



PRÉPARER AVANT DE CONQUÉRIR LE MARCHÉ AMÉRICAIN

PASCALE LONGUET ATTORNEY AT LAW NEW YORK, AVOCATE À PARIS

Exercer aux États-Unis ne consiste pas seulement à maîtriser le droit américain. Pour Pascale Longuet, membre des barreaux de New York et Paris, avec des dizaines d'années d'expérience, il s'agit aussi de comprendre une autre culture des affaires. Des contrats commerciaux à l'implantation d'une filiale, elle accompagne les entreprises francophones pour transformer leurs ambitions en projets solides, dans un environnement juridique en constante évolution.

Vous accompagnez depuis plus de trente ans des entreprises francophones aux États-Unis. En quoi votre parcours constitue-t-il un atout ?

J'ai fait le chemin moi-même. Après mes études en France puis à New York, je me suis installée durablement aux États-Unis. Je sais ce que représente cette aventure : une autre langue, un autre droit, une autre culture, d'autres usages (jusqu'aux unités de mesure) et une manière unique de conduite des affaires. Cette expérience me permet de comprendre les interrogations et obstacles auxquelles les entreprises qui franchissent l'Atlantique font face et d'y créer la confiance du vécu. Mon monde s'est agrandi de façon extraordinaire et j'essaie aujourd'hui de transmettre au mieux cette expérience à mes clients.

Quels sont les principaux points de vigilance avant de signer un contrat ou de s'implanter aux États-Unis ?

Le premier réflexe doit être d'anticiper. Aux États-Unis, le droit est omniprésent et complexe avec la superposition du droit fédéral, du droit des États et

parfois même des réglementations locales. Il ne faut jamais attendre qu'un problème survienne pour consulter un avocat. Le contrat est la loi des parties : il doit être préparé dès la naissance du projet et, si possible, à partir de ses propres conditions plutôt qu'en reprenant celles d'un partenaire potentiel. Il est important de réfléchir au droit applicable, aux modes de règlement des litiges, de protéger ses marques et sa propriété intellectuelle et d'adapter sa stratégie à l'État dans lequel on souhaite exercer. Aujourd'hui plus que jamais, il faut préparer, préparer, préparer.

Comment les évolutions récentes du droit américain et des droits de douane modifient-elles votre accompagnement ?

Nous sommes dans une période d'incertitude qui oblige les entreprises à anticiper davantage. Les contrats doivent intégrer des clauses adaptées aux évolutions tarifaires, prévoir des conditions de sortie, la répartition des risques. Selon les secteurs, il faut également surveiller les nouvelles réglementations concernant les technologies sensibles, la présence

de contrats fédéraux (directs ou indirects), ses ressources humaines. L'objectif n'est pas de rendre les projets plus complexes, mais de permettre aux dirigeants de prendre leurs décisions en connaissance de cause et d'éviter que des difficultés prévisibles ne fragilisent leur développement.

Malgré ce contexte, les États-Unis restent-ils une destination privilégiée pour les entreprises françaises ?

Absolument. Les États-Unis demeurent un marché absolument gigantesque et très porteur. En revanche, il ne faut pas imaginer conquérir tout le territoire d'un seul coup. Les entreprises qui réussissent sont celles qui avancent avec méthode, qui acceptent que les règles du jeu soient différentes et qui savent s'entourer des bons partenaires. Je ressens aujourd'hui davantage de prudence chez certains dirigeants, mais je continue à voir de très beaux projets. C'est toujours une grande satisfaction d'accompagner ces entreprises et de les voir grandir, parfois pendant de nombreuses années. ♦

PROPOS RECUEILLIS PAR RAPHAËLLE TRICARD