

# Chapitre 1

## Des décisions, toujours des décisions...

### Les entreprises canadiennes ont-elles besoin d'un représentant aux États-Unis?

En tant que dirigeant d'une petite ou moyenne entreprise canadienne, vous pourriez voir avec envie le gigantesque marché des États-Unis et préparer le jour où vous y lancerez votre gamme de produits. Ce jour pourrait bien être plus proche que vous ne le pensez. Bien sûr, le temps et l'argent qu'exige le développement d'un nouveau débouché à l'étranger peuvent nuire à une telle entreprise, mais un agent commercial qualifié pourrait bien s'avérer la manière la plus économique et la plus efficace de se tailler une part du marché lucratif des É.-U. et la garder.

Selon l'entente, un agent commercial pourrait aider votre entreprise à s'adapter aux conditions qui caractérisent le nouveau marché, nouer des contacts personnels et fréquents avec les clients et même vous suggérer certaines modifications au produit en vue de satisfaire l'acheteur ou de permettre une meilleure pénétration du marché.

### Agents, courtiers, distributeurs... où est la différence?

Même si certaines personnes utilisent indifféremment l'un ou l'autre terme, il existe bien une distinction entre eux. Cette publication ne traitera que des relations entre le fabricant et un représentant indirect, mais on peut prendre des dispositions pour que le produit soit vendu par un autre intermédiaire. Les termes définis ici sont les plus usités et supposent tous que le fabricant est indirectement représenté sur le territoire commercial désigné.

#### • Agent

Selon les clauses de l'entente, l'agent commercial ou le représentant du fabricant est habilité à ratifier des contrats de vente avec ses clients, au nom du fabricant. En règle générale, les agents commerciaux fonctionnent à commission. Mais il arrive qu'ils préfèrent utiliser une provision doublée d'une entente prévoyant le remboursement des frais de

représentation. Un agent peut être compétent dans divers domaines et même fournir des renseignements sur le marché, si ceci fait partie de l'entente conclue avec le fabricant. Il peut aussi s'occuper de plusieurs lignes de produits apparentés, mais non concurrentiels entre eux, pour différents fournisseurs. Habituellement, une vente se conclut de la façon suivante : l'agent obtient la commande, le fabricant fournit la marchandise directement au client et lui envoie la facture puis il perçoit le paiement et verse une commission à l'agent.

La relation fabricant-agent-client n'est pas toujours aussi bien tranchée. Sur les marchés industriels, les agents commerciaux vendent souvent les produits par l'entremise d'un distributeur. En tant que fournisseur, vous pouvez alors autoriser l'agent à engager et à licencier des distributeurs à son gré. En quelque sorte, l'agent devient votre directeur des ventes sur le terrain et touche une commission sur les produits écoulés par les distributeurs ou les commandes renouvelées par ceux-ci. De son côté, l'agent aide le distributeur en formant les vendeurs, en faisant des appels avec ces derniers, en leur donnant des tuyaux et, parfois, en s'occupant du service après-vente.

#### • Distributeur

Le recours à un distributeur est parfois la meilleure technique de vente indirecte pour lancer certains produits sur un nouveau marché. Les fabricants de quincaillerie ou de pièces et d'accessoires d'automobile, par exemple, signent souvent un contrat avec un distributeur qui acheminera leurs produits jusqu'au client. Le distributeur achète les produits au fabricant, les stocke dans son entrepôt puis les revend dans sa région. Avec ce genre d'arrangement, le fournisseur canadien doit s'attendre à des ventes à plus longue échéance. Il est capital de négocier un prix, car le distributeur fixe le sien en fonction du profit qu'il compte réaliser. Le fabricant n'a donc plus autant de contrôle sur la commercialisation de son produit, ce qui s'applique également à la livraison, le distributeur approvisionnant directement ses clients.