



invest-export.brussels 



Mise à jour : Novembre 2015

Pays-Bas

Les secteurs prometteurs Approche du marché Recommandations

Attaché économique et commercial
Patrick PAUWELS

Contact:

info@exportbrussel.nl

thehague@brusselsinvestexport.com

00 31 70 345 25 94



Les secteurs prometteurs

Après des années difficiles, l'économie néerlandaise croît à nouveau: en 2015, on s'attend à une croissance de 2 % et en 2016 de 2,4 %. Ce sont surtout les dépenses intérieures qui remontent grâce à un ensemble de mesures visant à améliorer le pouvoir d'achat, à de réelles augmentations de salaire, et à un marché du logement en progression. La croissance de l'exportation, estimée à 3,7 % en 2015 et à 5,1 % en 2016 contribue également significativement à la relance économique. Les investissements d'exploitation augmentent fortement en 2015 et 2016, respectivement de 6,8 % et 6,9 %. La capacité de production est étendue pour répondre à une demande plus importante émanant du pays et de l'étranger. Les conditions sont donc favorables pour l'entrepreneuriat, avec des opportunités pour les exportateurs bruxellois de biens et de services.

Le secteur des soins néerlandais

Les Pays-Bas sont un pays très prospère. Le vieillissement est l'un des principaux défis sociaux. Pour maintenir un système de soins abordable, de grande qualité et bien développé, d'importantes adaptations sont donc nécessaires, notamment l'introduction du libre-échange.

Les budgets annuels pour le secteur des soins augmentent d'année en année. Il y a là de belles opportunités pour les entrepreneurs bruxellois dans des domaines aussi variés que les médicaments innovants, les solutions eHealth, les systèmes de surveillance des patients, toutes sortes d'applications numériques. Les exportateurs joueront certainement un rôle dans la réduction de l'infrastructure hospitalière physique par exemple.

On gardera toujours à l'esprit que les Pays-Bas sont un marché avancé et très développé où la concurrence est impitoyable et le processus d'achat connaît un très haut niveau de professionnalisation. Ainsi, à l'image de l'Allemagne, des hôpitaux s'organisent de plus en plus pour faire des achats conjoints. De plus, aux Pays-Bas, l'offre locale est très élevée. Le secteur LSH (Life Sciences & Health) est très compétitif et très axé sur l'exportation. Le secteur réalise un chiffre d'affaires de 18,3 milliards d'euros, dont 5,5 milliards d'euros au niveau

de la pharmacie, 11,8 milliards d'euros en termes d'équipement médical et 1 milliard d'euros pour la recherche et le développement.

Sur un total de 20,6 milliards d'euros dépensés par les hôpitaux néerlandais, 7,7 milliards d'euros sont consacrés à l'achat d'outils d'exploitation. Le marché total des dispositifs médicaux (appareils médicaux, instruments chirurgicaux jetables, matériel de soins, produits de revalidation) est estimé à 4,1 milliards d'euros.

Ainsi, en 2013, 94,2 milliards d'euros ont été dépensés aux soins de santé et de bien-être. Un peu plus de la moitié de ce montant va aux soins intramuros. Les hôpitaux occupent de loin la première position (85%). En 2014, les Pays-Bas comptaient 82 hôpitaux, dont 8 Centres médicaux universitaires, 106 cliniques privées et 213 centres de traitement indépendants.

L'épicerie fine, un marché lucratif

Le Néerlandais aisé aime les plaisirs de la table. Bien qu'il soit tout à fait conscient des prix, il/elle se laissera volontiers tenter par notre épicerie fine. Des boutiques d'épicerie fine sont donc un groupe-cible intéressant. Le commerce en spécialités alimentaires réalise un chiffre d'affaires de 3,8 milliards d'euros. Au Pays-Bas, les 655 fromageries et épiceries fines réalisent un chiffre d'affaires de 158 millions d'euros, à savoir 4% du chiffre d'affaires des commerces en spécialités alimentaires. Ils restent cependant un important débouché pour les produits alimentaires de niche plus chers, de qualité et innovants qui trouvent plus difficilement leur chemin vers les rayons des supermarchés, où le prix est un facteur dominant. Dans le domaine de l'alimentation aussi, l'intérêt se porte de plus en plus sur le commerce en ligne. Idéalement, le 'online' et 'onsite' se renforcent mutuellement. En outre, il faut miser sur toutes les manières pour intensifier la perception du consommateur. Aussi, le consommateur conscient est prêt à payer plus pour des aliments biologiques, des produits "free from" et fair trade.

