

Sommaire

Agenda : [nos prochains séminaires en Inter et en Intra](#)

Actualité économique : [mars-avril 2010](#)

Evénements organisés par [nos partenaires](#)

Politique et société : [Eurbag magazine est paru](#)

Ressources Humaines : [Le recueil de candidatures au sein des CV- thèques](#) / [La gestion salariale de vos collaborateurs en Allemagne](#)

Législation : [La fiscalité des personnes physiques - l'impôt sur le revenu](#) / [Garantir la conformité de votre société à la loi Informatique et Libertés](#)

NOUS RENCONTRER

Vous souhaitez être conseillés au sujet de:

- La constitution et l'animation de réseaux commerciaux agents / distributeurs
- L'outsourcing de la prospection et de la vente
- La cession de licences
- Le recrutement de commerciaux
- Le coaching de commerciaux
- L'optimisation de commerciaux et l'appui marketing
- Filiales / bureaux de vente : création, hébergement et gestion déléguée
- Alliances stratégiques et Croissance Externe

Nous rencontrer lors de salons :

- Salon Cadres & Co, le 04.06.10 à Strasbourg
- Salon européen de l'ingénieur, le 8.06.2010 à Paris

Nos prochaines Conférences:

- Paris, le 21.05.10, conférence suivie de rendez-vous individuels : vendre sous marques de distributeurs en Allemagne.
- Paris, le 30.09.10 conférence, suivie de rendez-vous individuels : le marché de la santé en Allemagne.

Nos prochaines « Journées de Conseil Allemagne » :

- Colmar, le 27.05.10
- Bobigny et Créteil, le 08.06.10
- Dunkerque, le 09.06.10
- Béthune, le 10.06.10
- Mulhouse, le 25.06.10
- Angoulême, le 30.06.10
- Paris, le 30.06.10
- Nanterre, le 01.07.10
- Lyon, le 12.07.10

Stratégie & Action Allemagne GmbH, filiale de conseil de la Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Allemagne représente : 45 collaborateurs, 30 années d'expérience, 50 nouveaux projets de développement par an, 200 bureaux de vente ou filiales gérés pour un CA cumulé de plus de 120 millions d'euros. Au total plus de 1000 entreprises lancées sur le marché voisin depuis l'origine.



Nos prochains séminaires

L'Allemagne c'est

- la **première économie européenne**, soit 2,5 fois le potentiel industriel français,
- le premier marché technologique européen, trasant 75 % des programmes européens,
- le premier **exportateur mondial** de technologie, devançant largement la Chine,
- le second importateur mondial,
- le premier déficit de la France avec un taux de couverture de 60 %.

Sur ce marché compétitif, une simple démarche d'exportation, position fragile par essence, ne suffit plus pour développer et pérenniser ses parts de marché. Il faut adopter des stratégies ambitieuses et s'implanter pour s'ancrer dans le marché.

Pour ce faire, il faut tenir compte des différences culturelles et bâtir un plan d'action adapté. Notre gamme de FORMATIONS/ACTION est conçue à cet effet.

PARTICIPEZ A NOS PROCHAINS SÉMINAIRES INTER-ENTREPRISES !

- **19 mai 2010 à Saarbrücken** : Optimisation de la prospection et de la négociation en Allemagne / Séminaire spécifique VIE : [programme](#)
- **1^{er} juin 2010 à Paris** : Croissance externe en Allemagne / Alliance stratégique, prise de participation et rachat : [programme](#)
- **2 juin 2010 à Paris** : Recrutement et animation de commerciaux en Allemagne : [programme](#)
- **22 et 23 juin à Paris** : Création et gestion de votre filiale en Allemagne / droit, fiscalité des sociétés, comptabilité : [programme](#)

FORMATIONS PROPOSÉES EN INTRA :

Les séminaires ci-dessus peuvent faire l'objet d'une formation en intra et être adaptés au contexte et aux besoins spécifiques de votre entreprise

Autres séminaires proposés en intra :

- Approche stratégique, prospection & techniques de vente en Allemagne: [programme](#)
- Management interculturel franco-allemand : [programme](#)
- Optimisation de la relation aux maisons-mères allemandes: [programme](#)
- La société allemande face à la crise financière: [programme](#)

Pour plus d'informations :

Christiane Wintzerith : 0049 681 9963 136

Email : c.wintzerith@e-netmail.com

NOS CONSEILLERS VOUS ACCOMPAGNENT DANS LE MONTAGE DU DOSSIER D'ASSURANCE PROSPECTION COFACE

Le dispositif d'Assurance Prospection géré par la COFACE a pour vocation d'encourager les entreprises dans la recherche de marchés à l'étranger, en les accompagnant financièrement et en assurant le risque d'échec de leurs actions.

Le principe est simple :

- une période de garantie (1, 2 ou 3 ans), pendant laquelle les dépenses de prospection sont couvertes par la COFACE (à hauteur de 65% pour l'Allemagne).
- une période d'amortissement (la période de garantie + 1 an) pendant laquelle la COFACE prélève 7% (biens) ou 14% (services) du CA réalisé dans la zone pour rembourser les sommes perçues par l'entreprise.
- A l'issue du contrat, si le CA n'a pas permis de restituer les sommes perçues, celles-ci restent acquises à l'entreprise.

Pour le montage d'un tel dossier, il importe de bien estimer tous les postes de dépenses, mais aussi de budgéter le CA prévisionnel.

Depuis le mois de mai 2009, la CCFA dispose d'une **accréditation** pour le montage d'un contrat d'assurance prospection en relation avec un projet de développement sur l'Allemagne et son dépôt auprès de la COFACE.

