-dire hors intérêts de la dette, est pratiquement équilibré, ce qui implique un effort budgétaire à réaliser moins important que dans d'autres pays de la zone euro pour améliorer les finances publiques et stabiliser la dette. Cette dernière est, de plus, détenue à 57% par des résidents, ce qui limite la spéculation. Par ailleurs, si les entreprises affichent un niveau d'endettement relativement élevé, la dette des ménages reste faible (moins de 60% du PIB) comparée aux autres pays de la zone.

Si le crédit au logement a sensiblement augmenté ces dernières années, il n'y a pas de bulle immobilière. Enfin, le niveau d'épargne privée demeure relativement élevé (18% du PIB). Le pays dispose ainsi d'importantes marges de manœuvre pour financer sa croissance.



**Jean-Louis Daudier**  
Analyste, risque pays et études économiques, Coface

### Répartition de la dette publique italienne entre les détenteurs italiens et étrangers



Source : BC

# Le défi de l'exportation repose sur les micro-entreprises

Une des caractéristiques de l'Italie est de compter plus de 5 millions d'entreprises, réparties entre l'agriculture, l'industrie, le commerce et les services. Or, la grande majorité d'entre elles (95 %) sont des micro-entreprises. Une bonne partie de ces micro-entreprises a pris des mesures draconiennes pour affronter des marchés toujours plus mondialisés, développer leurs gammes de produits et accroître leur flexibilité afin de se lancer sur les marchés internationaux.

Car l'internationalisation est l'une des clés qui permettra à l'Italie de relever les défis à venir. Beaucoup a été fait en ce sens, mais le chemin à parcourir est probablement encore long. Une gestion des risques est d'autant plus essentielle pour les entreprises que les transactions commerciales sont de plus en plus complexes et les risques plus volatils.

L'assurance-crédit aide les entreprises à gérer leurs risques. Elle contribue à leur développement et leur internationalisation. Les entreprises italiennes commencent à en prendre conscience.

La prise de conscience de l'importance de l'assurance-crédit se renforce également, grâce au travail effectué par Coface.

En Italie, Coface couvre tout le territoire et propose des services via un réseau de plus de 60 agents généraux, des professionnels spécialisés dans la gestion intégrée du credit management qui ont une profonde connaissance des économies locales et des secteurs. Grâce à son ancrage profond au sein du Groupe, Coface Italia est en mesure d'harmoniser l'ensemble des services et prestations internationales en fonction des besoins du marché italien, où elle est implantée depuis 1987. Elle est devenue leader du marché de la caution et deuxième acteur du marché de l'assurance-crédit.

Coface Italia a récemment renforcé son engagement vis-à-vis des entreprises dans le domaine de la protection des créances commerciales. En les aidant dans leur stratégie commerciale : identification des marchés où investir, accès au crédit bancaire devenu de plus en plus coûteux et insuffisant avec la turbulence des marchés financiers et la nécessité, pour les banques, d'accorder une attention particulière aux méthodes de financement. Coface s'est engagée dans un dialogue

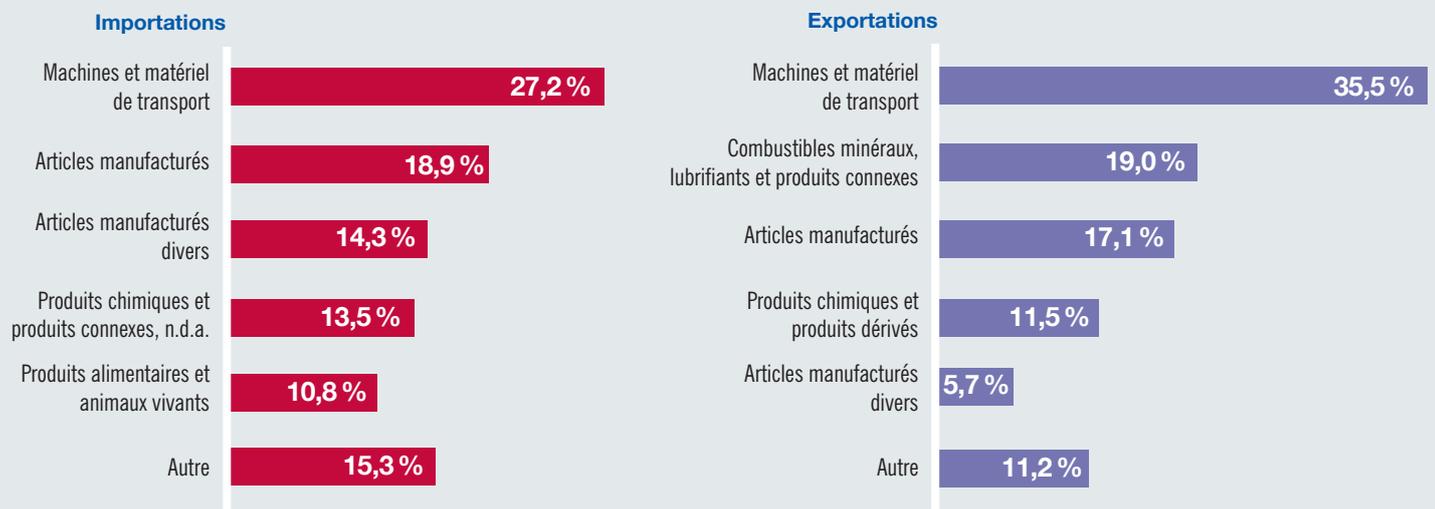
avec les entreprises et dans une collaboration avec la principale association des industriels italiens, (la «maison des entreprises») notamment dans le cadre de l'accord national avec Confindustria en matière d'assurance-crédit et son application aux réalités locales.

En ce qui concerne l'avenir, Coface entend poursuivre sa mission auprès des entreprises italiennes, en les aidant à prévenir les risques dans un environnement économique complexe et volatil, en Italie comme dans le reste du monde.



**Riccardo Carradori**  
Directeur général  
de Coface Italia

## Répartition sectorielle des échanges commerciaux de l'Italie (importations/exportations)



# Le système bancaire : peu de champions internationaux

Des institutions financières qui ont une longue histoire et sont encore très liées à leur territoire et au tissu productif du pays.

Deux grands champions nationaux se dégagent : IntesaSanPaolo et Unicredit-HVB. Ils sont suivis par de grandes banques, nées de la fusion d'instituts nationaux et régionaux et qui ont su créer, non sans difficulté, une nouvelle culture, un nouveau métier de banquier. Ces banques ont réussi à dépasser les frontières de la Botte, en se transformant en banques européennes, mais pas mondiales. Viennent ensuite, cinq ou six noms de grandes banques connues pour qui est Italien, mais très peu pour qui ne l'est pas : Monte dei Paschi di Siena, le Banco Popolare, UBI, Carige etc. Des institutions financières qui ont une longue histoire et sont encore très liées à leur territoire et au tissu productif du pays.

L'Italie a de grandes industries mais surtout des petites et moyennes entreprises regroupées en district : la mécanique en Lombardie et Piémont, la céramique en Emilie, le textile et l'ameublement en Vénétie, les cuisines dans les Marches, les canapés dans les Pouilles. Le métier de banquier signifie alors de connaître ses propres clients, en comprendre les besoins, savoir les aider et savoir parfois les faire patienter. Parce que tous ne paient et n'encaissent pas au même rythme, tous ne réussissent pas sans une aide pour surmonter les cycles bas de l'économie, tous ne réussissent pas à entrer sur de nouveaux marchés sans l'appui et la connaissance d'une institution financière sérieuse.

On ne peut oublier les artisans, les petits commerçants et les émigrants des pays de l'Est et de l'Afrique qui montent à force de volonté, de

petites activités. Ils ont besoin des moyennes et petites banques, caisses d'épargne et banques populaires qui se déplacent difficilement au-delà de leur propre province et, enfin, des petites coopératives (il y a en presque 800) qui avec un guichet, ou à peine plus, arrivent à avoir leur propre créneau de vente.

Enfin, il y a les épargnants : les Italiens sont un peuple qui n'aime pas vivre à crédit. Pour construire une maison, d'abord, il faut avoir des économies de côté, des parents et la famille qui aident. Ensuite, les banques ajoutent ce qu'il manque, mais ce ne sera jamais plus de 70% de la valeur de la maison achetée ou à construire. En Italie, l'épargne est canalisée par le système bancaire. Il y a encore beaucoup de dépôts, beaucoup d'obligations à bas risques, qui sont jalousement conservés par la banque de confiance de chacun, un peu d'épargne gérée et quelques actions, mais encore peu par rapport aux traditions internationales. Parce que les prix des actions sont volatils, mais aussi parce que les sociétés cotées sont peu nombreuses. Et les «public companies» se comptent en Italie sur les doigts de la main.

C'est cette épargne, accumulée année après année avec difficulté par les familles, qui a poussé quelques grandes banques étrangères à franchir les Alpes, à comprendre le marché et à jeter de solides bases. BNP Paribas et Crédit Agricole ont acquis ces dernières années des positions d'importance: presque 2 000 guichets dans toute la péninsule, même s'ils conservent les noms de banques

italiennes de vieille tradition, tels BNL, Cassa di Risparmio di Parma, Friuladria. D'autres ont fait le choix d'imposer leur propre nom d'origine : Deutsche Bank et Barclays, par exemple. Aujourd'hui nous nous sommes, ainsi, habitués à voir l'aigle bleu camper au côté de noms plus familiers. Dernièrement, le logo orange d'ING est devenu une réalité de premier plan. Une banque virtuelle ? Oui, mais qui a su vaincre le scepticisme de beaucoup et se faire aimer, surtout des jeunes qui savent naviguer sur Internet, qui ont peu d'argent et sont très attentifs aux coûts.

Avec l'Europe, l'Italie change. Peut-être, dans certains cas, plus lentement que d'autres pays mais le système bancaire accompagne ce changement. La banque n'a peut-être pas encore appris à l'anticiper. Mais sans doute est-ce aussi le cas en dehors de l'Italie. L'important est que le lien fiduciaire résiste, parce qu'il résiste au-delà des comportements erratiques du marché, que demeure la conviction que les banques sont toujours gérées avec prudence et que la Banque centrale veille à ce que cela perdure.



**Roberto Rossi**  
Natixis Milan Branch

# L'industrie italienne se réinvente

Le secteur manufacturier, moteur de l'économie italienne, compte sur l'innovation et la souplesse pour retrouver sa compétitivité. Des études menées par la Confindustria et Mediobanca le confirment.

Malgré ses difficultés actuelles, l'Italie est toujours un pays à forte vocation industrielle, comme le confirme une étude menée récemment par le centre d'études de la Confindustria. Malgré sa chute du 5<sup>e</sup> au 7<sup>e</sup> rang mondial, elle maintient sa 2<sup>e</sup> place en Europe, derrière l'Allemagne. Cela étant, un ralentissement inquiétant de l'activité a été enregistré au dernier trimestre (-17 %), soit 2 à 3 fois plus que ses principaux concurrents. Seule l'Espagne a fait pire.

## Le principal moteur de l'économie

L'industrie reste le principal moteur de l'économie. Elle est à l'origine des gains de productivité de l'ensemble du système. C'est là que se créent les emplois de qualité les mieux rémunérés. Et c'est là que sont concentrés la plupart des efforts de recherches. L'industrie assure 78 % des revenus issus des exportations, qui servent à financer les importations de biens et de services. Les simulations effectuées par le centre d'études de la Confindustria montrent que plus d'un tiers du PIB et quelque 8,2 millions de salariés sont directement ou indirectement liés au secteur manufacturier. Sans la contribution essentielle de ce secteur au commerce extérieur, le système économique italien imploserait. Les comparaisons avec l'Europe confirment que là où l'industrie (hors secteur du bâtiment) affiche les meilleurs résultats, les revenus augmentent plus rapidement.

