

Une nouvelle banque chinoise s'installe en France

Bank of Communications veut accompagner les entreprises chinoises qui investissent en France.

DANIELÉ GUINOT @danieleguinot

FINANCE Pour son arrivée en France, la banque chinoise Bank of Communications a vu les choses en grand. Elle a organisé mardi une cérémonie très officielle dans la salle de bal de l'hôtel Intercontinental à Paris, en présence du président du conseil d'administration, Niu Ximing, de l'ambassadeur de Chine, Zhai Jun, et de Valérie Pécresse, présidente de la région Ile-de-France.

La succursale parisienne de la cinquième banque commerciale de Chine a pour objectif d'accompagner les entreprises chinoises souhaitant investir en France et en Europe et « d'apporter des services bancaires et financiers aux entreprises françaises dans le cadre de leurs échanges commerciaux France-Chine, a expliqué Valérie Pécresse. Cette implantation contribue à renforcer Paris comme une des places d'internationalisation du yuan leader

en Europe. » « La Chine est devenue le cinquième partenaire commercial de la France », a de son côté souligné Niu Ximing. Une dizaine de personnes travailleront dans les bureaux installés sur les Champs-Élysées. Outre quatre dirigeants venus de Chine, des cadres Français, connaisseurs du tissu économique du pays, seront recrutés.

Des activités très diversifiées

Classée 13^e banque mondiale par le magazine *The Banker*, Bank of Communications est l'un des plus anciens établissements financiers de Chine. Elle a vu le jour à Shanghai en 1908 et elle a financé la construction de la première ligne de chemin de fer de l'empire du Milieu, d'où il tire son logo (une locomotive à vapeur) et son nom (moyens de communications). La banque est aujourd'hui cotée à Hongkong et Shanghai et ses activités sont très diversifiées (banque



Campagne publicitaire de la Bank of Communications, à Yichang dans la province chinoise de Hubei. ZHOU JIANPING/MAGNECHINA

commerciale, d'investissement, de détail, assurance...). Fin septembre, le total de ses actifs s'élevait à 1100 milliards d'euros.

L'installation à Paris de Bank of

Communications, qui emploie 100 000 personnes, fait partie de sa stratégie d'internationalisation. Elle a créé 14 filiales hors de ses frontières, principalement en Asie-Pacifi-

que, mais aussi aux États-Unis et en Europe (antennes à Londres, Frankfurt...), générant 100 milliards d'euros de revenus. Il y a un an, elle a obtenu le fameux « passeport européen » (qui permet à une banque étrangère de réaliser des opérations en Europe) à Luxembourg qui est désormais sa tête de pont sur le Vieux Continent. La succursale de Paris dépend d'ailleurs de la filiale luxembourgeoise.

Bank of Communications n'est pas la première banque chinoise à s'implanter en France ces dernières années. Industrial and Commercial Bank of China (ICBC) a ouvert un bureau à Paris en 2011 et China Exim Bank en 2013. « Parce que la Chine est en train de s'ouvrir, les banques chinoises cherchent à renforcer leur présence à l'international », explique Robin Rivaton, directeur général de Paris Région Entreprises.

Les coopérations avec l'empire du Milieu ne s'arrêtent pas là. En visite à Paris lundi, le vice-premier ministre chinois Ma Kai a signé avec le gouvernement un accord pour la création d'un fonds d'investissement qui pourrait atteindre 2 milliards d'euros en vue d'investir conjointement à l'international.

L'installation de Bank of Communications « montre que Paris est un centre financier important », s'est félicité mardi Valérie Pécresse. La région déroute en ce moment le tapis rouge aux entreprises désireuses de quitter Londres après le Brexit. Celle-ci a mis en place une « hotline » pour répondre à leurs questions. Une cinquantaine a composé ce numéro et 15 sociétés, essentiellement des banques, sont allées un peu plus loin dans leurs démarches. ■

1100

milliards d'euros

Total des actifs de Bank of Communications à fin septembre

L'Afrique s'assure contre les risques climatiques

Le continent s'est doté d'une compagnie d'assurances, ARC. Une dizaine de pays africains ont déjà souscrit.

