

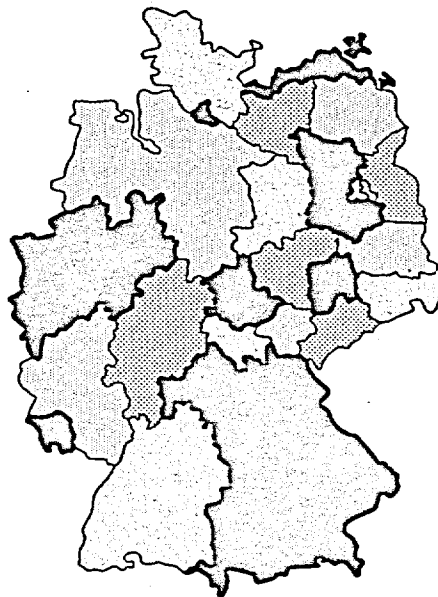
.b 2658707 (E)

.b 2658719 (F)

doc
CA1
EA660
95G26
EXF

GERMANY

Guidelines for Canadian Fish Exporters 1995



Department of Foreign Affairs and International Trade

Department of Foreign Affairs
and International Trade



CANADA

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

MAR 29 1995

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Sectoral Liaison Secretariat
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
K1A 0G2

February 1995

Dear Sir/Madam:

The enclosed **GERMANY - GUIDELINES FOR CANADIAN FISH EXPORTERS 1995**, is one of a series of similar publications produced by the Trade Planning and Operations Bureau, Sectoral Liaison Secretariat (TOSA) in cooperation with :

Western Europe Trade, Investment and Technology Division (RWT)
Mr. Michel Têtu, Trade Commissioner
Telephone: (613) 996-3774 Facsimile: (613) 995-6319

Copies of this publication as well as other similar material on other countries may be obtained from:

The Department of Foreign Affairs and International Trade
InfoCentre
Telephone: 1-800-267-8376
Facsimile: (613) 996-9709

Copies may also be obtained through InfoCentre's FaxLink service at facsimile 1-613-944-4500 and by entering the code 48001 on the telephone keypad of your facsimile machine you will receive a menu of the fish and seafood publications available via facsimile from InfoCentre. To speak with one of the information officers please call:

toll free: 1 (800) 267-8376
Ottawa-Hull region: 944-4000

GERMANY - GUIDELINES FOR CANADIAN FISH EXPORTERS 1995 has been distributed to all companies listed in the 1993 edition of **CANADIAN FISH AND SEAFOOD EXPORTERS SOURCING GUIDE**, (produced by TOSA), as well as all ITCs, appropriate trade associations, provincial governments, selected posts abroad and within The Department of Foreign Affairs and International Trade.

We trust that recipients will find this publication of use and we invite their comments on the substance and format, addressed to the undersigned.

Yours Sincerely,

Martin Foubert
Trade Commissioner
Sectoral Liaison Secretariat (TOSA)

Telephone: (613) 995-1713
Facsimile: (613) 943-1103

32787294(61)
32640158(19)

GERMANY
Guidelines for Canadian Fish Exporters
1995

SECTORAL LIAISON SECRETARIAT
Department of Foreign Affairs and International Trade
125 Sussex Drive
Ottawa, Canada K1A 0G2
Tel:(613) 995-1712
Fax:(613) 943-1103

February 1995



ABSTRACT

Germany: Guidelines for Canadian Fish Exporters, 1995 provides an overview of the German market for fish and seafood products. Included is information on various aspects of the German economy including: basic data; market in brief; seafood consumption habits; distribution; market access requirements; trade contacts; and trade statistics.

NOTICE TO READERS

The Canadian Embassy in Bonn has identified opportunities in the fisheries sector for export promotion in 1995, which points to the existence of opportunities which Canadian fish and seafood exporters might be encouraged to pursue. This document has been prepared with a view to providing small- to medium-sized Canadian fish and seafood exporters with basic information on the German market.

The report identifies market opportunities of potential interest to Canadian fish and seafood exporters and provides data on characteristics of the German economy, such as economic structure. Information on the domestic seafood market includes data on imports, marketing opportunities, and market access.

Lists of the major fish and seafood importers/distributors/users, International Trade Centres across Canada, and the Geographic Trade Divisions in the Department of Foreign Affairs and International Trade are provided for Canadian fish and seafood exporters interested in the German market.

Care has been taken to ensure the accuracy of the information in this guideline at the time of preparation. *However, prudent Canadian fish and seafood exporters are advised to check all relevant details with their commercial contacts and to adhere strictly to the requirements and regulations set by German importers and authorities.*

This report is one in a series of "Country Guidelines" being prepared by the Sectoral Liaison Secretariat, Foreign Affairs and International Trade. Any questions about the report, or other country guidelines, can be directed to Sectoral Liaison Secretariat at 125 Sussex Drive, Ottawa. [Tel:(613) 995-1712, Fax:(613) 943-1103]. A re-formatted version of this document is available through *FAXLINK* at (613) 944-4500.

The report was researched and formatted by Gary G. Smith of *INFI-GAR*, and vetted by Martin Foubert of Foreign Affairs and International Trade; J. Peter Otto, Commercial Officer, Canadian Embassy, Bonn; and Michel Têtu of Foreign Affairs and International Trade.

TABLE OF CONTENTS

GERMANY: BASIC DATA	1
TRADE AND ECONOMIC OVERVIEW	2
SEAFOOD MARKET IN BRIEF	3
GERMAN MARKET FOR PREPARED SEAFOODS	5
GERMAN MARKET FOR CANNED SEAFOOD	7
MARKET ACCESS	9
TRANSPORTATION	15
DOMESTIC FISHERY	16
STATISTICAL APPENDIX	17
TRADE CONTACTS	21
IMPORTERS/DISTRIBUTORS/USERS	22
GEOGRAPHIC TRADE DIVISIONS	24
INTERNATIONAL TRADE CENTRES	25
BIBLIOGRAPHY	26

GERMANY: BASIC DATA

POPULATION	81 million (1993)
AREA	138,000 square miles {357,000 square kilometres}
MAIN CITIES	Berlin 3.5 million Hamburg 1.8 million Munich 1.4 million Cologne 1.0 million Frankfurt/Main 0.7 million Essen 0.7 million Dortmund 0.6 million Stuttgart 0.6 million Düsseldorf 0.6 million Bremen 0.6 million
TIME	1 hour ahead of GMT.
CURRENCY	Deutschmark (DM) = 100 pfennig.
MEASURES	Metric system.
LANGUAGE	German, with English as a second language of business for many people.
WEATHER	The weather in Frankfurt/Main is temperate: with the hottest month, July, 15-20°C; coldest month, January, minus 1-3°C; driest month, March, 32 mm; wettest month, August, 74 mm.
HOLIDAYS	January 1 and 6, Rosenmontag {42 days before Easter}, Good Friday, Easter Monday, May 1, Ascension Day, Whit Monday, Corpus Christi Day, August 15, October 3 and 31, November 1, December 24, 25, 26 and 31.
IMPORTS	Statistics for 1992: France {12.0%}; Netherlands {9.6%}; Italy {9.2%}; Belgium-Luxembourg {7.0%}; United Kingdom {6.8%}; and the EC {52.0%}.
EXPORTS	Statistics for 1992: France {13.0%}; Italy {9.3%}; Netherlands {8.3%}; United Kingdom {7.7%}; Belgium-Luxembourg {7.4%}; and the EC {54.3%}.

TRADE AND ECONOMIC OVERVIEW

Germany is Europe's most powerful country economically, with a GNP exceeding \$2.3 trillion. Germany is the world's largest exporter and second-largest importer of goods and services. Among Canada's international trading partners Germany stands fourth in the world, and second in Europe, after the United Kingdom. Canada's trade with Germany has increased steadily for several decades, and in 1993, Canadian exports to Germany were 2.4 billion. Despite the decline in German imports due to economic restructuring, this represented an increase of 9 percent over 1992, and 23 percent over 1989.

Doing business in Germany requires a good deal of patience on the part of Canadian business people. There is no such thing as a lightning-fast contract when dealing with knowledgeable German importers, and telephone soliciting should be avoided. To obtain a significant trade agreement, a Canadian company must be visible in the German market for a number of months, at the very least. For the most part, being in Germany for a few days only, without planned follow-up, in most cases will simply be a waste of time. German business people are technically-minded, careful in assessing a product, proud of their trade regulations, and conservative in their approach to new products. German business people often expect detailed technical catalogues, knowledge of the specific intentions of the firm soliciting them, and a lasting business relationship.

History has shown the importance of trade fairs in the economic dynamics of Germany and, consequently, of Europe. Germany's trade fairs are the most numerous and rank first in importance, with names such as ANUGA, Medica, CeBIT, and the Hannover Fair. Year in and year out, Germany has approximately 120 major trade fairs, the main ones being in Hannover, Frankfurt, Cologne, Munich and Düsseldorf. Among the various trade expansion options open to Canadian companies, trade fairs and missions are the most effective means of penetrating the German market. Trade fairs furnish an excellent birds-eye view of the market and its trends and gives opportunities to meet new agents and distributors; to maintain food business relations; and above all, to see what the competition is doing in the German market.

Realizing the ultimate importance of the German fairs as a vehicle for promoting Canadian international trade, the Western Europe Trade, Investment and Technology Division of Foreign Affairs and International Trade (see *Geographic Trade Division section at back*) has, with private-sector associations, other federal and provincial departments, and Canadian trade missions in Europe, planned some fifteen trade fairs and missions to Europe in early 1995. These activities rest on the premise that businesses wishing to export their products to European markets gain valuable experience when they exhibit their products at the right trade fairs.

No expanding Canadian business can afford to ignore the European market, and Germany is the hub. Even if Germany does not figure among a company's target countries in Europe, it is still an excellent yardstick for the entire European continent. If a product meets German environmental and other standards, it will probably meet all the European criteria as Germany provides an opportunity to penetrate the markets of Eastern Europe.

SEAFOOD MARKET IN BRIEF

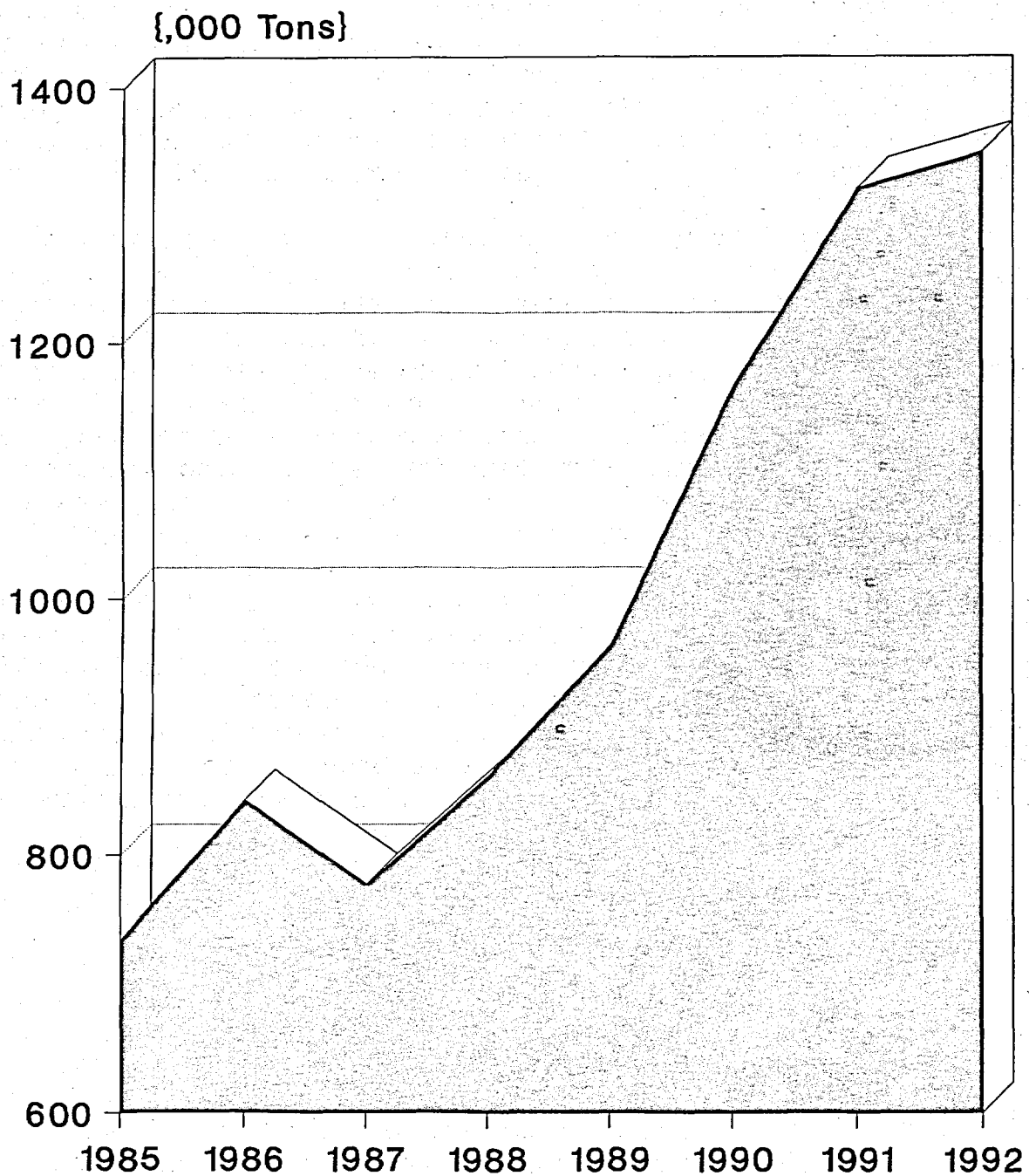
The demand for fish and fish products in Germany continues to grow. Fish consumption per capita has been steadily rising over the past few years, from 11.6 kilograms in 1983 to a record high of 14.8 kilograms in 1992, thus clearly exceeding the worldwide average per capita consumption of 13.3 kilograms. Total consumption, with 1.2 million tonnes in 1992, for the third time in a row exceeded the 1 million tonne level. Of this, over 80% was imported, making Germany a major market for suppliers of fish and fish products. Over 80 percent of German households have freezers, and the number of microwave ovens reaches over one third of German homes. This has contributed to a big surge in the sale of frozen fish products, which in 1992 accounted for around 23% of all fish consumption.

Herring, in a variety of forms, is by far the most popular fish in the German market, with a share of 28.6 percent in 1992. Alaska pollock, which is the key ingredient in the frozen products sector, is in second place, with 14.3 percent in 1992 slightly down from 16 percent in 1990. This reduction is likely due to the rapid rise in price which has taken place, and German fish processors are keen on finding new whitefish substitutes (e.g., roundnose grenadier). Cod had previously filled the place now occupied by Alaska pollock, but supply problems have driven it down to ninth place, at only 2.5 percent of the market. The third place is now occupied by saithe, followed by hake (9.2 percent compared to 6.1 percent in 1990), bonito, ocean perch, and mackerel. There is a clear trend towards luxury fish and shellfish. Included are lobster, shrimps, and prawns. Also part of this trend is the increase in salmon consumption, primarily from Norwegian waters, much of which is in the form of smoked products.

The main suppliers of the German market are Denmark, the Netherlands, Norway, Iceland and Poland. Most of these countries benefit from preferential access to the German market, either as a member of the European Community (EC) or as part of the European Free Trade Association (EFTA), thereby avoiding some of the high tariffs placed on certain processed fish products (e.g., between 20% and 25% on canned herring, mackerel, etc.). Canadian exports to Germany of fish and fish products in 1992 amounted to \$US 37.5 million or just slightly over 1.8% of all German fish imports according to German statistics. These figures are relatively low, even in comparison to other European markets. In part it can be explained by the tariffs and seasonal quotas facing certain species of fish from Canada. But it is also attributable to the price-sensitivity of the German market: imports from Canada are influenced both by changes in the value of the dollar, and by the willingness of German processors to substitute cheaper varieties of fish in their products if relative prices are modified over time.

Be this as it may, there are still a number of good prospects in the German market for those Canadian suppliers of fish and shellfish able to offer a quality, carefully-sorted product. Although the competition for herring is intense, certain Canadian varieties and sizes are sought after by German processors. Similarly, while mackerel is relatively abundant in European waters, large Canadian hand-filleted mackerel is sought after. Ocean perch, an "underutilised species" in Canada, is one of the favourites of the German consumer. German smokers also offer one of the few markets for dogfish belly-flaps. Finally, high and rising incomes make this country an excellent market for Canadian lobster, and offer good prospects for such luxury products as shrimp, shellfish or freshwater fish. At the same time, the less-affluent consumers of eastern Germany have served to reinforce demand for cheaper forms of fish.

GERMAN FISHERIES IMPORTS ALL SOURCES



Source: Fischwirtschaftliches Marketing

GERMAN MARKET FOR PREPARED SEAFOODS

The following summary has been extracted from the Food and Agriculture Organization's report *GLOBEFISH: Market for Fish-Based Ready Meals, Germany* Volume 23, 1993. The German market for fish products is one of the most interesting in Europe. Historically, the market for fish-based ready meals was characterized by a very conservative approach, especially regarding the fish species in demand. This is still reflected on the market, and can be seen by the popularity enjoyed by herring, Alaska pollock, saithe, hake and bonito. In contrast, and in line with the current climate of change, German consumers are becoming increasingly receptive to "exotic" fish species products which is mainly due to the growing number of restaurants offering international cuisine. Prepared seafood products is a growing segment in the German market, and will without doubt represent the greatest potential for Canadian producers interested in export growth through the German market.

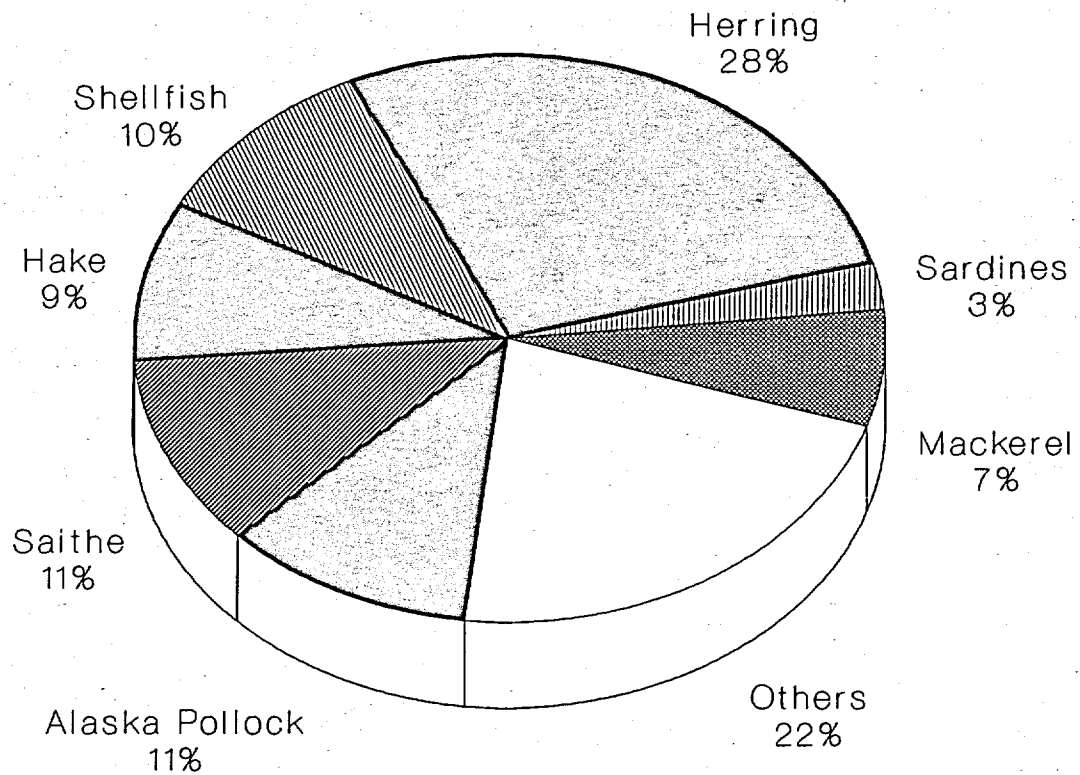
In terms of traditional German fish-based ready meals, a relatively small number of local firms hold over 90 percent market share. Their dominance is not foreseen to change and thus represents a highly competitive market environment for interested foreign producers. To enter the German market with one, or more, products of the common "fish dishes" {such as Schlemmerfilets, fish fingers or other breaded fish products} could prove extremely difficult. Any Canadian fish and seafood exporters contemplating such action in the German market should study very carefully, and in detail, all aspects of the market as it is fiercely competitive.