L'Italie du nord, plus spécialisée dans la mécanique, est en concurrence avec les régions d'Europe centrale et du nord. Le sud du pays, où le poids du secteur de l'habillement est plus important, fait face à la concurrence de l'Europe méridionale et orientale.

L'Italie est le 8<sup>e</sup> exportateur mondial de marchandises et le 4<sup>ème</sup> en Europe. Même durant la crise, elle a continué de réorienter ses exportations vers l'Asie centrale et orientale, l'Afrique centrale et septentrionale et l'Europe (hors Union européenne). Le poids des marchés émergents dans son PIB est passé de 4,1 à 6,5 % entre 2000 et 2010, une hausse et un niveau qui restent néanmoins nettement inférieurs à ceux de la Corée du Sud et de l'Allemagne. Ceci réduit l'effet moteur des pays émergents affichant les taux de croissance les plus élevés.

L'Italie a continué de se spécialiser dans la fabrication de biens non directement liés au secteur mode/habillement/ameublement. Ce secteur, toujours significatif en termes de production, reste important pour l'image internationale du pays, mais sa part dans les exportations est passée de 21,5 % au début des années 90 à 14 % en 2010. En termes de chiffre d'affaires export, le secteur des machines domine (près de 20 %), tandis qu'au cours des trois dernières années, les produits chimiques (7 %) et, surtout, les produits pharmaceutiques (4,3 %) ont pris une importance croissante.

L'an passé, la productivité a significativement progressé (+6,8 %), mais après un repli de 8,2 % les deux années précédentes. Le nombre de salariés a également reculé, mettant fin à une décennie de stabilité dans ce domaine.

La rentabilité des investissements reste faible en Italie, confirmant une tendance baissière depuis une dizaine d'années. En 2010, l'EBITDA (résultat avant intérêts, impôts et amortissements) par rapport à la valeur ajoutée, n'a regagné qu'une faible portion des pertes affichées en 2009 et se situe toujours nettement en deçà des niveaux de 2008, à 24,6 % (contre 33,2 % en 2000).

## Les nouvelles stratégies des entreprises

De nombreuses entreprises ont pleinement pris conscience des bouleversements en cours et ont adapté leurs stratégies en conséquence. Les décisions prises ont été payantes : axer les efforts sur la croissance et les connaissances, développer les gammes de produits, se projeter sur les marchés internationaux, intégrer les activités en amont et en aval afin d'optimiser les compétences, être plus flexible et être prêt à répondre rapidement aux exigences du client dont les besoins évoluent. Au sein des secteurs, on observe une plus étroite collaboration avec les principaux fournisseurs.

La fonction commerciale et l'investissement dans la marque ont pris une importance croissante. La réduction des coûts et les gains d'efficacité sont devenus secondaires : condition préalable à la compétitivité, ils ne suffisent pas à faire face à la concurrence et à créer la différence indispensable pour se maintenir sur le marché à long terme.

La «voie royale», celle de l'accroissement de la productivité, passe par la capacité à répondre à une demande qui exige des produits plus avancés et un renouvellement permanent des solutions proposées. Elle passe également par l'accumulation du capital humain et l'investissement dans le personnel de l'entreprise.

Ces stratégies sont mises en œuvre par les entreprises qui ont montré, durant ces 10 dernières années, qu'elles étaient plus dynamiques et proactives à l'égard du changement, indépendamment de leur dimension, du secteur ou du territoire dans lequel elles évoluent.

## Un système financier fragilisé

D'après l'analyse menée pour le centre d'études de la Confindustria sur des entreprises dont le volume de facturation est inférieur à 7,5 millions d'euros, ces comportements apparaissent aussi dans le business model des petites entreprises qui affichent les meilleures performances. Dans de tels cas, les facteurs concurrentiels qui comptent sont la gestion des marques et des marchés étrangers, ainsi que la vigueur commerciale. Les entreprises qui adoptent un business model simplifié, avec de faibles compétences technologiques et organisationnelles sont fragiles et peinent à survivre.

La transformation du tissu manufacturier italien intervient également sous la pression d'une sélection âpre et accélérée. La question des matières premières est devenue fondamentale. L'innovation en termes de produits et de processus (avec l'introduction de nouveaux matériaux), la dématérialisation de la production (avec l'accroissement de la valeur ajoutée résultant d'un contenu plus étoffé en matière de services) et la couverture des risques causés par la volatilité excessive de la valorisation boursière sont les moyens viables de contrer cette menace.

Les entreprises italiennes pourraient avoir d'autres difficultés sur le front du crédit. La crise financière, l'accroissement des «spreads» taux d'intérêt sur les emprunts d'État italiens et la perception d'un risque pays accru ont, en fait, considérablement alourdi les coûts de financement des banques qui, par voie de conséquence, transfèrent progressivement ces hausses sur les entreprises.

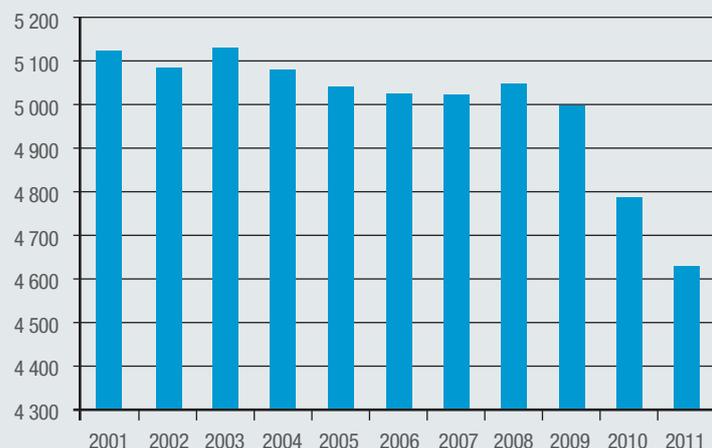
D'après une étude menée par le service de recherche et d'études (Ricerche & Studi, ou R&S) de Mediobanca, sur les 50 plus grands groupes italiens cotés en bourse, la capitalisation boursière des six principales banques (Intesa Sanpaolo, Unicredit, Monte dei Paschi di Siena, UBI Banca, Mediobanca et Banco Popolare) est actuellement inférieure d'un tiers à ce qu'elle était avant la crise : 66 milliards d'euros, contre 218 milliards fin 2006. Plusieurs signaux troublants se dégagent de cette étude, à commencer par le fait qu'au premier trimestre de l'année, les prêts non productifs des cinq «grands» du secteur représentaient 87,2 milliards d'euros, soit le double des 44,8 milliards affichés en 2008. Pour les analystes du service R&S de Mediobanca, les niveaux se sont « finalement stabilisés, tant vis-à-vis des prêts accordés aux clients que du capital net », mais la progression a été spectaculaire : de plus de 44 milliards d'euros en 2008 à 76,7 milliards fin 2009, puis à 85,5 milliards fin 2010. En mars dernier, la situation la moins favorable était celle de Banco Popolare, dont la part des prêts non productifs représentait 9,7 % des prêts accordés aux clients et 75 % du capital net. Au premier trimestre, les revenus globaux enregistrent une légère progression (+1,3 %) par rapport au premier trimestre 2010, avec une légère hausse de la marge d'intérêt (+2,1 %) et une solide amélioration du résultat de négociation (+45,3 %), c'est-à-dire des opérations d'échange. Cela étant, « dans le contexte actuel des marchés, il est très peu probable que les banques clôturent leurs activités de négoce par des résultats positifs cette année », observent les analystes du service R&S de Mediobanca. Et « si ces tendances initiales se confirmaient durant l'année, les banques clôtureraient globalement l'année 2011 en affichant des chiffres d'affaires inférieurs d'environ 10 % à ceux de 2007 », c'est-à-dire durant la période précédant la crise.

Et « si ces tendances initiales se confirmaient durant l'année, les banques clôtureraient globalement l'année 2011 en affichant des chiffres d'affaires inférieurs d'environ 10 % à ceux de 2007 », c'est-à-dire durant la période précédant la crise.

Coface Italia

### Evolution de l'emploi dans l'industrie (hors construction)

Nombre de salariés (en milliers)



### Productivité du travail dans l'industrie

% de variation





## Sergio Napoli

Directeur du service souscription des risques de Coface Italia

### *Situation sectorielle : le «luxe» en vedette, le bâtiment en berne*

Sergio Napoli dresse le bilan de santé des principaux secteurs du «Made in Italy».

➔ **Cofamag (CM) : commençons cet état des lieux sectoriel par l'une des pierres angulaires de l'économie italienne, le secteur de la mécanique, qui inclut l'automobile et la métallurgie.**

**Sergio Napoli (SN) :** Globalement, l'industrie de la mécanique est l'un des secteurs «Made in Italy» qui affiche la plus forte croissance à l'étranger, notamment dans les BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine). Dans l'industrie de la céramique, qui été solidement restructurée ces dernières années, nous assistons également à une reprise du marché intérieur, alors que la construction navale et les chariots élévateurs ont été pénalisés. La situation de la métallurgie, après une année 2009 difficile, s'est améliorée en 2010 grâce aux exportations, mais l'on constate une certaine stagnation au cours des six derniers mois de l'année. Là aussi, les acteurs de la construction navale ont souffert le plus, tandis que ceux qui fabriquent de l'acier pour le secteur du gaz (gazoducs et conduites) ont eu de meilleurs résultats. Le taux de sinistres reste élevé, mais conforme aux attentes.

La réussite des acteurs italiens, excellents par ailleurs, dépend d'une reprise de la croissance du marché intérieur. Quant au secteur de l'automobile, le marché intérieur a fortement ralenti à cause de la chute de la consommation. Le constructeur national (Fiat pour ne pas le nommer ?) a perdu des parts de marché en Italie, mais ses exportations ont progressé, notamment vers les marchés d'Amérique du Nord et du Sud.

➔ **CM : qu'en est-il de l'agroalimentaire, autre secteur traditionnellement solide et indissociable de la grande distribution ?**

**SN :** La crise y a été moins ressentie, en particulier à l'export. Sur le marché intérieur, la faible propension à consommer des Italiens a pesé sur la croissance. Le vin, les fruits et les légumes ont enregistré de bons résultats, tandis que les performances des secteurs de production liés au bœuf et au mouton sont restées inférieures à la moyenne, malgré une bonne progression.

En ce qui concerne la grande distribution, l'Italie se situe au niveau des autres pays d'Europe, à l'exception du Sud où la pénétration reste faible. L'état de santé de l'agroalimentaire dépend de ce secteur car les grandes chaînes de distribution sont en mesure de négocier de longs délais de paiement, ce qui, parfois, met en difficulté les petits opérateurs qui, eux-mêmes, sont souvent des intermédiaires.

➔ **CM : la dynamique du secteur de la construction et, à certains égards, de celui du bois-ameublement, semble moins rassurante : quelle est votre analyse ?**

**SN :** Le bâtiment est le secteur qui peine le plus : effondrement du chiffre d'affaires ces deux dernières années et augmentation des faillites cette année. Nous nous dirigeons vers une concentration des petites entreprises, en grande partie constituées de coopératives. Les gros opérateurs souffrent

également de la situation sur les marchés étrangers, notamment en Afrique du Nord et au Moyen-Orient.

Dans le bois-ameublement, il convient de faire une distinction. Les meubles et les canapés, après avoir fortement chuté, sont parvenus en partie à se redresser grâce aux exportations, car il n'y a pas de signes indiquant une reprise du marché intérieur. En revanche, les meubles de cuisine continuent d'éprouver de grandes difficultés.

