

## PRESENCE INTERNATIONALE

### 1 - L'entreprise exportatrice ne désire pas s'implanter dans le pays, il existe différences moyens de représentation pour vendre ses produits

- **VENTE DIRECTE**

Les salariés sont envoyés en mission dans le pays pour effectuer les tâches de prospection et suivi de clientèle. Les commandes, les expéditions et les stocks sont gérés par l'entreprise exportatrice.

- **Représentants salariés** (service export)
- Foires ou salons
- Appels d'offre
- Internet.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Absence d'intermédiaire</li> <li>- Maîtrise de la commercialisation</li> <li>- Lien direct avec le client</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difficulté à assurer le SAV</li> <li>- Fidélisation de la clientèle aléatoire</li> <li>- Couverture difficile en cas de territoire large</li> <li>- CA non régulier</li> <li>- Gestion des risques et des commandes</li> </ul>

- **AGENT COMMISSIONNE**

Un agent commercial local prospecte et visite les clients pour le compte de l'entreprise exportatrice moyennant commission. Les commandes sont envoyées directement à l'entreprise qui les réceptionne, expédie et facture directement le client.

- **Intermédiaire indépendant**
- **Payé à la commission**
- Responsabilités limitées au suivi du client
- Pas de stocks ni de gestion de commandes

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Frais fixes réduits puisque l'agent est payé à la commission</li> <li>- Maîtrise de la politique commerciale</li> <li>- Représentant local qui connaît le marché</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Risque commercial à charge de l'exportateur</li> <li>- Dépendance vis-à-vis des performances de l'agent</li> <li>- Recrutement difficile</li> <li>- Clientèle appartenant à l'agent</li> <li>- Gestion des commandes par l'exportateur</li> </ul>

## COURS PROSPECTION

- **PORTAGE (PIGGY BACK)**

Une entreprise partenaire déjà implantée dans le pays loue ses services de prospection et suivi de clientèle moyennant commission à l'entreprise exportatrice (en général de plus petite taille). Les commandes, les expéditions et les stocks sont gérés par l'entreprise exportatrice.

- **Partenariat avec une entreprise** déjà bien implantée dans les pays ciblés pour distribuer les produits auprès de ses clients
- **Porteur rémunéré sur le CA**

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faible investissement de départ</li> <li>- Pas de logique à gérer</li> <li>- Risques faibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pas de contrôle sur les ventes</li> <li>- Pas de contacts avec les clients</li> <li>- Parfois impossibilité d'utiliser sa marque de commerce</li> </ul>

- **IMPORTATEUR ET DISTRIBUTEUR**

Un importateur ou un distributeur achète les produits directement à l'entreprise exportatrice. Il les stocke et les revend à ses propres clients au prix qu'il désire.

- **Société commerciale locale** qui achète et revend les produits (se rémunère sur sa propre marge)
- **Exclusivité géographique** au produit possible (concessionnaire, importateur exclusif)

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transfert des risques sur l'importateur</li> <li>- Gestion des commandes simplifiée</li> <li>- Possibilité de confier à l'importateur des missions de stockage ou de SAV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'importateur fait écran entre l'entreprise et son marché : elle ne connaît pas le client</li> <li>- Dépendance vis-à-vis des performances du distributeur</li> </ul>

	Prospection et suivi de clientèle	Stocks et logistique	Rémunération des intermédiaires	Maîtrise de la commercialisation
<b>Vente directe</b>	Entreprise exportatrice	Entreprise exportatrice	Pas d'intermédiaire	+++
<b>Portage et agent</b>	Agent ou porteur	Entreprise exportatrice	Commission	++
<b>Importateur et distributeur</b>	Importateur ou distributeur	Importateur ou distributeur	Marge sur prix de vente	+

## 2 - L'entreprise exportatrice désire s'implanter dans le pays, il existe différentes possibilités d'implantation

- **SUCCESSALE ET BUREAU DE VENTE**

L'entreprise locale ouvre une représentation sans personnalité juridique. Cette dernière appartient à 100% à l'entreprise exportatrice qui embauche et rémunère les employés locaux.

