

HORIZONS Allemagne : un marché mature pour nos entreprises

La croissance allemande maintient son rythme positif 2018 1T + 0,4 %, 2T + 0,5 % grâce à sa forte demande interne et à son commerce extérieur.

Des indicateurs au vert

L'industrie représente près de 25 % du PIB avec des secteurs porteurs inchangés depuis des décennies tels que l'automobile, les machines-outils, la chimie-pharmacie, sans oublier l'industrie agro-alimentaire.

L'Allemagne se maintient dans le trio de tête des exportateurs mondiaux. Selon l'office des statistiques, l'Allemagne a exporté en 2017 pour 1.278,9 Mrd d'Euro et se place au 3ème rang derrière la Chine et les USA. Les échanges commerciaux entre nos deux pays confirment l'Allemagne comme étant notre premier partenaire commercial. Par contre la France n'est plus que le 4ème partenaire pour l'Allemagne derrière la Chine, les Pays-Bas et les Etats-Unis. Le déficit commercial de la France s'est encore accru en 2017 (-17,2 Md) en raison d'une baisse des exportations vers l'Allemagne.

Bien sûr l'escalade des taxes douanières américaines avec la Chine et l'Union Européenne risque d'impacter les ventes « made in Germany ».

Mais pour l'instant ces inquiétudes géopolitiques impactent peu les consommateurs qui ont bénéficié de gains importants de pouvoir d'achat suite aux récents accords salariaux.

Comment les sociétés françaises peuvent-elles profiter de ce marché mature, très concurrentiel ?

Les industriels allemands connaissent un fort besoin d'équipements et de services. Autant d'opportunités pour les sociétés françaises de se positionner comme fournisseur ou sous-traitant. Elles devront mettre en avant leurs innovations et leur capacité à adapter leurs produits aux besoins locaux.

Exporter depuis la France, développer ses ventes à partir d'une structure commerciale locale, créer un site de production ou réaliser une croissance externe : les règles sont les mêmes. Une connaissance approfondie de l'écosystème, de son fonctionnement et des réglementations fédérales voire régionales est indispensable. Sans oublier les différences culturelles, les goûts et modes de consommation qui peuvent varier par rapport à la France. Il convient de promouvoir l'originalité et l'innovation du produit, d'informer sur les aspects techniques, la traçabilité, la fiabilité dans les délais de livraison et le SAV. Exporter ou s'implanter requiert temps et patience car

il s'agit d'un investissement de 2 ans minimum avant d'établir des relations durables avec les clients. Les Allemands sont des clients fiables respectant leurs engagements, habitués à des délais de paiement courts, en général 30 jours. Le taux d'impayés est globalement faible. Plus de 2.500 sociétés à capitaux français sont déjà installées en Allemagne et celles qui développent une activité industrielle peuvent exporter directement vers des pays tiers en profitant du « made in Germany »

Le Crédit Agricole en Allemagne

Pour une première approche du pays et un accompagnement personnalisé, le desk international du Crédit Agricole en Allemagne accompagne les entreprises clientes du Groupe depuis 24 ans. À leur écoute, il les conseille, facilite leurs démarches pour ouvrir des comptes, gérer leurs flux ou trouver des financements. Pour ce faire, le desk s'appuie sur les entités du groupe Crédit Agricole présentes en Allemagne notamment CA CIB (banque de financement et d'investissement), Eurofactor (affacturage), CreditPlus Bank (crédit à la consommation) et sur ses partenaires bancaires locaux en complément. Le Desk travaille aussi en étroite collaboration avec des partenaires non-bancaires tels qu'Altios International, Business France, la CCFA (Chambre de Commerce française en Allemagne) ainsi qu'avec des cabinets juridiques et comptables pour les mises en relation commerciale et implantations.

Nadine SCHMITT,

Responsable International Desk Allemagne, Suisse

CHIFFRES CLÉS

POPULATION
82,6 MILLIONS

COFACE
A1

PIB PAR HABITANT
50.841 \$

TAUX DE CROISSANCE
2016 : 1,9 %
2017 : 2,2 %
2018 : 2 %*

INFLATION
PRÉVISION 2018 :
1,9 %

TAUX DE CHÔMAGE
5 % (JUIN 2018)

EXCÉDENT BUDGÉTAIRE :
0,6%

A SAVOIR

Les Allemands apprécient :

- la ponctualité
- la présentation d'une documentation en allemand ou en anglais
- le respect des agendas et des délais

Sur tous les points discutés, les accords seront confirmés par écrit

La communication en allemand est un atout