

Baromètre AmCham-Bain 2016

Le moral des investisseurs américains en France



Sommaire

I. Avant-propos	p.3
II. Les 5 chiffres à retenir	p.5
III. Méthodologie du Baromètre AmCham-Bain	p.6
IV. Moral des investisseurs américains en France en 2016	p.7
a) La perception du contexte économique de la France et de son évolution par les investisseurs américains	p.7
b) L'attractivité de la France pour les investisseurs américains : la part de détracteurs bascule au profit des neutre	p.8
c) Critères de choix dans les décisions d'investissement à l'international	p.9
d) L'attractivité de la France dans la balance des destinations d'investissement européennes	p.10
V. L'attractivité de la France comme terre de transformation numérique des entreprises	p.11
VI. La perception de l'attractivité de la France par les salariés étrangers	p.12
VII. Les événements qui ont marqué 2016	p.14

I. Avant-propos

Couvrant l'ensemble des secteurs de l'économie et représentant une multiplicité de tailles et modèles différents, les entreprises membres de la Chambre de Commerce Américaine en France (AmCham) font quotidiennement le pari de la destination France. Bien plus que cela, elles sont des ambassadeurs de la marque France. A elles seules, les entreprises américaines emploient plus de 440 000 salariés en France et génèrent 2 millions d'emplois indirects. Elles investissent continuellement dans de nouveaux projets ou initiatives locales sur l'ensemble du territoire, montrant ainsi que notre pays est fort d'une économie partenariale qu'il convient de conforter, voire d'encourager. Au-delà des chiffres, les investissements américains sont d'abord des histoires d'hommes et de femmes qui s'installent en France avec leurs familles et contribuent à enrichir notre société.

Comme chaque année depuis 1995, l'AmCham et Bain & Company se sont associés pour mesurer l'évolution du moral des investisseurs américains en France. Cette prise de température annuelle nous permet d'évaluer l'appétence des entreprises à s'installer et se développer en France, d'analyser les forces du pays pour attirer et retenir les talents mais aussi de recueillir l'opinion des investisseurs américains sur les grands sujets qui font l'actualité économique.

Quels sont les 4 principaux enseignements de l'édition 2016 ?

1. Les américains sont plus optimistes sur l'évolution du contexte économique en France

La Baromètre apporte cette année un éclairage singulier : 49% des dirigeants interrogés estiment que l'évolution du contexte économique sera positive. C'est 12 points de plus qu'en 2015. Nous y voyons un signe encourageant !

2. Il est urgent d'accélérer les réformes de structure pour tirer parti de la fragile reprise

Comme chaque année, le Baromètre utilise le Net Promoter® Score (NPS) pour évaluer le taux de recommandation de la destination France. En 2016, le nombre de détracteurs est moins important qu'en 2015, mais le NPS de la France en tant que destination d'investissement reste très faible, atteignant un score négatif de -51% en 2016 (il était de -62% en 2015). Surtout, la perception des irritants traditionnels (rigidité du marché du travail et fiscalité) continue de se dégrader d'année en année.

Nous pouvons faire tellement mieux ! La France a toutes les cartes en main pour inverser cette tendance. Plus que jamais, notre pays doit se tourner vers l'avenir, éviter le déni des réalités présentes et se donner les moyens de relever les défis d'aujourd'hui et de demain.

3. Le digital est un levier de changement durable pour l'économie française

A l'évidence, les moteurs d'attractivité de la destination France se renouvellent. L'édition 2016 de notre Baromètre vient ainsi confirmer les résultats observés l'année passée : la France est reconnue par plus de 81% des dirigeants interrogés comme une destination attractive pour la transformation numérique des entreprises. Pour ces entreprises, la France devient un multiplicateur de valeur.

4. Les événements extérieurs ne bousculent pas fondamentalement la réalité des investissements

Il ressort du Baromètre que les événements qui ont marqué l'année 2016 tels que les attentats terroristes et le Brexit ne sont pas de nature à infléchir les stratégies d'investissements des entreprises américaines en France. Celles-ci ne semblent pas davantage impactées par les transitions politiques : plus de la moitié des répondants estiment que l'élection de Donald Trump et la période pré-électorale en France sont neutres, à ce stade, pour leurs décisions d'investissement en France.

Nous sommes à un point d'infexion. Les investisseurs américains sont nettement plus positifs sur les perspectives économiques en France. Mais lorsqu'il s'agit d'investir ou d'embaucher d'avantage et de recommander la destination France, ils restent encore neutres. Or, nullement découragés par les bouleversements de l'année 2016 et convaincus par la vitalité digitale de la France, ils le disent clairement, cette neutralité pourrait massivement changer si le pays accélérerait les réformes de structure qui constituent le principal frein : stabilité juridique, socio-économique et compétitivité du marché du travail.

La question de l'attractivité relative de la France par rapport à ses voisins demeure donc fondamentale. Elle n'est ni une incantation ni un leitmotiv de communication mais doit être un objectif éminent du prochain Gouvernement et de l'ensemble des acteurs de la vie économique de notre pays. L'AmCham souhaite être un acteur de ce changement. Fort des constats et analyses de ce Baromètre, l'AmCham prépare des propositions pour faire de la France un lieu de croissance, une place de l'innovation et un territoire d'opportunités économiques. Celles-ci seront portées auprès des pouvoirs publics mais également des candidats à l'élection présidentielle.

