



Agroalimentaire

Rapport sur le passé, le présent et l'avenir

Allemagne

Juillet 2006



Canada

Le gouvernement du Canada a préparé ce rapport en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Les lecteurs devraient noter que le gouvernement du Canada ne garantit pas l'exactitude des renseignements contenus dans le présent rapport et qu'il n'approuve pas nécessairement les organisations qui y sont répertoriées. Il leur est donc conseillé de vérifier indépendamment l'exactitude et la fiabilité de l'information. Ce rapport vise à présenter un aperçu concis du marché aux parties intéressées par son potentiel. Il ne s'agit en aucun cas d'une analyse approfondie dont pourraient avoir besoin les exportateurs. Même si tout a été fait pour s'assurer de l'exactitude de l'information, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité quant à sa précision et sa fiabilité ou quant aux décisions qui seraient prises au vu de ladite information.

Veillez adresser tout commentaire ou suggestion sur le présent rapport à :

Ben Berry - berryb@agr.gc.ca

Allemagne

Rapport sur le passé, le présent et l'avenir Juillet 2006

Aperçu

L'Allemagne est une des cinq premières économies mondiales et la première économie européenne. Elle a, avec la France, une incidence considérable sur la performance économique de toute l'Union européenne (UE). Malheureusement, sa propre performance économique est loin d'être remarquable depuis quelque temps, avec des problèmes de déficit et de fort chômage qui nuisent à la confiance des consommateurs et à la croissance globale.

Malgré la performance nationale, les multinationales allemandes accentuent leur influence à l'étranger. L'Allemagne, premier exportateur mondial, est connue pour ses industries de pointe, principalement dans la fabrication.

L'Allemagne est un marché d'environ 85 millions de consommateurs dans une large mesure aisés. Le pays dépend de l'importation d'aliments et, si les partenaires de l'UE représentent la source la plus évidente, il y a toujours des débouchés pour des produits novateurs sûrs dans le grand secteur de la transformation ou auprès des consommateurs en général.

La disparité économique entre ce qui était autrefois Allemagne de l'Est et de l'Ouest continue de soucier. Les inégalités industrielles entre les régions occidentales et orientales abondent. Le revenu par habitant, le revenu disponible, les taux d'emploi et les possibilités d'emploi penchent nettement en faveur de l'Ouest, qui est généralement plus équilibré que l'Est sur le plan économique et industriel. Malheureusement, les coûts élevés associés à la réunification continuent de contribuer à la stagnation de la croissance économique nationale.

Relations Canada - Allemagne

Le Canada et l'Allemagne entretiennent d'excellentes relations bilatérales, avec peu d'obstacles au commerce, comme en témoigne l'importance de leurs échanges commerciaux. L'Allemagne est le sixième partenaire commercial du Canada. En 2005, les échanges bilatéraux entre les deux pays s'élevaient à 13,5 milliards de dollars, l'Allemagne affichant une balance commerciale excédentaire de 7,1 milliards.

Au cours de la dernière décennie, les échanges bilatéraux entre l'Allemagne et le Canada ont beaucoup augmenté. Entre 1990 et 2005, les exportations canadiennes à destination de l'Allemagne sont passées de 3,83 à 10,3 milliards de dollars, tandis que les exportations allemandes à destination du Canada passaient de 2,2 à 3,2 milliards de dollars en croissance de la valeur.

Le Canada est un lieu d'investissement commercial intéressant pour les multinationales allemandes. En 2005, l'investissement direct étranger allemand au Canada se chiffrait à plus de 9,4 milliards de dollars, par rapport à 6,8 milliards en 2002.

En mai 2005, le Canada a signé avec l'Allemagne une déclaration d'intention visant à prendre des initiatives encore plus dynamiques en matière de commerce et d'investissement moyennant des pratiques exemplaires, des visites, des missions, des ateliers et des études d'investissement. Les deux pays sont membres de l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN), de l'Organisation des Nations Unies (ONU), du Groupe des Huit (G8) et de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).