➔ **CM : le secteur du luxe est-il toujours la star du «Made in Italy» ?**

**SN :** La haute couture et le luxe ont de bons résultats à l'export. Mais c'est un des rares secteurs en Italie à être capable d'agir en groupe et à pouvoir présenter une image unifiée sur le marché. Les entreprises des autres secteurs devraient s'inspirer de cette démarche gagnante au lieu de miser sur des initiatives individuelles des sociétés.

#### Coface Italia

Via 6. Spadolini 4  
20141 G1 Milan  
Tél. : +39 024 83 35. 111  
Fax : +39 024 83 35. 404  
info@coface.it  
www.coface.it

## Secteurs

### EN HAUSSE



#### Agroalimentaire

Les volumes et les chiffres d'affaires ont légèrement progressé. Les exportations enregistrent de bons résultats, tant pour les produits agricoles de base que pour les produits transformés. Compte tenu de l'anémie de la consommation des ménages, les meilleures perspectives que présentent les marchés étrangers constitueront la principale source de croissance.



#### Mode

Les textiles, les articles en cuir et les chaussures reprennent progressivement un peu de vigueur, grâce notamment aux exportations. L'habillement a également affiché une progression marquée en volumes, qui ne s'est pas traduite par une hausse du chiffre d'affaires en raison de la pression baissière sur les prix. Ce sont principalement les entreprises haut de gamme présentes sur les marchés internationaux qui ont profité de la croissance.



#### Mécanique

Ce secteur montre des signes d'amélioration encourageants, tant sur le marché intérieur qu'à l'exportation. De tous les secteurs manufacturiers, il est celui qui présente des perspectives de relance à court et moyen termes, et même des perspectives prometteuses s'il parvient à exploiter pleinement les possibilités offertes par les marchés émergents.

## Secteurs

### EN BAISSÉ



#### Automobile

La restriction des importations et des avantages liés au mécanisme incitatif des autorités pour l'achat de véhicules automobiles, ajoutée à la baisse des achats de biens durables par les ménages, a contribué au repli des chiffres d'affaires sur le marché intérieur et à l'émergence de difficultés pour les marques du principal constructeur national.



#### Bâtiment

Les entreprises, qui continuent à avoir des difficultés pour accéder au crédit, ont de nouveau affiché des bilans négatifs. La forte baisse de la construction de nouvelles résidences n'a été que très partiellement compensée par la rénovation et la modernisation. Le recul de la construction non résidentielle, commerciale et industrielle s'est poursuivi.



#### Grande distribution

L'épargne et la protection du pouvoir d'achat sont les facteurs qui dominent les choix des consommateurs, sans compter l'évolution incertaine du marché du travail. Les enseignes de la grande distribution évoluent toujours dans un contexte très concurrentiel, qui offre des perspectives limitées en termes d'accroissement des chiffres d'affaires.

## Fabrice Rocchi

Arbitre Coface



## Exporter en Italie : les idées a priori et les pièges à éviter

«Les entreprises qui veulent exporter en Italie doivent prendre en compte des spécificités que sa proximité géographique avec la France peut faire sous-estimer».

### → Cofamag (CM) : quels conseils donneriez-vous à une entreprise qui souhaite exporter en Italie ?

Fabrice Rocchi (FR) : il faut connaître ce pays pour y faire des affaires. Bien que très proche géographiquement et culturellement de la France, les différences sont importantes. Penser pouvoir exporter en Italie sans connaître les fondamentaux, sans y avoir de bases solides, sans être capables de «sentir» le marché serait, à mon sens, une erreur majeure. Imaginer pouvoir structurer et développer ce marché, depuis la France parce qu'en fin de compte, avec Internet, le téléphone, et les vols low cost, on peut gérer ses affaires depuis son entreprise pourrait provoquer de sérieuses déconvenues. C'est un marché difficile, qui a des spécificités qu'il vaut mieux connaître, mais qui peut aussi se révéler positif si on prend le temps de l'appréhender de manière approfondie. La présence sur place de personnel dédié (ou d'agents de confiance) est donc, à mon avis, un préalable essentiel à toute opération commerciale, ajoutée à une rigueur de gestion sans faille : (suivi des conditions de livraisons des marchandises, contrôle des respects des délais de paiement à surveiller attentivement, etc.).

### → CM : quels sont les secteurs industriels les plus sûrs et quels sont les plus risqués ?

FR : Aujourd'hui la réponse la plus immédiate, eu égard à la situation financière particulièrement difficile de l'Italie, serait de dire : tous les secteurs industriels sont risqués. Ce pays, qui traverse une crise importante, doit faire face à plusieurs problèmes. Le fait de devoir importer tous ses besoins énergétiques (des 14 pays les plus riches de la planète, il est le seul qui ne dispose aujourd'hui d'aucune ressource liée au nucléaire), le rend

particulièrement fragile et dépendant d'un point de vue financier. De plus, la faiblesse structurelle du système politique italien actuel rend sans doute difficile toute possibilité de relance de l'économie. Dans ce contexte, seules les capacités individuelles de certaines entreprises italiennes, liées à ce capitalisme familial qui a toujours représenté la force de l'Italie, permettent d'isoler des structures qui, malgré la crise, trouvent toujours un second souffle.

L'un des exemples les plus frappants à ce propos est le secteur textile, qui a subi de manière excessivement forte la concurrence de la Chine. Ces dix dernières années ont été une hécatombe pour ce secteur. Ayant compris que le défi n'était pas possible à relever avec le marché asiatique, le textile italien s'est tourné vers des produits à très forte valeur ajoutée technique. C'est certes une niche, mais qui permet de conserver une réelle et concrète présence sur le marché.

A l'opposé, des secteurs industriels qui ont toujours été parmi les plus solides en Italie, tels que la sidérurgie, le papier carton, la chimie souffrent aujourd'hui clairement d'une mondialisation féroce qui met en avant toutes les faiblesses du système, en termes de compétitivité, et qui limite donc toute possibilité de relancer l'activité.

### → CM : quels types de risques prenez-vous et quelles garanties exigez-vous sur l'Italie ?

FR : Coface est en mesure d'assumer tous types de risques commerciaux sur l'Italie, et ceci sans garanties spécifiques, sauf cas particuliers bien entendu. La connaissance approfondie que nous avons sur ce marché depuis de très longues années, nous permet de prendre en charge un large éventail d'opérations, ce qui est

certainement un atout commercial de poids vis-à-vis de la concurrence.

En tout état de cause, l'obtention de garanties de la part d'acheteurs italiens reste un exercice toujours difficile pour nos clients. Les garanties sont chères et reposent souvent sur des aspects formels difficilement vérifiables du point de vue juridique. Par exemple, l'utilisation de la garantie bancaire, très coûteuse pour l'acheteur, est toujours assez rare.

De manière générale, nous préférons donc nous fonder sur notre propre expérience pour déterminer l'opportunité ou non de couvrir certains types d'opérations. De plus, cette expérience spécifique nous a montré, qu'hormis le crédit documentaire, toutes les autres formes de garanties disponibles, ne permettent pas d'avoir une certitude absolue du paiement. Ces formes de garantie sont souvent entachées de vices de forme dus à la fiscalité, à la législation du moment, à la ratification correcte des documents, etc., qui peuvent échapper même à l'étude la plus avertie.

La nécessité d'obtenir des garanties reste plutôt un élément de confort en cas de situations difficiles, au moment de recouvrer des créances.

### → CM : arbitrez-vous ces risques différemment de ceux dans d'autres pays ?

FR : Oui naturellement. Pour évaluer le risque que représente un acheteur italien, il faut une analyse financière poussée, mais aussi, et surtout, avoir une connaissance approfondie de ce pays, et de son histoire économique (il existe des districts industriels qu'il faut connaître et maîtriser pour éviter toute mauvaise approche) et surtout de ses usages.



NeroGiardini, petite entreprise fondée en 1975 par Enrico Bracalente dans la région des Marches, fabrique des chaussures pour le compte d'autres sociétés. Après des résultats mitigés et des déboires sur le marché américain, elle change de stratégie et décide de lancer sa propre marque. Entre 2005 et 2010, les ventes sont multipliées par quatre pour atteindre 213 millions d'euros. Alors même que l'entreprise maintient la production en Italie, refusant le «mirage» des pays à bas coûts, selon Enrico Bracalente, devenu le responsable de l'entreprise. Entre «un retour sur investissement de 0,3% pour des produits de qualité, en Italie, et de 10% en Chine pour des produits de mauvaise qualité, quel est l'avantage d'une délocalisation ?» lance-t-il. Un cas d'école en période de crise.

Elle est devenue une marque de renom dont le chiffre d'affaires ne cesse de croître, même en période de crise. Tout cela grâce au flair d'un entrepreneur, Enrico Bracalente, qui a toujours eu le courage de faire des choix audacieux, qu'il s'agisse d'investir dans la communication ou dans l'assurance-crédit, de refuser de délocaliser la production ou de créer une plate-forme informatique novatrice pour gérer les commandes et les expéditions. Coface Italia a rencontré son président, Enrico Bracalente.

## NeroGiardini en chiffres

Ce qui était initialement une petite entreprise fondée en 1975 dans la région des Marches, traditionnellement spécialisée dans la fabrication de chaussures, est aujourd'hui une grande marque renommée. Et ce, grâce à un investissement dans la qualité, la communication et à une production farouchement concentrée en Italie.

**1975** : année de fondation

**213 millions d'euros** : chiffre d'affaires de BAG SpA en 2010 (+6,5 % par rapport à 2009)

**4** unités de production détenues par l'entreprise

**21** usines de chaussures de fournisseurs

**2 000** salariés directs et indirects

**3,5 millions** de paires de chaussures produites chaque année

**120 000** ceintures fabriquées chaque année

**50 000** sacs à main pour femmes fabriqués chaque année

**13** points de vente monomarchés détenus par l'entreprise

**30** points de vente monomarchés franchisés

**2 500** points de vente multimarchés

**10 %** : part du chiffre d'affaires réalisé à l'étranger

## Enrico Bracalente

Président de NeroGiardini

### NeroGiardini : un cas d'école du «Made in Italy»

#### → Coface Italia (CI) : mais quel est le secret de la réussite de NeroGiardini ?

**Enrico Bracalente (EB)** : Nous avons beaucoup investi dans les technologies et la communication, en essayant de fournir un service de qualité. Grâce à une planification quotidienne, nous suivons les ventes en permanence et sommes en mesure d'intervenir si nécessaire pour parfaire le système. Les commandes, le réapprovisionnement et les réservations pour la saison suivante sont gérés sur la base d'un solide savoir-faire visant à soutenir les détaillants, en leur offrant un véritable service de conseil. L'objectif est de limiter au maximum le volume de marchandises invendues, au moyen d'un système de prévision qui est affiné d'une saison à l'autre.

#### → CI : quelle est la politique de distribution de l'entreprise ?

**EB** : Le marché offrant le plus gros débouché pour cette entreprise des Marches est l'Italie, où NeroGiardini occupe une position dominante dans la gamme moyenne. En ce qui concerne sa stratégie de distribution, l'entreprise a mis en place un système moderne fondé sur la présence, dans l'ensemble du territoire, de magasins d'exposition pour soutenir le réseau commercial et attirer la clientèle.