Mode et design

Les magasins de mode ont dû faire face à une période difficile ces derniers temps aux Pays-Bas. D'année en année, une baisse des chiffres d'affaires a été notée. Il était de plus en plus difficile de qualifier la mode comme un secteur prometteur. Même si, aujourd'hui, les indicateurs économiques sont de plus en plus favorables et que la confiance des consommateurs a fortement augmenté, le chiffre d'affaires des magasins de vêtements néerlandais reste bas. Cela s'explique par un certain nombre de facteurs, aussi structurels: en raison du vieillissement de la population est apparu un groupe de consommateurs toujours plus important, probablement moins sensible à la mode et à l'égard duquel l'offre n'est pas adaptée. Simultanément, l'e-shopping prend de plus en plus d'importance et cette tendance ne fera que croître.

Il est très difficile de trouver une niche entre les marques de mode luxueuses et chères dont certaines grandes surfaces veulent fortement augmenter le nombre dans le cadre du processus de l'amélioration de l'offre de luxe. Il est très probablement impossible d'entrer en concurrence avec les articles bon marchés "fast fashion". Une solution possible est que les fournisseurs offrent des formules de collaboration intelligentes, très efficaces, flexibles, rationnelles et économiques aux exploitations commerciales en prêtant particulièrement attention aux processus logistiques. Un extrême professionnalisme est une condition sine qua non pour avoir une chance de réussite.

Le secteur des TIC

Les TIC sont présents dans tous les secteurs. Les sujets d'actualité sont sans conteste la cybersécurité, la mobilité intelligente (Systèmes de transports intelligents), la domotique, les concepts smart city, les applications big data commerciales ou privées, l'eHealth, etc.

Une niche intéressante dotée d'un grand nombre de domaines d'application est les "serious games". L'impact de l'impression 3D, tant à domicile que commerciale voire industrielle, mérite une attention.

L'organisation Nederland ICT considère les TIC comme un marché clairement en expansion. Cela vaut également pour presque tous les sous-secteurs, à l'exception des services TIC, qui restent stables.

Le secteur des logiciels en particulier a connu une forte croissance, passant de 5,3 % en 201... pour atteindre 8,3 % en 2015. On note également une forte hausse dans les secteurs des hardwares, et surtout les équipements de réseau, les tablettes et smartphones.

Le déplacement vers des solutions cloud-based a fortement influencé ces taux de croissance. Un taux de croissance allant jusqu'à 30% est prévu tant pour les solutions cloud publiques que privées.

D'ici peu, le secteur des TIC sera un vrai stimulateur de l'économie.

Dans le secteur privé, les prestataires de services aux entreprises et les organisations financières sont de gros consommateurs de TIC. Dans le secteur public, ce sont les soins et le bien-être.

Dépenses TIC par secteur:

1. Hardware: les dépenses continuent à augmenter.

Le sous-secteur des systèmes Servers & High-end représente 1,2 milliards d'euros, et a augmenté de 2,6 % par rapport à 2015.

Les Laptops et des desktops représentent 2,34 milliards d'euros, une diminution de 2,5 %.

Les dépenses en matière de tablettes ont augmenté de 12 %.

Les dépenses en matière de smartphones sont en hausse de 22 % et ont atteint 866 millions d'euros.

Les 'Wearables' sont le sous-secteur le moins important, mais il s'agit également de celui qui enregistre la croissance la plus rapide (dépenses attendues de 54 millions d'euros).

