

# Baromètre AmCham-Bain 2014

Le moral des investisseurs américains en France

## Table des matières

Avant-propos .....	p.3
Méthodologie du Baromètre AmCham-Bain .....	p.5
Principaux enseignements .....	p.6
Moral des investisseurs américains en France en 2014 .....	p.7
Quelle est la perception du contexte économique de la France et de son évolution par les investisseurs américains ? .....	p.7
Quelle est la perception de l'attractivité de la France par les investisseurs américains ? .....	p.8
Comment les employés étrangers perçoivent-ils l'attractivité de la France ? .....	p.12
Comment sont perçues les initiatives stratégiques présentées par le Gouvernement en 2014 ? .....	p.14
Quel est l'impact des relations politiques et diplomatiques franco-américaines actuelles sur les liens économiques entre les deux pays ? .....	p.14
Recommandations de l'AmCham .....	p.16
A propos de l'AmCham en France .....	p.18
A propos de Bain & Company .....	p.19

## Avant-propos

Les Etats-Unis restent aujourd'hui la première source d'investissements étrangers créateurs d'emplois en France. Plus de 4 000 entreprises américaines sont ainsi présentes en France où elles emploient plus de 440 000 salariés.

Plus que jamais, la destination France est quotidiennement « benchmarkée ». Notre Baromètre AmCham-Bain réalisé dans un contexte économique difficile (entre juin et septembre 2014) est sans appel : l'écart d'attractivité de la France par rapport à ses principaux voisins se creuse. Si la destination France conserve une longueur d'avance en matière de qualité de vie, d'infrastructures et de qualification de la main d'œuvre, ces atouts sont désormais bien loin de compenser les nombreux irritants que citent les entreprises participant à notre étude. Car les critères sur lesquels la France est mal positionnée – coût de la main d'œuvre, régime fiscal et climat social – sont aujourd'hui les facteurs les plus déterminants dans les décisions d'investissement.

### Même les dirigeants résidant en France ne recommandent plus notre pays

Le sujet n'est plus le décalage entre la réalité et la perception (à l'étranger) de notre attractivité, mais bien le décrochage de la France. En effet, beaucoup de ceux qui vivent la réalité de la France au quotidien ne recommandent plus notre pays pour s'y implanter ou y étendre leurs activités. A cet égard, la chute de l'indicateur NPS® de la France (« Net Promoter Score ») à un nouveau point bas est très préoccupante. En comparaison, aucune de nos entreprises n'a jamais atteint de tels scores NPS vis-à-vis de ses clients.

### Un sentiment d'urgence, mais rien n'est irréversible

Nous avons demandé à nos membres d'identifier les actions les plus urgentes à mettre en place pour améliorer l'attractivité de la France. Plus de la moitié des réponses se focalisent sur deux grands chantiers : la fiscalité et la législation du travail. Le message de nos répondants est clair : des changements forts et visibles, qui permettent de contrebalancer les effets négatifs de certaines mesures passées - telle que la taxe à 75% - et qui soient symboliquement aussi marquants.

Ces changements sont à notre portée. Par ailleurs, nous sommes convaincus que la force actuelle des relations politiques franco-américaines est un atout décisif, notamment pour accompagner ces changements d'une visibilité méritée de l'autre côté de l'Atlantique.

Cette année encore, notre Baromètre se conclut par une série de recommandations. C'est l'occasion pour l'AmCham, qui œuvre depuis 120 ans au renforcement des relations entre la France et les Etats-Unis, de poursuivre un dialogue constructif avec le Gouvernement. Membre actif et historique de l'AmCham, Bain & Company met ses compétences au service de ce débat pour le faire avancer.

Clara Gaymard  
Présidente, AmCham France  
Présidente, General Electric France

Marc-André Kamel  
Membre du Board de l'AmCham France  
Associé, Bain & Company

---

Baromètre AmCham-Bain 2014

## Méthodologie du Baromètre AmCham-Bain

L'étude du moral des investisseurs américains en France a été lancée par l'AmCham en 1995. Avec le support de Bain & Company, le Baromètre est devenu un rendez-vous annuel à partir de 1999. Le Baromètre AmCham-Bain, qui en est aujourd'hui à sa 15ème édition, a trois objectifs :

- Mesurer d'une année sur l'autre le moral des investisseurs américains en France et leur perception de l'environnement économique.
- Recueillir l'opinion des investisseurs américains sur des sujets qui font l'actualité économique en France.
- Comprendre les « stimulants » et les « irritants » de la vie en France pour les salariés américains.

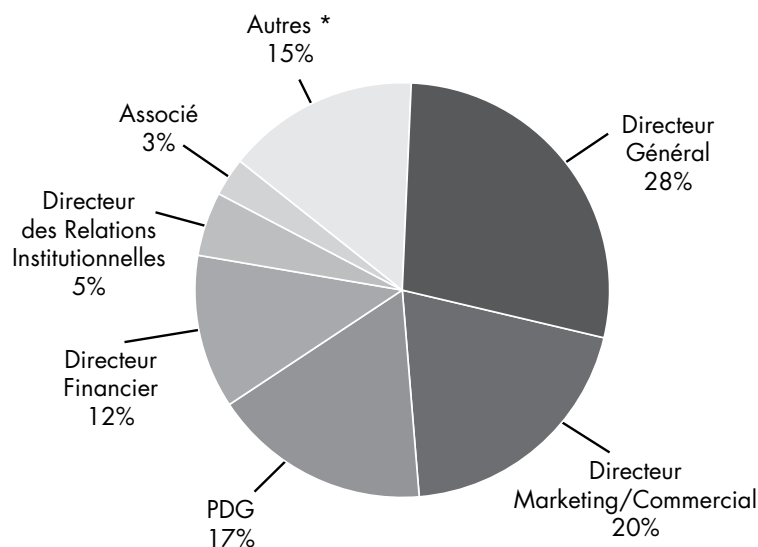
A ces objectifs viennent s'ajouter les recommandations formulées par l'AmCham au Gouvernement français qui découlent, entre autres, du Baromètre annuel.

Pendant l'été 2014, un questionnaire a été adressé à la plupart des dirigeants de filiales françaises de sociétés américaines, membres de l'AmCham. 83 réponses ont été recueillies auprès de sociétés représentant en France plus de 58 000 salariés et 50 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

L'échantillon obtenu regroupe des entreprises de toutes tailles et tous secteurs :

- Les secteurs les plus représentés sont les services professionnels (25% des sociétés sondées), la chimie (15%), la santé (11%) ainsi que les télécommunications, l'informatique et la technologie (11%).
- Les sociétés de plus de 1 000 salariés en France comptent pour 45% de l'échantillon, les sociétés ayant entre 100 et 1 000 sont représentées à 33% de l'échantillon, et les sociétés avec moins de 100 salariés en France représentent 22% de l'échantillon.