Robert Vassoyan
Président de l'AmCham France
Président, Cisco France

Marc-André Kamel
Vice-Président de l'AmCham France
Associé, Bain & Company

II. Les 5 chiffres à retenir

Perspectives économiques de la France d'ici 2020 :
la moitié des Américains a envie d'y croire.



III. Méthodologie du Baromètre AmCham-Bain

L'étude du moral des investisseurs américains en France a été lancée par l'AmCham en 1995. Avec le soutien de Bain & Company, le Baromètre est devenu un rendez-vous annuel à partir de 1999.

Le Baromètre AmCham-Bain, aujourd'hui à sa 17^{ème} édition répond à 3 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 « irritants » de la vie en France des salariés américains

En novembre et décembre 2016, un questionnaire a été adressé aux dirigeants de la plupart des filiales françaises de sociétés américaines. Nous avons recueilli 146 réponses de sociétés représentant au total plus de 64 000 employés en France et plus de 55 milliards d'euros de chiffre d'affaires en France.

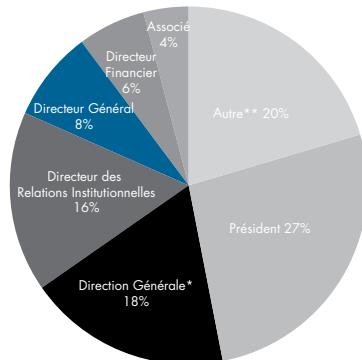
Les sociétés de plus de 1 000 salariés en France comptent pour 41% de l'échantillon ; les sociétés ayant entre 100 et 1 000 salariés représentent 35% de l'échantillon et les sociétés ayant moins de 100 salariés en France représentent 24% de l'échantillon. A l'image de la diversité des membres de l'AmCham, les entreprises ayant répondu au sondage sont aussi bien de grands groupes internationaux que des start-up implantées en France.

La segmentation de l'échantillon des répondants est également très variée. Les secteurs les plus représentés étant les cabinets d'études et de conseil, la banque et assurance, la chimie et parachimie et l'informatique qui représentent chacune plus de 10% de l'échantillon. Les secteurs de l'industrie agroalimentaire, pharmaceutique et le conseil juridique représentent 5% de l'échantillon respectivement. D'autres secteurs sont, par exemple, le bâtiment et les travaux publics, le commerce et la distribution, les transports et la logistique, les médias, le textile et l'habillement.

Enfin, l'échantillon est représentatif de la diversité des implantations géographiques sur le territoire en Ile-de-France et en région.

La typologie des répondants se définit comme indiqué dans le graphique ci-dessous (voir graphique 1). Elle comporte principalement des Présidents d'entreprise (27% de l'échantillon) ou des membres de la Direction Générale (18%).

Graphique 1 : Typologie des fonctions des répondants au sondage



Note : (*) inclut Directeur des Ressources Humaines, Directeur Commercial, Directeur Juridique, Directeur du Développement, etc. // (**) inclut le Directeur Général adjoint, le Vice-Président, etc.

Source : Baromètre AmCham-Bain, analyse Bain

IV. Moral des investisseurs américains en France en 2016

a) La perception du contexte économique de la France et de son évolution par les investisseurs américains

Evolution stagnante du marché du travail à l'heure de la nouvelle donne économique mondiale, élargissement de la taxe sur les transactions financières, instabilité législative, durcissement du dialogue social ... : la liste des épisodes de l'année 2016 qui pouvaient laisser présager d'une opinion défavorable des investisseurs américains sur les perspectives économiques de la France est longue. Et pourtant, dans un environnement mondial qui a dû absorber de nombreux chocs en 2016 et qui reste incertain pour 2017, 49% des investisseurs américains interrogés en novembre et décembre 2016 se déclarent optimistes quant aux perspectives économiques de la France dans les 3 années à venir. Soit une hausse record de 81% du taux d'opinions positives exprimées, qui semblait figé depuis 2012 entre 20 et 27%. 36% des répondants anticipent une stabilité du contexte économique en France, et seuls 15% estiment que la situation devrait se dégrader. Voir graphique 2.

« Cela dépendra principalement des réformes politiques que le prochain président français arrivera à faire passer »

Président, Etudes et conseil

Toutefois, ce regain d'optimisme ne devrait pas se traduire pour autant par des créations nettes d'emplois d'ici à 2020 : seuls 21% des investisseurs américains anticipent une hausse du nombre de salariés, tandis que 46% estiment que leurs effectifs en France resteront stables et qu'un tiers d'entre eux anticipent une baisse de leurs effectifs. Voir graphique 3.

