

# CRÉDIT INTERNATIONAL AGRICOLE

**P.2 L'ALLEMAGNE, TOUJOURS  
ET ENCORE PREMIER  
PARTENAIRE DE LA FRANCE**

**P.3 RISQUE PAYS**

**P.4 Electra  
UNE AUTRE HISTOIRE  
DE CROCODILE**

**FICHE LE RMB**

## **POINT DE VUE** L'OMC sert-elle encore à quelque chose ?

**P**oser la question de l'avenir de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), c'est déjà le mettre en doute. Et parmi les 159 pays membres du gendarme des échanges commerciaux internationaux, de plus en plus nombreux sont ceux qui s'interrogent sur son utilité. L'échec du cycle de Doha a lourdement pesé sur son image. Pourtant, contre toute attente, jamais on n'a compté autant de candidats décidés à briguer le poste de directeur général, Pascal Lamy, dont le deuxième mandat s'achèvera le 31 août : ils n'étaient pas moins de neuf quand il n'y en avait aucun lors du renouvellement précédent, en 2009. L'OMC serait-elle donc capable de séduire encore ?

La victoire du brésilien, Roberto Carvalho de Azevêdo, qui prendra le 1<sup>er</sup> septembre la tête de l'organisation, marque la victoire des pays en voie de développement. Une victoire méritée puisque ce sont eux qui tirent le commerce mondial. Leur PIB (produit intérieur brut) sera fin 2013 pratiquement égal à celui des pays développés. Et l'an dernier, leur commerce extérieur a progressé beaucoup plus rapidement que celui des pays développés. C'est aussi la victoire d'un pays, le Brésil. Un pays qui n'a pas peur des paradoxes. Il affiche une politique protectionniste quand il s'agit de ses propres intérêts, en même temps qu'il se veut le porte-drapeau des BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine, Afrique du sud) face à l'Europe et aux États-Unis.

Est-ce suffisant pour dire que l'OMC va basculer dans le camp des émergents ? Non. Ce serait oublier le parcours de Roberto Carvalho de Azevêdo. Ce diplomate, âgé de 55 ans, est lui-même un pur produit de l'Organisation mondiale du commerce. Représentant permanent du Brésil à Genève depuis 2008, il a suivi toutes les conférences du cycle de Doha. Il connaît tous les rouages de l'Organisation. Tout comme ses forces et ses faiblesses. Il promet de « rendre le système compatible avec le monde

d'aujourd'hui ». Et sa victoire « n'est pas une victoire pour le Brésil, ni pour un groupe de pays, mais une victoire pour l'Organisation mondiale du commerce », s'empresse d'ajouter la présidente Dilma Rousseff. Un discours consensuel qui surprend.

Mais c'est oublier aussi le rôle de l'OMC aujourd'hui. Faute de faire avancer l'ouverture du commerce mondial, l'Organisation en est réduite à arbitrer des conflits que la crise économique ravive. Le bras de fer entre l'Europe et la Chine l'illustre bien. La gestion de ces différends est devenue le cœur même des activités de l'OMC au quotidien tandis que son influence stratégique ne cesse de diminuer. Et l'OMC s'affaiblit de plus en plus au fur et à mesure que se multiplient les accords de libre-échange bilatéraux qui vont à l'encontre de la

mondialisation qu'elle défend. Quand les États-Unis et l'Europe négocient un accord transatlantique, ils mettent dans la balance près d'un tiers du commerce du monde et la moitié de sa richesse. Quand la Chine, le Japon, la Corée, l'Inde, l'Australie, la Nouvelle Zélande et les dix pays de l'ASEAN préparent un partenariat économique régional, ou quand les États-Unis, l'Australie, le Japon, la Malaisie et Singapour parlent d'un accord transpacifique, c'est chaque fois l'OMC que l'on enterre un peu plus. Au sommet de Bali, en décembre prochain, Roberto Carvalho de Azevêdo promet de « se retrousser les manches ». Mais Pascal Lamy, lui, n'envisage qu'un simple accord de « facilitation des échanges ». C'est assez dire le peu d'espoir qu'a l'OMC dans son propre avenir.

