

**C**onnue pour sa cuisine recherchée et pour sa diversité culturelle, la Belgique est un marché-test idéal, quoique difficile. Comptant 10 millions d'habitants, le pays est d'une bonne taille pour les exportateurs canadiens de produits alimentaires désireux de s'implanter sur le vaste marché européen. Blottie entre la France, l'Allemagne, les Pays-Bas et la mer du Nord, la Belgique est un excellent centre pour le

### Capitale culinaire de l'Europe

En plus de disposer du revenu disponible le plus élevé de l'UE, les Belges sont exigeants pour ce qui est des produits alimentaires et veulent une grande variété de produits de haute qualité. Par souci de commodité et en raison des prix compétitifs, les consommateurs font leurs achats dans les supermarchés et les hypermarchés locaux qui offrent à la fois des produits ali-

est à prédominance francophone, les habitudes de consommation sont semblables à celles des Français, alors qu'en Flandre, elles ressemblent davantage à celles des Pays-Bas.

### Densité des circuits de distribution

En raison de la situation géographique de la Belgique, située au cœur de l'Europe, et de la vitalité de son secteur de la transformation des aliments, les importations de produits alimentaires sont souvent destinées non seulement au marché de détail de la Belgique, mais aussi à d'autres marchés européens.

Les exportateurs canadiens de produits alimentaires peuvent tirer parti de l'abondance de circuits de distribution de la Belgique, qui comportent notamment des chaînes de magasins de vente au détail, des magasins de vente en gros sans livraison, des groupes d'achat en gros, des magasins franchisés et des associations sectorielles. La meilleure façon de s'implanter sur le marché belge des produits alimentaires est sans doute d'avoir recours simultanément à ces divers circuits. Les grandes chaînes de détail de Belgique sont en majorité intégrées verticalement, et elles sont présentes dans chacune des étapes du processus de distribution.

Les importations représentent environ 30 % du marché belge des produits alimentaires, ce qui en fait une destination intéressante pour les produits alimentaires du Canada. Les produits qui correspondent aux tendances actuelles du secteur alimentaire (p. ex. les produits de marque maison, les produits santé et les produits biologiques) et les produits spéciaux canadiens (p. ex. le riz sauvage, les viandes spéciales, les produits de confiserie) pourront sûrement profiter des débouchés les plus prometteurs. Au nombre des principaux produits agroalimentaires importés du Canada se trouvent les oléagineux, les céréales, les légumes, les boissons, les aliments cuisinés, ainsi que les produits spéciaux, de plus en plus en demande.

Pour plus de détails concernant le marché agroalimentaire de la Belgique, consulter le site [www.infoexport.gc.ca/be](http://www.infoexport.gc.ca/be) ou communiquer avec M. Francis Keymolen, ambassade du Canada à Bruxelles, téléc. : (011-322) 741-0616, courriel : [francis.keymolen@dfait-maeci.gc.ca](mailto:francis.keymolen@dfait-maeci.gc.ca) ✱

## Profil du marché

# Produits agroalimentaires en Belgique

commerce et aussi une porte d'entrée sur l'Europe du Nord-Ouest. Ce pays dispose d'une des meilleures infrastructures de transport d'Europe, permettant d'acheminer de façon rentable, en moins de 48 heures, des marchandises destinées à 300 millions de consommateurs.

Bien que la Belgique soit reconnue comme l'un des marchés-tests les plus intéressants d'Europe, sa diversité culturelle lui vaut d'avoir aussi l'un des environnements les plus complexes. Comme les pratiques commerciales germaniques sont courantes dans tout le pays au même titre que les pratiques commerciales latines, il est fortement recommandé aux partenaires d'entreprises belges de posséder les connaissances culturelles et linguistiques nécessaires pour pouvoir desservir efficacement les différentes régions du pays. Le fait de posséder de l'expérience en vente et en commercialisation sur le marché de la Belgique s'avérera un atout précieux pour de futures exportations à destination des autres pays de l'Union européenne (UE). Il est communément admis que, si un produit est introduit avec succès en Belgique, il a de bonnes chances de bien se vendre dans le reste de l'UE.

mentaires et d'autres biens de consommation durables et non durables. La Belgique compte par ailleurs nombre de boutiques et de magasins spécialisés. La plupart des agglomérations ont au moins une boulangerie, une charcuterie, une boucherie et une foule d'autres magasins spécialisés dans les fruits et légumes, les produits de la mer, le vin, les fromages et les chocolats.

Les Belges aiment sortir et profiter de quelque 35 000 restaurants et cafés de diverses cultures que compte le pays. En outre, la cuisine belge figure parmi les meilleures d'Europe. Les restaurants offrent à leur clientèle la possibilité de goûter des produits exclusifs qui ne se trouvent pas dans les magasins de détail. Les Belges ont la réputation d'être plus facilement prêts à essayer et à accepter de nouveaux produits alimentaires que la majorité des Européens. Les exportateurs canadiens, par exemple, ont réussi à introduire sur le marché belge des viandes spéciales comme le bison.

Les habitudes de consommation varient selon les régions du pays et les caractéristiques culturelles de chacune d'elles. Par exemple, dans le sud, où la population