N'hésitez pas à contacter nos conseillers pour l'Allemagne

Pour plus d'informations :

Régis Wallet : 0049 681 99 63 127

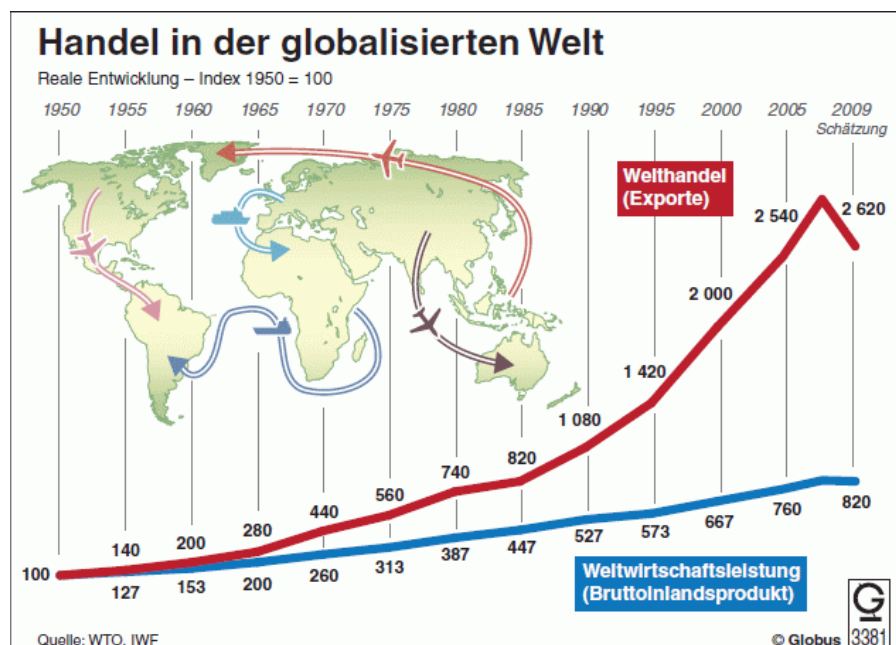
Email : r.wallet@e-netmail.com

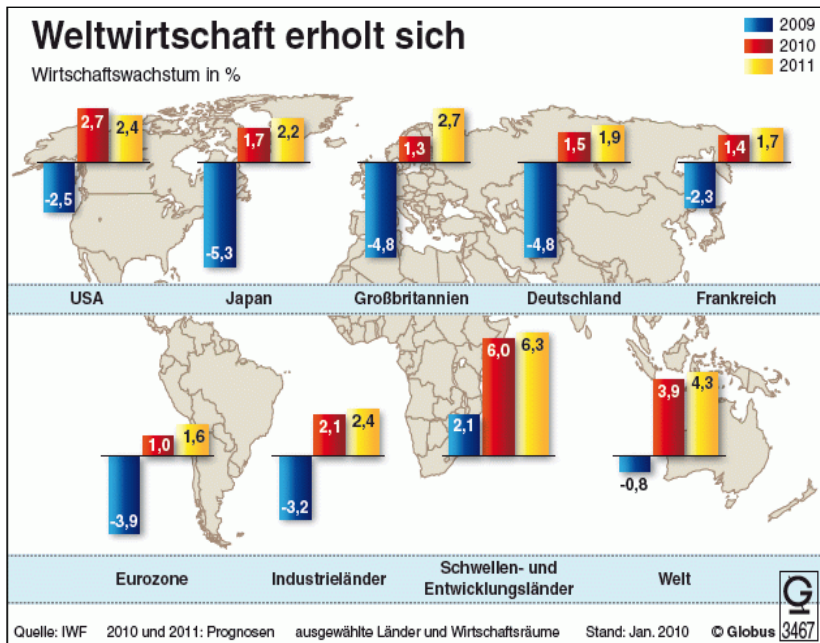
Actualité économique

Le commerce mondial

Le commerce mondial a connu une croissance exponentielle au cours des 20 dernières années. L'année 2009 fut un exercice d'inflexion négative.

Notons que le commerce mondial a crû beaucoup plus rapidement que la croissance, ce qui témoigne de la mondialisation et de la redistribution internationale des cartes industrielles.





La fin de la récession

La croissance mondiale est sur la voie de l'assainissement. Si l'exercice 2009 s'est au plan mondial soldé par un recul de 0,8 %, selon les experts, l'exercice 2010 devrait connaître un regain de + 3,9 %, et 2011 de + 4,3 %.

Il n'en demeure pas moins que la distribution de la croissance sera fortement différenciée en fonction des pays :

	2010	2011
Zone euro	+ 1%	+ 1,6%
Allemagne	+ 1,5%	+ 1,9%
France	+ 1,4%	+ 1,7%

Allemagne : perspectives économiques 2010 – 2011

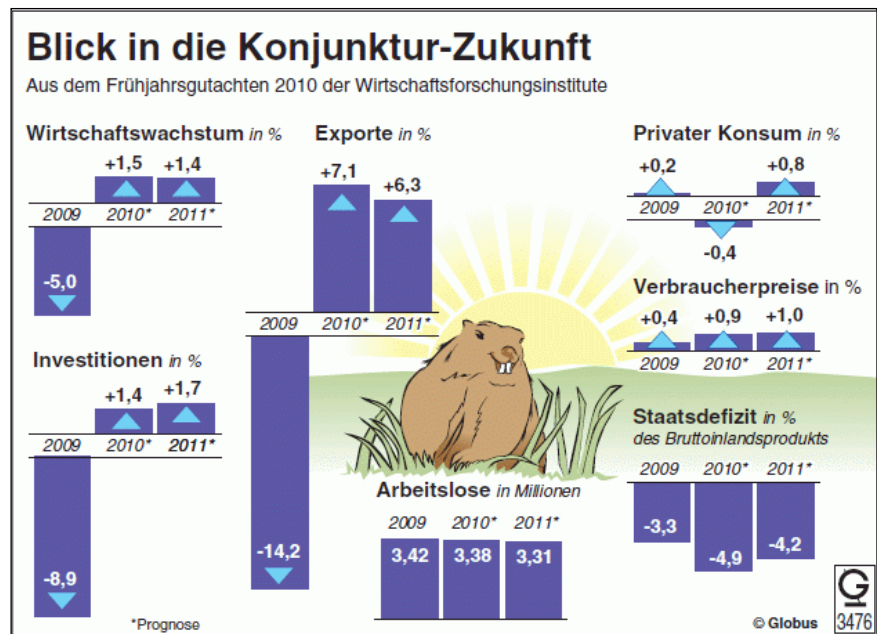
La croissance reste modeste : + 1,5 % en 2010 et + 1,4 % en 2011.

