

DYNAMIQUE DU COMMERCE ET DE L'INVESTISSEMENT

La République fédérale d'Allemagne est une puissance économique de premier ordre et elle le restera incontestablement jusqu'à la fin du siècle. Malgré une population de seulement 61 millions d'habitants elle se classe au deuxième rang des pays importateurs avec des achats à l'étranger d'un montant total de 175,3 milliards \$US en 1986. Elle constitue le quatrième client du Canada, et son marché est un des plus faciles d'accès pour les gens d'affaires canadiens et un de ceux où ils se sentent le plus à l'aise. Les échanges bilatéraux se sont chiffrés à 5 milliards \$CAN en 1987, dont 3,5 milliards en importations et 1,5 milliard en exportations. L'Allemagne a profité d'un surplus commercial pendant de nombreuses années.

Tout comme le Canada, la République fédérale d'Allemagne est lourdement tributaire du commerce extérieur. Comme dans le cas du Canada, ses exportations de biens et de services représentent environ 30 % de son PNB. Ces deux dernières années, la RFA a délogé les États-Unis au premier rang des exportateurs du monde. En 1987, ses exportations ont atteint 294 milliards \$US, contre 250 milliards \$US pour les États-Unis, 231 milliards \$US pour le Japon et 97 milliards \$US pour le Canada (Source : FMI). Les principaux partenaires commerciaux de la RFA sont les autres pays membres de la Communauté européenne (CE), qui absorbent un peu plus de 50 % des exportations nationales, d'autres pays européens, les États-Unis et le Japon.

Les produits finis (principalement des véhicules routiers, des machines, des produits chimiques et électriques) représentent environ 86 % de ses exportations. Traditionnellement, les produits finis (voitures, machines, produits chimiques, produits en fer et en acier) représentent plus de 80 % des exportations de l'Allemagne vers le Canada.

Depuis 15 ans, nos liens économiques avec la RFA sont de plus en plus poussés et diversifiés. En témoignent la croissance des échanges, la composition de nos exportations (une proportion sans cesse plus élevée de produits finis et de matériaux transformés) et l'utilisation plus intensive d'entreprises ou institutions allemandes comme instruments de vente sur les marchés de pays tiers. À titre d'exemple, des entreprises canadiennes ont pu réaliser d'importantes ventes en Europe de l'Est et au Moyen-Orient par le biais de la sous-traitance pour le compte de sociétés comme Salzgitter et en approvisionnant le marché américain des pièces de rechange pour automobiles par l'intermédiaire de Volkswagen.