

BELGIQUE : VENDRE

Dans cette page :
 [Les procédures d'accès au marché](#) |
 [Distribuer un produit](#)

Les procédures d'accès au marché

LES PROCÉDURES DOUANIÈRES

Les procédures d'importation	Les procédures douanières comprennent, outre l'importation avec paiement des droits, les procédures d'exonération fiscale suivantes: mise à la consommation, transit ou admission temporaire, entrepôt douanier, perfectionnement actif, perfectionnement sous douane. Dans le cadre des normes « SAFE » définies par l'Organisation mondiale des douanes (OMD), l'Union Européenne a mis en place un système de contrôle des importations (Import Control System- ICS), qui vise à sécuriser les flux de marchandises au moment de leur entrée sur le territoire douanier de l'UE. Ce système de contrôle fait partie du programme communautaire eCustoms, qui oblige les opérateurs à transmettre une déclaration sommaire d'entrée (ENS) aux douanes du pays d'entrée, avant l'introduction des marchandises sur le territoire douanier de l'Union Européenne. L'UE a récemment introduit un nouveau système de contrôle des importations appelé ICS2 pour mettre en œuvre le programme de sécurité et de sûreté des douanes de l'UE avant l'arrivée. Le Document Administratif Unique (DAU) est le modèle officiel des déclarations écrites aux douanes. Le DAU décrit les marchandises et leur mouvement dans le monde et est essentiel pour le commerce en dehors de l'UE ou pour les marchandises hors UE. Les marchandises introduites sur le territoire douanier de l'UE sont, dès leur entrée, soumises à la surveillance douanière jusqu'à l'accomplissement des formalités douanières. Depuis le 1er juillet 2009, toutes les entreprises établies en dehors de l'UE sont tenues de disposer d'un numéro d'enregistrement et d'identification d'opérateur économique (EORI) si elles souhaitent déposer une déclaration en douane ou une déclaration sommaire d'entrée / sortie. Le TARIC (Tarif Intégré de la Communauté) est disponible pour aider à déterminer si une licence est requise pour un produit spécifique. En outre, la Commission européenne gère un service d'assistance aux exportateurs et importateurs contenant des informations sur les restrictions à l'importation de divers produits. Pour plus d'informations, veuillez visiter le portail de la Commission Européenne sur la fiscalité et l'union douanière.
Les procédures spécifiques à l'importation	Dans le cadre du commerce intra-européen, certaines marchandises restent interdites ou sont soumises à des formalités spéciales (médicaments à usage humain, déchets, plantes ou animaux vivants). Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site du Trade Helpdesk de la Commission Européenne.
Importer des échantillons	Les échantillons sont acceptables en Belgique et seront exemptés de droits et de TVA. Un certificat d'origine ne sera pas requis pour les importations ; seules une lettre de transport aérien ou de connaissance et une facture commerciale seront nécessaires. La Belgique fait partie de la convention ATA Carnet. Les échantillons importés d'une valeur commerciale appartenant à des individus à l'étranger pourront aussi avoir droit à des exemptions de droits de douane. Une caution d'un montant égal aux droits de douane à payer + 10% est requise. Les échantillons ne peuvent rester en Belgique plus d'un an. Ils ne peuvent pas être vendus, ou utilisés normalement (sauf dans un but de démonstration), ou utilisés de quelque manière que ce soit pour rémunération.
LES DROITS DE DOUANE ET LES TAXES À L'IMPORTATION	
Le seuil douanier (à partir duquel des droits de douane sont exigés)	Les droits de douane ne sont pas facturés si la valeur totale de la marchandise ne dépasse pas 150 EUR (hors frais d'expédition et assurance).
Le droit de douane moyen (hors produits agricoles)	Les opérations effectuées dans l'EEE sont exemptes de droits. Le tarif douanier commun de l'Union Européenne s'applique aux marchandises originaires de l'extérieur de l'Europe. En général, le droit est relativement bas, allant de 5,0% à 14% sur les produits industriels. Cependant, de nombreux produits ont des droits réduits ou pas de droits du

tout en vertu d'accords commerciaux (selon Eurostat, environ 70% des importations qui entrent dans l'UE le font à un tarif nul).
Les produits agricoles importés de l'extérieur de l'UE sont soumis à la politique agricole commune (PAC), les droits de douane sur ces produits étant complétés par un système de prélèvements variables ou d'autres charges.