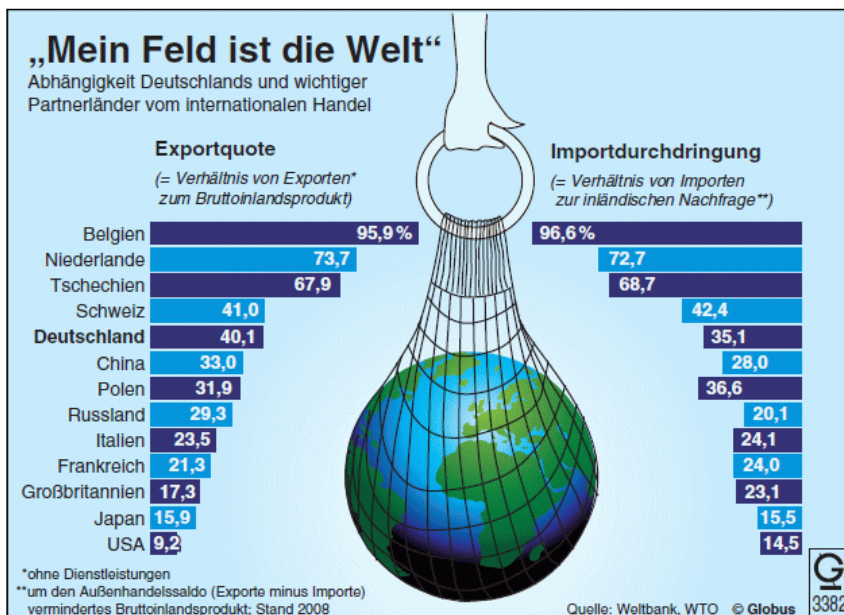
Les exportations reprennent cependant à bonne allure : + 7,1 % en 2010 et + 6,3 % en 2011.

Quant à la consommation intérieure, elle reste étale.

En raison de la mise en œuvre de mesures de chômage partiel, le marché de l'emploi est demeuré stable malgré la crise.

Source : Globus - Statistische Angaben: Frühjahrs-gutachten der Wirtschaftsforschungsinstitute





L'ouverture internationale des nations

Les taux d'exportation et d'importation des nations témoignent de leur ouverture internationale.

L'Allemagne connaît un taux d'exportation de l'ordre de 40,1 % de son PIB, associé à un taux d'importation de 35,1 %. Ce dernier taux témoigne proportionnellement d'une réelle ouverture par rapport au premier importateur mondial que sont les USA, qui somme toute, n'importe que 14,5 % de son PIB.

La France quant à elle connaît un taux d'internationalisation nettement plus modéré avec 21,3 % à l'exportation, mais 24 % à l'importation, ce

qui explique son déficit extérieur chronique.

Relevons que des petites nations tels la Belgique ou les Pays-Bas sont les véritables champions du monde du commerce international avec :

	Export	Import
Belgique	95,9 %	96,6 %
Pays-Bas	73,7 %	72,7 %

Notons enfin que la Chine ne semble pas à l'extrême limite de sa capacité d'exportation, puisqu'elle n'affiche qu'un taux d'exportation de 33 %.

Les plus grands exportateurs mondiaux en 2009

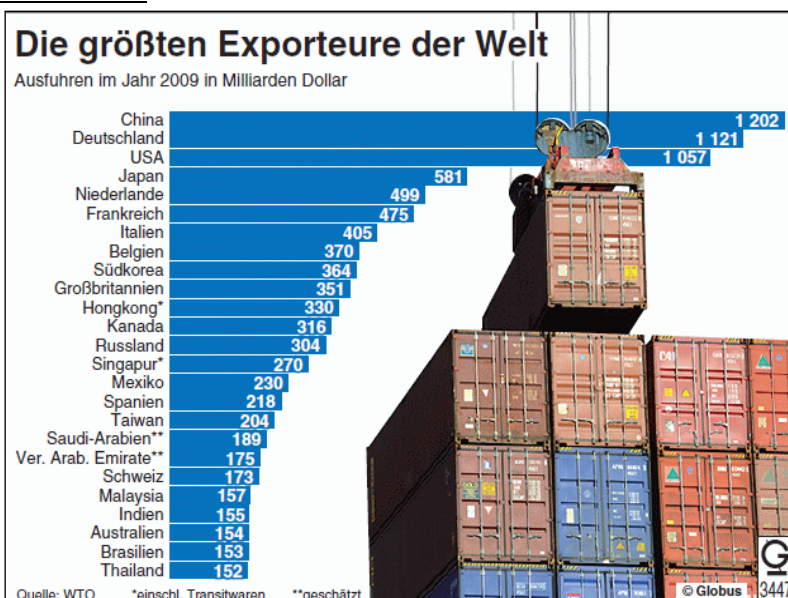
La Chine a détrôné l'Allemagne en 2009 du rang de première nation exportatrice. L'Allemagne se maintient en seconde position devant les USA et largement devant le Japon.

Relevons cependant que si la Chine est passée devant l'Allemagne en valeur, en termes de « maîtrise internationale des marchés » il n'y a pas photo :

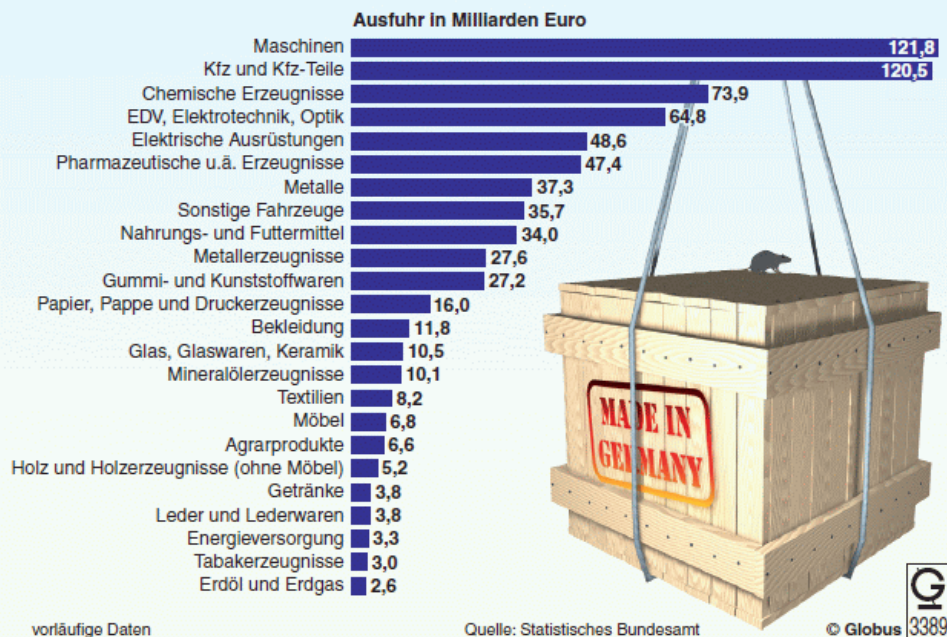
- La Chine met à la disposition du monde une main-d'œuvre corvéable à merci et la plupart du temps ce n'est pas elle qui vend sur les marchés étrangers, mais c'est l'étranger qui vient à elle.

