



## Argentine

Source : « GEOATLAS.com ® 2009 © Graphi-Ogre »

### Données générales

**Superficie** : 2 780 400 km<sup>2</sup>

**Capitale** : Buenos Aires

**Monnaie** : Peso argentin (ARS)

**Langue** : Espagnol

**Population** : 40 091 359 habitants (recensement de 2010)

#### Démographie :

- Âge moyen : 30 ans
- Population de plus de 65 ans : 10,8 %
- Accroissement naturel : 1‰
- Taux de fécondité : 2,36 enfants par femme
- Espérance de vie moyenne : 75 ans

#### Infrastructures

- Routes : 400 000 km
- Voies ferrées : 21 000 km utilisées
- Téléphones portables : 40 M
- Taux de pénétration d'Internet : 65 % de la population

### Données politiques

#### Type de régime

- République de type présidentielle
- Mandat présidentiel : 4 ans renouvelable une fois consécutivement
- Casa Rosada : siège du pouvoir exécutif
- Congreso de la Nación : siège du pouvoir législatif
- Cour suprême de Justice de la Nation Argentine : siège du pouvoir judiciaire

#### Les dernières et prochaines élections

Dernières élections : 28 juin 2009 (législatives partielles, revers pour la majorité)

Prochaines élections : 1<sup>er</sup> tour le 23 octobre 2011 et 2<sup>nd</sup> tour le 20 novembre 2011 (présidentielles, C. Kirchner favorite)

#### Les principaux dirigeants :

##### Titre et noms des principaux dirigeants

Président : Cristina Fernández de Kirchner

Vice-président : Julio Cobos

Chef du cabinet des ministres : Aníbal Fernández

Ministre des Affaires étrangères et du Commerce extérieur : Héctor Timerman

Ministre de l'Économie et des Finances publiques : Amado Boudou

## Date de leur entrée en fonction

|                                  |                  |
|----------------------------------|------------------|
| Cristina Fernández de Kirchner : | 10 décembre 2007 |
| Julio Cobos :                    | 10 décembre 2007 |
| Aníbal Fernández :               | 8 juillet 2009   |
| Héctor Timerman :                | 22 juin 2010     |
| Amado Boudou :                   | 8 juillet 2009   |

## Données économiques en 2010

### Principaux indicateurs économiques

| Indicateurs                | Argentine                    | France            |
|----------------------------|------------------------------|-------------------|
| PIB (Mds USD)              | 351                          | 1 855 Mds EUR     |
| Déficit public en % du PIB | + 0,2                        | -                 |
| Dette publique en % du PIB | 47,1                         | 81,5 % (3° trim.) |
| PIB par habitant (USD)     | 8755                         | 24 418 EUR        |
| Taux de croissance %       | 8,5                          | 1,5 %             |
| Taux d'inflation %         | 11 % (officiel) 25 % (privé) | 1,8 %             |
| Taux de chômage %          | 7,3                          | 9,3 %             |

Sources : Commission européenne, INSEE, Banque mondiale, FMI, SER de Buenos Aires.

### Situation économique du pays

Après la grave crise de 2001-2002, l'amélioration des termes de l'échange, la dévaluation de 2002, la flambée des cours des matières premières, en particulier du soja, et la redistribution budgétaire ont permis le retour à une croissance vigoureuse et stable à partir de 2003 : 6,5 % sur les 4 dernières années (incluant 2009 où la croissance a été officiellement inférieure à 1 %).

L'excédent commercial confortable, l'augmentation des recettes fiscales « tirées » par l'exportation de produits primaires et l'allègement considérable du poids et du coût de la dette externe ont conduit à la constitution, depuis 2003 des deux « excédents jumeaux », des paiements courants et du budget de l'État.

Mais des difficultés subsistent : un environnement juridique et institutionnel souvent incertain, les réticences des investisseurs privés étrangers à s'engager à long terme, la dépendance des exportations vis-à-vis d'un nombre restreint de produits agro-industriels (soja).

L'économie argentine connaît en 2010 un des plus forts taux de croissance de l'Amérique latine (8,5 % du PIB), avec le Paraguay (11 %) et l'Uruguay (8,2 %), nettement supérieur à la moyenne du sous-continent (6 %) et s'affirme comme la 3<sup>e</sup> puissance d'Amérique latine avec un PIB de 350 milliards de dollars, supérieur de 30 % à celui de la Colombie et de 85 % du Chili. Avec un PIB de 8 755 USD/habitant, l'Argentine arrive en quatrième position, derrière l'Uruguay, le Chili et le Brésil, tous trois au-dessus de 10 000 USD. En 8 ans, le taux de chômage a baissé de plus de la moitié, à moins de 8 %.

