

L'Allemagne : de grandes attentes

Quand on songe à l'Allemagne, ce sont souvent des images de chopes de bière, de châteaux romantiques sur le Rhin ou de voitures de luxe étincelantes filant à toute vitesse sur les autoroutes du pays qui viennent à l'esprit. L'Allemagne, c'est tout cela, bien sûr, mais c'est aussi bien d'autres choses. Elle est un pays densément peuplé de 83 millions d'habitants, situé au cœur de l'Europe, dont l'économie se classe au troisième rang dans le monde et est la plus importante au sein de l'Union européenne (UE). L'Allemagne est le cinquième marché d'exportation du Canada, qui y a vendu pour plus de 2,8 milliards de dollars en 2003.

L'Allemagne a joué un rôle de premier plan dans le développement de l'UE et dans l'intégration de ses normes financières, sociales et politiques. Du fait de sa situation géographique, elle offre aux entreprises canadiennes qui envisagent de s'établir en Europe un tremplin hors pair pour se lancer sur une grande partie du marché européen. Vu le niveau de développement très avancé de son économie et les avantages que l'Allemagne accorde à ses partenaires commerciaux de l'UE, les exportateurs canadiens doivent toutefois être prêts à innover et à faire preuve d'imagination pour « vendre » la qualité et la valeur de leurs produits.

Un potentiel de croissance élevé pour les exportateurs canadiens

La croissance des exportations de produits finis du Canada vers l'Allemagne montre que cette dernière est aujourd'hui plus consciente de la qualité et de la diversité de la production canadienne. On trouve dans les secteurs suivants des débouchés très prometteurs qui pourraient permettre aux exportateurs canadiens d'accroître leur chiffre d'affaires en Allemagne : technologie de l'information, communications et multimédia, aérospatiale, bâtiments résidentiels, agriculture et agro-alimentaire, industries culturelles, matériel et outillage industriels, et industries de la santé. Il existe également des possibilités de nouveaux accords de coopération et de nouvelles alliances stratégiques dans les domaines de la recherche scientifique et du développement.

Peter Brake et Claudia Verno, Exportation et développement Canada

Bien qu'il y ait des débouchés dans un grand nombre de secteurs, ceux que nous présentons dans la présente section méritent une attention particulière.

LE NOUVEL AÉROPORT DE BERLIN

Le projet de transformation de l'aéroport de Berlin-Schönefeld en l'aéroport international de Berlin-Brandebourg (BBI), au coût de \$4,32 Cdn milliards, sera mis en chantier au début de 2006. On prévoit que les nouvelles installations deviendront opérationnelles d'ici 2010. L'aéroport BBI sera éventuellement le seul à desservir Berlin. En effet, l'aéroport de Berlin-Tempelhof fermera vraisemblablement ses portes en 2005, tandis que l'aéroport de Berlin-Tegel mettra fin à ses activités peu après la mise en service du complexe BBI. Ce dernier s'étendra sur une superficie de quelque 2 000 hectares.

Les travaux comprendront l'aménagement d'une nouvelle piste de 4 000 mètres et l'allongement à 3 600 mètres d'une des pistes actuelles. En outre, la construction d'une nouvelle gare ferroviaire et le prolongement de lignes locales de chemin de fer et de métro, dont le coût devrait s'élever à au moins \$ 800 Cdn millions, seront intégrés au projet global entourant le nouvel aéroport. La planification générale de l'aérogare, un projet qui se chiffre lui aussi à \$800 Cdn millions, a récemment été confiée à

la Planungsgemeinschaft Flughafen BBI (Association de planification de l'aéroport BBI).

Les entreprises canadiennes qui se sont déjà distinguées dans la fourniture à l'étranger de produits et équipements aéroportuaires (dans les domaines de la TI, de la sécurité et de la manutention, par exemple) peuvent présenter des soumissions en Europe en s'alliant avec des agents locaux ou avec des partenaires.

Pour plus de détails sur ce projet et sur la présentation de soumissions, veuillez consulter les sites Web suivants :

- www.berlin-airport.de/bbi/rubEnglish/index.html
- ted.publications.eu.int/official

Pour en savoir plus, prière de s'adresser à Nathalie Niedoba nathalie.niedoba@international.gc.ca ou à Thorsten Henke thorsten.henke@international.gc.ca à la section commerciale de l'ambassade du Canada à Berlin; tél.: (011-49-30) 20312-0.



L'Allemagne en un coup d'oeil

Général

- Population : 83,3 millions (2004)
- Capitale : Berlin
- Taux de croissance de la pop. : 0,1 %
- Superficie : 357,021 kilomètres carrés
- Taux de change : C\$1=0,625 Euro (moyenne en 2004)

Économique

- PIB : \$3,375 milliards (2003)
- Taux de croissance réel du PIB : -0,1% (2003)
- PIB par capita : \$40,924 (2003)
- Taux d'inflation : 1,1% (2003)
- Taux de chômage : 9,9% (2003)

Commerce bilatéral

- Exportation vers l'Allemagne : 2,87 milliards (2003)
- Importation de l'Allemagne : \$8,64 milliards (2003)



AGRO-ALIMENTAIRE ET PRODUITS DE LA MER

L'Allemagne est le principal importateur européen de produits agricoles, marins et agro-alimentaires. La valeur totale de ses achats alimentaires à l'étranger en 2003 se chiffrait à 60 milliards de dollars, dont 280 millions en provenance du Canada (selon le Bureau fédéral allemand de la statistique).