- Pour ce qui concerne l'Allemagne, l'intégralité de son chiffre d'export consiste en des produits à haute technicité, dont la diffusion internationale relève de son action propre et d'une présence dense dans chacun des marchés de destination. Voilà un effort technologique et commercial remarquable.

La France est en sixième position, ce qui pourrait être perçu comme honorable, si nous n'étions pas devancés par les Pays-Bas !



Made in Germany Deutschlands wichtigste Exportgüter im Jahr 2009



Analyse sectorielle des exportations allemandes

L'Allemagne exporte essentiellement de la technologie et des produits haut de gamme :

- Machines et équipements: 121,8 milliards d'euros en 2009 (chiffre en régression de 24,1 % par rapport à 2008), soit 15,1 % des exportations totales. Ce poste représentait un excédent commercial de 71,8 milliards d'euros.
- Engins roulants et composants : 120,5 milliards d'euros en 2009, (chiffre en régression de 29,8 % par rapport à 2008), soit 14,9 %

des exportations totales. Ce poste représentait un excédent commercial de 58,4 milliards d'euros.

- Chimie : 73,9 milliards d'euros en 2009, (chiffre en régression de 19,4 % par rapport à 2008), soit 9,1 % des exportations totales. Ce poste représentait un excédent commercial de 25,3 milliards d'euros.
- Informatique, électronique, optique : 64,8 milliards d'euros en 2009.

Voici des positionnements à forte valeur ajoutée, mais aussi avec un impact technologique favorisant une faible élasticité de la demande.

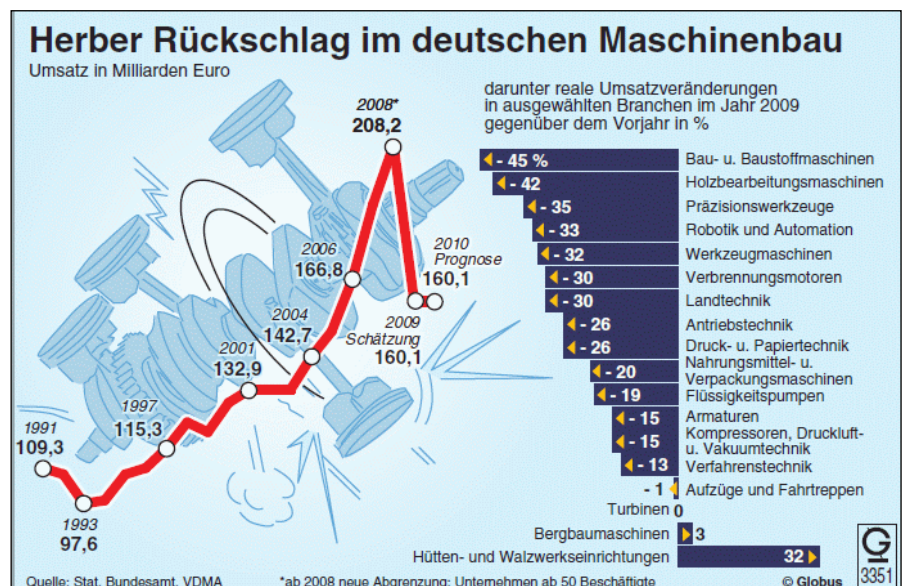
Comme, qui plus est, les entreprises allemandes sont souvent implantées dans les pays de destination, cela leur procure une réelle maîtrise des marchés.

La crise dans la mécanique

Un haut niveau d'exportation de biens d'équipement implique nécessairement un fort recul des ventes en période de crise mondiale. Quand les clients n'investissent plus, l'Allemagne et à la peine.

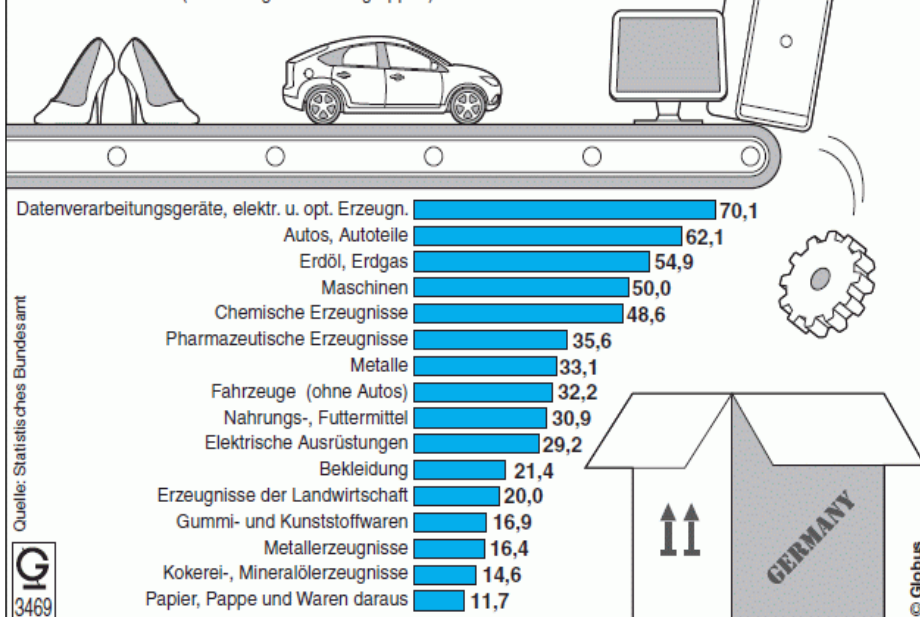
L'Allemagne aura connu un recul de ses ventes de 25 % en 2009 avec cependant une forte disparité entre les branches.