Échanges bilatéraux Canada-Allemagne (2005)		
Commerce Allemagne	total	816,5 milliards \$
Exportations		435,8 milliards \$
Importations		380,7 milliards \$
Balance commerciale		55,1 milliards \$
Échanges Allemagne	Canada-	13,5 milliards \$
Exportations		3,2 milliards \$
Importation		10,3 milliards \$
Balance commerciale		(7,1 milliards \$)
Échanges agricoles Canada-Allemagne		396,5 millions \$
Exportations		141,8 millions \$
Importations		254,7 millions \$
Balance commerciale		(112,9 millions \$)

- L'Allemagne est le sixième partenaire commercial du Canada.
- Les échanges bilatéraux entre le Canada et l'Allemagne s'élevaient à 13,6 milliards de dollars en 2005.
- Voici quelles étaient, en 2005, les principales exportations canadiennes vers l'Allemagne : chaudières, machines et pièces de réacteur nucléaire (18 %); minerais, scories et cendres (14 %); combustible minéral, pétrole, bitume et paraffine naturelle (8 %); machines et équipement électriques plus

- pièces (7,5 %); pâte de bois, papier et carton (7 %).
- Voici quelles étaient, en 2005, les principales exportations allemandes vers le Canada : chaudières, machines et pièces de réacteur nucléaire (28 %); véhicules et pièces (25,5 %); machines et équipement électriques plus pièces (6 %); produits pharmaceutiques (5,8 %); instruments optiques, photographiques, médicaux ou chirurgicaux (5,5 %).
- La balance commerciale allemande est généralement excédentaire dans les échanges bilatéraux.

Commerce agricole

Les 82 millions d'habitants que compte l'Allemagne constituent le principal marché de l'alimentation et des boissons de l'Union européenne. Malgré une attention renouvelée accordée au secteur agricole depuis cinq ans, le pays reste le premier importateur d'aliments du monde. L'Union européenne est son principal partenaire en matière de commerce agricole, plus de 70% de ses importations alimentaires venant d'autres pays de l'UE, où il n'y a pas d'obstacles au commerce, et la proximité a son prix. Les Pays-Bas, la France et l'Italie figurent parmi les principaux partenaires de l'Allemagne dans l'UE pour ce qui est du commerce agricole. Les aliments tout préparés et les produits transformés sont achetés principalement à des partenaires de l'UE. Le commerce agricole allemand tire pleinement parti des avantages de la proximité et de règlements correspondants découlant de l'appartenance à l'UE.

Le commerce agricole entre le Canada et l'Allemagne est généralement très stable. Depuis quatre ans, l'Allemagne se classe au quatrième rang des marchés d'exportation du Canada dans l'UE et au cinquième rang de ses sources

d'importations. En 2005, les échanges agricoles bilatéraux ont atteint 396,5 millions de dollars, le Canada important pour 254,7 millions de produits agricoles allemands et l'Allemagne important pour 141,8 millions de produits agricoles canadiens. La balance commerciale agricole allemande est généralement excédentaire.

En raison de modes de vie très actifs et d'une envie de manger des aliments plus sains, les aliments tout préparés et les aliments biologiques deviennent de plus en plus populaires. L'industrie allemande des aliments biologiques est la première d'Europe. Cependant, le marché intérieur satisfait la majorité de la demande. Les aliments tout préparés sont, dans l'ensemble, importés d'autres pays de l'UE, mais un marché des aliments tout préparés américanisés se développe, notamment dans la population plus jeune.

L'Allemagne est considérée comme un « marché établi » en raison de son développement avancé. Les exportateurs sont donc encouragés à chercher des importateurs établis distribuant des produits uniques, à l'étiquetage original, car ce sont ces produits qui ont le plus de succès sur le marché de la consommation. Des produits comme les produits du sirop d'érable, les aliments pour animaux de compagnie, les jus de fruits et de légumes, les fruits et les noix comestibles ainsi que les produits biologiques, entre autres, intéresseront le plus les importateurs et les consommateurs allemands.

Le marché des aliments biologiques est prometteur pour les exportateurs canadiens. L'Allemagne a le plus grand marché d'aliments biologiques de l'UE, et il prend beaucoup d'expansion. Le marché des aliments biologiques est relativement nouveau, et les consommateurs ne sont pas encore attachés à certaines marques. Même si la majorité de ce marché satisfait la demande des consommateurs, la croissance qu'on lui prédit est de bon augure pour les exportateurs canadiens d'aliments biologiques.