2. Equipements pour réseaux: les dépenses en matière d'équipements de réseau ont augmenté de 5,5 % pour atteindre 2,3 milliards d'euros:

Routers, switches, access points & firewalls: 980 millions d'euros (+ 8,5 %)

Cabling & Patching: 373 millions d'Euros

Autres équipements télécom et de communication de données: 928 millions d'euros (+ 4 %)

3. Equipement back office: 401 millions d'euros (+ 13,3 %)

Sauvegarde: les dépenses liées à la sauvegarde on-site s'élèvent à 223 millions d'euros.

La sauvegarde cloud s'élève à 180 millions d'Euros.

4. Equipements de bureau: les dépenses ont légèrement augmenté (0,6 %) pour atteindre 402 millions d'Euros dont 274 millions d'euros sont consacrés à l'impression et aux appareils multifonctions.

5. Logiciels: il est attendu que les dépenses augmentent de 8,3 % en 2015 pour atteindre 6,9 milliards d'euros. Les sous-segments IT security et virtualisation augmentent en particulier de près de 14 %. L'IT security, allant des programmes antivirus pour Pc jusqu'au complete cloud based enterprise security solutions, ont de plus en plus d'importance.

Management software: 266 millions d'euros

Logiciels commerciaux CRM, ERP, etc.: 2,6 milliards d'euros

Logiciels de productivité: 1,23 milliards d'euros

Logiciels de développement: 279 millions d'euros

IT security: 411 millions d'euros

Operating systems et logiciels d'appui: 1,55 milliards d'euros

Virtualisation: 557 millions d'euros

6. Services:

Le chiffre d'affaires du segment services IT reste stable par rapport à 2015 et s'élève à 5,8 milliards d'euros.

Maintenance technique et appui: 528 millions d'euros (+ 3,5 %)

Maintenance fonctionnelle: 424 millions d'euros (+ 3,5 %)

Services professionnels et consulting: 1,4 milliards d'euros (+ 1%)

Outsourcing: 3,43 milliards d'euros (- 2 %)

7. Hosted solutions et private cloud:

Le chiffre d'affaires augmente fortement et atteint 1,4 milliards d'euros (+ 28 %), les services offerts via une plateforme enregistrant la plus forte hausse (+ 38,6 %) et générant un chiffre d'affaires de 534 millions d'Euros.

L'industrie chimique

L'exportation bruxelloise vers les Pays-Bas est composée à 40 % de produits du secteur chimique. L'exportation bruxelloise vers les Pays-Bas en termes de chimie s'élevait en 2014 à un peu plus de 289 millions d'Euros.

A l'inverse, l'exportation des Pays-Bas vers la Belgique est également très importante.

Il s'agit d'un secteur fortement consolidé avec un certain nombre de très grands acteurs. Mais rien n'empêche des plus petits acteurs de niche d'y trouver ou créer sa chance.

Le chiffre d'affaires de ce secteur représentait en 2013 près de 60 milliards d'euros, dont 6 milliards liés à l'industrie pharmaceutique. Les Pays-Bas sont, après l'Allemagne et la France, le troisième producteur de produits chimiques d'Europe en termes de taille. Ce secteur fournit du travail à 57 mille personnes (dont 13 mille dans l'industrie pharmaceutique), réparties dans plus de 400 entreprises (pharmacies et entreprise unipersonnelles non comprises). La chimie est après l'industrie alimentaire et du tabac la principale branche d'activité aux Pays-Bas.

Dans des domaines tels que la chimie de base, la biotechnologie, les ingrédients alimentaires, les enduits et les matériaux de haute performance, les Pays-Bas sont dans le top mondial. Cela se reflète également au niveau des exportations. La chimie représente près de 20 pourcent de l'ensemble des exportations néerlandaises.

L'exportation des produits chimiques s'élève à 17 % de l'ensemble des exportations de biens et à 19 % des biens exportés produits aux Pays-Bas. En 2013, les importations ont augmenté de 3 % pour atteindre € 52 milliards.