The main advantage that Canadian fish and seafood exporters may have on the German market is the possession of products already accepted at home or in a third country, characterized by well-known features of increasingly popular international dishes. Such products could fare well and could meet with demand, as yet unfulfilled, on the market. When fish and seafood consumption in Germany is compared to other countries in Europe, it becomes apparent that it lags behind most other markets in terms of consumption per capita. It should, however, be noted that it is growing and is expected to increase from the current 14 kilograms to 20 kilograms per capita by the turn of the century.

The main obstacle for growth in Germany lies in the inherent problem of fish supply which is reflected in unstable prices. With past trends showing a lower availability of fish supplies, prices for fish products have increased to a point where they have a weak position against other food supplements, such as meat products. German consumers confronted by this trend have a tendency to turn away from fish as a viable food supplement, because German meat producers are increasingly competing with fish producers on the basis of health and nutrition.

It can therefore be concluded that the German market represents a challenge for both domestic and foreign fish producers, where the common aim will necessarily be that of increasing fish consumption amongst the general population for the benefit of all fish producers. Therefore, Canadian fish and seafood exporters interested in the German market must coordinate advertising and marketing activities towards educating the German consumer.

MARKET SHARE OF DIFFERENT FISH SPECIES IN GERMANY



Source: GLOBEFISH

GERMAN MARKET FOR CANNED SEAFOOD

The following summary has been extracted from the Food and Agriculture Organization's report *GLOBEFISH: Markets for Canned Fish in Europe*, Volume 27, April 1994. Preserved and semi-preserved products are the most important seafood item in Germany. Market share for these products declined during the 1980's, down from 40 percent in 1984 to 31 percent in 1989, but demand has remained stable since. Total sales fell during the same period, but after unification of the Federal Republic of Germany and the German Democratic Republic, production and sales increased.

The most popular canned fish items are herring and tuna, followed by sardines and mackerel. Blue mussels are also popular, and Germans tend to eat most canned seafood items on bread for supper. In the case of tuna, also for mackerel, but much less for sardines, use with green salads is also very common. When canned seafood products are consumed with cooking, pizza is the dish most frequently consumed. For this purpose, tuna is dominant, but mussels and anchovies are also regularly added. German consumers have a growing awareness of the amount and kind of packaging material used and its relation to the environment. Metal or glass packaging is used in the canning industry presents no problem, but extra cardboard boxes are no longer accepted and any additional wrapping is regarded suspiciously. Retailers generally do not accept packaging that has no recycling guarantee by the company "*Duales System Deutschland*" (DSD), and shows this with the Green Dot on the packaging.

Herring

Traditional herring products have the largest share in the segment and also domineer the German market for canned fish. Herring preserves are usually sold in 200 gram cans, and less often in 190 gram cans. There are several dozen different sauces and preparations found on the German market, but preparations in tomato sauce are the most prevalent.

Tuna

The amount of preserved tuna sold in Germany has been increasing steadily for more than 10 years and is slowly closing in on herring. There is no tuna industry in Germany, therefore all consumer demand is met through imports. Imports of canned tuna into Germany increased from 14,400 tons in 1982 to 35,500 tons in 1987, up to 44,100 in 1992.

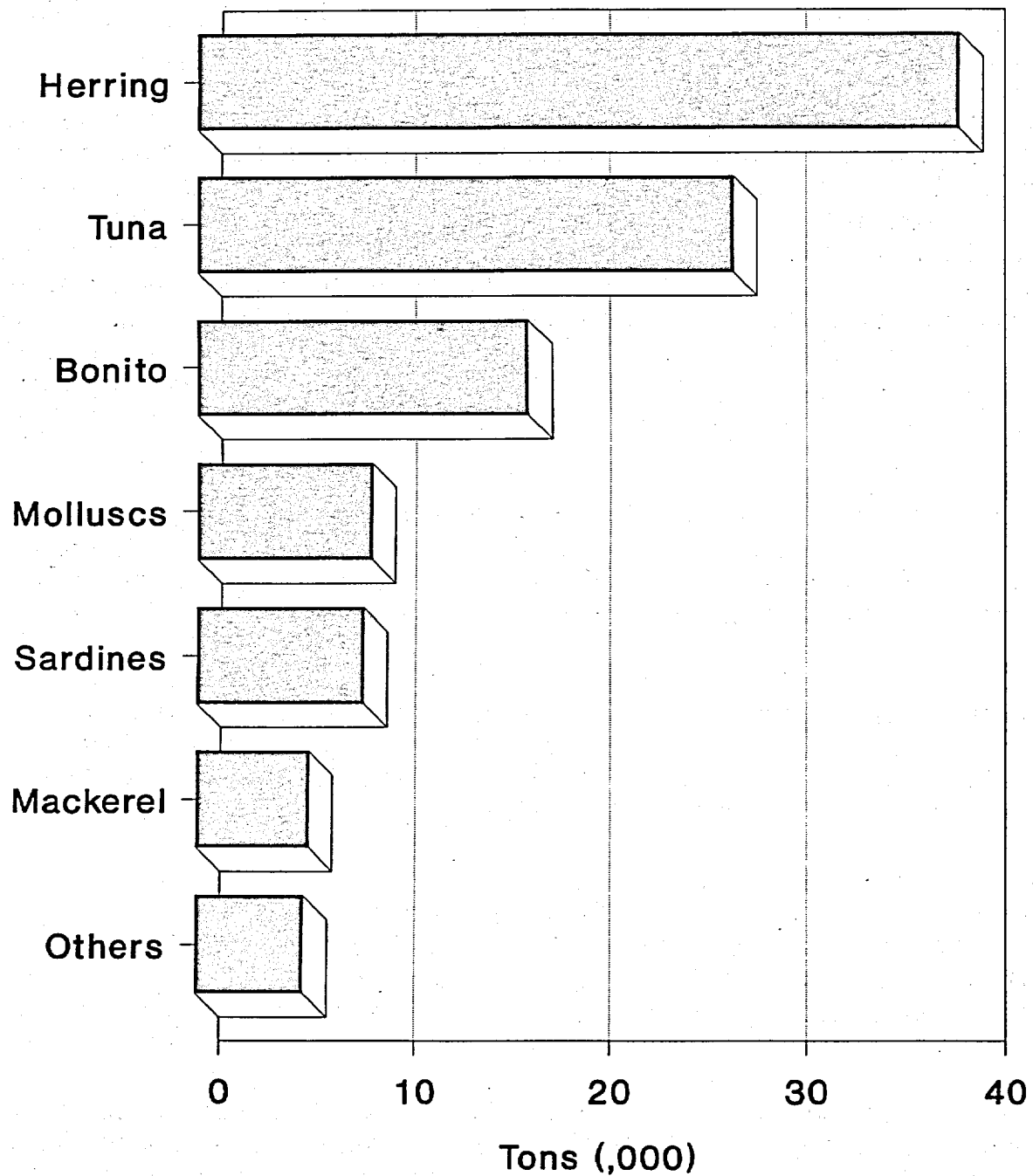
Sardines

There is no sardine canning industry in Germany and all demand is met through imports. However, market insiders feel that there is a stagnating and rather declining trend in the sardine trade within the German market. The canned sardine market is very much controlled by low prices, and there is a great variety of high value sardine products found in many of the retail stores in different oils and sauces.

Mackerel

Canned mackerel preserves are becoming increasingly important in the German consumer market, with imports increasing from 2,700 tons in 1987 to 5,800 tons in 1992. The market is dominated by sardine-sized cans with 125 gram contents, packed as skinless, boneless fillet cuts in vegetable or soya oil, however, fillets in brine instead of oil follow modern nutrition concerns.

GERMAN IMPORTS OF PREPARED OR PRESERVED SEAFOOD, 1992



Source: GLOBEFISH

MARKET ACCESS

There are no significant import restrictions and none with any degree of general application. Certain products, the sale of which is prohibited in Germany, can usually be imported but will not receive customs clearance and will therefore have to be re-exported. Principally, this applies to products breaching patents, trademarks or copyrights and under certain circumstances to actually or potentially dangerous consumer products or those otherwise hazardous to health.

From January 1, 1993, the member states of the EU constitute a single European market. This means that deliveries to and from Germany and other EU countries no longer qualify as imports and exports. Consequently, there are no longer any border controls of any description, no customs duties are levied, and there are no quantity or other limitations restricting intra-Union traffic in any way (apart from minor formalities for travellers).

Import Duties

The general attitude of Germany toward trade is liberal and non-discriminatory. As a member of the EC, Germany follows the EC customs regulations with respect to trade treaties, preferences, custom duties, agricultural agreements, import regulations, and rules of origin. Duties are levied, in principle, on the basis of the "transaction value", which is usually the price actually paid or payable (including all costs, charges and expenses of the sale and delivery to the first place of entry in Germany or the EC).

Import Taxes

German import turnover tax (EUST) is levied on imports at the appropriate VAT rate. In most cases, the rate is 15 percent for most food and fish products. This tax is levied on the border in the course of customs clearance and is paid by the importer in the same way as customs duties. If the importer is a business, a net burden does not result, since the EUST can be recovered in the importer's own VAT return. Within a business context, EUST is thus an in-and-out item, but entitlement to the refund is dependent upon the importer's retaining the original receipt stamped by German Customs authorities, and it is therefore essential that this documentation be carefully filed.

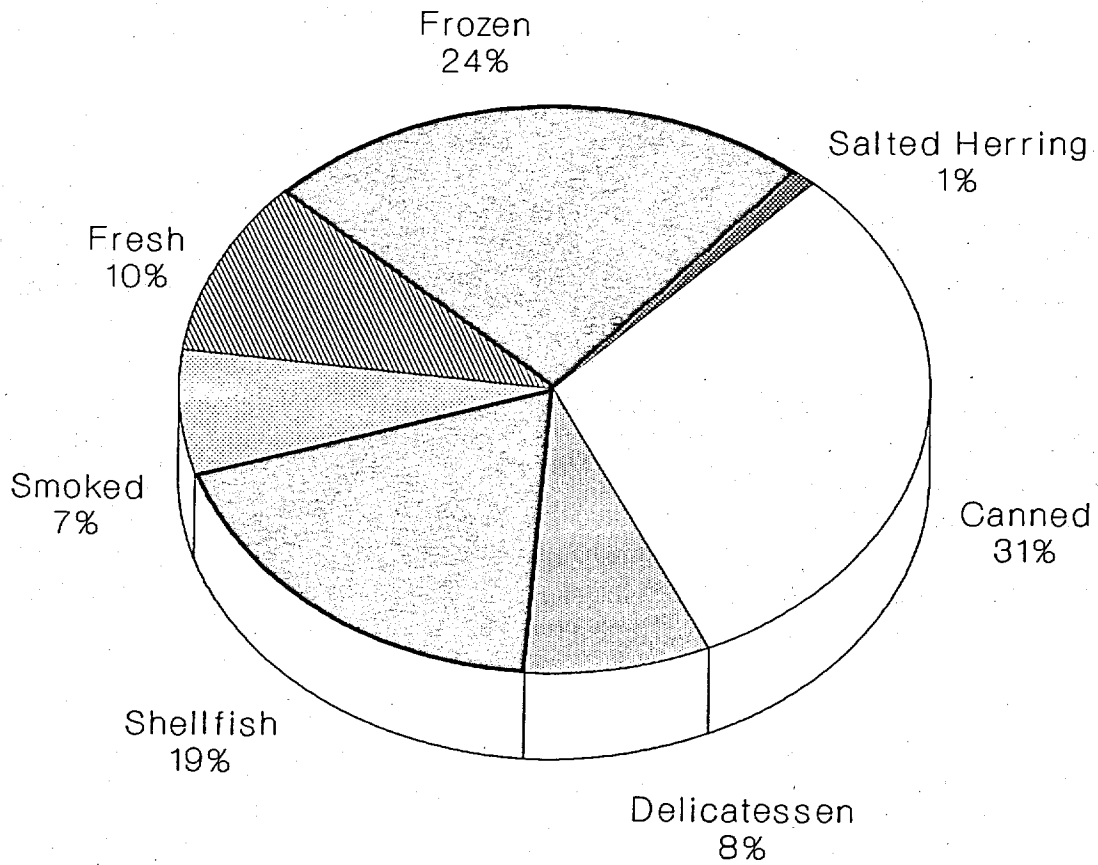
Customs/Storage

All large carriers maintain bonded warehouses for the storage of goods not yet cleared into the free market. These facilities are available not only at actual points of entry into the country (the major airports and harbours), but also at other business premises.

The operators of such warehouses are responsible to the Customs authorities for the duties on any goods that "*disappear*" (and might be transferred to the free market without appropriate Customs clearance), and therefore have an interest in ensuring that the facilities are secure.

A business may also apply to the local Customs authorities for permission to store uncleared goods on its own premises. This permission will usually be granted, provided there is a genuine business reason for it and provided the company and/or people responsible are regarded as reliable. No discrimination is made in this respect between Germans and foreigners.

GERMAN MARKET FOR FISH PRODUCTS ACCORDING TO PROCESSING METHODS



Source: GLOBEFISH

This permission is also subject to a number of formal conditions, such as physical separation of dutiable and non-dutiable foods and the maintenance of adequate inventory records. Meeting these conditions does not in practice pose any problems for a well-organized business.

Distribution

Fish in Germany was until recently retained mostly by fishmongers, but is now increasingly available through the food section of department stores and in supermarkets. Currently, the fishmongers are dominant in the fresh and smoked fish sectors, while supermarkets have been key in expanding the frozen fish market. The department stores focus mainly on the supper end of the market with fish preparations and luxury items.

Distribution in Germany is complicated by the fact that the country is decentralised, with a number of major urban centres. Unlike some other European countries, there is no central fish market to serve as a pricing and distribution hub, although most German fish importers are to be found in the cities of Hamburg and Bremerhaven.

German supermarkets practice centralised buying, but the headquarters of the main groups are also spread out across the country; furthermore, they still do not tend to buy their fish products directly, given the specialized logistics required.

In addition, German consumption and tastes in fish vary broadly from one region to another. It should be noted in this respect that the eastern German market is one which traditionally featured relatively high fish consumption, and it can be expected that demand will now re-establish itself. Distribution in this region is however being carried out primarily via the main importers in Hamburg.

Agents

Given the above, it is wise in most cases to make use of a German agent. This is advisable both in order to cope with the complexity of the German distribution system, and to ensure congruence with the relevant government regulations. The German partner is normally in a position to provide practical guidance on regulatory matters, and is in fact legally responsible to ensure the conformity with German law of the product they import.

Trade Promotion Activities

The major trade fair for this sector-ANUGA-is held biennially in Cologne (30 September--5 October 1995). It is the largest international fair in the world for the food sector, and provides excellent contacts for the European market generally, as well as for other markets. The Canadian government participates regularly at ANUGA with a large national stand, which normally includes numerous Canadian fish and seafood exhibitors.

Additionally, another large fish and seafood trade fair, which alternating with ANUGA takes place every second year, was established in Bremen in 1988. The next fair will be held in Bremen June 7-10, 1996, and is called "FISCH '96". Furthermore, there are a variety of other trade fairs of a more regional character {imega Munich; IKOFA Stuttgart}; or of a more assortment-related or product-specific nature {Green Week Berlin; IFFA Frankfurt}.

Inspection

Improvements for Canadian firms have been realized in the case of better market access to the European Union {EU} as a result of the 1993 recognition of equivalency of Canada's fish inspection system with its reliance on Quality Management Program {QMP}. This success has largely led to an exemption from the mandatory import inspection requirements implemented by the EU in January, 1993. Fishery products not currently covered by the derogation include trade in live molluscan shellfish products, and because of fish health and disease concerns of live aquacultured products. Efforts will be undertaken to conclude agreements in 1995 for these products to permit similar ease of access into the European Union.

Sanitary Conditions

The conditions referred to in Article 11 of EU Directive 91/493/EEC and to in Article 9 of Directive 91/492/EEC {fixing the specific conditions for imports} are based directly on those referred to in Article 8{3} of Directive 90/675/EEC {the application of less frequent checks}. During the discussions in the Council prior to the adoption of Directive 91/493/EEC several Member States maintained that if a third country satisfied the specific import conditions, it should qualify on that account for less frequent checks as provided for in Article 8{3} of Directive 90/675/EEC.

**EU COMMISSION DECISION OF 26 JULY 1993
LAYING DOWN SPECIAL CONDITIONS GOVERNING IMPORTS OF
FISHERY PRODUCTS ORIGINATING IN CANADA**

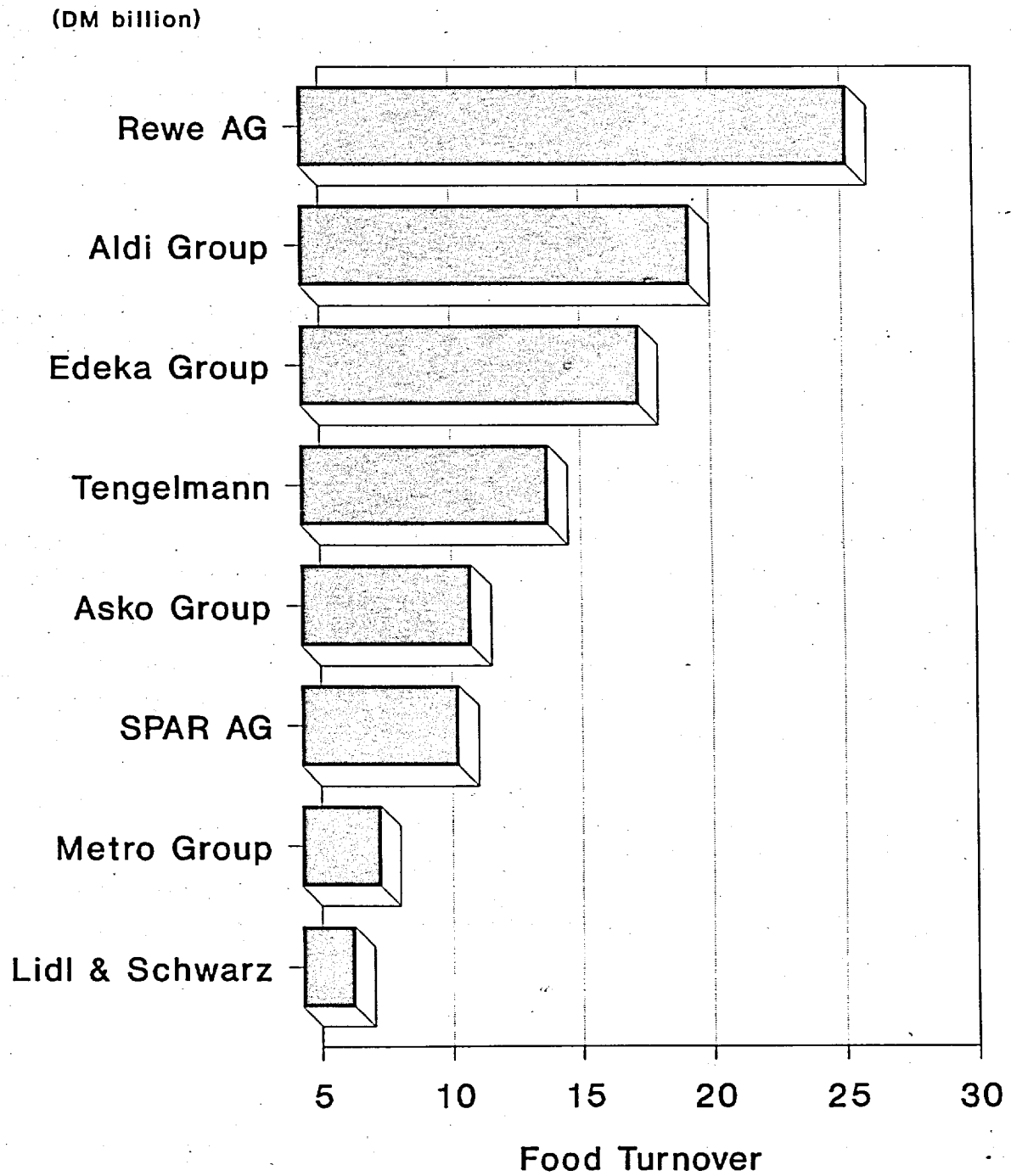
THE COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES,

Having regard to the Treaty establishing the European Economic Community. Having regard to Council Directive 91/493/EEC of 22 July 1991 laying down the health conditions for the production and the placing on the market of fishery products', and in particular Article 11 thereof,

Whereas a group of Commission experts has conducted an inspection visit to Canada to verify the conditions under which fishery products are produced, stored and dispatched to the Community; Whereas the provisions of Canadian legislation on health inspection and monitoring of fishery products may be considered equivalent to those laid down in Directive 91/493/EEC;

Whereas the Department of Fisheries and Oceans, the competent Canadian authority, and its Inspection Directorate are capable of effectively verifying the application of the laws in force; Whereas the procedure for obtaining the health certificate referred to in point {a} of Article 11 {4} of Directive 91/493/EEC must also cover the definition of a model certificate, the minimum requirement regarding the language{s} in which it must be drafted and the grade of the person empowered to sign it;

LEADING RETAIL CHAINS IN GERMANY



Source: M&M EUROdata 3/92

Whereas, pursuant to point {b} of Article 11 {4} of Directive 91/493/EEC, a mark should be affixed to packages of fishery products, giving the name of the third country and the approval number of the establishment of origin; Whereas, pursuant to point {c} of Article 11 {4} of Directive 91/493/EEC, a list of approved establishments must be drawn up; whereas that list must be drawn up on the basis of a communication from the Department of Fisheries and Oceans to the Commission; whereas it is therefore for the Department of Fisheries and Oceans to ensure compliance with the provisions laid down to that end in Article 11 {4} of Directive 91/493/EEC;

Whereas the Department of Fisheries and Oceans has provided official assurances regarding compliance with the rules set out in Chapter V of the Annex to Directive 91/493/EEC and regarding fulfilment of requirements equivalent to those laid down by that Directive for the approval of establishments; Whereas the measures provided for in this Decision are in accordance with the opinion of the Standing Veterinary Committee,

HAS ADOPTED THIS DECISION:

Article 1

The Inspection Directorate of the Department of Fisheries and Oceans shall be the competent authority in Canada for verifying and certifying compliance of fishery products with the requirements of Directive 91/493/EEC.