Les cinq principales exportations agricoles canadiennes vers l'Allemagne (2005)	
Tabac	17,2 millions \$
Fruits et noix comestibles	17 millions \$
Huile de colza	13,3 millions \$
Œufs	9,6 millions \$
Sucre et sirop d'érable	8,9 millions \$

- En 2005, les principales exportations agricoles allemandes vers le Canada comprenaient du tabac (17,2 millions de dollars, soit 12 % des exportations agricoles), des fruits et des noix comestibles (17 millions de dollars, soit 12 % des exportations agricoles) et de l'huile de colza (13,3 millions de dollars, soit 9,3 % des exportations agricoles).

Résumé statistique complet à :
http://www.ats.agr.gc.ca/stats/germany_e.pdf

- Signe très positif pour le Canada, les produits de consommation et les produits de niveau intermédiaire dominent les exportations vers l'Allemagne.
- En 2005, les exportations de produits de consommation vers l'Allemagne se chiffraient en tout à 57 millions de dollars, et elles comprenaient des fruits et des noix comestibles (17 millions), des œufs (9,7 millions), du sucre et du sirop d'érable (8,9 millions), des aliments pour chiens et chats pour la vente

- au détail (2,6 millions), et de la viande de bœuf découpée et désossée, fraîche ou réfrigérée (2,4 millions).
- Le marché des aliments prêts à consommer se révèle prometteur pour les exportateurs de produits agricoles canadiens. Avec l'évolution des modes de vie, on consomme comme jamais auparavant des aliments tout préparés et, donc, les ventes et la demande augmentent, notamment en ce qui concerne les aliments tout préparés « américanisés », dont les plus jeunes sont friands. La consommation de ce type d'aliments dans ce segment de population a doublé depuis le début des années 1990.
 - En 2005, les exportations intermédiaires vers l'Allemagne se chiffraient en tout à 56,4 millions de dollars, et elles comprenaient de l'huile de colza (13,3 millions), des lentilles sèches et décortiquées (7,2 millions) et divers cuirs et fourrures (12,5 millions).
 - En 2005, les exportations en vrac vers l'Allemagne se chiffraient en tout à 28,4 millions de dollars, et elles comprenaient du tabac (17,1 millions), des graines de moutarde (4,1 millions), du blé dur (4 millions), des graines à canaris (770 000 \$), et des graines de lin (690 000 \$).
 - En 2005, les principales importations de produits agricoles allemands au Canada comprenaient des colles caséines (55,8 millions de dollars, soit 21,9 % des importations agricoles, de la bière maltée (24,7 millions de dollars, soit 9,7 % des importations agricoles), du chocolat et d'autres préparations alimentaires (21,4 millions de dollars, soit 8,4 % des importations agricoles).
 - Les importations en vrac en provenance d'Allemagne se chiffraient en tout à 5,3 millions de dollars, et elles comprenaient des déchets de coton (3,4 millions), du café (1,26 million), et des rubans de peigné et autre laine peignée (210 000 \$).
 - Les importations intermédiaires atteignaient en tout 94,4 millions de dollars, et elles comprenaient des colles caséines (55,8 millions), des matières pectiques (6,6 millions), de la gélatine et des dérivés de la gélatine (4,6 millions), des chevaux, des ânes et des bardots destinés à l'abattage (4,4 millions), des préparations d'aliments pour animaux (3,3 millions).
 - Les importations de produits de consommation atteignaient en tout 155 millions de dollars, et elles comprenaient de la bière maltée (24,6 millions), du chocolat et d'autres préparations (21,2 millions), des vins (16,7 millions), des hosties (15,5 millions) et de la confiserie, y compris du chocolat blanc (11,6 millions).

Économie

L'Allemagne compte parmi les cinq premières économies mondiales et, en 2005, elle était premier exportateur mondial. Malgré cette stature internationale, l'Allemagne est aux prises avec des tendances économiques difficiles depuis le début des années 1990. À eux deux, le secteur manufacturier et le secteur des services constituent près de 100 % de l'économie allemande, l'agriculture n'en représentant que 1,1 % globalement. L'Allemagne, qui est considérée comme une puissance technologique, fabrique quelques-uns des produits les plus respectés dans le monde. Le fer, l'acier, le charbon, le ciment, les produits chimiques, les machines et les véhicules comptent parmi ses grandes industries.