La Belgique est le deuxième client des Pays-Bas en termes de produits chimiques.

L'innovation est essentielle pour l'industrie chimique néerlandaise. Une preuve parmi d'autres: les investissements réalisés dans le secteur de la recherche et du développement. Aux Pays-Bas, l'industrie chimique investit environ 1,5 % de son chiffre d'affaires dans la recherche et le développement au sein de sa propre industrie, c'est-à-dire environ 900 millions d'euros (chiffres de 2011).

Services spécialisés

Dans des sociétés fortement développées, avancées et ouvertes comme les sociétés néerlandaises, il existe de belles opportunités en termes d'exportation de services spécialisés. Habituellement, on entend par exportation de services essentiellement le tourisme, les transports, les télécoms et les services fournis aux entreprises. Des études démontrent que le commerce des services ne fera qu'augmenter suite à la baisse des coûts de transport, des TIC et des télécoms et à la croissance de la demande de services intermédiaires.

Les services fournis aux entreprises incluent toutes sortes d'activités comme les conseils aux entreprises, les conseils en termes de gestion, les royalties, les licences, R & D, les services juridiques, l'inspection technique et technologique ainsi que les services de certification, les services liés à la construction, les conseils en PI. Il existe également des opportunités au niveau de l'exportation des services dans des secteurs sortant du commun comme les soins de santé ou l'enseignement (formation). Les innovations technologiques et les développements en TIC comme la télématique, en sont les stimulants. Les limites sont e.a. la réglementation nationale, la vie privée, la confidentialité et la législation sur la responsabilité.

Remarquez que l'exportation de services, en particulier les services aux entreprises, vont souvent de pair avec la création d'un établissement local. Les

investissements étrangers sont donc un maillon important dans l'internationalisation des services.

Sources:

ICT Marktmonitor 2015, Nederland ICT

CBS, ICT, Kennis en Economie

CBS, Trends in Nederland

CBS, Nationale Rekeningen 2014

CPB, Macro Economische verkenning 2016

Detailhandel.info

DNB,

VNCI, jaarrapport

"Globalisering van de diensteneconomie", Lejour en Linders

Inretail

Modint

Health Holland, Facts & Figures

Nefarma, Feiten & Cijfers

Approche du marché

Caractéristiques du marché néerlandais

Les Pays-Bas représentent une économie mûre, forte, ouverte, très axée sur l'étranger et fortement compétitive, et sont un redoutable concurrent pour la Belgique dans de nombreux domaines. Sur les plans économique et commercial, les grandes villes néerlandaises sont également des concurrentes de nos villes, Amsterdam pour Bruxelles, Rotterdam pour Anvers. D'où l'importance de coopérer dans un contexte global et plus spécifiquement sur des marchés tiers éloignés. Il s'agit donc d'un pays avancé et très prospère (2e dans le classement des pouvoirs d'achat au sein de l'UE après le Luxembourg). C'est pourquoi les Pays-Bas sont un marché d'acheteurs pour presque tous les produits, avec une forte concurrence. Dans beaucoup de domaines (construction, TIC, biochimie, électronique, énergie, technologie environnementale, engineering, design, gestion de l'eau), les Pays-Bas partagent le sommet avec d'autres.

Le modèle de société est basé sur le consensus, le dit modèle des Polders.

Des thèmes comme la Responsabilité sociétale des entreprises, l'Entreprise durable, le Commerce équitable, l'économie circulaire, l'égalité des chances pour les travailleurs, sont clairement à l'ordre du jour et sont intégrés dans la politique, tant sur le plan administratif qu'économique et commercial.

En général, les Pays-Bas occupent une très bonne place dans les différents classements internationaux.

En termes de droits des femmes, les Pays-Bas ont mis la barre très haut. Les droits des femmes et l'égalité des genres sont également des points d'attention prioritaires dans la politique étrangère néerlandaise.