Grâce à la politique de soutien au chômage partiel, cette industrie aura cependant davantage conservé l'essentiel de sa capacité humaine. Sur les 920.000 employés, elle n'aura remercié que 35.000 personnes. Seulement 380 entreprises sur 20.000 ont déposé le bilan. Ce faisant, elle est aujourd'hui prête pour la relance.



Was wir draußen kaufen

Deutsche Einfuhren (die wichtigsten Warengruppen) im Jahr 2009 in Milliarden Euro



Importations allemandes

Au total, l'Allemagne a importé pour 667 milliards d'euros en 2009

Électronique, électricité et optique: 70,1 milliards d'euros

Automobiles: 62,1 milliards d'euros

Produits pétroliers et gaz: 54,9 milliards d'euros

Machines: 50,0 milliards d'euros

Chimie: 48,6 milliards d'euros

Pharmacie: 35,6 milliards d'euros

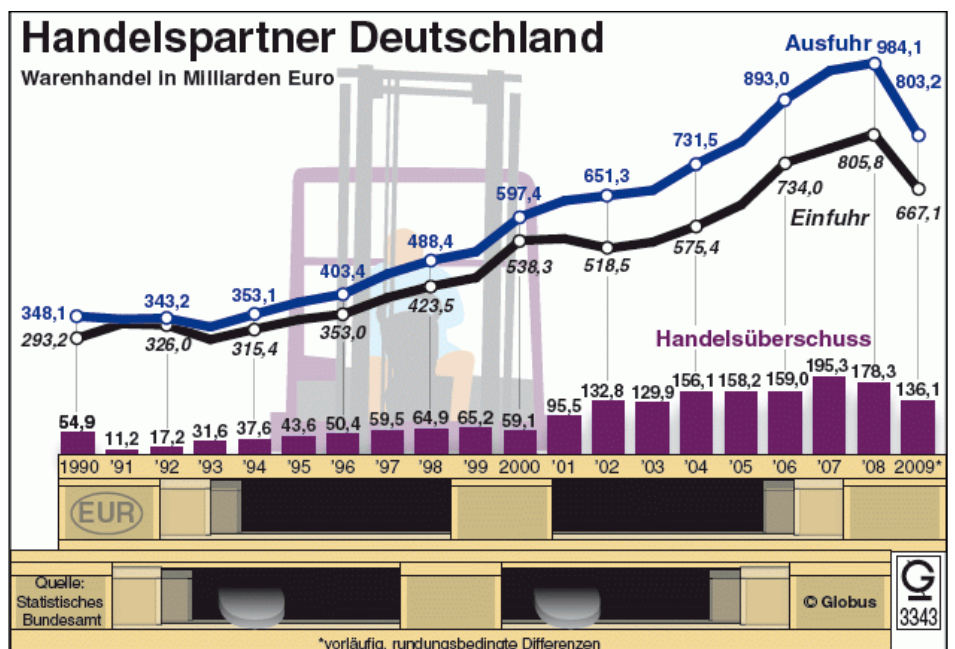
Denrées alimentaires: 30,9 milliards d'euros

Il convient de noter que l'Allemagne importe, y compris dans les domaines où elle-même excelle à l'exportation. Ceci confirme une étude récente en France, qui constatait qu'entre nos deux pays nous échangeons à 79 % des produits de branches similaires et étions donc en concurrence directe et immédiate (l'idéal serait de citer l'étude en question).

L'excédent commercial de l'Allemagne

En 2009, les exportations allemandes ont reculé de 18,4 %. C'est la première régression depuis 1950. Rassurons-nous, en décembre 2009 la tendance a été inversée.

L'Union européenne demeure son principal débouché. Avec 803,2 milliards d'euros d'exportations pour 667,1 milliards d'euros d'importations, l'excédent commercial «n'est plus que» de 136,1 milliards d'euros, contre 178,3 milliards l'année précédente.

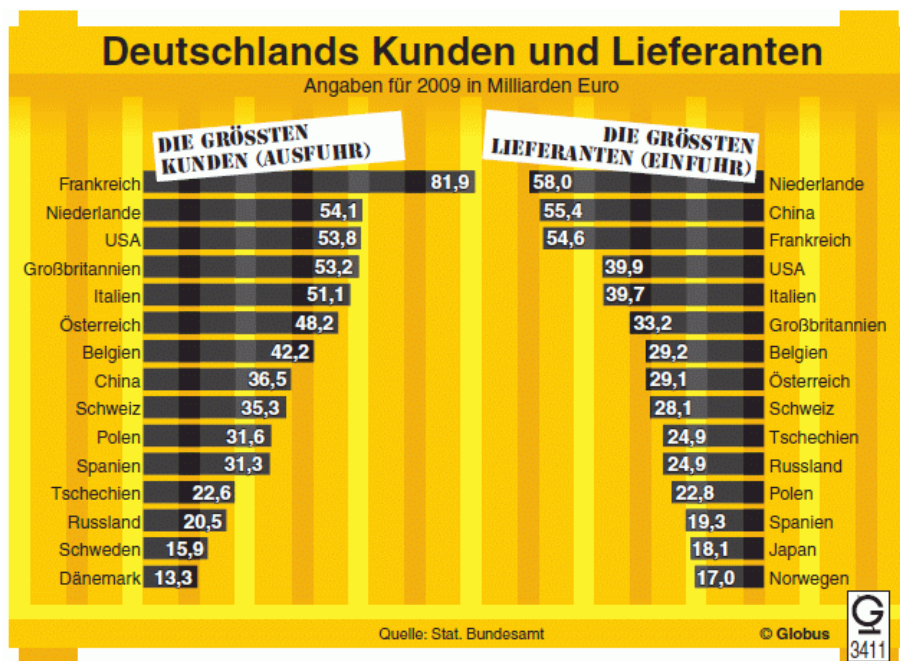


C'est avec la France que l'Allemagne connaît le plus gros excédent, plus 27,4 milliards d'euros, soit deux fois plus qu'avec les USA.

Les premiers clients et fournisseurs de l'Allemagne

La France est le premier client de l'Allemagne avec des importations de l'ordre de 81,9 milliards d'euros, elle est suivie des Pays-Bas, 54,1 milliard d'euros, les USA ne se situent qu'en troisième position avec 53,8 milliards d'euros.