Graphique 1 : Segmentation de l'échantillon par fonction des personnes interrogées



Note : (\*) Autres : Directeur des Ressources Humaines, Directeur du Développement, Directeur des Opérations

## Principaux enseignements

### 1. Le moral des investisseurs et l'attractivité de la France

La 15<sup>ème</sup> édition du Baromètre AmCham-Bain révèle une légère amélioration du moral des investisseurs américains en France après trois années consécutives de déclin.

En effet, 19% des répondants estiment que l'évolution du contexte économique en France sera positive dans leur secteur d'activité et 44% pensent qu'elle sera stable (ceci comparé à 2013 avec les taux de 10% et 30% respectivement). Cette année, 69% des répondants anticipent une stabilisation ou une légère amélioration du contexte économique sur les deux prochaines années.

Toutefois, l'attractivité de la France en tant que destination d'investissement atteint un nouveau point bas. L'indicateur NPS de recommandation de la France en tant que destination d'investissement est de -74%. Ce score est de -72% lorsqu'il s'agit d'y étendre des activités déjà existantes.

### 2. La France comme destination d'investissement

Le Baromètre révèle que les principaux critères dans le choix de la destination d'investissement pour une entreprise étrangère sont le contexte économique, la qualification et le coût global de la main d'œuvre, le climat social ainsi que le régime fiscal pour les entreprises. Cela contraste avec les critères perçus comme les atouts de la France tels que la situation géographique, la qualité des infrastructures et la disponibilité de la main d'œuvre. Il convient cependant de noter que la France est très bien positionnée en termes de qualification de la main d'œuvre, c'est donc un vrai atout qu'elle peut mettre en avant auprès des investisseurs pour lesquels ce critère revêt une importance croissante.

En comparaison à 2011, le positionnement perçu de la France vis-à-vis d'autres destinations d'investissement en Europe s'est détérioré. Parmi les priorités d'amélioration citées : le coût du travail (incluant les coûts d'embauche et de licenciement ainsi que la souplesse de la législation de travail), le régime fiscal et la simplicité des procédures administratives.

Questionnés sur les initiatives stratégiques lancées par le Gouvernement français en 2014 et impactant l'attractivité de la France, les investisseurs américains jugent le relèvement du taux du Crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) bénéfique. Ils estiment aussi que les annonces du Conseil stratégique de l'attractivité du 17 février 2014 (comme la simplification douanière ou encore la mise en place d'un « passeport talent ») constituent des mesures potentiellement efficaces. Cependant, leur mise en œuvre suscite des doutes. Par ailleurs, les répondants ne sont pas convaincus de leur caractère prioritaire par rapport aux ajustements structurels nécessaires en matière de coût du travail, de droit du travail ou encore de fiscalité.

### 3. La France comme lieu de vie pour les employés de sociétés américaines

En 2014, plus de 80% des répondants ne recommanderaient pas la France à des collaborateurs étrangers. Le NPS négatif a quasiment doublé depuis 2013 où il était de -46%.

Les répondants jugent que le système social (en particulier, l'accès au système de santé, la scolarité et la garde des enfants) reste un atout considérable de la France. Cependant ce point fort est contrebalancé par les éléments que les répondants trouvent « irritants » tels que l'absence de continuité politique, la gestion administrative, le climat social et la fiscalité des particuliers.

### 4. La France et ses relations économiques et politiques avec les Etats-Unis

En 2014, la perception de l'impact des relations politiques et diplomatiques franco-américaines sur les liens économiques entre les deux pays s'est améliorée : le pourcentage des répondants le trouvant positif a doublé. La grande majorité des répondants (88%) estiment ainsi que les relations entre la France et les Etats-Unis sont favorables aux liens économiques ou au minimum neutres. Cet optimisme, qui fait écho aux relations privilégiées qu'entretiennent les Etats-Unis et la France dans le contexte diplomatique actuel, a un impact non négligeable sur la perception de la France.

## Moral des investisseurs américains en France en 2014

### Quelle est la perception du contexte économique de la France et de son évolution par les investisseurs américains ?

En 2014, le moral des investisseurs américains s'est légèrement amélioré après trois années consécutives de déclin (voir Graphique 2). En effet, 19% des répondants estiment que l'évolution du contexte économique en France sera positive dans leur secteur d'activité et 44% pensent qu'elle sera stable (à comparer avec les taux de 10% et 30% respectivement en 2013). Cette réponse recouvre néanmoins des réalités très contrastées en fonction des secteurs.

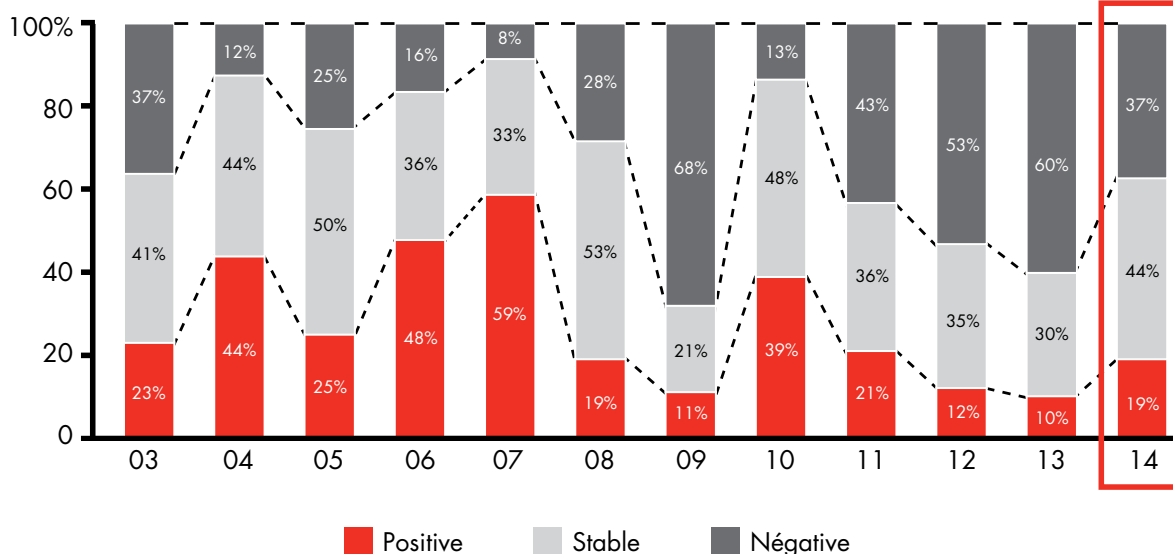
En revanche, le contexte économique reste plus négatif que ne le prévoyait le Baromètre 2013. L'année précédente, 31% des répondants du Baromètre AmCham-Bain croyaient à une détérioration du contexte économique dans leur secteur d'activité sur la période 2014-2015. Dans le Baromètre 2014, ils sont 37% à penser que le contexte s'est dégradé en 2014.

