



Allemagne

Source : «GEOATLAS.com © 2009 © Graphi-Ogre »

Données générales

Superficie : 357 022km² (soit 2/3 de la France)

Capitale : Berlin

Monnaie : Euro (€)

Langue : Allemand

Il est recommandé d'aborder le marché allemand en parlant la langue même si l'anglais est utilisé dans les affaires. Brochures, documentations et sites internet en allemand sont un gage de réussite.

Le français reste la deuxième langue étrangère la plus apprise après l'anglais et avant l'espagnol, principalement dans les Länder frontaliers où le taux d'apprentissage du français peut aller jusqu'à 24% au lycée. Au total, plus de 1,7 million d'élèves apprennent le français en Allemagne.

Population : Avec 82 millions d'habitants, l'Allemagne est le pays le plus peuplé de l'Union européenne.

La République Fédérale d'Allemagne (RFA) est constituée de 16 Länder dont trois Villes-Etats (Berlin, Brême, Hambourg). Les Länder se composent sur l'ensemble de l'Allemagne de 412 arrondissements (Kreise) qui eux-mêmes rassemblent 11 993 communes.

15,8 millions d'Allemands résident à Berlin et les Länder de l'est (Brandebourg, Mecklembourg-Poméranie-Occidentale, Saxe, Saxe-Anhalt, Thuringe), c'est-à-dire le territoire de l'ancienne République Démocratique Allemande.

Inégalement répartie sur le territoire, la population est caractérisée par d'importantes concentrations urbaines à l'ouest et au sud du pays :

- Rhénanie-du-Nord-Westphalie avec 17,6 millions d'habitants,
- Bavière avec 12,5 millions d'habitants,
- Bade-Wurtemberg avec 10,7 millions d'habitants.
- On comptabilise 100 villes de plus de 100.000 habitants contre seulement 41 en France.

Au Nord, Berlin et Hambourg comptent respectivement 3,3 millions et 1,7 million d'habitants.

La population active atteint les 41 millions de personnes. L'Allemagne compte 6,8 millions de résidents étrangers.

Démographie (2011) :

- de 15 ans : 17% (France : 19,5%)
- + de 65 ans : 24% (France : 18%)

Infrastructures

- 19 aéroports internationaux
- Autoroutes, routes nationales, départementales (en km) : 231 000 (France : 401 720)
- Réseau ferroviaire (en km) : 34 000 (France : 29 213)



Source : «GEOATLAS.com © 2009 © Graphi-Ogre »

Quelques distances

- Paris-Berlin : environ 1100 km
- Paris-Düsseldorf : environ 500 km
- Paris-Hambourg : environ 900 km
- Paris-Munich : 850 km

Les plus grandes villes

- Berlin : 3,3 millions d'habitants
- Hambourg : 1,7 million d'habitants
- Munich : 1,4 million d'habitants
- Cologne : 1,1 million d'habitants
- Francfort-sur-le-Main : 693 000 habitants
- Düsseldorf : 600 000 habitants

Religions

- Le protestantisme et le catholicisme rassemblent chacun environ un tiers de la population.
- Le judaïsme et l'islam sont aussi présents.

Données politiques

Principales dates des événements politiques

1945 : 8 mai	Capitulation nazie - partage de l'Allemagne en quatre zones d'occupation (Etats-Unis, Union Soviétique, Grande-Bretagne, France).
1949	Création des deux Etats allemands (RFA et RDA).
1957 : 25 mars	Traité de Rome – création d'un marché commun.
1961 : 13 août	Début de la construction du Mur de Berlin.
1963 : 22 janvier	Traité de coopération entre la France et la RFA, dit Traité de l'Élysée, signé entre le Général de Gaulle et le Chancelier Konrad Adenauer
1972 : Septembre	Traité entre les deux Etats allemands avec reconnaissance mutuelle des deux Etats
1973	Entrée dans l'Organisation des Nations Unies (ONU).
1989 : 9 novembre	Révolution pacifique en Allemagne de l'Est et chute du Mur de Berlin
1990 : 3 octobre	Réunification allemande. Helmut Kohl devient le chancelier de l'Allemagne réunifiée
2005 : 22 septembre	Angela Merkel (CDU) devient la première chancelière allemande à la tête d'un gouvernement de grande coalition CDU-SPD.
2009 : 27 septembre	Angela Merkel est réélue à la tête d'une coalition CDU/CSU-FDP.
2010 : 30 juin	Christian Wulff (CDU) est élu Président fédéral d'Allemagne
2012 : 17 février	Démission de Christian Wulff
2012 : 18 mars	Élection du président fédéral Joachim Gauck
2013 : septembre	Réélection de la chancelière Angela Merkel (CDU)