En 2005, le taux de croissance du PIB allemand restait inférieur à 1 % (0,9 %). Les prévisions annoncent 1,8 % de croissance économique en 2006, mais tout espoir

d'autre amélioration est tempéré par le fait que le marché de la consommation, déjà fragile, sera confronté en 2007 à un relèvement de 3 % de la taxe à la valeur ajoutée (TVA). Cette hausse a obligé à revoir les prévisions antérieures et le taux de croissance pour 2007, qui ont été ramenés à 1,2 %. Même avec une croissance quasi stagnante, l'économie allemande représente encore 21 % du PIB de l'UE et un tiers du PIB de la zone euro. De plus, l'Allemagne a un des plus faibles taux d'inflation de toute l'UE.

Malgré sa position régionale et internationale de grande économie mondiale, chez elle, l'Allemagne se débat avec des taux de chômage élevés, de lourds déficits et des disparités régionales. La réunification allemande, même si elle remonte à dix ans, continue de contribuer à la stagnation économique du pays. Elle lui a coûté très cher et les effets économiques continuent de s'en faire ressentir aujourd'hui.

Malgré un des meilleurs niveaux de vie du monde, l'Allemagne est confrontée à de forts taux de chômage. À l'heure actuelle, il est de 11,6 %. De plus, l'Allemagne a dépassé la limite de 3 % de déficit budgétaire fixée par le Pacte de stabilité et de croissance de l'UE. En 2006, le déficit budgétaire devrait encore se creuser et passer à 3,3 %. En dépit du coup porté à la confiance des consommateurs, l'augmentation de 3 % de la TVA en 2007 fera baisser le déficit budgétaire.

D'autres réformes économiques, comme le report de l'âge de la retraite à 67 ans, ainsi que diverses réformes du régime fiscal et du système de santé devraient faire encore baisser le déficit. Avec le vieillissement rapide de la population et des taux de chômage toujours élevés, on s'interroge à raison sur la viabilité du système social du pays à long terme.

Produit intérieur brut (2005)	
PIB	2,8 billions \$US
Croissance du PIB	1,8 % (2006) 1,2 % (2007e)
PIB par habitant	34 400 \$US

Actuellement

- Le PIB allemand s'élève à 2,8 billions de dollars américains, soit plus de deux fois le PIB du Canada.
- À 34 000 dollars américains, le PIB par habitant de l'Allemagne et du Canada sont comparables.
- L'Allemagne est aujourd'hui confrontée à un taux de chômage élevé (11,6 %), même si les conditions de vie sont assez bonnes.
- Dernièrement, on attire l'attention sur les faibles taux d'inflation du pays pour aider à faire remonter la confiance des consommateurs.

Prévisions

- Le PIB allemand devrait enregistrer une croissance de 1,8 % en 2006, puis de 1,2 % en 2007.
- Un relèvement important de la taxe à la valeur ajoutée (TVA) en 2007 devrait avoir une incidence négative sur la croissance économique la même année.

- Le redressement économique de l'Allemagne, qui se remet de la réunification, continuera.

Marché de la consommation

Les 82 millions d'habitants que compte l'Allemagne constituent le principal marché de l'alimentation et des boissons de l'Union européenne. Malgré une attention renouvelée au secteur agricole depuis cinq ans, le pays reste le premier importateur d'aliments du monde.

Il existe des similitudes démographiques et de modes de vie dans l'ensemble du pays, mais aussi une différence de revenu importante entre les habitants de l'ancienne République démocratique allemande, à l'est, et de la vieille République fédérale d'Allemagne, à l'ouest. Hambourg, Munich et Cologne figurent parmi les principaux marchés à l'ouest, tandis que Berlin, Leipzig et Dresde comptent parmi les premiers à l'est.

L'Allemagne est considérée comme un « marché établi » en raison de son développement avancé. Les exportateurs sont donc encouragés à chercher des importateurs établis distribuant des produits uniques, à l'étiquetage original, car ce sont ces produits qui ont le plus de succès sur le marché de consommation. Des produits comme les produits du sirop d'érable, les aliments pour animaux de compagnie, les jus de fruits et de légumes, les fruits et les noix comestibles ainsi que les produits biologiques, entre autres, intéresseront le plus les importateurs et les consommateurs allemands.

Les habitudes alimentaires et de dépenses évoluent, et les consommateurs se tournent vers des plats cuisinés et passent à des dépenses de « supermarché » modestes. Au lieu de manger un petit-déjeuner copieux, de plus en plus d'Allemands se nourrissent en allant au travail. Des modes de vie plus actifs ne permettent pas de s'asseoir pour déjeuner le matin. En fait, même les ventes de céréales pour le petit-déjeuner et de confitures et marmelades baissent. Des journées de travail occupées ne permettent pas non plus de préparer les repas du soir. Résultat, on consomme souvent des aliments préparés pour ce repas et on cuisine le week-end ou pour le plaisir.

