

Le marché des produits agroalimentaires en Belgique 2014

La Belgique a toujours été un marché naturel pour les produits français. Depuis le début de la crise, la Belgique est devenue encore plus attractive pour les exportateurs français, notamment pour les primo-exportateurs, compte tenu de l'importance du marché et des frais de prospection réduits.

Le pays, avec ses 11 millions d'habitants, est notre deuxième marché agroalimentaire dans le monde avec 15,6% de parts de marché en valeur en 2012, derrière l'Allemagne et devant le Royaume-Uni, qui, pourtant, comptent respectivement 81 et 62 millions d'habitants. La France conserve sa place de premier exportateur tant en valeur qu'en volume dans le secteur des produits gourmets. Les Belges sont les 1ers consommateurs étrangers de produits agroalimentaires français dans le monde. Même si la partie néerlandophone du pays est un peu moins facile à aborder que la Wallonie ou Bruxelles (difficulté relative car la grande majorité des opérateurs commerciaux comprend le français ou, à défaut, l'anglais), la priorité géographique pour les exportateurs français se trouve en Flandre, où l'économie y est plus dynamique, où la consommation évolue favorablement et qui offre à la France des débouchés intéressants. La Flandre a davantage souffert que la Wallonie des effets de la crise mais les indices économiques y restent meilleurs.

Les produits français bénéficient toujours d'une bonne image mais souffrent de leurs prix élevés dans le contexte actuel de crise, qui accentue l'attention portée sur les prix et demande un travail de persuasion supplémentaire. Le consommateur belge reste un épicurien et est avant tout attentif à la qualité, ce qui offre des opportunités de développement.

La Belgique demeure un marché important, solvable et relativement facile à aborder. Comme par le passé, il convient de maintenir ses positions sur le Sud du pays tout en essayant de conquérir de nouveaux clients sur la Flandre. Pour cela, les exportateurs français doivent accentuer leur présence sur le marché car certains concurrents sont très actifs : les Italiens, les Espagnols, les Allemands, mais aussi les Belges qui cherchent à valoriser leur production, en jouant sur l'authentique et le terroir

Source : <http://www.ubifrance.fr/> 12/03/2014