

PORTUGAL : LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS

Les intermédiaires commerciaux

Les sociétés de commerce

- **Type d'organisations** Le référencement auprès de centrales d'achats est un passage obligé 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 avec les fournisseurs étrangers. Pour cette raison, il est nécessaire de passer par un intermédiaire portugais (importateur non-fabricant, fabricant de produits similaires, société de services). Les trading companies ont aussi le rôle de fournir les marchés de quelques pays africains de langue portugaise, le Portugal servant ainsi de plateforme logistique et commerciale.
- **Les principaux acteurs** Cinq centrales d'achat réalisent 90% des achats fournisseurs : Sonae, qui a acheté récemment Carrefour Portugal, augmentant son poids dans la grande distribution locale, Auchan, Jerónimo Martins et Intermarché. Pour un référencement en grands magasins, il y a aussi l'enseigne El Corte Inglés présente à Lisbonne et Porto.

Les grossistes

- **Type d'organisations** Il y a surtout deux types d'entreprises :
 - des entreprises plutôt spécialisées dans une gamme de produits : viande, produits laitiers (par exemple Sogenave), vin (Vinalda) ;
 - des coopératives de dimension nationale, qui desservent les détaillants dans tout le pays (par exemple Grupac Groupement de grossistes de produits alimentaires, CNR).
- **Les principaux acteurs** Sogenave
CNR (confederação nacional Retalho)
GCT-Gestão Comercio total
Ramazzotti

Les ressources utiles

Association Portugaise d'entreprises de distribution (APED)
Association Portugaise de Logistique (APLOG) (en portugais)
Distribuição Hoje (Magazine sur la distribution)

L'agent commercial

Les avantages

Plus réaliste pour une petite ou moyenne entreprise en ce qui concerne la stratégie marketing. Le plus souvent, ils sont des agents exclusifs pour l'ensemble du territoire national. Souvent ils sont aussi distributeurs/importateurs pour d'autres gammes de produits. La figure de l'agent est assez rare et réduite à quelques secteurs comme les produits chimiques, les produits industriels et composants à haute valeur technologique, quelques produits alimentaires (fruits secs, quelques additifs alimentaires).

Les points de vigilance

L'agent devra être sélectionné en fonction de sa motivation, de son intérêt pour le produit, de ses références et la gamme de produits dont il s'occupe. Des investissements commerciaux annexes seront nécessaires pour soutenir l'action de l'agent (catalogues, échantillons de produits, etc.).

Il est nécessaire d'avoir un représentant local doté de bons contacts afin d'être au courant des contrats futurs et de participer aux appels d'offres. De nombreux projets sont financés par l'UE, donc un partenaire originaire de l'UE est souhaitable (et souvent fondamental) au moment de soumissionner.

Les éléments de motivation

Le montant de la commission est un élément important de motivation. Le recours à un système de concours et de mise en concurrence des agents est parfois pratiqué. Un contrôle et des contacts rapprochés pourront être nécessaires pour la bonne suivie de l'activité de l'agent.

La commission

L'agent commissionné est rémunéré en fonction du chiffre d'affaires qu'il réalise.

La rupture du contrat

La résiliation du contrat d'agence se fait sur préavis d'un mois lors de la première année, de deux mois lors de la seconde année et de trois mois lors de la troisième et suivantes. L'agent a droit à une indemnité compensatoire s'il n'est pas à l'origine de la rupture du contrat.

La Directive du Conseil 86/653/CEE établit des normes minimales de protection pour les agents commerciaux indépendants qui vendent ou achètent des biens au nom de leurs mandants.