Malgré une tendance à manger à l'extérieur, les consommateurs allemands ne fréquentent pas les restaurants en masse. Nombre d'entre eux continuent à faire attention aux prix et ils achèteront leurs aliments tout prêts dans de grand supermarchés ou des restaurants-minute plutôt que dans des restaurants et des cafés qu'ils jugent plus chers.

La plupart des aliments tout prêts sont importés d'autres pays de l'UE, mais un pourcentage croissant de la population montre une préférence pour les aliments tout prêts de type américain. Les aliments tout prêts et prêts à manger américanisés sont généralement consommés par une population plus jeune, tandis que les enfants dépensent une grande partie de leur argent de poche en aliments tout prêts américanisés.

Malgré une évolution vers les aliments tout prêts, les dépenses alimentaires allemandes sont parmi les plus faibles en pourcentage de l'UE. L'achat d'aliments et

de boissons représente environ 15 % du revenu des consommateurs, et les ménages allemands dépensent entre 300 et 325 euros par mois en aliments et boissons.

Le souci croissant de la santé change globalement l'alimentation allemande. Les taux d'obésité en hausse, les scandales touchant à la sécurité alimentaire ainsi que des modes de vie plus actifs changent la consommation. Ainsi, le consommateur mange moins de bœuf et plus de produits du porc et de la volaille. Ces viandes sont considérées comme plus saines et plus « modernes ». Par ailleurs, les Allemands apprécient beaucoup les légumes pour leurs propriétés salutaires, et leur consommation est en augmentation.

Les Allemands sont généralement très nationalistes dans leurs décisions d'achat, notamment pour ce qui est des aliments. Cela tient principalement à des préoccupations de qualité et de sécurité, mais aussi à la volonté de soutenir la production nationale. Cela vaut tout particulièrement pour les aliments biologiques, qui sont considérés non seulement comme plus sûrs et plus sains, mais aussi comme un moyen d'aider les agriculteurs allemands. L'industrie allemande des aliments biologiques est la plus importante d'Europe. Le marché intérieur satisfait la majorité de la demande, mais la croissance prévue dans ce secteur pourrait être de bon augure pour les exportateurs canadiens d'aliments biologiques.

Données démographiques

- La population allemande augmente de moins de 1 % par an.
- L'âge médian est de 42 ans. Près de 45 % de la population est âgée de 45 ans ou plus. D'ici 2030, la moitié de la population sera âgée de 50 ans ou plus.
- La population allemande comprend 7 millions d'immigrants reçus.
- Une situation de l'emploi plus favorable en Allemagne de l'Ouest donne aux habitants de cette région du pays un pouvoir d'achat plus grand.
- À l'Ouest, près de 60 % des femmes travaillent, tandis qu'à l'Est, elles sont près de 75 % dans la population active.
- Environ 15 millions de personnes vivent en Allemagne de l'Est.
- Près de la moitié des ménages de célibataires se composent de personnes de moins de 45 ans.

Tendances générales de la consommation

- Les consommateurs allemands jeunes et à l'aise financièrement se montrent généralement plus curieux que leurs aînés. Ces consommateurs sont plus disposés à essayer de nouveaux types de produits alimentaires.
- Le secteur des boissons est un domaine où les consommateurs allemands essaient des produits nouveaux et différents, en particulier les jus de fruit, qui sont recherchés pour leurs propriétés nutritives.
- Les Allemands recherchent des produits sains, nutritifs et pleins de saveur, cultivés et transformés selon des méthodes sûres. Depuis quelque temps, les consommateurs cherchent aussi à s'assurer que la production de leurs aliments ne nuit pas beaucoup à l'environnement.
- Il est important pour les consommateurs de savoir que leurs aliments sont nutritifs, mais ils sont davantage préoccupés par la sécurité et la contamination des aliments.

