

Accédez aux marchés étrangers par la vente internationale directe

L'exportateur peut faire le choix de la vente directe comme mode d'accès à un marché étranger. Il choisit ainsi de ne pas avoir recours à une force de vente locale et de prendre lui-même en charge toutes les questions afférentes à la vente sur ce marché (logistique, formalités légales et administratives, etc.). On peut noter que les nouvelles techniques de vente reposant sur des outils de communication divers et variés tels que le téléphone, la télécopie, le télémarketing, les ventes par catalogue ou sur la toile ont significativement contribué au développement de l'exportation directe. La pratique courante des bons de commande accessibles sur le site web des entreprises ainsi que le développement des méthodes de paiements sécurisés sur la toile en sont de parfaits exemples.

La vente internationale directe comme mode de pénétration de marché

La vente directe comme mode d'exportation est utilisée dans bien des cas lorsque les produits sont destinés à un nombre restreint de clients en raison de la spécificité du produit (exemple : caisson d'hydrogène destiné aux plateformes pétrolières) ou à cause du type d'acheteurs potentiels tels que des entreprises publiques pour lesquelles une procédure d'appel d'offre est mise en place. En outre, une entreprise peut opter également pour cette approche lorsqu'elle vend des biens courants ne nécessitant aucun service après-vente élaboré. *A contrario*, celle-ci n'est pas recommandée pour des biens hautement spécialisés ou à très grande valeur ajoutée.

L'exportation directe sera facilitée lorsque celle-ci s'oriente vers des pays socio-culturellement proches disposant d'une législation comparable et d'obstacles à l'exportation soit peu nombreux, soit inexistantes tels que les zones de libre-échange : ALENA («*Accord de libre-échange nord-américain*»), marché de l'Union européenne, AELE («*Association européenne de libre-échange*»), etc.

Risques et recommandations

Les risques sont liés aux différences sensibles entre le marché d'origine et le marché de destination. Le choix de la vente directe suppose donc une excellente connaissance de la législation et des règles propres au marché de destination (droit de douane, responsabilité du producteur, certification du produit, garanties légales minimales sur les produits, loi sur l'étiquetage, loi sur l'utilisation des langues, usage et pratiques du commerce, etc.). A ce propos, on peut relever des différences sensibles entre les périodes minimales de garantie offerte au consommateur européen par rapport à celles applicables en Amérique du Nord. Ceci devrait être pris en considération par tout exportateur faisant affaires directement avec des consommateurs résidant en Amérique du Nord.

La vente directe ou exportation directe peut s'avérer être un moyen de tester ou de vendre sur une base régulière un produit courant et simple d'utilisation sur un marché étranger sans toutefois devoir investir lourdement comme le nécessiterait l'établissement d'une filiale. Dans le cas où l'exportateur ne dispose que d'une connaissance approximative du marché d'exportation, il est impératif qu'il s'assure de la bonne conformité de ses produits aux normes locales. Pour ce faire, il lui est conseillé de recourir aux services d'experts présents localement.

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