## Situation financière du pays

Après avoir remboursé le FMI et restructuré l'essentiel de sa dette privée, le gouvernement affiche aujourd'hui clairement sa volonté de régler la dette souveraine au Club de Paris (6 Mds USD selon les chiffres argentins, hors intérêts de retard et pénalités), actuellement en défaut. Le règlement de cette dette conditionne le retour en Argentine des agences de crédit export occidentales. À noter également, qu'une demi-douzaine de sociétés françaises, qui ont investi en Argentine, sont en contentieux avec l'État argentin au CIRDI (Centre international de règlement des différends portant sur l'Investissement, instance dépendant de la Banque mondiale et dont l'intervention est prévue en cas de litige dans la plupart des traités de protection et de promotion réciproque des investissements signés par l'Argentine avec les grands pays investisseurs, dont la France) pour un montant global de « *claims* » d'environ 4 Mds USD. Le total des contentieux avec l'Argentine auprès du CIRDI s'élève à environ 15 Mds USD.

Les autorités se sont tournées vers l'épargne publique en faisant appel aux contributions de la Banque centrale, de la DGI et en particulier de la Sécurité sociale (organismes publics dotés d'autonomie financière) pour se financer. D'autres financements arrivent en complément, notamment ceux apportés par le Brésil (via la BNDES) ou encore la Chine.

L'encours de la dette argentine est très supportable, même si le pays demeure en marge de la communauté financière internationale. Le ratio dette/PIB (47,1 % fin 2010) a diminué grâce à la croissance du PIB et à une quasi stabilisation de la dette en valeur absolue.

## Accords politiques, juridiques et multilatéraux

**OMC** : membre fondateur

**Mercosur** : membre fondateur

**Convention bilatérale de non double imposition** et prévention de l'évasion fiscale en matière d'impôts sur le revenu et sur la fortune : signature le 4 avril 1979 entre le gouvernement de la République française et le gouvernement de la République argentine, modifiée par le décret du 15 août 2001 avec une entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2007, n° 2007-1453.

**Accord de protection des investissements** entre la France et l'Argentine.

## Commerce extérieur en 2010

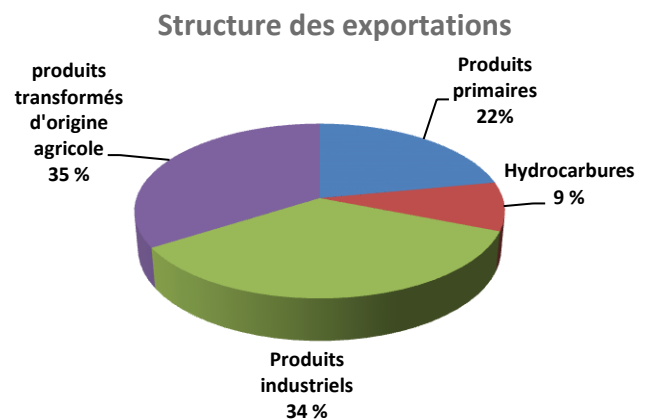
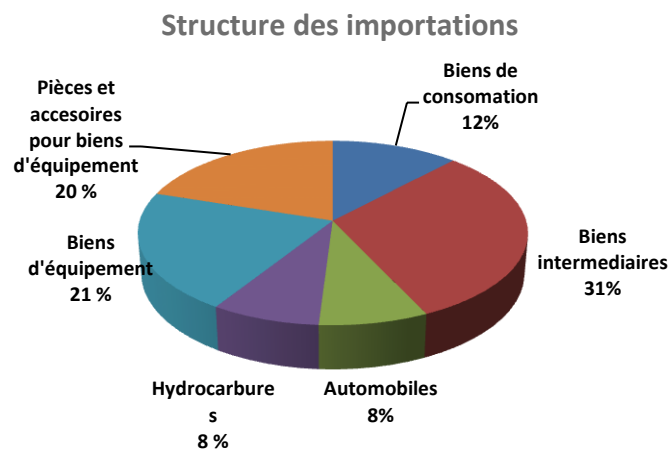
### État des lieux du commerce extérieur argentin

