

Le développement à l'international : les enjeux juridiques | Droit commercial

by admin_Crefovi - lundi, novembre 19, 2018

<https://crefovi.fr/articles/developpement-international-enjeux-juridiques/>

Pour développer son marché et accroître son potentiel de revenus et bénéfices, une entreprise a tout intérêt à étendre son activité à l'international.

Quels sont les éléments juridiques et commerciaux auxquels il faut prêter attention pour assurer un bon développement à l'international?

1. Rédiger un business plan

Tout d'abord, l'expansion à l'international passe par la rédaction d'un plan d'affaires (business plan), comprenant notamment un budget prévoyant les coûts de l'opération, les projections des flux de trésorerie (cash flow statements) et des comptes de résultat sur 5 à 7 ans, ainsi qu'une analyse SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities et Threats*).

2. Trouver les fonds nécessaires

Ensuite, il convient de lever des fonds, soit en interne, en utilisant les réserves ou une partie du résultat, soit en externe, en sollicitant des aides financières (notamment auprès d'organismes tels qu'Oseo, BpiFrance, la Coface, Business France) ou en empruntant auprès des banques. Il est aussi possible de faire appel à des investisseurs, business angels, capital-risqueurs ou capital-investisseurs, si votre société présente des probabilités de croissance très élevées et si vous êtes prêt à céder une partie du capital social de votre société.

3. Être bien protégé

3.1. Assurances

En outre, et en parallèle des démarches mentionnées ci-dessus, il convient de réduire tous les risques, notamment juridiques, liés à une expansion à l'international.

En particulier, il convient de contrôler que sa police d'assurance responsabilité civile professionnelle couvre bien votre entreprise et ses actions à l'international. Si oui, sur quels territoires géographiques êtes-vous couvert? A quelle hauteur financière? Y a-t-il des clauses d'exclusion de la couverture d'assurance à l'international? Lesquelles?

3.2. Propriété intellectuelle

De plus, il est essentiel de bien protéger sa marque et, si possible, les dessins et modèles de votre société, à l'international, dans tous les territoires où vous comptez étendre votre activité. Ainsi, il est recommandé d'enregistrer sa marque dans les pays où l'on fabrique ses produits ainsi que dans les pays où l'on vend ses produits. Une extension internationale de votre marque – française ou européenne, est donc de rigueur.

Idem pour les dessins et modèles qui constituent les actifs intangibles les plus importants de votre entreprise. Par exemple, un sac qui est la vache à lait de votre activité puisque ses ventes constituent plus de 20% de votre chiffre d'affaires annuel, doit être protégé par l'enregistrement d'un dessin et modèle auprès de l'Institut de Propriété Intellectuelle de l'Union Européenne et, si possible, dans d'autres organismes de protection de la propriété intellectuelle à l'étranger.

4. Développer l'activité à l'étranger en propre ou via un tiers

Un développement à l'international peut se faire de plusieurs façons :

- soit la société va investir en propre, en prenant des locaux ou un magasin en location dans le

territoire étranger convoité;

- soit la société va déléguer la gestion de cette expansion internationale à un tiers, tel qu'un agent, un distributeur, un licencié ou un franchisé. Il convient donc de mettre en place et de négocier les contrats appropriés, qui vont réguler les rapports avec le bailleur, dans le cas d'une expansion directe par la société, ou avec l'agent, le distributeur, le licencié ou le franchisé. Ces contrats sont complexes et doivent souvent comprendre des clauses obligatoires imposées par la loi en vigueur. Il convient donc de s'entourer des conseils d'un avocat exerçant dans la juridiction en question, avant de signer quoi que ce soit avec la contrepartie.

Si vous développez votre activité en propre, à l'international, il va falloir que vous vous posiez la question d'immatriculer, ou pas, une nouvelle société qui sera localisée dans le territoire qui est l'objet de l'expansion. Est-ce que cette nouvelle société sera une filiale, une succursale, la maison-mère ou la société sœur de votre entreprise française? Qu'est-ce qui est fiscalement et comptablement le plus avantageux pour vous? Là encore, il convient de prendre conseil auprès de votre avocat, afin qu'il ou elle fasse une étude poussée des avantages et inconvénients de chaque hypothèse. L'avocat pourra aussi vous mettre en relation avec des expert-comptables compétents, dans le pays de l'expansion internationale, qui pourront gérer la comptabilité de la nouvelle structure sociale.

5. S'assurer du respect du droit de la consommation local

Si votre entreprise vend des produits et services à des consommateurs, il y a de fortes chances qu'une législation soit en place, dans le pays où vous souhaitez conduire l'expansion, pour protéger ses consommateurs. Il convient que vous vous informiez sur ce cadre réglementaire, avant de commencer à vendre vos produits et services aux consommateurs à l'étranger, afin de vous assurer que vos prestations seront bien offertes conformément à la législation en vigueur. Sinon, gare aux actions et répressions administratives, judiciaires et éventuellement pénales qui pourraient cibler votre entreprise, surtout si vous vendez vos produits à distance (sur internet, dans des marchés, etc.).

Une expansion à l'international est un projet dynamique et fascinant pour votre société, qui peut décupler la force de vente de cette dernière. Toutefois, les risques sont importants, au niveau juridique et fiscal, et il convient donc de préparer le plus minutieusement possible une telle aventure internationale, afin de minimiser tous ces risques. Pour cela, prendre conseil auprès d'un avocat spécialisé s'avère indispensable.

Annabelle Gauberti est l'associée fondatrice de Crefovi, notre cabinet d'avocats à Paris et Londres, spécialisé dans le conseil aux industries créatives en général, et, en particulier, à leurs obligations en droit des sociétés et droit des affaires. Elle est avocat au barreau de Paris, ainsi que « solicitor of England & Wales ».

Annabelle est aussi présidente de l'International association of lawyers for the creative industries (ialci).

Votre nom (obligatoire)

Votre email (obligatoire)

Sujet

Votre message

PDF généré par Crefovi