Cette année, 69% des répondants anticipent une stabilisation ou légère amélioration du contexte économique sur les deux prochaines années – 1 investisseur sondé sur 4 se dit optimiste quant à l'évolution du contexte économique dans son secteur d'activité sur la période 2015-2016, et 39% des répondants croient à une stabilisation.

Questionnés sur les répercussions de cette amélioration du moral sur les prévisions d'embauche, les répondants ne voient pas un effet immédiat sur l'augmentation de leurs effectifs. En effet, malgré les oscillations du moral, le pourcentage de répondants qui prévoit une augmentation de leurs effectifs est quasi-stable depuis 2010, variant entre 21% et 24%. Cela traduit un vrai blocage sur la législation du travail. Pour les prévisions 2015-2016, 38% des répondants supposent que le nombre de salariés dans leur entreprise en France sera en diminution ; et ce, malgré une amélioration du moral.

*Graphique 2* : Quelle est, selon vous, l'évolution du contexte économique en France dans votre secteur d'activité cette année ?

En % des réponses



Baromètre AmCham-Bain 2014

**Quelle est la perception de l'attractivité de la France par les investisseurs américains ?**

**Critères clés du choix de la destination d'investissement**

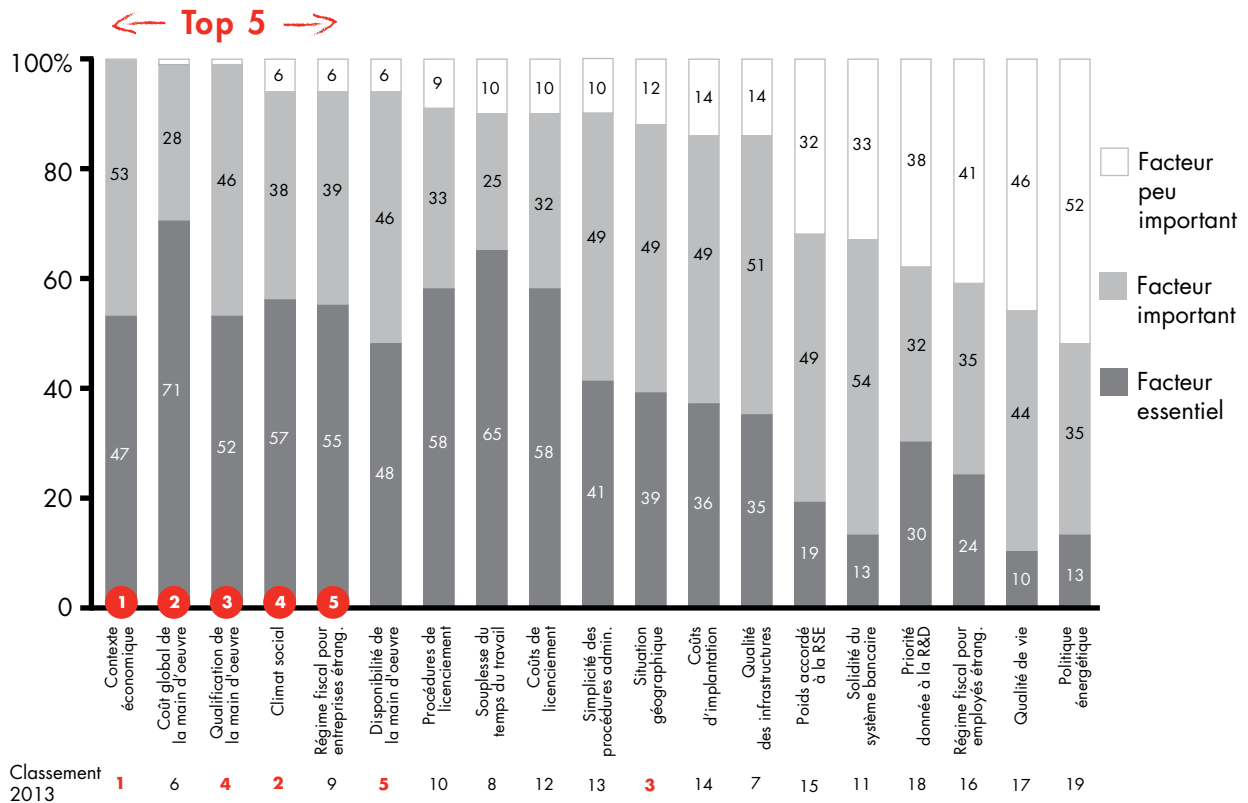
Le Baromètre révèle que les principaux critères dans le choix de la destination d'investissement pour une entreprise étrangère sont le contexte économique, le coût global et la qualification de la main d'œuvre, le climat social ainsi que le régime fiscal pour les entreprises (voir Graphique 3). Ces critères sont désignés par le plus grand nombre des répondants (94% et plus)

comme essentiels ou importants dans la décision d'investissement de leur groupe. Le critère « contexte économique » recueille l'unanimité des réponses, ce qui le classe comme critère le plus important parmi tous les autres. En 2013, les cinq critères d'investissement les plus importants incluaient aussi la situation géographique du pays, classée à la onzième place cette année, et la disponibilité de la main d'œuvre, reléguée à la sixième place.

Néanmoins, il convient de souligner que le classement de ces critères peut fortement varier en fonction des secteurs concernés.

*Graphique 3* : Quelle est l'importance des facteurs suivants dans les décisions d'investissement de votre groupe ?

En % des réponses





**Comparaison de la France avec ses homologues européens sur les critères d'investissement**

Selon les répondants, les principaux concurrents européens de la France pour les investissements américains sont l'Allemagne et le Royaume-Uni, mais des pays tels que l'Espagne et les Pays-Bas sont également cités.

« L'Espagne et l'Europe de l'Est sont plus accueillantes et présentent une souplesse réglementaire. »

Directeur, Logistique

Certains éléments du capital humain tels que la qualification et la disponibilité de la main d'œuvre en France sont hautement appréciés par les répondants. La qualité de vie et la culture locale sont également des atouts français face aux concurrents européens.

