

## AUSTRALIE : LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS

### Les intermédiaires commerciaux

---

#### Les sociétés de commerce

- Type d'organisations Le référencement auprès de centrales d'achats est une démarche importante pour pénétrer le marché de la vente en grande surface. Les coûts d'entrée en référencement peuvent être conséquents et les opérations de promotion, à la charge du fournisseur. Les distributeurs ne négocient pas fréquemment avec les fournisseurs étrangers. Pour cette raison, il est nécessaire de passer par un intermédiaire australien (importateur non fabricant, fabricant de produits similaires, société de services).
- Les principaux acteurs Robert Fergusson Pty Ltd (Equipement électrique)  
Gemcell Australia (Equipement électrique)  
The Buyers Independent Group of Australia (BIGA+)

#### Les grossistes

- Type d'organisations En plus de leur rôle d'intermédiaire commerciaux, les grossistes australiens proposent également des services tels que la constitution de gammes, le stockage, le reconditionnement, la livraison, etc. Les grossistes sont en général spécialisés dans un certain type de biens de grande consommation (alimentaire ou non) ou dans l'équipement pour l'industrie et l'artisanat.
- Les principaux acteurs Australia Wholesalers, annuaire de grossistes

### L'agent commercial

---

#### Les avantages

En ce qui concerne la stratégie marketing, l'usage d'un agent commercial est important, en particulier pour une petite ou moyenne entreprise. Le plus souvent, ces intervenants sont des agents exclusifs pour l'ensemble du territoire national. Il constitue des intermédiaires incontournables le plus souvent.

#### Les points de vigilance

L'agent devra être sélectionné en fonction de sa motivation, de son intérêt pour le produit, de ces références (carnet d'adresses) et de son portefeuille de produits. Des investissements commerciaux annexes seront nécessaires pour soutenir l'action de l'agent : formations, catalogues, échantillons de produits, etc.). Une communication régulière et un système de reporting devront être mis en place.

#### Les éléments de motivation

Le système de commissionnement et le montant prévisionnel des commissions sont les éléments essentiels de motivation de l'agent. Un contrôle et des contacts rapprochés pourront être nécessaires pour le bon suivi de l'activité de l'agent.

#### La commission

L'agent commissionné est rémunéré en fonction du chiffre d'affaire qu'il réalise. Les pourcentages varient selon les secteurs et les montants des contrats entre 0,5% et 20%. 15% est un taux fréquemment utilisé.

#### La rupture du contrat

La résiliation du contrat d'agence se fait sur préavis pouvant varier d'un à trois mois. L'agent a droit à une indemnité compensatoire s'il n'est pas à l'origine de la rupture du contrat.

#### Trouver un agent commercial

Realcommercial  
Alibaba

### Créer une unité commerciale

---

#### Les avantages

Une personne en Australie peut mener une activité commerciale en tant qu'entrepreneur individuel ou en partenariat, à travers un trust ou une joint-venture ou encore grâce à une société. La plupart des sociétés étrangères mène une activité commerciale au sein d'une filiale détenue en partie, à 100% ou au sein d'une succursale australienne. Une implantation locale en Australie offrira l'avantage déterminant de la proximité dans un

contexte de grand export et d'éloignement géographique marqué. Elle permettra aussi d'envoyer aux partenaires et clients australiens un signe clair de dynamisme et de détermination quant à la volonté de s'implanter durablement et de mettre les moyens nécessaires à un relationnel dans la durée.

Les points de vigilance Il faut adapter au contexte local et aux objectifs commerciaux, il faut donc bien faire attention à la structure à choisir.

Les différentes formes d'implantation possibles

- L'office de représentation Dans l'hypothèse où une société étrangère n'a pas l'intention d'exercer une activité commerciale, il lui suffit simplement d'établir un bureau de représentation. Un bureau de représentation permet de ne mener que des activités promotionnelles ou de représentation. Sur le plan fiscal, un bureau de représentation est normalement considéré comme non-résident.
- La succursale Une succursale peut prendre et exécuter des commandes et effectuer un programme marketing ou publicitaire, recruter la force de vente et exécuter des activités promotionnelles sur place. L'établissement d'une succursale est considéré comme un investissement direct et doit faire l'objet d'une déclaration auprès des autorités. Une société étrangère a la possibilité de se faire enregistrer en tant que succursale australienne (Registration as foreign company). Cette démarche peut s'avérer préférable si l'un de ses objectifs est de consolider les résultats comptables au lieu d'implantation de la société mère étrangère. Une succursale ne doit pas forcément être dirigée par un résident australien mais elle doit forcément avoir enregistré l'adresse d'un bureau ainsi que d'un agent statutaire responsable de répondre à l'ensemble des exigences prévues par la Corporations Law.
- La société Les sociétés étrangères peuvent implanter une filiale australienne par l'immatriculation d'une société nouvelle ou par l'acquisition d'une société déjà enregistrée (shelf company) qui n'a pas encore entrepris d'activités commerciales. Il s'agit, en Australie, d'une formule simple, peu coûteuse et flexible. Elle permet en particulier de récupérer la TVA locale de 10% et de mettre en place le cas échéant des prix de transferts avantageux avec la maison mère.

## La franchise

---

L'évolution du secteur En Australie, le nombre de points de vente en franchise par habitant est le plus élevé au monde. Selon le rapport IBISWorld Franchising in Australia publié en novembre 2018 (dernières données disponibles), le chiffre d'affaires du secteur est évalué à 181,8 milliards de dollars. Le secteur du franchisage emploie environ 594 500 personnes, ce qui représente 27,4 milliards de dollars de salaires annuels. Toutefois, on s'attend à ce que l'apparition de la COVID-19 et les restrictions commerciales qui en découlent exercent une pression à la baisse sur les revenus du secteur en 2020. La distribution de produits non alimentaires domine le secteur de la franchise en Australie, avec 26% des marques opérant sur ce segment. Le secteur de l'hôtellerie et de la restauration représente 19% des marques en franchise, les services d'administration représentent 15%, et 10% dans les autres types de services comme le service à la personne, les garages automobiles et l'IT.

La franchise en Australie est fortement réglementée par la Commission Australienne de la Concurrence et du Consommateur depuis 1998, date à laquelle il a été acté le " Franchising Code of Conduct in the Competition and Consumer Act ". Le 14 septembre 2017, le " Fair Work Amendment " (qui protège les travailleurs les plus vulnérables) a été acté. Cette loi amende le texte initial à de nombreux égards, mais à des impacts sur la réglementation de la franchise. Cette nouvelle loi introduit une nouvelle responsabilité civile pour les franchiseurs.

Les grandes enseignes franchisées Listing des 1000 plus grosses franchises par secteur

Pour plus d'informations Conseil des franchises en Australie

## Trouver de l'aide

---

Ressource recommandée Site gouvernemental sur les affaires