

**S**ouvent appelés le plus grand des petits pays de l'Union européenne ou le plus petit des grands États membres, les Pays-Bas jouent un rôle de premier plan dans le secteur de l'alimentation en Europe et au-delà. En qualité de producteur, ce petit pays fait partie des trois

en plus souvent leurs repas à l'extérieur du foyer. Les établissements de restauration rapide se multiplient rapidement et les traiteurs se portent très bien. Les Néerlandais apprécient le style de vie nord-américain, comme on peut le constater dans les grands centres.

et la logistique peuvent expliquer le peu de produits canadiens offerts sur les tablettes des supermarchés. Soulignons toutefois que les producteurs américains ne s'en tirent guère mieux.

### **Pour le producteur canadien, les débouchés valent-ils les efforts nécessaires?**

Tout dépend de la stratégie de votre entreprise : si vous avez développé vos marchés en Amérique du Nord et que vous êtes en mesure d'intensifier votre production, les Pays-Bas peuvent être une option valable pour un projet d'expansion future en Europe. Les perspectives sont plus intéressantes si votre produit possède des qualités uniques et un nom de marque distinct et si vous êtes prêt à vous plier aux règlements européens sur les aliments et drogues ainsi qu'à respecter les exigences de l'importateur ou de l'acheteur sur le plan de l'emballage ou de l'étiquetage. Une entreprise de l'Ontario réussit d'ailleurs bien sur le marché des Pays-Bas en répondant à tous ces critères.

### **Doit-on opter pour la vente directe ou avoir recours à un importateur?**

Les acheteurs des supermarchés néerlandais voudront certainement discuter avec vous si votre produit est suffisamment attrayant. Par contre, ils vous diront qu'ils ne voudront pas entreposer vos produits et qu'ils exigent une garantie de livraison juste à temps. Par conséquent, vous devrez prendre vos propres arrangements locaux pour l'entreposage et la distribution. Il s'agit d'un aspect néanmoins facile à régler, car le pays est doté d'une industrie de distribution très perfectionnée, où de nombreux fournisseurs offrent des services logistiques complexes. Les coûts sont cependant assez élevés. En revanche, si vous trouvez un bon importateur capable d'entreposer vos produits, vous pourrez obtenir une meilleure couverture sur le marché et être plus en mesure de livrer la marchandise sur demande. La marge de l'importateur équivaut grosso modo au coût de la distribution privée. De plus, l'importateur est bien placé pour donner des conseils et des recommandations sur l'emballage et l'étiquetage et pour discuter des conditions du marché.

Voir page 11 - L'alimentation

## Le jeu en vaut la chandelle Le marché de l'alimentation au détail aux Pays-Bas

principaux exportateurs de produits agricoles et agroalimentaires au monde. Cette position enviable est toutefois quelque peu menacée par les transformations qui secouent son secteur agricole. Ce dernier, réputé depuis toujours pour son grand rendement et le dynamisme de ses entrepreneurs, est soumis à des exigences environnementales de plus en plus sévères et à une forte demande de terrains pour l'expansion urbaine et l'exploitation industrielle. Les Pays-Bas comptent 16 millions d'habitants sur 41 500 km<sup>2</sup>, soit les trois quarts du territoire de la Nouvelle-Écosse.

Les Pays-Bas exportent non seulement partout dans le monde, mais ils achètent aussi un volume considérable de produits agricoles et alimentaires. La production intérieure de grains, d'oléagineux et d'ingrédients destinés à la fabrication de nourriture pour animaux, par exemple, ne suffit pas à répondre à la demande de l'industrie de la transformation. Par ailleurs, les importations d'aliments semi-préparés et emballés n'ont cessé d'augmenter depuis quelques décennies.

### **Quelle est la taille approximative du marché des aliments?**

Selon les estimations d'AC Nielsen, les ventes au détail atteindront 48 milliards de dollars en 2000. Ajoutons à ce chiffre la valeur du marché des services alimentaires, estimée à 20 milliards de dollars, et le total atteint près de 70 milliards de dollars. Les services alimentaires connaissent une croissance particulièrement vigoureuse, les consommateurs prenant de plus

### **Comment le marché est-il structuré?**

Si l'on ne compte pas les services alimentaires, à peu près les deux tiers des aliments sont vendus par le truchement des supermarchés. Viennent ensuite les magasins spécialisés qui, bien qu'en déclin, continuent de combler un important besoin. Par exemple, le consommateur averti préférera se rendre dans une boutique spécialisée pour acheter des noix, des fromages, du vin, du poisson ou des légumes. Les autres ventes sont en grande partie réalisées dans des marchés extérieurs, que beaucoup de consommateurs (dont les membres des communautés ethniques) préfèrent en raison de leur couleur locale et de leurs produits vendus à des prix avantageux.

Deux organisations dominent le marché des épicerie aux Pays-Bas : Albert Heijn, sans contredit le chef de file avec environ 28 % du marché, et Laurus, qui a une part estimée à 22 %. Une foule de petites chaînes et d'autres établissements s'occupent de l'autre moitié du marché.

### **Trouve-t-on des produits canadiens dans les magasins néerlandais?**

Malheureusement, le Canada est sous-représenté dans les supermarchés locaux. En effet, même si les Néerlandais figurent parmi les plus importants acheteurs de produits agricoles primaires ou semi-transformés du Canada en Europe, les importations d'aliments canadiens emballés sont négligeables. L'absence d'articles ayant un attrait suffisant pour le consommateur, les prix