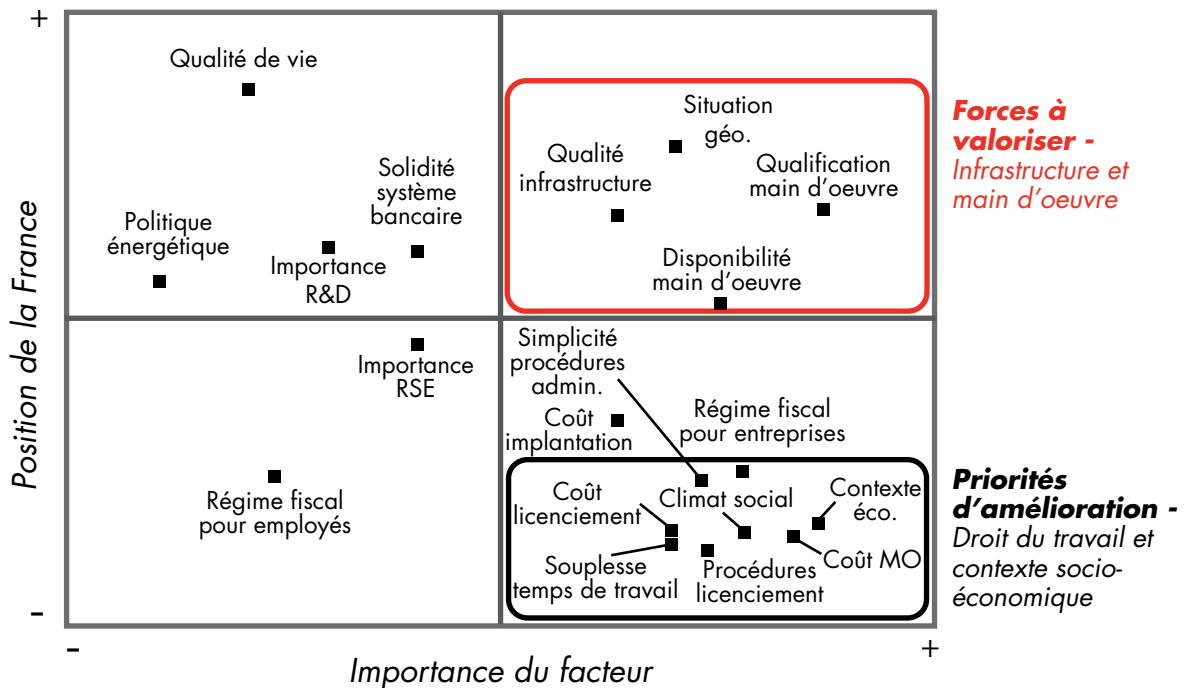
« La France présente une main d'œuvre bien formée avec un bon ensemble de compétences. »

PDG, Services professionnels

« Aucun pays ne rivalise avec la France – la qualité de vie et la culture locale y sont les meilleures. »

Directeur, Transport

Graphique 4 : Les forces à valoriser et les priorités d'amélioration de la France



## Baromètre AmCham-Bain 2014

La comparaison du positionnement de la France par rapport à ses homologues européens sur les critères d'investissement permet de mettre en exergue les points forts et faibles du pays (voir Graphique 4).

Les forces à valoriser incluent les critères que les répondants jugent importants dans la décision d'investissement et sur lesquels la France est bien positionnée. Pour la majorité de ces critères, on observe une érosion progressive dans le temps :

- En 2014, d'après 58% des répondants, la situation géographique de la France est plus attractive que celle des autres pays européens, contre 60% en 2011.
- L'attractivité de l'infrastructure française est passée de 57% d'opinions favorables en 2011 à 54% en 2014.
- Au sujet de la disponibilité de la main d'œuvre, les répondants étaient 30% à juger la France plus attractive en 2011, contre 21% en 2014.
- Le seul atout de la France qui s'est consolidé depuis 2011 est la qualification de la main d'œuvre : en 2014, 47% des répondants pensent que la France est plus attractive sur ce critère que d'autres pays européens, contre 40% en 2011.

Les priorités d'amélioration regroupent les critères jugés importants par les répondants, sur lesquels la France est moins bien positionnée par rapport à ses homologues européens.

- En 2014, 81% des répondants trouvent la France moins attractive en termes de contexte économique, contre 19% en 2011.
- Il en est de même pour l'attractivité de la France en termes de climat social et de stabilité politique : elle a considérablement baissé, avec 80% d'opinions défavorables en 2014 contre 40% en 2011.
- La perception du coût de la main d'œuvre en France s'est également dégradée avec 84% d'opinions défavorables en 2014 contre 64% en 2011.

- La souplesse du temps de travail a recueilli 53% d'opinions défavorables en 2011 ; elle en enregistre 82% en 2014.
- Seule la perception du coût et des procédures de licenciement est restée quasiment stable (mais à des niveaux très défavorables), avec 81% et 85% d'opinions négatives respectivement en 2011 contre 81% et 84% en 2014.

### Perception de l'attractivité générale de la France

L'attractivité de la France en tant que destination d'investissement atteint un nouveau point bas. En comparaison avec d'autres destinations européennes, seulement 12% des répondants estiment que la perception de la France par leur maison mère est positive ; ils étaient 56% en 2011.

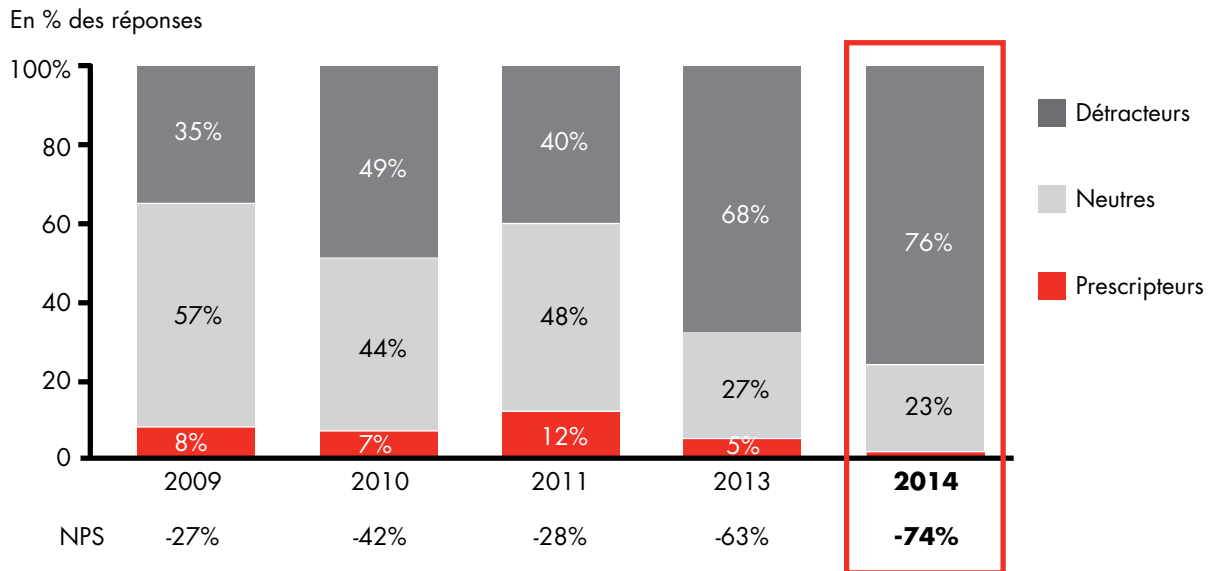
Le Baromètre AmCham-Bain utilise le NPS pour évaluer le taux de recommandation de la France par les investisseurs américains. Le taux NPS de recommandation de la France en tant que destination d'investissement est de -74% (voir Graphique 5). Ce score est de -72% lorsqu'il s'agit d'y étendre des activités déjà existantes (voir Graphique 6).