La distribution de la marque repose sur une formule mixte composée de boutiques détenues en pleine propriété, franchisées ou encore multimarchés. Depuis 2003, l'entreprise a ouvert douze points de vente mono-marchés, qu'elle détient elle-même. Le premier magasin phare NeroGiardini Junior (proposant des articles pour enfants et adolescents) a ouvert ses portes dans la célèbre

avenue Corso Venezia de Milan en mars 2010. En 2007, le projet de franchise est lancé. Trente points de vente sont déjà ouverts, l'objectif est d'en avoir 500 d'ici 2015. En outre, pour les franchises, une plateforme informatique a été conçue pour permettre au propriétaire de chaque boutique de communiquer en temps réel avec l'entrepôt de l'entreprise. Testé dans les boutiques mono-marchés, le logiciel permet de suivre de près, et en temps réel, le flux des ventes.

Il y a 2 500 magasins multimarchés en Italie, dont plus de 500 ont créé, ces dernières années, des espaces dédiés à une marque spécifique en leur sein. Bientôt, une autre centaine de boutiques multimarchés sera créée.

#### → CI : et quelle est sa politique d'exportation ?

**EB** : Aujourd'hui, les marchés étrangers ne représentent que 10 % du chiffre d'affaires de NeroGiardini. Le potentiel de croissance est donc considérable. Le groupe prévoit de consolider son expansion en commençant par l'Europe (Belgique, Pays-Bas, Espagne, France et Allemagne, mais également Royaume-Uni, Grèce et Autriche). Son objectif est de réaliser 35 à 45 % du chiffre d'affaires à l'étranger d'ici à 2015. Pour pénétrer ces nouveaux marchés, une série de boutiques mono-marchés sera lancée, certaines exploitées directement, d'autres sous franchise. Parmi les marchés émergents, la Turquie et la Chine suscitent un vif intérêt.

#### → CI : quel rôle joue l'assurance-crédit ?

**EB** : Depuis 1992, avec ce qui était à l'époque La Viscontea (NDLR : Coface Italia aujourd'hui), nous considérons l'assurance-crédit comme un élément essentiel. Coface nous a beaucoup aidé en nous fournissant de précieuses informations, nous épargnant ainsi des risques inutiles. Il y a une vingtaine d'années, peu d'acteurs souscrivaient une assurance-crédit dans notre secteur industriel. Ils sous-estimaient considérablement les risques et considéraient ce type d'assurance comme un coût, pas comme un investissement. Ils avaient tort ! Certains l'ont découvert à leurs frais. De plus, pour les banques, savoir que les créances commerciales sont assurées est également une garantie importante.

Propos recueillis par  
**Coface Italia**

# L'Italie ? Non... «les Italies»

L'Italie est un grand pays, un grand marché. Même si elle apparaît souvent difficile et complexe, elle recèle encore de nombreuses opportunités. Encore faut-il être patient et trouver les bonnes clés. Pas toujours facile, si on ne respecte pas certaines règles, et si on n'adopte pas certains réflexes. Olivier de Rocca-Serra et Nicolas Diers, deux conseillers du commerce extérieur de la France, nous font partager leur expérience.

On connaît la richesse de l'Italie, son histoire, son patrimoine artistique et ses fortes traditions, malgré une unité nationale récente puisque l'Italie fête cette année son 150ème anniversaire. Mais l'Italie est aussi un grand pays par sa taille, sa population (même si celle-ci est vieillissante), sa richesse et le patrimoine de sa population peu endettée à titre privée. Mais aussi par son industrie, la seconde en Europe derrière l'Allemagne et avant la France ! Le savoir-faire industriel et les très nombreux pôles d'excellences participent à la richesse du pays du «sur mesure» artisanal et même industriel. Un «sur-mesure» haut de gamme et à forte valeur ajoutée. Mais il est vrai que l'Italie traverse une phase difficile. Elle est en quasi stagnation depuis une dizaine d'années et pourrait même bientôt rentrer en récession.

## Quelques freins...

### Un pays complexe

L'Italie est souvent difficilement «lisible» pour des Français habitués à un pays centralisé. Mieux vaut parler «des Italies» plutôt que de l'Italie. Ce pays hétérogène (clivage entre le nord et le sud) est aussi très fragmenté, régionalisé, voire «local». Il n'est pas facile d'y récolter des informations fiables, complètes, structurées et pertinentes pour en tirer une synthèse ou un «business modèle» à dérouler partout de la même manière.

### Une réglementation pléthorique

De très nombreuses normes et réglementations, imposées à divers niveaux administratifs (Etat, régions, province, communes) et établies en «parallèle» des réglementations européennes, constituent souvent autant de freins à l'action. Dans un pays de plus en plus fédéral, la capitale administrative, Rome, est différente de Milan, la capitale commer-

ciale et financière. Par ailleurs, les entreprises sont réparties au Nord et au Centre.

### Des coûts d'accès au marché élevés

De façon concrète, on peut regretter des coûts d'accès au marché élevés (distribution et couverture du territoire, communication, transports, énergie, risques clients, frais administratifs et de conseils). On peut également regretter une concurrence parfois biaisée, compte tenu du statut spécial de certains territoires (Haut Adige, Val d'Aoste etc.) ou certaines organisations (coopératives de distribution, de productions etc.). Compte tenu aussi d'une administration toujours assez lourde et lente et des infrastructures et services publics de qualité très variables.

### Des acteurs économiques parfois conservateurs

Les positions commerciales sont souvent établies de longue date et difficiles à bousculer. Les acteurs économiques peuvent être fragiles économiquement, prudents et conservateurs et les acteurs commerciaux ont souvent des référents et des standards locaux plutôt qu'internationaux.

Enfin, il faut prendre en compte le poids du politique dans les affaires. Au total, ces freins rendent le pays relativement difficile à pénétrer, donnant une forte prime aux positions de marché acquises.

## ... Mais des atouts importants

### Un tissu de PME performant

L'Italie a une multitude de PME dynamiques dans tous les domaines et actives à la fois sur le territoire national et à l'export. Mais ces PME, en général familiales, ont besoin de se

moderniser, d'offrir de nouveaux services au niveau local et international. Elles représentent donc autant d'opportunités en B2B. Les régions et villes italiennes organisent de nombreux salons qui restent un moyen efficace de rencontres, d'échanges et d'opportunités commerciales. Par exemple, l'Expo Milan 2015 sera un événement économique majeur qui apportera sa moisson d'opportunités locales, nationales ou internationales.

### Un système de distribution complexe

Le système de distribution italien est «concentré» à l'achat avec une organisation «en centrales d'achat» vis-à-vis des fournisseurs : 5 centrales d'achats représentaient 60% des ventes de produits de grande consommation en 2010. Il est «déconcentré» à la vente des produits aux consommateurs finaux (40 enseignes représentaient 60 % des ventes aux consommateurs finaux en 2010).

### De nombreuses opportunités

L'Italie reste un pays riche et, si l'Etat est fortement endetté, les Italiens eux, en tant que particuliers, le sont relativement peu. Leurs «économies» (patrimoine) ont certes été rognées durant ces dernières années de crise et le niveau de vie de nombreuses familles s'est dégradé (notamment à cause du chômage). Mais la situation reste, en moyenne, encore relativement correcte avec une «réserve» de pouvoir d'achat et le meilleur rapport patrimoine/revenus d'Europe.

### Des consommateurs de qualité

Les consommateurs sont attachés aux marques. En fins «connaisseurs/consommateurs», ils sont encore prêts à payer pour la qualité, même s'ils adorent acheter systématiquement en promotion pour faire de «bonnes affaires».

## Les leçons de l'expérience pour aborder le marché

### Attention aux idées reçues

L'Italie, bien qu'étant comme la France un pays latin, est très différente de notre pays, en particulier dans le fonctionnement du monde des affaires. C'est un pays décentralisé et peu homogène où les contacts/rerelations personnelles et les multiples réseaux jouent un rôle déterminant. Il faut rechercher le bon contact/décideur et attacher de l'importance au «passa parola», soit la réputation d'une personne, d'un produit ou d'un service. Ne pas négliger l'importance des associations professionnelles italiennes ou françaises sur place : clubs d'affaires, CCE, Ubifrance, chambres de commerce etc.). Ceci nécessite, plus qu'en France, l'implication personnelle de tout le management pour nouer des relations personnelles indispensables

### Comprendre la « mosaïque italienne »

Dans ce contexte, «faire du terrain» et visiter des régions aussi différentes que la Lombardie, les Pouilles ou le Haut Adige peut être très utile pour comprendre la «mosaïque Italienne».

### S'entourer de conseils

Savoir s'entourer de bons avocats et de bons comptables pour s'affranchir des divers complexités législatives et administratives et autres surprises.

### Formaliser par écrit vos relations commerciales

La tradition commerciale est essentiellement orale. L'italien évite souvent l'écrit pour garder un maximum de flexibilité. La formalisation écrite est cependant recommandée assez tôt dans le processus commercial pour éviter tout malentendu et perte de temps. L'accord n'existe réellement que lorsqu'il est écrit et, dans toute négociation, l'interlocuteur italien réfléchira toujours à un plan B (de substitution) qu'il estimera possible de mettre en place jusqu'à la signature définitive.

Les Italiens vivent et agissent dans la complexité et sont particulièrement ingénieux et créatifs pour trouver des solutions à des situations qui semblent parfois inextricables. Leur pragmatisme est réel ainsi que leur capacité à prendre des décisions, même si celles-ci

contredisent des choix antérieurs. On recherche la meilleure solution aujourd'hui, quitte à la changer demain sans état d'âme. Ceci est un point important de différence.

### Prendre son temps

Etre patient et accepter d'avoir le temps car, compte tenu de la complexité du cadre administratif et légal, les affaires peuvent prendre beaucoup de temps à se concrétiser. Dans tous les cas, le résultat sera plus stable et plus pérenne.

### Ne pas utiliser le génie et l'expérience des entrepreneurs italiens à résoudre les problèmes serait une erreur !

Nous avons souvent une meilleure capacité à prévoir et programmer l'avenir et donc à nous organiser. Notre expérience des finances ou de la logistique de toute la chaîne est sans doute plus importante. Mais, les Italiens, eux, sont souvent d'excellents entrepreneurs, d'excellents commerciaux et des industriels très créatifs et réactifs (importance de l'ingénieur de production très proche des commerciaux et des besoins clients). Voyons-y de la complémentarité.

### Évitons de paraître arrogant

Nos certitudes au départ sont souvent mal perçues. Elles donnent une image (en général erronée) de méfiance et/ou d'arrogance qui freinent les collaborations et accords. Soyons rigoureux dans la formalisation et le suivi opérationnel, deux points où nous sommes parfois «un peu trop confiants», voire légers ce qui peut être cause d'échecs ou déceptions. Le cadre de l'accord doit être précis et inclure des points majeurs sur les règlements, les dépenses, la trésorerie, des rapports à

échéance régulière etc.). Et le suivi doit être aussi rigoureux. Cela se discute et ne surprendra pas : les affaires sont faites pour gagner de l'argent et le faible a par principe tort. On n'hésitera pas à vous tester. Un cadre italien a rarement la même liberté de manœuvre dans son entreprise que son alter ego en France, compte tenu d'une culture encore assez paternaliste des sociétés italiennes. Dans tous les cas, la confiance se gagne dans le temps et le travail en commun.