Article 2

Fishery products originating in Canada must meet the following conditions:

1. each consignment must be accompanied by a numbered original health certificate, duly completed, signed, dated and comprising a single sheet in accordance with the model set out in Annex A hereto;
2. the products must come from approved establishments listed in Annex B hereto;
3. except in the case of frozen fishery products in bulk and intended for the manufacture of preserved foods, all packages must bear the word 'Canada' and the approval number of the establishment of origin in indelible letters.

Article 3

1. The certificates referred to in point 1 of Article 2 must be drawn up in at least one official language of the Member State where the checks are carried out.
2. The certificates must bear the name, capacity and signature of the representative of the Department of Fisheries and Oceans and the latter's official stamp in a colour different from that of the other indications on the certificate.

Article 4

This Decision shall apply from 1 October 1993.

Article 5

This Decision is addressed to the Member States. Done at Brussels, 26 July 1993.

TRANSPORTATION

The western states of Germany have a modern comprehensive transport and communications infrastructure, featuring a rail network linking most urban centres and a high quality road network. Most major urban centres are linked by motorways, or *Autobahnen*, construction of which began in the 1930's and on which there is only an advisory speed limit in some locations. The state airline, Lufthansa, also flies between major cities.

The transport infrastructure in the eastern states is less well-developed, and much more emphasis is placed on the rail system. The road system in the east is relatively poor, but there are plans to build several *Autobahnen*, and to improve the rail and canal network:

Shipping

At the end of 1991, the German seagoing merchant fleet totalled 5.1 million grt. The West German fleet totalled 4.1 million grt at the end of 1989. Total tonnage transported by the latter was 140 million tons in 1991, as compared to 143.8 million tons in 1990. Freight traffic travelling through German ports totalled 160 million tons in 1991. Hamburg is easily the largest port in Germany, accounting for 35 percent of overall freight shipped. Wilhelmshaven, Bremerhaven, Bremen, Rostock and Lübeck are the other major freight terminals.

Airports

The busiest airport in terms of aircraft movements and passengers embarked was the Rhein-Main Airport outside Frankfurt am Main, which accounted for 5 percent of flights, 35 percent of passenger throughput and nearly three-quarters of freight traffic, although Munich saw a higher number of aircraft movements, mainly of tourist charter flights. The other major passenger airports are Berlin-Tegel and Schönefeld, and Hamburg; while Cologne/Bonn is the second largest airport in terms of freight traffic entering Germany from abroad.

Roadways

The total length of classified roads in the western states at the end of 1991 was 174,000 kilometres, of which 9,000 kilometres were *Autobahnen* (motorways) and 31,000 kilometres were federal roadways. In the eastern states, the total road length at the end of 1991 was 48,000 kilometres, of which 1,900 kilometres were *Autobahnen*.

Railways

The length of railway open in the western states at the end of 1991 was 30,000 kilometres, of which 12,000 kilometres was electrified. Non-state-owned railways accounted for 3,000 kilometres of track. In the eastern states, a total of 14,000 kilometres of railway line was open, but of this length only 4,000 kilometres was electrified.

DOMESTIC FISHERY

Nineteen-ninety three was a very difficult year for the German fishing industry. The economic development of the individual sectors took place in an environment in which the overall economy was marked by recession and unemployment. There were particularly serious problems in the fishing sector, which suffered great losses. Based on OECD statistics, income from small deep-sea fishing and inshore fishing fell by 40 percent. Deep-sea fishing in Germany also suffered considerable losses. Profit losses and consequent capacity reductions were due particularly to declining catches, lower producer prices and insufficient fishing opportunities, but also partly due to the fact that production was not in accordance with demand and marketing was not optimum.

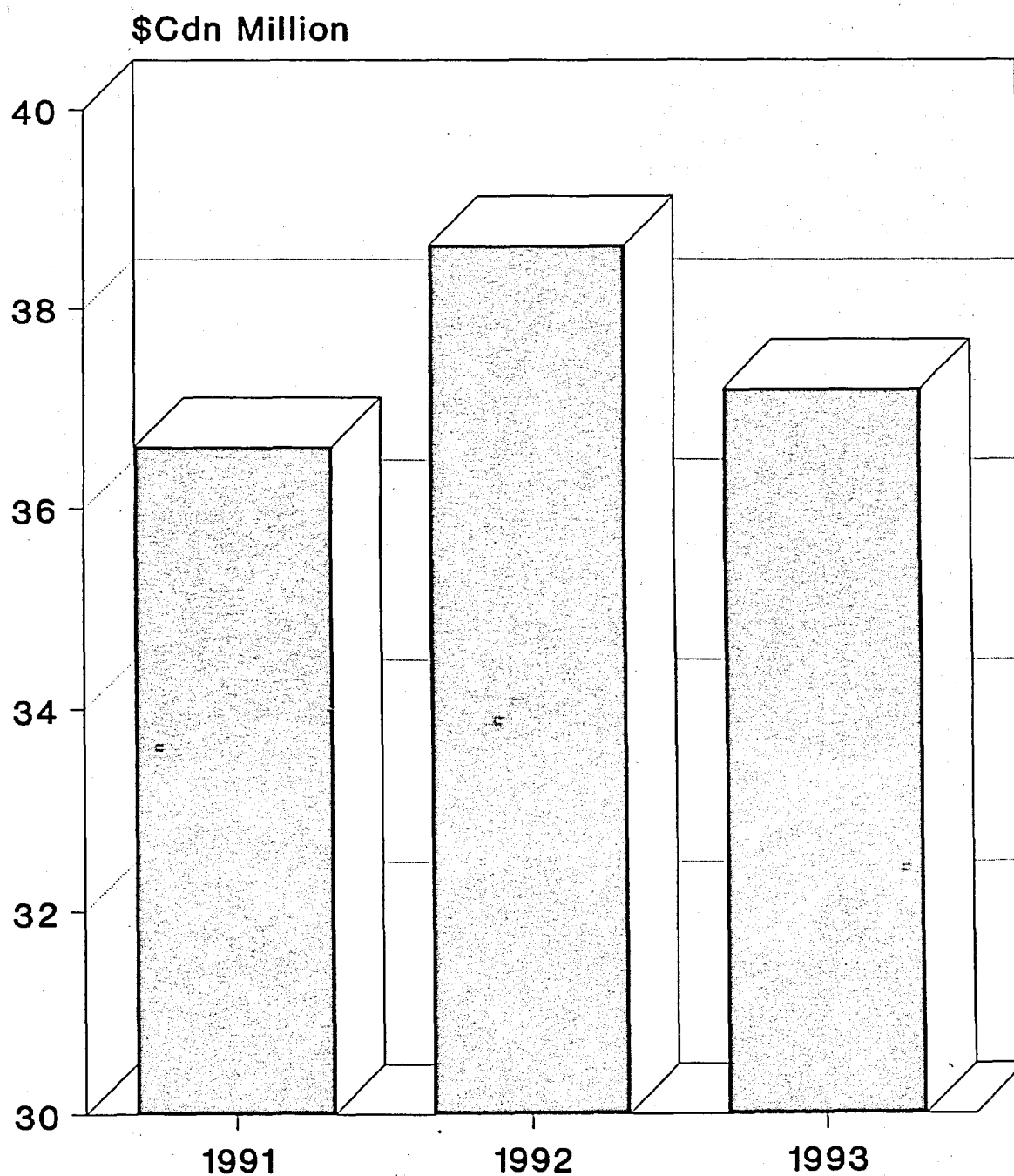
According to the Organization for Economic Co-Operation and Development, in 1993, landings in domestic and foreign ports by German fishing vessels amounted to 257,000 tons (1992: 265,000 tons) to the value of DM 284 million (1992: DM 311 million). Of this, deep-sea fishery accounted for approximately 155,000 tons, of which approximately 7,000 tons were fresh fish and 148,000 tons frozen fish. Approximately 60 percent of fresh fish catches were landed in foreign harbours, in particular in the United Kingdom, but also on the faroe Islands and in danish and French harbours. Some landings even took place in Iceland. Landings of cod on the Faroe Islands, still substantial in 1992, fell considerably in 1993 as cod prices were significantly lower than in the previous year, with the result that the cost advantage resulting from shorter distances was also removed.

The German processing industry was able to maintain its high level of production. According to the OECD, at 430,000 tons in 1993, it was only 1 percent lower than in the previous year, and ex-factory sales value was over DM 2.5 billion. The strongest product continued to be deep-frozen fish products, mainly fish fingers. Production, at 150,000 tons, exceeded the level of the year before by 6.5 percent and sales value was DM 519 million. Production of other deep-frozen fish products--gourmet fillets dominate in this product group--was however on the decrease.

Production of deep-frozen fish fillets increased in 1993 to 32,652 tons (value DM 157 million). Production of canned fish also increased from 55,879 tons (of which 43,689 tons in the old Federal Länder) to 57,839 tons at a value of DM 370 million. Production of fish salads fell by 2.5 percent, but in terms of value increased by 7.5 percent. In 1993, processing of smoked herring, sprat and smoked salmon increased substantially. Production of marinades decreased (reduction from approximately 88,000 tons at a value of DM 368 million to 79,400 tons at a value of DM 329 million).

According to provisional OECD data, 624,000 tons of fish, crustaceans and molluscs to the value of DM 2.87 billion were imported into Germany as a whole (not including fish meal or fish oil), approximately 9 percent less than 1992 in terms of weight, approximately 10 percent less in terms of value. The percentage of imports from non-EC countries increased from 352,000 tons (52 percent) to 387,000 (62 percent) in weight, and from approximately DM 1.7 billion to DM 1.8 billion in value. The most important supplier countries were Denmark and Norway with a share of 20 percent and 9 percent respectively of total German fisheries imports.

CANADIAN FISHERIES EXPORTS TO GERMANY



Source: Statistics Canada

STATISTICAL APPENDIX

1993 CANADIAN FISHERIES EXPORTS TO GERMANY

H.S.C.	Description	Qty (MT)	(\$Cdn)
	GROUND FISH	754	4,643,000
0302.2120	Halibut, Pacific, fresh/whole/dressed	7	65,000
0303.3130	Greenland Turbot, frozen/whole/dressed	65	182,000
0304.1014	Greenland Turbot, fillets/fresh	15	123,000
0304.2005	Cod, fillet-Blocks/frozen >4.5kg	9	68,000
0304.2021	Greenland Turbot, fillets/frozen	9	67,000
0304.2022	Sole, fillets/frozen	108	1,000,000
0304.2024	Flounder, fillets/frozen	98	900,000
0304.2041	Cod, Atlantic, fillets/frozen	83	565,000
0304.2049	Cod, nes, fillets/frozen	10	81,000
0304.2051	Ocean Perch, fillets/frozen	343	1,536,000
0304.9050	Sole, blocks/slabs/frozen	7	55,000
	PELAGIC FISH	10,511	12,345,000
0301.9200	Eels, live	22	185,000
0303.1010	Salmon, Chum, frozen/whole/dressed	152	696,000
0303.1030	Salmon, Spring, frozen/whole/dressed	9	76,000
0303.5000	Herring, frozen/whole/dressed	2,034	1,613,000
0303.7500	Dogfish, Shark, frozen/whole/dressed	434	1,362,000
0303.7600	Eels, frozen/whole/dressed	156	1,064,000
0304.2030	Herring, fillets/frozen	7,600	6,776,000
0305.2030	Salmon Roe, cured	14	383,000
0305.3010	Herring, fillets/cured	33	47,000
0305.4100	Salmon, nes, smoked	1	14,000
0305.4230	Herring, bloaters	22	32,000
0305.6100	Herring, salted/brined	21	21,000
1604.1113	Salmon, Pink, in ATC	13	73,000
1604.1400	Tuna, Skipjack, prepared/preserved	1	3,000
	SHELL FISH	869	11,742,000
0306.1210	Lobster, in brine/frozen	280	3,249,000
0306.1290	Lobster, nes, frozen	22	252,000
0306.1310	Shrimps, Prawns, in shell/frozen	23	278,000
0306.1320	Shrimps, Prawns, shelled/frozen	6	52,000
0306.2210	Lobster, live	421	6,247,000
0307.2900	Scallops, frozen	18	290,000
0307.9919	Clams, nes, frozen	5	27,000
1605.1090	Crab, prepared/preserved	<1	17,000
1605.2090	Shrimps, Prawns, prepared/preserved	37	371,000
1605.3011	Lobster, meat/cooked/frozen	44	634,000
1605.3019	Lobster, meat/cooked/not frozen	<1	16,000
1605.3091	Lobster, in ATC/nes	10	269,000
1605.3099	Lobster, prepared/preserved	2	12,000
1605.9000	Molluscs, nes, prepared/preserved	1	30,000

{continued}

{continued}

H.S.C.	Description	Qty (MT)	(\$Cdn)
	FRESHWATER FISH	375	3,023,000
0302.6936	Pickereel, fresh/whole/dressed	<1	1,000
0303.7921	Pike, Pickerel, frozen/whole/dressed	5	12,000
0303.7925	Whitefish, frozen/whole/dressed	25	75,000
0304.1051	Perch, fillets/fresh	2	42,000
0304.1052	Pickereel, fillets/fresh	<1	5,000
0304.2011	Trout, fillets/frozen	1	5,000
0304.2019	Salmonidae, nes, fillets/frozen	1	17,000
0304.2092	Pickereel, fillets/frozen	78	749,000
0304.2093	Pike, fillets/frozen	32	179,000
0304.2094	Sauger, fillets/frozen	195	1,750,000
0304.2096	Freshwater Fish, nes, fillets/frozen	32	176,000
0304.9082	Pike, blocks/slabs/frozen	3	11,000
	FISH, SEAFISH, NES	545	5,441,000
0301.9900	Fish, nes, live	9	24,000
0304.2099	Seafish, nes, fillets/frozen	13	102,000
0304.9091	Seafish, nes/meat/frozen	37	242,000
0305.2090	Fish, nes, livers/roes/cured	476	4,918,000
0511.9100	Fish & shellfish products, inedible	<1	13,000
1212.2000	Seaweeds, Algae	<1	16,000
1604.1910	Fish, nes, precooked/frozen/not minced	10	68,000
1604.3000	Caviar & Substitutes	1	58,000
	TOTAL ALL FISHERIES PRODUCTS	13,055	37,193,000

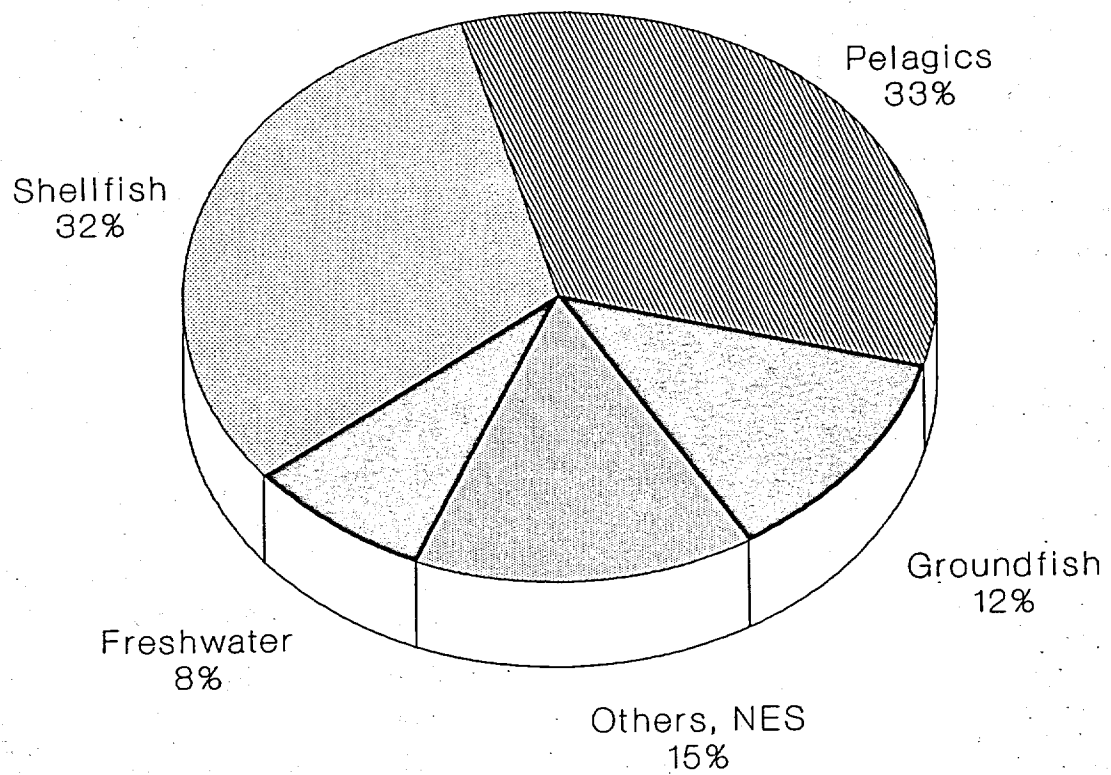
Source: Statistics Canada. International Trade Division. 1994.

GERMAN MACROECONOMIC INDICATORS

	1990	1991	1992	1993
GNP at market prices DM bn	2,448.0	2,654.0	2,799.0	2,820.0
Real GNP growth (at 1985 prices) %	5.5	4.3	1.0	-2.4
Consumer price inflation (%)	2.7	3.5	4.0	4.2
Exports fob (US\$ bn)	408.9	402.6	430.4	365.8
Imports fob (US\$ bn)	344.2	389.0	408.5	329.5
Current account (US\$ bn)	46.6	-19.6	-22.0	-21.4
Exchange rate (avg) DM:US\$	1.6	1.7	1.6	1.7
Population mn (mid-year)	78.8	80.3	80.7	80.9

Source: Economist Intelligence Unit, Germany: Country Report, 3rd Quarter 1994.

CANADIAN FISHERIES EXPORTS TO GERMANY BY SPECIES, 1993



Source: Statistics Canada

TRADE CONTACTS

CANADIAN CONTACTS IN GERMANY

Canadian Embassy
Friedrich-Wilhelm-Strasse 18,
Postfach 12 02 40,
53113 Bonn, Germany
Tel:(011-49-228) 968-0
Fax:(011-49-228) 968-3904

GERMAN CONTACTS IN CANADA

Embassy of the Federal Republic of Germany
275 Slater Street, 14th Floor
Ottawa, Ontario K1P 5H9
Tel:(613) 232-1101/2/3/4/5
Fax:(613) 594-9330

German Consulate General
Suite #970,
#700-4th Avenue, S.W.
Calgary, Alberta T2P 3J4
Tel:(403) 269-5900
Fax:(403) 269-5901

German Consulate General
1220 Manulife Place
10180-101 Street
Edmonton, Alberta T5J 3S4
Tel:(403) 422-6175
Fax:(403) 425-9768

German Consulate General
World Trade Centre
999 Canada Place, Suite #704
Vancouver, B.C. V6C 3E1
Tel:(604) 684-8377
Fax:(604) 684-8334

German Consulate General
Suite 708, 1809 Barrington St.
Halifax, Nova Scotia B3J 3K8
Tel:(902) 420-1599
Fax:(902) 422-4713

German Consulate General
77 Admiral Road
Toronto, Ontario M5R 2L4
Tel:(416) 925-2813/4/5
Fax:(416) 925-2818

German Consulate General
9832--98 A Avenue
Fort St. John, B.C. V1J 1S2
Tel:(604) 785-4300
Fax:(604) 785-5028

**German-Canadian Chamber
of Industry/Commerce**
1330 Scotia Place
10060 Jasper Avenue
Edmonton, Alberta T5J 3R8
Tel:(403) 420-6611
Fax:(403) 420-6612

**German-Canadian Chamber
of Industry/Commerce**
480 University Avenue
Suite #1410
Toronto, Ontario M5G 1V2
Tel:(416) 598-3355
Fax:(416) 598-1840

**German-Canadian Chamber
of Industry/Commerce**
1010 Sherbrooke Street West
Suite #1604
Montreal, Quebec H3A 2R7
Tel:(514) 844-3051
Fax:(514) 844-1473

IMPORTERS/DISTRIBUTORS/USERS

Direct exporting to Germany is not simple, and demands that you visit Europe at least once a year, learn about the market, and meet with potential importers, end-users, distributors, and agents. Exporters must develop a network of contacts on the German side and establish close working relationships with key individuals. In light of constantly evolving circumstances, the following list of importers, distributors and users cannot be timeless or exhaustive, Canadian fish and seafood exporters are advised to check all relevant details with their commercial contacts and to adhere strictly to the specifications set by German importers and authorities.