- L'accent est beaucoup mis sur la consommation de produits biologiques. L'Allemagne est le plus gros marché biologique d'Europe, mais la production locale y satisfait pratiquement à la demande.
- Les consommateurs allemands se tournent vers des aliments faciles à préparer, mais sans vouloir sacrifier le goût et la qualité à la commodité.
- Les Allemands remplacent plus souvent les repas cuisinés maison par des collations et des aliments que l'on peut consommer sur le pouce. Il est courant que l'on saute un ou deux repas par jour pour les remplacer par des aliments à grignoter.
- Près de 30 % des dépenses alimentaires se font dans des points de vente au détail à marge réduite, et 30 % encore dans d'autres points de vente au détail, comme les supermarchés, les supercentres, les kiosques, les stations-service et les dépanneurs. Ce sont les ventes des détaillants à marge réduite qui augmentent le plus vite.

Production biologique

- Les Allemands consomment plus d'aliments biologiques que quiconque en Europe.
- En 2003, le marché des aliments biologiques se chiffrait à 5,1 milliards de dollars américains.
- La croissance de ce marché devrait continuer d'être la plus forte en Europe.

Concurrents

- Les partenaires européens de l'Allemagne sont les principaux concurrents du Canada sur le marché allemand de l'alimentation. Plus de 70 % des importations alimentaires viennent d'autres pays de l'UE où il n'existe pas d'obstacles au commerce, et la proximité à son prix.
- Les Pays-Bas, la France et l'Italie figurent parmi les principaux partenaires européens de l'Allemagne pour ce qui est du commerce agricole.
- La concurrence des États-Unis n'est pas importante, car les Allemands estiment que les aliments canadiens sont plus sûrs, ce qui est une préoccupation majeure dans l'approvisionnement alimentaire.
- La compétitivité par les prix est très vive sur le marché allemand des aliments, et les exportateurs doivent trouver un prix concurrentiel pour leur produit.
- Les Allemands peuvent se montrer très nationalistes dans leurs achats alimentaires, notamment en ce qui concerne les aliments produits par de petites exploitations agricoles (c.-à-d. les fruits, les légumes et les viandes), et ils achèteront donc des produits locaux pour soutenir leurs agriculteurs et leurs collectivités rurales.

Accès

L'Allemagne est membre de l'Union européenne et les tarifs et obstacles au commerce y sont donc ceux prévus par la politique européenne. Les accords de commerce extérieur sont généralement négociés avec le Canada par l'intermédiaire de l'UE. Le commerce bilatéral repose sur l'Accord de coopération commerciale et économique de 1976. Les Canadiens qui souhaitent exporter des biens vers l'Allemagne sont encouragés à contacter l'ambassade du Canada en Allemagne pour plus de détails sur les marchés allemands et sur les politiques commerciales de l'UE.

La Division commerciale de l'ambassade du Canada à Berlin est une excellente source d'information pour les Canadiens qui souhaitent travailler avec des importateurs allemands. Elle propose six services de base : aperçu du potentiel de marché, recherche de contacts clés, renseignements pour les visites, information sur les entreprises locales, rencontre personnelle et dépannage, et elle traite toutes les demandes en toute confidentialité. Voici l'adresse électronique à laquelle la contacter : www.dfait-maeci.gc.ca/canada-europa/germany/embassy09-fr.asp.

Les exportateurs canadiens sont également encouragés à s'inscrire auprès du **Service du délégué commercial virtuel**, afin d'avoir facilement accès aux ambassades et missions du Canada à l'étranger. Ils sont aussi encouragés à utiliser les services d'Exportation et développement Canada (EDC) et du ministère des Affaires étrangères, qui leur offrent tous deux des renseignements sur le commerce ainsi que des services financiers et de gestion des risques.

- Le Canada et l'Allemagne sont tous deux membres de l'Accord visant à renforcer le commerce et l'investissement entre le Canada et l'Union européenne (ARCI). Les pays membres de l'UE et le Canada ont conclu cet accord afin de faciliter les flux d'importation et d'exportation.
- L'Allemagne est membre de l'UE, de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), de l'OCDE, de l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) et de l'OTAN, autrement dit, toutes les restrictions régissant ces organisations/alliances s'appliquent à l'Allemagne en ce qui concerne les importations et les exportations.
- Les droits à l'importation dans les pays de l'UE sont assujettis aux tarifs à l'importation respectifs, auxquels s'ajoute une taxe à la valeur ajoutée (TVA) qui varie d'un pays de l'UE à l'autre. À l'heure actuelle, la TVA allemande est de 7 % sur les produits agricoles, mais elle augmentera en 2007.
- Les produits d'origine animale qui entrent dans l'UE doivent provenir d'établissements préalablement approuvés. Il s'agit, entre autres, des poissons et fruits de mer, de la viande et des produits laitiers.
- Certains produits alimentaires, colorants, produits d'origine animale, végétaux, graines de semence et alcools sont interdits d'importation dans les pays de l'UE. Il est conseillé de contacter l'importateur allemand avant d'expédier un produit pour confirmer que l'importation en est autorisée.
- La convention fiscale signée entre le Canada et l'Allemagne en 2001 aide à promouvoir l'investissement bilatéral.
- Les foires commerciales jouent un rôle essentiel dans la promotion des produits auprès des importateurs allemands.

