



Vendre dans les secteurs aérospatial et
automobile en Allemagne :
quelles erreurs éviter?



L'Allemagne

- 4ème Puissance économique mondiale
- 3ème exportateur Mondial
- 5e PIB Mondial à parité-pouvoir d'achat
- 3,6 millions d'entreprises dont 99,6% de PME
- Un pouvoir d'achat élevé : PIB par habitants de 38 600 EUR (13% supérieur à celui de la France)
- Taux de chômage de 5 % (contre 3,1% en 2019)



► RELATIONS BILATÉRALES

Exportations françaises : 56 Mds EUR en 2020 (- 14,4 % par rapport à 2019)

France : 3^{ème} client et 5^{ème} fournisseur de l'Allemagne

Allemagne : 1^{er} client et 1^{er} fournisseur de la France

(3 498 filiales françaises en Allemagne pour un chiffre d'affaires total de 142 Md €)

► INDICATEURS ECONOMIQUES (2021)

INDICATEURS	ALLEMAGNE	FRANCE
PIB (en Mds EUR courants)	3 570 Mds EUR	2 482 Mds EUR
Solde public en % du PIB	- 3,7 %	- 6,5 %
Dette publique en % du PIB	63,9 %	112,9 %
PIB par habitant (en SPA)	38 600 EUR	33 600 EUR
Taux de croissance	2,7 %	7 %
Taux d'inflation (actuel)	7,4 %	4,8 %
Taux de chômage (actuel)	5,0 %	7,3 %

L'industrie automobile

- 4^e marché derrière la Chine, les Etats-Unis et le Japon
- Chiffre d'affaires de 411 Mds EUR en 2021 dont 66% à l'export
- Secteur industriel le plus important en Allemagne
- Renommée internationale grâce à Porsche, BMW, Mercedes, Audi, Bosch, Continental...
- Mais besoin d'innovation (ex. des véh. automes)!



