TRADE Solutions BNP PARIBAS

INDE : LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS

Les intermédiaires commerciaux

Les sociétés de commerce

- Type d'organisations

Un distributeur agit en tant qu'importateur et en général, il achète le produit à son compte, le stocke avant de le vendre à un détaillant voire à un utilisateur final.

Les grossistes

- Type d'organisations

Les vendeurs en gros, importateurs et exportateurs, sont particulièrement utiles pour leur organisation logistique, leur traitement de l'information, la promotion et la sélection des produits. Les vendeurs en gros normaux, offrent principalement un service de logistique et de stockage des marchandises, de façon à fournir les vendeurs de détail lorsqu'ils en ont besoin.

Néanmoins, avec l'augmentation de la compétition sur le marché indien de la distribution, les fabricants entrent directement en contact avec les détaillants, ce qui conduit à une évolution de la vente en gros. C'est la raison pour laquelle de nombreux vendeurs en gros ont opté pour une intégration plus verticale de leurs activités, en développant leurs propres marques et en vendant leurs marchandises au détail, eux-mêmes.

L'agent commercial

Les avantages

Pour avoir une présence sur le terrain, il est possible de nommer un agent, représentant ou distributeur. Mieux vaut nommer des représentants régionaux, en particulier parce que l'Inde est un pays très divers qui compte plus de 30 langues. De plus, Un petit distributeur peut être idéal pour la mise en œuvre d'une stratégie de distribution flexible, étant donnée que l'Inde est une nation vaste.

Les points de vigilance

Lorsque vous évaluez un distributeur ou un agent, il est important de vérifier la réputation d'une firme indienne, ses ressources financières, sa volonté et sa capacité à investir ainsi que sa force marketing.

De plus, il ne fait pas oublier :

1. Le syndrome de la longue liste : le représentant potentiel vous propose une longue liste de clients étrangers qui pourra être non actualisée et remplie de relations qui n'existent plus.

2. Le syndrome du manque de suivi : généralement, l'agent indien projette une image professionnelle avec une main-d'oeuvre qualifiée et une présence à l'échelle nationale. Une société étrangère devra toujours s'assurer qu'un tel agent ne laissera pas tout faire à son réseau et que les ventes ne souffriront pas d'un manque de suivi.

Les éléments de motivation

Exclusivité, commissions plus élevées sur les ventes, avantages pour avoir réussi à respecter les cibles de vente, voyages à l'étranger, communication fréquente par fax, email, téléphone, visites régulières en Inde.

La commission

- De 5 à 15% pour des transactions commerciales régulières et de 10 à 25% pour des transactions occasionnelles.

- De 1 à 4% en cas de matériaux en vrac (minerai de fer ou charbon).

- Jusqu'à 40% dans le cas d'instruments médicaux, de laboratoire, d'analyses scientifiques ou de logiciels.

La rupture du contrat

Cela dépend des conditions générales du contrat. Mais si l'agent local choisit d'aller en justice, cela peut se révéler interminable pour la société étrangère qui n'est même pas sûre d'obtenir une issue favorable.

Trouver un agent commercial

Infobanc, Agents commerciaux en Inde
Alibaba

Créer une unité commerciale

Les avantages	Le fait de mettre en place une unité commerciale en Inde ne devra être considéré que si vous avez des intérêts commerciaux sur le long terme dans le pays.
Les points de vigilance	Le soutien du gouvernement d'état et la flexibilité, les coûts et la disponibilité en sources d'énergie, la situation au niveau du respect de la loi. Les autres facteurs à prendre en considération sont la disponibilité de la main-d'oeuvre et son coût, les relations de travail et la culture de travail, la proximité des ressources et/ou du marché. Dans le domaine du droit du travail, un employeur qui compte plus de 100 employés ne peux pas les renvoyer sans permission d'un commissaire au travail du gouvernement -- ce qui en général n'est pas facile à obtenir.
Les différentes formes d'implantation possibles	
• L'office de représentation	La plupart des sociétés étrangères commencent par établir une présence en Inde avec un bureau de représentation, qui n'est pas directement engagé dans des transactions commerciales en Inde, afin d'obtenir des informations sur le marché, de fournir l'assistance nécessaire au niveau des services et de la promotion et d'explorer d'autres opportunités pour les affaires et les investissements. Un bureau de liaison n'est pas autorisé à entreprendre des activités commerciales et il ne peut pas avoir de revenus en Inde.
• La succursale	Une succursale d'une société étrangère est limitée aux activités suivantes par la RBI : la représentation d'une société mère et agir en tant qu'agent d'achat ou de vente pour elle ; mener des recherches pour la société mère, mener des activités de commerce d'import ou d'export ; promouvoir la collaboration technique et financière entre des sociétés indiennes et étrangères, rendre des services professionnels ou de conseil ou des services en technologie de l'information et développement de logiciel en Inde, ou une assistance technique pour les produits fournis par les sociétés ou groupes parents. La succursale a le droit de rapatrier les bénéfices générés par les opérations indiennes vers la société mère après avoir payé ses taxes. Cependant, une succursale n'est pas autorisée à mener des activités de fabrication et de transformation directement : elle peut seulement sous-traiter ces activités à un fabricant indien.
• La société	C'est un moyen efficace de garantir une meilleure protection pour les informations confidentielles, obtenir un crédit et pénétrer le marché indien de façon plus efficace. Pour mettre en place un bureau en Inde, une société étrangère a besoin de l'approbation de la Banque de Réserve d'Inde (RBI). Une société étrangère a aussi besoin de s'inscrire auprès du Registre des sociétés (ROC) dans les 30 jours qui suivent sa mise en place en Inde.

La franchise

L'évolution du secteur	Le franchisage en Inde a quadruplé depuis 2013 et était estimé à 50,4 milliards de dollars en 2019. Le secteur du franchisage en Inde connaît une croissance de 30 à 35 % par an et devrait atteindre 100 milliards de dollars d'ici 2024. Aujourd'hui, l'Inde compte plus de 4 600 réseaux de franchise actifs et près de 200 000 points de vente gérés par près de 170 000 franchisés. Au cours des deux dernières années, le nombre de franchises à unités multiples a augmenté de plus de 36 %. Toutefois, le marché indien de la franchise est encore très jeune ; le secteur représente environ 2 % du produit intérieur brut (PIB) national. On estime à 1,5 million le nombre d'emplois créés dans le secteur du franchisage en Inde. Certains des défis auxquels le système de franchise doit faire face : • Un manque de cadre légal : il n'y a pas de législation spécifique à la franchise. • Immobilier cher : les emplacement de vente au détail sont extrêmement chers et ils sont de relativement mauvaise qualité. • Comprendre la culture locale et les goûts : "l'Indianisation” des produits est vitale pour le succès d'une franchise. • La résistance aux frais et un plafond sur les royalties : Les franchiseurs étrangers devront aussi être préparés à faire face à une résistance inflexible de la part des candidats indiens à la franchise vis-à-vis des paiement de frais et autres royalties, qui sont considérés comme élevés.
Les grandes enseignes franchisées	Hertz, location de voitures Avis, location de voitures Radisson, hôtels Domino’s Pizza, restauration Subway, restauration rapide
Pour plus d'informations	FAI, Association indienne de la franchise

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