

Maisons de commerce et Manufacturiers

Dans le cadre d'activités d'exportation, nous avons au Québec :

- des maisons de commerce qui sont toutes des PME, se spécialisant par familles de produits et par régions d'exportation et
- des entreprises manufacturières, en grande majorité des PME.

Maisons de commerce

Les Maisons de commerce se définissent comme des entreprises qui agissent comme :

- a. **des négociants** qui achètent ou vendent là où les marchandises sont disponibles ou demandées en qualité et quantité, et évidemment selon le marché de la concurrence. Les négociants revendent les produits pour leur propre compte avec naturellement une marge de profits.
- b. **des agents-commissionnaires** qui agissent comme les représentants des fabricants de produits transformés. Ils travaillent sur une base de contrat d'exclusivité pour un volume donné et pour des régions déterminées, ou encore sur une base de mandat pour des opérations ponctuelles. Leur rémunération est alors constituée par des commissions données soit par le fournisseur ou l'acheteur.
- c. **les grossistes/distributeurs** qui opèrent de trois façons :
 - en tant qu'importateurs/distributeurs aux petits détaillants ou grandes corporations comme Zellers, Sears, etc.
 - en tant que distributeurs auprès des institutions : hôtels, restaurants, hôpitaux
 - en tant que centrales d'achat pour des grandes entreprises comme Costco, Loblaws, Provigo. Souvent, les centrales d'achat sont des divisions des grandes entreprises que nous venons de citer.

Manufacturiers

Les manufacturiers québécois et canadiens, dans ce grand marché domestique qu'est l'Amérique du Nord, exportent déjà comme nous le savons pour plus de 85% de la production globale canadienne vers les Etats-Unis.

Pour augmenter les ventes à l'Export, sans faire croître la dépendance du marché américain, les manufacturiers doivent se tourner vers d'autres marchés. Pour ce faire, un des moyens efficace et rapide est donc l'exportation par le biais des Maisons de commerce. Celles-ci possèdent en effet les contacts nécessaires, l'expertise et les réseaux internationaux permettant d'ouvrir aux manufacturiers les marchés étrangers.

Le rôle des maisons de commerce

La majorité des maisons de commerce sont, à plus de 80%, issues des groupes ethno-culturels. Comme nous venons de le dire, elles permettent la promotion des produits grâce à leur réseau de contacts et à la connaissance des marchés de leurs contrées d'origine. Elles connaissent les barrières qui existent, qu'elles soient tarifaires, culturelles ou qu'elles relèvent des normes ou des ingrédients. Elles savent en conséquence comment procéder à l'exportation en évitant les problématiques qui peuvent se présenter.

Par ailleurs elles connaissent le jeu de la concurrence locale et possèdent l'expertise de la documentation nécessaire pour faire rentrer les produits dans le pays importateur.

Quand elles agissent en tant que négociants ou grossistes distributeurs, elles assurent la garantie de paiement et/ou le financement nécessaire à la réalisation de la transaction, ce qui enlève au manufacturier le risque étranger en le convertissant en risque canadien.

Quand elles agissent en tant qu'agent-commissionnaire, elles ne garantissent pas le paiement et le financement. Elles peuvent toutefois agir en tant que consultant mais ici l'acheteur et le vendeur vont transiger directement sous le couvert d'un contrat d'exclusivité avec la Maison de commerce, cette dernière recevant une commission pour rémunération.

D'un autre côté, les Maisons de commerce permettent aux manufacturiers d'avoir une infrastructure bien plus légère que s'ils devaient monter un service d'exportation. Les maisons de commerce assurent donc le travail de la documentation, la recherche des meilleurs moyens de transport, le suivi des transactions, les manufacturiers se contentant de produire et de livrer au transitaire les marchandises.