Ainsi, une Task force Droits des femmes et Egalité des genres a été créée au sein du Ministère des Affaires étrangères. En outre, il existe un fonds spécifique, FLOW (Funding Leadership and Opportunities for Women) (www.flowprogramme.nl).

Au niveau régional, il existe des différences culturelles entre le Nord des Pays-Bas, la Randstad (Utrecht – Amsterdam – Rotterdam - La Haye) et le Sud des

Pays-Bas. L'expression en-dessous et au-dessus du Moerdijk est une réalité. La Hollande (la Hollande du Sud et la Hollande du Nord sont deux des 12 provinces) et les Pays-Bas ne sont pas des synonymes.

L'enchevêtrement démographique et économique est une donnée importante. Le nombre de Néerlandais qui habitent en Belgique (300.000 selon les estimations) est trois fois plus élevé que le nombre de Belges qui résident aux Pays-Bas.

Bruxelles est également bien connue aux Pays-Bas.

Les investisseurs étrangers apportent des capitaux, des innovations et une productivité accrue.

Bref, l'économie néerlandaise se caractérise par sa grande ouverture, son orientation internationale, ses structures fortes et son approche organisée, méthodique et flegmatique.

L'adhésion aux Chambres de Commerce est obligatoire et pour l'inscription au Registre de Commerce, des **frais d'inscription uniques** de € 50,0 sont demandés. Les secteurs s'organisent également, de manière efficace, dans des fédérations professionnelles (l'adhésion est facultative). Pour la plupart des secteurs, les informations de marché sont abondantes, récentes et d'excellente qualité.

Les Pays-Bas ont une culture de réseau intensive, notamment via les Chambres de Commerce, MKB Nederland (PME – Petite et Moyenne Entreprise - MKB), VNO-NCW et bon nombre de business clubs et réseaux d'entreprises.

Possibilités commerciales

- Les investissements pour des améliorations de production engendrent des opportunités commerciales pour les fournisseurs de biens d'équipement, de produits durables, de Technologies économes en énergie, de contrôle de processus, de composantes d'automatisation et d'instruments de gestion performants.

- La congestion des infrastructures de transport nécessite des solutions de mobilité intelligentes, des ITS (systèmes de transport intelligents), avec un taux TIC important.
- Le consommateur néerlandais disposant d'un bon pouvoir d'achat peut certainement être intéressé par les biens de consommation haut de gamme comme les articles de mode et de design, les aliments (plats préparés, la nourriture bio), le textile intérieur et le catering, tout ce que Bruxelles peut lui proposer.
- De plus, il existe également des possibilités dans les domaines de la construction, de l'architecture, de la conception, du design et de la construction et de l'énergie durable.
- Les applications domotiques dans les bâtiments intelligents, dans le secteur résidentiel, mais aussi dans le secteur des soins à domicile et aux personnes âgées.
- Secteur des soins et TIC: Des solutions TIC pour le secteur des soins de santé, confronté à des défis financiers, technologiques et humains en raison de l'évolution démographique stagnante ou même régressive, insuffisamment compensée par de l'immigration et même aggravée par le vieillissement.
- Des groupes de consommateurs spécifiques (alimentation Halal, banking islamique, produits ethniques) font partie de la société multiculturelle avec ses minorités ethniques importantes.
- Tourisme: les séjours à l'étranger de courte durée (citytrips) et de longue durée font partie du style de vie.

Préparation desk research

Les Néerlandais sont pragmatiques, méthodiques, flegmatiques et professionnels, aimant une approche planifiée, qui s'inscrit dans un programme, conceptuelle. Ils n'aiment guère l'improvisation, contraire à leur esprit de planification et qui leur inspire une perception d'amateurisme, témoignant d'une approche lacunaire, bâclée et chaotique.

Cela signifie que votre prospect (futur) ou partenaire néerlandais attend de vous que vous soyez rigoureusement préparé, et ce tant au niveau de son entreprise que de son secteur.