« Désormais, l'OMC arbitre surtout les conflits de la crise. »

**Arnaud Rodier,**  
Rédacteur en chef adjoint *Le Figaro*

# HORIZONS L'Allemagne, toujours et encore premier partenaire de la France

En 2009, nous écrivions : « Une chose est sûre : l'Allemagne dispose de tous les atouts pour redémarrer dès que la situation mondiale s'améliorera. »

Et elle a redémarré. Ses exportations se chiffrent à 1.097,4 Md en 2012, ce qui en fait la 2<sup>e</sup> nation exportatrice derrière la Chine. À noter que les exportations hors UE sont supérieures à celles vers la zone Euro, principalement en raison des récessions dans les pays du sud de l'UE.

Mais surtout, après des années de restrictions salariales, les hausses sont à l'ordre du jour dans tous les secteurs d'activités et les Allemands sont confiants et consomment.

**Profiter des secteurs porteurs** En 2012, les échanges avec la France ont atteint 104,5 milliards d'euros pour les exportations et 64,8 milliards d'euros pour les importations.

L'Allemagne présente encore et toujours de bonnes opportunités pour les entreprises françaises. Après les grandes mesures prises par le gouvernement en 2009 pour soutenir l'environnement et les investissements dans les infrastructures, il faut mentionner la décision en 2012 de sortir du nucléaire et donc un besoin accru en énergies renouvelables pour garantir l'approvisionnement en électricité pour faire tourner son économie. À noter aussi le retour des consommateurs vers des produits de qualité, motivé par une prise de conscience à la suite des divers scandales alimentaires et une augmentation du pouvoir d'achat.

Parmi les secteurs porteurs figurent :

- les technologies de l'environnement (énergie éolienne, solaire, biomasse) ;
- les biotechnologies et le génie génétique ;
- les nanotechnologies ;
- les techniques de l'information et de la communication ;
- la haute technologie (biométrie, aéronautique, électrotechnique ou logistique) ;
- l'agriculture et l'agro-alimentaire ;
- l'aide à la personne et la santé.

**Respecter les règles du jeu** Certaines sociétés françaises considèrent le marché allemand comme un marché domestique et sous-estiment parfois les difficultés à y travailler de manière pérenne.

La concurrence y est vive et les consommateurs, comme les entreprises, recherchent

le meilleur rapport qualité-prix mais, dès lors qu'ils ont pris leurs décisions, ce sont des clients fiables respectant leurs engagements, habitués à des délais de paiement courts, en général 30 jours. Le taux d'impayés est globalement faible.

Les moyens de paiement sont identiques dans les deux pays mais la préférence des Allemands va au virement et au prélèvement aussi bien en B2C qu'en B2B. Le chèque est vivement à déconseiller. Très peu utilisé, il ne constitue qu'une promesse de paiement et n'est pas soumis à une réglementation aussi stricte qu'en France. Pour rappel, les instruments de paiement locaux disparaîtront le 1<sup>er</sup> février 2014 au profit des seuls instruments de paiements SEPA, facilitant ainsi les échanges entre les acteurs économiques.

Une bonne préparation et une bonne connaissance du marché s'imposent ; investir dans une étude approfondie des attentes, des spécificités, des structures de vente, des habitudes de paiement, disposer de personnel maîtrisant l'allemand ou au minimum l'anglais sont la base d'une relation durable.

Une première approche peut être la participation à l'un des nombreux salons. On recense 140 foires et salons internationaux.

**Le Crédit Agricole en Allemagne** Pour un accompagnement personnalisé, le Crédit Agricole a créé il y a 20 ans la délégation

Allemagne basée dans les locaux de CA CIB à Francfort. Elle conseille les entreprises françaises clientes du groupe et facilite leurs démarches pour ouvrir des comptes, gérer leurs flux ou trouver des financements. Pour ce faire, la délégation s'appuie soit sur ses partenaires bancaires et prestataires de service locaux (dont Altios International), soit sur les entités du groupe Crédit Agricole présentes en Allemagne, notamment la succursale CA CIB, banque de financement et d'investissement, Eurofactor pour l'affacturage, CreditPlus Bank pour le crédit à la consommation.

## À SAVOIR

Les Allemands apprécient :

- la ponctualité,
- la présentation d'une documentation,
- le respect des agendas
- le respect des délais.

Tous les points sont discutés et les accords confirmés par écrit.

Tout projet doit être vu sous une perspective d'un retour sur investissement à moyen terme.