« Nous continuerons à investir dans notre activité – mais nous n'augmenterons probablement pas nos effectifs à cause des coûts de la main d'œuvre et d'un droit du travail rigide »

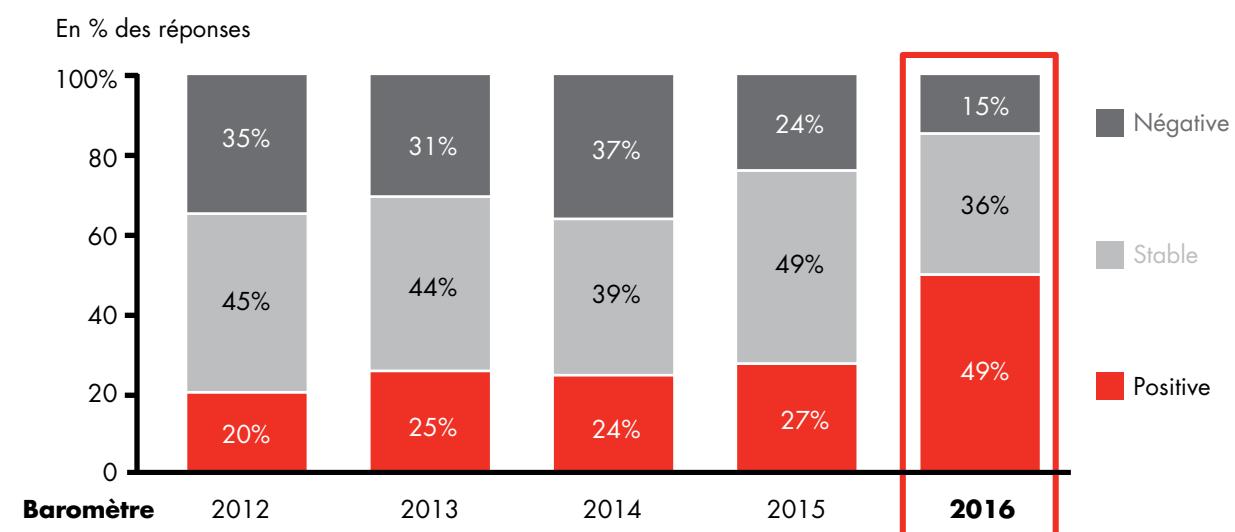
Banque / Assurance

« La France a un réservoir de travailleurs très bien formés mais a également un environnement de travail difficile à cause de la force des syndicats »

Vice-Président, Biens de consommation

Graphique 2 : Evolution du contexte économique en France

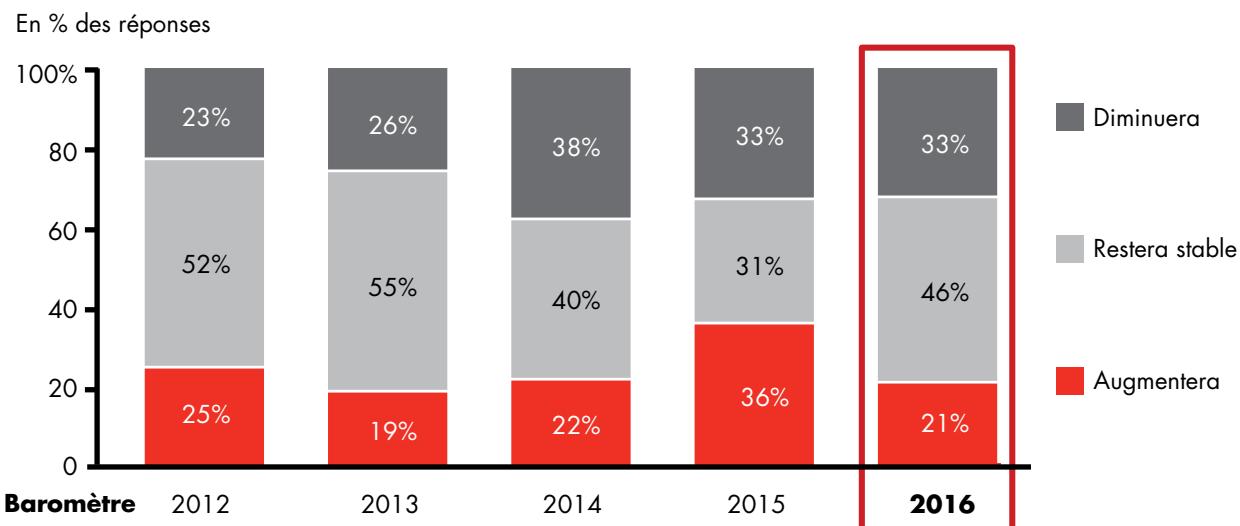
Pensez-vous que l'évolution du contexte économique en France dans votre secteur d'activité sur les 2-3 ans à venir sera ... ?



Source : Baromètre AmCham-Bain, analyse Bain

Graphique 3 : Evolution des créations d'emploi en France

Sur les 2-3 ans à venir, pensez-vous que le nombre de salariés de votre entreprise en France ?



Source : Baromètre AmCham-Bain, analyse Bain

b) L'attractivité de la France pour les investisseurs américains : la part de détracteurs bascule au profit des neutres

L'attractivité de la France en tant que destination d'investissement reste faible en 2016, malgré une forte reprise relativement aux années précédentes. Seulement 30% des répondants estiment que la perception de la France par leur maison mère est positive (contre 18% en 2015 et 11% en 2014) par rapport à d'autres destinations d'investissement. La perception positive de l'attractivité française n'a pas retrouvé son niveau de 2011, où 56% des investisseurs américains interrogés la jugeaient « excellente » ou « bonne ».

Pour mesurer le niveau d'engagement des investisseurs américains vis-à-vis de la « marque France », le Baromètre utilise le système d'évaluation Net Promoter® Score (NPS) à travers une question : « Sur une échelle de 0 à 10, recommanderiez-vous la France à une entreprise américaine cherchant à s'implanter à l'étranger ? ».