Environnement politique

Etat fédéral, la **RFA** est constituée de **16 Länder** disposant de pouvoirs législatifs, exécutifs et judiciaires dans des domaines de compétence qui ne sont pas exclusivement réservés à la Fédération. Les pouvoirs exercés seulement par la Fédération concernent notamment les affaires étrangères, la défense, la nationalité, la monnaie, la police des frontières.

Chaque Land est doté d'une constitution (Verfassung), d'un parlement (Landtag) et d'un gouvernement (Landesregierung) issu de la majorité du Landtag.

La **loi fondamentale du 8 mai 1949** (Grundgesetz), modifiée en 1990, est la **constitution de l'Allemagne**. La cour constitutionnelle fédérale, qui siège à Karlsruhe, veille à son respect.

Le président fédéral d'Allemagne, Joachim Gauck, a été élu le 18 mars 2012, suite à la démission de son prédécesseur Christian Wulff. Le président fédéral est le chef de l'Etat. Il a essentiellement un rôle honorifique et de représentation, le pouvoir exécutif étant exercé par le chancelier fédéral. Le président fédéral est garant des institutions du pays. Ainsi, il promulgue les lois, signe les traités et propose au Bundestag un candidat à la fonction de chancelier fédéral. Il est élu pour un mandat de 5 ans, par l'Assemblée fédérale, composée des membres du Bundestag et d'un nombre égal de délégués élus à la proportionnelle par les législatures des Länder. Les délégués de chaque Land ne sont pas nécessairement membres de la législature qu'ils représentent : il peut s'agir de personnalités publiques telles que des acteurs, des artistes ou des responsables d'organisations.

La chancelière fédérale, Angela Merkel (CDU), est depuis 2005 le chef du gouvernement. Le chancelier est élu par le Bundestag. Il joue un rôle essentiel dans la mesure où c'est à lui que revient le droit de former le gouvernement. Le chancelier fédéral fixe les grandes orientations de la politique.

Le Parlement fédéral bicaméral se compose :

- **du Bundestag** (Assemblée fédérale) **avec actuellement 631 sièges** (et dont les membres sont élus au suffrage universel direct pour 4 ans) ;
- **du Bundesrat** (Conseil fédéral) **avec actuellement 69 sièges** (et dont les membres sont délégués par chaque Land pour un mandat de 4 ans).

Six partis politiques sont actuellement représentés au Bundestag :

- la **CDU/CSU** (l'Union chrétienne-démocrate d'Allemagne et l'Union chrétienne-sociale de Bavière) ;
- le **SPD** (Parti social-démocrate) ;
- **l'Alliance 90 / Les Verts** ;
- « **Die Linke** », né de la fusion du parti du socialisme démocratique (PDS) et de l'alternative électorale travail et justice sociale (WASG).

Au lendemain des dernières élections fédérales du 22 septembre 2013 et de la large victoire de la CDU/CSU avec près de 42% des voix contre 25,7% pour le SPD, une grande coalition CDU/CSU – SPD s'est formée et un nouveau gouvernement a pris ses fonctions le 17 décembre dernier. Le « contrat de coalition » est le document de référence, pour les quatre années à venir. Ce texte s'inscrit dans la continuité de la culture politique allemande du compromis et dessine un consensus socio-économique largement partagé en Allemagne :

- Soutien au modèle économique allemand et préparation de son avenir via des investissements accrus dans les infrastructures, la recherche et la formation, et la mise en œuvre de la transition énergétique.
- Mesures sociales pour un partage plus juste de la prospérité actuelle : salaire minimum, retraite à 63 ans après 45 ans de cotisations, retraites minimum.
- Engagement à maintenir une politique budgétaire rigoureuse avec la volonté d'éviter de nouvelles dettes publiques, mais sans refus catégorique de nouveaux prélèvements fiscaux.