Conseils pour les voyages d'affaires

- L'allemand est la langue officielle de l'Allemagne.
- L'infrastructure juridique de l'Allemagne ne présente pas d'obstacle pour les voyageurs canadiens et la plupart des visiteurs canadiens ne rencontrent aucun problème quand ils se rendent en Allemagne ou en reviennent.
- L'euro est la monnaie allemande.
- Un passeport canadien valide pour la durée du séjour est exigé.
- Un visa d'affaires n'est pas nécessaire pour les visites de moins de 90 jours. Pour les séjours de plus longue durée, les voyageurs doivent se rendre avant de partir au consulat d'Allemagne local pour remplir les formalités voulues.

- L'Allemagne est très peuplée, en particulier dans les centres industriels, et les personnes qui voyagent pour affaires sont encouragées à prévoir une marge de temps suffisante pour être certains d'arriver à l'heure.

Secteur de l'agriculture et politiques agricoles

La production agricole représente 1,1 % de la production industrielle allemande. Cependant, environ 1 million d'Allemands sont employés dans l'agriculture à plein temps ou à temps partiel. À l'heure actuelle, le secteur agricole allemand est régi par la Politique agricole commune (PAC), en vertu de laquelle les agriculteurs reçoivent des paiements correspondant à leur type de cultures. Les réformes de la PAC mises en œuvre actuellement se traduiront par la dissociation du barème d'ici 2007. Les agriculteurs y gagneront en souplesse dans leurs exploitations et ils en seront plus axés sur le marché dans leurs pratiques.

La production agricole allemande, qui est variée, comprend du lait, du porc, du bœuf, des céréales, des tubercules, des fruits, des légumes et du vin. Malgré une base agricole nationale variée, la taille du secteur oblige à importer beaucoup d'aliments. Les politiques nationales allemandes en ce qui concerne les aliments visent à assurer un approvisionnement en aliments sains, à des prix raisonnables, ce qu'elles réussissent à faire, comme en témoigne le faible pourcentage de dépenses alimentaires de la population allemande.

Des aliments sains et sûrs constituent une grande priorité pour le gouvernement allemand, et les politiques et dispositions légales sont constamment mises à jour au fil des progrès scientifiques. Les exploitants allemands sont aussi vivement encouragés à employer des pratiques agricoles écologiques. L'agriculture est considérée comme bénéfique pour le climat et les ressources naturelles, et on estime qu'elle offre des solutions intéressantes en matière d'emploi dans les zones rurales. Les mesures importantes sont appliquées pour que l'on utilise moins d'engrais et de pesticides/herbicides dans la production agricole. Ces nouvelles pratiques se révèlent particulièrement profitables dans le secteur des aliments biologiques. L'Allemagne a le plus gros marché d'aliments biologiques d'Europe.

Général

- L'agriculture représente 1,1 % de l'industrie en Allemagne et elle emploie 1 million d'Allemands.
- Des aliments sains et sûrs, à prix raisonnables, constituent une grande priorité pour le gouvernement allemand.
- Les pratiques agricoles écologiques sont encouragées et elles s'accompagnent de subventions.

Renseignements

Ambassade du Canada à Berlin

Internationales Handelszentrum
Friedrichstrasse 95, 12^e étage
10117 Berlin
Allemagne
Téléphone : 49-30-20312-0

Télécopieur : 49-30-20312-115
Courriel : brlin-td@dfait-maeci.gc.ca
Internet : www.canada.de

Consulat général du Canada

Ballindamm 35
20095 Hambourg
Allemagne
Téléphone : 011-49-40-4600-270
Télécopieur : 011-49-40-4600-2720
Courriel : hmburg@dafit-maeci.gc.ca
Internet : www.dfait-maeci.gc.ca/~bonn

Fédération nationale des grossistes allemands et Association du commerce extérieur

