

Transports

Automobile

Aperçu

L'industrie automobile allemande est l'une des plus importantes du monde (on estime qu'elle produira 4,5 millions de véhicules en 1996). Son infrastructure est très développée et sa main-d'oeuvre, productive et compétente. C'est également la plus coûteuse (un

"L'approvisionnement auprès de fournisseurs externes joue un rôle croissant dans l'industrie allemande de l'automobile"

travailleur allemand de l'automobile gagne en moyenne 54 \$ l'heure). Les coûts de production sont de 40 % inférieurs en Amérique du Nord et au Japon et de 20 % inférieurs dans les autres états de l'UE. Néanmoins, les investissements intérieurs dans ce secteur, de 11,5 milliards

de dollars en 1995, indiquent que l'infrastructure et la formation de la main-d'oeuvre en RFA sont encore concurrentielles. Cependant, les investissements allemands à l'étranger ont augmenté encore plus rapidement, si bien qu'à l'heure actuelle une automobile allemande sur trois est fabriquée hors du pays. Comme l'Allemagne achète beaucoup de pièces, elle représente un débouché intéressant pour les fabricants canadiens qui offrent des prix avantageux.

Principales entreprises

Les principaux fabricants allemands sont Mercedes Benz, Porsche, BMW, Volkswagen, Audi, Opel et Ford. Bien que la plupart d'entre eux possèdent des usines de production et d'assemblage à l'étranger, l'administration et l'approvisionnement pour l'ensemble des activités demeurent centralisés en Allemagne.

Débouchés et contraintes

Les fabricants canadiens de pièces d'origine exportent annuellement plus de 50 produits vers l'Allemagne, d'une valeur de plus de 400 millions de dollars. Les sous-groupes et pièces suivants présentent des possibilités intéressantes pour les entreprises canadiennes : composants électroniques et microprocesseurs pour moteurs, freins antibloquage, système antipatinage, éléments de suspension, boîtes de vitesses, systèmes de protection des passagers (sac gonflables et ceintures de sécurité), systèmes intelligents de sécurité routière, systèmes de positionnement global, moulures de plastique, pièces intérieures et extérieures recyclables en plastique, pièces moulées en aluminium et en magnésium, systèmes antipollution (convertisseurs catalytiques), climatiseurs, connecteurs électriques et électroniques, pièces embouties et forgées, fibres naturelles (lin), outils et matériel d'entretien et de garage.

Les entreprises allemandes favorisaient auparavant les produits conçus et fabriqués localement, ce qui restreignait l'accès au marché pour les étrangers. Mais à l'heure où l'Allemagne cherche à réduire ses coûts de production, elle se tourne de plus en plus vers les fournisseurs canadiens à cause de leur savoir-faire et de leurs produits de qualité qui sont beaucoup moins chers.

Les autorités n'imposent aucune restriction aux exportations de produits vers l'Allemagne, si ce n'est les droits de douane qui varient entre 3 et 6 % et la taxe de 15 % sur les importations.

En règle générale, les fabricants préfèrent traiter avec des fournisseurs étrangers ayant des bureaux sur place et en mesure de leur fournir un soutien technique et des services d'ingénierie. La réglementation sur le contenu local, l'importance accordée à la rapidité des livraisons et la nécessité de consulter constamment les concepteurs, les ingénieurs et le personnel de production incitent également les entreprises à mettre en place des filiales locales à proximité des usines d'assemblage. Les fabricants allemands aident même souvent leurs meilleurs fournisseurs à s'installer. Les grandes entreprises sont de plus en plus intéressées à investir à l'étranger. Prenons, l'exemple de BMW à Spartanburg, en Caroline du Nord, ou de Volkswagen qui projette de faire construire sa « Coccinelle » au Mexique. Dans ces cas aussi, comme les décisions relatives à l'approvisionnement sont prises en Allemagne, le fait d'avoir un représentant dans ce pays pourrait engendrer des débouchés sur le marché nord-américain.

Objectifs quinquennaux

À l'heure actuelle, le Canada détient une faible part du marché allemand par rapport aux États-Unis et à l'Europe. La majorité des décideurs ignore encore que le Canada est le sixième producteur automobile du monde, qu'en 1995 il a produit 2,4 millions de véhicules légers pour une valeur de 50 millions de dollars. Le secteur des systèmes, des composantes et des pièces de véhicules a fait état d'une production livrée de 21 milliards de dollars répartie entre 550 établissements. Il est donc impératif d'informer et de sensibiliser les dirigeants d'entreprises allemandes par le biais de rencontres privées, d'ateliers, de séminaires, de communiqués de presse, d'événements médiatiques et de foires pour qu'ils tiennent compte des fournisseurs canadiens dans leurs décisions et que ces derniers puissent enfin prendre une part de marché correspondant à leurs capacités.

Concrètement, on doit aider les entreprises canadiennes à augmenter le volume et la valeur de leurs exportations, à établir d'autres usines de fabrication de pièces en Allemagne, enfin, à inciter les Allemands à investir dans des installations existantes ou nouvelles au Canada. En raison de l'ampleur des investissements allemands à l'étranger, il convient d'établir et d'entretenir des relations suivies avec les conseillers en investissement des entreprises afin de les sensibiliser aux avantages concurrentiels du Canada.

Activités

IAA International
Motor Show

11 au 21 septembre 1997,
Francfort
La plus grande foire
allemande de l'assemblage
d'automobiles et de
l'équipement d'origine