La France n'est plus le premier fournisseur de l'Allemagne. Elle ne représente plus qu'un potentiel d'achats de 54,6 milliard, contre 55,4 milliards pour la Chine, ce qui est compréhensible, mais elle est également devancée par les Pays-Bas, qui, avec 58 milliards euros, sont devenus le premier fournisseur de notre voisin.



Politique & Société

Nous vous signalons la mise en ligne du trimestriel franco-allemand

« Eurbag Magazine » : www.eurbag.eu

Ce « magazine Internet » est une source d'informations majeure sur les questions politiques et les questions de société dans le domaine franco-allemand.



Evénements organisés par nos partenaires

EVENEMENTS A VENIR

Les adhérents de la CCFA et lecteurs de notre newsletter sont invités à participer, au tarif public, aux événements organisés

- **en France**

par le Club Economique Franco-Allemand (CEFA) : [lien](#)

- **en Allemagne**

par notre notre consœur, la American Chamber of Commerce in Germany : [lien](#)

INFORMATION SUR LES EVENEMENTS PASSES

4^e Conférence franco-allemande du CESE (Conseil Economique, Social et Environnemental) 9 avril 2010 à Paris
« La réalité de la coopération économique franco-allemande dans les entreprises : une dynamique pour le marché unique européen »

A l'occasion de cette conférence, des représentants de grands groupes ont témoigné de leur expérience. Découvrez dans le lien ci-après la

[SYNTHESE DES ETUDES DE CAS](#)

réalisée par Gilles Untereiner,
Directeur Général de la CCFA.



Ressources humaines: *Le recueil de candidatures au sein de CV-thèques*

Outre les moyens classiques de recrutement tels que la passation d'annonces, les salons, les candidatures spontanées, ou encore l'approche directe, les recruteurs ont également régulièrement recours aux bases de données de CVs. Effectivement, au-delà du dépôt en ligne d'offres d'emploi, les différents sites de

recrutement en ligne – aussi appelés jobboards – ont inscrit cette prestation à leur panel d'offres. Aussi, des sites en Allemagne tels que Stepstone, Monster, et en France, Aden Classified*, jobintree, et aussi Monster, proposent des **forfaits de consultation** de CV-thèques.

LE FONCTIONNEMENT DES CV-THÈQUES

Les candidats déposent gratuitement leur CV sur ces sites de recrutement généralistes ou spécialisés. Si, aux balbutiements de ces CV-thèques, les candidats devaient remplir de longs formulaires pour enregistrer leur profil en ligne, la démarche est aujourd'hui simplifiée et, bien souvent, le dépôt du CV en format Word et l'inscription ne prennent que quelques minutes.

Les entreprises et recruteurs ont ensuite la possibilité de consulter ces CVs en choisissant un **forfait** défini en fonction du **temps d'accès** et du **volume de CVs**.

La consultation se fait alors par le biais d'une recherche sur base de différents critères ou mots clés. Ainsi, la recherche est paramétrable à partir de critères tels que la **zone géographique, le niveau de formation, les langues, le salaire, la fonction** et/ou encore **le secteur souhaité**. A cela s'ajoute la possibilité de combiner à cette recherche une recherche par **saisie de mots-clés**. Le moteur de recherche identifiera ces mots clés dans les CVs enregistrés sur la plateforme et fera remonter les CVs correspondants.

OPTIMISER SA STRATÉGIE DE RECHERCHE

Une fois les **paramètres de recherche** sélectionnés, les recruteurs auront accès à un premier résultat. Sur ce premier résultat, toutes les informations concernant le candidat ne sont pas visibles, il s'agit d'une **présentation réduite** du profil. Selon les CVthèques, la présentation varie, mais souvent on retrouve le **titre** donné au CV par le candidat, sa **fonction actuelle** et sa **fonction souhaitée**, son **niveau de formation**, sa **zone géographique**, parfois les premières lignes du CV et ses

prétentions salariales. Il faut alors cliquer sur ce profil succinct pour accéder au CV complet (Un « crédit » est alors décompté du forfait, quelle que soit la pertinence du CV). Il est primordial d'optimiser sa stratégie de recherche sous peine de perdre un temps précieux pour un résultat assez incertain. L'écueil le plus courant est effectivement une recherche mal paramétrée, qui produirait un résultat difficile à traiter, car trop large et finalement peu qualifié par rapport au besoin de

l'entreprise. A l'inverse, des paramètres trop précis mèneront à un résultat trop restrictif. S'ensuivra alors le risque de passer à côté de profils intéressants. Il convient donc de savoir élargir ou affiner sa recherche en modulant, ajustant et « dosant » les différents critères.

Pour cela, il est essentiel de :

- **définir en amont les besoins et critères** exacts du profil recherché,
- choisir les bons **mots clés**,
- connaître les règles de recherche par mot clé ; prenons un exemple : un recruteur cherchant une fonction de direction et tapant dans les mots clés « direction » ou « directeur » aurait tout intérêt à rechercher une fois pour toutes « direc* », l'astérisque permettant de rechercher les mots commençant par les lettres précédant celle-ci,

- maîtriser la **logique de recherche boléenne**, qui permet de combiner entre

eux des critères de recherche.

LA CV-THÈQUE STRATEGIE & ACTION

Chez Strategie & Action, **nous prenons en charge la recherche** dans notre CV thèque recensant plus de 1500 **profils franco-allemands**. Nous vous transmettons, après accord des candidats, les **profils pertinents** correspondant à vos besoins afin que vous

puissiez prendre contact avec ceux-ci. Un coût n'interviendra qu'en cas d'embauche.

Pour plus d'informations contactez-nous !

[Consultez nos solutions](#)

* Le groupe Aden Classified regroupe les sites : Keljob, Cadronline, et Cadremploi.

Pour plus d'informations :

Alice Woitier : 0049 681 9963 180

Email : a.woitier@e-netmail.com

Web: www.jobs-df.com



Ressources humaines : Gestion salariale de vos collaborateurs en Allemagne

Les indicateurs économiques annoncent une sortie de crise dans de nombreux pays. Dans un contexte de reprise économique, le développement commercial à l'étranger et plus particulièrement en Allemagne – **premier partenaire économique de la France** - reste un facteur de croissance important.