Si les résultats révèlent en 2016 une baisse du nombre de détracteurs de la France (de 65% en 2015 à 54% cette année), cette baisse ne s'est pas reportée sur le

Net Promoter® Score

L'indicateur NPS mesure la propension des répondants à recommander un produit, une entreprise ou un pays. L'indicateur se calcule sur une question unique : « 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 prescripteurs qui sont enthousiasmés par la marque, le produit ou le pays, ils en parlent 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 « prescripteurs » et de « détracteurs ».

camp des prescripteurs, qui ne rassemble que 3% des investisseurs interrogés (comme en 2015), mais sur celui des « neutres ». C'est la raison pour laquelle le NPS de la France en tant que destination d'investissement reste faible avec un score négatif de -51% en 2016 (vs -62% en 2015).

Et lorsque la question NPS leur demande le taux de recommandation de la France pour qu'une entreprise déjà installée y étende ses activités, le score est également négatif à -50% (-56% en 2015).

« [Nous prévoyons d'étendre nos activités] uniquement si la croissance des activités n'impose pas d'embaucher »

Banque / Assurance

« Il n'y a pas d'intérêt à étendre ses activités sauf en R&D et en forces de vente. Aucun besoin de se développer pour profiter des infrastructures »

Directeur des affaires juridiques et fiscales,

Commerce / Distribution

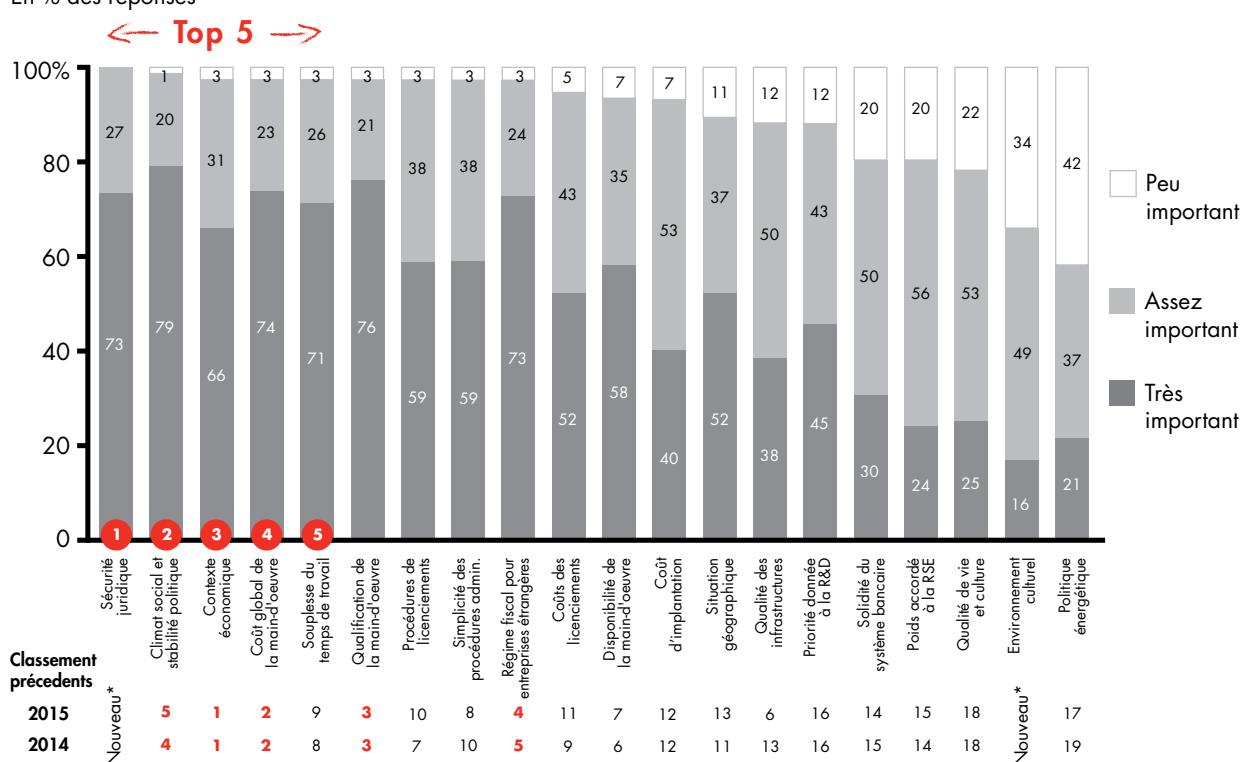
c) Critères de choix dans les décisions d'investissement à l'international

Interrogés sur les critères qui déterminent leurs choix d'investissements, les dirigeants d'entreprises américaines citent en priorité la sécurité juridique, le climat social et la stabilité politique, le contexte économique, le coût global de la main d'œuvre et la souplesse du temps de travail (voir graphique 4). Etant donné qu'il s'agit de critères et de décisions s'inscrivant dans le long terme, on observe sans surprise peu d'évolutions dans ce Top 5 sur les 3 dernières années, à l'exception de l'entrée en 5ème position de la « souplesse du temps de travail » (classé 9ème en 2015) et de la sortie du facteur « régime fiscal pour les entreprises étrangères », relégué de la 4ème place en 2015 à la 9ème en 2016.

