

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE	8
INTRODUCTION	11
MÉTHODOLOGIE	13
1 LE MARCHÉ DANOIS DES LOGICIELS	14
2 LE MARCHÉ EUROPÉEN DES LOGICIELS POUR ORDINATEURS PERSONNELS	16
3 LE CHOIX D'UN ASSOCIÉ EUROPÉEN	17
3.1 L'Europe et le reste du monde	17
3.2 L'indispensable : une préparation soignée	17
3.3 Le choix d'une voie de distribution	18
3.31 Les voies de distribution	18
3.311 Les fabricants de matériel (constructeurs OEM)	18
3.312 Les revendeurs de produits modifiés	19
3.313 Les distributeurs	19
3.314 Les représentants vendeurs indépendants	19
3.315 La vente directe	19
3.32 Quel est le coût d'une présence locale?	20
3.33 Peut-on accorder l'exclusivité au distributeur?	20
3.34 Dans quelle mesure doit-on soutenir la commercialisation?	20
3.35 De quelle manière harmonisera-t-on le produit aux exigences locales?	20
3.36 Comment organisera-t-on le service après-vente?	21
3.37 Quelles échelles de prix peut-on pratiquer en Europe?	21
3.371 La traduction et l'adaptation aux exigences locales	22
3.372 Le coût des ventes	22
3.373 L'effet des variations des taux de change	22
3.374 Une marge bénéficiaire plus importante	22
4 LA DIRECTIVE DU CONSEIL EUROPÉEN CONCERNANT LA PROTECTION JURIDIQUE DES PROGRÈS DE L'ORDINATEUR	23
4.1 Les dispositions de la Directive	23
4.2 Les exceptions prévues dans la Directive	23
4.21 L'autorisation du désossage	23