

**Un engagement vis-à-vis de l'exportation.** Les maisons de commerce cherchent des manufacturiers qui souhaitent réellement s'engager dans l'exportation. Le manufacturier ne peut pas la considérer comme une activité occasionnelle ou comme un moyen de se débarrasser des excédents de production. La maison de commerce va investir du temps et de l'argent dans la formation du manufacturier! Elle doit lui montrer comment préparer des produits pour ses marchés et l'aider à présenter le produit à l'étranger. La maison de commerce veut être sûre que le manufacturier fera un effort d'approvisionnement régulier et fournira un service de soutien fiable.

**L'exclusivité.** L'un des problèmes les plus courants qui se posent entre la maison de commerce et le fournisseur est celui de l'exclusivité. Une maison de commerce n'investira pas pour développer un marché avec lequel le fournisseur traitera directement par la suite ou pour lequel il utilisera un autre canal de vente. Il faut créer un climat de confiance mutuelle si l'on veut éviter que ce genre de situation ne se produise. Dans bien des cas, il est préférable d'avoir, entre la maison de commerce et le fournisseur, une entente écrite qui définit les responsabilités et les obligations de chacune des parties.

**Une entente équitable d'établissement des prix.** Avec l'aide de la maison de commerce, le fournisseur souhaite accroître ses profits grâce à l'augmentation des ventes. De son côté, la maison de commerce s'intéresse tout autant au profit. Chacune des parties en présence doit être consciente des tâches et des frais auxquels fait face l'autre partie. Il n'y aurait pas d'intérêt à exporter s'il n'y avait pas de profit. La négociation de prix mutuellement satisfaisants est une condition absolue d'une opération d'exportation. Sur le marché canadien, le manufacturier couvre les frais de commercialisation. Si la maison de commerce couvre ces frais à l'exportation, le manufacturier se doit de les déduire quand il calcule son prix de vente à la maison de commerce.

La compréhension est un des éléments clés du succès d'une bonne relation entre la maison de commerce et le manufacturier. Chacune des deux parties en présence doit comprendre et mesurer les préoccupations légitimes de l'autre. Le manufacturier doit s'attendre à ce que la maison de commerce cherche un produit exportable, une volonté réelle d'exporter de la part du manufacturier, et un droit d'exclusivité. D'autre part, le manufacturier doit comprendre qu'il ne peut obtenir, pour les produits vendus à une maison de commerce, le même prix que sur le marché national.

Un manufacturier et une maison de commerce qui sont bien assortis et qui collaborent honnêtement et assidûment peuvent accroître de façon notoire la force et la rentabilité de leurs entreprises respectives.