« Le système économique et social de la France présente trop de rigidités et de complexités. »

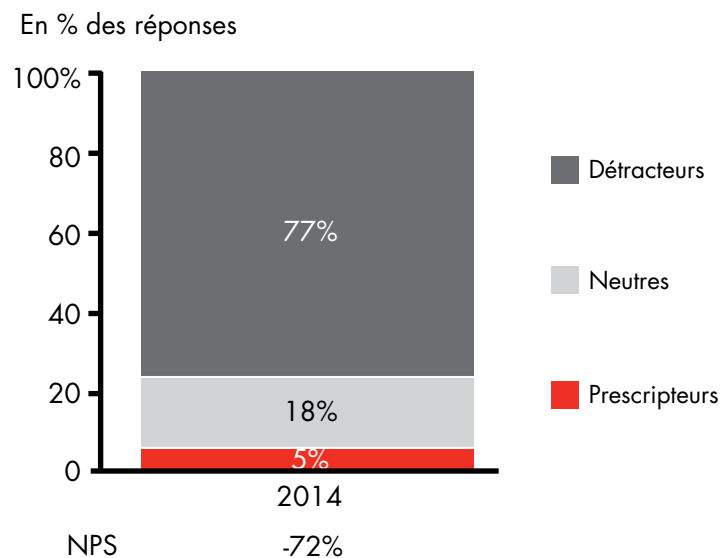
PDG, Technologie

Note : Le Net Promoter® Score (NPS) mesure la propension des répondants à recommander un produit, une entreprise ou un pays. Le Baromètre pose une question unique aux répondants : « Recommanderiez-vous ce produit, cette entreprise ou ce pays à vos amis ou à vos collègues ? ». Les répondants attribuent en réponse une note de 0 à 10 qui permet de les classer en trois catégories : les promoteurs qui sont enthousiasmés par la marque, le produit ou le pays, ils en parlent, « achètent » davantage et restent fidèles plus longtemps (9 ou 10), les neutres (7 ou 8) et les détracteurs qui critiquent et déprécient la valeur de la marque (6 et moins). Le NPS correspond à la différence entre les pourcentages de « promoteurs » et de « détracteurs ». Net Promoter® et NPS® sont des marques déposées de Bain & Company, Inc., Fred Reichheld et Satmetrix Systems, Inc.

*Graphique 5* : Sur une échelle de 0 à 10, recommanderiez-vous la France à une entreprise américaine cherchant à s'implanter à l'étranger ? (10 étant la meilleure note)



*Graphique 6* : Sur une échelle de 0 à 10, recommanderiez-vous à une entreprise américaine déjà implantée en France d'y étendre ses activités ? (10 étant la meilleure note)



## Comment les employés étrangers perçoivent-ils l'attractivité de la France ?

En 2014, plus de 80% des répondants ne recommanderaient pas la France à des collaborateurs étrangers. Le NPS négatif a quasiment doublé depuis 2013 où il était de -46% (voir Graphique 7).

Lorsqu'ils sont interrogés sur les facteurs irritants ou stimulants qui influent sur leur perception de l'attractivité de la France, les répondants jugent que le système social (en particulier, l'accès au système de santé, la scolarité et la garde des enfants) reste un atout considérable. Cependant, ce point fort est contrebalancé par les éléments que les répondants trouvent « irritants » tels que l'absence de continuité politique, la gestion administrative, le climat social et le régime fiscal pour les particuliers (voir Graphique 8). Par ra-

pport à 2013, la part des répondants qui considèrent l'accès aux services de santé, la scolarité et la garde des enfants ainsi que la facilité de déménagement comme des stimulants s'est accrue. Ainsi, ces facteurs apparaissent de plus en plus valorisés par les collaborateurs étrangers. A l'inverse, les irritants identifiés en 2013 sont considérés comme tels par une part croissante des répondants. Ils concernent la fiscalité des particuliers, le climat social, la gestion administrative et la discontinuité politique.

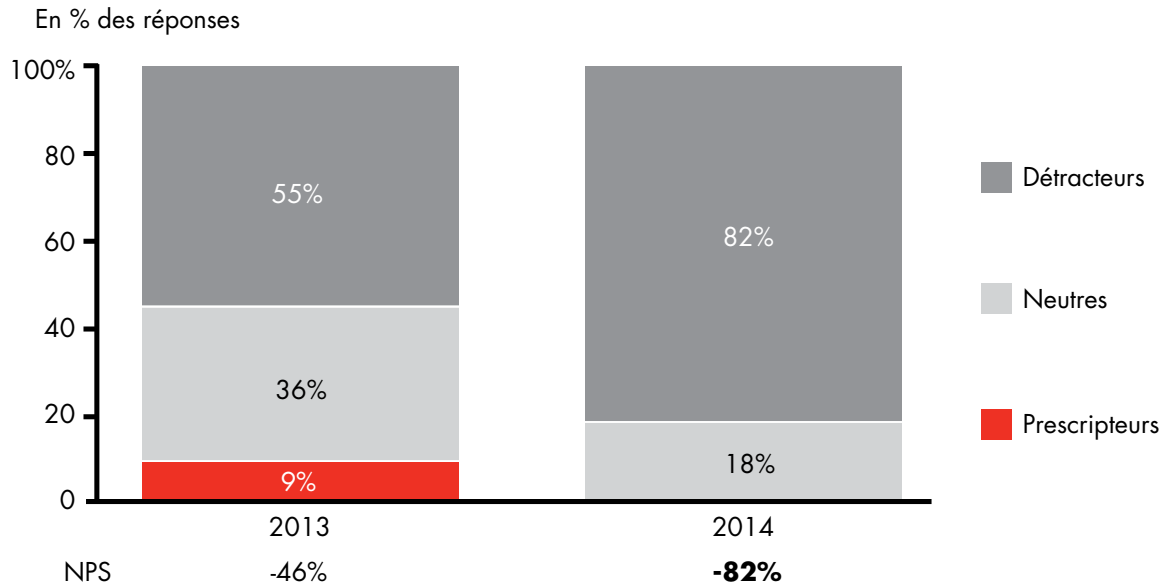
« Pour améliorer l'attractivité de la France, il est nécessaire de stabiliser la politique du Gouvernement et de rendre la direction politique claire. »

