

NORVEGE : LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS

Les intermédiaires commerciaux

Les sociétés de commerce

- **Type d'organisations** Il est important de noter que la Norvège est un importateur majeur de biens de consommation ; de fait, un produit sur deux est acheté à l'étranger. Dans le secteur de l'alimentaire, les importateurs feraient bien de contacter les quatre principales chaînes de détail comme Norges Gruppen AS, ICA et Reitan Gruppen AS. L'importation de produits passe en général par les grossistes qui sont contrôlés par les chaînes de magasins. Les détaillants norvégiens font aussi appel aux grossistes pour remplir leurs stocks. Les plus grands détaillants placent leurs commandes directement auprès des fabricants étrangers. Un certain nombre d'accords de partenariat ont été signés avec des sociétés étrangères. Mais les sociétés commerciales norvégiennes typiques continuent à opérer sur le marché domestique.
- **Les principaux acteurs** Reitan Gruppen AS, NorgesGruppen sont les acteurs principaux.

Les grossistes

- **Type d'organisations** La plupart des distributeurs majeurs ont leur siège dans la région d'Oslo, mais ils pourront avoir des sous-agents dans les autres régions.
- **Les principaux acteurs** Reitan Gruppen, NorgesGruppen, Coop, Bertel O. Steen

Les ressources utiles Kvasir - Moteur de recherche des affaires (en norvégien)

L'agent commercial

Les avantages La façon la plus commune de fonctionner sur le marché norvégien, c'est de passer par un agent ou par un distributeur. L'utilisation d'un agent commercial est recommandée et pourra même être une nécessité pratique. Le fait d'avoir un bon partenaire local est un grand avantage ; les représentants locaux sont utiles pour comprendre la culture norvégienne, les conditions techniques et légales. Ils sont aussi utiles pour introduire des produits ou un service auprès d'un réseau plus important de consommateurs et pour fournir des services après-vente et d'assistance, si nécessaire. Le statut légal de l'agent commercial est le même que dans l'Union européenne. Les coûts initiaux et fixes pour entrer sur le marché sont faibles par rapport à ceux engendrés par le fait de mettre en place une unité commerciale.

Les points de vigilance Vous devrez faire attention en choisissant votre agent. Un partenaire qui ne donne pas satisfaction peut avoir un impact négatif sur une entreprise pendant longtemps. L'agent devra être choisi pour sa motivation à représenter la société, la qualité de son réseau de clients et son expertise. L'agent devra avoir assez de ressources pour bien vous représenter. Il est important de ne pas devenir trop dépendant vis-à-vis de l'agent. La société devra s'assurer un bon soutien et la supervision. Lorsque vous signez un accord gouverné par la loi norvégienne, il est conseillé de faire appel à une assistance légale professionnelle. Vous trouverez plus d'informations en contactant la Fédération des agents commerciaux norvégiens.

Les éléments de motivation L'espoir d'avoir plus de contrats ensemble en cas de réussite.

La commission Les parties sont libres de déterminer la taille de la commission selon un accord individuel. Si les parties n'ont pas réussi à se mettre d'accord sur le niveau de rémunération, l'agent a le droit à la commission qui est habituelle pour ce genre de marchandises, dans la région dans laquelle l'agent commercial opère.

La rupture du contrat Si l'agent commercial ne remplit pas ses obligations, l'autre partie peut demander des compensations pour toutes les pertes qui en résultent. Cela ne s'appliquera pas si l'agent peut prouver que l'échec n'est pas dû à une erreur ou à une négligence. La législation sur les agents commerciaux et les voyageurs de commerce (législation sur les agences) se trouve ici.

