



Entrée sur le marché allemand

pour l'entreprise

XXXXXXXXXX
F-00000 XXXXX

with partners in France, Great Britain, Spain

1

1. Le produit en Allemagne

- 1.1. Etude du contexte et du marché
- 1.2. Analyse de la concurrence
- 1.3. Chances et risques du produit en Allemagne

2. Choix de structure

- 2.1. Agent commercial ou filiale: choix de la forme de société
- 2.2. La société en Allemagne: environnement social et fiscal
- 2.3. Les associés: droits et devoirs sociaux et fiscaux en Allemagne

3. Inscription de la société

- 3.1. Inscription de la société:
 - 3.1.1. Formalités sociales
 - 3.1.2. Formalités fiscales
- 3.2. Autres obligations

4. Financement du projet

- 4.1. Banques et garanties
 - 4.1.1. Prévisionnel financier
 - 4.1.2. Négociations avec les banques
 - 4.1.3. Cautions et garanties

5. Filiale

- 5.1. Situation géographique
 - 5.1.1. Localisation
 - 5.1.2. Locaux
- 5.2. Assurances
- 5.3. Les documents de l'entreprise

6. Ressources Humaines

- 6.1. Evaluation des besoins
- 6.2. Descriptif de postes
- 6.3. Recherche de personnel
- 6.4. Documents

7. Travailler en Allemagne

- 7.1. Règles pour la coopération entre cadres
- 7.2. Interculturel : communication, comportements sociaux, motivation

8. Démarrage de la filiale en Allemagne

with partners in France, Great Britain, Spain