Graphique 4 : La stabilité juridique et socio-économique, le coût et la flexibilité des salariés restent les principaux critères pour investir

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

En % des réponses



Note : (*) Choix non proposé dans les baromètres précédents
Source : Baromètre AmCham-Bain, analyse Bain

Baromètre AmCham-Bain 2016

Les facteurs les moins mis en avant pour influencer les décisions d'investissement sont : le poids accordé à la RSE, la qualité de vie et culture, l'environnement culturel et enfin la politique énergétique. Le poids accordé à ce dernier critère varie beaucoup selon le secteur d'activité des entreprises concernées.

d) L'attractivité de la France dans la balance des destinations d'investissement européennes

Comparée à d'autres destinations d'investissement européennes, le France dispose d'un certain nombre d'atouts qui la rendent plus attractive pour les entreprises (voir graphique 5). Les principaux critères qui inciteraient les investisseurs à venir en France sont sa

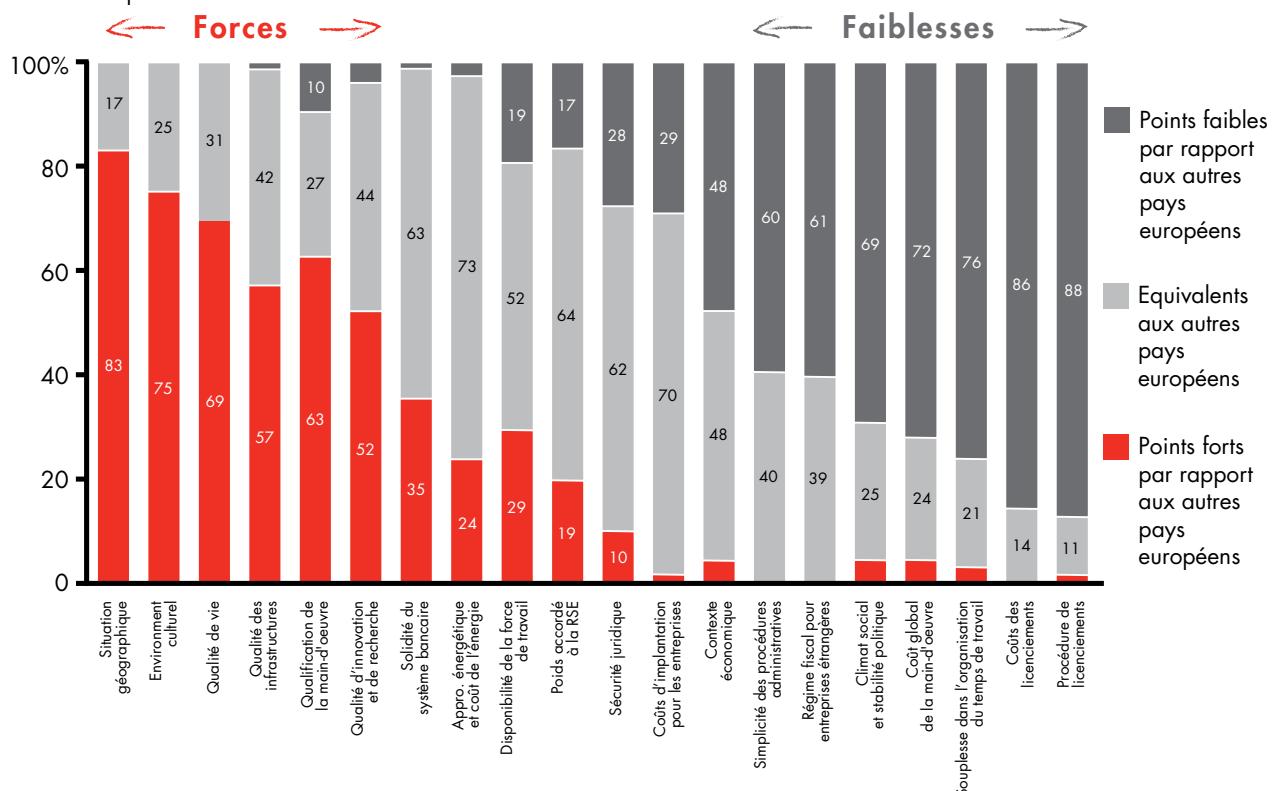
position géographique, sa qualité de vie, ses infrastructures et sa main-d'œuvre qualifiée.

Parmi les points d'amélioration les plus fréquemment cités pour la France, en comparaison d'autres destinations d'investissement, apparaissent le climat social et la stabilité politique, le coût global de la main-d'œuvre, la souplesse dans l'organisation du temps de travail, les coûts et la procédure de licenciement.

Le Royaume-Uni et l'Allemagne demeurent les principaux concurrents de la France comme destination d'investissement, bien au-delà des autres pays européens.

Graphique 5 : Titre : Les principaux atouts de la France sont sa position géographique et sa qualité de vie
Comment se positionne la France par rapport aux autres pays européens sur les critères suivants ?

En % des réponses



Note : classement = % points forts - % points faibles
Source : Baromètre AmCham-Bain, analyse Bain

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 6).

