

nécessaires pour accepter ou refuser l'offre qui leur est faite. Dans bien des cas, un suivi s'impose (en Hollande, comme ailleurs, le temps est limité et les absences ne sont pas rares) et constitue une pratique recommandée.

La crédibilité naît de la rationalité.

Les cotations peuvent être effectuées en dollars canadiens ou américains; en outre, elles peuvent être FOB à un port ou un aéroport canadien, ou CIF à un port ou un aéroport hollandais, et l'on recommande généralement de demander aux acheteurs éventuels la formule qu'ils préfèrent.

Il est parfaitement raisonnable de prévoir un L/C pour les chargements initiaux et d'assouplir les conditions de paiement lorsque la confiance mutuelle est devenue assez solide. Les produits nouvellement importés sont généralement lancés par des importateurs ou des agents lors de foires commerciales locales, dont la plupart sont très fréquentées. A noter que la participation à ces événements est un bon moyen de trouver des agents.

Dans la plupart des cas, les débouchés attrayants exigent une représentation exclusive, ce qu'il faut soigneusement considérer, car le marché en général est trop restreint pour justifier plus d'un seul représentant. Un grand nombre de distributeurs qui travaillent aux Pays-Bas se servent des marchés voisins et voudront probablement ne pas se limiter au marché hollandais. Compte tenu des dispositions qu'ils ont prises pour se faire représenter sur ces marchés, nos exportateurs devraient prendre ces demandes en considération.

L'Europe de 1992

L'élimination des dernières barrières commerciales a eu pour conséquence directe de réduire les coûts et de faciliter l'accès à tous les marchés de la Communauté européenne (CE). Parallèlement, l'élargissement du marché européen renforcera la concurrence à l'intérieur et à l'extérieur de la CE. D'où, probablement, une pression à la baisse sur les prix et, donc, une réduction des marges de profit.

Un grand nombre de petites et de moyennes entreprises sont en train de consolider leur position au moyen de fusions, de prises de contrôle et d'entreprises conjointes, en prévision de l'Europe de 1992. Pour les entreprises plus modestes qui ne desservent pas l'ensemble de la Communauté, les conséquences seront probablement

limitées; mais aucune entreprise ne pourra se dispenser d'accroître son efficacité et d'adapter sa stratégie.

Aux Pays-Bas, les gens d'affaires se préparent activement à l'avènement de l'Europe de 1992. Ce pays s'efforce plus que jamais de se présenter comme le principal foyer de distribution en Europe, en discutant ou en exécutant des projets ambitieux en vue d'élargir et d'améliorer l'infrastructure des transports aériens et terrestres.

Les Pays-Bas plus qu'un marché

Le développement accéléré des grands blocs commerciaux dans le monde industrialisé exigera probablement qu'on modifie les méthodes traditionnelles d'exportation.

D'un point de vue économique, avec l'avènement du Marché européen unifié, les Pays-Bas constitueront une région plutôt qu'un pays pourvu de frontières; parallèlement, le commerce et l'industrie hollandaises diviseront la Communauté européenne en régions de commercialisation selon des stratégies individuelles; ils l'ont d'ailleurs probablement déjà fait.

Nos exportateurs qui font déjà des affaires avec les Pays-Bas et d'autres pays de la CE devraient soigneusement reconsidérer leurs accords actuels en matière de représentation ou de distribution. Doivent-ils les maintenir sur leur forme présente? Auraient-ils intérêt à réduire les coûts pour accroître la compétitivité en créant une sorte de présence, soit directement, soit en travaillant avec une ou plusieurs entreprises de la CE? Faut-il insister sur l'identité du produit ou élargir la gamme dont il fait partie? Telles sont quelques-unes seulement des questions qui pourraient se poser à propos des répercussions éventuelles du marché unifié.

Conseils généraux

Pour les entreprises qui viennent de prendre pied sur le marché hollandais, il est essentiel de s'assurer qu'elles possèdent un excellent produit. Meilleure sera la qualité de la conception, du fini et de la durabilité, meilleures seront les chances de réussite, en particulier si les affaires sont menées à la satisfaction des Hollandais. Avant tout, il faut, pour réussir, avoir un but, de la patience et de la persévérance.

La SEE favorise les exportations vers les Pays-Bas

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) offre une variété de

services de financement, de garantie et d'assurance aux entreprises qui veulent exporter aux Pays-Bas.

Au cours des cinq dernières années, la SEE a offert des contrats d'assurance à court terme pour appuyer environ 117 millions de dollars d'exportations canadiennes vers les Pays-Bas, et a financé pour environ 329 millions de dollars d'exportations de biens d'équipement et de services destinés à ce pays.

En général, le financement offert par la SEE couvre jusqu'à 85 % de la valeur des exportations canadiennes. En plus des facilités de crédit habituelles accordées aux acheteurs et aux fournisseurs, la SEE peut façonner plusieurs types de plans de financement adaptés aux préférences de l'emprunteur, soit : financement par emprunt sous forme de crédit-baux au Canada et à l'étranger, extension des crédits, garantie des titres de créance, protection des taux d'intérêt, et prêts monétaires multiples.

Grâce aux services d'assurance de la SEE, nos exportateurs peuvent se protéger contre les pertes causées par les acheteurs étrangers en cas de non paiement. La SEE assume 90 pour cent des risques commerciaux et politiques liés aux transactions d'exportation.

Pour savoir comment la SEE peut vous aider à profiter au maximum de vos débouchés éventuels aux Pays-Bas, communiquer avec l'un des bureaux régionaux suivants de la SEE : Vancouver, Winnipeg, Calgary, Toronto, Ottawa, London, Montréal et Halifax.

Coordonnées utiles

Patrice Veilleux, Direction de l'expansion du commerce, des investissements et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), AECEC. Tél. : (613) 995-6440. Télécopieur : (613) 995-6319

Ambassade du Canada
Section commerciale
C.P. 30820

2500 GV La Haye
Pays-Bas.

Téléphone : 011-31-70-361-4111.
Télécopieur : 011-31-70-356-1111

Chambres de commerce Canada-Pays-Bas

Montréal — Tél. : (514) 288-4466.
Télécopieur : (514) 288-9183.

Toronto — Tél. : (416) 366-8035.
Télécopieur : (416) 366-0335.

Vancouver — Tél. : (604) 688-5017.
Télécopieur : (604) 684-7184.

Halifax — Tél. : (902) 421-1779.
Télécopieur : (902) 423-2438.