**Importations** : 56,4 Mds USD (+ 46 %)

**Exportations** : 68,5 Mds USD (+ 23 %)

**Poids de la France dans les importations de l'Argentine** : 2,78 % (6<sup>e</sup> place)

**Poids de la France dans les exportations de l'Argentine** : 0,71 % (32<sup>e</sup> place)



Depuis 10 ans, les grands émergents (la Chine et surtout le Brésil), devenus des partenaires commerciaux majeurs de l'Argentine, ont fait reculer la part de marché de la totalité des pays développés, à l'exception de l'Allemagne, stabilisée à une part de 5-6 %. La France est le 2<sup>d</sup> fournisseur européen après l'Allemagne et reste le 6<sup>e</sup> fournisseur au total.

## État des lieux du commerce bilatéral France-Argentine

**Importations françaises : 559 M EUR (+ 10 %)**

**Exportations françaises : 1,032 Md EUR (+ 50 %)**

**Poids de l'Argentine dans les importations françaises : 0,0012 %, 64<sup>e</sup> fournisseur, perte de 3 places**

**Poids de l'Argentine dans les exportations françaises : 0,0268 %, 48<sup>e</sup> client, soit gain de 9 places**

Le volume des échanges franco-argentins atteint près de 1,6 Md EUR, en progression d'un tiers par rapport à 2009, il est vrai particulièrement difficile (l'année 2009 avait été marquée par un recul de près de moitié de notre commerce bilatéral).

Nos ventes à l'Argentine, légèrement supérieures à 1 milliard d'euros (+ 50 %) progressent nettement plus vite que nos achats (+ 10 %). Du coup, notre solde bilatéral, structurellement excédentaire en notre faveur depuis le début de « l'ère Kirchner » fait un bond de 300 M à 473 M euros. La structure de notre commerce est d'ailleurs assez typée : nous n'achetons aux Argentins pratiquement que des produits alimentaires peu ou pas transformés, alors que nos ventes sont liées pour 40 % à l'industrie automobile (voitures et pièces), le reste se répartissant également entre biens d'équipement et produits intermédiaires. Nos ventes de produits de luxe et de biens de consommation (alimentaires ou non) représentent moins de 10 % du total.

Le bon résultat de nos exportations en 2010 (qui s'est traduit par un bond de notre part de marché de 2,3 % à 3 %) ne doit pas occulter le fait que nous n'avons pas retrouvé, en euros courants, les niveaux records enregistrés sous l'« ère Menem » : 1,5 Md euros en 1998.

En Amérique latine, l'Argentine est le 3<sup>e</sup> client de la France : elle nous achète 3 fois moins que le Brésil et moitié moins que le Mexique, mais deux fois plus le Chili ou la Colombie. L'Argentine est notre 4<sup>e</sup> solde excédentaire sur la zone avec 560 M EUR, derrière les Bahamas, le Mexique et Panama. Au niveau mondial, l'Argentine est devenue notre 23<sup>e</sup> excédent (gain de 40 places).

## Les secteurs porteurs et la présence française

| Secteurs                             | Part de marché de la France |
|--------------------------------------|-----------------------------|
| 1 <b>Distribution</b>                | 33 %                        |
| 2 <b>Automobile</b>                  | 33 %                        |
| 3 <b>Énergie (production de gaz)</b> | 24 %                        |
| 4 <b>Secteur vinicole</b>            | 15 %                        |

Sources : Ubifrance, ADEFA, Secretaria de Energia.

La présence française est très diversifiée. Plus de 200 sociétés sont implantées, soit par des filiales ou des distributeurs. Beaucoup de grands noms de l'agroalimentaire sont présents : Louis-Dreyfus, Danone, Bongrain, Bonduelle, Pernod-Ricard, Moët Hennessy, Lesaffre... Tout comme l'automobile (PSA, Renault, Faurecia, Valeo...), l'énergie (Total...), les transports (Alstom), les services informatiques et télécommunications (Sofrecom, Cap Gemini, Atos, Dassault Systèmes, Alcatel-Lucent...), le tourisme et hôtels (Accor), la distribution (Carrefour, Casino), la santé (Sanofi-Aventis, Servier) et les cosmétiques (L'Oréal, Pierre Fabre)... Les PME-PMI sont également représentées, mais encore modérément.