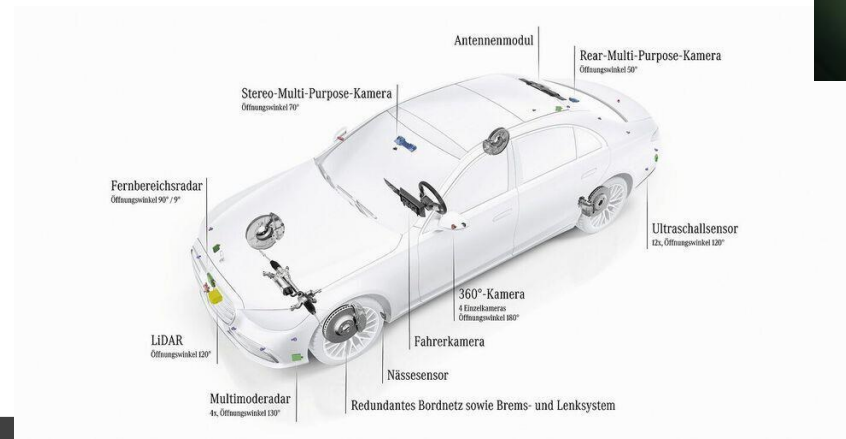
Source : Statistisches Bundesamt 2021



Source : larousse.fr

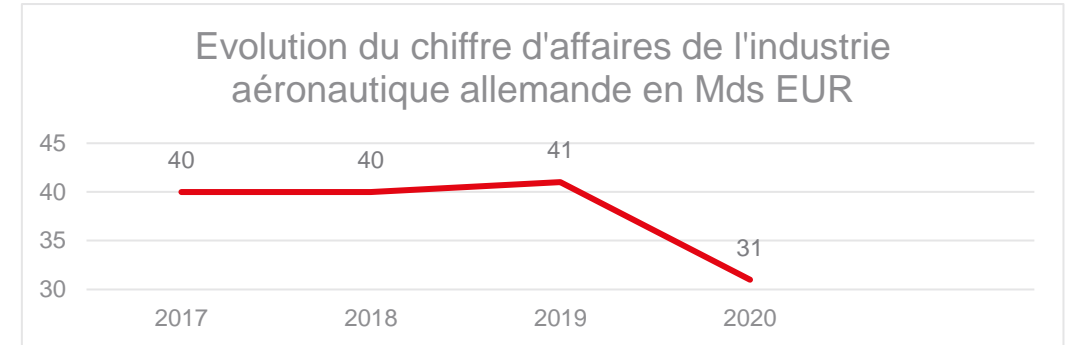
L'industrie automobile

- 1 voiture sur 5 dans le monde est produite par un constructeur allemand
- Représente plus du tiers des dépenses en R&D au monde (44,6 Mds EUR en 2020)
- Représente environ 800 000 emplois directs
- Environ 675 acteurs actifs sur le marché
- Tendances:
 - Véhicule autonome (ex. de la classe S, EQS...)
 - Electromobilité
 - Motorisation H2

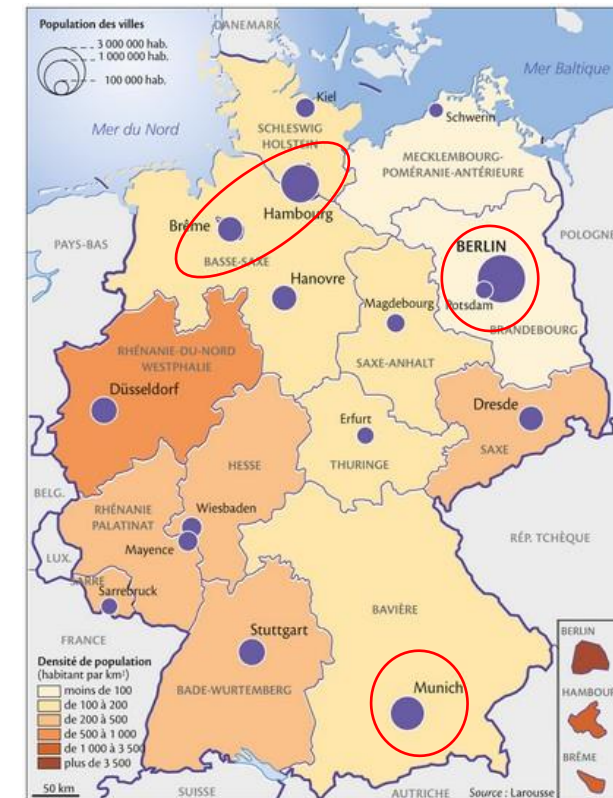


L'industrie aéronautique

- **5^e rang mondial** derrière les Etats-Unis, la France, le Royaume-Uni et le Chine
- Chiffre d'affaires de 31 Mds EUR en 2020
- Régions de Hambourg-Brême, Munich et Berlin-Brandebourg
- Marché mature et porteur (famille A320)



Source : BDLI 2021



Source : larousse.fr

L'industrie aéronautique



- 1 avion sur 6 dans le monde est produit en Allemagne
- Tout aéronef moderne contient nécessairement de la technologie allemande
- Important réseau de PME autour de grands donneurs d'ordres: Airbus, Diehl Aviation, Lufthansa Technik, MTU Aero Engines, Rolls-Royce...
- Luftfahrtforschungsprogramm : programme de recherche depuis 1995
- Tendence actuelle pour l'aviation verte et le développement de nouvelles technologies (H2,...)



Les valeurs allemandes au cœur des relations professionnelles

- Codes culturels spécifiques : tenir compte de la structure politique du pays (pouvoir important des Länder), des différences régionales (ex: « Guten Tag » / « Grüß Gott » au Sud / « Moin » au Nord)
- Sens de la réserve (différent des Européens « latins »), humour à manier avec précaution, rester factuel dans sa présentation, être précis dans le choix de son vocabulaire, ne jamais improviser
- Identifier et dépasser les stéréotypes (ex : « froideur » des Allemands, prétendu complexe de supériorité etc.)
- Séparation importante de la vie professionnelle, privée et publique
- Donner en confiance en étant sincère : si on n'a pas de réponse, le leur dire et leur envoyer les éléments ultérieurement.
- Pas d'échange à « l'anglo-saxonne »