Le marché allemand de la vente au détail de produits alimentaires est dominé par une poignée de grandes chaînes : les cinq plus grandes accaparent 60 % du marché; pour les dix chaînes en tête du marché, la proportion est de 83 %. Ce marché se caractérise par la place importante qu'y occupent les discompteurs, une population de consommateurs attentifs aux prix et la croissance rapide de la demande en produits biologiques.

Les efforts de l'équipe commerciale du Canada en Allemagne portent principalement sur les aliments cuisinés, notamment les produits à forte valeur ajoutée ou prêts pour la vente au détail, qui constituent un segment très prometteur du marché. Les produits biologiques présentent aussi un intérêt particulier car la demande est en progression rapide et le Canada possède des atouts particuliers dans ce domaine. Une forte proportion des consommateurs allemands affichent une préférence marquée pour les produits biologiques et associés à un environnement sain; cette préférence correspond de près à l'image de marque du Canada et représente un outil de commercialisation efficace.

Il se tient en Allemagne plusieurs foires agro-alimentaires qui revêtent une grande importance non seulement sur le marché européen mais aussi sur le marché mondial. On note par ailleurs une tendance récente à tenir des foires spéciales pour des produits alimentaires particuliers. Ce genre de manifestation a connu une grande popularité ces dernières années, attirant des exposants et des visiteurs aux intérêts spécialisés en provenance du marché de l'UE.

Pour en savoir plus, prière de s'adresser au délégué commercial Stephan Rung, au consulat du Canada à Düsseldorf; tél. : (011-49-211) 17-21-70; courriel : stephan.rung@international.gc.ca

Agritechnica • Hannover, novembre 8-12, 2005
www.agritechnica.de • Pavillon canadien sur place

Anuga • Cologne, octobre 8-12, 2005 • www.anuga.com

Biofach, World Organic Trade Fair • Nuremberg, février 16-19, 2006
<http://biofach.de> • Pavillon canadien sur place



Le saviez-vous?

■ Depuis 1971, le Canada et l'Allemagne ont collaboré à plus de 500 projets dans plus d'une douzaine de disciplines différentes des sciences et de la recherche. Bon an, mal an, il y a toujours environ une centaine de projets de ce genre qui sont en cours de réalisation.

RESSOURCES ET ÉNERGIES RENOUVELABLES

Le gouvernement allemand a formulé un plan stratégique visant à faire en sorte que, d'ici 2020, la part des ressources renouvelables contribuant à la production d'électricité, de combustibles, de carburants, de chaleur, de matériaux et de produits chimiques atteigne 25 %. Comme cette proportion se situe présentement très au-dessous de 5 % dans tous ces domaines, le gouvernement a mis en place un certain nombre de programmes pour favoriser l'introduction des ressources renouvelables sur le marché.

Les entreprises canadiennes sont particulièrement bien placées pour tirer parti des débouchés dans le domaine des ressources renouvelables d'origine végétale. Il existe en effet des marchés pour les produits et les nouvelles technologies tirés des ressources renouvelables. On utilise par exemple des fibres d'origine agricole dans l'industrie automobile.



L'exonération fiscale sur les huiles minérales dont bénéficient les producteurs de biocarburants a favorisé la construction de nombreuses usines de biodiésel et de bioéthanol partout en Allemagne. Selon les prévisions, les producteurs nationaux ne pourront toutefois pas satisfaire à la demande pour ces deux produits. Parmi les débouchés qui s'offrent aux entreprises canadiennes dans ce domaine, on peut mentionner les technologies de conversion perfectionnées, les matières premières (pour le biodiésel) et les applications relatives aux sous-produits (par exemple la glycérine et les tourteaux d'oléagineux).

Le gouvernement allemand investit actuellement dans la construction d'usines de production de combustibles propres par liquéfaction, qui devraient entrer en exploitation d'ici quatre ou cinq ans.

L'industrie des biogaz bénéficie d'un soutien considérable de l'État, qui subventionne aussi bien la construction de fermenteurs que la vente d'électricité produite à partir de gaz biologiques. D'autres applications dans les domaines de la production de chaleur et des carburants automobiles sont à l'étude.

Les propriétaires qui isolent leurs résidences au moyen de matériaux faits de fibres naturelles ont droit à une subvention pouvant aller jusqu'à 56 dollars canadiens par mètre cube.

Le marché allemand des plastiques biodégradables connaîtra une progression rapide grâce à la mise en place d'une exemption des droits de recyclage (programme du Point Vert).

À moyen terme, on prévoit une augmentation du soutien à la R-D en bioraffinage et à la construction de bioraffineries pilotes. Les bioraffineries convertissent des matières d'origine végétale en produits chimiques à l'aide de bactéries spéciales.

Pour en savoir plus, prière de s'adresser au délégué commercial Steffen Preusser, à l'ambassade du Canada à Berlin; tél. : (011-49-30) 203-12-365; courriel : stephen.preusser@international.gc.ca.

Energy • Hannover, avril 11-15, 2005
www.hannovermesse.de