TRADE Solutions BNP PARIBAS

ESPAGNE : LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS

Les intermédiaires commerciaux

Les sociétés de commerce	
• Type d'organisations	Ce sont les importateurs-distributeurs qui jouent le rôle principal. Ils ont en général une couverture nationale (y compris les Baléares et les Canaries) ou s'appuient sur des grossistes régionaux dans les zones où ils n'ont pas de délégation propre. Chacun est spécialisé dans un secteur d'activité.
• Les principaux acteurs	Association espagnole d'importateurs de bois (AEIM) Association d'importateurs et distributeurs d'acier pour la construction (ASIDAC)
Les grossistes	
• Type d'organisations	Ils n'ont en général qu'une couverture régionale, voire locale, mais se regroupent souvent en associations de caractère sectoriel et/ou géographique. Ils sont parfois importateurs.
• Les principaux acteurs	Asomafrut, association de grossistes de fruits et légumes de Madrid Buscomayotista, annuaire de grossistes

L'agent commercial

Les avantages	C'est évidemment la forme la moins onéreuse d'aborder et d'ouvrir le marché.
Les points de vigilance	Les inconvénients résident dans : - son statut différent de celui du VRP (voir modèle de contrat) - la difficulté de trouver un agent. Les 50000 agents en activité sont regroupés dans 68 « collèges » (ordres) régionaux qui les habilitent à exercer la profession. Ces « collèges » sont membres du CGAC (Conseil Général des Collèges des Agents Commerciaux d'Espagne).
Les éléments de motivation	Le montant de la rémunération est un élément important de motivation. Un contrôle et des contacts rapprochés pourront être nécessaires pour le bon suivi de l'activité de l'agent.
La commission	La rémunération de l'agent peut être une quantité fixe, une commission ou une combinaison des deux.
La rupture du contrat	Le contrat d'agence peut être pour une durée définie ou indéfinie. Le préavis pour un contrat indéfini est d'un mois par année de vigueur du contrat avec un maximum de 6 mois. La Directive du Conseil 86/653/EEC établit les droits et obligations du principal et de son agent.
Trouver un agent commercial	CGAC, Conseil Général des Collèges des Agents Commerciaux d'Espagne Alibaba

Créer une unité commerciale

Les avantages	C'est la meilleure manière de suivre au plus près le marché et d'acquérir une image « espagnole », rassurante pour la clientèle. Pour simplifier les procédures de création d'entreprises en Espagne, une "Ventilla Unica" a été créée, offrant aux hommes et femmes d'affaires l'assistance d'un expert.
Les points de vigilance	Il faut faire au préalable une étude de marché approfondie pour s'assurer que le chiffre d'affaires potentiel et la marge peuvent permettre d'assumer la structure. Le délai de retour sur investissement est d'environ 3 ans. Hormis le directeur, il est préférable de recruter des employés espagnols qui connaîtront les spécificités du marché.
Les différentes formes d'implantation possibles	

• L'office de représentation	Ce n’est pas une formule efficace.
• La succursale	La législation espagnole ne facilite pas la mise en place de ce type de structure.
• La société	C’est la meilleure formule qui permet à l’entreprise étrangère de s’intégrer et la met à armes égales avec ses concurrents espagnols ou étrangers ayant choisi ce système. Deux formules sont possibles : - la S.L., Société Limitée (équivalent de la S.A.R.L.) dont le capital minimal doit être de 3.005,06 EUR libérable immédiatement. C’est la meilleure manière de débuter. - la S.A, Société Anonyme dont le capital minimal doit être 60.101,21 EUR divisé en actions. Il doit être entièrement souscrit lors de la constitution et libérable à hauteur d’au moins 25%.

La franchise

L'évolution du secteur	C’est un secteur récent (né dans les années 90) mais dynamique. Il présente une garantie pour le petit détaillant et est en voie de consolidation. Le secteur de la franchise a connu une croissance constante au cours des dernières années. Selon le rapport 2020 de l'Association espagnole de la franchise (AEF), le système espagnol de franchise comptait 1 381 marques en 2019, soit 0,36 % de plus qu'en 2018, où l'on comptait 1 376 réseaux. Il y avait 1 120 enseignes d'origine espagnole (81,9 % du total) et les 249 autres (18,1 %) provenaient de 26 pays au total, en particulier de France (56 marques), des États-Unis (46), d'Italie (44), du Royaume-Uni (16) et d'Allemagne et du Portugal (14). Au total, il y a eu 5 réseaux supplémentaires, 2 nationaux et 3 étrangers, par rapport à décembre 2018. Parmi ces 1 381 franchises, le secteur qui compte le plus grand nombre de marques est celui de la "Mode", avec un total de 242 réseaux (5 de moins que l'année précédente), suivi par celui de l'"Hôtellerie/Restauration", avec 207 chaînes (11 de plus qu'en 2018), et celui de l'"Esthétique", avec 113 réseaux (2 de plus que dans la dernière relation). Fin 2019, l'ensemble du système de franchise espagnol a enregistré un chiffre d'affaires de 26 154,3 millions d'euros, contre 27 707,2 millions d'euros en 2018, ce qui équivaut à une baisse de 5,9 %. En ce qui concerne le nombre de points de vente en exploitation, à la fin de 2019, il y avait un total de 77 819 points de vente en Espagne, dont 19 787 étaient détenus et les 58 032 restants étaient franchisés. Un aspect essentiel du système de franchise est qu'il génère de l'emploi en Espagne : à la fin de l'année dernière, le système employait 294 231 personnes, soit 359 de plus (0,13 %) qu'en 2018. Lors de l'établissement des contrats, les franchisés - qu'ils soient espagnols, étrangers ou le franchisé principal - doivent s'inscrire auprès d'un registre administratif spécial, et doivent répondre aux exigences de la divulgation d'informations précontractuelles. Le franchisé visé doit recevoir toutes les informations requises par écrit au moins 20 jours avant la signature d'un contrat de franchise ou d'un contrat préalable, ou avant tout paiement au franchiseur. Tous les nouveaux contrats doivent être conformes à la législation espagnole et européenne. Les contrats en cours doivent également être revus chaque fois que possible. La législation régissant les questions de franchise en Espagne comprend: • Article 62 de la loi 7/1996 du 15 janvier sur la gestion du secteur de la vente au détail. • Décret-loi royal 201/2010, du 26 février, réglementant l'exercice de l'activité commerciale sous un régime de franchise et la communication des données au registre des franchiseurs. • Loi14 / 2013 du 27 septembre, Soutien aux entrepreneurs. • Loi 20/2013 du 9 décembre, Garantie d'Unité de Marché.
Les grandes enseignes franchisées	Grupo Lizarrán, restauration Mc Donald's, restauration rapide MRW, transport express Juegos y sueños, puériculture, jouets… Mango, mode Listes des franchises par secteur
Pour plus d'informations	AEF, Association Espagnole des Franchiseurs , liste des franchises par secteur d'activité

Trouver de l'aide

Les sociétés de commerce spécialisées en import-export	ICEX - Invest in Spain

© Export Entreprises SA, Tous droits de reproduction réservés.
Dernières mises à jour en Avril 2024