Directeur, Services professionnels

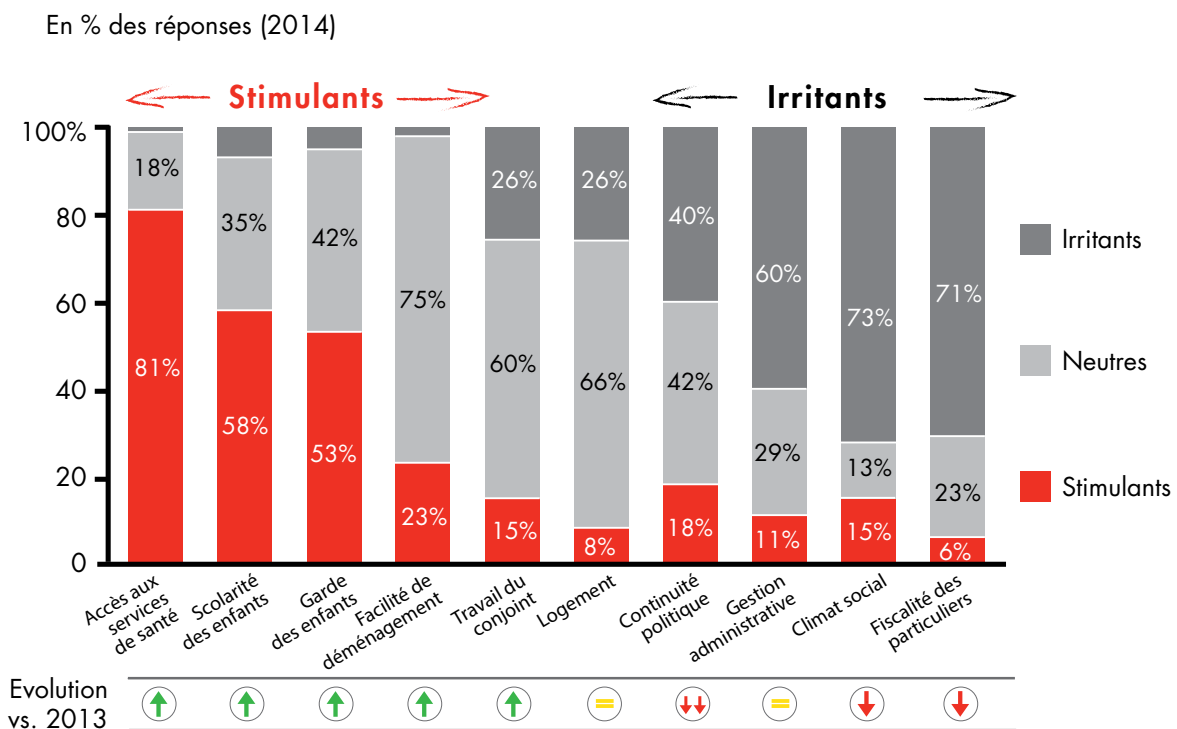
« La France doit réduire le fardeau administratif et les formalités bureaucratiques. »

Directeur, Transport

*Graphique 7* : Sur une échelle de 0 à 10, comment jugeriez-vous l'attractivité de la France pour une entreprise employant des collaborateurs étrangers ? (10 étant la meilleure note)



*Graphique 8* : Ces facteurs sont-ils des « irritants » ou des « stimulants » de l'attractivité pour une entreprise employant des collaborateurs étrangers ?



Note : Classement = % stimulants - % irritants

## Comment sont perçues les initiatives stratégiques présentées par le Gouvernement en 2014 ?

Dans le Baromètre 2013, l'AmCham a formulé des recommandations au Gouvernement français dans le but d'améliorer l'attractivité de la France auprès des investisseurs et collaborateurs étrangers. Aussi, l'AmCham invitait le Gouvernement à simplifier la législation du travail et la fiscalité, à réduire le coût du travail, à simplifier et rendre plus rapides certains processus administratifs ainsi qu'à continuer la mise en valeur des atouts de la France. Les investisseurs américains ont le sentiment que ces recommandations ont été entendues ; cependant, pour plus de la moitié d'entre eux, celles-ci n'ont pas été suivies d'actions concrètes.

En 2014, nous avons demandé aux investisseurs américains leur avis sur trois initiatives clés et événements récents :

- Les huit mesures clés présentées par François Hollande lors du Conseil stratégique de l'attractivité de février 2014 qui vise à améliorer l'attractivité de la France auprès des investisseurs étrangers.

Ces mesures incluent la fusion de l'Agence française des investissements internationaux et Ubifrance, la mise en place du « passeport talent », la carte de séjour pour les talents étrangers, la création d'un visa entrepreneur, la facilitation de l'installation des start-up étrangères, la simplification des démarches douanières, la visibilité sur la fiscalité des investissements ainsi que l'allègement des démarches sociales.

- Le changement du taux du Crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) de 4 à 6% en janvier 2014.
- Les prises de position de l'Etat français dans l'économie, comme par exemple les projets de fusion et acquisition transnationaux, en particulier la liste des investissements étrangers soumis à autorisation préalable élargie par le Décret « Montebourg » (n° 2014-479 du 14 mai 2014).

Les investisseurs reconnaissent l'efficacité des mesures présentées lors du précédent Conseil stratégique de l'attractivité (voir Graphique 9). Cependant, leur mise en œuvre suscite des doutes. De plus, les répondants ne sont pas convaincus que ces mesures soient les plus prioritaires pour améliorer l'attractivité du pays. Les deux mesures qu'ils jugent les plus efficaces sont la simplification des démarches douanières et l'allègement des démarches sociales. Elles sont suivies de la visibilité sur la fiscalité des investissements et la mise en place du « passeport talent ». La mesure jugée la moins efficace parmi celles qui ont été présentées est la fusion de l'Agence française des investissements internationaux avec Ubifrance.

« Beaucoup de ces mesures sont un réel progrès mais ne vont pas assez loin pour faire la différence. »

Directeur, Logistique

« Ce sont de bonnes mesures mais pas les plus significatives et elles ne sont pas prioritaires si on les compare à l'allègement des charges et la baisse de la fiscalité. »

Directeur, Produits de grande consommation

Le relèvement du taux du CICE est, quant à lui, jugé bénéfique par 45% des répondants.

