

d'honoraires. Entre ces deux extrêmes, on trouve toutes sortes d'autres formes d'ententes. Cependant, les fonctions des maisons de commerce peuvent être essentiellement réparties en trois grandes catégories :

1. Les maisons de commerce agissant pour le producteur. Cela comprend l'agent à la commission qui est en quelque sorte «le service d'exportation» du client (quelquefois appelé société de gestion de l'exportation ou directeur de l'exportation). Il y a également l'agent à la commission non exclusif qui est libre d'acheter à la commission auprès des fournisseurs de son choix.

2. Les maisons de commerce agissant directement pour elles-mêmes. Dans ce cas-là, on les appelle généralement des marchands exportateurs. La maison de commerce achète de plein droit d'un producteur. En fait, du point de vue du producteur, cette opération revient à une vente sur le marché canadien. Le marchand exportateur vend le produit à l'étranger et, en général, il prend à sa charge tous les risques financiers, y compris ceux du crédit, des taux de change et de l'expédition. Bien que la plupart du temps l'exportateur soit libre d'acheter de qui il veut, dans certains cas, les maisons de commerce canadiennes acceptent de représenter à l'étranger, de façon exclusive, des producteurs avec qui elles ont conclu des ententes contractuelles. Normalement, il est indispensable d'accorder une représentation exclusive sur certains ou sur tous les marchés si l'on veut que la maison de commerce fasse de la promotion et de la publicité.

3. Les maisons de commerce qui agissent au nom d'acheteurs qui sont des mandataires. Il arrive fréquemment que des acheteurs étrangers s'adressent à des maisons de commerce canadiennes pour les aider à trouver des fournisseurs canadiens. Bien que dans ce domaine il existe différents types de maisons de commerce, il n'en demeure pas moins que beaucoup y sont conduites à la suite d'ententes d'échanges réciproques avec des entreprises étrangères du même genre.

QUI UTILISE LES MAISONS DE COMMERCE?

- Les acheteurs étrangers qui cherchent à s'approvisionner au Canada.
- Des producteurs et des manufacturiers qui manquent d'expérience dans l'exportation.
- Des producteurs et des manufacturiers qui n'ont pas les ressources nécessaires pour créer leur propre service d'exportation ou qui ne souhaitent pas le faire parce qu'ils ne sont pas en mesure de dire s'il existe un marché profitable.
- Des entreprises qui exportent déjà mais qui souhaitent utiliser les services d'une maison de commerce sur un marché donné ou sur quelques marchés bien précis.
- Des entreprises qui exportent déjà sur des marchés importants et ne peuvent se permettre d'encourir des frais pour desservir les marchés plus petits; elles tireront profit de ce qu'une maison de commerce peut répartir les frais de commercialisation sur plusieurs producteurs pour desservir les marchés plus petits.

COMMENT CHOISIR UNE MAISON DE COMMERCE

Étant donné que la relation qui existe entre une entreprise et une maison de commerce en est une de partenaire, il faut accorder au choix d'une maison de commerce toute l'importance qui lui revient. Pour qu'il y ait une bonne adéquation entre les deux partenaires, il est important d'éviter les malentendus sur les attentes et les capacités réciproques. La confiance nécessaire à une collaboration mutuellement profitable ne peut exister que si les parties en présence font la preuve de leur sérieux et de leur honnêteté en affaires. Il est recommandé de suivre les étapes suivantes pour choisir une maison de commerce :

1. Définir avec précision vos objectifs. Par exemple, quelle part de votre production pouvez-vous consacrer régulièrement à l'exportation? L'exportation occasionnelle n'est pas suffisante pour qu'une maison de commerce fasse des efforts vigoureux en votre faveur.