

La Belgique

Votre partenaire dans l'Europe de 1992

Par l'ambassade du Canada à Bruxelles.

La Belgique est une valeur sous-estimée.

Avec une superficie d'environ la moitié de la Nouvelle-Écosse et une population de 10 millions d'habitants, la Belgique est l'un des plus petits pays d'Europe.

Toutefois, son rôle au sein de la Communauté économique européenne (CEE) est loin de se limiter au seul fait que sa capitale soit aussi celle de l'Europe. La petite taille du pays est en effet fort trompeuse quant à son importance réelle sur le plan commercial et industriel qui en fait une porte d'accès et une base d'implantation dans le marché unique de l'Europe de 1992. D'où son attrait pour les sociétés canadiennes.

Les données suivantes sont d'ailleurs fort révélatrices :

- la Belgique exporte 70 % de son Produit national brut (PNB), soit la proportion la plus élevée de tous les pays industrialisés;
- 75% du pouvoir d'achat de la CEE est situé dans un rayon de 350 km de Bruxelles;
- la Belgique est au même titre que la France le quatrième marché du Canada en Europe;
- l'économie belge a connu des taux de croissance moyens de 4 % au cours des cinq dernières années;
- la Belgique est l'un des pays les mieux placés pour profiter du marché unique;
- elle possède le plus haut niveau de concentration d'investissements étrangers dans le monde et jusqu'à tout récemment, elle était la première source d'investissements étrangers au Canada après les États-Unis et l'Angleterre.

Vendre à la Belgique et, à travers elle, à toute l'Europe

La place qu'occupe ce pays dans le commerce international est elle aussi tout à fait disproportionnée par rapport à sa population. Avec 0,21 % de la population mondiale, la Belgique est responsable de 3,2 % du commerce mondial et elle est le sixième importateur de la CEE avec seulement 3,1 % de

sa population.

La place commerciale de la Belgique présente deux caractéristiques fondamentales qui en font un marché des plus intéressants pour des entreprises canadiennes désireuses de pénétrer le marché unique de 1992.

La première, c'est que la Belgique est d'ores et déjà un véritable microcosme du marché unique et, par conséquent, un marché test incomparable qui en fait une porte d'entrée qui n'a pas d'équivalent au sein de la CEE.

En effet, la population de la Belgique est fort diversifiée et cosmopolite, à l'image de l'Europe : en plus de réunir sur un même territoire les cultures germaniques et latines incarnées par sa population néerlandophone (55 %), germanophone (5 %) et francophone (40 %), la Belgique compte un très grand nombre d'étrangers oeuvrant au sein des institutions de la CEE, de l'OTAN, de quelques 850 organismes internationaux et de milliers de sociétés multinationales dont plusieurs ont choisi la Belgique comme centre de coordination de leurs activités européennes.

Tout naturellement polyglottes, les Belges jouissent d'un pouvoir d'achat parmi les plus élevés en Europe.

Très sensible à la qualité et au service et depuis longtemps exposé aux produits d'origine les plus diverses, l'acheteur belge n'a pas, contrairement à plusieurs de ses voisins, de réflexe nationaliste le poussant à favoriser systématiquement la production nationale ou européenne au détriment d'un produit étranger.

La seconde caractéristique, c'est que la Belgique, de par sa position géographique et ses infrastructures, est un véritable centre de distribution pan-européen.

En effet, si elle exporte 70 % de son PNB, c'est non seulement parce qu'elle s'est spécialisée dans la transformation de matières premières qu'elle re-exporte sous forme de produits finis et semi-finis tant vers l'Europe que vers les autres marchés du globe, mais également parce qu'elle est à la tête d'un formidable réseau de distribution qui

rayonne sur les riches marchés environnants où se trouve 75 % du pouvoir d'achat de la CEE.

C'est ainsi que la Belgique, en plus d'abriter le deuxième plus grand port du continent, possède une infrastructure commerciale d'une redoutable efficacité qui s'appuie sur un réseau de transport et de communication parmi les plus denses et les plus efficaces du continent.

Le marché

Mais ne vend pas à la Belgique qui veut. On l'aura deviné, le marché belge est beaucoup convoité et hautement concurrentiel, et les acheteurs sont généralement loyaux envers leurs fournisseurs qui sont souvent établis de longue date.

Le succès est toutefois à la portée des sociétés qui commercialisent des produits et des services de haute qualité, qui occupent déjà une place importante sur le marché nord-américain pour leurs produits et leurs services et qui sont prêtes et capables d'investir le temps et l'argent nécessaires pour adapter leur méthodes de commercialisation aux exigences du marché européen et de démontrer leur sérieux et leur détermination.

Si des succès rapides sont toujours possibles, il n'en reste pas moins que toute percée sur le marché belge doit être réfléchie et soutenue et qu'elle exige habituellement un engagement à moyen terme.

Un partenaire européen taillé sur mesure

La Belgique est depuis longtemps l'un des pays européens les plus ouverts, dont la politique économique est fondée sur la libre entreprise et la concurrence. Dès 1921, naissait l'union économique belgo-luxembourgeoise. La formation du Bénélux après la deuxième guerre mondiale a été le prélude à la formation des communautés européennes.

Le libre-échange et le commerce international sont donc depuis longtemps la norme et la façon de vivre dans ce petit pays. Premier pays après l'Angleterre à s'être industrialisé, elle est

(Voir page 8 : La Belgique.)