- Représentation **sans personnalité juridique**
- Employés embauchés par la maison mère
- Responsable de la prospection, prise de contrôle et livraison

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtrise de la politique commerciale</li> <li>- Bénéfices intégralement reversés à la maison mère</li> <li>- Présence affirmée sur le marché</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formalités administratives importantes</li> <li>- Investissements financiers conséquents</li> <li>- Risques juridique, commercial et financier</li> </ul>

- **FILIALE**

L'entreprise exportatrice crée une société de droit locale juridiquement responsable. Les employés locaux sont embauchés et rémunérés par la filiale. Cette dernière appartient à 100% à l'entreprise.

- **Société de droit local**
- Direction nommée par la maison mère
- **Juridiquement indépendante**
- Responsable de la commercialisation, SAV, développement, production

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meilleure connaissance du marché</li> <li>- Présence locale appréciée des clients</li> <li>- Avantages fiscaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coûts fixes importants</li> <li>- Engagement à long terme</li> <li>- Dépendance vis-à-vis des règles juridiques locales</li> </ul>

- **JOINT VENTURE**

L'entreprise exportatrice crée une filiale commune avec une entreprise associée (un investisseur local par exemple). Cette filiale appartient partiellement à l'entreprise. Les décisions sont prises en commun avec l'entreprise associée.

- Création d'une **société de droit local partagée** avec un partenaire local
- Peut-être imposée par la réglementation locale
- Responsable de la commercialisation, SAV, développement, production

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Association avec partenaire local</li> <li>- Mise en valeur du savoir-faire</li> <li>- Maîtrise de la politique commerciale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difficultés culturelles</li> <li>- Règles commerciales locales</li> <li>- Divergences stratégiques avec le partenaire</li> </ul>

## COURS PROSPECTION

- **FRANCHISE**

L'entreprise exportatrice (franchiseur) fournit sa marque et son savoir-faire à une entreprise locale (franchisé) moyennant redevance et commission sur le chiffre d'affaire. Le personnel et les investissements (locaux, matériel...) sont à la charge du franchisé. Le contrat de franchise définit les règles imposées par le franchiseur concernant la vente ou la production locale.

- **Apport de la notoriété** de la marque, assistance technique et commerciale à un investisseur local
- Association possible avec un « développeur » qui recherche les emplacements et franchisés potentiels
- **Le franchisé rémunère le franchiseur** en redevance annuelle, pourcentage sur CA, achat d'équipement spécifique

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtrise de la commercialisation (pub, image, prix de vente, clients)</li> <li>- Développement rapide à l'international</li> <li>- Contrôle de l'image</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Repose sur la notoriété de l'entreprise ou sur des procédés transférables</li> <li>- Montage juridique difficile</li> </ul>

- **AUTRES POSSIBILITES**

- **Transfert de technologie** : vente d'un brevet et/ou d'un savoir-faire à un partenaire local (le partenaire peut devenir un concurrent à l'international)
- **Centrale d'achat** : référencement auprès d'un groupement de magasins

- **CRITERES A RETENIR**

- **Représentation commerciale :**

- Politique de marque
- Contrôle du prix client final
- Stocks à financer
- Frais de communication
- Performance des ventes

- **Implantation :**

- Démarches administratives
- Risques légaux pour l'entreprise exportatrice
- Possibilités d'embauche et de fabrication locale
- Maîtrise des choix stratégiques

	Capital	Responsabilité juridique	Prise de décision
<b>Succursale</b>	Entreprise exportatrice	Entreprise exportatrice	Entreprise exportatrice
<b>Filiale</b>	Entreprise exportatrice	Filiale	Entreprise exportatrice
<b>Joint venture</b>	Partage entre associés	Joint venture	Commune entre les associés
<b>Franchise</b>	Investisseur local	Investisseur local	Contrat de franchise