Données économiques en 2013

Principaux indicateurs conjoncturels

Indicateurs	Allemagne	France
PIB (milliards d'EUR)	2 707,2	2 059,9
Dette publique en % du PIB	80,4	93,5
PIB par habitant (en EUR)	31 760	27 850
Taux de croissance du PIB en 2013	0,3	0,3
<i>Prévisions PIB 2014</i>	<i>1,3</i>	<i>0,7</i>
Taux d'inflation	1,6	0,9
Taux de chômage	5,7	9,8

Sources : Statista, Destatis, INSEE, Banque de France

Situation économique et financière du pays

L'Allemagne, c'est :

- La 1^{ère} économie européenne,
- La 4^{ème} économie mondiale,
- Le 1^{er} client de la France,
- Le 3^{ème} exportateur mondial,
- Le 3^{ème} importateur mondial.

L'économie allemande s'est remise très rapidement de la récession de 2008-2009 et a retrouvé sa dynamique tirée par les exportations. Elle a été en mesure de sortir promptement de la crise grâce à la reprise mondiale et à une consommation intérieure restée stable. Ainsi en 2013, avec un PIB de 2707 milliards EUR et un PIB par habitant de 31 760 EUR, l'Allemagne conserve sa place de **1^{ère} économie européenne** et se positionne en tant que **4^{ème} économie mondiale** (après les Etats-Unis, la Chine et le Japon).

Très tournée vers l'extérieur, la République fédérale est actuellement le 3^{ème} exportateur mondial derrière la Chine et les Etats-Unis. Elle a laissé en 2009 le titre de championne du monde des exportations à la Chine.

Les composantes de la croissance allemande sont équilibrées de manière égale entre demande extérieure (exportations), investissements et consommation intérieure. **L'Allemagne est également le 3^{ème} marché mondial d'importation de marchandises.** En 2013, les importations du pays représentaient 33,1% du PIB national contre 24,4% en France. Les exportations représentaient respectivement 40,4% et 20,7%.

Les principales régions économiques du pays sont la Rhénanie-du-Nord-Westphalie, le Bade-Wurtemberg, la Bavière, la région Rhin-Main, Hambourg, Berlin, Hanovre et Leipzig.

L'économie allemande se caractérise par une **forte spécialisation industrielle** (industrie = 25% du PIB) notamment dans les équipements mécaniques, l'automobile, la chimie, les équipements électroniques et électriques et l'agro-alimentaire. L'Allemagne est également le leader mondial dans l'environnement, les machines-outils, l'énergie et le bâtiment.

Les grands centres industriels sont localisés :

- dans le bassin de la Ruhr pour la sous-traitance, les high-tech et les services ;
- en Rhénanie-du-Nord-Westphalie pour la sous-traitance, la chimie et les services ;
- dans la région du Rhin-Neckar pour la chimie et la pharmacie ;
- dans la Saxe pour l'automobile, la mécanique et la microélectronique ;
- à Munich et Stuttgart pour les high-tech, les biotechnologies et l'automobile ;
- à Francfort-sur-le-Main pour la finance et les services ;
- à Hambourg pour les activités portuaires, les médias et l'aéronautique.

Le label « Made in Germany » confère aux entreprises allemandes une renommée mondiale en termes d'innovation, de qualité et d'avancées technologiques.

Représentant une part importante du tissu économique de l'Allemagne, les **PME sont au nombre de 3,7 millions** en Allemagne. Elles emploient 60% des salariés et réalisent 40% du PIB. Sont considérées en Allemagne comme des PME toutes les entreprises employant jusqu'à 499 personnes et réalisant un CA annuel ne dépassant pas les 50 millions EUR.