A & P Warenhandsl Gmbh
Im Heidewinkel 7,
21449 Radbruch,
Germany
Tel: 04178-331/393
Fax: 04178-1417
Product: lobster
canned/frozen

Anglo-Skandia Im-Und Export
Gmbh & Company
Gasstr. 18,
22761 Hamburg, Germany
Tel: 040-896081-83
Fax: 040-8993999
Product: frozen cod, dogfish,
frozen groundfish, herring,
salmon

Appel & Frenzel Gmbh
Kieshecker Weg 240
40468 Dusseldorf, Germany
Tel: 0211-41590
Fax: 0211-4159107
Product: salmon roe

B. Essmann & Company
Grosse Elbstr. 212
22767 Hamburg,
Germany
Tel: 040-381931
Fax: 040-3809343
Product: live lobster

C. Lisner & Söhne
In der Schenke 32
59192 Bergkamen, Germany
Tel: 02306-84934
Fax: 02306-83102
Product: salmon roe

Andreas Simonsen Gmbh
Ruhrstrabe 90
22761 Hamburg, Germany
Tel: 040-39-13-45
Fax: 040-850-10-61
Product: dogfish, herring

Caspian Caviar Ardabili Gmbh
Humboldtstr. 35
22083 Hamburg, Germany
Tel: 040-2293056
Fax: 040-221035
Product: salmon roe

Caviar-Christensen(ABBA)
Grosse Elbstr. 160
22767 Hamburg, Germany
Tel: 040-3802180
Fax: 040-381298
Product: eels, salmon, roe

Christian Goedecken Jr.
Grosse Elbstr. 210
22767 Hamburg, Germany
Tel: 040-389080
Fax: 040-38908110
Product: lobster, salmon, roe

CRUSTIMEX
Seafood Import-Export Gmbh
Grosse Elbstr. 133
22767 Hamburg,
Germany
Tel: 040-3802020
Fax: 040-38020254
Product: frozen cod, frozen
groundfish

Deutsche See
Van den Bergh
Elbinger Platz 1
27512 Bremerhaven, Germany
Tel: 0471-13235
Fax: 0471-13293
Product: live lobster

Erich König
Nordbahnstr. 10
13409 Berlin, Germany
Tel: 030-491100
Fax: 030-4912000
Product: eels, salmon

Ernst J.L. Franke Gmbh & Co.
Grosse Elbstr. 141
22767 Hamburg,
Germany
Tel: 040-387784
Fax: 040-385867
Product: salmon

Ernst Kratzenstein & Co.Gmbh
 Rothenbaumchaussee 58
 20148 Hamburg, Germany
 Tel: 040-4411370
 Fax: 040-4411370
 Product: herring

Flamingo-Fisch Gmbh &
 Comapany KG
 Fischereihafen Halle 8
 Postfach 290165
 27531 Bremerhaven, Germany
 Tel: 0471-79930
 Fax: 0471-799369
 Product: frozen cod, frozen

Fr. Pedersen
 Grosse Elbstr. 152
 22767 Hamburg, Germany
 Tel: 040-381617
 Fax: 040-3892663
 Product: live lobster

Friedrich Wilhelm Luubbert
 Gmbh & Co.
 Wittlingstr. 10
 27572 Bremerhaven, Germany
 Tel: 0471-9799-0
 Fax: 0471-9799-191
 Product: cod, frozen
 groundfish, herring

Gottfried Friedrichs KG
 Borselstr. 26
 22765 Hamburg, Germany
 Tel: 040-398280
 Fax: 040-39828200
 Product: eels, salmon, roe

Heinz Boettcher
 President-Herwig Str.
 27451 Cuxhaven, Germany
 Tel: 04721-22004
 Fax: 04721-24058
 Product: herring

IFICO
 P.O. Box 290226
 27532 Bremerhaven, Germany
 Tel: 0471-979704
 Fax: 0471-979705
 Product: frozen cod, frozen
 groundfish

International Emporium
 Aussenhandels Gmbh
 Uhlandstr. 66
 22087 Hamburg, Germany
 Tel: 040-258001
 Fax: 040-258233
 Product: eels

Jorgen Christensen
 Papenstr. 32
 22089 Hamburg, Germany
 Tel: 040-2506004
 Fax: 040-2514295
 Product: eels, salmon roe,
 lobster

Karsten Hagenah
 Schnackenburgallee 8
 22525 Hamburg, Germany
 Tel: 040-8501065
 Fax: 040-857037
 Product: eels, live lobster,
 salmon

L.G. Carrion & Co.
 Zimmerstr. 6
 22085 Hamburg, Germany
 Tel: 040-2202831
 Fax: 040-2278611
 Product: herring

Mövenpick Restaurantbetrieb-
 Und, Handelsgesellschaft
 Morikestr. 67
 70199 Stuttgart, germany
 Tel: 0711-64690
 Fax: 0711-600140
 Product: freshwater fish

NORDSEE
 Deutsche Hochseefischerei
 Gmbh, Postfach 101248
 Bremerhaven 27542, Germany
 Tel: 0471-130
 Fax: 0471-13400
 Product: frozen cod, frozen
 groundfish

Schreiber & Moll Gmbh & Co.
 Klosterwall 4
 20095 Hamburg, Germany
 Tel: 040-331736
 Fax: 040-336637
 Product: fish, seafood

Stuhrk Delikatessen
 Import Gmbh & Co. KG
 Postfach 12 62
 25706 Marns / Holstein
 Tel: 040-5313015
 Fax: 040-5319124
 Product: salmon roe

Thormahlen & Company
 Alte Landstr. 7
 22972 Grobhansdorf
 Germany
 Tel: 04102-63554
 Fax: 04102-65876
 Product: eels, salmon

**DEPARTMENT OF FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE
GEOGRAPHIC TRADE DIVISIONS**

If you are seeking advice and information about a specific area or country, Trade Commissioners in the *Geographic Trade Divisions* are available at 125 Sussex Drive, Ottawa, K1A 0G2 [Fax:(613) 996-9103]. In addition, there are Trade Commissioners at the Canadian Embassy in Bonn.

WESTERN EUROPE TRADE, INVESTMENT & TECHNOLOGY DIVISION {RWT} Tel:{613} 995-9401; Fax:{613} 995-6319
Austria, Belgium, Cyprus, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Iceland, Ireland, Italy, Luxembourg, Malta, The Netherlands, Norway, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland, Turkey, United Kingdom

SOUTH ASIA DIVISION {PSA} Tel:{613} 996-5897; Fax:{613} 996-5897
Afghanistan, Bangladesh, Bhutan, India, Nepal, Pakistan, Sri Lanka

CHINA DIVISION {PRC} Tel:{613} 995-7575; Fax:{613} 943-1068
China, Hong Kong, Indochina

SOUTH EAST ASIA DIVISION {PSE} Tel:{613} 996-8187; Fax:{613} 996-4309
Brunei, Burma, Indonesia, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thailand

KOREA AND EAST ASIA DIVISION {PKE} Tel:{613} 995-1183; Fax:{613} 996-1248
Indochina, Korea, Taiwan

SOUTH PACIFIC DIVISION {PSP} Tel:{613} 944-1830; Fax:{613} 996-4309
Australia, New Zealand, South Pacific

JAPAN DIVISION {PJP} Tel:{613} 995-1281; Fax:{613} 943-8286

CENTRAL AND EASTERN EUROPE TRADE DEVELOPMENT DIVISION {RBT} Tel:{613} 996-2858; Fax:{613} 995-8783
Albania, Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Hungary, Kazakhstan, Latvia, Mongolia, Poland, Romania, Russia, Slovakia, Ukraine, Yugoslavia

LATIN AMERICA AND CARIBBEAN TRADE DIVISION {LGT} Tel:{613} 996-5546; Fax:{613} 943-8806
Argentina, Bermuda, Bolivia, Brazil, Chile, Colombia, Commonwealth Caribbean, Costa Rica, Cuba, Dominican Republic, Ecuador, El Salvador, French West Indies, Guatemala, Haiti, Honduras, Mexico, Netherlands Antilles, Nicaragua, Panama, Paraguay, Peru, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela

UNITED STATES TRADE AND INVESTMENT DEVELOPMENT DIVISION {UTI} Tel:{613} 944-5849; Fax:{613} 944-9119
Chicago, Dallas, Los Angeles, Minneapolis, San Diego, San Francisco, San Jose, Seattle

UNITED STATES TRADE AND TOURISM DEVELOPMENT DIVISION {UTO} Tel:{613} 944-7343; Fax:{613} 944-9119
Atlanta, Boston, Buffalo, Cincinnati, Cleveland, Dallas, Dayton, Miami, Philadelphia, Pittsburgh, Princeton, San Juan, Warren

AFRICA AND MIDDLE EAST TRADE DEVELOPMENT DIVISION {GBT} Tel:{613} 944-6593; Fax:{613} 944-7431/7
Algeria, Benin, Cameroon, Cape Verde, Central African Republic, Comoros, Côte d'Ivoire, Equatorial Guinea, Gabon, Gambia, Guinea, Guineau-Bissau, Kenya, Liberia, Madagascar, Mali, Mauritania, Morocco, Mozambique, Namibia, Nigeria, Sao Tomé, Senegal, Sierra Leone, South Africa, Swaziland, Tanzania, Togo, Tunisia, Zaire, Zambia, Zimbabwe, Bahrain, Egypt, Iran, Iraq, Israel, Jordan, Lebanon, Oman, Qatar, Saudi Arabia, Syria, United Arab Emirates

INTERNATIONAL TRADE CENTRES

The Department of Foreign Affairs and International Trade, in cooperation with Industry Canada established International Trade Centres (ITCs) across Canada to assist first-time and experienced exporters by recruiting participants for trade fairs and missions, providing a wide range of services to companies seeking export counselling, technology transfer or joint ventures with foreign investors. Export counselling is also available through the Department of Foreign Affairs and International Trade's *InfoCentre* in Ottawa which can be reached toll free at 1-800-267-8376; local callers: 993-6435.

NEWFOUNDLAND

International Trade Centre
215 Water Street, Suite 504,
P.O. Box 8950,
St. John's, Nfld. A1B 3R9
Tel: (709) 772-5511
Fax: (709) 772-2373

NEW BRUNSWICK

International Trade Centre
P.O. Box 1210, Assumption Place
770 Main Street
Moncton, New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 851-6452
Fax: (506) 851-6429

MANITOBA

International Trade Centre
P.O. Box 981,
330 Portage Avenue, 8th Floor,
Winnipeg, Manitoba R3C 2V2
Tel: (204) 983-8036
Fax: (204) 983-2187

P.E.I.

International Trade Centre
P.O. Box 1115,
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400,
Charlottetown, P.E.I. C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400
Fax: (902) 566-7450

QUEBEC

International Trade Centre
P.O. Box 247,
Stock Exchange Tower
800 Place Victoria,
Suite 3800,
Montreal, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185
Fax: (514) 283-8794

SASKATCHEWAN

International Trade Centre
The S.H. Cohen Building
#119-4th Avenue South,
4th Floor,
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 5X2
Tel: (306) 975-5315
Fax: (306) 975-5334

BRITISH COLUMBIA

International Trade Centre
P.O. Box 11610,
900-650 West Georgia Street
Vancouver, British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-0434
Fax: (604) 666-8330

NOVA SCOTIA

International Trade Centre
P.O. Box 940, Station "M",
1801 Hollis Street
Halifax, Nova Scotia B3J 2V9
Tel: (902) 426-4782
Fax: (902) 426-2624

ONTARIO

International Trade Centre
Dominion Public Building, 4th Fl,
One Front Street West
Toronto, Ontario M5J 1A4
Tel: (416) 973-5053
Fax: (416) 973-8161

ALBERTA

Edmonton
International Trade Centre
Room 540, Canada Place
9700 Jasper Avenue
Edmonton, Alberta T5J 4C3
Tel: (403) 495-2944
Fax: (403) 495-4507

Calgary

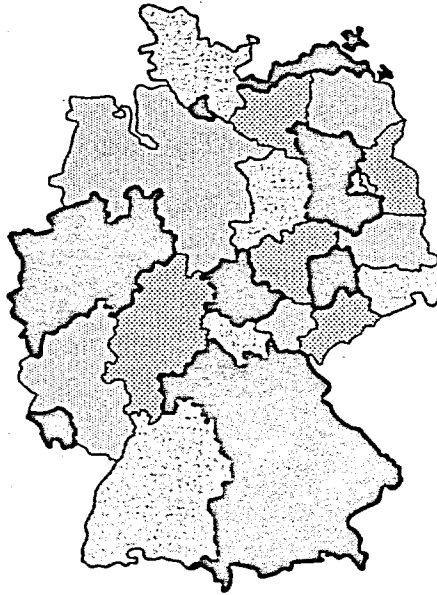
International Trade Centre
Suite 1100, 510-5th Street S.W.,
Calgary, Alberta T2P 3S2
Tel: (403) 292-6660
Fax: (403) 292-4578

BIBLIOGRAPHY

- Economist Intelligence Unit.** *Germany: Country Profile.* 1993/94.
- Economist Intelligence Unit.** *Germany: Country Report.* 3rd Quarter 1994.
- Federal Office of Foreign Trade Information.** *Federal Republic of Germany: Doing Business in the Five New German Laender.* 1st Edition. Cologne.
- Federal Office of Foreign Trade Information.** *How to Approach the German Market: Information for Exporters from Abroad.* 5th Edition. Cologne.
- Food and Agriculture Organization.** *GLOBEFISH: Market for Fish-Based Ready Meals, Germany.* GLOBEFISH Research Programme. Volume 23. September 1993.
- Food and Agriculture Organization.** *GLOBEFISH: Markets for Canned Fish in Europe.* GLOBEFISH Research Programme. Volume 27. April 1994.
- Foreign Affairs and International Trade.** *CanadExport: Doing Business With Germany.* Volume 12, No. #16. Ottawa. October 3, 1994.
- Foreign Affairs and International Trade.** *Export Promotion Priorities, 1994/95.* Ottawa. 1994.
- Foreign Affairs and International Trade.** *Sectoral Synopsis: Fisheries, Sea Products and Related Services, 1994/95.* Ottawa. 1994.
- International Monetary Fund.** *Direction of Trade Statistics.* 1994.
- Price Waterhouse.** *Doing Business in Germany.* Information Guide, 1994.
- Statistics Canada.** *Canadian Fish Exports, 1993 vs 1992.* International Trade Division. 1994.
- Statistics Canada.** *Exports: Merchandise Trade.* Catalogue 65-202, Annual, 1993.
- The Financial Post.** *Germany: Special Report.* June 18, 1994. pp 15-22.
- U.S. Department of Commerce.** *Foreign Economic Trends and Their Implications for the United States: Germany.* International Trade Administration.
- U.S. Department of Commerce.** *Marketing in Germany.* Overseas Business Reports. International Trade Administration.
- World Fishing.** *German Fish Consumption up in 1993.* February 1994.

ALLEMAGNE

**Lignes directrices à l'intention des
exportateurs canadiens de poissons
1995**



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

LIBRARY E / BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20095357 1

DOCS

CA1 EA660 95G26 EXF

Germany : guidelines for Canadian
fish exporters 1995

32784294

Department of Foreign Affairs
and International Trade



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

125 promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

février 1995

Monsieur, Madame,

Le rapport ci-joint intitulé **L'ALLEMAGNE : CONSEILS A L'INTENTION DES EXPORTATEURS CANADIENS DE POISSON 1995** fait partie d'une série de publications similaires produites par le Secrétariat de la liaison sectorielle (TOSA) de la Direction générale de la planification et des opérations commerciales, en coopération avec :

le Direction du commerce, de l'investissement et de la technologie, Europe de l'ouest (RWT)
M. Michel Têtu, Délégué commercial
Téléphone : (613) 996-3774 Télécopieur : (613) 995-6319

Ces publications couvrent un large éventail de pays et s'inscrivent dans le cadre d'un programme visant à aider en permanence les exportateurs actuels et futurs à exploiter de nouveaux marchés étrangers. Des exemplaires de cette publication et des publications similaires sur d'autres pays peuvent être obtenus en composant les numéros suivants :

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
InfoCentre
Téléphone : 1-800-267-8376 Télécopieur : (613) 996-9709

Des exemplaires peuvent également être obtenus par le service FaxLink d'InfoCentre (télécop. : 1-613-944-4500); en composant le code 48001 sur le clavier téléphonique de votre télécopieur, vous recevrez un menu des publications sur les poissons et fruits de mer qu'InfoCentre peut vous transmettre par télécopieur. Pour communiquer avec un agent d'information, veuillez appeler l'un des numéros suivants :

1-800-267-8376 (sans frais) 944-4000 (région Ottawa-Hull)

Le rapport **L'ALLEMAGNE : CONSEILS A L'INTENTION DES EXPORTATEURS CANADIENS DE POISSON 1995** a été envoyé à toutes les sociétés listées dans l'édition 1993 du **RÉPERTOIRE DES EXPORTATEURS CANADIENS DE POISSONS ET DE FRUITS DE MER** (produit par TOSA), ainsi qu'à tous les CCI, aux associations commerciales concernées, aux gouvernements provinciaux, à certaines missions à l'étranger et à certains services du Ministère.

Nous avons confiance que les destinataires trouveront cette publication utile, et nous les invitons à transmettre au soussigné leurs observations sur le contenu et la présentation du rapport.

Veuillez agréer, Monsieur ou Madame, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Délégué commercial
Secrétariat de la liaison sectorielle

Martin Foubert

Téléphone: (613) 995-1713
Télécopieur: (613) 943-1103

ALLEMAGNE

**Lignes directrices à l'intention des exportateurs canadiens de poissons
1995**

SECTORAL LIAISON SECRETARIAT

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

125, promenade Sussex

Ottawa, Canada K1A 0G2

Tél:(613) 995-1712

Télec:(613) 943-1103

Février 1995



RÉSUMÉ

Les présents conseils s'adressent aux entreprises canadiennes désireuses d'exporter du poisson et des fruits de mer en Allemagne. Elles y trouveront des renseignements sur divers aspects de l'économie du pays: données de base, survol du marché, habitudes locales de consommation de produits de la mer, voies de distribution, conditions d'accès au marché, liste de personnes-ressources et statistiques.



AVIS AUX LECTEURS

L'ambassade du Canada à Bonn a cerné les possibilités que présente le secteur des pêches en vue de la promotion des exportations en 1995. Il existe dans le marché allemand des débouchés que les exportateurs canadiens sont encouragés à exploiter. Le présent guide vise à fournir aux PME canadiennes du secteur des pêches des renseignements généraux sur le marché allemand.

On y donne un aperçu des débouchés commerciaux susceptibles de les intéresser, de même que des renseignements sur certains aspects du marché allemand tels la structure économique. On y trouve également des renseignements sur le marché des poissons et fruits de mer en Allemagne, portant notamment sur les importations allemandes, les occasions de promotion et l'accès au marché.

Les exportateurs intéressés par le marché allemand y trouveront également une liste des principaux importateurs, distributeurs et utilisateurs allemands de poisson et fruits de mer, ainsi qu'une liste des Centres de commerce international au Canada et des Directions commerciales géographiques au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI).