## CHIFFRES CLÉS

**POPULATION**  
80,2 MILLIONS

**PIB PAR HABITANT**  
41.868 US \$

**PRÉVISION DE CROISSANCE PIB**  
2013 : 0,4 %  
2014 : 1,6 %

**INFLATION**  
PRÉVISION 2013 : 1,8 %

**CHÔMAGE**  
6,6 % (JUIN 2013)

**Nadine Schmitt,**  
déléguée Allemagne

### **L'internationalisation des entreprises françaises, une nécessité**

Les médias, les déplacements présidentiels, les missions commerciales à l'étranger, le déplacement graduel de la richesse mondiale vers les pays « émergents » retiennent de plus en plus l'attention des responsables d'entreprises de toutes tailles, soucieux d'assurer la pérennité de leur société par un développement commercial ou un investissement à l'étranger.

Il est incontestable que d'immenses marchés se sont ouverts au cours des 20 dernières années, en particulier dans les pays dits « émergents » dans leur quête de rattrapage des économies industrialisées. Ces marchés connaissent une forte croissance à un moment où les marchés domestiques de nos pays européens se stabilisent autour d'une économie de remplacement (le parc automobile français ne va plus croître beaucoup mais plutôt se renouveler, alors que la croissance dans ce secteur est très soutenue dans plusieurs pays émergents).

Dans ce contexte, l'entrepreneur français est donc tenté de regarder en dehors des frontières pour développer son entreprise. Se pose alors la question du risque pays, c'est-à-dire le risque qu'une dégradation de l'environnement d'un pays affecte ses activités et la qualité de ses contreparties dans ce pays.

### **Le risque pays renvoie à la qualité de l'environnement juridique et économique dans lequel opère l'entreprise, alors que le risque souverain est relatif à la richesse de l'État**

L'analyse de l'environnement financier, économique, politique, social et juridique d'un pays déterminé, basée sur la solidité structurelle de son économie (solidité du système bancaire, évolution de la croissance, indice de développement humain...), sur la qualité de sa gouvernance (efficacité des pouvoirs publics, qualité de la réglementation, niveau de corruption...), sur sa stabilité politique et, enfin, sur sa capacité à payer (solvabilité, soutenabilité de la dette, liquidités, réserves de change...) permet de mieux mesurer les risques auxquels l'investisseur ou l'exportateur de biens et services peut être confronté.

Le risque pays est à distinguer du risque souverain, ce dernier concernant le risque de contrepartie présenté par l'État au sens strict du terme (ministère des Finances par exemple) alors que le risque pays recouvre l'évaluation de l'environnement global d'un pays. Précisons cette différence : un État peut bénéficier d'une situation économique et financière confortable (abondantes réserves en devises, balance des paiements positive et surplus fiscal) tout en n'offrant qu'une très relative sécurité juridique (pouvoir judiciaire corrompu, faible respect du droit des contrats, faiblesse du droit de propriété, etc.). Les exemples de la Russie et de la Chine sont intéressants

de ce point de vue. Dans les deux cas, le risque souverain est mieux noté que le risque pays dans la mesure où les données macroéconomiques sont globalement satisfaisantes (équilibre budgétaire, compte courant positif, bon niveau de réserves internationales, etc.) et contribuent ainsi à la bonne note du souverain mais il n'en est pas de même pour le risque pays en raison de la médiocre qualité du climat des affaires et la sécurité juridique (faible probabilité de succès pour un étranger dans un procès contre des intérêts locaux, menace sur le droit de propriété des étrangers, respect de la règle de droit aléatoire, etc.).

### **Le risque politique devient un facteur prépondérant d'appréciation du risque pays**

Dans une logique de « relativisme culturel », l'analyse pays s'est souvent focalisée sur l'appréciation des paramètres économiques et financiers chiffrés, considérés comme objectifs. Or, depuis quelques années, une des composantes du risque pays a pris une plus grande importance : le risque politique. À la différence des risques macroéconomiques, le risque politique est souvent plus difficile à anticiper. Les différents mouvements sociaux qui ont éclaté au cours des derniers mois en Russie, Turquie et Brésil sont intéressants à cet égard, dans la mesure où ils se sont manifestés dans des pays qui avaient connu une réelle amélioration des conditions de vie au cours des dernières années entraînant la constitution d'une nouvelle classe moyenne qui a été pour une bonne part à l'origine des troubles sociaux ! L'élévation du niveau de vie fait naître une aspiration plus forte à la liberté d'expression, au rejet de la corruption des élites politiques et à une plus grande participation au pouvoir.