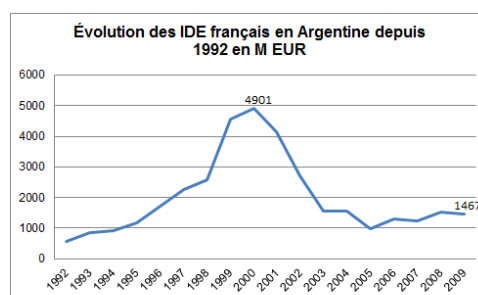
Pour les secteurs porteurs, il convient de privilégier le marché des biens intermédiaires (intrants) et biens d'équipement (pour l'agroalimentaire, l'automobile, le nucléaire et le spatial). Le marché des biens de consommation (intéressant par sa taille et le pouvoir d'achat des Argentins) est plus difficile d'accès par les barrières qui parfois peuvent apparaître en particulier (mais pas seulement) si le produit importé entre en concurrence directe avec un produit fabriqué localement. Cependant des niches peuvent exister. En cas de barrières, l'investissement soit en direct, soit en partenariat, doit être privilégié, en s'entourant des conseils nécessaires, tout en restant vigilant. Les services (finances, assurances, professions libérales, bien-être de la personne...) et les logiciels sont également porteurs, car ils allient une main-d'œuvre bien formée et encore relativement peu chère et parfois une législation attractive (logiciels).

## Les investissements

|             | IDE français en Argentine | IDE argentins en France |
|-------------|---------------------------|-------------------------|
|             | (M EUR)                   |                         |
| <b>2006</b> | 1 296                     | 50                      |
| <b>2007</b> | 1 230                     | 81                      |
| <b>2008</b> | 1 530                     | 106                     |
| <b>2009</b> | 1 467                     | 33                      |

Source : Banque de France

La France se situe en 6<sup>e</sup> position des pays investisseurs en Argentine. La tendance est à la reprise après les forts investissements des années 1990 et la chute consécutive à la crise de 2001, mais, cette fois, avec prudence. Notre stock de capital s'est remis à augmenter (lentement) à partir de 2006, à 3,5 Mds USD aujourd'hui. Rien n'est plus aléatoire que la « nationalité » d'un investissement. Au-delà des chiffres globaux, il faut s'intéresser aux comportements des entreprises, en particulier, dans la période récente.



Source : Banque de France

En 2010, seulement :

- Air Liquide a doublé sa capacité de production ;
- PSA et Renault ont annoncé eux aussi un doublement à l'horizon 2012, de leur production qui est essentiellement destinée aux marchés argentin et brésilien ;
- Bongrain a pris le contrôle complet de Milkaut, une des principales coopérative laitière argentine, dans laquelle il détenait déjà une part de 40 % ;
- Louis Dreyfus annonce des investissements de près de 300 M EUR sur les 4 ans à venir (biodiesel, traitement du soja, installations portuaires...) ;
- Danone (eau, produits laitiers), Sanofi Aventis et Sanofi Pasteur, Schneider, Lesaffre, Moët-Hennessy... investissent en capacités de production supplémentaires pour répondre à un accroissement de la demande de près de 10 % par an ;
- Total reste *leader* dans l'exploitaitoin du gaz ;
- de jeunes entrepreneurs français, attirés par Buenos Aires, ville cosmopolite et de création, viennent y constituer (ou y délocaliser...) des entreprises dans l'Internet, les logiciels, les jeux video. Certains des « grandes » du secteur (Atos Origin, Cap Gemini, Sofrecom, Dassault System...) continuent de s'y développer ;
- dans les services, Carrefour (*leader* avec 30 % du marché argentin) et Casino (3 % du marché, surtout implanté en province) ouvrent environ 15 nouveaux établissements chaque année. Bureau Veritas, encore relativement concentré sur le maritime et le nucléaire, a bien l'intention de couvrir l'ensemble des activités productives argentines.

## Environnement des affaires et conseils pratiques

### Les usages du pays

L'Argentine étant un pays d'immigration européenne – d'origine espagnole et italienne surtout – les us et coutumes y sont proches de ceux qu'on observe en Europe en matière de relations commerciales et d'affaires. Les différences culturelles ne sont pas majeures et il est aisé de s'y adapter. Quelques précautions sont nécessaires toutefois : il est recommandé d'arriver à l'heure à un rendez-vous d'affaires, même si la ponctualité peut faire défaut chez votre interlocuteur. L'entretien commence toujours par l'échange de cartes de visite, rédigées en espagnol si possible. L'entretien se déroule généralement en espagnol, parfois en anglais, rarement en français.

