

Tableau 5 - Importations allemandes

(millions DM)

1. Animaux vivants	2	6	5	0.31	0.98	0.66
2. Aliments d'origine animale	66	53	52	0.50	0.30	0.29
Poisson et produits dérivés	58	42	38	2.72	1.21	1.14
3. Aliments d'origine végétale	89	320	351	0.28	0.89	0.96
Fruits	15	37	32	4.60	0.87	0.76
Légumineuses (incl. de provende)	22	31	34	5.24	15.69	20.48
Blé	8	46	64	1.21	11.33	16.94
Graines d'oléagineux (non industr.)	0	173	183	na	8.37	10.03
4. Café, tabac, alcool	11	8	6	0.13	0.08	0.06
Tabac brut	8	6	4	0.97	0.48	0.33
5. Matières premières	689	628	721	2.48	1.91	2.30
Minéral de fer	179	287	317	8.71	14.26	15.89
Autres minerais	191	136	170	9.89	8.77	9.51
Graines d'oléagineux (industr.)	64	75	94	67.55	67.17	76.97
Minéral de zinc	152	95	104	47.74	39.36	44.78
6. Matières transformées	1 614	1 414	1 858	3.05	2.55	3.06
Pâte à papier	959	800	1 049	23.61	22.70	22.69
Or industriel	174	118	248	7.62	5.89	12.94
Lingots d'aluminium	98	176	254	2.78	5.30	5.80
Bois d'oeuvre	108	185	136	5.86	7.33	6.26
7. Produits de base	318	289	295	0.48	0.38	0.35
Papiers et cartons	184	86	71	2.35	1.02	0.72
Contreplaqué et placages	26	64	67	1.49	2.30	2.40
Matières plastiques	26	22	33	0.19	0.14	0.19
Produits chimiques	31	35	43	0.26	0.28	0.33
8. Produits finis	753	1 576	2 018	0.33	0.44	0.54
Aéronels	107	257	457	0.93	1.42	3.29
Produits électrotechniques	168	250	250	0.41	0.36	0.34
Véhicules et pièces	52	212	252	0.15	0.36	0.38
Pièces pour matériel informatique	39	157	380	0.23	0.60	1.34
Produits pharmaceutiques	12	194	127	0.19	1.72	1.06
Machines diverses	50	96	104	0.46	0.61	0.63
9. Invendus	85	73	57	1.11	0.29	0.26
Total	3 626	4 366	4 366	0.82	0.71	0.85
	1988	1994	1995	1988	1994	1995

Source: Statistique allemande

Du Canada en millions de marks Part canadienne de toutes les imp. allemandes en %

Débouchés pour les services

L'Allemagne constitue pour les fournisseurs canadiens de services un vaste marché en pleine croissance. En 1995, le commerce bilatéral des services s'est élevé à 2,2 milliards de marks selon les statistiques allemandes. Cette somme, ajoutée au commerce des marchandises, porte le total des échanges bilatéraux entre le Canada et l'Allemagne à plus de 12 milliards de dollars. Les achats allemands de services canadiens ont totalisé 1,4 milliard de marks, en hausse de 8 % depuis 1994, et se sont soldés par un excédent de 530 millions de marks en faveur du Canada.

Les voyages et autres dépenses touristiques sont la principale composante des achats de services réalisés par les Allemands au Canada, soit plus de 47 % en 1995. Environ 500 000 touristes allemands visitent le Canada chaque année et dépensent plus de 600 millions de dollars. Le Canada est actuellement pour les Allemands l'une des destinations touristiques les moins chères et les plus prisées en raison de ses attraits naturels et culturels. Les possibilités

d'accroître le tourisme allemand au Canada sont très bonnes; les plans établis en ce sens dans le programme du tourisme sont décrits un peu plus loin.

L'augmentation des achats de services canadiens de voyage et de tourisme par les Allemands a été de 3 % en 1995, mais celle des autres services a été de 12 %, les principales hausses ayant été enregistrées dans les secteurs des transports, du génie, des services informatiques ainsi que des brevets et des licences. L'éducation est aussi un facteur en croissance. Environ 1 400 étudiants allemands se sont inscrits officiellement à des cours à temps plein au Canada en 1995 sans compter ceux qui figurent dans les statistiques du tourisme parce qu'ils ont pris un cours de courte durée dans une matière comme l'anglais ou le français. Les entreprises canadiennes recherchent activement de la clientèle en Allemagne dans ces secteurs ainsi que dans les domaines des finances, des télécommunications, des conseils en gestion, du droit et de la formation linguistique. Les achats de services augmentant de 5 % en Allemagne chaque année, ce secteur offre donc d'excellentes possibilités.