Une bonne préparation est donc essentielle. Ci-dessous vous trouverez un bref aperçu des sources d'information essentielles. Pour toute information sur le marché, le secteur ou l'entreprise, vous pouvez également contacter la représentation de BIE à La Haye.

Une bonne documentation et présentation d'entreprise

Une documentation professionnelle, rédigée dans un **néerlandais** parfait, est d'une importance capitale.

Evitez les campagnes de mailing à grande échelle, car en 2009, une loi anti spam est entrée en vigueur, soumettant l'envoi d'e-mails à un certain nombre de règles. En résumé, cette loi requiert l'autorisation préalable, sauf si le destinataire est un client existant. Bien que cette législation ne s'applique qu'aux entreprises établies aux Pays-Bas et n'affecte donc pas les mailings émanant de Bruxelles, par exemple, il vaut mieux respecter ces règles dans la mesure du possible. L'approche de marché idéale est de prendre d'abord contact par téléphone et d'envoyer immédiatement après un e-mail de suivi si votre correspondant s'est montré intéressé.

On vous demandera souvent de prendre contact par courrier normal. Ensuite vous devrez assurer un suivi téléphonique. Après un entretien, il est recommandé d'en rédiger un compte rendu et de le transmettre au partenaire néerlandais. Souvent, votre partenaire néerlandais rédigera en effet un compte rendu de l'entretien (ou de la réunion) qu'il vous transmettra rapidement. Ne manquez pas de lire attentivement ce compte rendu, que vous complétez ou corrigerez selon les besoins. Une fois le contact établi, vous pouvez passer à la communication électronique. Dans tous les cas, il sera quasi impossible de planifier un entretien commercial directement après un contact téléphonique. De plus, le modèle de concertation fait que le processus de prise de décision est

souvent laborieux. La patience et la persistance sont des vertus qui vous serviront bien dans ce cas.

Dans votre correspondance, mentionnez les points forts de votre entreprise et de vos produits et indiquez la valeur ajoutée que votre produit peut avoir pour votre client. Recherchez une situation gagnant-gagnant. N'oubliez pas de citer des références. "Connaissez-vous vous-même" et soyez conscient du fait que "celui qui est célèbre en son propre pays" n'est pas forcément connu aux Pays-Bas.

Identification et choix de vos prospects

En fonction du secteur et du chiffre d'affaires recherché, plusieurs formules sont possibles:

- Implantation (bureau de vente) : voir information service des impôts (www.belastingdienst.nl) et Chambre de Commerce (www.kvk.nl), consultez également un juriste pour adopter la forme de société la plus adéquate.
- Intermédiaires : agents, grossistes, importateurs, distributeurs. L'identification d'agents n'est pas aisée. On peut le faire en plaçant une annonce sur le site internet du Verbond van Nederlandse Tussenpersonen (VNT) (www.vnt.org). La meilleure manière est la mise en place d'une collaboration étroite, commençant par un briefing approfondi, avec la représentation de BIE à La Haye. Nous disposons en effet d'un certain nombre de banques de données spécialisées et de sources d'information sectorielles.
- Vente directe au client final (organisme public, producteur, vente au détail, grande distribution): Grâce à la proximité (Amsterdam est à deux heures de voiture de Bruxelles) et à la langue commune (qui constitue tout de même un gros avantage), le marché néerlandais peut être approché directement de Bruxelles dans bon nombre de secteurs si c'est un directeur commercial parlant bien le néerlandais qui s'en occupe. Pour les biens de consommation, il est également parfaitement possible d'organiser une vente au commerce de détail au départ de Bruxelles. Le

développement d'un portefeuille de clients initial est souvent la seule possibilité pour trouver un bon intermédiaire ou distributeur physique à terme. Par contre, il est nécessaire que le suivi au départ de Bruxelles soit réalisable et gérable dans la pratique. En tout cas, la ponctualité des livraisons est cruciale. Les Néerlandais sont expérimentés pour ce qui est du commerce et de la négociation. Restez donc bien concentré et attentif, et respectez les décisions prises de commun accord (spécifications, délais de livraison, quantités). Pour réussir ses activités commerciales aux Pays-Bas, il faut être bien préparé et surtout avoir la volonté de se déplacer souvent pour se rendre chez ses prospects.