### Suivez de près l'évolution de vos clients et fournisseurs

En cette période de crise, rappelons que les entreprises italiennes sont en général petites et familiales, et parfois financièrement fragiles (peu de capital et un certain endettement). Les banques italiennes ont plutôt bien soutenu leurs clients corporates depuis 2 ou 3 ans, ce qui leur a coûté et leur coûtera encore de l'argent. Il est donc nécessaire de suivre régulièrement la santé de vos clients et fournisseurs. Posez-leur des questions. Faites appel assez systématiquement aux agences d'informations. Cette relative fragilité des entreprises italiennes peut aussi être source d'opportunités insoupçonnées (rachat, associations, partenariats etc.) avec des entreprises disposant d'un vrai know-how, de parts de marché intéressantes mais de peu de fonds propres. Parfois, l'entrepreneur italien se sent aujourd'hui fatigué après plusieurs années difficiles. Il peut estimer qu'un partenariat ou une association lui apporterait un peu plus de sérénité et d'efficacité pour aborder les marchés émergents et pérenniser son entreprise et donc assurer l'avenir de ses équipes. Dans ce cadre, les partenaires français sont bien vus !



**Olivier de Rocca-Serra**

CCEF

Directeur général de Bel-Italia, filiale des fromageries Bel



**Nicolas Diers**

CCEF

Senior Adviser, SIA Conseil

# Une évolution bienvenue de la loi sur la faillite

Une évolution du droit italien des procédures collectives était devenue nécessaire, car il était d'avis général que l'ancien cadre légal était beaucoup trop rigide pour aider, de façon significative, au redressement des entreprises en difficulté et que, dès lors, beaucoup d'entre elles ne pouvaient éviter la liquidation.

La refonte complète de la loi italienne sur la faillite (la «legge fallimentare», promulguée par le Regio Decreto no 267 du 16 mars 1942) s'est effectuée en plusieurs étapes.

## Première étape

Le décret-loi no 35 du 14 mars 2005, entré en vigueur le 17 mars 2005 et converti en loi no 80 du 14 mai 2005, applicable le lendemain.

Les deux nouveautés du décret-loi de mars 2005 touchent la mise en jeu des actions révocatoires et le régime du concordat préventif.

## Seconde étape

Le décret-législatif no 5 du 9 janvier 2006, entré en vigueur le 16 juillet 2006, qui transforme l'ensemble de la «legge fallimentare» et qui est complété par le décret-législatif correctif no 169 du 12 septembre 2007, applicable le 1er janvier 2008 et par le décret-loi no 78 du 31 mai 2010 (en son article 48), effectif le 30 juillet 2010.

Ces textes visent autant à aider à la réhabilitation des entreprises, qu'à simplifier et à raccourcir la procédure judiciaire.

## Les principaux amendements à la «legge fallimentare»

### → les conditions de la déclaration en faillite (articles 1 et 5)

Sont soumis aux dispositions de la faillite et du concordat préventif, les entreprises et les entrepreneurs qui ont eu, dans les 3 exercices précédents la demande de faillite, un actif

patrimonial global annuel supérieur à 300 000 euros, qui ont réalisé des revenus bruts supérieurs à 200 000 euros et qui ont enregistré des impayés, y compris de créances non échues, pour un montant supérieur à 500 000 euros.

La volonté du législateur est d'exclure les petites entités susceptibles d'être soumises au droit de la faillite, en rendant les conditions d'accès à la procédure plus contraignantes.

L'état d'insolvabilité (stato d'insolvenza) est le fait déclencheur de la procédure collective.

L'état d'insolvabilité se manifeste par l'incapacité du chef d'entreprise de faire face régulièrement à ses propres obligations (celles au moins supérieures à 30 000 euros) et, dans ce cas, la faillite peut être déclarée sur demande du débiteur, d'un ou plusieurs créanciers ou sur requête du Ministère public.

### → Le raccourcissement des délais procéduraux

Des délais plus brefs et plus stricts ont été instaurés afin d'accélérer l'instance.

Ainsi en est-il, par exemple, de la fixation de l'audience de vérification de l'état du passif (soit 120 jours de la date du jugement de faillite ou 180 jours pour les cas complexes), de la déclaration par les créanciers de leurs créances au passif auprès du greffe du tribunal (soit dans les 30 jours avant la date de l'audience fixée pour l'examen de l'état du passif), de la présentation d'un plan de liquidation par le syndic (soit dans les 60 jours de la rédaction de l'inventaire des biens).



### → **La réhabilitation du débiteur** (esdebitazione) – article 142

A l'issue de la procédure, le failli, personne physique, peut être amené à bénéficier de la libération des dettes auprès des créanciers qui ont concouru à la faillite et qui n'ont pas été entièrement désintéressés.

Le bénéfice de la réhabilitation est admis dès lors que le débiteur est considéré comme ayant été de bonne volonté et ayant coopéré avec les organes de la procédure.

Restent toutefois exclus de la réhabilitation, les obligations d'assistance et les obligations alimentaires, de même que les obligations découlant de rapports extérieurs à l'activité de l'entreprise et les dédommagements pour préjudice, suite à des faits illicites extra contractuels.

### → **Le comité des créanciers** (comitato dei creditori) – articles 40 et 41.

Nommé par le juge-délégué, le comité des créanciers, composé de 3 à 5 membres, a vu son rôle considérablement élargi. Non seulement, le comité contrôle l'activité du syndic (curatore), mais encore il peut autoriser certaines transactions, inspecter à tout moment les écritures comptables et les documents de la procédure et exprimer des opinions dans les cas prévus par la loi ou sur demande du juge-délégué.

### → **Les actions révocatoires** (azioni revocatorie) – article 67.

On sait que l'action révocatoire permet au syndic – jusqu'à trois ans après la déclaration de faillite – de faire réintégrer dans la masse certains actifs, en annulant les actes accomplis par le débiteur dans la période suspecte, sauf à ce que le créancier puisse prouver qu'il n'avait pas connaissance de l'état d'insolvabilité de son client pendant cette même période.

Dans la mesure où le délai de la période suspecte pouvait remonter à deux ans de la date de la faillite, les fournisseurs étaient souvent amenés à refuser de livrer, ou à livrer avec prudence – au moment où l'entreprise pouvait avoir le plus besoin de nouvelles marchandises – car ils risquaient de se voir réclamer le remboursement des paiements obtenus durant cette période, en cas de liquidation ultérieure de leur acheteur.

Pour pallier cette crainte, l'amendement consiste d'une part à réduire la période suspecte à un an pour les contrats précédemment révocables dans le délai de deux ans et à six mois pour les contrats précédemment révocables dans le délai d'un an et d'autre part à lister une série d'opérations qui échappent, ex lege, à l'action révocatoire.

Sont soumis à l'action révocatoire, les actes à titre onéreux, passés dans l'année précédant la faillite, comme les actes pour lesquels les prestations exécutées ou les obligations à charge du failli dépassent d'un quart ce qui était donné ou promis, les règlements de dettes pécuniaires échues et exigibles non effectuées en argent ou par des moyens de paiement normaux, les gages, les antichrèses (nantissement d'un immeuble avec dépossession) et les hypothèques conventionnelles constituées pour des dettes préexistantes non échues ou, dans les 6 mois précédant la faillite, ces mêmes sûretés constituées pour des dettes échues.

Sont aussi révocables, si le syndic apporte la preuve que l'autre partie connaissait la situation d'insolvabilité du débiteur, dans les six mois précédant la faillite, les paiements de dettes liquides et exigibles, les actes à titre onéreux ou les actes constitutifs de privilège pour des créances créées concomitamment. Restent révocables dans le délai de deux ans, les actes à titre gratuit, sauf les cadeaux d'usage.

En fait, l'action révocatoire, même sur une durée réduite, reste un outil puissant entre les mains du syndic et il est souvent difficile pour le créancier de démontrer qu'il ne connaissait pas l'état d'insolvabilité de son client face à un tribunal souvent désireux de sauvegarder les intérêts de la procédure.

Dans sa nouveauté, le décret-loi de mars 2005 distingue les actes qui échappent à toute action révocatoire, afin de maintenir une certaine sécurité aux opérations traitées pendant la période troublée que vit la société. Sont concernés, par exemple, les paiements des biens et des services réalisés dans le cadre de l'activité de l'entreprise dans les délais habituels (nei termini d'uso), les versements effectués sur un compte courant bancaire tant que ces versements n'ont pas réduits de manière considérable et durable la

solvabilité du failli envers sa banque, les rétributions pour les prestations de travail exécutées par les employés et autres collaborateurs, même non subordonnés du failli,...

### → **Le concordat préventif** (concordato preventivo) – article 160.

Les conditions d'obtention d'un concordat préventif ont été considérablement modifiées et, partant, moins contraignantes pour le chef d'entreprise en pleine tourmente financière.

L'objectif étant de permettre le redressement de la société et le maintien des emplois.

De surcroît, s'ajoute une nouvelle ouverture, moyennant la négociation entre les parties prenantes d'un "accord de restructuration des dettes" (article 182-bis).

Depuis mars 2005, le requérant doit être en état de crise (in stato di crisi), condition moins exigeante que l'ancien texte qui prévoyait que l'intéressé devait se trouver en état d'insolvabilité.

Si le décret-loi ne donne pas de définition précise, l'état de crise peut se traduire par une incapacité du débiteur à faire face, de façon régulière, à ses engagements.

L'entrepreneur dépose une requête au tribunal – dans le ressort duquel se trouve son siège social – par laquelle il soumet aux créanciers un concordat préventif qui se traduit par une gamme de propositions désormais beaucoup plus large, ce qui doit permettre de rencontrer plus aisément leur assentiment.

Il s'agit de :

- la restructuration des dettes et l'apurement des créances sous quelque forme que ce soit : cession de biens, délégation ou autres opérations particulières, y compris la remise aux créanciers et aux sociétés auxquelles ces derniers participent, d'actions, de parts sociales ou d'obligations (qui peuvent être convertibles en actions), ou encore d'autres instruments financiers et titres de paiement.
- l'attribution de l'activité de l'entreprise, à un tiers gestionnaire (assuntore). Cet "assuntore" est amené à poursuivre l'activité commerciale, à éviter la liquidation – contrairement à ce qui se passait auparavant – et à distribuer les dividendes selon les modalités prévues au concordat.

## Attention aux escroqueries

Coface relève une persistance des escroqueries dans le cadre d'exportation vers l'Italie.

Même si le principal secteur d'activité concerné reste l'agroalimentaire (et notamment les vins et spiritueux à l'approche des fêtes de fin d'année...), il convient de souligner que ces fraudes concernent toutes les branches : tonnellerie, habillement, matériel informatique, etc.

Dans la plupart des cas le scénario est le même. Un intermédiaire douteux se fait passer pour l'agent commercial d'une société quotée en général par les services de Coface.

Il trompe ainsi la confiance des exportateurs en leur faisant livrer des marchandises vers une plate-forme logistique locale, puis disparaît avec les fournitures en question.

La responsabilité de l'acheteur italien dont l'identité a été usurpée se trouve totalement écartée dans la mesure où il n'a pas commandé les marchandises et son implication dans la transaction ne peut être démontrée.

C'est pourquoi, Coface met en garde, d'une manière générale, ses clients afin qu'ils vérifient avec attention l'identité des interlocuteurs prétendant agir au nom et pour le compte des clients finaux, ainsi que la concordance de la branche d'activité de l'acheteur avec leur domaine d'activité. Il est donc prudent, avant d'entrer en relation, de vérifier la réalité de la transaction en prenant contact par exemple avec la société pour le compte de laquelle l'intermédiaire prétend agir.

### Direction du recouvrement, Coface

- la répartition des créanciers en classes homogènes selon la nature de leur droit et le traitement différencié des créanciers appartenant aux diverses classes, en dérogation à la règle de traitement égalitaire "par *conditio creditorum*".

Cette disposition permet au débiteur de mieux cadrer son activité, selon la priorité accordée à ses fournisseurs.

Le tribunal examine les bilans financiers présentés à l'appui de la requête et le rapport établi par un professionnel attestant de la conformité des données financières, puis peut déclarer ouverte la procédure de concordat préventif.