Il est par ailleurs conseillé d'appeler votre interlocuteur par la civilité indiquée sur la carte de visite, soit *Doctor*, *Licenciado*, *Contador*, *Arquitecto*, etc.

### Les pratiques commerciales du pays

La recherche de confiance, de la sécurité et la notion de « réseau » revêtent une importance aigüe. Connaître la « bonne » personne, être recommandé ou mis en contact, sont des points clés. Bien s'entourer ou s'associer à un groupement ou à un commerce existant peut ouvrir beaucoup de portes et faire gagner du temps. L'italien, le français et l'anglais sont pratiqués par une certaine élite, mais parler la langue reste indispensable.

La fidélité client-fournisseur est cruciale, mais pas à n'importe quel prix. Si l'acheteur argentin peut vous apparaître, par son comportement, comme un bon ami, il reste très direct pour les prix. La préférence nationale a ses limites, et il sait exploiter la compétition, notamment celle de l'extérieur, croissante.

L'Argentin semble accorder de la valeur à la parole donnée, mais, paradoxalement, un engagement ferme et clair peut être difficile à obtenir. Se réservant littéralement jusqu'à la dernière minute la possibilité de tirer le meilleur de la situation, la finalisation d'un accord écrit peut être difficile.

Avec une législation complexe et changeante (mais qui est de droit écrit, inspirée du droit français et allemand) et un système administratif tout aussi complexe, la légalisation d'un certain nombre d'actes reste difficile et « chronophage ». Importations et exportations sont complexes et conditionnées. Tout n'est pas possible. Deux acteurs clés incontournables: un transitaire et un avocat...de confiance et performants. La notion de temps et notamment celle du respect des dates et des horaires reste un élément difficile à appréhender pour une entreprise française.

## Modes de règlement

### *Le chèque*

Du fait de réglementations différentes de ce qu'elles sont en France, le règlement par chèque de vos exportations est un moyen de paiement à éviter. Évitez aussi le paiement par chèque de banque.

### *Le virement bancaire international*

Le virement SWIFT constitue le moyen le plus rapide et le moins coûteux. Il s'appuie sur le réseau électronique interbancaire SWIFT, auquel sont affiliées plusieurs milliers de banques dans le monde.

### *L'effet de commerce*

Comme pour le chèque, il est nécessaire de se renseigner sur les réglementations nationales spécifiques attachées à ce moyen de paiement, souvent différentes de la réglementation française. Pour présenter une meilleure garantie, l'effet de commerce doit être avalisé par une banque.

### *La remise documentaire*

La remise documentaire consiste pour l'exportateur à confier à sa banque les documents commerciaux et financiers, avec mandat de les faire remettre par une banque à l'acheteur contre paiement comptant ou engagement de payer à une échéance donnée. Elle offre l'avantage de la simplicité, mais ne constitue pas une garantie de paiement et suppose donc une relative confiance envers votre acheteur.

### *Le crédit documentaire*

Le crédit documentaire est un engagement écrit pris par une banque à la demande de votre acheteur ou de vous-même lorsque vous agissez à l'import, de vous payer ou de payer un montant déterminé contre remise, dans un délai fixé, des documents conformes prévus à l'ouverture du crédit documentaire.

La différence essentielle entre la remise documentaire et le crédit documentaire réside dans le fait que la remise documentaire ne comporte aucun engagement de paiement d'une ou plusieurs banques.

Le crédit documentaire fait intervenir quatre participants :

- l'acheteur, ou donneur d'ordre ;
- la banque émettrice, banque de l'acheteur ;
- la banque notificatrice, généralement banque du vendeur ;
- le vendeur, ou bénéficiaire.

Cette technique occupe une place de choix parmi les paiements internationaux. Elle offre la meilleure sécurité et sa mise en œuvre répond à des règles uniformes dans tous les pays – règles précisées dans la brochure n° 500 de la Chambre de commerce internationale, applicables depuis 1994.