Les produits soumis à des droits de douane plus élevés	Les secteurs des tissus et vêtements (droits et contingents élevés) et des denrées alimentaires (traitement préférentiel et nombreux contingents tarifaires, PAC) font encore l'objet de mesures de protection. Selon l'examen de la politique commerciale de l'UE (OMC) 2019 récemment publié, le secteur avec les tarifs moyens les plus élevés est le secteur laitier (32,3%), suivi du sucre et de la confiserie (27,0%), de la viande (19,0%), des céréales et des préparations (17,2%) et fruits et légumes (13,0%). Concernant les produits non agricoles, le poisson et les produits de la pêche (11,8% en moyenne simple) et l'habillement (11,6%) sont les secteurs bénéficiant de la protection tarifaire la plus élevée.
	Plus d'informations peuvent être trouvées dans le profil tarifaire de l'OMC de l'UE.
Les produits soumis à des droits de douane moins élevés	Dans le cadre de plusieurs accords que la Communauté européenne a conclus avec des pays tiers, ainsi que dans le cadre de régimes préférentiels autonomes pour certains pays bénéficiaires, des concessions tarifaires sont accordées pour un volume de marchandises prédéterminé. Ces concessions tarifaires sont appelées « contingents tarifaires préférentiels ».
La classification douanière	La nomenclature combinée de l'Union Européenne intègre la nomenclature du SH et la complète avec ses propres sous-positions avec un numéro de code à huit chiffres et ses propres notes juridiques créées à des fins communautaires. Afin d'obtenir des réglementations exhaustives et des tarifs douaniers concernant leurs produits, les exportateurs doivent se référer au code TARIC et à sa base de données, qui comprend tous les droits de douane applicables et toutes les mesures de politique commerciale douanière pour toutes les marchandises.
La méthode de calcul des droits de douane	Ad Valorem sur la valeur CAF des importations.
La méthode de paiement des droits de douane	Les droits sont payables en liquide (en euros, par chèque, par mandat liquide, par transfert bancaire) ; une extension de la limite de temps pour le paiement peut être accordée grâce à des systèmes de crédit de collecte ou crédit de droit.
Les taxes à l'importation (hors taxes à la consommation)	Les produits importés de l'extérieur de l'UE sont soumis à la TVA. Les droits d'accise sont perçus sur un nombre limité de produits: essence, diesel, spiritueux, bière, vin, eau en bouteille, cidre, tabac, véhicules automobiles, gaz de pétrole liquéfié. Les taux d'accise varient en fonction des produits. La taxe est perçue que les produits soient fabriqués dans le pays ou importés de pays de l'UE ou de pays tiers. Brevages alcoolisés Produits énergétiques et électricité Produits du tabac