Le tribunal désigne alors un juge (*giudice*) et un commissaire judiciaire (*commissario giudiziale*) avec mission de contrôler les actes de gestion du débiteur. En effet, ce dernier conserve l'administration de ses biens et poursuit son activité commerciale, sous contrôle judiciaire.

Le commissaire judiciaire dresse l'inventaire des actifs, établit un rapport sur les difficultés présentes et donne son avis sur les propositions concordataires.

Le concordat est approuvé s'il comporte un vote favorable des créanciers qui représente la majorité des créances admises au vote. Si ont été formées diverses classes de créanciers, le concordat préventif est approuvé s'il obtient un vote favorable de la majorité des classes de créanciers.

Les créanciers privilégiés n'ont pas droit de vote, sauf à renoncer à leur droit de préemption. Si un créancier appartenant à une classe dissidente conteste le contenu de la proposition concordataire, le tribunal peut homologuer le concordat s'il relève que ce créancier pourra être désintéressé par le concordat de façon au moins égale face à une solution alternative ou à une faillite (système du «cram down» américain).

L'homologation du concordat doit intervenir dans les 6 mois de la demande de concordat.

### → Les accords de restructuration de dettes / accordi di ristrutturazione dei debiti (article 182-bis).

L'entrepreneur, en état de crise, peut demander avec la déclaration et les documents justificatifs, l'homologation d'un accord de restructuration

des dettes négocié librement avec ses créanciers représentant au moins 60 % des créances, accompagné d'un rapport rédigé par un expert sur la faisabilité d'exécution dudit accord.

Une mention particulière est requise quant à la capacité à assurer la régularité des paiements aux créanciers qui n'ont pas pris part au vote. L'accord est publié au registre des sociétés (*registro delle imprese*) et dans les 60 jours suivants de cette publication, aucune procédure conservatoire ni aucune procédure d'exécution ne peuvent être engagées ou poursuivies.

En revanche, les créanciers et tous tiers intéressés peuvent former opposition dans les 30 jours de cette publication. Le tribunal, après examen des oppositions, procède à l'homologation en chambre du conseil.

Cette solution inédite, en complément du concordat préventif, par un simple contrôle du tribunal, offre un autre moyen à l'entreprise de réduire son passif et de se réorganiser par une négociation extra judiciaire avec ses créanciers, bordée par le rapport d'un expert. Ce procédé commence à devenir plus fréquent.

En conclusion, selon les statistiques disponibles de 2008, soit après la mise en jeu de la réforme législative, on a dénombré 7 238 faillites, avec quasiment un triplement du nombre de «concordato preventivo» passant à 300 demandes environ, même si ce chiffre encourageant est encore modeste au regard du nombre de faillites enregistrées.

Avec la crise actuelle, l'estimation s'élève à 11 000 faillites en 2010 et à plus d'un millier de concordato preventivo<sup>(1)</sup>.



**Jean-François Rondet**  
Direction information et  
contentieux Groupe, Coface

(1) source Cerved.

# Créer une entreprise : un formulaire unique

Depuis 2010, les procédures administratives ont été allégées, en Italie, pour la création de sociétés commerciales par des investisseurs étrangers.

Les investisseurs étrangers, qui souhaitent créer une entreprise en Italie, ne peuvent le faire que s'il y a réciprocité : il faut un droit équivalent accordé aux investisseurs italiens opérant dans le pays d'origine de l'investisseur étranger. La «vérification de réciprocité» n'est pas nécessaire si l'investisseur étranger est un ressortissant d'un pays membre de l'Union européenne ou de l'Espace économique européen (Islande, Liechtenstein et Norvège), d'un État avec lequel l'Italie a conclu un accord international spécifique, ou s'il bénéficie d'un statut d'apatride ou de réfugié.

Par «lancement d'une activité entrepreneuriale» par un étranger en Italie, on entend : création d'une entreprise individuelle, création d'une société italienne ou encore ouverture d'une succursale, d'une filiale ou d'un bureau de représentation d'une société étrangère.

## Inscription au registre des entreprises ou au répertoire économique et administratif

L'inscription au Registre des entreprises (Registro delle Imprese) est obligatoire pour les entreprises créées en Italie par une personne physique ou morale étrangère et pour les succursales de sociétés étrangères.

En revanche, l'inscription au Répertoire économique et administratif (Repertorio economico e amministrativo / REA) est obligatoire pour les entreprises individuelles créées par un investisseur étranger, les succursales de sociétés étrangères et les bureaux de représentation de sociétés étrangères.

Ces registres sont tenus à la Chambre de commerce, d'industrie, de l'artisanat et de l'agriculture du lieu d'implantation de l'entreprise, de la succursale, de l'entreprise individuelle, de la filiale ou du bureau de représentation.

## Un formulaire unique

Depuis maintenant plus d'un an, il est possible de créer une entreprise au moyen d'un seul formulaire appelé «Comunicazione Unica» qui peut être envoyé, sous forme électronique, au Registre des entreprises ou au REA.

Ce formulaire unique doit indiquer l'ensemble des caractéristiques de l'entreprise qui va être créée et fournir tous les renseignements pertinents à des fins fiscales, de sécurité sociale et d'assurance. Ces informations seront ensuite envoyées automatiquement à l'Agenzia delle Entrate / Centre des impôts (pour l'octroi du code fiscal et du numéro de TVA), à l'Istituto Nazionale contro gli Infortuni sul Lavoro (pour les questions d'assurance) et à l'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale (pour l'inscription des salariés ou des travailleurs indépendants).

L'investisseur peut soumettre ce formulaire unique directement, à condition d'être en possession d'un dispositif de «signature numérique» (comme la Carta Nazionale dei Servizi ou la Carta Regionale dei Servizi), des références du service de Telecompay (qui peuvent être obtenues sur <http://starweb.infocamere.it/starweb/index.jsp>), du logiciel nécessaire pour soumettre les dossiers (qui peut être téléchargé sur <http://www.registroimprese.it>) et d'une adresse électronique certifiée (émise par l'un des prestataires figurant sur la liste publiée sur [http://www.digitpa.gov.it/pec\\_elenco\\_gestori/](http://www.digitpa.gov.it/pec_elenco_gestori/)).

Le formulaire unique est soumis à une série de vérifications. Si tout est en ordre, l'enregistrement est immédiat et le système délivre un récépissé qui autorise le commencement de l'activité.

## Sociétés de personnes et sociétés de capitaux

En Italie, le droit des entreprises fait une distinction entre deux groupes de sociétés commerciales.

- Les sociétés de personnes sont caractérisées par la responsabilité indéfinie et solidaire des associés vis-à-vis des obligations engagées par la société, chaque associé faisant face à ces obligations avec l'ensemble de ses actifs présents et futurs ; une relation directe entre le statut d'associé et le pouvoir d'administration, chaque associé étant, de fait, également administrateur de la société ; et la non-cessibilité du statut d'associé, par acte entre vifs ou pour cause de décès, sauf avec l'accord des autres associés.
- Les sociétés de capitaux sont, quant à elles, caractérisées par une personnalité morale, indépendante de celle de ses membres ; l'avantage d'une responsabilité limitée de ses membres : chaque membre répond aux obligations de l'entreprise dans la limite des apports ou des actifs qu'il a investis ; une dissociation entre le statut de membre et le pouvoir d'administration, chaque membre n'étant pas, de fait, administrateur de la société et chaque administrateur de la société n'en étant pas nécessairement l'un des membres ; et la libre cessibilité du statut de membre, soit par acte entre vifs, soit pour cause de décès.

En Italie, les types de sociétés les plus répandus sont les società per azioni (sociétés par actions) et les società a responsabilità limitata (sociétés à responsabilité limitée). Toutes deux sont créées par acte constitutif, unilatéral s'il n'y a qu'un seul membre ou multilatéral en présence de plusieurs membres. Les statuts de la société, autrement dit l'ensemble de règles qui régissent ses activités, font partie intégrante de l'acte constitutif. Si les membres estiment qu'il est nécessaire de modifier ces règles au fil des années, seuls les statuts devront être modifiés, l'acte constitutif demeurant inchangé.

## Società per azioni (S.p.A)

Il s'agit du principal type de société. Le capital social, qui ne peut être inférieur à 120 000 euros, est représenté par des actions (azioni). Le montant du capital est déterminé au moment de la formation de la S.p.A. ; en présence de plusieurs membres fondateurs, chacun souscrit une part (qui peut également être variable) du capital social.

• **Assemblée des actionnaires** (assemblea dei soci) : il s'agit de l'organe souverain d'une società per azioni. C'est ici que s'exprime la volonté des actionnaires, qui est ensuite appliquée par l'organe administratif. L'assemblée des actionnaires prend ses décisions de manière collégiale ; les décisions prises légitimement lors de l'assemblée s'imposent à tous les actionnaires, y compris sur ceux qui n'étaient pas présents lors de l'assemblée ou qui ont voté contre la résolution adoptée, même si, dans certains cas spécifiques, ils sont autorisés à se retirer de la société selon les modalités prévues par la loi.

• **Organe administratif** : assure la gestion de la société. Dans le cadre de cette activité, il n'est pas lié par les décisions de l'assemblée des actionnaires, sauf pour les actes d'administration de la société dont la loi réserve expressément la compétence aux actionnaires. La composition et les fonctions de l'organe administratif dépendent du modèle de gouvernance d'entreprise adopté ; dans le cas le plus répandu, dit modèle «ordinaire», l'organe administratif se compose d'un seul administrateur ou d'un conseil d'administration (qui peut désigner un président ou un comité directeur parmi ses membres).

• **Organe de surveillance** : procède au contrôle comptable et surveille la gestion de la société, le seul contrôle comptable pouvant également être confié à un organisme extérieur à la société. Dans le cas le plus répandu (modèle «ordinaire»), la surveillance de la gestion est confiée à un collegio sindacale (collège de commissaires aux comptes) composé de 3 à 5 membres permanents (commissaires aux comptes permanents) et de 2 membres suppléants (commissaires aux comptes suppléants), tandis que le contrôle comptable, lorsqu'il n'est pas confié au collège de commissaires aux comptes, est effectué par un expert-comptable ou par un cabinet de commissaires aux comptes extérieurs.

## Società a responsabilità limitata (S.r.l)

La S.r.l. est un modèle de société nettement plus souple que la S.p.A. En fait, elle se caractérise par la grande liberté que la loi confère aux membres fondateurs dans l'établissement des caractéristiques, du fonctionnement et de l'organisation de l'entreprise, qui peuvent ainsi être adaptés à leurs besoins concrets.

Le capital social de la société, qui ne peut être inférieur à 10 000 euros, est divisé en parts (quote). Son montant est déterminé au moment de la formation de la S.r.l. et il doit être entièrement souscrit par l'unique membre ou par le groupe de membres qui souhaite créer la société. Dans le cas d'une società a responsabilità limitata (comme dans celui d'une società per azioni), s'il s'agit d'un groupe de membres fondateurs, ceux qui doivent payer la part souscrite sous forme de contribution monétaire ne sont pas tenus de payer le montant total de cette part et peuvent limiter ce paiement à 25 %, en s'engageant à verser le solde de 75 % à une date ultérieure, c'est-à-dire lorsque l'organe administratif de la société le demandera. Si, en revanche, la souscription se fait sous forme d'une contribution en nature ou de titres de crédits, il est obligatoire de payer l'intégralité de la part de capital souscrite. En présence d'un membre unique, celui-ci est contraint de payer l'intégralité du capital, quel que soit le type de contribution. Toute prime sur les actions doit être entièrement acquittée en toutes circonstances.

