

commercialisation qu'il est possible d'y acquérir s'avérera fort utile aux exportateurs désireux de commercer avec les autres pays de la CE. On dit en Europe que lorsqu'un produit est lancé avec succès en Belgique, il a de bonnes chances d'être également accueilli favorablement dans les autres pays de la CE.

En élaborant leur stratégie européenne, les sociétés canadiennes devraient tenir compte du fait que la Belgique est considérée par la plupart des spécialistes en marketing comme le meilleur marché-test au sein de la CE. La Belgique est l'un des meilleurs endroits en Europe où ouvrir un bureau de ventes, notamment à cause de sa situation géographique et des coûts relativement peu élevés qui en découlent, mais aussi parce qu'il est facile d'y recruter du personnel parlant plusieurs langues, et que les services, dans les domaines des communications et des finances, ainsi que les autres services de soutien, y sont d'excellente qualité.

Par ailleurs, la Belgique possède l'un des meilleurs systèmes de transport de toute l'Europe. Le pays est aisément accessible par air, par mer, par rail et par autoroute. L'aéroport international Zaventem, à Bruxelles, est l'un des rares aéroports européens où les avions de passagers et les avions-cargo ne causent pas de problèmes de congestion; des travaux d'agrandissement y sont d'ailleurs en voie de réalisation. Les ports d'Anvers et de Zeebrugge comptent parmi les plus efficaces de la CE, pour la manipulation tant des conteneurs que des marchandises en vrac. En outre, la Belgique, qui est située sur le parcours ou à proximité de certains des grands axes routiers de la CE, offre un accès facile aux grands marchés voisins. Enfin, la Belgique possède de nombreuses entreprises d'exportation de taille moyenne qui occupent des marchés à créneaux; bon nombre d'entre elles peuvent constituer d'excellents partenaires stratégiques dont les atouts conviennent particulièrement bien aux besoins des entreprises canadiennes désireuses de s'implanter tant dans les pays de la CE que dans les pays signataires de l'Accord de libre-échange nord-américain.

En ce qui concerne le poisson et les fruits de mer, la situation géographique de la Belgique et les comportements de ses consommateurs en font un excellent marché-test. Quoique située sur la mer du Nord, la Belgique n'y possède qu'un littoral de 66 km et ne peut, par conséquent, satisfaire à la totalité de la demande de poisson et fruits de mer de sa population, même si elle bénéficie de droits de pêche dans les eaux littorales de l'Angleterre. Par ailleurs, de nouveaux débouchés s'offrent aux exportateurs qui désirent se tailler une place sur le marché belge dans la mesure où plusieurs grandes chaînes de magasins d'alimentation se montrent de plus en plus intéressées à acheter directement à l'étranger plutôt que de passer par des importateurs.

Pour les exportateurs, le marché belge est également attrayant dans la mesure où il constitue une porte d'entrée à la principale région économique de la CE. À cause de sa situation géographique idéale, une quantité considérable de poisson et fruits de mer importés transitent par la Belgique. Ces produits y sont souvent transformés (fumés ou marinés), en franchise de droits, et réexportés dans les pays voisins. Par ailleurs, les acheteurs professionnels étrangers, de l'Allemagne, de la France et des Pays-Bas, s'approvisionnent régulièrement auprès des importateurs belges et des marchés portuaires de poisson frais dont ils apprécient surtout la très grande variété de produits.

L'attitude des consommateurs belges de poisson offre aux entreprises étrangères une autre raison de s'intéresser d'abord au marché de la Belgique. Les Belges sont de gros consommateurs de