- Pour la prospection, il est également intéressant de visiter les nombreuses foires professionnelles internationales et locales, voire d'y placer un stand. A cet effet, vous pouvez faire appel à l'aide financière de BIE.
- Certains des business clubs et réseaux professionnels peuvent également s'avérer intéressants. Pour de bons aperçus (y compris sectoriels), voir:
www.zakenkring.nl
www.mkb.nl

Aperçu des principales sources d'informations

Information économique générale

- Centraal Plan Bureau (CPB): rapports et prévisions: www.cpb.nl
Bureau du plan
- Centraal Bureau voor de Statistiek CBS): www.cbs.nl
Bureau central des statistiques
- De Nationale Bank van Nederland (DNB): www.dnb.nl
Banque nationale des Pays-Bas
- De Begroting (De Miljoenennota): www.rijksbegroting.nl
Le Budget

Données import/export

- *Statline* : <http://statline.cbs.nl/statweb/?LA=nl>
(statistiques détaillées par code produit, série, pays)

Information sectorielle et produit

- *De Kamer van Koophandel (La chambre de commerce)*: informations intéressantes sur les entreprises et marchés avec notamment un aperçu des organisations professionnelles par produit ou entreprises.
<http://www.kvk.nl>
- Ces organisations professionnelles sont tant de sources de contact que d'informations intéressantes :
www.ondernemersplein.nl/brancheinformatie
- *Detailhandel Info (Fédération vente au détail)*: information très complète sur la vente au détail (chiffres, chiffres d'affaires, nombres, collaborations et chaînes, parts de marché etc. concernant 50 branches):
www.detailhandel.info

Informations entreprises

- *Rapports financiers* www.kvk.nl/informatie-over-bedrijven
www.graydon.nl
www.dnb-nederland.nl
- *Rapports annuels* : www.jaarverslag.info
- *Bases de données*: www.companyinfo.nl
www.bvdinfo.com/Home.aspx?lang=nl-NL

Appels d'offres publics

- Calendrier des appels d'offres: www.aanbestedingskalender.nl
- Infrasite: www.infrasite.nl

Foires professionnelles nationales et internationales

- Agenda foires: www.expovisie.nl

Les Pays-Bas accueillent quelques évènements internationaux qui offrent des perspectives intéressantes sur les marchés mondiaux :

- IBC (broadcasting & media): www.ibc.org
- Intertraffic (ITS en smart mobility): www.intertraffic.com
- PLMA (Private Label FMCG): www.plmainternational.com

Pour la prospection sur le marché néerlandais, les participations ou visites de foires rurales ou régionales sont également intéressantes.

Recommandations

Il est relativement facile de faire des affaires aux Pays-Bas car la connaissance de l'anglais y est généralisée. Cela n'empêche pas qu'une bonne connaissance du néerlandais constitue un sérieux avantage pour aborder les clients néerlandais. Le légendaire multilinguisme bruxellois sera également fort utile.

Grâce à la proximité du marché néerlandais - - Rotterdam est à 1h30 de route de Bruxelles, Amsterdam à 2h – et malgré les différences culturelles, la langue commune et la culture d'entreprise transparente et directe, le marché néerlandais est facile à approcher sans devoir nécessairement passer par un intermédiaire. A condition de posséder de bonnes connaissances linguistiques et un carnet d'adresses bien fourni, même un représentant établi à Bruxelles peut approcher directement les clients finals. Ensuite, le développement du marché et d'un portefeuille de clients facilitera également la mise en contact avec un bon agent.

L'homme ou la femme d'affaires néerlandais attend de l'exportateur belge qu'il soit bien préparé, qu'il se documente correctement à l'avance sur le secteur et l'entreprise visés. Il va sans dire que la connaissance du néerlandais constitue un avantage certain.