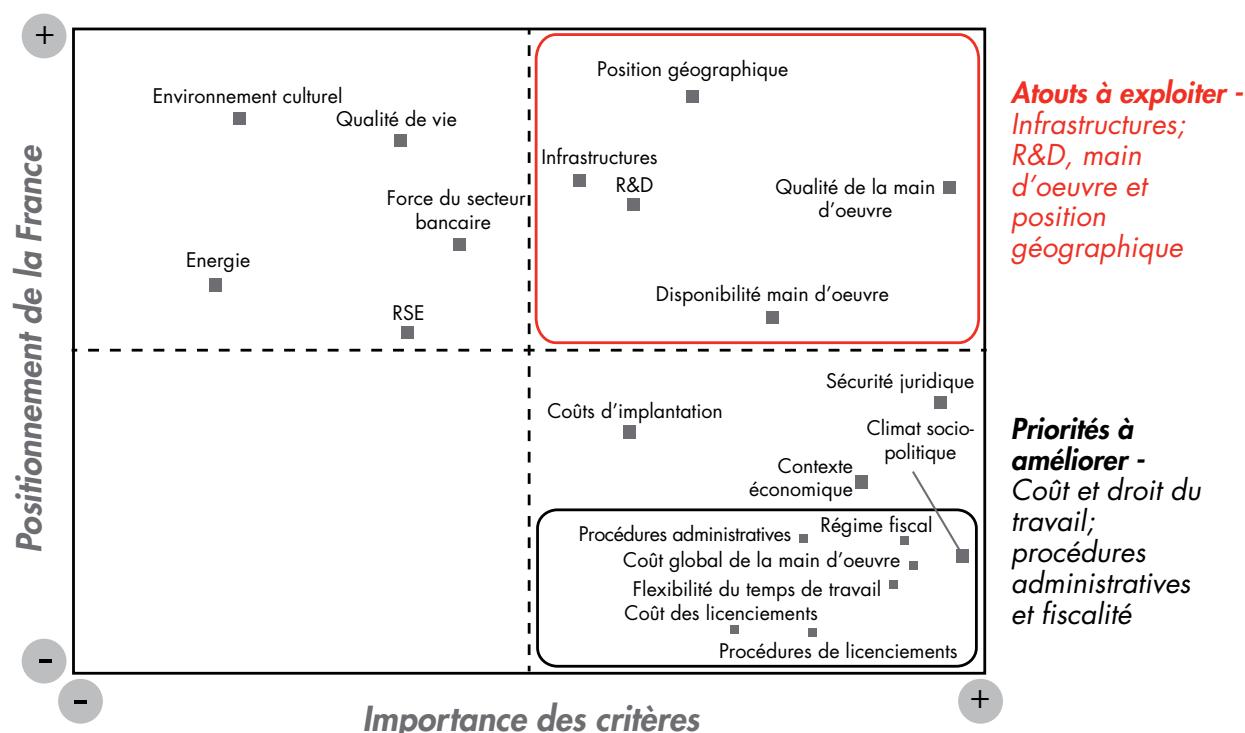
Les forces à valoriser incluent les critères que les répondants jugent importants dans la décision d'investissement et sur lesquels la France est bien positionnée. Ces critères sont les infrastructures, la recherche et le développement, la main-d'œuvre et la position géographique du pays. Documentées dans de nombreux rapports depuis des années et faisant l'objet d'un diagnostic partagé, les priorités d'amélioration qui regroupent les critères jugés majeurs par les répondants et sur lesquels la France est moins bien positionnée sont le coût et le

droit du travail, les procédures administratives et la fiscalité.

V. L'attractivité de la France comme terre de transformation numérique des entreprises

Questionnés sur l'impact de l'arrivée de nouveaux modèles digitaux et de « pure players » du web sur le modèle économique de leur entreprise, l'immense majorité des entreprises confirme être affectée par la digitalisation, comme en 2015. En effet, 87% de répondants ont ressenti cet impact ; ils sont 45% à le trouver considérable.

Graphique 6 : Le coût et la législation du travail sont des chantiers prioritaires pour améliorer l'attractivité de la France



Note : classement = % points forts - % points faibles
Source : Baromètre AmCham-Bain, analyse Bain

Parce qu'elle bouleverse tous les secteurs à des degrés divers et affecte toute la chaîne de valeur de l'économie mondiale, la transformation digitale apparaît comme un formidable révélateur de l'attractivité des territoires en matière d'innovation. Interrogés sur l'attractivité de la France en tant que destination favorisant la transformation digitale, 81% des investisseurs américains répondent positivement. Parmi les raisons évoquées qui favorisent cette attractivité, la qualité de la formation est la plus spontanément citée.

Selon les répondants, c'est sur les fondamentaux de sa compétitivité que la France doit investir en priorité pour être plus *digital friendly*. En premier lieu, loin devant les autres critères, les investisseurs appellent de leurs vœux les pouvoirs publics à créer les conditions d'un environnement économique favorable à la transformation digitale. Encourager le développement d'infrastructures digitales, faciliter l'accès au capital et intensifier la formation dédiée au secteur digital sont, dans une moindre mesure, cités par les investisseurs américains.

Si ces leviers étaient mis en œuvre, 81% des investisseurs américains considéreraient sérieusement le développement d'activités et la création d'emplois en France, parmi lesquels 41% se disent sûrs de le faire le cas échéant.