Trouver un agent commercial

CCI Porto, Association commerciale de Porto
Alibaba

Créer une unité commerciale

Les avantages	Etre présent sur le marché, maîtriser les circuits, coûts de main d'oeuvre plus bas.
Les points de vigilance	La procédure pour la création d'une entreprise a été très allégée. Cependant certaines phases s'avèrent encore un peu lentes et exigeantes, comme obtenir des autorisations auprès des mairies ou des services municipaux ou le suivi des travaux (s'il faut construire ou aménager des installations).
Les différentes formes d'implantation possibles	
▪ L'office de représentation	Un bureau de représentation peut être nécessaire pour obtenir des données du marché ou autre et fournir un soutien promotionnel. Cependant, un bureau représentatif ne pouvant pas s'impliquer dans des transactions commerciales ou produire du revenu, celui-ci ne pourra pas directement gérer des commandes.
▪ 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. L'établissement d'une succursale est considéré comme un investissement direct et doit faire l'objet d'une déclaration auprès du Ministère des Finances portugais.
▪ La société	L'implantation d'une filiale nécessite du temps et induit de fortes dépenses. Cependant elle offre une meilleure garantie de protection de la marque déposée, d'obtention de crédits et de pénétration du marché. Le Ministère de l'Economie portugais a créé des centres de création d'entreprises pour réduire toutes les démarches. Pour plus d'informations, visiter le site Empresa Na Hora.

La franchise

L'évolution du secteur	<p>Dans l'ensemble, le climat économique au Portugal est ouvert aux franchises, en particulier pour les concepts nouveaux et innovants. Les perspectives du secteur de la franchise restent plutôt positives, principalement en raison du nombre de points de vente et de centres commerciaux dans le pays. Il existe plus de 500 franchises opérant sur le marché et le nombre d'unités franchisées est estimé à environ 11 300. Les franchiseurs locaux représentent 53% de la part de marché totale, suivis de l'Espagne avec 17% et des États-Unis avec 9% (représentant 44 marques). Le Portugal continue d'offrir des opportunités d'expansion et le marché a encore de la place pour de nouveaux concepts de franchise de renommée internationale. Selon un rapport de l'Association portugaise de la franchise, bien qu'en 2018 il y ait eu une diminution du nombre de marques opérant en franchise au Portugal (528 en 2018 contre 610 un an plus tôt), le poids de la franchise dans le PIB du pays a considérablement augmenté, de 2,84% à 3,96%, avec un chiffre d'affaires total légèrement supérieur à 8 milliards EUR. Ce rapport confirme que le secteur des services détient 57,7% de la préférence des investisseurs, les services aux particuliers occupant 43,6%. Le secteur des services est suivi du commerce (29%) et de la restauration (13,3%).</p> <p>Il existe un certain nombre de lois qui régissent le fonctionnement des franchises au sein de l'UE, mais le franchiseur potentiel devrait prendre soin de ne pas se limiter aux règlements de l'UE, mais aussi aux lois portugaises concernant la franchise. Il n'y a pas de législation nationale qui réglemente spécifiquement la franchise. Toutefois, ce secteur est soumis aux dispositions applicables aux contrats généraux, qui figurent dans le Code civil portugais de 1967 (Código Civil). Les lois sur la concurrence sont également applicables aux parties à un contrat de franchise.</p>
Les grandes enseignes franchisées	Liste des franchises les plus importantes
Pour plus d'informations	ANJE, Association National des jeunes entrepreneurs

Trouver de l'aide

Les sociétés de commerce spécialisées en import-export

Cavex, Agroalim., pelleterie, équip. industriel, bois, produits btp, etc.
Azinor, BTP, pharmaceutique, alimentaire, vêtements, etc., très large spectre d'activité
Vinalda, Vins et spiritueux

Ressource recommandée Pedro Guerra
Campo grande, 46 - 8º esq
1700-093 Lisboa
Portugal
Tél : 00.351.210133542
Activités :
- consultant en commerce extérieur
- formation en portugais, langue étrangère et langue d'affaires, en marketing
- traducteur portugais-français et français-portugais (Diplôme de la Chambre de Commerce et Industrie de Paris)

Portail commercial du Portugal

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