Les Maisons de commerce ne spéculent pas sur les inventaires, elles n'ont par conséquent pas d'entrepôt dans le cadre de leurs activités. Elles se servent des transitaires comme plaque-tournante des marchandises ou encore pour le groupage de denrées ou commodités compatibles entre elles pour un transport efficace et moins coûteux.

Par ailleurs, lors de divergences ou de litiges, leur expertise et leur réseau de contacts leur permettent non seulement d'assumer les relais entre les parties mais également de régler les situations conflictuelles. Il est très rare de constater des pertes totales. Les litiges sont résolus par des compensations de crédits lorsque les marchandises accusent des problèmes de qualité.

Pour énumérer les divers services offerts par les Maisons de commerce, nous pourrions citer sommairement :

- recherche d'information
- consultation en marketing
- mise en marché
- logistique
- services après-vente

- promotion
- développement d’emballage et étiquetage
- financement
- enregistrement de marques de commerce

Les Maisons de commerce s’imposent donc comme des intermédiaires spécialisés, sur lesquels les entreprises manufacturières doivent compter pour l’élaboration d’une stratégie de diversification des marchés.

Statistiques sur l’activité des Maisons de commerce

En 1983, les Maisons de commerce représentaient 13% de la totalité des exportations canadiennes. En 1990, elles représentaient 16% de la totalité des exportations canadiennes et représentent actuellement 18%.

Le nombre des Maisons de commerce est passé de 400 à 713 entre les années 1984 et 1990, soit une augmentation de 78% en 7 ans. Le nombre actuel des Maisons de commerce se situe aux alentours de 1 200.

Comme nous venons de le dire, plus de 1 200 Maisons de commerce, agissant en tant que négociants import-export, ont été dénombrées au Canada, dont environ 450 au Québec. Elles réalisent aujourd’hui plus de 60% des exportations hors États-Unis. Elles contribuent donc à plus de \$40 milliards de flux monétaire. Elles ont contribué à aider le Canada à sortir de la récession.

Il demeure toutefois difficile de quantifier avec exactitude le nombre des Maisons de commerce pour les raisons suivantes :

- leurs appellations commerciales ne permettent pas de les identifier systématiquement,
- à cause de la diversité de leurs activités
- parce que craignant la concurrence, elles ne recherchent pas la visibilité.

Répartition des secteurs d’activité des Maisons de commerce

Selon l’étude faite par Industrie, Science et Technologie Canada, les exportations des Maisons de commerce se répartissent de la façon suivante :

- 41% de produits manufacturés,
- 28% de produits alimentaires
- 28% de matières premières et de matières brutes, et
- 3% de produits transformés et finis

Le principal atout des petites et moyennes Maisons de commerce réside dans le fait qu’elles ont réussi à se tailler une place dans des créneaux spécialisés en s’associant à des manufacturiers de produits transformés ou finis.

Certaines Maisons de commerce se spécialisent dans l'exportation d'un seul produit, comme par exemple les céréales. D'autres se spécialisent dans l'exportation de matières premières comme le bois, les métaux, les produits chimiques, les minerais.

Généralités

Les exportations des PME québécoises sont faibles outre-atlantique et en Amérique latine alors qu'elles sont fortes sur le marché américain. Les raisons essentielles sont multiples.

- Il est facile d'exporter vers un marché limitrophe, car les pratiques commerciales et les lois sont similaires et la logistique de livraison aisée.
- Les marchés outre-mer nécessitent des adaptations au produit, à l'étiquetage, à la présentation, aux normes ainsi qu'à la culture.
- La mondialisation des marchés attise la concurrence.
- Les risques politiques et commerciaux sont divers et nombreux
- Les barrières tarifaires et douanières
- L'éloignement qui soulève des problèmes de transport
- La fluctuation des taux de change

Les Maisons de commerce permettent aux manufacturiers québécois d'ouvrir des nouveaux marchés tout en les sécurisant sur les problèmes financiers et les questions d'ordre administratif, d'exploitation et culturel.