

- propres appareils d'informatique, en utilisant toujours leur propre marque. Ces établissements ont souvent pour stratégie commune de rendre ainsi leurs produits plus attrayants, car les utilisateurs n'achèteront que les appareils qui conviennent parfaitement à leurs exigences. Cette voie de distribution présente l'inconvénient de dissimuler le nom et la marque du créateur de logiciels, qui ainsi devra mettre plus de temps à faire connaître ses propres produits. **L'option «fabricants de matériel (constructeurs OEM)» n'a, dans le domaine de la distribution des logiciels, d'autre valeur que théorique, car les cas de réétiquetage sont pratiquement inexistants.**
- 3.312 Les revendeurs de produits modifiés se différencient des fabricants de matériel du fait que ces derniers réunissent deux produits compatibles dans un seul ensemble, tandis que les premiers rassemblent deux produits similaires pour en faire un ensemble plus évolué. Les revendeurs sont généralement des entreprises beaucoup moins importantes que les fabricants et sont souvent orientés verticalement, mais offriront normalement les deux produits réunis sous la marque du créateur et sous la leur propre. La plupart des distributeurs européens offrent des services d'ajout de valeur, qui seront toutefois intimement liés, pour le créateur canadien, à l'ampleur du rabais que celui-ci est prêt à consentir. On s'attend généralement, en Europe, à se voir accorder un rabais de l'ordre de 50 à 70 p.100 du prix auquel se vend localement le produit. Ce pourcentage pourra être plus élevé lorsque le logiciel est si complexe qu'il doive être adapté avant d'être utilisé.
- 3.313 L'obligation principale du distributeur est de financer la réalisation des programmes de publicité et de promotion qui aideront à faire connaître le produit et à assurer sa rentabilité. Il se sera normalement créé un réseau de détaillants qui revendront le produit aux consommateurs. Le créateur aura avantage à préserver son droit de transiger directement avec un grand détaillant, sans avoir à passer par l'entremise du distributeur.
- 3.314 Les représentants vendeurs indépendants ne font que solliciter la clientèle. Ils n'assument aucun risque financier ou juridique dans la vente ou la promotion. Leur utilité est plus grande si le produit est très spécialisé ou destiné à plusieurs marchés géographiquement différents. Les meilleurs représentants sont souvent des experts qui peuvent recommander l'achat du produit pour ajouter à la valeur des ensembles qu'ils conseillent à leurs clients. Les taux de commission exigés varient de 2 à quelque 20 p.100, selon la nature du produit et des services exigés du représentant.
- 3.315 La vente directe peut se faire sous deux formes :
- a. L'engagement d'un personnel de vente*
- Pour se doter d'un personnel de vente directe en Europe, il faut être prêt à investir beaucoup. Le créateur qui consent à cette mise de fonds garde une main-mise totale sur ses relations avec le marché et, s'il réussit, en obtiendra des bénéfices bruts plus élevés. Le personnel de vente directe doit être composé de personnes originaires du pays visé. Le créateur devient en conséquence un employeur de la CE et doit assumer le coût et accepter les responsabilités qui lui incombent en vertu des lois du pays; il doit donc analyser celles-ci avec soin avant de prendre quelque engagement. Les créateurs européens de logiciels intégrés délaissent de plus en plus la vente directe, sauf s'il s'agit d'ensembles très perfectionnés ou demandant un soutien important.
- b. La vente postale sur catalogue*
- On a de plus en plus souvent recours à la vente sur catalogue pour distribuer des logiciels qui requièrent tout au plus un soutien de peu d'envergure. Au Danemark, la société Computer Mail A/S obtient de bons résultats depuis maintenant cinq ans. Il faut cependant savoir qu'il n'existe encore aucune entreprise de ce genre qui s'adresse à l'Europe entière, en raison des divergences de la réglementation postale entre les pays. Celle-ci est cependant en