

Tableau 6 - Importations allemandes

Parts de marché du Canada et des États-Unis en 1995

Agr., poisson, pr. alim.	65 417	0.63	4.02
Poisson et dérivés	3 336	1.14	1,26
Tabac brut	1 073	0.33	35,51
Mat. prem. et semi-trans.	92 048	2.80	3,38
Pâte	4 624	22.69	13,95
Prod. de base	84 565	0.35	4,93
Papier et carton	9 788	0.72	2,91
Produits finis	370 415	0.54	9,11
Aéronefs	13 907	3.29	32,08
Outils, mach. agr.	1 427	1.74	6,87
Prod. finis divers	3 541	1.64	13,61
Mach. de bureau (pièces d'éq. inf.)	28 471	1.33	23,31
Produits pharmaceutiques	11 951	1.06	11,06
Mach. de fabr. du papier et d' impression	1 657	1.05	12,07
Pompes, équip. à air compr.	6 416	0.85	9,80
Mach. diverses	16 563	0.63	9,90
Livres, photos	2 037	0.54	13,25
Véhicules et pièces	66 558	0.38	3,07
Mach. agr.	1 981	0.37	16,41
Prod. électrotechnique*	73 807	0.34	12,20
Produits du bois	9 639	0.33	1,79
Mécanique et optique de précision	12 580	0.32	16,53
Prod. chim. divers	5 034	0.31	8,68
Machines-outils	3 664	0.28	9,88
Moteurs, pièce non véh./aéronef	2 073	0.27	23,93
Films pour photos, papier vierge, etc.	2 473	0.26	12,66
Prod. en caout.	6 139	0.25	4,28
Prod. divers en fer/acier	15 133	0.17	2,17
Prod. en plastique	9 751	0.15	5,20
Total des prod. finis nommés	294 802	0.65	10,88
% des prod. finis nommés par rapport à tous les produits finis	79 6	94.6	95,1
TOTAL	634 271	0.85	7,08

Importations totales	% des imp. all. prov. du Canada	% des imp. all. prov. des États-Unis
----------------------	---------------------------------	--------------------------------------

(millions de marks)

La RFA à l'épreuve des faits : un marché difficile

L'Allemagne et le Canada ont beaucoup en commun : pays riches, membres du G-7, démocraties libérales appartenant à l'hémisphère occidental et disposant de services sociaux et d'un enseignement public excellents. En outre, les Allemands vivant au Canada y forment le quatrième groupe ethnique. Pourtant, prises dans leur ensemble, les relations commerciales entre les deux pays semblent très faibles. Les exportations canadiennes vers la RFA représentent à peine 1 % des importations allemandes et les expéditions allemandes vers le Canada, 1,5 % de nos importations. Mais sur une base sectorielle, comme nous le voyons aux tableaux 5 et 6 ci-dessus, l'importance réelle et potentielle de nos relations commerciales ressort plus nettement. Par exemple, le Canada est la source d'importations allemandes considérables : 85 % du homard, plus de la moitié des oléagineuses d'usage industriel, environ le quart de la pâte de bois et 5 % des moules servant à la transformation des matières plastiques. La clientèle allemande achète près de 40 % des bleuets canadiens exportés, 10 % de la pâte de bois et 5 % des roues d'automobiles. Dans des secteurs importants, les deux pays sont des partenaires commerciaux de premier plan.

Il faut savoir aussi que les relations d'affaires entre le Canada et l'Allemagne ne sont pas toutes couvertes par les statistiques. Les domaines de la coopération et des alliances échappent à toute tentative de quantification. D'après des données non scientifiques, les grandes sociétés signent des alliances pour assurer leur compétitivité internationale, accélérer leur entrée sur le marché, réduire les risques associés aux nouveaux marchés ou alléger le fardeau de la R-D.

L'Allemagne a injustement la réputation d'être un marché saturé, où la croissance est lente et où les débouchés sont rares. Pourtant, en 1995, le taux de croissance réel du PIB a atteint 1,9 %. Les importations ont augmenté de plus de 2,7 % en marks allemands et de 16 % en dollars américains. Le secteur des technologies de l'information, de même que ceux des aliments transformés, de l'environnement et même de la machinerie, y offrent néanmoins une vaste gamme de débouchés intéressants. Dans les nouveaux États fédérés, les Neue Länder (NL), l'industrie de la construction a connu une croissance annuelle de 20 %. De plus, la machinerie agricole de fabrication canadienne est en train de réaliser une percée sur le marché de l'ex-Allemagne de l'Est, où les fermes sont de plus grande taille que partout ailleurs en Europe occidentale. Les succès enregistrés par les sociétés canadiennes dans ces secteurs confirment tout le potentiel du marché allemand.

L'entrée sur le marché allemand est une opération qui coûte cher et prend du temps. Les normes techniques placent la barre assez haut et les essais d'homologation sont rigoureux à l'extrême. Les faits sont là, les exigences normatives sont difficiles à satisfaire, mais elles s'appliquent à toutes les entreprises, aussi bien allemandes qu'étrangères. Les obstacles en matière de normes et d'homologation, une fois surmontés, peuvent servir de rempart contre l'entrée de concurrents potentiels.

Le marché allemand est sollicité par de nombreuses entreprises venant de tous les pays, mais seules les plus persévérantes et les mieux préparées y réussiront. En guise de récompense, ces dernières y gagneront des clients fidèles, prêts à collaborer étroitement avec leurs fournisseurs, aussi bien dans les périodes de prospérité que dans les moments plus difficiles.

