

SUISSE : LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS

Les intermédiaires commerciaux

Les sociétés de commerce

- **Type d'organisations** La Suisse possède parmi les plus grandes entreprises internationales de trading (transactions boursières) et de transit. Ces entreprises contrôlent un réseau d'entrepôts et autres structures offrant n'importe quel type de service nécessaire en commerce international.

De plus, le commerce B2B croît rapidement. De plus en plus d'entreprises suisses utilisent des opérations en ligne pour accélérer et rationaliser le processus du B2B et optimiser leur approvisionnement et processus internes.

- **Les principaux acteurs** Voir le lien: [eWorldTrade](#)

Les grossistes

- **Type d'organisations** La plupart des grossistes suisses agissent comme importateurs en détenant des droits exclusifs régionaux ou nationaux pour un produit importé. Les grossistes détiennent des stocks de plusieurs produits et assurent un contrôle qualité, le transport, l'entreposage et le financement.
- **Les principaux acteurs** Consultez [eWorldTrade](#).

Les ressources utiles [U.S. International Trade Administration](#)

L'agent commercial

- Les avantages** Faire appel à un agent peut être une chose bénéfique puisque ces derniers auront une meilleure compréhension du marché suisse et pourront prendre soin des tâches en votre absence. La Suisse sert également de tremplin pour les distributeurs en provenance de l'UE. C'est un avantage au vu de la connaissance des règles et réglementations de distribution locales.
- Les points de vigilance** Bien que des vérifications (due diligence) soient nécessaires avant d'établir des relations, la plupart des entreprises sont enregistrées dans le registre du commerce suisse qui aide également à obtenir un profil financier de l'entreprise.
- Les éléments de motivation** Exclusivité, commissions sur vente élevées, incitations pour atteindre les objectifs de vente, etc.
- La commission** - 3% à 7% pour les transactions commerciales classiques, et de 10% à 15% pour les transactions occasionnelles.
- 1% à 5% dans le cas de matériaux en gros
- jusqu'à 25% dans le cas de matériel médical, de laboratoire ou d'analyse scientifique, et de logiciels informatiques.
- La rupture du contrat** Cela dépend des termes et conditions du contrat. Dans le cas où l'agent local va à la cour, l'entreprise étrangère peut s'attendre à un jugement équitable. Selon la législation en vigueur en Suisse, les agents commerciaux sont considérés comme des entreprises indépendantes et peuvent travailler pour plusieurs entreprises à la fois.
- Trouver un agent commercial** [Association Suisse des Agents-Représentants](#)

Créer une unité commerciale

- Les avantages** La Suisse offre un avantage géographique en plus des avantages fiscaux et incitations aux investisseurs. Avant d'implanter une entité commerciale, il importe d'évaluer son emplacement. En effet, les lois fiscales, la disponibilité des permis de travail, la disponibilité en main-d'œuvre et

la disponibilité et le coût des équipements commerciaux varient considérablement selon les cantons.

Les points de vigilance Cela devrait être considéré dans un cas d'un développement des ventes à long terme.

Les différentes formes d'implantation possibles

- L'office de représentation Un tel bureau peut obtenir des données de marché et d'autres informations et assurer un service promotionnel et de soutien. Cependant, un bureau de représentation ne doit pas être impliqué dans les transactions commerciales.
- La succursale Une succursale est considéré comme une entité légale à part entière en Suisse. Elle peut prendre et donner commande, mettre en place un programme marketing, comprenant la publicité, le recrutement de force de vente, et opérer à des activités promotionnelles. Une succursale doit être enregistrée auprès du bureau local de registre. La succursale doit posséder ses propres livres de compte, bien qu'ils puissent être conservés par le siège de l'entreprise ou par un tiers. Une branche ne jouit pas de la responsabilité limitée.
- La société Mettre en place une entreprise propre demandera plus de temps et d'argent, mais cela peut être un moyen de garantir une meilleure protection des informations, obtenir des crédits, et pénétrer les marchés.

La franchise

L'évolution du secteur Le secteur de la franchise en Suisse n'est pas très rentable du fait d'un marché restreint et de hauts coûts opérationnels. Un autre facteur qui complique le développement d'une franchise est la préférence des consommateurs suisses pour des produits de haute qualité et authentiques et pour les idées novatrices. La clé pour établir un concept de franchise sur le marché suisse est le master franchise ou la franchise par zone linguistique. La Suisse est un petit pays polyglotte. De ce fait, une franchise devrait être testée dans différents environnements culturels et linguistiques : Français à Genève et Lausanne, allemand à Zurich, Bâle et Berne, et Italien à Lugano. Il n'existe pas en Suisse de législation spécifique en matière de franchisage qui imposerait ou limiterait certaines conditions dans les contrats de franchise. Au contraire, en droit suisse, les contrats de franchise sont régis par le droit général des contrats. Le cadre juridique de la franchise est le code suisse des obligations.

Les grandes enseignes franchisées Starbucks, café
Burger King, restauration rapide
McDonalds, restauration rapide

Pour plus d'informations Fédération Suisse de la Franchise