On a pris grand soin, dans la préparation de ce guide, de vérifier l'exactitude des données fournies. *Toutefois, on recommande aux exportateurs canadiens de produits de la pêche de vérifier toute donnée pertinente avec leurs relations d'affaires en Allemagne et de respecter rigoureusement les exigences des importateurs et les règlements allemands.*

Les présents conseils font partie d'une série de guides à l'intention des exportateurs canadiens sur divers marchés étrangers, préparés par le Secrétariat de la liaison sectorielle du MAECI. Pour toute question relative au présent guide, ou à d'autres guides de la même série, prière de s'adresser au Secrétariat de la liaison sectorielle, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) [tél. : (613) 995-1712; téléc. : (613) 943-1103]. On peut se procurer une version de ce document, dans une présentation simplifiée, par le service *INFOFAX* au (613) 944-4500.

La préparation et la mise en forme de ce guide ont été confiées à Gary G. Smith, d'*INFI-GAR*. Le texte a été relu et approuvé par J. Peter Otto, agent commercial de l'ambassade du Canada à Bonn, et par Martin Foubert et Michel Têtu, du MAECI.

TABLE DES MATIÈRES

ALLEMAGNE : DONNÉES DE BASE	1
APERÇU COMMERCIAL ET ÉCONOMIQUE	2
SURVOL DU MARCHÉ DES FRUITS DE MER	3
LE MARCHÉ ALLEMAND DES FRUITS DE MER PRÉPARÉS	5
LE MARCHÉ ALLEMAND DES FRUITS DE MER EN CONSERVE	7
L'ACCÈS AU MARCHÉ	9
LES TRANSPORTS	15
LES PÊCHERIES INTÉRIEURES	16
ANNEXE STATISTIQUE	17
PERSONNES-RESSOURCES	21
IMPORTATEURS, DISTRIBUTEURS ET UTILISATEURS	22
DIRECTIONS COMMERCIALES GÉOGRAPHIQUES	24
CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL	25
BIBLIOGRAPHIE	26

ALLEMAGNE : DONNÉES DE BASE

POPULATION	81 millions d'habitants (1993)																				
SUPERFICIE	138 000 milles carrés (357 000 km ²)																				
VILLES PRINCIPALES	<table> <tr> <td>Berlin</td> <td>3,5 millions</td> </tr> <tr> <td>Hambourg</td> <td>1,8 million</td> </tr> <tr> <td>Munich</td> <td>1,4 million</td> </tr> <tr> <td>Cologne</td> <td>1 million</td> </tr> <tr> <td>Francfort-sur-le Main</td> <td>0,7 million</td> </tr> <tr> <td>Essen</td> <td>0,7 million</td> </tr> <tr> <td>Dortmund</td> <td>0,6 million</td> </tr> <tr> <td>Stuttgart</td> <td>0,6 million</td> </tr> <tr> <td>Düsseldorf</td> <td>0,6 million</td> </tr> <tr> <td>Brême</td> <td>0,6 million</td> </tr> </table>	Berlin	3,5 millions	Hambourg	1,8 million	Munich	1,4 million	Cologne	1 million	Francfort-sur-le Main	0,7 million	Essen	0,7 million	Dortmund	0,6 million	Stuttgart	0,6 million	Düsseldorf	0,6 million	Brême	0,6 million
Berlin	3,5 millions																				
Hambourg	1,8 million																				
Munich	1,4 million																				
Cologne	1 million																				
Francfort-sur-le Main	0,7 million																				
Essen	0,7 million																				
Dortmund	0,6 million																				
Stuttgart	0,6 million																				
Düsseldorf	0,6 million																				
Brême	0,6 million																				
HEURE	1 heure d'avance sur l'heure de Greenwich																				
MONNAIE	Deutsche Mark (DM) , soit 100 pfennig																				
MESURES	Système métrique																				
LANGUE	La langue officielle est l'allemand, mais l'anglais est largement répandu comme langue d'affaires seconde.																				
CLIMAT	Le climat observé à Francfort-sur-le Main est tempéré, juillet étant le mois le plus chaud (15 à 20 °C) et janvier le mois le plus froid (- 1 à 3 °C). Mars est le mois le plus sec (32 mm de précipitations) et août le mois où les précipitations sont les plus abondantes (74 mm).																				
JOURS FÉRIÉS	1 ^{er} et 6 janvier, <i>Rosenmontag</i> (42 jours avant Pâques), Vendredi saint, lundi de Pâques, 1 ^{er} mai, fête de l'Ascension, fête de la Pentecôte, Fête-Dieu, 15 août, 3 et 31 octobre, 1 ^{er} novembre, 24, 25, 26 et 31 décembre.																				
IMPORTATIONS	Principaux pays d'origine des importations en 1992 : France (12 %), Pays-Bas (9,6 %), Italie (9,2 %), Belg-Lux (7 %), Royaume-Uni (6,8 %) et CE (52 %).																				
EXPORTATIONS	Principales destinations des exportations en 1992 : France (13%), Italie (9,3 %), Pays-Bas (8,3 %), R-U (7,7 %), Belgique et Luxembourg (7,4 %) et CE (54,3 %).																				

APERÇU COMMERCIAL ET ÉCONOMIQUE

Avec un PNB de plus de 2,3 trillions de dollars, l'Allemagne s'impose comme la plus grande puissance économique d'Europe. C'est, en importance, le premier pays exportateur et le deuxième pays importateur de biens et de services du monde. Dans la hiérarchie des partenaires commerciaux du Canada, l'Allemagne se classe au quatrième rang dans le monde et au deuxième rang en Europe, après le Royaume-Uni. Les échanges commerciaux canado-allemands progressent régulièrement depuis plusieurs décennies. En 1993, les exportations canadiennes vers l'Allemagne ont atteint 2,4 milliards, en hausse de 9 % par rapport à 1992 et de 23 % par rapport à 1989 – résultats impressionnants compte tenu de la baisse des importations allemandes entraînée par la restructuration économique. Les gens d'affaires désireux de percer le marché allemand doivent s'armer de patience. Ils doivent savoir que les contrats avec les importateurs allemands établis ne se concluent guère rapidement et que les sollicitations téléphoniques doivent être évitées. Une entreprise canadienne ne peut conclure d'entente commerciale importante que si elle n'est pas déjà connue sur le marché allemand depuis au moins quelques mois. Une visite en Allemagne qui se limiterait à quelques jours et dont on ne planifierait pas le suivi s'avère le plus souvent une perte de temps. Les gens d'affaires allemands sont méthodiques. Ils évaluent les produits avec soin, affectionnent leurs règlements commerciaux et abordent les nouveaux produits avec prudence. Il n'est pas rare qu'ils demandent des catalogues techniques détaillés, s'informent des intentions précises de l'entreprise qui les sollicite et exigent une relation d'affaires durable.

Les foires commerciales ont toujours revêtu une grande importance dans la dynamique de l'économie allemande et par conséquent européenne. Elles sont donc plus nombreuses et plus importantes en Allemagne qu'ailleurs, comme en témoignent des expositions comme ANUGA, Medica, CeBIT et la Foire de Hanovre. Chaque année, on peut assister à environ 120 grandes foires commerciales en Allemagne, dont les principales ont lieu à Hanovre, Francfort, Cologne, Munich et Düsseldorf. Parmi les diverses possibilités de promotion qui se présentent aux entreprises canadiennes, les foires et les missions commerciales constituent les moyens les plus efficaces pour pénétrer le marché allemand. Outre qu'elles donnent un excellent aperçu du marché et des tendances, les foires permettent de rencontrer de nouveaux représentants et distributeurs, d'entretenir des relations d'affaires et, surtout, de s'informer sur les activités des concurrents.

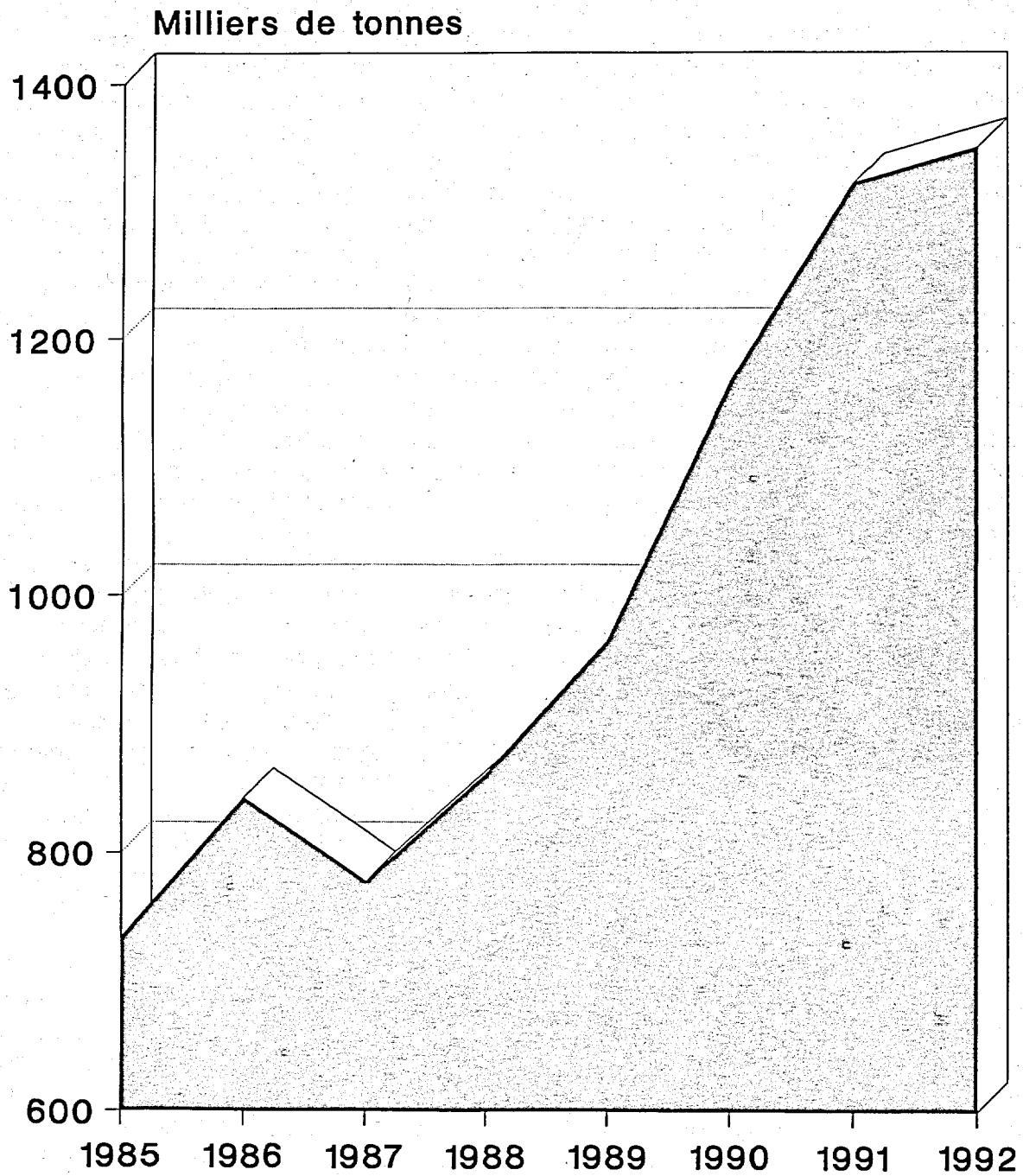
Mesurant l'importance que revêtent les foires allemandes dans la promotion du commerce extérieur canadien, la Direction du commerce, de l'investissement et de la technologie, Europe de l'Ouest, du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (voir plus loin la liste des *Directions commerciales géographiques*) prévoit, avec l'aide d'associations du secteur privé, de divers ministères fédéraux et provinciaux et des bureaux commerciaux canadiens en Europe, participer à quelque 15 foires et missions commerciales en Europe au début de 1995. Ces activités se justifient par le fait que les entreprises désireuses d'exporter leurs produits en Europe acquièrent une expérience précieuse lorsqu'elles présentent leurs produits dans les foires commerciales qui comptent. Aucune entreprise canadienne soucieuse de son expansion ne peut se permettre de négliger le marché européen. Or, l'Allemagne en est le cœur. Même si l'Allemagne ne figure pas parmi les pays d'Europe que l'on vise, ce pays reste un excellent point de départ pour pénétrer l'ensemble du continent européen. Si un produit satisfait aux normes environnementales et aux exigences allemandes, il est fort probable qu'il réponde aussi aux critères de tous les pays d'Europe, y compris ceux de l'Europe de l'Est auxquels l'Allemagne donne accès.

SURVOL DU MARCHÉ DES FRUITS DE MER

La demande de poisson et de produits de la pêche n'a pas cessé de croître en Allemagne. La consommation de poisson par habitant augmente à un rythme régulier depuis quelques années : elle est passée de 11,6 kg en 1983 à un niveau record de 14,8 kg en 1992, ce qui est nettement supérieur à la moyenne mondiale de 13,3 kg par habitant. La consommation totale en 1992, à 1,2 million de tonnes, franchissait pour une troisième année consécutive le cap du million de tonnes. Plus de 80 % de cette consommation provenaient des importations, ce qui fait de l'Allemagne un marché important pour les fournisseurs de poisson et de produits de la pêche. On trouve des congélateurs dans plus de 80 % des foyers allemands, et le four à micro-ondes a fait son apparition dans plus d'un tiers des ménages. La vente de poisson congelé s'en est trouvée fortement stimulée. En 1992, le poisson congelé comptait pour quelque 23 % de la consommation totale de poisson. Le hareng, sous diverses formes, est de loin le poisson le plus consommé en Allemagne. Il occupait 28,6 % du marché en 1992. La goberge de l'Alaska, qui est l'ingrédient principal des produits congelés, occupe la deuxième place. La part qu'elle détenait sur le marché est passée de 16 % en 1990 à 14,3 % en 1992. Cette légère baisse est probablement due à la brusque montée des prix. Les transformateurs allemands s'efforcent de trouver d'autres poissons blancs. La morue, qui occupait autrefois la place qui revient aujourd'hui à la goberge, a connu des problèmes d'approvisionnement qui l'ont reléguée au neuvième rang. En troisième place, on trouve le colin, suivi du merlu, la bonite à ventre rayé, le sébaste et le maquereau. La tendance évolue nettement vers les poissons et les crustacés haut de gamme comme le homard et les petites et grosses crevettes. De même, on assiste à une hausse de la consommation de saumon, venant surtout des eaux norvégiennes et généralement offert sous forme de produit fumé.

Les principaux fournisseurs de l'Allemagne sont le Danemark, les Pays-Bas, la Norvège, l'Islande et la Pologne. La plupart de ces pays jouissent d'un accès préférentiel au marché allemand, soit à titre de membre de la Communauté européenne, soit à titre de signataire de l'Accord européen de libre-échange, et ne sont donc pas assujettis aux droits élevés qui frappent certains produits transformés (de 20 à 25 % sur le hareng en conserve et le maquereau, par exemple). Les exportations canadiennes de poisson et de produits de la pêche vers la RFA à 37,5 millions de dollars US, représentaient en 1992 un peu plus de 1,8 % des importations de poisson de l'Allemagne. Ces chiffres relativement modestes, même en comparaison d'autres marchés européens, s'expliquent en partie par les droits de douane et les contingents saisonniers auxquels sont assujetties certaines espèces de poissons du Canada. Toutefois, on peut aussi déceler l'effet des prix sur le marché allemand : les importations en provenance du Canada subissent la double influence des fluctuations du dollar et des efforts déployés par les transformateurs allemands pour utiliser des variétés de poisson plus économiques et contrer ainsi les changements éventuels des prix relatifs. Le marché allemand présente malgré tout un certain nombre de débouchés pour les fournisseurs canadiens de poissons et de crustacés capables d'offrir des produits de qualité et choisis avec soin. Malgré la vive concurrence sur le marché du hareng, les transformateurs allemands recherchent certaines variétés et tailles de hareng propres au Canada. De la même manière, les grands maquereaux canadiens en filets apprêtés à la main sont recherchés en dépit de la relative abondance de ce poisson dans les eaux européennes. On doit ajouter que le sébaste, une espèce « sous-exploitée » au Canada, est l'un des poissons préférés du consommateur allemand et que les fumoirs de RFA constituent l'un des rares marchés pour les filets abdominaux d'aiguillat. Enfin, de par les revenus élevés dont jouissent ses habitants, ce pays offre un excellent marché pour le homard canadien et les produits haut de gamme comme les crevettes, les crustacés et les poissons d'eau douce. Parallèlement, l'apparition des consommateurs, moins riches, de l'ancienne Allemagne de l'Est a stimulé la demande en variétés plus économiques de poisson.

IMPORTATIONS ALLEMANDES DE PRODUITS DE LA PECHE TOUTES ORIGINES



Source: Fischwirtschaftliches Marketing

LE MARCHÉ ALLEMAND DES FRUITS DE MER PRÉPARÉS

Les renseignements suivants sont tirés du rapport de la FAO, *GLOBEFISH : Market for Fish-Based Ready Meals, Germany* volume 23, 1993. Le marché allemand des produits du poisson est l'un des plus intéressants d'Europe. Le marché des plats de poisson à réchauffer s'est toujours caractérisé par une approche très conservatrice, notamment en ce qui concerne les espèces de poisson consommées. La popularité dont jouissent encore le hareng, la goberge d'Alaska, le colin, le merlu et la bonite à ventre rayé témoignent de cette tradition. Par contre, les consommateurs allemands, poussés par le goût du changement, s'intéressent de plus en plus aux espèces « exotiques » de poisson que leur font connaître des restaurants de cuisine étrangère de plus en plus nombreux. Les fruits de mer préparés constituent un segment en pleine expansion du marché allemand et offrent sans aucun doute les débouchés les plus intéressants pour les producteurs canadiens désireux d'accroître leurs exportations vers l'Allemagne.

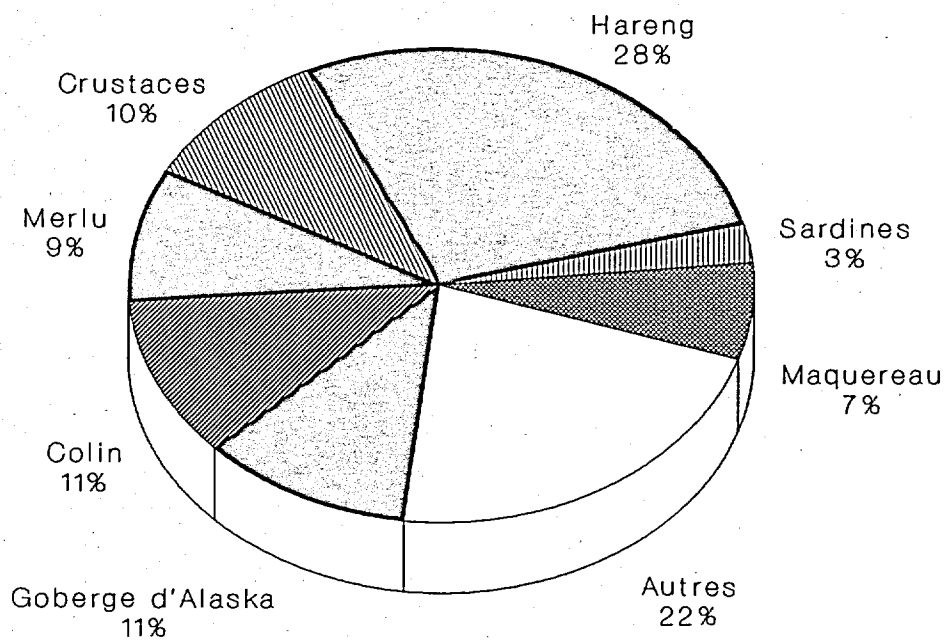
Des entreprises locales en nombre relativement modeste détiennent 90 % du marché allemand des plats traditionnels de poisson à réchauffer. Comme cette suprématie ne semble pas devoir changer bientôt, les producteurs étrangers doivent s'attendre à affronter un marché très concurrentiel. Il s'avère extrêmement difficile de se lancer sur le marché allemand avec un ou plusieurs plats de poisson traditionnels (comme les *Schlemmerfilets*, les croquettes de poisson et autres poissons panés). Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer qui envisagent une telle initiative doivent étudier avec le plus grand soin et dans ses moindres détails tous les aspects de ce marché livré à une concurrence intense.

Les exportateurs canadiens de produits de la pêche ont cependant l'avantage de posséder des produits déjà acceptés au Canada ou dans un pays tiers et présentant toutes les caractéristiques d'une cuisine internationale de plus en plus recherchée. De tels produits pourraient être bien cotés et répondraient à une demande encore insatisfaite. Lorsqu'on compare la consommation de poisson et de fruits de mer en Allemagne à celle des autres pays d'Europe, on constate que la part par habitant y est inférieure à celle de bien d'autres marchés. Il faut néanmoins savoir que cette consommation ne cesse de croître et qu'elle devrait passer de 14 à 20 kg par habitant à la fin du siècle.