C.P. 13 49
53003 Bonn
Kaiser-Friedrich-Straße 13, 53113 Bonn
Allemagne
Téléphone : 49-2-28-2600-40
Télécopieur : 49-2-28-6004-05

Bureau fédéral des exportations

C.P. 51 71, D-65726 Eschborn
Frankfurter Straße 29-31
65670 Eschborn
Allemagne
Téléphone : 49-61-96-4040
Télécopieur : 49-61-96-9422-60

Darmstadt – Chambre du commerce et de l'industrie

Rheinstr. 89
64295 Darmstadt
Allemagne
Personne-ressource : Helmut Schoenleber
Téléphone : 011-49-6151-871-266
Télécopieur : 011-49-6151-871-281

Bureau fédéral de l'information sur le commerce extérieur

Agrippastrasse 8793
50676 Cologne
Allemagne
Téléphone : 49-30-2242-0
Télécopieur : 49-30-2242-326

Sources

Agriculture et Agroalimentaire Canada – Service d'exportation agroalimentaire : Profil des consommateurs de produits agroalimentaires - Allemagne (avril 2006)
http://www.ats.agr.gc.ca/europe/4130_f.htm

Agriculture et Agroalimentaire Canada : Coup d'œil sur l'Allemagne
http://www.ats.agr.gc.ca/stats/germany_e.pdf

CanadaEuropa – Pays en Europa : Allemagne
http://www.dfait-maeci.gc.ca/canada-europa/mundi/country_ger-fr.asp

CanadaEuropa : Union européenne
<http://www.dfait-maeci.gc.ca/canada-europa/eu/menu-fr.asp>

CIA – The World Factbook – Germany
<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/gm.html>

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international : Conseils aux voyageurs - Allemagne
<http://www.voyage.gc.ca/dest/reportPF-fr.asp?country=100000>

Economist.com – Country Briefings: Germany
<http://www.economist.com/countries/Germany/>

Euromonitor Global Market Information Database
<https://www.euromonitor.com/>

Federal Ministry of Food, Agriculture and Consumer Protection: Dietary Trends and Food and Nutritional Policies
http://www.bmelv.de/cIn_045/nn_757132/EN/04Food/DietaryTrends.html__nnn=true

Ambassade d'Allemagne à Washington : Germany Info – Agriculture, Forestry, and Fishery
http://www.germany.info/relaunch/business/trends/basics_agr.html

The German Federal Government Agriculture Report, 2006 (version abrégée)
http://www.bmelv.de/cIn_045/nn_757134/SharedDocs/downloads/04-Landwirtschaft/EN/AgricultureReport2006,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/AgricultureReport2006.pdf

Global Trade Atlas
<http://www.gtis.com/gta/>

Industrie Canada : Strategis – International Market Research: Germany Country Commercial Guide FY 2003 – Business Travel
<http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inimr-ri.nsf/fr/gr106950f.html>

Industrie Canada : Strategis – Commerce, investissement et services
http://www.strategis.gc.ca/sc_mrkti/frndoc/homepage.html

Commerce international Canada – Ouverture sur le monde : Priorités du Canada en matière d'accès aux marchés internationaux – 2006
http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/2006/8_06-fr.asp

Commerce international Canada, Service des délégués commerciaux – Agroalimentaire – Profil - Allemagne
<http://www.infoexport.gc.ca/vtc/DisplayDocument.jsp?did=44741>

Commerce international Canada, Service des délégués commerciaux : Profil économique – Allemagne
<http://infoexport.gc.ca/ie-fr/DisplayDocument.jsp?did=61472>

Éléments clés de l'Accord sur la réforme de la Politique agricole commune (PAC) et de son application en Allemagne
http://www.kompetenznetze.de/vdi/generator/Redaktion/Zentralredaktion/Literatur/medien/en/agra-energ_Key-Elements-of-the-Agreement,property=pdf.pdf

Agriculture biologique en Allemagne (Organic-Europe)
http://www.organic-europe.net/country_reports/pdf/2000/germany.pdf

Cultures biologiques en Allemagne (mars 2006)

http://www.bmelv.de/cln_045/nn_757134/EN/05Agriculture/OrganicFarming2006.html__nnn=true

Statistique Canada – Le Quotidien

<http://www.statcan.ca/francais/dai-quo/>

U.S. Commercial Service: Your Global Business Partner – Country Commercial Guide (Germany)

<http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inimr-ri.nsf/fr/gr106847f.html>