Avec la concentration en Allemagne de deux tiers des salons leaders dans le monde, le pays réaffirme son ouverture sur l'international, en comptant plus de 160 foires et salons internationaux par an. Parmi les 180 000 exposants annuels, 5 000 à 7000 sont des entreprises françaises (essentiellement des PME). Les salons allemands attirent 10 millions de visiteurs chaque année. UBIFRANCE est fortement présente sur les salons et organise chaque année entre 20 et 30 pavillons France sur les grands salons incontournables de Düsseldorf, Cologne, Hanovre, Munich, Hambourg, Essen, Berlin, Stuttgart, Leipzig...

Politiques fiscale et économique

La libre concurrence est l'un des principes-clés de l'économie allemande. Le gouvernement encourage les investissements étrangers sur son territoire et souhaite promouvoir la croissance de son économie sur le long terme, grâce à de nombreux instruments (fiscaux et programmes de soutien).

Suite à la réforme de la fiscalité des entreprises entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2008, l'impôt sur les sociétés de capitaux a diminué dans le but d'harmoniser leur taux d'imposition avec celui des sociétés de personnes à responsabilité limitée. Le taux global d'imposition des sociétés de capitaux (impôt sur les sociétés, taxe professionnelle sur les bénéficiaires, impôt de solidarité) se situe entre 23% et 33% selon la localisation de la société. Grâce à de nombreuses possibilités de déduction fiscale, 75% des entreprises ne payent pas plus de 15% d'impôts. Le système fiscal est très complexe et nécessite un accompagnement par un expert-comptable.

Concernant les charges sociales, les charges patronales sont plus faibles en Allemagne qu'en France. Egalement réparties entre employeur et employé, les charges sociales s'élèvent en moyenne à 20,8% du revenu brut d'un employé.

L'Allemagne est le pays de l'Union européenne qui dépose le plus grand nombre de brevets et le troisième à l'échelle mondiale, derrière les Etats-Unis et le Japon. En 2011, les dépenses fédérales en R&D représentaient 2,88% du PIB. La coopération entre la recherche publique et privée est favorisée par la mise en place de clusters d'excellence et la présence de structures tels les Instituts Fraunhofer, Max Planck... Pour renforcer le lien entre la recherche et l'innovation, le gouvernement a adopté la « stratégie Hautes Technologies », un concept global de politique d'innovation mettant l'accent sur les enjeux mondiaux (climat/énergie, santé/alimentation, mobilité, sécurité et communication).

Le gouvernement fédéral participe activement aux négociations de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) et à l'Accord multilatéral sur les investissements.

Accords politiques, juridiques et multilatéraux

L'Allemagne est membre de l'**Organisation des Nations Unies** depuis 1973 et représente le troisième contributeur derrière les Etats-Unis et le Japon. Elle est également membre de l'**OTAN** depuis 1955, de l'**Organisation Mondiale du Commerce** depuis 1995, de l'**OCDE** et est signataire du **protocole de Kyoto**.

Par ailleurs, elle est, depuis 1950, l'un des 47 Etats membres du **Conseil de l'Europe** et, depuis 1973, l'un des 57 Etats participant à l'**OSCE**. L'Allemagne est aussi l'un des membres fondateurs, en 1975, de l'actuel **G8** (à l'époque G6) et fait partie du **G20**, créé en 1999.

En 1957, l'Allemagne était l'un des six pays fondateurs de l'**Union européenne**. Avec 22,8 milliards EUR elle est, en 2012, le plus gros contributeur au budget européen. La France arrive en deuxième position.

Les partenaires économiques européens occupent une place en constante augmentation dans le commerce extérieur allemand. En 2010, les exportations allemandes à destination des pays de l'UE 27 se sont élevées à 570,6 milliards EUR sur un total de 959,5 milliards EUR. Du point de vue des exportations, la France est le premier partenaire de l'Allemagne, suivie des Pays-Bas, puis des Etats-Unis.

Concernant plus particulièrement la coopération franco-allemande, le **traité de l'Elysée**, signé le 22 janvier 1963 par le chancelier Adenauer et le général de Gaulle, est le symbole de relations profondes entre la France et l'Allemagne. A l'occasion du quarantième anniversaire du traité, les deux pays ont instauré en 2003 la tenue d'un Conseil des ministres franco-allemand bisannuel, qui vient s'ajouter au Conseil Franco-Allemand de Défense et de Sécurité (CFADS), au Conseil Economique et Financier Franco-Allemand (CEFFA) et au Conseil Franco-Allemand de l'Environnement (CFAE). Pour améliorer la compétitivité économique des deux pays, une coopération renforcée entre les pôles de compétitivité accorde une place prépondérante aux PME.