LES RÈGLES D'EMBALLAGE ET D'ÉTIQUETAGE

L'emballage	Les produits alimentaires doivent être étiquetés avec le nom du produit, une liste des ingrédients par ordre décroissant, par poids, les quantités ou catégories de certains ingrédients, la quantité nette exprimée en système métrique, une date limite de consommation, les conditions de stockage, d'utilisation et les instructions, le nom et l'adresse du fabricant, de l'emballer ou du vendeur établi au sein de l'Union européenne, le pays d'origine si l'omission de cette information est susceptible d'induire le consommateur en erreur, la marque du lot et tous les traitements tels l'irradiation, appliqués au produit. Les boissons alcoolisées qui contiennent plus de 1,2% d'alcool par volume doivent être étiquetées avec le degré d'alcool contenu dans la boisson.
Les langues autorisées sur les emballages et les étiquettes	Les étiquettes pour les marchandises importées en Belgique devront être imprimées à la fois en Français et en Néerlandais. Sauf pour les produits alimentaires et certaines marchandises, il n'y a pas d'exigences générales d'étiquetage pour les biens importés en Belgique. La loi stipule que les mentions obligatoires, les modes d'emploi et les bulletins de garantie doivent au moins être libellés dans la langue ou les langues de la région où les produits sont mis sur le marché.
Les unités de mesures autorisées	Système métrique
La réglementation concernant l'étiquetage	En 2011, l'UE a adopté un nouveau règlement concernant la fourniture d'informations sur les produits alimentaires aux consommateurs (1169/2011). Les nouvelles exigences en matière d'étiquetage s'appliquent à partir du 13 décembre 2014.
Les réglementations spécifiques	La législation européenne prévoit des règles d'étiquetage spécifiques pour certains produits comme les produits alimentaires, l'équipement pour la maison, les vêtements de sport, les textiles, etc. L'étiquetage de graines provenant de variétés génétiquement modifiées ou de produits contenant des OGM est obligatoire ; les agents des services de protection des plantes sont autorisés à faire des contrôles au hasard pour vérifier la conformité des lots de graines ou plantes importées.

Les fabricants doivent être conscients que, en plus des régimes obligatoires et volontaires de l'Union européenne, les systèmes nationaux d'étiquetage volontaires peuvent encore s'appliquer.

Distribuer un produit

LE RÉSEAU DE DISTRIBUTION

Les types de magasins

Hypermarchés, supermarchés et supérettes	Situés à la périphérie des villes. Ils vendent des produits alimentaires et non alimentaires. Les supérettes sont plus petites et situées dans les villes. (Colruyt, Delhaize, GB Carrefour)
Grands magasins	Situés dans les centres villes, sur plusieurs étages. Ils ont différents départements spécialisés. (Inno)
Hypermarchés spécialisés	Hypermarchés spécialisés dans une famille de produits. (Vanden borre, FNAC , Casa, Waterstone's)
Hard discount	Surtout de la nourriture. Ils vendent des produits de la marque du distributeur ou sans marque. Les gens les préfèrent pour leurs prix réduits. (Aldi, Lidl)
Cash and carry	Hypermarchés réservés aux professionnels. (Metro)

L'évolution du secteur de la vente au détail

Croissance et régulation L'économie belge a été sévèrement touchée par la pandémie de COVID-19, avec une baisse du PIB de -5,7% en 2020 (FMI). Dans ce contexte, les dépenses totales du commerce de détail ont diminué en 2020 par rapport à 2019, avec un impact direct sur le chiffre d'affaires des détaillants, en particulier dans l'industrie de la mode. Les épiceries traditionnelles et les centres commerciaux ont été négativement impactés, mais globalement, la valeur du marché belge de l'alimentation et de l'épicerie a augmenté de 7,2% en 2020, en raison d'une demande accrue tirée par les achats de précaution (MarketLine). En 2021, les ventes ont légèrement diminué après le pic induit par la pandémie de 2020 (Euromonitor). Parmi les nouvelles tendances dues à la crise sanitaire, on peut citer notamment la croissance des petits magasins plus proches du domicile. En effet, le commerce de détail en dehors de la ville connaît une situation financière plus favorable que dans les rues principales et les centres commerciaux. Le secteur de la mode est confronté à des difficultés tandis que les produits de sport et de loisirs sont en plein essor. Enfin parmi les tendances marquantes, il faut également mettre en avant l'augmentation des ventes à emporter et des livraisons à domicile pour les opérateurs du secteur de l'alimentation et des boissons ainsi que l'augmentation du commerce électronique de manière globale.