LA COMPAGNIE D'ASSURANCES PANAFRICAINNE (ARC) EN CHIFFRES

9 pays assurés en 2015

40 millions d'Africains assurés en 2015

150 millions Objectif fixé pour 2020, soit 30 % de la population à risque

ANNE CHEYVIALLE @AnneCheyvalle

CLIMAT Prendre les devants, éviter que les victimes de catastrophes naturelles attendent pendant des mois avant de recevoir une indemnisation. L'Afrique, confrontée à des aléas climatiques, sécheresse, inondation... de plus en plus fréquents, conséquence du réchauffement de la planète, s'est dotée d'une compagnie d'assurances. C'est une innovation majeure pour le continent destinée aux populations les plus vulnérables. « L'assurance n'est pas dans la culture africaine », reconnaît Mohamed Beavogui, directeur général de la compagnie d'assurances African Risk Capacity (ARC).

Et pourtant, il y a un réel intérêt, insiste-t-il : « Entre le moment où le gouvernement déclare l'état de catastrophe, la mobilisation des donateurs et l'arrivée de l'aide, il s'écoule en moyenne entre 9 et 12 mois. Pour

survivre, les familles sont souvent obligées de vendre leur capital, le bétail, le matériel. » La compagnie d'assurances s'appuie sur les mécanismes d'alerte précoce existants, mis en place dans le cadre du PAM, le programme alimentaire mondial des Nations unies. Il s'agit de définir un profil de risque des pays, en croisant les données historiques pluviométriques, les besoins hydri-

ques des plantes et le niveau de pluie sur la saison 2014. Ils ont reçu 26 millions de dollars pour une prime d'assurance de 8 millions de dollars. Sachant que le ratio moyen est d'un pour dix, entre le montant de la prime et la couverture.

La décision approuvée de janvier a permis de lancer très rapidement les procédures de passation des marchés et d'approvisionnement

des plantes et le niveau de pluie sur la saison 2014. Ils ont reçu 26 millions de dollars pour une prime d'assurance de 8 millions de dollars. Sachant que le ratio moyen est d'un pour dix, entre le montant de la prime et la couverture.

La décision approuvée de janvier a permis de lancer très rapidement les procédures de passation des marchés et d'approvisionnement

ment. « L'argent a été reçu deux semaines après la fin des récoltes, précise le directeur général. Si on avait attendu neuf mois, cela aurait coûté quatre fois plus cher. » Sur la dizaine de pays prêts à souscrire à ARC, sept ont réussi à financer l'assurance, trois n'ont pas pu en raison de difficultés budgétaires.

Rentabilité

ARC a été lancée grâce à un prêt sans intérêt sur vingt ans de 200 millions d'euros de KWC, la banque de développement allemande, et DFID, le bailleur britannique, plus la contribution au capital des pays africains qui sont partie prenante. « L'objectif est de rendre la machine indépendante », avance le directeur général. En prélevant une partie de la couverture, entre 0,5 et 0,8 %, pour assurer le fonctionnement de la compagnie, dont le siège provisoire est basé en Afrique du Sud. « Il faut que le paiement devienne automatique dans les budgets », ajoute Mohamed Beavogui. ■

Un nouvel outil « vert » pour les investisseurs

Les investisseurs, surtout de long terme, s'inquiètent des effets du réchauffement climatique sur leurs portefeuilles financiers. Le cabinet de conseil Carbone 4, expert des enjeux climat, vient de lancer un projet pilote avec plusieurs partenaires, dont la Caisse des dépôts, très proactive

sur le sujet, l'Agence française du développement et le Fonds de réserve pour les retraites, EDF et l'ERAPP, la retraite additionnelle de la fonction publique. L'objectif est de définir une nouvelle méthodologie d'analyse des risques physiques sur les portefeuilles d'actifs

corporate, souverains et infrastructures. « On prend les données physiques, entreprise par entreprise, dans les groupes, on décompose les activités et les sites qui ne présentent pas les mêmes risques », explique Jean-Marc Jancovici de Carbone 4. A. C.