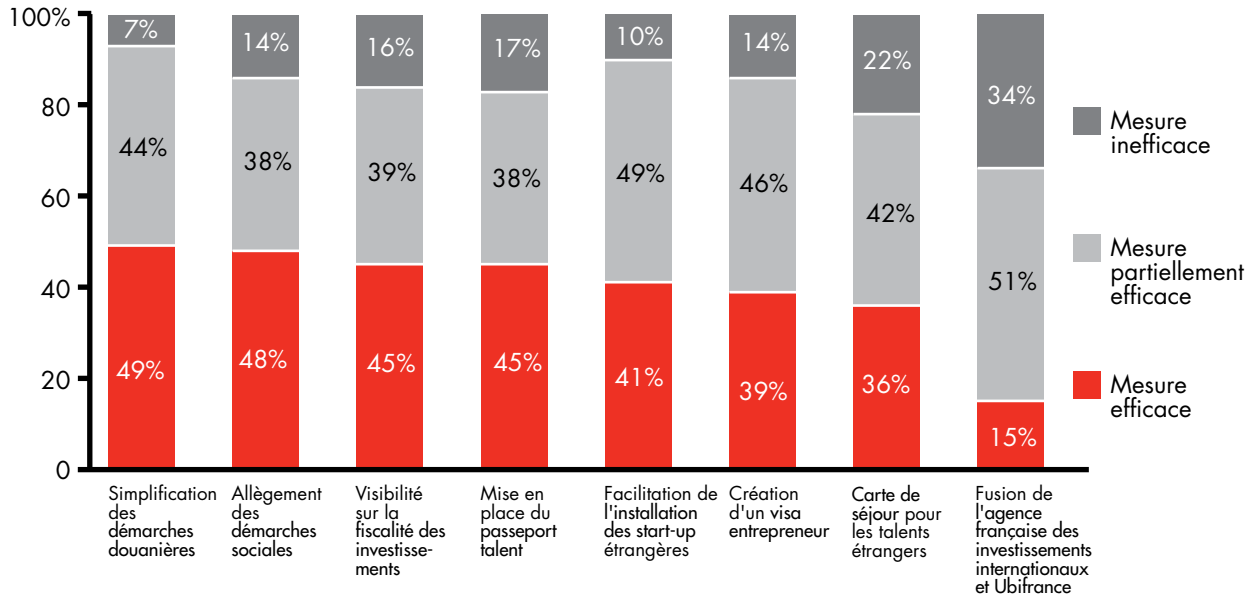
En ce qui concerne les prises de position de l'Etat dans l'économie, elles sont perçues négativement par 71% des répondants.

## Quel est l'impact des relations politiques et diplomatiques franco-américaines actuelles sur les liens économiques entre les deux pays ?

En 2014 la perception de l'impact des relations politiques et diplomatiques franco-américaines sur les liens économiques entre les deux pays s'est améliorée : le pourcentage des répondants le trouvant positif a doublé pour atteindre 34%.

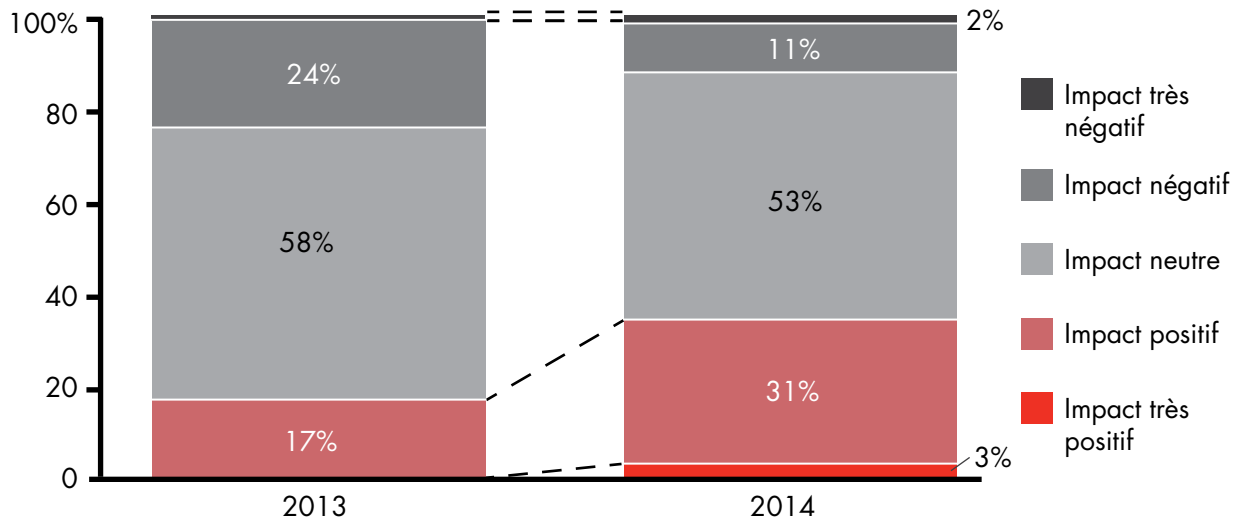
Graphique 9 : Quelle est selon vous l'efficacité de ces mesures ?

En % des réponses



Graphique 10 : Selon vous, quel est l'impact des relations politiques et diplomatiques franco-américaines actuelles sur les liens économiques entre les deux pays ?

En % des réponses



## Recommandations de l'AmCham

Les investisseurs interrogés cette année estiment dans leur majorité que leurs recommandations de 2013 ont été entendues mais n'ont pas été suivies d'actions. Ils estiment par ailleurs que l'écart d'attractivité de la France par rapport à ses principaux voisins se creuse.

Ils prennent acte du fait que le Gouvernement a annoncé, et parfois engagé, une série de réformes en faveur de la compétitivité et l'attractivité du pays (Pacte national pour la croissance, la compétitivité et l'emploi ; « choc de simplification », loi sur la sécurisation de l'emploi ; mesures issues du Conseil stratégique de l'attractivité). Si celles-ci sont jugées dans l'ensemble plutôt positives, des doutes demeurent quant à leur exécution et leur caractère prioritaire. Le message de nos répondants est clair : des changements forts et visibles, qui permettent de contrebalancer les effets négatifs de certaines mesures passées telles que la taxe à 75% et qui soient symboliquement aussi marquants.