Largement ouverte au commerce extérieur et abritant des systèmes de distribution sophistiqués et des infrastructures bien développées, la Belgique a attiré de nombreuses entreprises étrangères et, en retour, a développé un marché hautement concurrentiel. La premiumisation est devenue plus courante dans les habitudes d'achat des consommateurs belges. En conséquence, les discounters comme Aldi et Lidl ont commencé à élargir leurs offres avec des produits de marque. Et, afin de concurrencer les grandes chaînes de supermarchés, Lidl a également ouvert une boutique en ligne.

De nouveaux types de points de vente tels que Bio C'bon (gamme de produits bio) se développent, notamment en région bruxelloise. Dans les circuits traditionnels des supermarchés, les magasins se sont modernisés en raison de la concurrence des prix affectant leur marge de profit sur les produits haut de gamme et du mauvais effet sur l'image de marque. La modernisation et la proximité sont les facteurs clés du succès des supermarchés et des magasins de proximité, les dépanneurs en zone urbaine gagnant du terrain au détriment des supermarchés. Dans l'ensemble, la surface de vente au détail par habitant est relativement faible en Belgique par rapport aux autres pays européens.

La fracture entre les régions du nord et du sud de la Belgique est très pertinente en matière de vente au détail. La loi belge sur le label stipule que l'étiquette de chaque produit doit être rédigée dans la langue correspondant à la zone où il a été emballé. Dans le nord de la Belgique, les habitants parlent flamand (néerlandais), dans le sud, ils parlent français et ils parlent allemand dans la partie orientale du pays. Par conséquent, la plupart des producteurs préfèrent rendre leurs étiquettes bilingues, voire trilingues, surtout s'ils ont également l'intention d'exporter leurs produits. En raison de ces différences culturelles, le marketing et la publicité devraient être développés pour refléter les populations de chaque région.

Les Belges préfèrent toujours faire leurs achats dans un magasin physique. Cependant, le commerce en ligne connaît une croissance exponentielle depuis de nombreuses années (principalement en raison d'un choix plus vaste et de prix plus intéressants) et a connu une forte poussée depuis la pandémie de Covid-19. En 2021, le secteur a augmenté de 33% et était estimé à 11,7 milliards EUR (Safeshops). Les détaillants alimentaires bénéficient également de cette

croissance du commerce en ligne. Les consommateurs préfèrent les marques qui ont développé une stratégie omni-canal, combinant les ventes en ligne avec une boutique physique, car elles sont considérées comme des marques de confiance.

Part de marché	La distribution des denrées alimentaires est organisée par quelques chaînes, car le marché est très concentré. La distribution des autres biens de consommation est organisée par des points de vente plus petits et plus nombreux. Le groupe Etn Franz Colruyt NV a continué à diriger les supermarchés en 2021, grâce à ses trois marques, Colruyt, Bio-Planet et Cru. Colruyt était la marque leader et restait nettement en avance sur son concurrent le plus proche, « Le Lion » de Delhaize. Parmi les autres acteurs majeurs du marché figurent: Carrefour, Lidl, SPAR, Aldi, Intermarché et Albert Heijn (Euromonitor). En 2022, le discounter allemand ALDI et le distributeur français Carrefour étaient les plus grands détaillants en alimentation du pays en termes de nombre de magasins, avec respectivement 442 et 417 magasins chacun (Statista).
Les organismes de la vente au détail	Chambre Belge du Commerce