Les choco BN sur le point de changer de propriétaire

United Biscuits aurait mis en vente la marque. Un industriel hollandais tiendrait la corde pour le rachat.

80 millions d'euros

Chiffre d'affaires estimé des BN de la Biscuiterie Nantaise

EXCLUSIF

OLIVIA DÉTROVAT @Ollivlader

AGROALIMENTAIRE Quelques jours après avoir cédé ses biscuits belges Delacre à l'italien Ferrero, United Biscuits - propriété depuis 2014 du groupe turc Yildiz - serait sur le point de vendre une autre marque emblématique de son portefeuille, la Biscuiterie Nantaise, dont les biscuits fourrés, plus connus sous l'acronyme BN, ont agréablement les gotters de nombre d'enfants français.

Selon nos informations, Yildiz aurait en effet mis en vente cette marque créée en 1896 dans la région nantaise, et toujours restée très franco-française. Séparé de ces marques très locales (BN, Delacre),

le groupe turc se concentrerait ainsi sur des poids lourds à vocation internationale, comme les galettes et biscuits McVitie's, incontournables du tea time anglais.

Négociations exclusives

Parmi les acheteurs intéressés par BN, figuraient au moins trois fonds, dont un français et un canadien. Mais le candidat principal, qui tiendrait en ce moment la corde, serait le spécialiste hollandais du biscuit Continental Bakeries. Tous jours selon nos informations, Yildiz et le biscuitier batave seraient en effet proches d'une entrée en négociations exclusives. Le montant de cession envisagé tournerait autour de 20 à 30 millions d'euros pour BN, qui réalise environ 80 millions



d'euros de chiffre d'affaires mais qui ne gagne pas d'argent.

Basé à Dordrecht, en banlieue de Rotterdam, Continental Bakeries est un fabricant de biscuits, de substituts de pains et de toasts à marque de distributeur, et à marques propres. Détenu pendant des années par un fonds hollandais et tout récemment repris par Goldman Sachs et le family office Silverfern, le biscuitier hollandais a longtemps été réputé pour ses méthodes serrées de gestion des coûts. Hasard

du calendrier ou non, le tout nouveau président de son conseil d'administration, Jeff van der Eems, vient de chez... United Biscuits, où il a occupé pendant plus de onze ans plusieurs postes stratégiques.

Lors de sa prise de fonction, ce dernier avait mis en exergue les projets de consolidation du groupe sur un marché européen du biscuit dominé (côté marques) par Mondelez et ses célèbres Princes (65 % du marché).

Si ce projet - que Continental Ba-

La biscuiterie nantaise BN appartient au groupe turc Yildiz depuis 2014. PHOTOPR/QUEST FRANCE

keries, contacté, n'a pas souhaité commenter - allait à son terme, il pourrait soulever des inquiétudes quant au futur de l'usine BN de Vertou (Loire-Atlantique), qui produit les biscuits fourrés de la marque ainsi que la version ronde mini-BN.

Théâtre ces dernières années de plusieurs conflits sociaux, le site qui emploie environ 400 salariés a clairement manqué depuis quinze ans des investissements nécessaires à sa modernisation. Selon un spécialiste du secteur, il aurait fallu injecter une quinzaine de millions d'euros pour éviter l'obsolescence du site. Difficile de savoir par ailleurs si les 10 millions d'euros d'investissements promis par United Biscuits et Yildiz pour 2016 ont été effectivement réalisés.

De son côté, Continental Bakeries fabrique lui aussi des biscuits fourrés au chocolat ronds, à marque de distributeurs sur un site moderne situé aux Pays-Bas. ■