



# marché ALLEMAGNE

## La filière bio : + de 125% de croissance !

La filière biologique outre-Rhin affiche un étonnant dynamisme. Entre 2000 et 2006, le marché des produits bio a connu une croissance record de 125%. Explication.



### indicateurs de l'exportateur



Population  
82,5 millions

Note Coface court terme → **A1**



PIB  
2 781 900 M\$

Capitale	: BERLIN			
Monnaie	: Euro			
Economie	2004	2005	2006	2007 p.
Croissance (%)	: 0,8	1,1	2,6	1,9
Inflation (%)	: 1,8	1,9	1,7	2,0
Exportations (var)	: 8,8	7,1	10,5	6,5
Importations (var)	: 6,2	6,7	10,0	5,7

Source : Coface

Mme Künast, Ministre de l'agriculture en 2001, avait affiché comme objectif 20% de production biologique en 10 ans et avait mis en place un programme qui devait permettre une expansion simultanée de la demande et de l'offre. Ce programme comporte des mesures en faveur de la production, de la transformation, de la commercialisation, des consommateurs, de la recherche et du transfert de technologie. Il met particulièrement l'accent sur la diffusion d'informations et le soutien à la mise en œuvre de technologies nouvelles.

**logo unique pour l'agriculture biologique allemande, qui a permis de donner une image commune aux produits.** Globalement, le budget attribué pour ce programme fédéral de soutien du bio était de 36 millions d'euros en 2003 (35 en 2002), puis 20 millions d'euros par an jusqu'en 2007, il sera de 10 millions d'euros en 2008.



Le marché des produits bio, porté par le logo unique, a connu une croissance fulgurante : +125% entre 2000 et 2006, atteignant un chiffre d'affaires de 4,5 milliards d'euros. Les superficies ont, elles aussi, augmenté sur cette période de 53%, atteignant 4,5% de la surface agricole cultivable, cependant loin en dessous des objectifs gouvernementaux de 20%. L'Allemagne est devenu néanmoins le second pays au monde, en surface bio, avec 3,5 millions d'ha.

Source : Sillons d'Europe, Politiques et débats agricoles et halieutiques européens, septembre 2007  
Missions Economiques Allemagne, Espagne, Italie, Royaume-Uni

Par ailleurs, dans le cadre du développement rural, les régions et le gouvernement fédéral ont financé les aides à la conversion et au maintien de l'agriculture biologique ainsi qu'à la transformation des produits, pour un budget annuel de plus ou moins 100 millions d'euros, ces montants d'aide évoluant selon les politiques régionales.

### Un centre de recherche sur la biomasse inauguré en janvier 2008

En janvier 2008, le centre de recherche allemand sur la biomasse (DBTZ) ouvrira ses portes à Leipzig.

Son implantation a été décidée en Saxe en raison de la présence de l'Institut régional de recherche sur l'Energie et l'Environnement, déjà très actif sur les questions de bioénergies. Le ministère fédéral de l'agriculture versera une première partie de financement de 4 millions d'euros, les ministères de l'Education, celui des Transports et celui de l'Environnement ajouteront 3 millions d'euros et le Land de Saxe 2 millions. Les projets de recherche menés bénéficieront des fonds alloués aux programmes de recherches nationaux et régionaux sur la biomasse mais aussi de fonds privés. Avec la création de ce centre, l'Etat allemand montre ainsi sa ferme volonté de conserver son rôle de chef de file dans le domaine des matières premières renouvelables.

### Un logo unique pour tous les produits

Dans ce contexte, la Ministre de la protection des consommateurs, de l'alimentation et de l'agriculture a créé en 2001 un

## Léon Chaillot salaisons, le succès d'un partenariat avec

Le fabricant de salaisons adapte et vend ses produits outre-Rhin grâce à des accords avec un industriel allemand.



Implantée depuis plus d'un demi-siècle, au cœur de la campagne ardéchoise, la société Léon

Chaillot Salaisons a fait le choix de miser sur les salons internationaux (cinq salons par an) pour appuyer sa démarche commerciale.

Le salon professionnel, Anuga, en Allemagne est l'un de ses plus importants rendez-vous d'affaires qu'elle prépare avec Erai et un partenaire industriel allemand. Avec 86 salariés, le savoir-faire de cette société

spécialisée dans la fabrication de saucissons et jambons secs, charcuterie pâtisseries, pâtés croûte et produits du terroir se transmet depuis trois générations.

