

---

[prix à l'arrivée à Port of Spain] moins 5,66 \$CAN [CDE] moins 34,33 \$CAN) par brouette, ce qui est assez près du bénéfice attendu qu'il avait initialement fixé à 3,39 \$CAN. Le fabricant fait sa marge bénéficiaire moyenne habituelle de 5,45 \$CAN, tout en gagnant une contribution de 8,36 \$CAN (34,33 \$CAN - 25,97 \$CAN) à ses frais généraux (frais de fabrication, coûts d'administration et de marketing). Cette transaction a prouvé que ses craintes n'étaient pas justifiées : ce sont les exportations qui subventionnent les activités internes, plutôt que l'inverse. L'importateur obtient le même prix que celui de ses fournisseurs danois. Il réalise aussi des économies en n'ayant pas à payer d'intérêts ou de frais de lettre de crédit (puisque la maison de commerce n'en exige pas). Les pièces sont incluses gratuitement dans la transaction et, autre avantage intangible, Naim achète à son ami Kampouris en qui il a confiance et qui sera là pour régler tous les problèmes qui pourront se présenter.

Si l'exemple ci-dessus concerne l'établissement d'un prix dans une situation où un client étranger veut acheter au Canada, les facteurs considérés s'appliquent également à une situation où un fabricant canadien veut vendre à l'étranger. Ce cas permet de faire certaines observations qui peuvent être généralisées à l'ensemble du processus d'établissement du prix à l'exportation.

Premièrement, à titre d'intermédiaire à l'exportation, la maison de commerce joue un rôle clé en établissant un lien entre l'offre et la demande, et en obtenant les meilleures conditions d'exportation possibles, surtout en ce qui concerne les frais de transport et les coûts financiers.

Deuxièmement, le fabricant devrait surveiller étroitement l'établissement des prix à l'exportation. Il ne devrait pas y inclure des facteurs comme les coûts de commercialisation internes non applicables, et il devrait examiner scrupuleusement l'applicabilité des frais généraux liés à la fabrication et à l'administration.

Troisièmement, les négociations entre fabricants et négociants doivent être tout à fait franches. Les deux parties auront véritablement intérêt à ouvrir tout grands leurs livres lorsqu'il s'agira d'établir les prix et conditions pour décrocher des contrats à l'étranger.

Cette façon d'aborder des négociations ne peut se fonder que sur la confiance mutuelle. C'est là l'élément essentiel à l'établissement, entre négociants et fabricants, d'associations qui sortent gagnantes de l'intense lutte à la concurrence qui se livre sur les marchés extérieurs.