

## VOYAGE

### – Déplacements –

Lignes aériennes directes à partir de l'aéroport Lyon-Saint Exupéry :

→ DÜSSELDORF → FRANCFORT → MUNICH → STUTTGART → BERLIN

## POINTS DE REPÈRE

### – Données économiques –

**SUPERFICIE :** 357 000 km<sup>2</sup>

**POPULATION :** 80 millions d'habitants

**MONNAIE :** Euro

L'Allemagne est le premier partenaire commercial de la France et de Rhône-Alpes.

### – Téléphone –

Dans une relation d'affaires, il vous sera très facile de contacter directement votre interlocuteur au téléphone (peu de filtrage au niveau du standard).

**FRANCE → ALLEMAGNE :**

**00 49** indicatif de zone,  
n° de votre correspondant (sans le 0 initial).

**ALLEMAGNE → FRANCE :**

**00 33** n° de votre correspondant (sans le 0 initial).

### – Organisation allemande –

L'Allemagne est un État fédéral et décentralisé, réparti en 16 Länder. Le poids des institutions et des circuits administratifs dans les affaires est faible.

La plupart des centres de décisions d'affaires restent dans les anciens Bundesländer (Länder de l'ouest).

## LES FRANÇAIS VUS PAR LES ALLEMANDS

**Pour beaucoup d'Allemands, les Français sont perçus comme arrogants, mal organisés et peu fiables, mais aussi à l'esprit de challengers, souples et créatifs.**  
« Se débrouiller » n'a pas d'équivalent en langue

allemande. La France reste un pays culte pour l'art de vivre : « Leben wie Gott in Frankreich » (vivre en France comme Dieu). Les entreprises françaises n'ont pas bonne réputation quant au respect des délais de livraison.

### CONTACTEZ – NOUS !

#### AIN

Anne-Marie Laboucheix  
Tél. 04 74 32 13 00  
amlaboucheix@ain.cci.fr

#### ARDÈCHE

Franck Liotier  
Tél. 04 75 69 27 22  
franck.liotier@ardeche.cci.fr

#### DRÔME

Françoise Vernusse  
Tél. 04 75 75 70 05  
f.vernusse@drome.cci.fr

#### GRENOBLE/GREX

Pierre-Emmanuel Chauv  
Tél. 04 76 28 28 39  
chauv@grex.fr

#### NORD ISÈRE

Didier Gerin  
Tél. 04 74 31 44 32  
d.gerin@nord-isere.cci.fr

#### ROANNE – LOIRE NORD

Cécile Talon  
Tél. 04 77 44 54 73  
c.talon@roanne.cci.fr

#### SAINT-ÉTIENNE MONTBRISON

Jean-Luc Chapelon  
Tél. 04 77 43 04 55  
jean-luc-chapelon@saint-etienne.cci.fr

#### BEAUJOLAIS

Pierre-Yves Guenot  
Tél. 04 74 62 73 00  
pyguenot@villefranche.cci.fr

#### LYON

Fabienne Diaz  
Tél. 04 72 40 57 69  
diaz@lyon.cci.fr

#### SAVOIE

Patrick Civier  
Tél. 04 79 75 93 74  
p.civier@savoie.cci.fr

#### HAUTE-SAVOIE

Danielle Meunier  
Tél. 04 50 33 72 70  
dmeunier@haute-savoie.cci.fr

#### RHÔNE-ALPES

Florent Belleteste  
Tél. 04 72 11 43 34  
belleteste@rhone-alpes.cci.fr

#### PUBLICATION

► **Chambre de commerce et d'industrie de région Rhône-Alpes**

32 quai Perrache  
CS 10015  
69286 Lyon cedex 02  
[www.rhone-alpes.cci.fr](http://www.rhone-alpes.cci.fr)



### GUIDE DU SAVOIR ÊTRE À L'EXPORT

# Travailler avec les Allemands

Quelques règles d'usage dans les affaires



Développer et maintenir de bonnes relations avec les Allemands, vous permettre de mieux appréhender leur état d'esprit, tels sont les objectifs de ce guide réalisé par CCI International Rhône-Alpes, en collaboration avec ses correspondants en France et en Allemagne.

**Et n'oubliez pas qu'à l'étranger, vous êtes l'étranger !**

## COMPORTEMENT DANS LES RENDEZ-VOUS D'AFFAIRES

### – Préparation –

Dans les affaires, la langue expressément recommandée est l'allemand, n'hésitez pas à prendre un interprète. Veillez à bien identifier vos interlocuteurs, la fonction prime sur le niveau hiérarchique ; ne cherchez pas à court-circuiter l'interlocuteur désigné par l'entreprise. Préparez vos rendez-vous avec l'appui de vos services techniques, vous devez être capable de répondre à toutes les questions que vos partenaires vous poseront. Attendez-vous à des négociations analytiques, difficiles, lentes et rationnelles.