E-COMMERCE

Accès à Internet	La Belgique compte 11,4 millions d'habitants parmi lesquels 10 millions (87%) ont accès à Internet. Environ 8,9 millions de personnes sont considérées comme des acheteurs en ligne. L'infrastructure du réseau internet s'est développée rapidement ces dernières années et le pays dispose désormais d'un réseau étendu et de qualité. Selon le classement du FMI, la Belgique est le 25ème pays le plus riche au monde en termes de PIB et le 35ème en termes de PIB par habitant. Les sites internet les plus visités en Belgique sont Google, Facebook, YouTube, Wikipedia, Twitter et Instagram.
Le marché du e-commerce	En Belgique, l'année 2017 a été une très bonne année pour le e-commerce. Le chiffre d'affaires total a augmenté de 34,2% par rapport à 2016 et s'est élevé à 9,53 milliards de dollars. En ce qui concerne les recettes, elles se sont élevées à 4,9 milliards de dollars en 2017 et devraient atteindre 7,1 milliards de dollars en 2021. La mode est la principale catégorie du e-commerce représentant une part de marché de 2,3 milliards de dollars suivie de de l'électronique avec des recettes de 1,3 milliard de dollars en 2017. Selon l'indice mondial du commerce de détail en ligne de 2015 calculé par AT Kearney, la Belgique était considérée comme le 9ème marché en ligne le plus attractif au monde. Ce rapport a mis en évidence la qualité des infrastructures du réseau internet et le potentiel de croissance du pays. Comme dans de nombreux pays européens, Amazon est le principal magasin en ligne en Belgique. Les magasins en ligne les plus visités, à l'exception d'Amazon, sont Coolblue (généraliste), Bol (généraliste, pas en français), Zalando (vêtements), MediaMarkt (multimédia et électroménager), Vente-Exclusive (vente flash, communauté privée), Colruyt (alimentation), Unigro (généraliste), Vanden Borre (multimédia et appareils ménagers) et H & M (vêtements). Pour l'achat et la vente d'occasion, 2dehand.com est l'un des sites les plus populaires en Belgique. Le marché du pays est fortement touché par la dichotomie linguistique existante. Presque tous les sites mentionnés ci-dessus ont des versions française et flamande et parfois aussi des versions anglaise et néerlandaise. C'est un critère essentiel pour les magasins en ligne du pays. La Belgique étant située au carrefour européen et disposant de bons réseaux d'infrastructures, les ventes en ligne transfrontalières sont courantes dans le pays. Selon Eurostat, les ventes transfrontalières représentent 40% de l'ensemble des ventes en ligne et proviennent pour la plupart de pays voisins comme les Pays-Bas, la France et l'Allemagne, mais également des États-Unis et du Royaume-Uni.
Réseaux sociaux	Dans l'ensemble, les médias sociaux sont très populaires en Belgique. Presque tous les internautes belges utilisent des médias sociaux ; il y a donc environ 10 millions d'utilisateurs dans le pays. Facebook est de loin le média social le plus populaire avec 6,6 millions d'utilisateurs. Instagram compte 2,5 millions d'utilisateurs et est particulièrement apprécié des jeunes générations puisque près de 85% d'entre eux ont moins de 45 ans. WhatsApp est également beaucoup utilisé ; entre 2016 et 2017, les utilisateurs quotidiens en Flandre sont passés de 25% à 31%. Tous les groupes d'âge ont connu cette augmentation, mais elle était particulièrement significative chez les personnes de plus de 65 ans : le nombre d'utilisateurs de ce groupe a triplé au cours de la période. Youtube, Twitter et LinkedIn sont les autres principaux réseaux sociaux. En particulier, LinkedIn a cru rapidement au cours des deux dernières années. Swarm, une application développée par Foursquare qui permet aux utilisateurs de partager les lieux qu'ils ont visités, est également très populaire dans le pays. En août 2018, les plateformes de médias sociaux les plus populaires du pays étaient Facebook (63,82%), Pinterest (21,5%), Twitter (4,37%), YouTube (4,13%), Instagram (3,85%) et Instagram (3,85%) et Tumblr (1,26%).