Au sein du Groupe Crédit Agricole, il a été décidé de réaliser, pour nos propres activités et pour celles de nos clients, une double approche, à savoir une approche risque pays et une approche risque souverain, très complémentaires l'une de l'autre, qui se traduisent par une notation des pays et des souverains, revue au minimum trimestriellement afin d'éclairer au mieux les décisions de développement d'affaires dans les différents pays où nous intervenons et de pouvoir mieux conseiller nos clients en la matière.

Cette approche pays est un travail quotidien d'une équipe dédiée au sein de CA CIB pour le compte de l'ensemble du groupe du Crédit Agricole en liaison étroite avec l'équipe des économistes de Crédit Agricole SA.

Nous couvrons une soixantaine de pays grâce à notre réseau et aux correspondants que nous avons dans ces pays.

**Michel Annez de Taboada**

*Responsable de la Gestion du Risque Pays  
Groupe Crédit Agricole*

RENCONTRE Electra

# Une autre histoire de crocodile

Créée dans les années 1950, la société Electra fabrique du matériel pour broyer, mélanger, tamiser, ensacher... les produits destinés à l'alimentation humaine et surtout animale. Elle conçoit ces machines, les commercialise, les installe et en assure leur maintenance. Chaque machine est adaptée au besoin précis du client, qu'il s'agisse d'une petite exploitation agricole ou d'une énorme entreprise industrielle. Mise en vente en 2011, c'est le Crédit Agricole de Pyrénées Gascogne qui est mandaté et il propose l'affaire à Jean-Loup Monjou et Éric Andouard, associés à 50/50, qui se lancent dans l'aventure.



Jean-Loup Monjou (à droite), président, et Éric Andouard (à gauche), directeur général.

## Pourquoi avoir choisi Electra ?

**J.-L. Monjou, président.** J'étais dans l'agro-alimentaire et l'emballage. Éric était juriste. Nous avons décidé d'acheter et de développer une entreprise saine : c'était le cas. Electra se développe sur un marché de niche mais elle avait déjà une activité internationale en Afrique du Nord et en Afrique centrale. Une équipe motivée. Et des clients satisfaits. Tout cela était de bon augure.

## Avez-vous changé la stratégie de l'entreprise ?

**J.-L.M.** Disons que nous l'avons dynamisée. Nous développons la R&D et profitons du crédit impôt recherche. Nos produits sont de grande qualité et nos clients les utilisent plusieurs dizaines d'années sans les changer ! Il faut donc élargir l'offre. Un exemple ? Une nouvelle réglementation européenne va bientôt obliger les pêcheurs à rapporter au port les poissons qu'ils ne veulent pas. Il faudra les broyer pour en faire de la nourriture animale. Nous travaillons sur cette machine. Nous concevons également des machines qui transforment le bois en granulés, qui sont utilisés pour le chauffage.

D'autre part, au plan commercial, nous élargissons notre démarche internationale en prospectant l'Europe du Nord et quelques pays de l'Europe de l'Est. Nous avons missionné Altios pour appuyer cette démarche.

## Comment êtes-vous organisé ?

**J.-L.M.** Pour le moment, tout est traité depuis le siège. Nos équipes se déplacent que ce soit pour la mise en route des produits ou pour les salons où nous nous faisons connaître (récemment à Alger, par exemple). Au plan financier, nous sommes extrêmement prudents : en Afrique, après signature de la commande, nous envoyons une facture *pro forma* qui génère une lettre de crédit : à ce moment seulement, nous mettons le produit en fabrication. Évidemment, cette procédure prend un peu plus de temps, mais elle nous évite les mauvaises surprises.

## Quel est l'appui du Crédit Agricole ?

**J.-L.M.** Total ! C'est notre seule banque. Nous lui avons demandé de faire la recherche d'une entreprise à reprendre et ils nous ont

## CHIFFRES CLÉS

CA 2012  
**2.150.000 €**  
**DONT 800.000 M€ À L'EXPORT**

EFFECTIFS  
**20 PERSONNES**

[WWW.ELECTRA.FR](http://WWW.ELECTRA.FR)

donc proposé Electra. Ils nous ont fait rencontrer Altios, la Coface, Oseo, dans le cadre de journées internationales qu'ils organisent. Et le Crédit Agricole place notre trésorerie excédentaire.