Le principal obstacle à la pénétration du marché allemand réside dans le problème inhérent à l'approvisionnement en poisson et à l'instabilité des prix qui s'ensuit. En raison du ralentissement des approvisionnements auquel on assiste depuis quelques années, les prix du poisson ont augmenté au point où ces produits s'en sont trouvés défavorisés par rapport à d'autres aliments, comme les viandes. Dans ce contexte, les consommateurs allemands tendent à délaisser le poisson comme élément d'une bonne alimentation, d'autant plus que les producteurs de viande allemands réussissent de plus en plus à faire valoir les qualités nutritives de leurs produits.

On peut conclure que le marché allemand pose un défi de taille aux producteurs de poisson tant allemands qu'étrangers, dont le but et l'intérêt communs sont d'accroître la consommation de poisson chez la population. Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer doivent donc coordonner leurs campagnes de publicité et de marketing de manière à mieux informer le consommateur allemand.

PARTS DU MARCHÉ DE DIVERSES ESPECES DE POISSON EN ALLEMAGNE



Source: rapport GLOBEFISH

LE MARCHÉ ALLEMAND DES FRUITS DE MER EN CONSERVE

Les renseignements suivants sont tirés du rapport de la FAO, *GLOBEFISH : Markets for Canned Fish in Europe*, volume 27, avril 1994. Les fruits de mer préservés ou semi-préservés constituent le segment de marché le plus important en Allemagne. La part de marché de ces produits a diminué au cours des années 1980, mais la demande s'est ensuite stabilisée. Les ventes totales, qui ont baissé au cours de la même période, ont repris en même temps que la production après la réunification des deux Allemagnes. Les poissons en conserve les plus répandus en Allemagne sont le hareng et le thon, suivis par les sardines et le maquereau. Les moules bleues sont également appréciées. Le poisson en conserve accompagné de pain fait partie du souper de nombreux Allemands. Le thon et le maquereau, et dans une moindre mesure les sardines, sont souvent servis avec des laitues. La pizza est le plus courant des plats cuisinés à base de poisson en conserve. Le thon occupe donc une place prépondérante dans le plat cuisiné, mais on y ajoute souvent des moules et des anchois. Il y a chez le consommateur allemand une sensibilisation de plus en plus vive au type et à la quantité d'emballage et à leur impact sur l'environnement. Les contenants en métal ou en verre que l'on utilise dans l'industrie des conserves ne posent pas de problème, mais les boîtes en carton supplémentaires ne sont plus acceptées et les emballages superflus sont accueillis avec méfiance. En règle générale, les détaillants n'acceptent pas les emballages qui ne portent pas la garantie de recyclage *Duales System Deutschland* (DSD), qui se présente sous forme de point vert sur l'emballage.

Hareng

Les produits traditionnels du hareng occupent la plus grande part de ce segment et dominent le marché allemand du poisson en conserve. Le hareng en conserve se vend généralement en boîtes de 200 g et, moins souvent, de 190 g. Bien que l'on trouve d'innombrables sauces et préparations pour le hareng, ce sont les préparations à la sauce tomate que l'on utilise le plus souvent.

Thon

Les ventes allemandes de thon en conserve augmentent à un rythme régulier depuis plus de 10 ans au point où elles rejoignent peu à peu celles du hareng. Comme l'Allemagne ne produit pas de thon, la demande dépend des importations. Les importations de thon en conserve en Allemagne, qui étaient déjà passées de 14 400 tonnes en 1982 à 35 500 t en 1987, ont grimpé à 44 100 t en 1992.

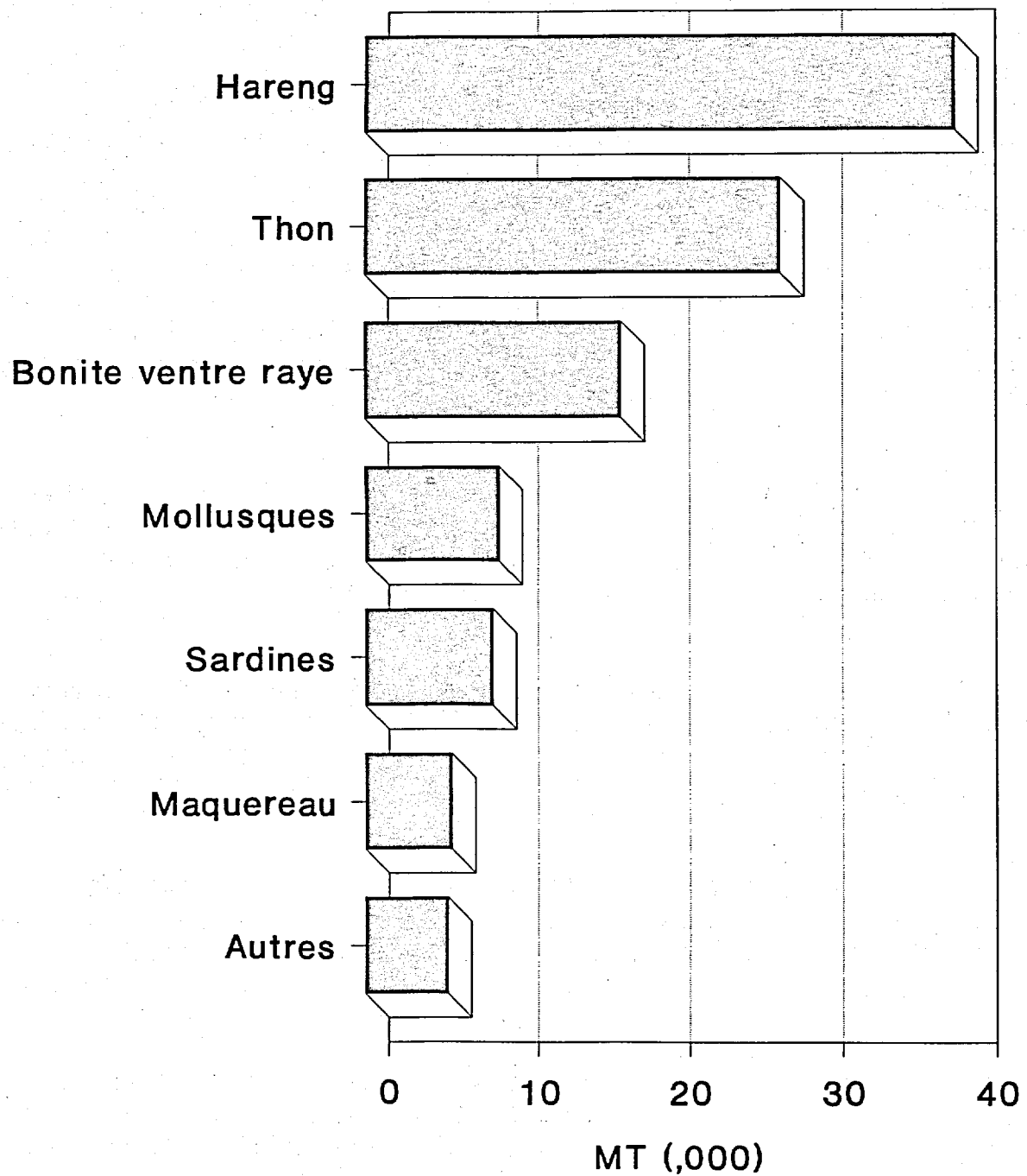
Sardines

L'industrie de la sardine n'existant pas en Allemagne, la demande repose sur les importations. Selon certains observateurs, le marché allemand de la sardine tend à stagner et même à décroître. Ce marché subit fortement l'influence des bas prix. On trouve cependant une grande variété de sardines haut de gamme, apprêtées à diverses sauces et huiles, dans de nombreux magasins de détail.

Maquereau

Le maquereau en conserve gagne en importance chez les consommateurs allemands. Ses importations sont en effet passées de 2 700 t en 1987 à 5 800 t en 1992. Le maquereau se présente presque exclusivement en filets dépiautés et sans arêtes, à l'huile végétale ou à l'huile de soya, en boîtes de 125 g de même format que les boîtes de sardines. Toutefois, en raison des tendances actuelles à une meilleure alimentation, certains consommateurs achètent du maquereau en saumure plutôt qu'à l'huile.

IMPORTATIONS ALLEMANDES DE FRUITS DE MER PREPARES OU EN CONSERVE, 1992



Source: rapport GLOBEFISH

L'ACCÈS AU MARCHÉ

Les restrictions aux importations sont négligeables et n'ont jamais valeur d'application générale. Certains produits dont la vente est interdite en Allemagne peuvent être importés, mais ne peuvent être dédouanés et devront par conséquent être réexportés. Cette situation s'applique principalement aux produits fabriqués en violation de brevets, de marques de commerce ou de droits d'auteur et, dans certaines circonstances, aux produits de consommation dangereux ou qui présentent un risque pour la santé.

Depuis le 1^{er} janvier 1993, les États membres de l'UE forment un marché unique. Il s'ensuit que toutes les livraisons en provenance ou à destination de l'Allemagne et des autres pays de l'UE ne sont plus considérées comme des importations ou des exportations. Il n'y a donc à leur égard ni contrôle aux frontières, ni prélèvement de droits de douane, ni encore de contingents ou de restrictions susceptibles d'entraver le libre commerce entre ces États (à l'exception des formalités mineures auxquelles sont soumis les voyageurs).

Droits d'importation

Dans l'ensemble, les pratiques de l'Allemagne en matière de commerce sont libérales et non discriminatoires. En qualité de membre de la CE, l'Allemagne observe les règles douanières communautaires relatives aux traités commerciaux, aux préférences, aux droits de douane, aux accords conclus dans le secteur agricole, aux règlements en matière d'importation et aux règles d'origine. En principe, la RFA perçoit des droits d'importation sur la valeur transactionnelle qui tient compte, en règle générale, du prix effectivement payé ou exigible (y compris tous les coûts, frais et dépenses découlant de la vente et de la livraison au premier port d'entrée en Allemagne ou dans la CE).

Taxes d'importation

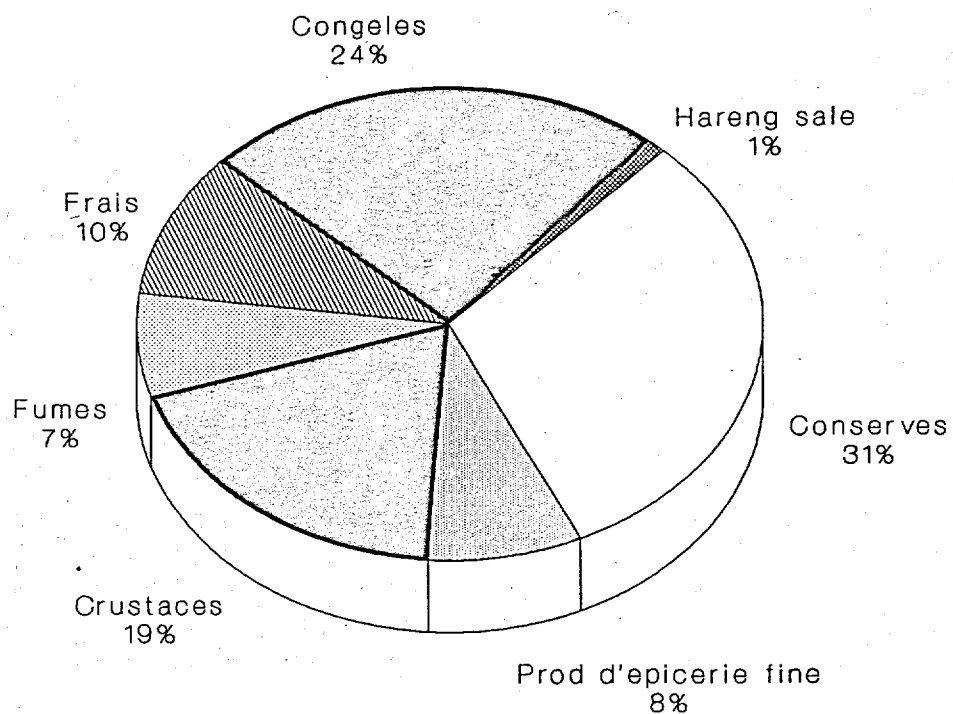
L'Allemagne perçoit une taxe de vente sur les importations (EUST) au taux en vigueur de la TVA. Ce taux est généralement de 15 % pour la majorité des aliments et des produits de la pêche. L'importateur paie cette taxe, qui est perçue à la frontière au moment du dédouanement, de la même manière que les droits de douane. Lorsqu'il s'agit d'une entreprise, l'importateur ne subit pas de coût net, dans la mesure où il peut récupérer l'EUST sous forme d'un remboursement de TVA. L'EUST est ainsi une taxe qui s'ajoute et se déduit. Toutefois, l'importateur ne peut se prévaloir d'un remboursement que s'il a conservé le reçu d'origine oblitéré par les autorités douanières allemandes. Il est donc essentiel que l'importateur conserve avec le plus grand soin les documents nécessaires.

Douanes et entreposage

Tous les grands transporteurs possèdent des entrepôts sous douane où ils stockent les marchandises non encore dédouanées. Ces entrepôts se trouvent non seulement aux points d'entrée du pays (principaux ports ou aéroports), mais aussi dans des établissements situés ailleurs.

Les exploitants de tels entrepôts sont redevables aux autorités douanières des droits non perçus pour des marchandises qui « disparaîtraient » (et qui pourraient être écoulées sur le marché sans avoir été dédouanées) et ont donc tout intérêt de garantir la sécurité de ces installations.

MARCHE ALLEMAND DES PRODUITS DE LA PECHE TRANSFORMES



Source: rapport GLOBEFISH

Une entreprise peut également obtenir des autorités douanières la permission d'entreposer des marchandises non dédouanées dans ses propres locaux. Cette permission est généralement accordée, à condition que l'entreprise ait une raison valable pour la solliciter et que sa fiabilité et celle de son personnel soient établies. Il n'y a pas de discrimination à cet égard entre entreprises allemandes et entreprises étrangères. Cette permission est également assujettie à certaines conditions réglementaires, dont la séparation physique des produits selon qu'ils sont possibles de droits ou non et la tenue de dossiers adéquats des stocks. En pratique, une entreprise bien organisée n'éprouve pas de difficultés à se soumettre à ces formalités.

Distribution

En Allemagne, le poisson était encore récemment presque uniquement distribué par les poissonniers. Aujourd'hui, on le trouve de plus en plus dans les grands magasins et les supermarchés. Les poissonneries conservent leur suprématie dans le domaine des produits frais et des produits fumés. Les supermarchés s'intéressent au marché du poisson congelé, dont ils ont en grande partie stimulé l'expansion, tandis que les grands magasins desservent le segment haut de gamme en offrant des produits préparés et des articles de spécialité. Il est quelque peu compliqué de distribuer ses produits en Allemagne en raison de la décentralisation du pays et de la dispersion des grands centres urbains. Contrairement à d'autres pays européens, on n'y trouve pas de marché central du poisson qui jouerait le rôle de carrefour pour la distribution et la tarification. Toutefois, les importateurs allemands de poisson sont en grande majorité établis à Hambourg et à Bremerhaven.

Malgré leurs pratiques d'achat centralisé, les sièges sociaux des grands supermarchés allemands sont dispersés sur le territoire. De plus, ils tendent à ne pas effectuer d'achats directs de poisson, en raison des exigences logistiques en cause. Il faut ajouter que les habitudes de consommation et les goûts des Allemands varient beaucoup d'une région à l'autre. On doit faire observer à cet égard que la consommation de poisson a toujours été relativement élevée dans les États de l'Est et qu'on peut y espérer une reprise de la demande. Toutefois, la distribution de poisson dans cette région est principalement assurée par les grands importateurs de Hambourg.

Représentants

En raison des conditions évoquées plus haut, il serait sage de faire appel à un représentant allemand. Celui-ci aidera l'exportateur à se frayer un chemin dans la complexité du système de distribution allemand et lui permettra d'aligner ses activités aux règlements gouvernementaux pertinents. Le représentant allemand est bien placé pour dispenser des conseils pratiques sur les règlements. Il est d'ailleurs responsable, sur le plan juridique, de la conformité du produit qu'il importe aux lois du pays.

Activités promotionnelles

ANUGA, la plus grande foire commerciale organisée dans ce secteur, a lieu tous les deux ans à Cologne (la prochaine se tiendra du 30 septembre au 5 octobre 1995). C'est la plus grande foire alimentaire du monde. Elle permet d'établir d'excellents contacts sur le marché européen, en général, et d'autres marchés, en particulier. Participant régulier de l'exposition ANUGA, le gouvernement canadien y occupe un stand national réunissant divers fournisseurs canadiens de poisson et de fruits de mer. Alternant avec ANUGA, une autre foire commerciale biennale portant sur les produits de la pêche a lieu à Brême depuis 1988. La prochaine édition, qui portera le nom de « FISCH 96 », se tiendra du 7 au 10 juillet 1996. Il existe en outre diverses autres foires commerciales de caractère plus régional (imega à Munich, IKOKA à Stuttgart) ou encore plus diversifiées ou plus spécifiques à un produit (Semaine verte de Berlin, IFFA de Francfort).

Inspections

En 1993, le système d'inspection du poisson du Canada, qui s'inscrivait dans le cadre du programme canadien de gestion de la qualité, a été reconnu équivalent à celui de l'UE. Les entreprises canadiennes jouissent désormais d'un meilleur accès aux marchés de l'UE. Cette équivalence est en grande partie responsable de l'exemption de l'inspection obligatoire des importations établie par l'UE en janvier 1993. Produits qui échappent à cette exemption sont les mollusques vivants, en raison des problèmes de santé et des risques de maladie que posent les produits d'agriculture. On s'efforcera de conclure en 1995 des accords qui feront bénéficier ces produits du même accès aux marchés de l'UE.

Règlements en matière d'hygiène

Les dispositions à l'article 11 de la directive 91/493/CEE et à l'article 9 de la directive 91/492/CEE (fixant les conditions particulières des importations) s'inspirent directement de celles de l'article 8(3) de la directive 90/675/CEE (vérifications moins fréquentes). Au cours des débats du Conseil qui ont précédé l'adoption de la directive 91/493/CEE, plusieurs États membres ont soutenu que tout pays tiers qui répondrait aux conditions particulières d'importation pourrait se prévaloir des vérifications moins fréquentes que prévoit l'article 8(3) de la directive 90/675/CEE.