LA VENTE À DISTANCE

Les principales formes de vente à distance	E-commerce, téléphone, téléshopping.
Les types de produits	Tous les types de produits.
L'évolution du secteur	Le chiffre d'affaires de la vente directe en Belgique s'est élevé à 186 millions USD en 2013 (+5% par rapport à 2012 et +2,2% sur les 3 dernières années). Le secteur emploie environ 18.000 personnes. Les techniques de vente directe, où le marketing et les ventes se font par téléphone,

par la poste ou par email, sont de plus en plus fréquentes. Le Direct mail est lui de plus en plus utilisé alors que d'autres techniques connaissent un léger ralentissement. Seulement 45% des consommateurs belges ont réalisé des achats en ligne de biens ou services et environ 23% des sociétés belges sont présentes dans le secteur du e-commerce. La nécessité d'adapter l'offre aux lois locales, à la culture, et en deux langues (français et flamand), combinée à la taille restreinte de la population, font de la Belgique un marché assez complexe. Un large éventail de législations européennes régit le secteur de la vente directe en Belgique et les exigences de conformité pour les ventes aux consommateurs privés sont strictes.

LES INTERMÉDIAIRES COMMERCIAUX

Les sociétés de commerce

- Type d'organisations Le système belge de distribution et de ventes est extrêmement développé et règlementé par la loi. La plupart des ventes se font par des intermédiaires, distributeurs et agents. A cause de la petite taille du pays, le territoire de distribution couvre normalement les pays du Benelux - les Pays-Bas, la Belgique et le Luxembourg - et parfois aussi l'Allemagne et la France.

Les grossistes

- Type d'organisations En plus de leur rôle en tant qu'intermédiaires commerciaux, les grossistes offrent aussi des services comme la préparation de gammes, le stockage, le remballage, la livraison, etc. Les vendeurs en gros sont généralement spécialisés dans un certain genre de produits de première nécessité ou dans l'équipement pour l'industrie et les produits artisanaux.
- Les principaux acteurs Huyghebaert, EMD, Carrefour.

Les ressources utiles

Observatoire des relations industrielles européennes
Grossistes belges

L'AGENT COMMERCIAL

Les avantages

Flexibilité, pas de coûts fixes.

Les points de vigilance

Indemnités en cas de rupture de contrat.

Les éléments de motivation

Commission, exclusivité.

La commission

De 5% à 30%.

La rupture du contrat

La directive 86/653/CEE établit des normes minimales de protection pour les agents commerciaux indépendants. Elle établit les droits et obligations de l'agent, sa rémunération ainsi que les modalités de conclusion et de résiliation d'un contrat.

Trouver un agent commercial

Fédération belge pour représentant de commerce, Dascottelei 97
2100 Deurne
Tél. : 03/ 321.32.82
Fax : 03/ 321.27.71

LA FRANCHISE

L'évolution du secteur

Selon la Fédération Belge de la Franchise, le système de franchise représente 6% de la distribution en Belgique, environ 100 franchiseurs, 3500 franchisés et 30 000 emplois pour un marché estimé à 2,4 milliards EUR. Le bricolage, la distribution et les friandises sont les principaux secteurs de franchise en Belgique. Malgré une faible croissance sur les dix dernières années, les principaux concepts en croissance sont l'équipement ménager et la restauration rapide.

Au sein des vieilles économies de marché régies par les codes civils, la législation spécifique à la franchise est limitée. La franchise, qui ne se distingue généralement pas du commerce en général dans les statistiques économiques nationales, est régie dans chaque pays de l'UE par les nombreuses lois qui encadrent habituellement les contrats commerciaux et de distribution traditionnels. En 2005, la Belgique a adopté une loi sur l'information précontractuelle dans le cadre d'accords commerciaux. Les accords de franchise relèvent de cette loi.

Les grandes enseignes franchisées

Observatoire belge de la franchise
Fédération Européenne de la franchise

Pour plus d'informations

Informations et services officiels

TROUVER DE L'AIDE

Ressource recommandée [New Step International Limited - International Business Consulting](#)

Contactez l'équipe [BNPP Trade Development](#) pour vous accompagner en Belgique.

Consultez [French Desk](#) pour trouver les sociétés d'accompagnement en Belgique.

*© eexpand, Tous droits de reproduction réservés.
Dernières mises à jour en Mars 2024*