

Accédez aux marchés étrangers par la distribution commerciale

Dans ce type de stratégie de pénétration de marché, l'entreprise wallonne exportatrice recrutera un ou plusieurs distributeurs sur le marché où elle entend implanter son ou ses produits. Certains l'identifieront comme l'importateur de certaines gammes de produits sur le marché. Cette stratégie consiste principalement en une collaboration avec des distributeurs indépendants. Le distributeur achète les marchandises de l'exportateur afin de les vendre à son tour à des clients inconnus de celui-ci. Le distributeur recruté par l'exportateur, à l'instar de l'agent commercial, bénéficie de la connaissance du marché et a bien souvent une expérience dans le secteur d'activité visé par les produits et marchandises de l'entreprise wallonne exportatrice.

La distribution commerciale comme stratégie de pénétration du marché

Les raisons qui peuvent amener une entreprise à agir par et via un réseau de distribution sont multiples : la volonté de lancer rapidement les ventes en raison de la brève tendance et de la courte durée de vie du produit, le désir de s'appuyer sur un intermédiaire qui connaît le marché et profiter ainsi de son réseau et de son expérience, le manque de moyens financiers empêchant une commercialisation du produit par une filiale de production ou de distribution, etc.

Le recrutement du distributeur

Une vérification diligente par un consultant local est souvent recommandée. Celle-ci permettra entre autres d'établir son profil, ses compétences et sa réputation sur le marché local, voire international. En outre, celle-ci mettra l'accent sur sa capacité financière, ses installations, sa solvabilité, son organisation de vente et ses capacités de promotion et de marketing.

La distribution commerciale versus l'agence commerciale

Le choix d'un distributeur par l'exportateur peut engendrer un gain de temps pour ce dernier, dès lors qu'il peut profiter de l'expérience de cet intermédiaire et de son réseau de clientèle. Les distributeurs (puisqu'ils risquent davantage que les agents) entreprennent souvent des campagnes de promotion assez agressives.

A la différence des agents, le distributeur libérera l'exportateur de la facturation, de l'encaissement des paiements, des frais de publicité, d'exposition et parfois d'importation (tel que le marquage spécifique des produits). Cependant, l'un n'empêche pas l'autre : il n'est pas rare en effet qu'un réseau de distributeurs cohabite avec un réseau d'agents, tout comme il n'est pas rare qu'une entreprise agisse en qualité d'agent et de distributeur.

Le contrat de distribution dans l'Union européenne

L'exportateur devra néanmoins avoir à l'esprit que, dans la plupart des Etats membres de l'Union européenne, le distributeur exclusif est extrêmement protégé par la loi en cas de rupture unilatérale du contrat par le fournisseur. A ce propos, l'exemple de la loi belge est parfait puisqu'elle fait du distributeur exclusif implanté en Belgique le plus protégé d'Europe.

Le contrat de distribution doit être rédigé avec le plus grand soin en tenant compte d'une série d'éléments relatifs, notamment, à l'identification des produits, à la limitation de la zone d'activité du distributeur, à la fixation des prix des produits, à l'usage éventuel des droits de propriété intellectuelle (ex : licences de marques) ou encore aux objectifs commerciaux à atteindre par le distributeur.

Xavier VAN OVERMEIRE - Avocat chez Fraser Milner Casgrain (Montréal), expert accrédité par l'AWEX et Christian SCHILLINGS - Conseiller juridique spécialisé en droit international des affaires



Agence wallonne à
l'Exportation et aux
Investissements étrangers

KOMPASS