DÉCISION DE LA COMMISSION DU 26 JUILLET 1993 FIXANT LES CONDITIONS PARTICULIÈRES D'IMPORTATION DES PRODUITS DE LA PÊCHE ORIGINAIRES DU CANADA

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté économique européenne,

vu la directive 91/493/CEE du Conseil, du 22 juillet 1991, fixant les règles sanitaires régissant la production et la mise sur le marché des produits de la pêche, et notamment son article 11,

considérant qu'une mission d'experts de la Commission s'est rendue au Canada afin de s'assurer des conditions de production, d'entreposage et d'expédition des produits de la pêche à destination de la Communauté;

considérant que les prescriptions de la législation canadienne en matière d'inspection et de contrôle sanitaire des produits de la pêche peuvent être considérées comme équivalentes à celles fixées par la directive 91/493/CEE;

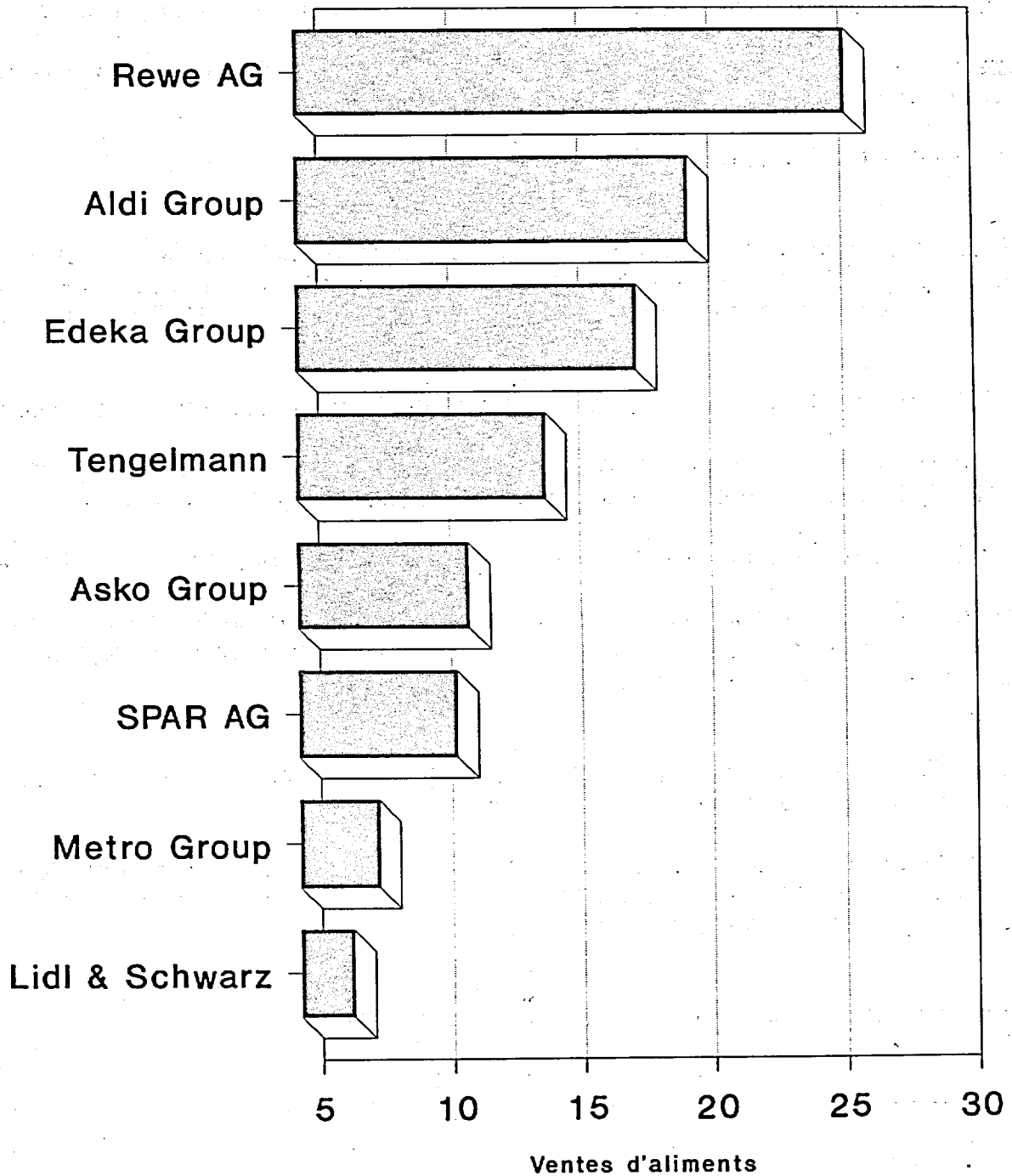
considérant que le ministère des Pêches et Océans (*Department of Fisheries and Oceans*), autorité compétente au Canada, et sa Direction des services d'inspection sont en mesure de vérifier de manière efficace l'application de la législation en vigueur;

considérant que les modalités de la certification visées à l'article 11 paragraphe 4 point a) de la directive 91/493/CEE comprennent la définition d'un modèle de certificat, le choix de la ou des langues de rédaction dudit certificat et le choix des qualités du signataire;

considérant qu'il importe, conformément à l'article 11 paragraphe 4 point b) de la directive 91/493/CEE d'apposer sur les emballages de produits de la pêche une marque comprenant le nom du pays tiers et le numéro d'agrément de l'établissement d'origine;

GRANDES CHAINES DE DETAILLANTS ALLEMANDS

(Milliards DM)



Source: M & M EUROdata 3/92

considérant que, conformément à l'article 11 paragraphe 4 point c) de la directive 91/493/CEE, il importe d'établir une liste d'établissements agréés; que cette liste doit être établie sur la base d'une communication à la Commission par le ministère des Pêches et Océans; qu'il revient donc audit ministère de s'assurer du respect des dispositions prévues à cette fin par l'article 11 paragraphe 4 de la directive 91/493/CEE;

considérant que le ministère des Pêches et Océans a donné officiellement son assurance quant au respect des règles énoncées au chapitre V de l'annexe de la directive 91/493/CEE et au respect d'exigences équivalentes à celles prescrites par ladite directive pour l'agrément des établissements;

considérant que les mesures prévues à la présente décision sont conformes à l'avis du comité vétérinaire permanent,

A ARRÊTÉ LA PRÉSENTE DÉCISION :

Article premier

Le ministère des Pêches et Océans (*Department of Fisheries and Oceans*), Direction des services d'inspection (*Inspection Directorate*), est l'autorité compétente au Canada pour vérifier et certifier la conformité des produits de la pêche avec les exigences de la directive 91/493/CEE.

Article 2

Les produits de la pêche originaires du Canada doivent répondre aux conditions suivantes :

- 1) chaque envoi doit être accompagné d'un certificat sanitaire original numéroté, dûment complété, daté et signé comportant un seul feuillet, dont le modèle figure à l'annexe A;
- 2) les produits doivent provenir d'établissements agréés figurant sur la liste de l'annexe B;
- 3) chaque emballage, sauf en cas de produits de la pêche congelés en vrac et destinés à la fabrication de conserves, doit porter de façon indélébile la mention « Canada » et le numéro d'agrément de l'établissement d'origine.

Article 3

1. Le certificat visé à l'article 2 point 1) doit être établi au moins dans une des langues officielles de l'État membre où s'effectue le contrôle.
2. Le certificat doit porter le nom, les qualités et la signature du représentant du ministère des Pêches et Océans, ainsi que le sceau officiel dudit ministère, le tout dans une couleur différente de celles des autres mentions reprises sur le certificat.

Article 4

La présente décision est applicable à partir du 1^{er} octobre 1993.

Article 5

Les États membres sont destinataires de la présente décision.

Fait à Bruxelles, le 26 juillet 1993.

LES TRANSPORTS

Les États ouest-allemands disposent d'une infrastructure de transport et de communications moderne et complète, dont un réseau ferroviaire qui relie la plupart des centres urbains et un remarquable réseau routier. Les principaux centres urbains sont également reliés par des autoroutes appelées *autobahnen* dont la construction remonte aux années 1930 et où aucune limite de vitesse n'est imposée sur certains parcours. La société de lignes aériennes d'État, la Lufthansa, assure également la liaison entre les villes principales. Dans les États de l'Est, les voies de transport sont beaucoup moins élaborées, et on emprunte davantage le réseau ferroviaire. Le réseau routier est relativement peu développé, mais on projette d'y construire plusieurs *autobahnen* et d'améliorer les réseaux ferroviaire et fluvial.

Transport maritime

À la fin de 1991, la capacité de la flotte marchande de haute mer allemande totalisait 5,1 millions de tonnes (jauge brute). Celle de la flotte ouest-allemande s'élevait à elle seule à 4,1 millions de tonnes à la fin de 1989. Le tonnage transporté par cette dernière se chiffrait à 140 millions de tonnes en 1991, contre 143,8 millions de tonnes en 1990. Le trafic marchandises transitant par les ports allemands atteignait 160 millions de tonnes en 1991. Hambourg est de loin le plus grand port d'Allemagne : 35 % des marchandises transportées par voie maritime passent par ce port. Les autres grands ports de commerce allemands sont Wilhelmshaven, Bremerhaven, Brême, Rostock et Lübeck.

Transport aérien

L'aéroport de Rhein-Main, situé en banlieue de Francfort-sur-le Main, a enregistré le plus grand nombre de mouvements aériens et d'embarquements de passagers, soit 5 % des vols, 35 % des transports de passagers et près des trois quarts du trafic marchandises. À l'aéroport de Munich, on observe encore plus de mouvements aériens, en grande partie à cause de la plus grande fréquence des vols affrétés. Les autres grands aéroports de transport des passagers sont les aéroports de Berlin-Tegel et Schönefeld et celui de Hambourg. L'aéroport de Cologne-Bonn est le deuxième aéroport en importance pour le transport des marchandises provenant de l'étranger.

Transport routier

Dans les États de l'Ouest, les routes classées totalisaient une longueur de 174 000 km en 1991, dont 9 000 km d'*autobahnen* et 31 000 km de routes fédérales. Dans les États de l'Est, le réseau routier comptait 48 000 km en 1991, dont 1 900 km d'*autobahnen*.

Transport ferroviaire

Dans les États de l'Ouest, le réseau ferroviaire utilisable comptait 30 000 km de voies en 1991, dont une ligne électrifiée de 12 000 km et 3 000 km de lignes privées. Dans les États de l'Est, les lignes ferroviaires utilisables totalisaient 14 000 km, dont à peine 4 000 étaient électrifiées.

LES PÊCHERIES INTÉRIEURES

L'industrie allemande des pêches a traversé une période difficile en 1993. Le développement des divers secteurs commerciaux s'inscrivait dans un contexte économique marqué par la récession et le chômage. Le secteur des pêches, en particulier, a connu de grandes difficultés qui ont entraîné des pertes très importantes. Selon les statistiques de l'OCDE, les recettes provenant de la petite pêche hauturière et de la pêche côtière ont chuté de 40 %. Le secteur allemand des pêches hauturières a également subi des pertes considérables. Les chutes de bénéfices et la réduction de capacité qui en a résulté s'expliquent par la baisse des prises, la réduction des prix des producteurs et le manque de débouchés en matière de pêches. Cependant, on peut aussi les attribuer en partie au manque d'harmonisation entre la production et la demande et à une mise en marché relativement faible.

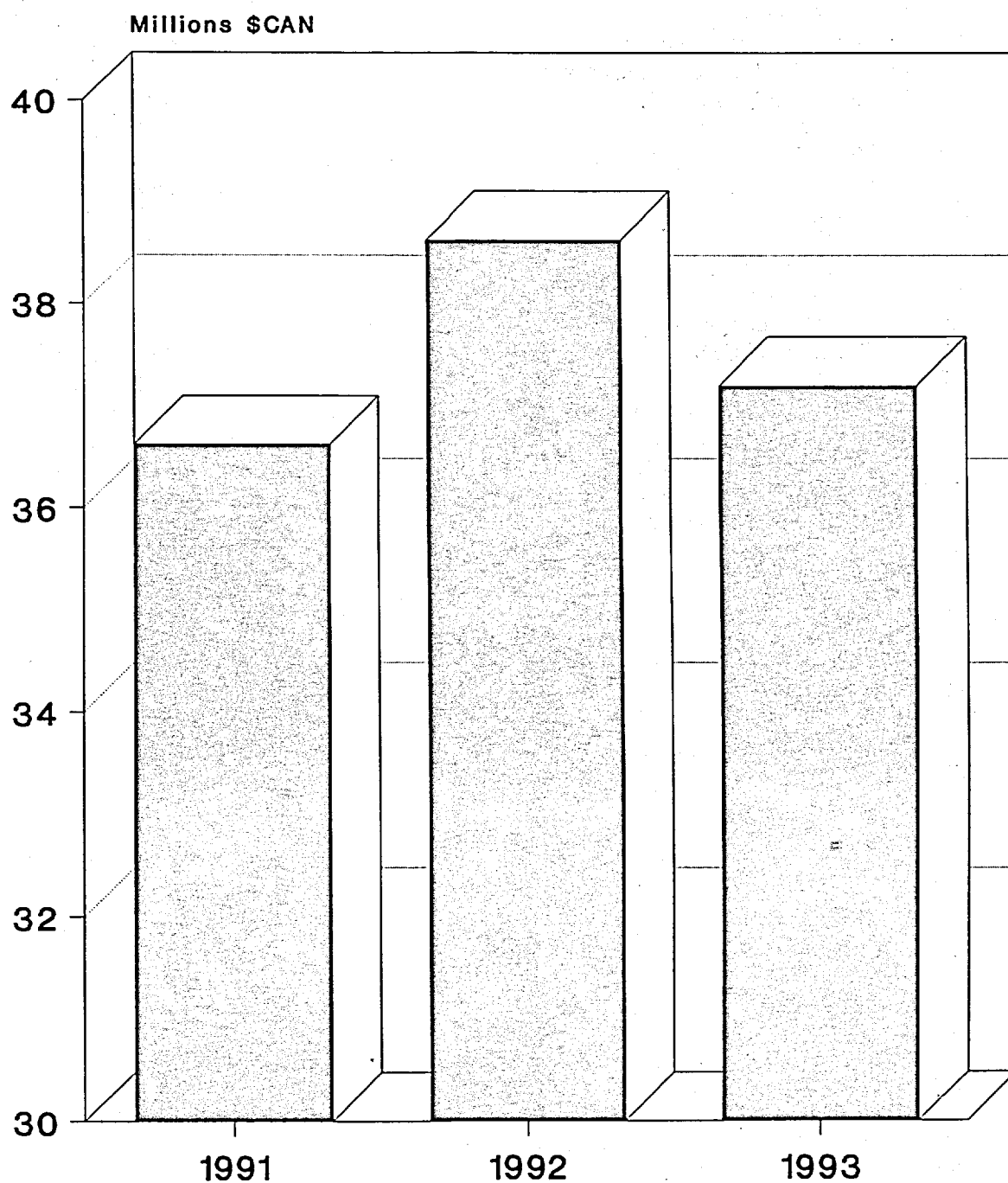
Selon l'Organisation de coopération et de développement économiques, les prises débarquées par les navires de pêche allemands dans les ports locaux et étrangers atteignaient 257 000 tonnes en 1993 (contre 265 000 tonnes en 1992), et leur valeur se chiffrait à 284 millions de marks (contre 311 millions en 1992). Ce total comprend environ 155 000 tonnes provenant des prises en haute mer, dont environ 7 000 tonnes de poisson frais et 148 000 tonnes de poisson congelé. Environ 60 % des prises de poisson frais ont été débarquées dans des ports étrangers, surtout au Royaume-Uni, mais aussi aux îles Féroé, au Danemark et en France. Certaines prises ont même été débarquées en Islande. Les prises débarquées de morue dans les îles Féroé, encore importantes en 1992, ont considérablement diminué, le prix de la morue ayant sensiblement baissé par rapport à l'année précédente et l'avantage économique que procuraient les petites distances ayant été aboli.

L'industrie allemande de la transformation est parvenue à maintenir un niveau élevé de production. Selon l'OCDE, sa production a atteint 430 000 tonnes en 1993, soit à peine 1 % de moins que l'année précédente, et la valeur départ usine de ses ventes a dépassé 2,5 milliards de marks. Les produits les plus en demande demeuraient les produits surgelés, surtout les croquettes de poisson. Leur production, qui s'élevait à 150 000 tonnes, a augmenté de 6,5 % par rapport à 1992, et leur valeur marchande s'établissait à 519 millions de marks. La production d'autres produits surgelés (dont se démarquent nettement les filets de poisson haut de gamme) a toutefois diminué.

La production de filets surgelés, à la hausse, a atteint 32 652 tonnes en 1993 (valeur marchande de 157 millions de marks). La production de poisson en conserve, également en hausse, est passée de 55 879 tonnes (dont 43 689 tonnes provenant des États de l'Ouest) à 57 839 tonnes d'une valeur de 370 millions de marks. La production de salades de poisson a baissé de 2,5 %, mais leur valeur a augmenté de 7,5 %. La transformation de produits en hareng, harenguet et saumon fumés s'est nettement accrue, tandis que la production de marinades a diminué (elle est tombée de 88 000 tonnes d'une valeur de 368 millions de marks à 79 000 tonnes d'une valeur de 329 millions).

Selon les données provisoires de l'OCDE, les importations allemandes de poisson, de crustacés et de mollusques (farine et huile de poisson exclues) ont atteint 624 000 tonnes, pour une valeur de 2,87 milliards de marks. Il s'agit d'une baisse de 9 % (en tonnage) et de 10 % (en valeur) par rapport à 1992. Les importations en provenance de pays hors CE ont grimpé de 352 000 tonnes (52 %) à 387 000 tonnes (62 %) et, en valeur, de 1,7 milliard à 1,8 milliard de marks. Les principaux fournisseurs de l'Allemagne étaient le Danemark et la Norvège, avec respectivement 20 et 9 % du total des importations allemandes de produits de la pêche.

EXPORTATIONS CANADIENNES DE PRODUITS DE LA PECHE EN ALLEMAGNE



Source: Statistique Canada

ANNEXE STATISTIQUE

EXPORTATIONS CANADIENNES EN ALLEMAGNE, 1993

SH	Description	Tonnage	Valeur (\$CAN)
	POISSONS DE FOND	754	4 643 000
0302.2120	Flétan du Pacifique, frais, entier ou paré	7	65 000
0303.3130	Flétan du Groenland, congelé, entier ou paré	65	182 000
0304.1014	Flétan du Groenland, filets, frais	15	123 000
0304.2005	Morue, filets, blocs, congelés > 4,5kg	9	68 000
0304.2021	Flétan du Groenland, filets, congelés	9	67 000
0304.2022	Sole, filets, congelés	108	1 000 000
0304.2024	Flet, filets, congelés	98	900 000
0304.2041	Morue de l' Atlantique, filets, congelés	83	565 000
0304.2049	Morue, n.d.a., filets, congelés	10	81 000
0304.2051	Sébaste, filets congelés	343	1 536 000
0304.9050	Sole, blocs, dalles, congelés	7	55 000
	POISSONS PÉLAGIQUES	10 511	12 345 000
0301.9200	Anguille, vivante	22	185 000
0303.1010	Saumon kéta, congelé, entier ou paré	152	696 000
0303.1030	Saumon quinnat, congelé, entier ou paré	9	76 000
0303.5000	Hareng, congelé, entier ou paré	2,034	1 613 000
0303.7500	Aiguillat, requin, congelé, entier ou paré	434	1 362 000
0303.7600	Anguille, congelée, entière ou parée	156	1 064 000
0304.2030	Hareng, filets, congelés	7 600	6 776 000
0305.2030	Oeufs de saumon, salés	14	383 000
0305.3010	Hareng, filets, salés	33	47 000
0305.4100	Saumon, n.d.a., fumé	1	14 000
0305.4230	Hareng saur	22	32 000
0305.6100	Hareng, salé, en saumure	21	21 000
1604.1113	Saumon quinnat en contenants hermétiques	13	73 000
1604.1400	Thon, gaspareau, préparés, préservés	1	3 000
	CRUSTACÉS ET MOLLUSQUES	869	11 742 000
0306.1210	Homard, en saumure, congelé	280	3 249 000
0306.1290	Homard, n.d.a., congelé	22	252 000
0306.1310	Crevettes (petites et grosses), non décortiquées,	23	278 000
0306.1320	congelées	6	52 000
0306.2210	Crevettes (petites et grosses), décortiquées, congelées	421	6 247 000
0307.2900	Homard, vivant	18	290 000
0307.9919	Pétoncles, congelées	5	27 000
1605.1090	Palourdes, n.d.a., congelées	<1	17 000
1605.2090	Crabe, préparé, préservé	37	371 000
1605.3011	Crevettes (petites et grosses), préparées, préservées	44	634 000
1605.3019	Homard, chair, cuite, congelée	<1	16 000
1605.3091	Homard, chair, cuite, non congelée	10	269 000
1605.3099	Homard en contenants hermétiques, n.d.a.	2	12 000
1605.9000	Homard, préparé, préservé	1	30 000
	Mollusques, n.d.a., préparées ou préservées		

ANNEXE STATISTIQUE

SH	Description	Tonnage	Valeur (\$CAN)
	POISSONS D'EAU DOUCE	375	3 023 000
0302.6936	Doré jaune, frais, entier ou paré	<1	1 000
0303.7921	Brochet, doré jaune, congelés, entiers ou parés	5	12 000
0303.7925	Corégone, congelé, entier ou paré,	25	75 000
0304.1051	Perche, filets, frais	2	42 000
0304.1052	Doré jaune, filets, frais	<1	5 000
0304.2011	Truite, filets, congelés	1	5 000
0304.2019	Salmonidae, n.d.a., filets, congelé,	1	17 000
0304.2092	Doré jaune, filets, congelés	78	749 000
0304.2093	Brochet, filets, congelés	32	179 000
0304.2094	Doré noir, filets, congelés	195	1 750 000
0304.2096	Poissons d'eau douce, n.d.a., filets, congelés	32	176 000
0304.9082	Brochet, blocs, dalles, congelés	3	11 000
	POISSON, POISSONS D'EAU SALÉE, N.D.A.	545	5 441 000
0301.9900	Poisson, n.d.a., vivant	9	24,000
0304.2099	Poissons d'eau salée, n.d.a., filets, congelés	13	102 000
0304.9091	Poissons d'eau salée, n.d.a., chair, congelée	37	242 000
0305.2090	Poisson, n.d.a., foies, oeufs, salés	476	4 918 000
0511.9100	Produits du poisson et de fruits de mer, non comestibles	<1	13 000
1212.2000	Algues	<1	16 000
1604.1910	Poisson, n.d.a., précuit, congelé, non émincé	10	68 000
1604.3000	Caviar et substituts	1	58 000
	TOTAL GÉNÉRAL	13 055	37 193 000

