

## Investissement

Avec des actifs évalués à 4,97 milliards de dollars, l'Allemagne vient au cinquième rang des investisseurs étrangers directs au Canada.

Grande puissance industrielle, l'Allemagne est le siège de nombreuses multinationales. Les exportations sont la locomotive de son économie, quoique les fabricants allemands se retrouvent de plus en plus aux prises avec une perte de compétitivité de leurs produits sur les marchés extérieurs, en raison de coûts de production intérieurs élevés. En conséquence, nombreux sont ceux qui recherchent des emplacements où produire à moindre coût. Ils sont nombreux également à croire que, pour réussir sur les grands marchés, il est essentiel d'y être présent. En fait, ces dernières années, les investissements allemands se sont concentrés dans les pays industrialisés, tendance qui témoigne davantage d'un intérêt pour l'accès aux marchés et le rapprochement de la clientèle que d'un simple souci de réduction des coûts.

L'ALENA est un facteur qui a poussé beaucoup de sociétés allemandes à envisager de s'établir en Amérique du Nord afin de satisfaire aux critères de contenu local régissant l'exportation en franchise vers les pays membres. De même, des entreprises de RFA investissent dans les pays appartenant à d'autres blocs commerciaux tels Mercosur. La plupart des investissements allemands récents dans les marchés naissants ont été réalisés en Europe de l'Est, et surtout en République tchèque.

À l'heure actuelle, la RFA investit moins à l'étranger, en proportion de ses exportations, que tout autre grand pays : le tiers du niveau atteint par le Royaume-Uni ou les États-Unis, moins du quart du pourcentage japonais. Les pressions qui s'exercent en matière de coûts et la volonté de l'Allemagne de s'assurer une place sur les marchés étrangers devraient faire en sorte que les investissements allemands à l'étranger vont continuer de croître. Vu la vigueur du mark, nombreuses sont les sociétés riches en capitaux qui recherchent activement les occasions d'acquisitions à l'étranger.

### Occasions prometteuses pour le Canada

La plupart des grandes multinationales allemandes sont déjà présentes au Canada. Comme elles glanent l'information grâce à leurs propres ressources, les possibilités d'exercer sur elles une influence directe sont assez minces. Néanmoins, les établissements canadiens de ces grandes sociétés présentent un bon potentiel de croissance, que ce soit par les acquisitions ou par l'expansion interne.

Il faut savoir qu'un fort pourcentage de sociétés allemandes sont des petites et moyennes entreprises (PME) de propriété familiale (Mittelstand en allemand), qui forment la majorité des investisseurs de la RFA au Canada. L'expérience montre que ces PME voient le Canada d'un oeil favorable, qu'elles peuvent offrir beaucoup en matière de savoir-faire et de technologie et qu'elles constituent donc une cible de choix pour les activités de promotion de l'investissement.

Les entreprises de la RFA sont en position de force dans les secteurs de la machinerie, des techniques de fabrication et de la technologie des procédés. C'est dire que les investisseurs allemands peuvent apporter beaucoup au secteur manufacturier canadien.

Beaucoup de propriétaires allemands de PME voient le Canada comme un pays au potentiel considérable et envient son mode de vie, pour eux ou leurs enfants; certains songent même à y immigrer. Étant donnée la

perception très positive qu'ils ont de notre pays comme destination de vacances, les Allemands sont nombreux à voir les possibilités qu'offre l'investissement dans l'industrie du tourisme.

### Contraintes

La plupart des Allemands ne verront pas tout de suite dans le Canada un pays où faire des affaires. Nous venons au 31<sup>e</sup> rang des clients de la RFA et au 25<sup>e</sup> rang de ses fournisseurs. Quand les Allemands songent à l'ALENA, ils pensent aux bas salaires mexicains et à l'énorme marché des États-Unis. Si des sociétés de la RFA étudient la possibilité d'implanter une usine au Canada, le premier facteur qu'elles envisageront sera la facilité d'exporter vers le marché américain à partir d'une base canadienne.

Première puissance économique de l'Europe et important investisseur à l'étranger, l'Allemagne est ciblée par les campagnes de promotion des investissements mises sur pied par un grand nombre de pays y compris les États-Unis.

Les États-Unis exercent une influence prépondérante au sein des milieux d'affaires allemands. Ainsi, la Chambre de commerce germano-américaine compte 3 000 membres. Un millier de sociétés américaines exploitent des filiales en RFA, et des milliers d'autres y ont un représentant. La réclame des produits américains inonde les médias allemands. Dans ces conditions, il est facile de comprendre que le Canada ne soit pas le premier pays qui vient à l'esprit des Allemands.

En matière de promotion de l'investissement au Canada, la clé du succès se résume en un mot : *sensibilisation* - quand on présente les atouts du Canada aux dirigeants d'entreprises allemandes, ces derniers sont invariablement impressionnés.

### Promotion de l'investissement

En l'absence d'un effort intense de relations publiques, la diffusion de l'information qu'offre le Canada au sujet des occasions d'affaires doit faire l'objet de plus de créativité. Dans le passé, la collaboration avec les banques, les chambres de commerce et les associations en vue de campagnes promotion conjointes auprès de leurs clients ou membres s'est révélée un succès. Ces initiatives se poursuivront.

L'Allemagne est l'hôte des foires les plus importantes et les plus réussies au monde. On peut y retrouver tous les intervenants d'un secteur ciblé pour les activités de promotion de l'investissement et de partenariats, qu'ils viennent d'Allemagne ou d'ailleurs dans le monde. Avec une préparation adéquate menée bien à l'avance, comme par exemple les publipostages, l'établissement de contacts personnels et l'identification d'une clientèle cible, ces foires offrent une occasion exceptionnelle de promouvoir le partenariat et l'investissement.

### Principaux secteurs cibles en matière d'investissement

*Étant donné les avantages comparatifs du Canada, les activités de promotion de l'investissement se concentrent dans les secteurs suivants :*

- Automobiles et pièces
- Machinerie, matériel et composants de toutes sortes
- Machines-outils et matériel connexe
- Appareils électriques et électromécaniques
- Aliments transformés
- Instruments
- Appareils médicaux
- Produits de construction
- Meubles et composants