Trouver un agent Fédération des agents commerciaux norvégiens

Créer une unité commerciale

Les avantages	Le processus pour l'établissement d'une société norvégienne est relativement simple et généralement sans restriction : il n'y a que quelques exigences formelles et les coûts sont faibles. C'est une option à considérer, si vous êtes intéressés à établir une présence à long terme sur le marché norvégien. Vous aurez un accès direct à vos clients, qui préfèrent souvent faire des affaires directement avec la contrepartie. Les informations concernant l'entreprise ne sortent pas non plus de son sein.
Les points de vigilance	La législation sur l'emploi norvégienne comprend une grande variété de questions, et est peut être plus stricte que celle de nombreux autres pays européens.
Les différentes formes d'implantation possibles	
▪ L'office de représentation	Le fait de trouver un représentant local en contact proche avec les autorités publiques et des clients établis est une clé importante du succès.
▪ La succursale	<p>La succursale d'une société étrangère (filial av utenlandsk selskap) est traitée comme une entreprise et est soumise aux mêmes privilèges et aux mêmes responsabilités. Cela signifie qu'une succursale peut mener des transactions commerciales complètes et toutes les activités, comprises dans les objectifs de la société principale. Etablir et fermer une succursale est plus simple et coûte moins, mais elle ne forme pas une entité légale séparée, ce qui fait que la société mère est entièrement responsable pour toutes ses obligations. Les succursales doivent être enregistrées auprès du Centre d'enregistrement Brønnøysund. Le cout de publication dans la Gazette officielle norvégienne est US 750. Les exigences au niveau de la comptabilité, etc, sont les mêmes que pour les sociétés norvégiennes. Les succursales doivent aussi avoir un audit annuel de leurs comptes, si le chiffre d'affaires de l'année précédente dépasse les NOK 5 millions. L'audit devra être réalisé par un expert comptable agréé par l'état ou un auditeur agréé. Il n'y a pas d'exigence au niveau des placements en actions et il n'est pas nécessaire d'avoir un directoire séparé.</p> <p>Les agents et les distributeurs sont très utiles pour faire des affaires en Norvège. Toutes les franchises locales doivent suivre le cadre juridique local pour les entreprises et de l'EEE (Espace Economique Européen). Faire appel à des agents commerciaux peut être coûteux en raison de l'état du marché du travail et de l'immobilier.</p>
▪ La société	<p>Le fait de mettre en place une filiale nécessite plus de temps, d'efforts et de dépenses, mais les procédures sont simples. Altinn.no est une ressource excellente pour ceux qui sont intéressés par la mise en place d'une société en Norvège.</p> <p>La société est formée lorsque les actionnaires signent un acte constitutif et sélectionnent l'auditeur et le directoire. La société doit être enregistrée auprès du Registre central de coordination pour les entités légales au Centre d'enregistrement Brønnøysund. Les fondateurs sont personnellement responsables pour les obligations encourues par la société jusqu'à ce qu'elle soit enregistrée.</p> <p>Les sociétés à responsabilité limitée doivent avoir un directoire. Il est important de noter que si une société compte plus de 30 employés et qu'elle n'a pas d'assemblée corporative, les employés ont un droit de représentation dans le directoire. La moitié au moins des membres du directoire devront être des citoyens et des résidents de pays de la ZEE ou de Norvège.</p>

La franchise

L'évolution du secteur	<p>Les franchises sont de plus en plus populaires, bien que la connaissance du public à leur égard reste limitée. La plupart des franchises (75%) sont Norvégiennes, mais il y a plusieurs chaînes internationales (Avis, McDonald's, 7-eleven). En tout, il y a près de 250 concepts de franchise en Norvège. Elles doivent toutes agir selon la législation standard pour les entreprises et il n'existe pas de législation spéciale pour les franchises au niveau national. Ils doivent également fonctionner dans le cadre de l'EEE, qui est harmonisé avec la législation de l'UE. La franchise est exemptée de la loi sur la concurrence par la directive 4087/88. Il n'y a pas de gros obstacles à la création d'une entreprise de franchise en Norvège.</p> <p>Il y a de nombreux défis dans l'implantation d'un concept de franchise en Norvège:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Le peu de connaissances sur le sujet de la franchise, malgré les tentatives pour mettre en place des conférences de franchise en Norvège pour mieux informer le public et les franchisés potentiels▪ Très peu de lieu de rencontre pour les franchisés potentiels, donc la plupart des opportunités d'affaires sont présentées à travers des publicités dans les journaux et les magazines, Internet, ou des réunions facilitées▪ La Norvège a une taille de marché limitée avec 5,1 millions de personnes réparties sur une
------------------------	--

vaste zone géographique; Les systèmes de franchise en Norvège sont également confrontés par exemple à des coûts élevés de main-d'œuvre et de locations commerciales, ainsi qu'à un marché du travail relativement peu flexible

- Difficultés pour les franchiseurs potentiels de trouver un financement en Norvège

Les grandes enseignes franchisées	Burger King Norge, restauration rapide Nikita, coiffure
Pour plus d'informations	Association des franchises de Norvège Ministère du commerce et de l'industrie

Trouver de l'aide

Les sociétés de commerce spécialisées en import-export

Portail du commerce norvégien

Ressource recommandée

Portail commercial de Norvège