

L'ACCÈS AU MARCHÉ

Les Pays-Bas sont depuis toujours partisans du libre-échange. Ils ont quand même dû faire quelques entorses à ce principe en se conformant aux règles établies par la Communauté européenne, dont ils sont l'un des membres fondateurs. Les Pays-Bas continuent pourtant d'être très sensibles à la nécessité d'être flexibles, s'ils veulent maintenir et accroître leur importance économique en tant que principal centre de distribution européen. L'efficacité du service douanier local en est un bon exemple : celui-ci est en effet disposé à traiter des chargements qui ne satisfont pas pleinement aux exigences relatives aux documents ou certificats à produire.

LES CANAUX D'IMPORTATION

Les Pays-Bas comptent un bon nombre d'importateurs, d'agents des ventes et de distributeurs expérimentés qui connaissent bien le commerce international. Une grande partie des marchandises passent par les mains des importateurs qui achètent pour leur propre compte et distribuent dans l'ensemble du pays et de l'Europe. À cause de la taille, de l'accessibilité et du caractère compétitif du marché néerlandais, les importateurs insistent souvent pour avoir une franchise de distribution. Si l'importateur est une entreprise qualifiée et expérimentée, l'exclusivité de la franchise de distribution est souvent la meilleure solution, même si cet usage n'est pas vraiment répandu dans le secteur des pêches, sauf dans le cas des produits en conserve. Il existe en outre de nombreux commissionnaires et courtiers aux Pays-Bas qui desservent le marché intérieur et le marché européen du poisson et des fruits de mer. Un représentant néerlandais peut souvent constituer un excellent point de départ pour qui veut exporter en Europe. Les entreprises néerlandaises peuvent facilement s'occuper de la logistique, des aspects linguistiques et des stocks pour le compte des exportateurs canadiens.

LA DISTRIBUTION

Il n'est pas difficile d'introduire des produits sur le marché néerlandais; la chose peut d'ailleurs se faire de plusieurs façons. Comme il s'agit d'un marché compact, il est facile d'être représenté dans l'ensemble des Pays-Bas. Pour couvrir le territoire dans son entier, on peut recourir à l'une ou l'autre des méthodes de distribution suivantes, selon le volume des ventes prévu, les exigences relatives au soutien du produit et les techniques de marketing. Voici les méthodes de distribution appropriées : 1) établir un bureau de vente qui desservira tout le pays et servira de point de distribution en Europe occidentale; 2) vendre par l'intermédiaire d'un agent ou d'un distributeur dont l'activité pourra s'étendre à des régions particulières, au pays dans son ensemble ou à d'autres marchés européens, en plus du marché intérieur; 3) vendre par l'intermédiaire de grossistes ou de marchands établis; enfin, 4) vendre directement à des magasins, à des chaînes, à des coopératives de vente au détail ou à des organismes centraux d'achat.

LES FACTURES COMMERCIALES

Bien qu'il n'y ait pas de prescription particulière quant au contenu des factures commerciales, il est conseillé d'inscrire les renseignements suivants : 1) la date et le lieu d'expédition; 2) le marquage des colis et leur ordre numérique; 3) la description exacte des marchandises (p. ex. description commerciale d'usage, selon l'espèce, la quantité, la catégorie, le poids [brut et net] en unités métriques, l'accent étant mis sur les facteurs susceptibles d'avoir un effet sur la valeur du produit; 4) le prix convenu des marchandises, qui comprend le prix à l'unité et le coût total FAB usine, plus