### – Temps –

Pour les Allemands, le temps est primordial. Soyez ponctuel et prévoyez suffisamment de temps de déplacement entre deux rendez-vous (le trafic routier est très dense en Allemagne même sur les autoroutes). Les Allemands débutent leur journée de travail entre 7h30 et 8h et terminent entre 16h30 et 17h, évitez de proposer des rendez-vous en soirée, le temps des loisirs est sacré. Ils quittent plus tôt le travail le vendredi (au plus tard à 16h). Etablissez des plannings de travail structurés : ordre du jour, ordonnancement des thèmes, prochaines échéances. Respectez toujours les délais (remises d'offres, livraisons...) ou prévenez vos interlocuteurs dès le moindre retard.

### – Entretiens –

Le premier contact est un véritable test, il sera décisif pour votre future collaboration. Dans les affaires, les Allemands sont tenaces, obstinés, perfectionnistes, rationnels et loyaux. Les relations sont directes. La négociation allemande ignore le « jeu » commercial, les marchandages et les palabres. Les discussions sont séquentielles : chaque point est traité en profondeur, ne revenez pas sur un article déjà négocié.

### – Produits –

Les Allemands sont très respectueux de l'environnement. Toute stratégie commerciale doit tenir compte de la sensibilité du consommateur sur ce sujet. Intégrez dans votre démarche le recyclage des emballages et le Point Vert allemand (le «Grüner Punkt» est différent du Point Vert français) surtout pour les produits destinés au consommateur final.

### – Documentation –

Prévoyez une documentation complète en allemand sur votre entreprise et vos produits en mettant en avant vos avantages concurrentiels, vos références et vos savoir-faire. Les Allemands apprécient les documents informatifs et argumentés. Votre site internet doit inclure une version allemande.

### – Usages –

Compte tenu du poids de l'histoire, les Allemands n'aiment pas aborder les thèmes liés aux conflits armés et observent une certaine retenue sur ces sujets. Les Allemands ne s'égarent pas en considérations personnelles pendant le travail, faites de même.

### – Apparences –

La familiarité (tutoiement, usage du prénom) n'est pas conseillée. Les cartes de visites mentionnent toujours le grade universitaire. Les Allemands attachent beaucoup d'importance à la forme : l'usage du titre de docteur, par exemple, n'est pas réservé aux seuls médecins. Si vous dînez avec des partenaires professionnels, portez une tenue plutôt classique.

## ÉTAT D'ESPRIT ET MENTALITÉ

### – Repas d'affaires –

Ils ne sont pas très usuels et doivent durer moins d'une heure. Sacrifiez au repas arrosé de bière allemande élaborée selon une méthode et des critères très rigoureux, comme le vin en France. Au restaurant, le pourboire est de rigueur. Vous devez l'intégrer dans votre règlement.



### – Efficacité et culture d'entreprise –

L'efficacité, la performance et l'entreprise sont des valeurs très prisées des Allemands. Les compétences acquises au sein de l'entreprise, grâce au système très performant de formation continue, et les expériences professionnelles sont plus valorisées que les diplômes. Les décisions sont prises de façon collégiale « ENTSCHEIDUNGSTEAM » : attendez-vous à un processus long. Votre interlocuteur appréciera des points réguliers. Il attend de vous également d'être prévenu à l'avance en cas de retard par rapport à un calendrier fixé.

### – Sérieux et organisation –

Les Allemands apprécient le sérieux, la simplicité et l'honnêteté. La langue allemande ne permet pas les sous-entendus. Très méthodiques, ils accomplissent une tâche à la fois. Les Allemands prévoient à long terme. À la recherche permanente de la sécurité et de l'efficacité, ils détestent improviser.

### – Solidarité et culture de groupe –

Solidaires, les Allemands privilégient les échanges et les accords entre eux. Le groupe est toujours plus important que l'individu. Les Allemands sont très fiers de leur système de gestion entre partenaires sociaux. L'État fédéral intervient peu dans l'économie : les conventions collectives négociées entre les syndicats patronaux et salariés dictent les règles du travail.

### Objectif : productivité

Les coûts de production étant élevés, l'Allemagne pratique ardemment la recherche externe de compétitivité qui passe notamment par une politique d'achats très performante. La société allemande est productiviste, tout est conceptualisé et axé sur la productivité qui souvent passe par une spécialisation produit ou marché.