Dans le domaine des transports, les échanges sont également facilités. Les trains à grande vitesse ICE allemands et le TGV français circulent depuis mai 2007 dans le pays voisin et facilitent ainsi les voyages transfrontaliers. Fin 2011 s'est ajoutée au réseau une ligne directe entre Francfort-sur-le-Main et Marseille. Plus de 4,5 millions de voyageurs ont profité de cette coopération entre la DB et la SNCF depuis 2007. En août 2013 s'est également ouvert une ligne TGV Paris-Fribourg.

Le tandem franco-allemand joue un rôle clé dans la gestion de la crise de l'Euro, avec une collaboration très étroite entre les chefs d'Etat français et allemand, qui ont pris le leadership dans la politique européenne de stabilisation de la zone Euro.

Commerce extérieur 2012

Total du volume d'échange :	2 003,7 Mds EUR
Total des importations :	908,5 Mds EUR
Total des exportations :	1095,2 Mds EUR
Poids de la France dans les importations allemandes :	7,2% (70,1 Mio EUR)
Poids de la France dans les exportations allemandes :	9,2% (86 Mio EUR)

Etat des lieux du commerce extérieur

Depuis 2009, l'Allemagne a été détrônée du titre de premier exportateur mondial de marchandises par la Chine. En 2012, l'Allemagne se situe à la troisième place, avec 1095,2 Mds EUR d'exportations, après la Chine et les Etats-Unis, mais devant le Japon et les Pays-Bas. La balance commerciale de l'Allemagne en 2012 est excédentaire de 186,7 Mds EUR.

L'Allemagne et la France entretiennent de fortes relations économiques et commerciales.

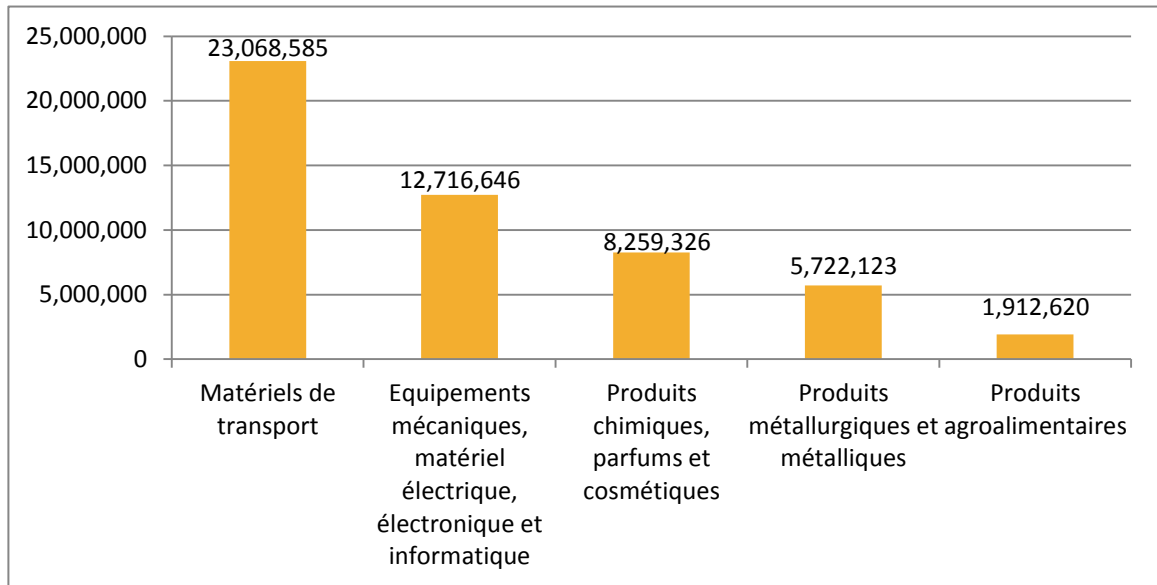
Avec ses 82 millions d'habitants, une économie tournée vers l'extérieur et sa proximité géographique, l'Allemagne reste le **1^{er} fournisseur et le 1^{er} client de la France**.