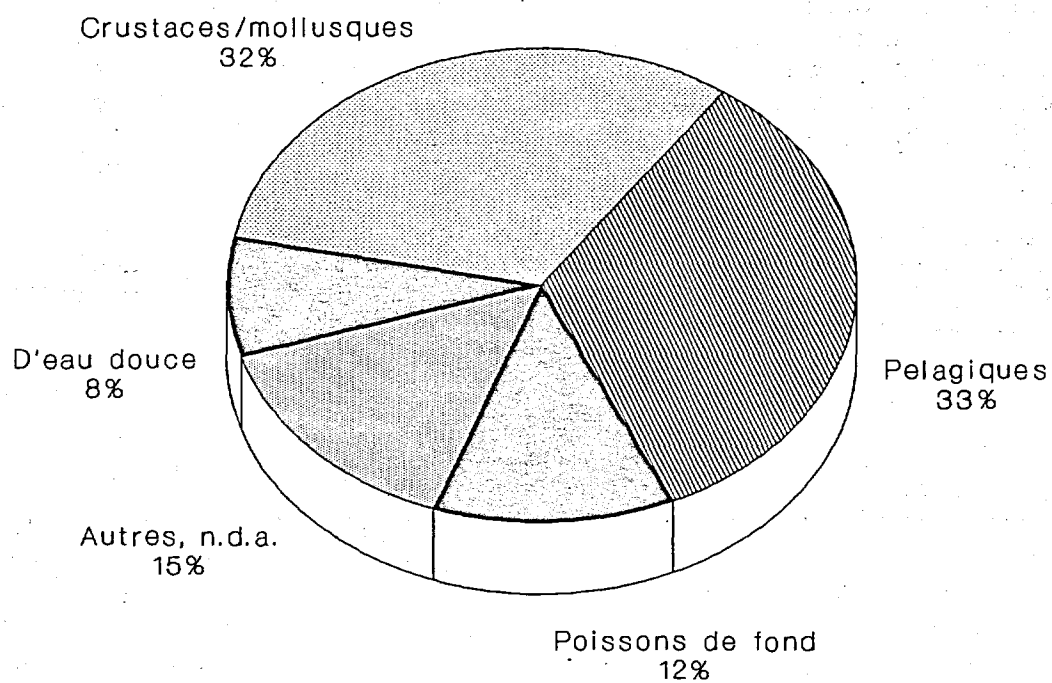
Source: Statistique Canada, Division du commerce international, 1994

INDICATEURS MACROÉCONOMIQUES DE L'ALLEMAGNE

	1990	1991	1992	1993
PNB au prix du marché (milliards DM)	2 448,0	2,654,0	2,799,0	2,820,0
Croissance réelle du PNB (prix de 1985), %	5,5	4,3	1,0	-2,4
Taux d'inflation (IPC, %)	2,7	3,5	4,0	4,2
Exportations (FAB, milliards \$ US)	408,9	402,6	430,4	365,8
Importations (FAB, milliards \$ US)	344,2	389,0	408,5	329,5
Compte courant (milliards \$ US)	46,6	-19,6	-22,0	-21,4
Taux de change moyen (DM/ \$ US)	1,6	1,7	1,6	1,7
Population (millions, fin juin)	78,8	80,3	80,7	80,9

Source: Economist Intelligence Unit, Allemagne, Country Report, 3^e trimestre 1994

EXPORTATIONS CANADIENNES DE PRODUITS DE LA PECHE EN ALLEMAGNE, 1993



Source: Statistique Canada

PERSONNES-RESSOURCES

PERSONNES-RESSOURCES CANADIENNES EN ALLEMAGNE

Ambassade canadienne
Friedrich-Wilhelm-Strasse 18,
Postfach 12 02 40,
53113 Bonn, Allemagne
Tél. : (011-49-228) 968-0
Télé. : (011-49-228) 968-3904

PERSONNES-RESSOURCES ALLEMANDES AU CANADA

Ambassade de la République fédérale d'Allemagne
275, rue Slater, 14^e étage
Ottawa (Ontario) K1P 5H9
Tél. : (613) 232-1101/2/3/4/5
Télé. : (613) 594-9330

Consulat général d'Allemagne
Suite #970,
#700-4th Avenue, S.W.
Calgary (Alberta) T2P 3J4
Tél. : (403) 269-5900
Télé. : (403) 269-5901

Consulat général d'Allemagne
1220 Manulife Place
10180-101 Street
Edmonton (Alberta) T5J 3S4
Tél. : (403) 422-6175
Télé. : (403) 425-9768

Consulat général d'Allemagne
World Trade Centre
999 Canada Place, Suite #704
Vancouver (C.-B.) V6C 3E1
Tél. : (604) 684-8377
Télé. : (604) 684-8334

Consulat général d'Allemagne
Suite 708, 1809 Barrington St.
Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 3K8
Tél. : (902) 420-1599
Télé. : (902) 422-4713

Consulat général d'Allemagne
77, chemin Admiral
Toronto (Ontario) M5R 2L4
Tél. : (416) 925-2813/4/5
Télé. : (416) 925-2818

Consulat général d'Allemagne
9832-93 A Avenue
Fort St. John (C.-B.) V1J 1S2
Tél. : (604) 785-4300
Télé. : (604) 785-5028

**Chambre canadienne allemande
de l'industrie et du commerce**
1330 Scotia Place
10060 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta) T5J 3R8
Tél. : (403) 420-6611
Télé. : (403) 420-6612

**Chambre canadienne allemande
de l'industrie et du commerce**
480, avenue University
Bureau 1410
Toronto (Ontario) M5G 1V2
Tél. : (416) 598-3355
Télé. : (416) 598-1840

**Chambre canadienne allemande
de l'industrie et du commerce**
1010, rue Sherbrooke ouest
Bureau 1604
Montréal (Québec) H3A 2R7
Tél. : (514) 844-3051
Télé. : (514) 844-1473

IMPORTATEURS, DISTRIBUTEURS ET UTILISATEURS

Exporter en Allemagne n'est pas chose simple : il faut se rendre en Europe au moins une fois l'an, se renseigner sur le marché et rencontrer les importateurs, les utilisateurs finaux, les distributeurs et les représentants. Les exportateurs doivent se créer un réseau de personnes-ressources en Allemagne et établir des relations d'affaires suivies avec plusieurs d'entre elles. Compte tenu des circonstances toujours changeantes, la liste suivante d'importateurs, distributeurs et utilisateurs ne peut être ni exhaustive, ni définitive. Les exportateurs canadiens de produits de la pêche devraient vérifier tout détail pertinent auprès de leurs relations d'affaires et observer à la lettre les règles établies par les autorités et les importateurs allemands.

A & P Warenhandl Gmbh
Im Heidewinkel 7,
21449 Radbruch, Allemagne
Tél. : 04178-331/393
Télé. : 04178-1417
Produit : homard, surgelé et en conserve

Anglo-Skandia Im-Und Export
Gasstr. 18,
22761 Hambourg, Allemagne
Tél. : 040-896081-83
Télé. : 040-8993999
Produits : morue surgelée,
aiguillat, poissons de fond
surgelés, hareng, saumon

Appel & Frenzel Gmbh
Kieshecker Weg 240
40468 Düsseldorf, Allemagne
Tél. : 0211-41590
Télé. : 0211-4159107
Produit : oeufs de saumon

B. Essmann & Company
Grosse Elbstr. 212
22767 Hambourg, Allemagne
Tél. : 040-381931
Télé. : 040-3809343
Produit : homard vivant

C. Lisner & Söhne
In der Schenke 32
59192 Bergkamen, Allemagne
Tél. : 02306-84934
Télé. : 02306-83102
Produit : oeufs de saumon

Andreas Simonsen Gmbh
Ruhrstrabe 90
22761 Hambourg, Allemagne
Tél. : 040-39-13-45
Télé. : 040-850-10-61
Produits : aiguillat, hareng

Caspian Caviar Ardabili Gmbh
Humboldstr. 35
22083 Hambourg, Allemagne
Tél. : 040-2293056
Télé. : 040-221035
Produit : oeufs de saumon

Caviar-Christensen (ABBA)
Grosse Elbstr. 160
22767 Hambourg, Allemagne
Tél. : 040-3802180
Télé. : 040-381298
Produits : anguille, saumon

Christian Goedecken Jr.
Grosse Elbstr. 210
22767 Hambourg, Allemagne
Tél. : 040-389080
Télé. : 040-38908110
Produits : homard, saumon

Crustimex
Seafood Import-Export Gmbh
Grosse Elbstr. 133
22767 Hambourg, Allemagne
Tél. : 040-3802020
Télé. : 040-38020254
Produits : morue surgelée,
poissons de fond surgelés

Deutsche See
Van den Bergh
Elbinger Platz 1
27512 Bremerhaven, Allemagne
Tél. : 0471-13235
Télé. : 0471-13293
Produit : homard vivant

Erich König
Nordbahnstr. 10
13409 Berlin, Allemagne
Tél. : 030-491100
Télé. : 030-4912000
Produit : anguille, saumon

Ernst Kratzenstein & Co.Gmbh
 Rothenbaumchaussee 58
 20148 Hambourg, Allemagne
 Tél. : 040-4411370
 Téléc. : 040-4411370
 Produit : hareng

Flamingo-Fisch Gmbh &
 Comapany KG
 Fischereihafen Halle 8
 Postfach 290165
 27531 Bremerhaven,
 Allemagne
 Tél. : 0471-79930
 Téléc. : 0471-799369
 Produit : morue surgelée

Fr. Pedersen
 Grosse Elbstr. 152
 22767 Hambourg, Allemagne
 Tél. : 040-381617
 Téléc. : 040-3892663
 Produit : homard vivant

Friedrich Wilhelm Luubbert
 Wittlingstr. 10
 27572 Bremerhaven,
 Allemagne
 Tél. : 0471-9799-0
 Téléc. : 0471-9799-191
 Produits : morue, poissons de
 fond surgelés, hareng

Gottfried Friedrichs KG
 Borselstr. 26
 22765 Hambourg, Allemagne
 Tél. : 040-398280
 Téléc. : 040-39828200
 Produits : anguille, saumon

Heinz Boettcher
 President-Herwig Str.
 27451 Cuxhaven, Allemagne
 Tél. : 04721-22004
 Téléc. : 04721-24058
 Produit : hareng

IFICO
 C.P. 290226
 27532 Bremerhaven,
 Allemagne
 Tél. : 0471-979704
 Téléc. : 0471-979705
 Produits : morue surgelée,
 poissons de fond surgelés

International Emporium
 Aussenhandels Gmbh
 Uhlandstr. 66
 22087 Hambourg, Allemagne
 Tél. : 040-258001
 Téléc. : 040-258233
 Produit : anguille

Jorgen Christensen
 Papenstr. 32
 22089 Hambourg, Allemagne
 Tél. : 040-2506004
 Téléc. : 040-2514295
 Produits : anguille, oeufs de
 saumon, homard

Karsten Hagenah
 Schnackenburgallee 8
 22525 Hambourg, Allemagne
 Tél. : 040-8501065
 Téléc. : 040-857037
 Produits : anguille, homard
 vivant, saumon

L.G. Carrion & Co.
 Zimmerstr. 6
 22085 Hambourg, Allemagne
 Tél. : 040-2202831
 Téléc. : 040-2278611
 Produit : hareng

Mövenpick Restaurantbetrieb-
 Und, Handelsgesellschaft
 Morikestr. 67
 70199 Stuttgart, Allemagne
 Tél. : 0711-64690
 Téléc. : 0711-600140
 Produits : poissons d'eau
 douce

NORDSEE
 Deutsche Hochseefischerei
 Gmbh, Postfach 101248
 Bremerhaven 27542,
 Allemagne
 Tél. : 0471-130
 Téléc. : 0471-13400
 Produits : morue surgelée,
 poissons de fond surgelés

Schreiber & Moll Gmbh & Co.
 Klosterwall 4
 20095 Hambourg, Allemagne
 Tél. : 040-331736
 Téléc. : 040-336637
 Produits : poissons

Stuhrk Delikatessen
 Import Gmbh & Co. KG
 Postfach 12 62
 25706 Marns / Holstein
 Tél. : 040-5313015
 Téléc. : 040-5319124
 Produit : oeufs de saumon

Thormahlen & Company
 Alte Landstr. 7
 22972 Grobhansdorf
 Allemagne
 Tél. : 04102-63554
 Téléc. : 04102-65876
 Produits : anguille, saumon

DIRECTIONS COMMERCIALES GÉOGRAPHIQUES DU MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL

Si vous avez besoin de conseils ou de renseignements sur une région ou un pays en particulier, les délégués commerciaux des *Directions commerciales géographiques* peuvent vous aider. Ils sont situés au 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A-0G2 [télé: (613) 996-9103]. En outre, plusieurs délégués commerciaux sont en poste à l'ambassade du Canada à Bonn.

DIRECTION DU COMMERCE, DE L'INVESTISSEMENT ET DE LA TECHNOLOGIE, EUROPE DE L'OUEST (RWT)

Téléphone : (613) 995-9401; télécopieur : (613) 995-6319

Allemagne, Autriche, Belgique, Chypre, Danemark (y compris le Groenland), Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Islande, Italie, Luxembourg, Malte, Norvège, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni, Suède, Suisse, Turquie

DIRECTION DE L'ASIE DU SUD-EST (PSE) Téléphone : (613) 996-8187; télécopieur : (613) 996-4309

Brunéi, Burma, Indonésie, Malaisie, Myanmar, Philippines, Singapour, Thaïlande

DIRECTION DU PACIFIQUE SUD (PSP) Téléphone : (613) 944-1830; télécopieur : (613) 996-4309

Australie, Pacifique Sud

DIRECTION DE L'ASIE DU SUD (PSA) Téléphone : (613) 996-0910; télécopieur : (613) 996-5897

Afghanistan, Asie du Sud, Bangladesh, Bhoutan, Inde, Népal, Pakistan, Sri Lanka

DIRECTION DE LA CHINE (PRC) Téléphone : (613) 995-7575; télécopieur : (613) 943-1068

Chine, Hong Kong, Indochine, Mongolie

DIR. DE LA CORÉE ET DE L'ASIE DE L'EST (PKE) Téléphone : (613) 995-1183; télécopieur : (613) 996-1248

Corée du Sud, Indochine, Taïwan

DIRECTION DU JAPON (PJP) Téléphone : (613) 995-1281; télécopieur : (613) 943-8286

DIR. DE L'EXPANSION DU COMMERCE EUROPE CENTRALE ET DE L'EST (RBT) Tél: 996-2858; téléc: 995-8783

Bulgarie, Hongrie, Kazakhstan, Lettonie, Mongolie, Pologne, République tchèque, Roumanie, Russie, Slovaquie, Ukraine

DIR. DU COMMERCE DANS L'AMÉRIQUE LATINE ET LES ANTILLES (LGT) Tél:(613)996-5546; téléc:(613)943-8806

Antilles françaises, Argentine, Bermudes, Brésil, Chili, Colombie, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Équateur, Guatemala, Honduras, Mexique, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Pérou, Porto Rico, République dominicaine, Uruguay, Venezuela

DIRECTION DE LA PROMOTION DU COMMERCE ET DE L'INVESTISSEMENT AVEC LES ÉTATS-UNIS (UTI)

Téléphone : (613) 994-5849; télécopieur : (613) 944-9119

Chicago, Cincinnati, Cleveland, Denver, Detroit, Los Angeles, Minneapolis, Pittsburgh, San Francisco, Seattle, St. Louis

DIRECTION DE LA PROMOTION DU COMMERCE ET DU TOURISME AVEC LES ÉTATS-UNIS (UTO)

Téléphone : (613) 944-7343; télécopieur : (613) 944-9119

Atlanta, Boston, Buffalo, Dallas, Hartford, Houston, Memphis, Miami, Nashville, New York, Washington

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN AFRIQUE ET AU MOYEN-ORIENT (GBT)

Téléphone : (613) 944-6593; télécopieur : (613) 944-7431

Afrique du Sud, Algérie, Arabie saoudite, Bahreïn, Bénin, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, Cap-Vert, Comores, Congo, Côte d'Ivoire, Djibouti, Égypte, Éthiopie, Gabon, Gambie, Ghana, Guinée équatoriale, Maurice, Israël, Jordanie, Kenya, Lesotho, Liban, Libye, Madagascar, Mali, Maroc, Mozambique, Namibie, Niger, Nigeria, Príncipe, Qatar, République centrafricaine, Seychelles, Sierra Leone, Swaziland, Tanzanie, Tchad, Tunisie, Ouganda, Zaïre, Zambie, Zimbabwe

CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, avec la collaboration d'Industrie Canada, a créé les Centres de commerce international (CCI), que l'on retrouve partout au Canada, afin de prêter assistance aux exportateurs canadiens, qu'ils en soient ou non à leur première expérience dans le domaine des échanges internationaux. Les CCI peuvent les inviter à participer à des foires ou à des missions commerciales, leur offrir une vaste gamme de services et, notamment, les conseiller en matière d'exportation, de transfert de technologie et de création de coentreprises avec des investisseurs étrangers. Le bureau Infocentre du MAECI, qui se trouve à Ottawa, peut également vous offrir des conseils utiles; on le joint sans frais en composant le 1-800-267-8376 (ou le 993-6435 pour les résidents d'Ottawa).

TERRE-NEUVE

Centre de commerce international
215 Water Street, Suite 504
P.O. Box 8950
St. John's (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-5511
Télécopieur : (709) 772-2373

NOUVEAU-BRUNSWICK

Centre de commerce international
C.P. 1210, Assumption Place
770, rue Principale
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 851-6452
Télécopieur : (506) 851-6429

MANITOBA

Centre de commerce international
P.O. Box 981
330 Portage Avenue, 8th Floor
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-8036
Télécopieur : (204) 983-2187

Î.-P.-É.

Centre de commerce international
P.O. Box 1115, Confederation Court
134 Kent Street, Suite 400
Charlottetown (Î.-P.-É.)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400
Télécopieur : (902) 566-7450

QUÉBEC

Centre de commerce international
C.P. 247, Tour de la Bourse
800, place Victoria, bureau 3800
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185
Télécopieur : (514) 283-8794

SASKATCHEWAN

Centre de commerce international
The S.H. Cohen Building
#119-4th Avenue South
4th Floor
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 5X2
Tél. : (306) 975-5315
Télécopieur : (306) 975-5334

COLOMBIE-BRITANNIQUE

Centre de commerce international
P.O. Box 11610
900-650 West Georgia Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0434
Télécopieur : (604) 666-8330

NOUVELLE-ÉCOSSE

Centre de commerce international
P.O. Box 940, Station M
1801 Hollis Street
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-4782
Télécopieur : (902) 426-2624

ONTARIO

Centre de commerce international
Immeuble Dominion, 4^e étage
1, rue Front ouest
Toronto (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-5053
Télécopieur : (416) 973-8161

ALBERTA

Edmonton
Centre de commerce international
Room 540, Canada Place
9700 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta)
T5J 4C3
Tél. : (403) 495-2944
Télécopieur : (403) 495-4507

Calgary

Centre de commerce international
Suite 1100, 510-5th Street S.W.
Calgary (Alberta)
T2P 3S2
Tél. : (403) 292-6660
Télécopieur : (403) 292-4578

BIBLIOGRAPHIE

- Bureau fédéral d'information sur le commerce extérieur, Federal Republic of Germany : Doing Business in the Five New German Laender**, 1^{ère} édition, Cologne.
- Bureau fédéral d'information sur le commerce extérieur, How to Approach the German Market : Information for Exporters from Abroad**, 5^e édition, Cologne.
- Economist Intelligence Unit, Germany : Country Profile**, 1993-1994.
- Economist Intelligence Unit, Germany : Country Report**, 3^e trimestre 1994.
- FAO, GLOBEFISH : Market for Fish-Based Ready Meals, Germany**, programme de recherche GLOBEFISH, volume 23, septembre 1993.
- FAO, GLOBEFISH : Market for Canned Fish in Europe**, programme de recherche GLOBEFISH, volume 27, avril 1994.
- Fonds monétaire international, Direction of Trade Statistics**, 1994.
- Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, « Faire affaire en Allemagne »**, *CanadExport*, volume 12, n° 16, Ottawa, 3 octobre 1994.
- Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Promotion des exportations : Priorités, 1994-1995**, Ottawa, 1994.
- Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Sommaire sectoriel 1994-1995 : Pêches, produits de la mer et services connexes**, 1994.
- Price Waterhouse, Doing Business in Germany**, guide d'information, 1994.
- Statistique Canada, Exportations canadiennes de poisson, 1993-1992**, Division du commerce international, 1994.
- Statistique Canada, Exportations : commerce des marchandises**, n° de catalogue 65-202, 1993.
- The Financial Post, Germany : Special Report**, 18 juin 1994, pp. 15 à 22.
- U.S. Department of Commerce, Foreign Economic Trends and Their Implications for the United States : Germany**, International Trade Administration.
- U.S. Department of Commerce, Marketing in Germany**, International Trade Administration.
- World Fishing, German Fish Consumption up in 1993**, février 1994.