## Pourquoi avoir le crocodile pour symbole ?

**J.-L.M.** Le fondateur de l'entreprise avait choisi ce charmant animal bien avant Lacoste, pour ses mâchoires qui broient tout ce qui lui tombe sous la dent avec une force incroyable !



CRÉDIT AGRICOLE INTERNATIONAL

**CRÉDIT AGRICOLE INTERNATIONAL** est édité trimestriellement par le GIE GECAM - Fédération nationale du Crédit Agricole, 48 rue La Boétie, 75008 Paris, tél. 01 49 53 44 05  
**Directeur de la publication**  
 Bertrand Corbeau  
**Rédacteur en chef**  
 Jean Salati  
**Comité éditorial**  
 C. Dupont, CR Aquitaine;  
 C. Eydoux, CA CIB; L. Garaffini, CA Leasing et Factoring;  
 A. Hemery, CR du Finistère;  
 M. Jacquet-Lagrezze CA.sa  
 J. Oppermann, CR Centre-est;  
 D. Paquez, CR Nord de France;  
 N. Renaut, CA.sa; P. Staehly, CR Alsace Vosges, J. Tual, CA Corporate & Investment Bank  
**Réalisation et direction technique**  
 Paragramme  
**Impression**  
 I & D - Dépôt légal : septembre 2013  
**Abonnements**  
 Caisses régionales de Crédit Agricole.

# BANQUE

## Le RMB

Depuis 2009, l'internationalisation du renminbi (littéralement monnaie du peuple en Chinois) ne cesse de se développer et traduit la nouvelle orientation économique prise par les autorités chinoises depuis 4 ans. L'importance de la Chine dans le commerce international, la volonté de la Chine de faire du commerce dans sa monnaie locale ainsi qu'un intérêt croissant pour les entreprises internationales à traiter en devise chinoise sont autant de facteurs favorisant l'ouverture de la devise. Les entreprises françaises ont bien compris les enjeux de traiter en renminbi (appelé aussi yuan) et libellent de plus en plus leurs règlements commerciaux avec leurs homologues chinois dans leur devise.

### UNE VOLONTÉ D'INTERNATIONALISATION

La réglementation chinoise connaît depuis quatre ans des assouplissements progressifs, avec une volonté affichée des autorités d'internationaliser le RMB.

Jusqu'en 2008, les autorités chinoises n'autorisaient pas la convertibilité de leur monnaie. Le RMB étant un moyen de paiement exclusivement réservé à la Chine, les échanges commerciaux transfrontaliers étaient principalement effectués en dollar américain ou en euro. Importateurs et exportateurs dépendaient donc des fluctuations de ces monnaies.

Cependant, depuis 2009, la réglementation chinoise connaît régulièrement des assouplissements, avec une volonté affichée des autorités d'internationaliser le RMB. Les premiers règlements transfrontaliers dans cette devise ont été autorisés en juin 2009 avec Hong Kong qui est ainsi devenu le centre offshore du RMB avec le CNH (renminbi Offshore).

Dès lors, la réglementation n'a cessé de s'assouplir avec dernièrement, en juin 2013, la création d'un taux interbancaire « offshore » indexé sur le renminbi (CNH HIBOR FIXING) permettant aux investisseurs de couvrir leur position libellée en devise chinoise.

### ÉVOLUTIONS DES ÉCHANGES EN RENMINBI

Le yuan s'impose dans le monde et son internationalisation avance à marche forcée.

Encore à la vingtième place en janvier 2012 (avec 0,25 % des transactions internationales), et bien que non convertible sur le marché des changes, le Yuan est passé en l'espace d'un an à la 13<sup>e</sup> place, devant le rouble russe, avec 0,84 % des échanges (source SWIFT May 2013), à comparer avec 0,97 % pour le dollar de Hongkong

(11<sup>e</sup> place) et 0,99 % pour le dollar de Singapour (8<sup>e</sup> place). L'euro et le dollar, représentant respectivement 37,46 % et 36,52 % des paiements dans le monde, dominent encore largement le marché mondial, mais l'explosion de la monnaie chinoise est spectaculaire. Fin 2012, 14 % du commerce extérieur chinois était réglé en RMB... contre 0,44 % trois ans auparavant.

Concernant les lettres de crédit, le renminbi est sur le point de devenir l'une des monnaies les plus utilisées – tant en nombre de transactions qu'en valeur. En effet, avec une part de 4 % en valeur, le yuan se place directement à la 3<sup>e</sup> place derrière l'euro (7 %) et le dollar (80 %) mais loin devant le yen (1,9 %).