Encore faut-il disposer des ressources humaines pour profiter de ces nouvelles opportunités commerciales. Le recrutement et la gestion de collaborateurs à l'étranger impliquent le **respect de la réglementation fiscale et sociale du pays** dans lequel ils seront en activité.

*Découvrez ci-après les **solutions de gestion salariale** de Stratégie et Action Allemagne. Vous pourrez ainsi recruter vos nouveaux collaborateurs en Allemagne, sans vous préoccuper des contraintes de la gestion de leur salaire.*

Le contexte actuel de reprise économique, et partant, les nouvelles opportunités qui se présentent sur le marché allemand vous encouragent à y mettre en œuvre une stratégie de développement commercial plus agressive.

Afin de mettre toutes les chances de votre côté vous avez décidé de recruter un ou plusieurs collaborateurs.

L'embauche de collaborateurs en Allemagne ne nécessite pas forcément la création d'une filiale. Toutefois, le recours à des salariés en Allemagne implique le respect de la réglementation locale en matière de droit du travail (contrat de travail de droit allemand, éventuellement adhésion à une convention collective locale, ...) et de gestion sociale et fiscale des salariés (contraintes administratives avec les organismes sociaux et le fisc allemand pour la retenue à la source des charges du salarié).

Depuis près de 5 ans, Stratégie et Action Allemagne, a développé une réelle expertise dans ce domaine et prend en charge toutes les démarches nécessaires pour la mise en place de la gestion salariale de vos collaborateurs : sont concernés, entre autres :

- la demande d'un numéro d'affiliation d'entreprise
- l'inscription de votre société auprès de la caisse maladie choisie par votre salarié (il en existe plus de 300), du fisc allemand, de la caisse d'assurance accident du travail, dont dépend votre activité
- la coordination mensuelle avec la société pour collecter toutes les informations nécessaires à l'établissement du salaire (fixe, variables, primes exceptionnelles, ...)
- l'établissement des fiches de paie
- l'établissement des bordereaux de cotisations fiscales, du journal des salaires, ...
- les déclarations mensuelles et annuelles (bordereaux de cotisations sociales, déclaration annuelle des salaires et des cotisations sociales)...
- la gestion des arrêts maladie en coordination avec les caisses de maladie
- la vérification des notes de frais des commerciaux
- le suivi des jours de congés...

Afin de faciliter vos démarches de recrutement, Stratégie et Action Allemagne, spécialisée dans les recrutements de commerciaux sur l'axe franco-allemand, vous fera également profiter

- de son réseau d'avocats bilingues pour l'établissement des contrats de travail de droit allemand dans les 2 langues,
- de ses partenaires bancaires pour l'ouverture d'un compte en Allemagne (recommandé pour les prélèvements sociaux et fiscaux).

Bien entendu, Stratégie et Action Allemagne est également à votre disposition pour prendre en charge la relation courante avec vos salariés et plus particulièrement pour répondre à toutes les questions concernant la fiscalité sur les avantages en nature (véhicule de société, équipements informatiques, ...), les assurances maladie ou la mise en place de plans de retraite complémentaire.

A ce jour, plus de 60 entreprises françaises nous ont confié la gestion salariale mensuelle de leurs collaborateurs en Allemagne.

Au-delà des aspects contractuels et salariaux, les **Centres de Domiciliation et de Gestion** de Stratégie et Action Allemagne disposent également de ressources matérielles et humaines pour héberger et accompagner vos équipes dans leurs missions de développement commercial (création de filiales, bureaux virtuels et domiciliations commerciales, location de bureaux, stock d'appoint, secrétariat commercial et administration des ventes, comptabilité, suivi des paiements, ...).

Nous sommes à votre disposition pour analyser vos besoins et mettre en place des solutions individuelles et personnalisées. Vous pourrez ainsi recruter en toute sérénité vos futurs salariés.

Pour plus d'informations :

Denis Neumayer

Tél : 00 49 681 9963 150

Fax : 00 49 681 9963 111

Email : d.neumayer@e-netmail.com

Consultez nos références sur www.strategie-action.com



Législation : *La fiscalité des personnes physiques / l'impôt sur le revenu*

Il convient de noter que les usages en matière d'imposition sur le revenu en Allemagne diffèrent notamment de ceux en France et notamment du fait de **la retenue à la source** pratiquée en Allemagne.

Notre dossier est consacré à l'imposition des personnes physiques et plus précisément à l'impôt sur le revenu en Allemagne.

Points abordés dans ce dossier :

- les traitements et salaires,
- les revenus commerciaux d'une société de personnes,
- les revenus de capitaux mobiliers (points essentiels),
- l'imposition des plus-values ainsi que le calcul de l'impôt.

Pour commander gratuitement l'étude complète sur ce sujet nous vous invitons à prendre contact avec

Dominique Jost

Tél : 00 49 681 9963 148

Email : d.jost@e-netmail.com

D'autre part, nous vous rappelons l'existence de notre **GUIDE PRATIQUE DES AFFAIRES EN ALLEMAGNE** qui développe entre autres les thèmes suivants :

- Droit des sociétés
- Droit social
- Fiscalité des personnes et des sociétés
- Droit du travail
- Règles comptables
- Acquisition d'entreprise
- Propriété industrielle...

En cas d'intérêt, vous pouvez :

Commander le Guide des affaires

*Il vous sera adressé **gratuitement** par email sous format PDF à réception du bon de commande dûment complété.*

► Législation : *Garantir la conformité de votre société à la loi Informatique et Libertés*

ETABLIR UNE FILIALE OU EXERCER UNE ACTIVITÉ EN ALLEMAGNE :

LES PRÉROGATIVES RELATIVES À LA LOI ALLEMANDE (BUNDES DATENSCHUTZGESETZ) ENCADRANT L'UTILISATION DES DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL

La directive 95/46/CE constitue le texte de référence en matière de protection des données à caractère personnel afin de favoriser, entre autres, la libre circulation des données à caractère personnel au sein de l'Union Européenne.