• **Assemblée des membres** : dans une società a responsabilità limitata, les membres peuvent prendre les décisions que leur réserve la loi ou l'acte constitutif, sous la forme collective traditionnelle. Toutefois, l'acte constitutif peut prévoir que ces décisions, sauf si elles concernent certains sujets, soient prises selon une méthode légale plus souple, soit par consultation, soit par consentement écrit.

• **Organe de gestion** : sauf mention contraire dans les statuts, l'administration de la société est confiée à un ou plusieurs membres nommés par décision de l'ensemble des membres. Une società a responsabilità limitata peut, par conséquent, être dirigée par un administrateur unique ou par un groupe d'administrateurs, auquel cas la société peut se trouver sous l'autorité d'un conseil d'administration, d'un dirigeant individuel ou d'une direction conjointe.

• **Organe de surveillance** : dans une società a responsabilità limitata, la surveillance de la gestion et le contrôle comptable sont confiés à un collège de commissaires aux comptes qui suit les mêmes procédures et formalités que celles susmentionnées pour la società per azioni. En revanche, la désignation d'un tel organe n'est pas obligatoire, sauf si certaines circonstances surviennent.

### Coface Italia

A partir d'extraits de  
«Doing Business in Italy»,  
Invitalia National Agency



# Globalliance Projects Cover

Vous êtes un fournisseur de biens d'équipement ou un prestataire de services. Le montant de vos contrats est compris entre 100 000 et 5 000 000 euros ! Coface lance, pour vous, une nouvelle garantie : Globalliance Projects Cover.

La vente de biens d'équipement ou de prestations de services nécessite souvent des durées d'exécution et de crédit plus longues que celles des opérations de commerce courant. La garantie doit donc être adaptée au risque que vous supportez et porter sur toute la durée de l'opération. Une garantie qui, une fois contractualisée, ne peut plus être interrompue.

## Globalliance Projects Cover

Globalliance Projects Cover c'est un contrat unique, couvrant les opérations que vous sélectionnez, et qui vous protège contre les risques que vous choisissez. C'est également le bénéfice des expertises conjuguées de Coface et d'Unistrat Coface, le spécialiste des garanties ponctuelles ou «Single Risks».

Pour répondre à ce besoin, Coface a imaginé pour vous Globalliance Projects Cover.

### → Trois risques couverts

Globalliance Projects Cover couvre les risques liés aux ventes de biens d'équipement ou de services : risques de fabrication, de crédit et d'appel de caution. Et la durée d'exécution peut aller jusqu'à trois ans.

### → Une garantie globale ou à la carte

Vous pouvez utiliser Globalliance Projects Cover de manière globale ou à la carte, en choisissant les risques que vous souhaitez garantir.

### → Une garantie irrévocable

Une fois accordée, la garantie est irrévocable jusqu'au paiement final.

### → Des promesses de garanties valables quatre mois

Autre point fort, Coface délivre pendant la phase de négociation commerciale une promesse de garantie valable quatre mois. Vous pouvez ainsi vous engager sereinement dans votre négociation avec votre client et intégrer le coût estimé de la prime dans votre offre commerciale. La garantie n'entrera en vigueur que lors de la prise d'effet du contrat entre votre client et vous.



Je vends des biens d'équipements ou des prestations de services.

J'ai un ensemble d'opérations ponctuelles à couvrir dans l'année.

Mes durées de contrat peuvent aller jusqu'à 3 ans et je dois les garantir.

Je veux que mon assureur-crédit s'engage sur des décisions fermes.

# Coface Services

Coface Services, filiale française de Coface spécialisée en information d'entreprise et gestion de créances, met à la disposition des entreprises des informations importantes sur la cartographie des groupes français. Son directeur de l'offre solutions data nous présente les grandes lignes.

## Dafsaliens, la référence en matière de liens financiers

Depuis plus de 45 ans, Dafsaliens est la référence en matière de liens financiers sur le marché français de l'information. Elle est la source la plus importante sur la cartographie des groupes et représente un savoir-faire reconnu en matière de collecte, gestion et diffusion de l'information. L'offre Dafsaliens tient aujourd'hui une place importante dans les solutions data de Coface Services.

Cette offre se positionne sur le marché de l'information financière et sur celui de l'information d'entreprise, en apportant une surveillance des grands groupes français, cotés ou non, et une analyse de leurs actionnaires et filiales. Grâce à son système unique de calcul, Dafsaliens permet d'appréhender les schémas mouvants des rapports entre les entreprises et d'identifier précisément qui détient le contrôle dans le schéma parfois complexe des rapports entre les entreprises. Sur 10 années d'historique, plus de 500 000 liens financiers actifs sont aujourd'hui mis à la disposition des clients Dafsaliens.

Cette information est accessible par l'intermédiaire de deux vecteurs. Le premier est l'interface web, [www.dafsaliens.fr](http://www.dafsaliens.fr), outil de consultation permettant d'avoir une vision complète de la base de données mise à jour en temps réel. Le second vecteur est off line avec la prestation de généalogie financière qui propose des fichiers sur mesure permettant de répondre à des besoins spécifiques d'alimentation de base de données de type risque, CRM ou marketing.



Par sa vision globale de la structure des groupes, Dafsaliens est plébiscité par toutes les fonctions de l'entreprise – directions financières, gestionnaires du risque crédit, acheteurs. Ses principaux clients sont les banques d'affaires ou les grands acteurs de la finance, les cabinets d'avocats ou de commissaires aux comptes, les fonds d'investissements...

Les ambitions affichées de Coface Services, plus précisément pour son offre Dafsaliens, tiennent toujours en deux mots : satisfaction client.

Cette politique passe obligatoirement par une écoute constructive des besoins clients et consécutivement par une forte capacité technique et humaine à faire évoluer l'offre. Ces derniers mois, cette évolution s'est concrètement traduite par une refonte graphique du site [www.dafsaliens.fr](http://www.dafsaliens.fr), proposant une navigation et un accès aux fonctionnalités plus fluide. Par ailleurs, une nouvelle prestation «Liens étroits» a été mise en ligne ; on appelle «Liens étroits», la situation dans laquelle deux sociétés sont liées par des liens capitalistiques selon un pourcentage défini, et ce, quelque soit leur rang dans un groupe. Ce module permet de répondre facilement à une recherche d'interconnexion capitalistique

entre deux groupes. Enfin, un club réunissant les clients utilisateurs des prestations Dafsaliens a été inauguré en mai 2011. Semestriel, ce club est avant tout un lieu d'échange et de partage de l'information, plus particulièrement en matière de liens capitalistiques, et plus généralement de l'information d'entreprise.

Cette politique c'est aujourd'hui, mais c'est aussi demain. A ce titre, les collaborateurs de Coface Services travaillent déjà à de nouvelles prestations qui viendront enrichir l'offre Dafsaliens d'ici à la fin de l'année pour certaines, en début d'année prochaine pour d'autres. Ces évolutions seront présentées en avant première aux clients Dafsaliens lors du club du 22 novembre prochain<sup>(1)</sup>.



**Thierry Bès**  
Responsable de l'offre solutions data, Coface Services

(1) Contact : Gloria Krief, tél. 01 47 52 41 32

# L'export des petites et moyennes entreprises : une priorité nationale

Coface participe activement aux mesures gouvernementales permettant aux TPE et aux PME/PMI/ETI de se développer à l'export : une charte nationale et ses déclinaisons régionales, des échanges d'informations entre partenaires, la création de guichets uniques, un nouveau produit assurance prospection simple et rapide. Cofamag fait le point des avancées dans ce domaine depuis le début de l'année.

Le 11 février à Paris, le Premier ministre François Fillon, Christine Lagarde (alors ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie) et le secrétaire d'Etat au commerce extérieur, Pierre Lellouche ont tenu les «rencontres de l'export» à Bercy auxquelles participaient les membres de l'Equipe de France de l'export (Coface, Oséo, Ubifrance, CCI, CCIR, Conseils régionaux). Ont été fixées à cette occasion les principales mesures à prendre pour promouvoir le développement international des PME/PMI.

La première mesure est prise dès le 1<sup>er</sup> avril. Les membres de l'Equipe signent un protocole pour créer le premier guichet unique à l'international en Auvergne, en présence

de Pierre Lellouche. C'est ainsi que la directrice régionale de Coface, Marie-Claire Sarliève vient de s'installer avec Ubifrance dans des bureaux communs au sein de la CCIR. Les PME/PMI de la région peuvent donc rencontrer au même endroit une partie de l'Equipe de France, ce qui facilite grandement toutes leurs démarches.

Le 6 juin suivant, la Direction générale du Trésor, la Direction générale des douanes, Ubifrance, Oséo et Coface signent une convention pour échanger de manière systématique des informations. L'idée est de mieux cibler, dans une base de données commune, les services et produits à apporter aux entreprises (en fonction de leurs

caractéristiques propres) pour se développer à l'international dans les meilleures conditions et en toute sécurité.

Le lendemain, Ubifrance, Oséo et Coface signent un accord pour regrouper leurs offres dans une brochure commune. C'est aujourd'hui chose faite. Pierre Lellouche a présenté le 11 octobre «les Clefs de l'export», une plaquette destinée aux PME/PMI reprenant à chaque étape d'une démarche internationale les produits qui leur sont proposés (disponible sur [Coface.fr](http://Coface.fr) – rubrique *garanties publiques*).

Enfin le 12 juillet, les partenaires de l'Equipe de France signent une «charte nationale de l'export». Tout en clarifiant le rôle de chaque partenaire, cette charte permet de développer entre eux des synergies au bénéfice des PME/PMI. Cette charte a vocation à être déclinée en région.

Cela est déjà le cas en Auvergne, Alsace, Lorraine, Rhône Alpes et, très bientôt, en Franche Comté, Bourgogne, Nord Pas de Calais, Poitou Charente, Aquitaine et Picardie. Elle prévoit également la création de guichets uniques destinés à regrouper sur un même lieu les signataires de la charte. Ceci permettra d'optimiser l'information aux entreprises et de leur offrir un service approprié et un suivi personnalisé, en fonction de leur taille et de leur potentiel de développement à l'export.

## Un nouveau département Coface pour développer les garanties publiques

Un nouveau département dédié au développement des garanties publiques a été mis en place le 1<sup>er</sup> août 2011 au sein de la direction des garanties publiques (DGP). Cette direction gère, pour le compte de l'Etat, des garanties destinées à encourager, soutenir et sécuriser les exportations et investissements français : assurance prospection, assurance caution et préfinancement -risque exportateur-, assurance change, assurance-crédit et assurance investissement.

L'équipe emmenée par Vincent Delmas est constituée d'un réseau de responsables du développement couvrant l'ensemble des régions françaises, avec l'appui d'experts dédiés au siège. Elle assurera la promotion et le développement de l'offre Coface (garanties publiques) auprès des entreprises, banques, CCI et autres partenaires. Et ceci, en étroite collaboration avec tous les acteurs régionaux du commerce extérieur.

L'accent sera particulièrement mis dans les prochains mois sur l'assurance prospection, afin d'atteindre l'ambitieux objectif fixé par le Premier ministre de 10 000 entreprises utilisatrices de cette procédure à fin 2012.

Le nouveau produit simplifié, l'assurance prospection premiers pas -A3P- (voir page 26), ainsi qu'une proposition en ligne assurance prospection (avant le dépôt de la demande), pour laquelle les entreprises pourront être assistées par une CCI ou une banque, participeront pleinement à la réalisation de cet objectif.



**Marie Danièle Bahisson**

Responsable des partenariats institutionnels de la direction des garanties publiques, Coface

# L'A3P, l'assurance prospection premiers pas

Coface lance, début 2012, un produit forfaitaire, très simplifié, au fonctionnement rapide et allégé. L'A3P s'adresse aux entreprises avec un chiffre d'affaires export inférieur à 200 000 €.