L'AmCham estime donc nécessaire que le Gouvernement renforce rapidement son action en faveur de l'attractivité et de la compétitivité de notre pays. Nous l'invitons dans ce but à :

### 1. Réformer en profondeur le marché du travail

- Assurer une meilleure convergence des réglementations sur les contrats permanents et les contrats à durée déterminée, en réduisant les coûts et l'incertitude de licenciement pour les contrats permanents, comme le préconise l'OCDE. De nombreux pays voisins ont assoupli la réglementation des contrats à durée indéterminée (notamment l'Espagne, l'Italie et le Royaume-Uni). Aujourd'hui, les employeurs en France sont découragés d'embaucher en CDI comme le confirment les prévisions d'évolution des effectifs de notre Baromètre qui s'aggravent encore pour l'année prochaine.

- Assouplir le temps de travail afin qu'il puisse être adapté à l'activité de l'entreprise et éventuellement négocié au niveau des branches professionnelles. Nous encourageons le pragmatisme affiché par le nouveau ministre de l'Economie sur le temps de travail.
- Simplifier le droit du travail. A cet égard, nous prenons acte des annonces récentes de réforme du code du travail. Il convient de mettre en œuvre rapidement ces annonces car le code du travail français, qui dépasse 4 000 articles (3 400 pages), a continué de s'étoffer depuis 2012 d'une page supplémentaire par semaine. Il est essentiel, a minima, de mettre fin à cette inflation législative et réglementaire.

### 2. Assurer une plus grande stabilité et prévisibilité de l'environnement fiscal

Celui-ci reste perçu aujourd'hui comme trop complexe et instable, donc incompatible avec la mécanique d'investissement. Il convient notamment d'institutionnaliser le principe de non-rétroactivité fiscale et de sanctuariser des dispositifs fiscaux favorables à l'attractivité de la France tels que le Crédit d'impôt recherche.

### 3. Réduire le poids global de la fiscalité

Le taux de prélèvements obligatoires en France (+44% en 2014) a atteint un niveau dissuasif et aucune baisse significative n'est prévue. C'est un record historique, à contre-courant de la tendance actuellement observée chez certains de nos voisins.

- Alléger la fiscalité reposant sur le travail, en s'engageant sur une véritable trajectoire de baisse des charges sociales d'ici 2017 (via une transformation du CICE).



- Réfléchir au principe d'une fiscalité du risque.
- Se rapprocher de la moyenne européenne sur l'impôt des sociétés. Le Pacte de responsabilité et de solidarité annoncé début 2014 contient plusieurs mesures qui vont dans ce sens.

#### **4. Accélérer la dynamique de simplification administrative engagée par le Gouvernement**

Pour rompre avec les contraintes réglementaires et administratives qui pèsent sur la compétitivité et la flexibilité de nos entreprises. A cet égard, nos membres saluent le travail collaboratif engagé entre entreprises et administrations jusqu'ici. Ce chantier de simplification reste à poursuivre. Il est par exemple particulièrement opportun, comme l'a annoncé récemment le Gouvernement, de simplifier au plus vite les fiches de paie, qui comptent aujourd'hui souvent plus de 25 lignes (contre 5 à 10 lignes chez la plupart de nos voisins) et coûteraient plus de 390 euros par salarié.

#### **5. Consolider les atouts structurels de notre pays**

- Nos infrastructures. Il faut veiller à ce que la désindustrialisation ne fragilise pas la pérennité économique pour les opérateurs de certaines infrastructures, menaçant sur le long-terme leur disponibilité et leur entretien.
- Notre main d'œuvre qualifiée. Si le niveau de qualification de la main d'œuvre en France est un vrai atout, il faut néanmoins en assurer sa disponibilité, en palliant notamment le manque de profils techniques français dans certaines régions.

Ces changements sont profonds, mais c'est à ce prix que la France modifiera positivement et durablement son image et sa capacité d'attraction auprès des investisseurs américains.

---

Baromètre AmCham-Bain 2014

## A propos de l'AmCham en France

La Chambre de Commerce Américaine en France est la plus vieille « AmCham » au monde, et un moteur décisif pour les relations économiques transatlantiques, favorisant les échanges et les investissements bilatéraux depuis sa création en 1894. Aujourd'hui, les 4 200 compagnies américaines présentes en France représentent 450 000 emplois dans le pays. Avec plus de 500 membres, l'AmCham compte plus de 150 adhérents appartenant au CAC 40 et au Fortune 100. Les activités et opérations de la Chambre sont intégralement financées par les cotisations et contributions de ses membres.

La Chambre se donne pour mission de promouvoir le dialogue transatlantique et de proposer une réflexion sur divers sujets stratégiques : fiscalité, ressources humaines, protection des données, développement durable, propriété intellectuelle, et autres.

AmCham France fait partie d'un réseau de 115 AmChams dans le monde, qui forment une communauté économique globale et dynamique.

Clara Gaymard, Présidente, AmCham France, Présidente et PDG, General Electric France

Caroline Ryan, Directrice Générale, AmCham France

Giulia Buttini ([giulia.buttini@amchamfrance.org](mailto:giulia.buttini@amchamfrance.org)), Contact presse

Pour plus d'informations, visitez notre site : [www.amchamfrance.org](http://www.amchamfrance.org)

Suivez-nous sur Twitter : @AmChamFrance

Et sur LinkedIn et facebook : American Chamber of Commerce in France

## **A propos de Bain & Company**

Bain & Company est le cabinet de conseil en direction générale reconnu par les dirigeants pour sa capacité à matérialiser des impacts et des résultats dans leurs organisations.

Bain conseille ses clients, entreprises et fonds de private equity, sur leur stratégie, les opérations, la technologie, l'organisation et les fusions-acquisitions. Les associés et les équipes de Bain développent des recommandations qui peuvent être effectivement mises en œuvre par les entreprises et s'assurent qu'elles auront ensuite la compétence et l'autonomie pour préserver ces progrès et la valeur de cet investissement.

Pour garantir l'alignement des intérêts du cabinet avec ses clients, Bain n'hésite pas à indexer ses honoraires sur la performance constatée de ses interventions.

Fondé en 1973, Bain s'appuie sur 51 bureaux dans plus de 30 pays pour accompagner les entreprises de tous les secteurs d'activité sur tous leurs marchés.

Marc-André Kamel, Associé, Bain & Company, Membre du Board de l'AmCham France

Stéphanie Herrmann (stephanie.herrmann@bain.com), Contact presse

Pour plus d'informations, visitez notre site : [www.bain.fr](http://www.bain.fr)

Suivez-nous sur Twitter : @BainCompanyFR ou @BainAlerts



AmCham France  
77 rue de Miromesnil  
75008 Paris, France  
[www.amchamfrance.org](http://www.amchamfrance.org)  
+33(0)1 56 43 45 67



Bain & Company  
50 avenue Montaigne  
75008 Paris, France  
[www.bain.fr](http://www.bain.fr)  
+33 (0)1 44 55 75 75