

## ALLEMAGNE

### LES CHIFFRES CLÉS : (source COFACE)

- Population (M) : 82,5
- PIB/hab. (USD) : 42 177
- Croissance PIB (%) : 1,9 % en 2016 et 2,5 % en 2017
- Note environnement des affaires : A1

### LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ :

#### *Production :*

Avec un chiffre d'affaires de 426 Mrds d'Euros en 2017, l'industrie automobile allemande se situe au 4ème rang mondial et 1er rang européen. Principalement implanté dans les régions de Stuttgart, Munich, Cologne et Wolfsburg, le secteur est composé d'un important réseau de PME, qui gravitent autour des grands donneurs d'ordres, tels que les groupes BMW, AUDI, Daimler, Porsche, Volkswagen et les équipementiers Bosch, Continental et ZF. En 2015, l'industrie automobile a investi 17,6 Mrds dans la recherche et le développement.

#### *Marques présentes :*

Les principales **sociétés allemandes** : Volkswagen, BMW, Daimler, Audi, Porsche, Opel, Bosch, Continental, ZF, etc...

Les principales **sociétés internationales** présentes en Allemagne : PSA, Renault, Toyota, Ford, GM, Hyundai, Denso, Magna, etc...

### **Taux de motorisation (source OICA) : 593 en 2015**

#### *Marché :*

#### *Facilité d'accès au secteur :*

L'Allemagne faisant partie de l'Union européenne, les règles et les normes européennes sont applicables. En outre, les certifications internationales de type ISO sont les certifications de référence.

#### *Réglementation :*

- Einkommensteuer - Impôt sur le revenu : en fonction des catégories de 14 % à 45 %
- Körperschaftssteuer - Impôt sur les sociétés : 15 %
- Gewerbesteuer - Taxe commerciale, ancienne taxe professionnelle : à partir de 7 %

*Poids de l'automobile dans le pays :*

*Chiffre d'affaires : 426 milliards EUR*

*Chiffre d'affaires des sous-traitants en 2016 : 70 Mds EUR*

*Nombre d'employés en 2017 : 820 000*

### **LES PROJETS IDENTIFIES :**

L'industrie automobile allemande se concentre actuellement sur le développement des moteurs alternatifs (électriques, développement de cellules de batteries, hybrides, à hydrogène et le downsizing, y compris allègement des véhicules) et des véhicules connectés et intelligents. Le but de ces travaux est la réduction des émissions de CO2, la diminution des embouteillages et des accidents de la route.

Les acteurs allemands cherchent à identifier les start-ups les plus prometteuses qui pourront leur proposer des solutions innovantes aux challenges que la branche est en train de connaître.

### **LES BESOINS DU MARCHÉ :**

En tant que grand pays de l'automobile, la France a toutes les cartes à jouer sur le marché automobile allemand qui, ne serait-ce par sa proximité géographique, constitue un marché naturel pour les sociétés françaises.

Bien qu'il s'agisse d'un marché « mûr » et concurrentiel, les besoins en sous-traitance des principaux constructeurs et équipementiers allemands devraient croître dans les prochaines années, avec le développement de l'électromobilité et la mise en place des véhicules connectés et intelligents, ce qui offre des opportunités pour l'offre française. Notamment pour les technologies de pointe à haute valeur ajoutée.

### **LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ :**

Ouvert sur le monde et très tourné vers l'export (Chine, Etats-Unis, Union Européenne), le marché automobile allemand est mature et très dynamique, qui bénéficie largement de la forte demande.

Face à l'entrée sur le marché local de nouveaux acteurs mondiaux et de nouveaux concurrents tels que Tesla ou Google, le secteur se doit toutefois d'évoluer afin de garder l'avantage en technologie et capacités de production.

### **POSITIONNEMENT DE LA FRANCE:**

La France est un fournisseur important du secteur automobile allemand de par son excellente connaissance du secteur et de sa proximité géographique

Les Allemands perçoivent la France comme un grand pays de l'automobile, qui a su rapidement se démarquer des concurrents, notamment Renault sur les véhicules électriques. La qualité de la formation des ingénieurs et techniciens français ainsi que le savoir-faire des sociétés sont reconnus.

Toutefois, l'offre française n'est pas toujours perçue comme la plus compétitive en matière de prix, d'où l'importance de mettre en avance l'innovation, la qualité et les atouts technologiques, afin de convaincre des interlocuteurs allemands qui privilégient un discours factuel.

Pour les sociétés travaillant déjà avec des sociétés allemandes ou des filiales de groupes allemands en France, il convient de communiquer – si possible – sur ces références qui peuvent rassurer les interlocuteurs et permettre de se positionner en tant que partenaire fiable.

#### **POUR ALLER PLUS LOIN**

**Toutes les publications Business France sur ce pays**

<http://export.businessfrance.fr/Allemagne/librairie-specialisee.html>