### LA PLACE DE LA FRANCE SUR LE RENMINBI

Selon Swift, la France est le pays le plus actif en zone euro en matière de paiement en renminbi. Si, en mars 2012, 6,5 % seulement des paiements entre la France et la Chine – y compris Hong Kong – étaient réalisés en devise chinoise, ce taux a bondi à 21,4 % un an plus tard.

La France est désormais au 4<sup>e</sup> rang mondial en valeur de paiements en RMB (en excluant Hong Kong et la Chine), mais reste loin derrière le Royaume-Uni, Singapour et Taïwan. Toutefois, la France se situe en tête des pays d'Europe en termes de progression des échanges en RMB et enregistre une hausse de 249 % des paiements en valeur depuis mars 2012.

Cette performance traduit l'accent mis par la Place de Paris pour devenir un acteur majeur de l'internationalisation du renminbi. En novembre 2012, Paris Europlace rappelait ainsi que près de 10 % du commerce franco-chinois était libellé en RMB et que les dépôts en devise chinoise à Paris atteignaient les 10 milliards de RMB.

L'accélération des paiements en RMB en France reflète aussi la compétition grandissante avec le Royaume-Uni, notamment depuis que la Banque d'Angleterre a annoncé en mars dernier la signature d'un accord d'échange de

devises (swap monétaire) d'une durée de trois ans avec la Chine pour un montant maximal de 200 milliards de yuans, soit 24, 8 milliards d'euros.

## UNE OPPORTUNITÉ POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES

En 2 ans, les transactions commerciales internationales libellées en RMB ont atteint un peu plus de 12 % de la totalité du commerce extérieur chinois. Les partenaires commerciaux chinois des entreprises françaises demandent de plus en plus fréquemment de traiter leurs opérations en RMB. Plusieurs raisons à cela. Tout d'abord, avec la libéralisation de la devise, la monnaie chinoise fluctue par rapport au dollar. En libellant leurs opérations en RMB, les entreprises chinoises annulent leur risque de change. Par ailleurs, les régulateurs locaux encouragent les opérations internationales en RMB par différents moyens comme des avantages fiscaux, des conditions plus favorables proposées sur les moyens de paiement, des procédures administratives simplifiées pour les exportations. Enfin, le cycle de paiement est plus rapide en RMB.

Le fait de proposer à ses partenaires de régler ou d'être réglé en RMB apporte donc aux entreprises un atout commercial supplémentaire, qui peut se révéler décisif. De manière générale, l'internationalisation du RMB permet aux entreprises de renforcer leur position sur le marché chinois et d'élargir considérablement leur marge de manœuvre.

## OFFRE DU GROUPE CA

Il faut savoir que le groupe Crédit Agricole, au travers de sa filiale CACIB, est présent en Chine et à Hong Kong depuis plus de 100 ans.

Dans sa volonté d'accompagner toujours plus ses clients, le Groupe Crédit Agricole se positionne donc tout naturellement sur une offre de service en renminbi depuis la France en proposant à ses clients de la tenue de compte, des Prêt/Emprunt, du Change (spot, forward, FX swap, NDF), du Crédit Import/Export, des Certificats de dépôt, des Titres et des produits structurés en renminbi. Les équipes du Crédit Agricole restent à votre disposition concernant les questions que vous pourriez vous poser. Merci de vous adresser à votre chargé d'affaires international.

**Isabelle Schmidt & Christophe Rousseau,**  
*Crédit Agricole Corporate & Investment Bank (CA CIB)*

### Lexique

- RMB : le renminbi est la monnaie officielle et légale en Chine continentale. Le RMB est aussi appelé le yuan chinois. Le symbole de la devise est « ¥ ».
- CNY, RMB On shore : le seul code ISO reconnu est « CNY » pour représenter la devise chinoise. Le CNY fait aussi référence à la monnaie utilisée en Chine continentale uniquement.
- CNH, RMB Offshore : le CNH fait référence au taux de change appliqué au RMB en dehors de la Chine continentale, délivrable à Hong Kong.
- Spot : change comptant
- Forward : change à terme
- FX Swap : Swap de Change
- NDF Non Deliverable Forward (change à terme non deliverable).

## Principaux points d'étape dans l'internationalisation du RMB