« Nous voyons la France comme un hub pour les startups »

Directeur des opérations, Conseil et études

« Nous pensons que la France est le meilleur pays en Europe pour les investissements dans le secteur de la Tech »

Président, Conseil digital

« L'esprit d'innovation, de nombreux ingénieurs, et un environnement favorable : incubateurs, des « pools » d'innovation, des investisseurs, un support régional... »

Directeur régional, Banque / Assurance

VI. La perception de l'attractivité de la France par les salariés étrangers

Si l'année 2016 marque un regain d'attractivité de la France auprès des investisseurs américains, ils sont seulement 16% à déclarer qu'ils recommanderaient à des collaborateurs étrangers de s'installer en France. Malgré une amélioration pour la seconde année consécutive (de -82% en 2014 à -42% en 2015), cette question sur le taux de recommandation de la France d'un salarié étranger à un autre cristallise toujours un score NPS très négatif à -35%.

Le système social de la France et ses infrastructures restent ses principaux atouts pour l'installation d'employés étrangers. Sont notamment cités la qualité de vie et sa culture locale, l'accès au système de santé, la scolarité et/ou la garde des enfants.

Cependant, ces points forts sont contrebalancés par les « irritants » qui restent les mêmes d'année en année : la gestion administrative, le climat social et la fiscalité des particuliers. Voir graphique 7.

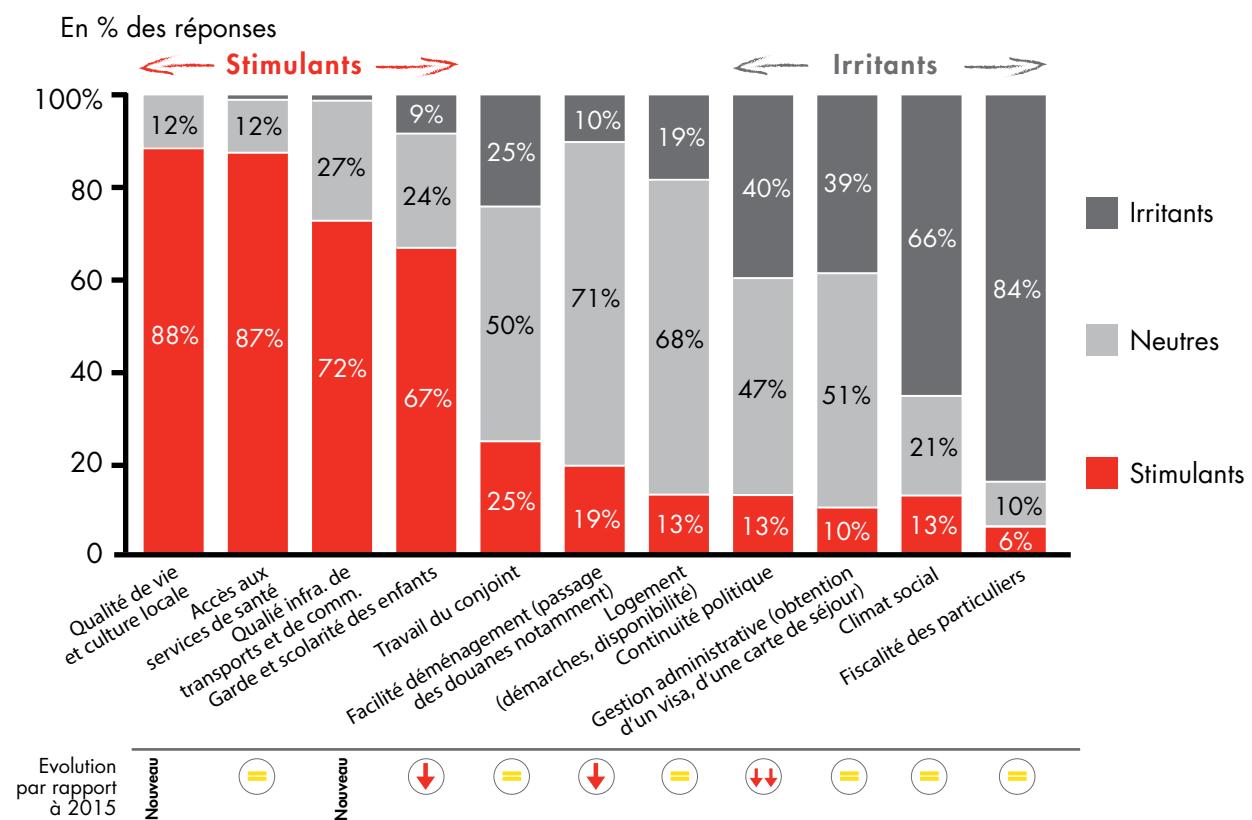
« Les procédures administratives pour renouveler son permis de séjour sont lourdes. De plus, le droit de travailler n'est pas automatiquement donné aux conjoints : le taux de chômage élevé et la lenteur administrative rendent la recherche d'emploi compliquée pour les conjoints »

Directeur des affaires publiques,
Industrie agroalimentaire

« Les impôts et taxes sont élevés et difficiles à comprendre : des charges sociales qui sont directement déduites et un impôt qui est payé une fois par an, en plus d'autres taxes comme celle sur le logement »

Membre du Conseil d'Administration,
Industrie agroalimentaire

Graphique 7 : Le système social de la France et ses infrastructures restent ses principaux atouts
Selon vous, ces facteurs sont-ils des « irritants » ou des « stimulants » de l'attractivité de la France pour des collaborateurs étrangers ?