Depuis 2004, ce savoir-faire s'exporte surtout sur le marché allemand: « Nous adaptions nos produits au goût du consommateur allemand. Nous avons conclu un accord de partenariat avec un important industriel allemand qui complète notre gamme de saucissons. Ces échanges de savoir-faire nous permettent de mieux cibler la clientèle allemande

composée essentiellement de particuliers. Nous bénéficions ainsi du réseau commercial de notre partenaire. Tous nos produits sont distribués dans la grande distribution allemande » explique Qhiem Phanh Nhat, Pdg de la Sas Léon Chaillot salaisons. « Adapter les produits au marché » tel est le credo de la société qui élabore quatre produits destinés exclusivement au marché allemand. Le plus connu est la saucisse courbe de 600 grammes "ringsalami" fabriqué en Ardèche selon une recette allemande transmise par l'industriel. « Cette saucisse connaît un grand succès





# Les **ingénieurs valenciennes** ont la cote auprès des grands constructeurs allemands

Via son diplôme de recherche technologique (DRT), l'Ensiam (Ecole Nationale Supérieure en Informatique, Automatique, Mécanique, Énergétique et Électronique) de Valenciennes, intégrée dans le pôle de compétitivité à vocation mondiale transport et logistique, i-Trans, jouit d'une forte notoriété auprès des grands constructeurs automobiles allemands.

Depuis un quart de siècle, l'Ensiam a développé un réseau de 250 entreprises et partenaires académiques à l'étranger, principalement en Allemagne et en Grande-Bretagne. « Depuis 25 ans, notre réseau international fonctionne très fort. Aujourd'hui 85% des étudiants ont une expérience à l'étranger lors de leur cursus. Au total, les élèves ingénieurs, recrutés sur le concours général de polytechnique, après leurs classes préparatoires, passent la moitié

de leur trois ans de scolarité à l'étranger, soit en stage, soit à l'université » explique Franck Lauro, responsable des placements des étudiants dans les entreprises partenaires. Surtout, la particularité de l'Ensiam est d'avoir mis en place un diplôme de recherche technologique (DRT) particulièrement prisé des grands noms de l'industrie automobile allemande. « Nous avons un effet un fort partenariat avec l'Allemagne », poursuit F. Lauro, « au niveau académique, nous

avons deux partenariats avec les universités de technologie de Dresde et de Saarebruck. Côté entreprises, nous avons en particulier, conclu deux accords cadres avec Daimler et Bosch. Ils nous proposent des offres de placement pour nos étudiants : stage ou thèse. Nous leur fournissons de jeunes ingénieurs en formation ». Pour la petite histoire, des représentants de Bosch parraineront la remise des diplômes de la prochaine promotion.

Outre-Rhin, Daimler et Bosch ne sont pas les seules entreprises intéressées par la matière grise valencienne : BMW, Audi, Volkswagen, LTU mais aussi le franco-allemand EADS, via sa filiale Airbus, convoitent les futurs ingénieurs de l'Ensiam. « Ces entreprises ont de forts besoins d'ingénieurs, elles apprécient particulièrement la qualité de formation de nos étudiants ».

**« Tous les jeunes en DRT sont embauchés »**

Concrètement le DRT s'apparente à une "mini-thèse". A l'issue de sa formation d'ingénieur (bac + 5), l'étudiant a la possibilité de poursuivre sur une formule DRT, de 18 mois. « L'étudiant termine sa formation par un stage de 6 mois puis enchaîne par un nouveau stage en entreprise d'un an pour obtenir son DRT. Nous avons en permanence entre 15 et 20 DRT. Une formule convaincante puisqu'aujourd'hui, tous nos jeunes sont embauchés » précise F. Lauro.

Grâce au réseau de l'Ensiam, les élèves ingénieurs ont donc la quasi certitude de se voir proposer un poste dans un grand nom de l'industrie allemande, à condition toutefois d'avoir une bonne pratique de l'anglais. Si tous les candidats maîtrisent correctement la langue de Shakespeare (le minimum exigé par l'établissement pour le test de langue Toeic étant de 750 points), la non maîtrise de la langue de Goethe n'est pas rédhibitoire : des cours d'allemands sont assurés y compris aux débutants.

## L'Allemagne en direct avec

Allemagne Marketing

Vous profitez aujourd'hui de l'efficacité de leaders allemands et du savoir-faire de spécialistes outre-Rhin.

Prestations et outils marketing proposés :

- **Marketing Direct B to B et B to C Allemagne** : bases de données / fichiers d'entreprises et de consommateurs, opérations Marketing Direct "clef en main", marketing téléphonique
- **Stratégie marketing Allemagne** : conseil approche directe et diffuse
- **Conseil communication Allemagne** : publicité, média, internet
- **Renseignement commercial & recouvrement en Allemagne**

Retrouvez-nous sur internet ou contactez directement  
Jacques ROLLAUER : tél. / fax : **03 87 32 35 05**  
Email : [info@allemagne-marketing.com](mailto:info@allemagne-marketing.com)

[www.allemagne-marketing.com](http://www.allemagne-marketing.com)

S. Etaix