En 2013, la France a été le **1^{er} pays d'exportation** pour l'Allemagne (86 Mds EUR, soit 9,2% des exportations allemandes au total), et son **3^{ème} fournisseur** (71 Mds EUR soit 7,2% des parts de marché) derrière les Pays-Bas, la Chine et devant les Etats-Unis.

Plus de **2 500 filiales d'entreprises françaises** employant 270.000 salariés sont implantées en Allemagne et **25 000 PME françaises** exportent régulièrement outre-Rhin. **6000 à 7000** entreprises françaises exposent sur les salons allemands chaque année. Tous ces chiffres traduisent la densité de la relation que la France entretient avec l'Allemagne sur le plan économique. Ils attestent que le marché recèle toujours des opportunités que doivent saisir les entreprises françaises qui ne le travaillent pas encore.

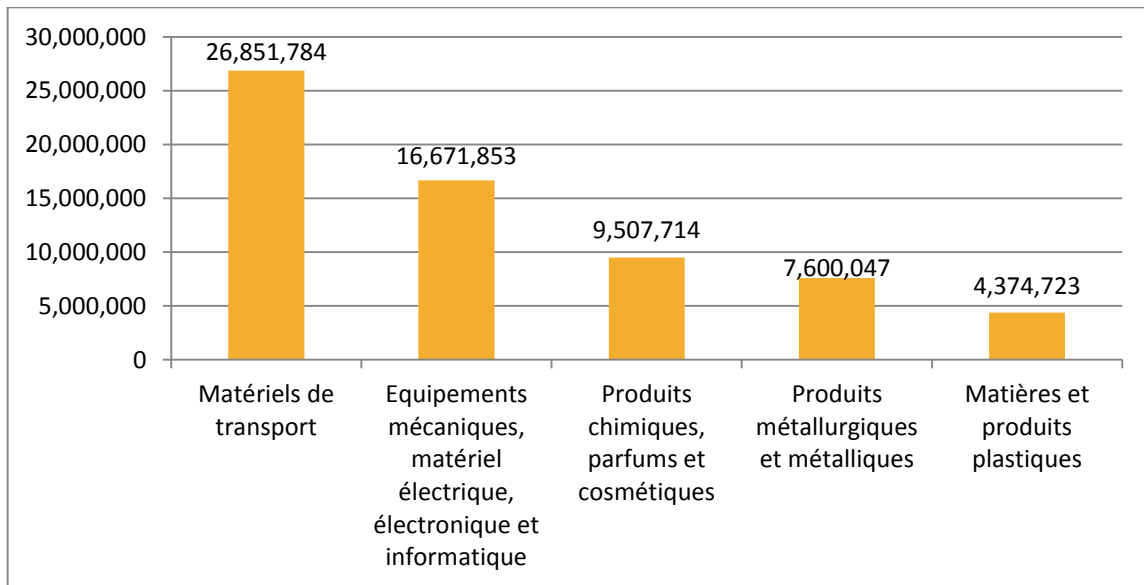


Les 5 premiers produits importés de France en 2013 en Mio EUR



Source GTIS

Les 5 premiers produits exportés vers la France en 2013 en Mio EUR



Source GTIS

Les investissements directs à l'étranger (2007-2011)

Année	IDE français en Allemagne	IDE allemands en France
2007	47,7 milliards EUR	45,3 milliards EUR
2008	48,2 milliards EUR	45,7 milliards EUR
2009	49,4 milliards EUR	45,1 milliards EUR
2010	52,6 milliards EUR	46,6 milliards EUR
2011	45,5 milliards EUR	47,0 milliards EUR

Source : Banque de France, Bundesbank

Les investissements

Pour les investisseurs étrangers, l'Allemagne représente un marché très attractif. Aux 500 plus grandes entreprises mondiales présentes sur le territoire, s'ajoutent près de 30 000 entreprises étrangères, employant 2,7 millions de salariés.