Les principaux types de crédits documentaires :

- le crédit documentaire **révocable** permet à la banque émettrice de le modifier ou de l'annuler à son gré sans avoir à aviser préalablement le bénéficiaire. C'est une formule très peu utilisée ;
- le crédit documentaire **irrévocable** comporte un engagement ferme donné en faveur du vendeur par la banque émettrice agissant sur instruction de l'acheteur d'exécuter le paiement sous la réserve de la remise des documents conformes. Il ne peut être annulé ou modifié sans l'accord de toutes les parties intéressées ;
- le crédit documentaire **irrévocable et confirmé** ajoute à l'engagement de la banque émettrice celui de votre propre banque (confirmation).

Les différents modes de réalisation du crédit documentaire :

- par **paiement à vue** : la banque émettrice paye les documents conformes dès leur présentation par l'acheteur ;
- par **paiement différé** : dans ce cas la banque émettrice paye les documents conformes au terme d'un certain délai (par exemple 90 jours). Le délai n'est pas matérialisé par une traite mais le vendeur dispose de l'engagement de paiement à l'échéance de la banque émettrice et éventuellement de la banque confirmatrice ;
- par **acceptation** : il s'agit d'un paiement différé avec émission d'un effet soit sur la banque émettrice, soit sur la banque confirmatrice, soit sur une banque tierce. Le bénéficiaire peut demander l'escompte de cet effet auprès de sa banque ;
- par **négociation** : permet le paiement « d'avance » par la banque négociatrice des documents. La banque émettrice, à réception des documents, paiera la banque négociatrice.

Les crédits documentaires spéciaux :

- le « **crédit documentaire revolving** » permet dans le cas d'un courant d'affaires régulier le renouvellement automatique dans les conditions préalablement négociées ;
- le « **crédit documentaire transférable** » peut être transféré partiellement ou totalement en faveur d'un ou plusieurs bénéficiaires secondaires, fournisseurs réels de la marchandise ;
- le « **crédit documentaire adossé** » ou « **back to back** » se substitue au crédit transférable si cette modalité n'est pas possible. Il sera alors émis, à la demande de l'exportateur, un second crédit documentaire, en faveur de son fournisseur.

## Règles de communications lors des contacts professionnels et personnels

Le contact est « latin », amical comme en Espagne, mais renforcé par un tutoiement direct généralisé plus marqué. Ne pas se formaliser, mais dès la deuxième rencontre on fait « la bise » à ses clients, à ses fournisseurs, à ses banquiers... Les discussions sont très informelles et la partie « affaires » n'est pas directement abordée. Attention donc au « piège » de l'amitié apparente : l'Argentin n'en perd pas pour autant le sens du *business* et de la compétitivité. De façon générale, et plus que dans tout pays européen, il faut accepter de passer du temps pour établir une relation.

UBIFRANCE et les Missions Economiques vous proposent quatre gammes complètes de produits et services d'accompagnement pour vous aider à identifier les opportunités des marchés et à concrétiser vos projets de développement international.



- **Gamme Conseil** : pour obtenir la bonne information sur les marchés étrangers et bénéficier de l'expertise des spécialistes du réseau UBIFRANCE et les Missions Economiques.
- **Gamme Contact** : pour identifier vos contacts d'affaires et vous faire bénéficier de centaines d'actions de promotion à travers le monde.
- **Gamme Communication** : pour communiquer à l'étranger sur votre entreprise, vos produits et votre actualité.
- **Volontariat International en Entreprise (VIE)** : pour optimiser votre budget ressources humaines à l'international

Retrouver le détail de nos produits sur : [www.ubifrance.fr](http://www.ubifrance.fr)

#### © 2010 – Ubifrance et les Missions Economiques.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse d'Ubifrance et des Missions Economiques, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L.335-2 et L.335-3 du code de la propriété intellectuelle.

#### Clause de non-responsabilité :

Ubifrance et les Missions Economiques ne peuvent en aucun cas être tenues pour responsables de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Ubifrance et les Missions Economiques ne sauraient en aucun cas être responsables d'éventuels changements.

**Auteur** : Mission économique-Ubifrance d'Argentine

**Adresse** : Av del Libertador 498 – 17<sup>e</sup> étage  
C1001ABR Buenos Aires  
Tél : + 54 11 48 19 24 00

**Rédigée par** : Flavio del Cueto  
**Revue par** : Rafael Santos

**Version originale du** : 17 mars 2010