L'assurance prospection offre aux entreprises françaises, dont le chiffre d'affaires est de 500 M€ au plus, une prise en charge d'une quote-part des dépenses de prospection effectuées dans un pays ou un groupe de pays donnés. Les entreprises remboursent ces dépenses ainsi prises en charge dans un second temps, en fonction des recettes obtenues sur ce pays ou ce groupe de pays. Soutien financier, l'assurance prospection est une assurance en cas d'échec commercial de la prospection : si à l'issue de cette seconde période, les indemnités n'ont pu être remboursées à Coface ou l'ont été seulement partiellement du fait de l'insuffisance des recettes, le montant non remboursé reste définitivement acquis à l'entreprise.

C'est un produit largement plébiscité par les entreprises exportatrices. Cependant, si pour des entreprises démarrant à l'export les premières démarches ne mobilisent pas des budgets importants, le développement à l'international peut ne pas constituer une priorité pour elles et le coût peut être un frein les empêchant de franchir le pas.

Afin de favoriser le lancement à l'export d'un plus grand nombre d'entreprises, avec l'objectif affiché d'atteindre 10 000 à fin 2012, Coface a proposé à l'Etat la création d'un produit destiné aux TPE et PME débutant à l'export, annoncé par le Secrétaire d'Etat chargé du commerce extérieur lors des Assises de l'export qu'il a présidées le 11 octobre dernier à l'occasion du salon Classe Export.

Ce produit forfaitaire, très simplifié, au fonctionnement rapide et allégé, s'adressera aux entreprises françaises dont le chiffre d'affaires à l'exportation est de 200 000 € au plus, ou représente moins de 10% du chiffre d'affaires global. Contrairement à l'assurance prospection classique, l'entreprise n'aura pas besoin de faire pré-agréer un budget par Coface : seront prises en compte ses dépenses réelles dans la limite de 30 000 €. La liquidation de la garantie déclenchant le versement de l'indemnité interviendra très rapidement après l'envoi par l'entreprise de son relevé de dépenses à tout moment dans les 12 mois du démarrage du contrat. La prime n'aura

pas à être avancée. Sous déduction d'un faible montant forfaitaire versé à la signature du contrat, elle sera déduite de l'indemnité.

La demande sera faite en ligne et Coface s'engage à y répondre dans les 48 heures. L'entreprise pourra demander jusqu'à trois A3P sur des années différentes et solliciter une assurance prospection classique au-delà. Les jeunes entreprises pourront, comme les autres, bénéficier de ce produit dès lors qu'elles pourront produire un bilan fiscal au moins.

Cette nouvelle mesure devrait permettre à plusieurs centaines de TPE et PME de conquérir de nouveaux marchés.

Le produit sera disponible dans les premiers mois de 2012.



**Béatrice Tuffrau**  
Responsable stratégie, pilotage et affaires internationale de la direction des garanties publiques, Coface

## Souscrire une garantie d'assurance prospection en ligne

Les entreprises souhaitant souscrire une assurance prospection peuvent trouver des informations et une assistance pour remplir leur demande en ligne auprès des conseillers internationaux de leur CCI ou auprès de leur banque si celle-ci a signé une convention de partenariat avec Coface.

Lorsque le budget sollicité par l'entreprise ne dépasse pas 50 000 €, tant pour la première année qu'en budget annuel moyen (pour une action de prospection envisagée sur deux ou trois années), le conseiller international de la CCI ou de la banque peut obtenir par retour de Coface une proposition en ligne permettant à l'entreprise de décider si elle confirme sa demande ou non.

# Nouvelle tarification

L'offre de la direction des garanties publiques de Coface est composée d'une large gamme de produits, dont l'assurance-crédit export, soumise au respect de certaines règles OCDE. La tarification des risques de fabrication, de crédit et celle des cautions vient d'être modifiée.

## Pourquoi un Arrangement OCDE sur les crédits exports ?

Dans le cadre de l'arrangement OCDE sur les crédits exports, la première discipline de tarification commune, a été mise en place en 1999, le «paquet Knaepen». D'un point de vue pratique, ce «paquet Knaepen» classe les pays en sept catégories de risque et fixe des minimums de prime dans chaque catégorie pour les acheteurs souverains. Il a aussi établi un traitement distinct pour les pays à haut revenu de l'OCDE et ceux de la zone euro (classés automatiquement en catégorie 0), avec un principe : les primes perçues ne devaient pas être inférieures à celles en vigueur sur le marché privé.

Aucune règle n'avait été prévue pour fixer le niveau des primes pour les acheteurs non souverains, entraînant ainsi un risque potentiel de distorsion de concurrence.

## Une nouvelle discipline de tarification OCDE plus représentative de l'éventail des risques souverains et non-souverains

En 2008, un nouveau mandat a été donné au groupe d'experts prime de l'OCDE afin d'actualiser la discipline de tarification ; l'objectif étant de mieux prendre en compte l'expérience de paiement consolidée des agences participantes et la généralisation de l'analyse de la solvabilité des acheteurs non souverains au sein de celles-ci.

Les objectifs du nouveau paquet «Malzkun-Drysdale», conclu en février 2010 pour une mise en œuvre généralisée au 1<sup>er</sup> septembre 2011, peuvent être ainsi résumés :

- Amélioration de l'adéquation des primes aux risques,
  - par la prise en compte du risque non souverain et la fixation de taux de prime minimums différenciés selon l'appréciation du risque de crédit de ces acheteurs ;
  - par la modulation des primes en fonction de sûretés (atténuateurs de risques) ;
- Révision des primes souveraines ;
- Précision des références de marché en catégorie 0 afin de ne pas tarifier en dessous des conditions du marché privé ;

- Encouragement à l'application du paquet, amélioration de la transparence entre agences et renforcement de la discipline commune.

## Positionnement de Coface vis-à-vis du «Malzkun-Drysdale Package»

Le précédent système de tarification Coface se fondait sur les minimums de primes souveraines OCDE, puis intégrait déjà une surcharge commerciale, pour les acheteurs non-souverains, variable selon leur profil de risque. Les modalités de tarification détaillées dans le nouvel accord de prime ont donc corroboré la pratique existante. Ainsi, la nouvelle tarification Coface du risque de crédit a logiquement pris comme référence les taux de prime minimums tels que définis dans le «Malzkun-Drysdale Package».

Le cœur de la nouvelle discipline de tarification réside dans la matrice OCDE qui permet d'affecter les acheteurs aux catégories de tarification, selon un processus simple. Les acheteurs publics non souverains et les acheteurs privés sont affectés dans une catégorie de tarification selon le croisement entre leur notation moyen terme et la catégorie pays OCDE du pays d'importation. Les acheteurs souverains et assimilés souverains sont automatiquement affectés en catégorie «SOV/CCO».

Le nouveau paquet de prime prévoit aussi une classification exceptionnelle «Meilleur Que Souverain», ouverte normalement, selon les termes de l'accord, aux débiteurs privés bénéficiant d'un profil de crédit exceptionnellement solide et à même de faire face à leurs obligations de paiement en cas de crise de la dette souveraine ou de défaut souverain. De fait, cette classification demeure rare et assujettie au respect de conditionnalités fortes.

## Vers une transparence et une discipline commune renforcées

D'un point de vue plus général, le nouvel accord de prime a accru les exigences de transparence entre agences de crédit export (ACE). Il a, par ailleurs, renforcé la discipline commune en termes de tarification, particulièrement pour les acheteurs non-souverains en répondant ainsi à la problématique de l'augmentation constatée des encours de crédit non-souverains dans le portefeuille des ACE.

C'est, pour nos exportateurs, la garantie de se voir proposer une offre de financement identique à celle de concurrents étrangers, dès lors que l'appréciation du risque de l'acheteur par les ACE est similaire ; et par le biais de la référence aux notes d'agences notamment (matrice de tarification exprimée en échelle S&P et Moody's), la garantie d'une meilleure communication entre agences.

## Ce qu'il en est de la tarification du risque en période d'exécution du contrat et des cautions

Si la refonte de la tarification du risque de crédit découle de l'adoption d'une nouvelle discipline de prime qui s'impose à l'ensemble des membres de l'OCDE, les modifications entrées en vigueur pour les tarifications du risque de fabrication et des cautions relèvent d'une volonté de Coface d'harmoniser son système de primes tout en offrant une meilleure lisibilité pour ses assurés ; ainsi que, pour les cautions, de la nécessité de tenir compte de l'augmentation de la durée moyenne de celles-ci.

Le mode de calcul de prime et la matrice de tarification du risque de fabrication ont donc été calqués sur ceux du risque de crédit (de même pour les cautions), tout en maintenant des niveaux de prime relativement stables en risque de fabrication. Pour les cautions, les nouveaux taux de prime prennent donc en compte la durée de validité de la caution. En fonction de sa notation et de la catégorie OCDE du pays d'importation, un acheteur relèvera donc d'une même catégorie de prime (CC3 par exemple) qu'il s'assure en risque de crédit, en risque de fabrication ou en caution, étant entendu que les coefficients du calcul de prime, et donc les taux de prime appliqués, varieront selon le produit d'assurance choisi.



**Mathieu Artiguenave**  
Expert en notation  
à la direction des  
garanties publiques,  
Coface

### Colloques Coface Risque Pays 2012

Le prochain Colloque Risque Pays de Coface se tiendra le **lundi 16 janvier 2012** au Carrousel du Louvre, à Paris.

Si vous souhaitez des informations au sujet de cet événement, consultez : [www.colloque.coface.fr](http://www.colloque.coface.fr) (site dédié à partir duquel vous pouvez vous inscrire) ou écrivez-nous à : [conference@coface.com](mailto:conference@coface.com)

D'autres colloques sur le risque pays seront organisés en 2012 à l'étranger. Les dates suivantes sont d'ores et déjà fixées : le **10 mai 2012** à New-York, le **26 septembre 2012** à Bucarest et le **20 novembre 2012** à Mayence.

### Manifestations auxquelles Coface participe

#### 29 novembre 2011

LES CLÉS DE L'INTERNATIONAL - 6<sup>e</sup> ÉDITION

Rendez-vous des entreprises franc-comtoises pour découvrir les stratégies et solutions opérationnelles à l'international

- *Maison de l'Economie et CCIT du Doubs (Besançon)*

#### 29 et 30 novembre 2011

SALON INTERNATIONAL CLASSE EXPORT

Rendez-vous clés pour toute entreprise, débutante ou experte, qui se lance dans l'aventure internationale.

- *Eurexpo à Lyon*

#### 30 novembre 2011

FAITES DE L'INTERNATIONAL !

30 novembre au 6 décembre - 4<sup>e</sup> édition régionale

Rendez-vous annuel des PME de la région pour rencontrer les principaux experts de l'exportation

- *Dans toutes les CCI d'Ile-de-France*

#### 5 au 9 décembre 2011

JOURNÉE DE L'INTERNATIONAL

Portes ouvertes, conférences, rencontres personnalisées, etc.

- *Normandie*

#### 7 décembre 2011

SALON FINANCIUM 2011 (DFCG)

A cette occasion, Coface organise en partenariat avec la DFCG (Association nationale des directeurs financiers et de contrôle de gestion) une conférence sur l'identification et la maîtrise des risques.

- *Pavillon d'Armenonville, Paris*

*Pour plus d'informations, contacter :*

*Véronique Lemaître*

*Tél : 01 49 02 24 02*

*Mail : [veronique\\_lemaitre@coface.com](mailto:veronique_lemaitre@coface.com)*