En 2011, 75,9% des stocks investis en Allemagne provenaient de l'Union européenne, représentant un total proche de 416 Mds EUR. En 2011, les Pays-Bas et le Luxembourg étaient en tête du classement et la France en 5^{ème} position avec une part de 8% du stock d'investissements directs étrangers en Allemagne.

L'Allemagne affiche une excellente compétitivité au niveau mondial. Au classement 2011-2012 des pays les plus compétitifs dans le monde, réalisé par le World Economic Forum, l'Allemagne se place au 6^{ème} rang (sur 139), derrière la Suisse, Singapour, la Suède, la Finlande et les Etats-Unis, et devant les Pays-Bas. La France arrive en 18^{ème} position.

Environnement des affaires et conseils pratiques

Faire des affaires en Allemagne est certes difficile mais c'est passionnant et les chances de réussir sont réelles. Il faut s'adapter et « faire des affaires comme les Allemands les font ». L'étranger, individu ou entreprise, doit faire son travail de recherche, adapter son produit et ses actions aux règles allemandes – normatives comme sociales, écrites comme implicites – et respecter ses engagements.

Les prérequis : être sérieux, crédible, innovant, différent, sûr de soi, persévérant, et préparé à la culture locale des affaires. L'Allemand a besoin d'être convaincu, rassuré, confirmé dans l'intérêt qu'il aura à travailler avec une entreprise française. Si on ne le fait pas et plus que sur tout autre marché, on passera à côté. L'analyse SWOT ci-après nous le rappelle mais souligne également que l'Allemand est ouvert, fidèle en affaires, connaît la France et reconnaît les capacités et qualités des entreprises françaises en termes d'innovation, de créativité, d'ingénierie et de savoir-faire.

Les pratiques commerciales du pays

Pour contacter des entreprises allemandes, il est recommandé de s'adresser en premier lieu aux acheteurs (Einkaufsleiter). En effet, mieux vaut éviter d'entrer en contact directement avec les services marketing ou vente.

Pour qu'une entreprise s'établisse à long terme en Allemagne, elle se doit de disposer de commerciaux dédiés au marché allemand, maîtrisant la langue. Elle peut également envisager de créer une filiale en Allemagne.

Les moyens de paiement

La liberté de circulation des capitaux est garantie à l'intérieur de l'Union européenne. Toutefois, les transferts de capitaux à destination ou en provenance d'Allemagne d'un montant supérieur à 2 500 EUR doivent être déclarés, dans

un but statistique, auprès des banques centrales des Länder. Par ailleurs, la loi contre le blanchiment d'argent impose la déclaration de tout flux transfrontalier d'un montant supérieur à 20 000 EUR.

Les paiements en espèces sont très répandus mais l'usage de la carte bancaire de débit (EC-Karte) ou de crédit se développe. Le virement est d'usage dans les transactions commerciales. Les virements (Swift ou Internet) sont, avec les avis de prélèvement, les instruments de paiement les plus couramment utilisés aujourd'hui en Allemagne. Les cartes bancaires occupent elles aussi une part non négligeable des instruments de paiement. Quant aux chèques, très peu utilisés et opposables quel que soit le motif, ils sont à éviter.

Analyse SWOT (FFOM) Allemagne

Forces FR	Faiblesses FR
<ul style="list-style-type: none"> - Le savoir-faire et la technologie française sont reconnus dans de nombreux domaines (aéronautique, TIC, automobile, transports, agro-alimentaire, santé, luxe...) - Présence importante de la France : à l'import ou en implantation - Forte présence sur les salons allemands : 6000 à 7000 exposants français chaque année - 40 pavillons France sur les salons allemands (25 par UBI et 15 par des partenaires, CCI et OP) - Commerce intra firmes très important (30 % environ du commerce extérieur) - Un pouvoir d'achat élevé et une distribution bien développée 	<ul style="list-style-type: none"> - Manque de préparation des entreprises françaises - Taille des entreprises françaises souvent inférieure à celle des entreprises allemandes - Manque de moyens et d'implication dans la durée - Manque de compétitivité prix depuis cinq ans - Manque d'adaptation au marché, à la culture des affaires
Opportunités de marché D	Menaces D
<ul style="list-style-type: none"> - Allemagne : une présence industrielle de premier plan : en moyenne 25% du PIB (contre 15% France, 13% Italie, 12% RU) - Vice-champion du monde de l'exportation : marché de réexportation - Un pays ouvert aux importations - Tous produits innovants au niveau industriel et/ou des services - Consommation : tous produits haut de gamme ou d'image forte valorisants pour l'acheteur - Les salons allemands : les 2/3 des salons internationaux de référence ont lieu en Allemagne 	<ul style="list-style-type: none"> - Inquiétude des entreprises allemandes sur la capacité de la France à faire des réformes - Un cadre réglementaire rigide qui complique la prospection et l'approche des clients (conseil : faire certifier les produits TÜV, GES...) - Forte concurrence mondiale