Après un entretien, il est recommandé d'écrire soi-même un compte rendu des divers points de discussion et de le transmettre au partenaire néerlandais. Souvent, votre partenaire néerlandais écrira un compte rendu de la réunion, qu'il/elle vous transmettra rapidement. Ne manquez pas de relire attentivement ce rapport et de clarifier ou de rectifier si nécessaire ;

En juillet 2009 entré en vigueur une législation qui légifère l'envoi de courriels. En résumé, il est dorénavant requis de demander la permission avant l'envoi du mail, à moins que le destinataire soit un client. Bien que cette législation ne soit d'application qu'aux entreprises implantées aux Pays-Bas, et ne couvre donc pas les mailings au départ de Bruxelles par exemple, il vaut mieux observer ces règles dans la mesure des possibilités. De toute façon, l'approche idéale du

marché est de prendre préalablement contact par téléphone et, si votre interlocuteur est intéressé, d'envoyer un mail de suivi bien préparé.

En général, les Néerlandais communiquent de manière fort directe et vont droit au but. Il y a de grandes différences avec la culture latine ou bourguignonne. Les Belges sont plus prudents et plus méticuleux en affaires. Un déjeuner sandwich suffit pour discuter. Le meilleur conseil que l'on puisse donner à l'homme ou à la femme d'affaires belge, c'est de rester soi-même et d'être conscient du fait que cette manière directe, qui peut être ressentie comme rustre et brutale, n'est rien d'autre qu'une expression de ce droit de franchise, et de cette aversion au non-sens. L'approche néerlandaise a également des avantages. On sait vite où on en est et – le temps est l'argent – on ne perd pas de temps en communications inutiles. Les différences culturelles et de mentalité doivent être prises en compte. Quant aux différences linguistiques, elles peuvent conduire à de malheureux quiproquos. Cela n'est pas étranger aux différences qui existent au niveau des relations hiérarchiques, beaucoup plus simples, directes, informelles et moins distantes aux Pays-Bas qu'en Belgique.

Dans l'auto-perception néerlandaise « le phlegme typiquement hollandais » occupe une place centrale. Le contraste avec la communication moelleuse et vague propre aux cultures latines, et par extension la manière belge de communiquer, peut être grand et provoquer des quiproquos. Efforcez-vous d'être clair dans votre communication.

Les Hollandais sont chevronnés en affaires et en négociation. Restez donc bien concentré et attentif et respectez tout accord conclu (spécifications, délais de livraison, quantité).

Les différences culturelles sont évidemment les plus visibles dans les habitudes vestimentaires et alimentaires. Plutôt qu'un déjeuner d'affaires copieux, il convient d'opter pour un lunch sandwich avec du café. L'accent est plus nordique, ce qui explique le succès étonnant de la mode scandinave, par exemple.

Cependant, les choses évoluent. Fort de son pouvoir d'achat, le consommateur néerlandais est de plus en plus attiré par les produits sophistiqués, que ça soit

dans le domaine du design, de la mode ou de l'alimentation. On parle d'une tendance à la sophistication, qui serait même plus accentuée par rapport à d'autres marchés développés.

Le modèle consensuel de la politique et de la société néerlandaise, connu sous le nom modèle Polder, est fort marqué par la concertation avec tous les intéressés. Une décision n'est jamais prise sans que tout le monde soit entendu.

Beaucoup de néerlandais se sentent entravés par la densité administrative et la réglementation pléthorique, dont la simplification figure tout en haut dans la liste des souhaits.

Quelques boutades illustrent bien les différences culturelles:

La Belgique est notre étranger le plus lointain.

Les Flamands et les Français ont tout en commun, sauf la langue. Les Flamands et les Néerlandais n'ont rien en commun sauf la langue ;

Les Néerlandais aiment les Belges, mais ne les respectent pas. Les Belges respectent les Néerlandais, mais ne les aiment pas.

Les Néerlandais sont des planificateurs, les Belges tirent leur plan. Les Néerlandais parlent de contrats, les belges de contacts.