Comme la transposition d'une directive reste de la compétence des parlements et des autorités nationales et que chaque activité entraîne systématiquement la mise en œuvre de traitements de données à caractère personnel, ***les entreprises françaises établies ou souhaitant s'établir en Allemagne se doivent d'assurer la conformité des traitements de données à caractère personnel selon les prérogatives de la législation allemande et ceci, quelle que soit la forme juridique de leur établissement afin de maîtriser le risque 'Protection des Données Personnelles'.***

Il faut être vigilant aux points suivants :

L'autorité de contrôle et la mise en œuvre d'un traitement de données à caractère personnel

Les entreprises françaises doivent déclarer ou se faire autoriser un traitement de données à caractère personnel préalablement à la mise en œuvre par la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL). Ce régime diffère d'un pays à l'autre et chaque Land possède une autorité de contrôle. Ainsi, vos structures Allemandes peuvent être sous la tutelle d'une ou de plusieurs autorités, chacune d'elles disposant de ses propres doctrines.

La localisation géographique de votre organisme impose un suivi de l'autorité administrative compétente !

Posséder plusieurs entreprises en Allemagne demande un travail complexe de suivi des 'autorités'.

Le Correspondant Informatique et Libertés (CIL)

La désignation d'un Correspondant Informatique et Libertés permet à l'organisme de

bénéficier en partie d'une exonération de déclaration auprès de la CNIL. Cette désignation est, pour le moment, encore facultative. La désignation d'un CIL (Datenschutzbeauftragte(r)) est par contre obligatoire en Allemagne à partir du moment où plus de 9 personnes traitent des données à caractère personnel ou selon que certaines finalités d'un traitement ou types de données sont traitées. Cette personne, si elle est salariée de l'entreprise, disposera aussi du statut d'employé protégé. L'entreprise peut décider, et ceci quelle que soit sa taille, de sous-traiter cette mission à un prestataire externe. Elle s'évite des problèmes interne et déporte par la même occasion son risque 'Protection des Données Personnelles'.

Oublier de désigner un CIL fragilise la position de l'entreprise et du dirigeant.

Le choix d'une personne en interne impose une réflexion des décideurs, car la désignation engage la société sur le long terme et octroie à la personne le statut de salarié protégé.

L'utilisation des données personnelles des salariés

La loi fédérale allemande relative à la protection des données personnelles des salariés a évolué suite à de nombreux et récents scandales liés à la cybersurveillance des salariés. Les représentants du personnel Allemand sont très attentifs et impliqués pour ce type de traitements de données à caractère personnel. Ils disposent d'un pouvoir important de blocage mais aussi de la possibilité d'approuver des règles internes qui peuvent donner plus de latitude au chef d'entreprise. A l'inverse, bien que l'utilisation, sur le lieu de travail, d'outils informatiques à des fins autres que professionnelles, est généralement tolérée en France, cette même politique appliquée à la filiale Allemande risque de l'assimiler dans certains cas comme fournisseur d'accès. L'entreprise se devra donc de répondre à l'ensemble des contraintes réglementaires et obligatoires de 'traçabilités' et de conservation des données de connexion.

Vers une protection accrue du salarié en Allemagne par l'adoption d'une législation Données Personnelles spécifique ?

Une maîtrise de ces Traitements pour éviter tout risque de blocage ou parvenir à un accord!

Les données personnelles et l'approche marketing

Les actions de prospection et les possibilités de démarchage de vos clients allemands dépendront fortement de votre secteur d'activité, de la typologie de vos 'clients' (B2B ou B2C) auxquels s'adressent vos produits ou services, des canaux de communication utilisés (courriel, poste, SMS, fax,..), mais aussi et principalement de la qualité du fichier d'adresse utilisé, le non-respect faisant porter un risque pénal au dirigeant. Le recours à des entreprises spécialisées semble être une bonne alternative. L'organisme reste cependant, comme en France, responsable des données personnelles et de l'utilisation qui en sera faite chez le prestataire. Un contrat devra prévoir toutes les conditions et clauses spécifiques à respecter dans le cadre d'une délégation. Le sous-traitant a obligation de vérifier que toutes les demandes qui émanent de son client soient conformes à la loi (Bundesdatenschutzgesetz) et doit avertir ce dernier en cas de manquement.

Le marketing, une démarche incontournable et une arme redoutable pour vendre ses produits et services qui peut se retourner contre vous si elle est mal maîtrisée et non adaptée.

Votre 'non-conformité', un avantage pour vos concurrents ?

Panel des sanctions

L'autorité allemande dispose, elle aussi, de tout un panel répressif et peut sanctionner financièrement les dirigeants et les entreprises. De plus, depuis la modification de la loi en 2009, le légis-

lateur ne limite plus les montants de l'amende qu'encourent les décideurs et/ou les entreprises, ceux-ci s'évaluant par rapport au préjudice causé ou par rapport aux gains générés. Le calcul de ce montant fait place en grande partie à la subjectivité et à l'évaluation des parties concernées. Des amendes dépassant la barre du million d'euros ont déjà été prononcées.

Par ailleurs, les entreprises ont maintenant également l'obligation de notifier à leurs 'clients', les failles de sécurité ayant permis à un tiers non autorisé d'accéder à des informations ne lui étant pas destiné.

Une perte d'image, un coût important et un coup porté à la pérennité de l'organisme !

Notre catalogue de produits et de services

La société ACTECIL SARL propose aux entreprises franco-allemandes des solutions clés en main pour une politique 'Protection des Données à Caractère Personnel' Transfrontalière, source de gain et de productivité.

→ **Pré-Check Protection des Données Personnelles:** Pour situer votre niveau de conformité

→ **Scénarii Protection des Données Personnelles:** Des propositions adaptées

→ **CIL externe & Datenschutzbeauftragter:** Un seul interlocuteur, une démarche simplifiée

→ **Logiciel Management des Traitements:** Un même outil (multi langues & législations)

→ **Accompagnement et Support:** Une offre de conseil élaborée par des professionnels

→ **Formations :** Généralistes, Métiers (Call-Center, Recouvrement,..), Internationales

→ **Audit :** Sur la base de normes internationales et adapté à chaque pays

→ **Certification et Sigle I&L:** Certification TÜV Saarland

Prochains Rendez-vous

- Formation transfrontalière en allemand du 18 au 20 Mai 2010 à ULM (Public : CIL allemand loi française)
- Formation transfrontalière en français du 10 au 11 Juin 2010 à Paris (Public : CIL français loi allemande)

Pour découvrir l'ensemble des formations et services de la société ACTECIL SARL: www.actecil.fr
ACTECIL Partenaire de la Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Allemagne e.V