Les usages du pays

La préparation de votre rendez-vous est importante en Allemagne. Ainsi, il vous faudra :

- acquérir des connaissances approfondies sur votre secteur en Allemagne (actualité, salons professionnels...);
- cerner tous les aspects stratégiques, commerciaux et techniques de votre projet.

Le marché allemand étant parmi les plus concurrentiels du monde, les acheteurs allemands seront attentifs aux produits comportant une réelle valeur ajoutée, un aspect innovant, et bénéficiant d'un bon rapport qualité/prix. Dans ce contexte, il est nécessaire de :

- disposer d'arguments tangibles, solides, précis, concrets, objectifs (informations à l'appui), qualitatifs, rassurants sur la fiabilité de votre entreprise (moyens de paiement, délais, certifications, références...);
- préparer un résumé des points phares de votre projet et un échéancier des grandes étapes clés.

Avoir un site internet et des brochures est indispensable pour transmettre aux Allemands un maximum d'informations et également véhiculer une image sérieuse de votre entreprise. Vos outils de communication doivent présenter, en langue allemande ou à défaut en anglais, votre société, votre offre de produits, vos avantages concurrentiels, vos références et votre savoir faire.

Le jour de votre rendez-vous, la ponctualité sera de mise. Laissez l'acheteur allemand guider l'entretien et présenter l'ordre du jour : les points seront abordés en profondeur selon un ordre précis. N'hésitez pas à prendre des notes.





Voici quelques pistes et conseils pratiques dans vos relations avec les acheteurs allemands :

- soyez précis dans vos échanges, allez droit au but (le « jeu commercial » est fortement déconseillé);
- concernant les méthodes de travail, planifiez vos projets à long terme, respectez scrupuleusement les procédures et les délais. Un travail constant et séquentiel est apprécié dans la coopération avec les entreprises allemandes.
- la prise de décision est le plus souvent consensuelle, basée sur une appréhension de tous les aspects.



Guide des affaires
ALLEMAGNE
Version actualisée à paraître
juillet 2014
[Commandez-le...](#)

UBIFRANCE vous propose quatre gammes complètes de produits et services d'accompagnement pour vous aider à identifier les opportunités des marchés et à concrétiser vos projets de développement international.

-  • **Gamme Conseil** : pour obtenir la bonne information sur les marchés étrangers et bénéficier de l'expertise des spécialistes d'UBIFRANCE.
-  • **Gamme Contact** : pour identifier vos contacts d'affaires et vous faire bénéficier de centaines d'actions de promotion à travers le monde.
-  • **Gamme Communication** : pour communiquer à l'étranger sur votre entreprise, vos produits et votre actualité.
-  • **Volontariat International en Entreprise (VIE)** : pour optimiser votre budget ressources humaines à l'international

Retrouver le détail de nos produits sur : www.ubifrance.fr

© 2014 – Ubifrance

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse d'Ubifrance, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L.335-2 et L.335-3 du code de la propriété intellectuelle.

Clause de non-responsabilité :

Ubifrance ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés.

Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Toutefois, Ubifrance ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.

Prestation réalisée sous système de management de la performance certifiée BVC ISO 9001 : 2008

Auteur : UBIFRANCE ALLEMAGNE – Bureau de Düsseldorf

Adresse :
Martin-Luther-Platz 26
40212 Düsseldorf

Rédigé par : Lotte Andréani et Oriane Douchement
Revu par : Patrick Imbert

Version du : 1^{er} avril 2014