L'image l'un de l'autre



Deutsch-Französische Besprechung (Wirtschaftswoche)

Méthodes de travail en Allemagne

- Exactitude, segmentation, planification
- Ponctualité et maîtrise du temps sont indispensables
- Expertise, justesse et décision
- Instaurer la confiance : respect du rang et sens de l'écoute. Etablir des relations durables avec des partenaires allemands s'apparente à un travail à long terme mais qui s'avère payant (ex : identification en tant qu'équipementier d'un grand groupe)
- Comportement conservateur (les Allemands ont peur du risque et ne changent pas facilement de fournisseur)
- Fiabilité

Communiquer avec les Allemands

A l'oral

- Maîtrise de la gestuelle
- Ne pas faire de hors-sujet : ne pas perdre le leitmotiv de l'échange par des digressions

A l'écrit

- Prêter attention à la manière de s'exprimer
- Eviter les familiarités (relation à long terme, progressive)
- S'efforcer d'être synthétique et d'aller droit au but (« germaniser » son discours en évitant tous les artifices de la rhétorique française)

De l'importance de la présentation

- **Importance fondamentale de la présentation : site Internet** (clair, soigné, - au moins – en anglais), souvent le 1er contact avec vos interlocuteurs allemands.
- Même exigence pour les autres **documents éditoriaux** à présenter, en anglais et/ou en allemand :
 - Présentation des produits et/ou services proposés (organisation structurée, mise en avant du caractère innovant etc.)
 - Références significatives en France et/ou à l'étranger
 - Attention à ne pas divulguer d'informations trop sensibles ou revêtant un caractère confidentiel (question très délicate du dépôt de brevet)
- Identification et prise de contact avec les responsables d'achats qui ont un véritable pouvoir décisionnel en Allemagne / Ne jamais « court-circuiter » un interlocuteur / ne jamais entamer de démarches parallèles ou alors les prévenir.
- **Ne pas hésiter à relancer plusieurs fois** pour obtenir une réponse : les retours spontanés sont très rares.

Comment aborder un rendez-vous / une réunion dans de bonnes conditions

- Les **Allemands anticipent très largement leurs rendez-vous / réunions** (appréhension différente de la nôtre)
- Pour la société allemande, le rendez-vous a pour but d'obtenir des informations et non de signer un contrat
- Proscrire toute improvisation et **préparer sa rencontre** : ne pas être en mesure de répondre à une question peut être mal perçu voire rédhibitoire pour la suite de vos échanges
- **Fixer au préalable les objectifs de la rencontre et la suite des échanges** (faire preuve d'organisation et de clarté – chiffres et graphiques sont appréciés)

Quelques recommandations pour approcher le marché allemand...

- Besoin d'**innovation et qualité**
- Offre locale structurée et principaux concurrents étrangers déjà présents sur le marché
- Diction allemand : « *Pour faire bonne impression, il n'y a pas de deuxième chance.* »
- **Réactivité, Transparence, Disponibilité**
- **Stratégies d'approche:** Approche directe; V.I.E; Agent; Distributeurs; Partenaire intégrateur/constructeur
- **S'informer:** depuis 02/2021: **Service Infos Live Secteur (ILS):** <https://www.teamfrance-export.fr/iledefrance/infos-marches/mobilite-et-logistique/allemande>
- **Aides à entrée**
 1. Accompagnement/Mission de Team France Export
 2. Salons/événements importants, entre autres: Aircraft Interiors Expo, Automechanika, IAA, ILA Berlin, Space Tech Expo, AACII (Aerospace Aviation Congress Interdisciplinary International) ...
 3. Ecosystème de la filière française en Allemagne: CCEFs, Filiales locales, Consulting, Business France, etc.



Merci pour votre
attention !

Felix Garten-Cuezva
Chargé d'Affaires
Aéronautique et Spatial, Automobile
felix.gartencuezva@businessfrance.fr
+49 172 13 11 780