

Chapitre

6

Le contrat

Les négociations

Les entrevues sont terminées. L'agent que vous avez choisi a rencontré les cadres de votre entreprise. Le moment est venu de mettre un point final aux questions importantes dont vous avez discuté. En règle générale, un compromis est souhaitable des deux côtés. Il est rare que l'agent jugé le meilleur à la suite des entrevues cadre exactement avec votre vision idéale des choses.

Lorsqu'un fabricant et un agent commencent à négocier en vue de parvenir à une entente sur la manière dont ils mèneront leurs affaires, la discussion devrait porter très librement sur cinq grands points, en l'occurrence :

1. durée de la relation;
2. responsabilités respectives;
3. territoire, précisions sur la zone géographique et les comptes clients, y compris les questions d'exclusivité, s'il y a lieu;
4. commissions et salaire, le cas échéant, plus avances sur les commissions ou les primes;
5. rupture de la relation.

Vous aurez très vite besoin d'un avocat expérimenté pour préparer un document officiel, mais il y a beaucoup de terrain à défricher avant la ratification d'une entente.

Parmi les points qui conduiront à un compromis durant les pourparlers, on retrouve a) le territoire, b) l'exclusivité et c) les commissions. Ces points ne sont que des exemples et peuvent varier considérablement avec chaque cas.

□ a) Territoire

Supposons que l'agent ou l'agence choisis prospectent un territoire plus vaste que celui auquel vous avez pensé pour débiter votre plan de mise en marché et de vente aux États-Unis. L'agent a une bonne réputation et a montré considérablement d'initiative durant l'entrevue. Vous aimeriez travailler avec lui. Cependant, il reste inflexible sur ce point. Il a besoin de ce territoire pour satisfaire les agents qu'il utilise en sous-traitance et bien représenter ses différentes gammes de produits. Que faire? Vous pourriez céder, pourvu qu'il accepte une stratégie commune où le produit ne serait présenté qu'aux clients du territoire que l'entreprise est capable d'approvisionner dans les délais établis. Cette dernière disposition obligerait l'agence à faire certaines concessions.

Dès que votre entreprise aura commencé à accroître sa capacité de production, l'agence pourra en vendre les produits aux clients potentiels de tout son territoire, sans étirer à l'extrême vos capacités d'approvisionnement. Si vous pensez que l'agence peut faire du bon travail et aimeriez vraiment signer un contrat avec elle, vous pourriez décider de retenir son territoire comme zone de mise en marché pour vos produits.

□ b) Exclusivité

Ce point peut être délicat à négocier. Assurez-vous que la définition du terme « exclusivité » est acceptable pour les deux. La plupart des agents réclament un droit d'exclusivité pour toutes les ventes sur leur territoire. Qu'advierait-il si vous, le fournisseur, désiriez garder ces clients « personnels » que vous avez dénichés ces dernières années? Quelqu'un devra céder sur ce point. Que se passera-t-il si un nouvel acheteur préfère traiter directement avec le fabricant sans passer par son agent? Ceci est négociable, mais soyez prêt à verser une commission à l'agent, même si vous tombez d'accord pour que l'usine vende ses produits directement aux clients qui insistent sur une telle pratique.

□ c) Commissions

Beaucoup d'agents tentent d'obtenir des commissions supérieures à la moyenne des fabricants qui ne se sont pas encore implantés aux États-Unis ou demandent une provision en guise d'indemnité pour les dépenses initiales qu'entraînera l'introduction d'une nouvelle gamme de produits sur leur territoire. Une telle situation peut se manifester si vous persuadez l'agent d'étendre son territoire, ce qui l'obligera souvent à voyager la nuit pour voir de nouveaux clients. Si on doit procéder avec prudence, il faut aussi montrer une grande largeur d'esprit. Une commission plus élevée peut être justifiable, surtout dans les secteurs où les fabricants d'équipement d'origine exigent des produits faits sur mesure, ce qui exige plus de travail avant que les ventes aboutissent.

D'un autre côté, l'agent qui rend visite au type précis de client que vous recherchez peut rarement justifier une commission supérieure à la moyenne (*voir l'annexe 3*). Dans ce cas, il faut faire preuve de bon sens et bien préparer le terrain avant les négociations.