Note: Classement = % stimulants - % irritants
Source : Baromètre AmCham-Bain, analyse Bain

VII. Les événements qui ont marqué 2016

En novembre et décembre 2016, nous avons demandé aux investisseurs américains leur avis concernant leur perception de l'impact sur l'attractivité de la France de quatre événements ayant marqué l'année : les présidentielles américaines de 2016, la campagne pré-électorale en France, le Brexit et la vague d'attentats. Rien ne s'est passé comme prévu en 2016 : les scénarios surprise se sont réalisés. Notre enquête démontre qu'ils n'ont pas eu les effets catastrophe annoncés auprès des investisseurs américains. Dans un monde multipolaire qui a vu toutes les prévisions pour 2016 déjouées, la France bénéficierait-elle d'une image de « valeur refuge » aux yeux des investisseurs américains ?

Trump Président : des questions sur la perception mais pas sur la réalité des investissements

Seuls 42% des investisseurs américains en France anticipent un impact sur l'investissement, mais ils sont 82% à présumer d'une portée sur l'image du pays et 55% à prévoir un impact négatif sur les relations entre la France et les Etats-Unis.

« Trump ne véhicule pas les valeurs libérales traditionnelles des Etats-Unis, il ne construit pas non plus la confiance dans les US en tant que partenaire commercial et politique fiable »
Président, Chimie / Parachimie

« La position « l'Amérique en premier » de Trump n'est pas favorable au commerce international »
Associé, Conseil juridique

L'agenda politique français ne bouscule pas les décisions d'investissement

Du côté de l'agenda politique français, c'est l'attentisme qui prévaut : les investisseurs américains adoptent davantage le ton du « wait and see », et 61% déclarent ne pas s'attendre à ce que la période précédant les élections en France ait un impact significatif sur leurs affaires.

« Les investissements de long terme sont déjà faits. Nous allons donc observer et suivre les prochaines élections. »
Directeur Général, Bâtiments / Travaux Publics

Le Brexit : menace, non-événement ou opportunité pour la France ?

6 mois après le vote des Britanniques, le Brexit semble, aux yeux des investisseurs américains, se présenter comme une opportunité plutôt qu'une menace pour la France. Cette décision britannique ne devrait pas affecter le fonctionnement des entreprises américaines en France : 52% des répondants n'anticipent aucun impact du Brexit sur les activités américaines en France.

La crise anticipée en amont du vote britannique n'a finalement pas eu lieu. Néanmoins, une forte incertitude demeure quant aux modalités de mise en œuvre, au calendrier, aux avantages pouvant être négociés par les parties concernées, etc.

« Il est trop tôt pour le savoir: les représentants britanniques sont de grands négociateurs, qui pourraient obtenir des conditions de départ avantageuses. »

Membre du Conseil d'Administration,
Chimie / Parachimie

Attaques en France et en Europe : les investisseurs américains refusent de céder à la terreur

Les attaques qui ont tragiquement endeuillé la France et l'Europe n'auront pas fragilisé le moral des investisseurs américains quant à la destination France : environ 80% d'entre eux ne changeront pas leurs plans d'investissement pour cette raison.

Ceci rejoint une tendance présente en fil rouge sur l'ensemble du Baromètre qui confirme que les prévisions des investisseurs américains se font sur le long terme et que les différents événements, aussi graves soient-ils, ne les détournent pas du « business goes on ».

« Notre stratégie d'investissement repose plus sur les perspectives économiques. D'autres attaques se produisent en Espagne, en Belgique et en Grande-Bretagne. »
Banque / Assurance

A propos de l'AmCham en France

La Chambre de Commerce Américaine (AmCham) en France est un observateur historique et un acteur privilégié des relations transatlantiques depuis sa création en 1894. Notre ambition est de devenir l'organisation de référence pour le business transatlantique. L'AmCham rassemble plus 350 entreprises toutes très impliquées dans la vie économique française. Nos membres couvrent l'ensemble des secteurs de l'économie et représentent une multiplicité de tailles et modèles différents : l'AmCham rassemble aussi bien des fleurons de l'économie française et américaine (150 membres listées au CAC40 et au Fortune 100), que des champions du numérique et des startups innovantes. Les activités de l'AmCham sont entièrement financées par les cotisations et contributions de ses membres. Les entreprises américaines emploient plus de 440 000 salariés en France, y générant 2 millions d'emplois indirects, et investissent continuellement dans de nouveaux projets sur le territoire français.

Robert Vassoyan, Président, Cisco France, Président de l'AmCham France

Caroline Ryan, Directrice Générale, AmCham

Giulia Buttini (giulia.buttini@amchamfrance.org), Contact presse

Pour plus d'informations, visitez notre site : www.amchamfrance.org

Suivez-nous sur Twitter : [@amchamfrance](https://twitter.com/amchamfrance)

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 53 bureaux dans plus de 34 pays pour accompagner les entreprises de tous les secteurs d'activité sur tous leurs marchés.

Marc-André Kamel, Associé, Bain & Company, Vice-Président de l'AmCham France

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

Pour plus d'informations, visitez notre site : www.bain.fr

Suivez-nous sur Twitter : [@BainCompanyFR](https://twitter.com/BainCompanyFR) ou [@BainAlerts](https://twitter.com/BainAlerts)



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



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