

C'est un indépendant ; il a une activité de représentation et de

Agent commercial

une force de vente au

Un peu d'histoire

En France, le premier fondement juridique de l'agent commercial apparaît en 1851 avec la jurisprudence qui précise le « mandat d'intérêt commun ». Cette profession s'organise en créant, en 1898, sa propre fédération.

La Fédération nationale des agents commerciaux et ses chambres professionnelles ont deux missions essentielles : défendre et représenter la profession et, par conséquent, ses adhérents. Ces derniers bénéficient de services tels que l'assistance des conseillers juridiques et fiscaux de la Fédération, une assistance pour prévenir ou régler tout litige, des rencontres et des échanges avec les autres agents commerciaux et entreprises.

« Il faut retenir deux dates clés dans l'évolution de la profession d'agent commercial, souligne André Clavier, président de la Fédération. La première est la loi de 1991, qui a authentifié, au niveau européen, le droit de l'agent commercial français. La seconde concerne la certification des agents commerciaux, qui est une certification de services. Publiée au Journal officiel en décembre 1999, elle se met progressivement en place. Cette certification est très importante parce qu'elle permet à l'agent commercial d'être reconnu pour ses compétences professionnelles. Elle représente aussi un facteur d'amélioration constante de la qualité de l'agent commercial. L'avenir du métier. »

Prestataire de service, chef d'entreprise, communicant : l'agent commercial est tout cela à la fois. Qu'il travaille en son nom propre ou en société, son indépendance vis-à-vis des mandants et des clients lui confère une véritable force.

Assurer la représentation de produits ou de services en vue de la vente, de l'achat et de la location : telle est la mission quotidienne de l'agent commercial. Il agit pour le compte d'industriels, de producteurs et de commerçants sur un secteur économique et/ou géographique déterminé.

Véritable chef d'entreprise, puisqu'il emploie souvent des salariés (voir "Une profession en plein essor"), l'agent commercial intervient sur des marchés précis en tant que partenaire des sociétés avec lesquelles il a signé un contrat. Établi en SARL ou en libé-

ral, il est le plus souvent rémunéré par une commission sur le chiffre d'affaires qu'il réalise. Depuis onze ans, Joël Soueix de Pondeau est agent commercial sur la Région Centre. Spécialisé dans le secteur de l'imprimerie, il travaille pour le compte de six mandants et gère environ 200 clients par an.

« Un agent commercial doit opérer avec plusieurs mandants afin de ne pas être considéré comme un travailleur salarié déguisé, souligne-t-

il. Pour moi, cette diversification est importante, car elle me permet d'offrir aux clients un éventail de produits complet et attractif (étiquettes adhésives, plaquettes, dépliant, calendriers, agendas). »

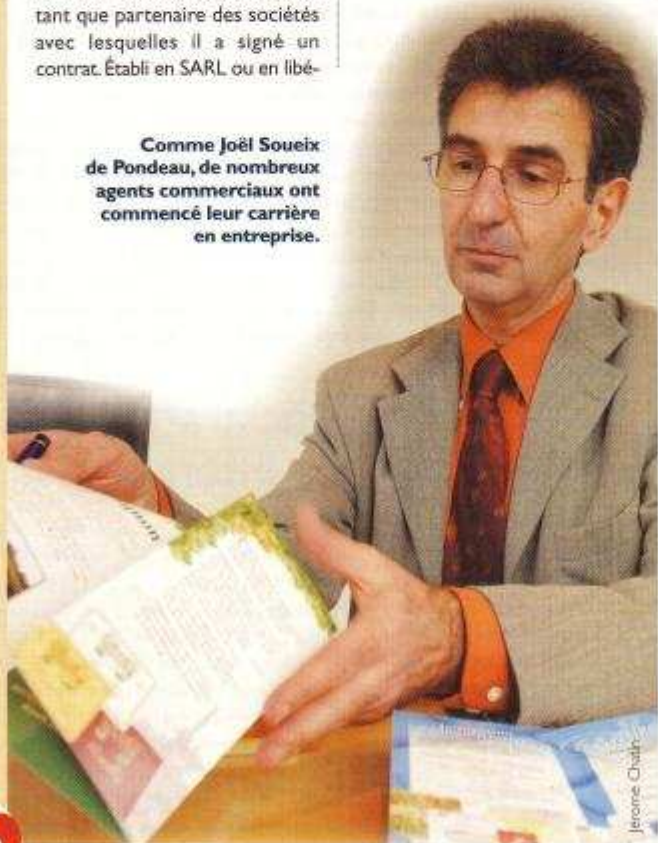
Des années d'expérience et de contacts

Attractif, le mot est lancé. Car l'agent commercial doit savoir convaincre. « Femme ou homme de réseaux, ce professionnel sait s'adapter à des secteurs d'activité très variés », déclare André Clavier, président de la Fédération nationale des agents commerciaux.

« Il doit aussi défendre avec vigueur les intérêts de ses mandants et de ses clients. » Des compétences professionnelles recherchées, qui se fondent sur des années d'expérience et de contacts variés. Aussi, « un agent commercial indépendant est rarement un jeune sorti tout droit des écoles, constate Joël Soueix de Pondeau. Personnellement, je me suis lancé dans l'aventure à l'âge de 40 ans, après avoir travaillé pendant seize ans dans une imprimerie. Je connais donc parfaitement mon secteur d'activité, et c'est essentiel. Mandants et clients ont besoin d'être rassurés en sentant que l'agent commercial possède un vrai bagage professionnel issu du terrain. »

Quelques jeunes épousent ce métier en sortant d'une école de commerce. Mais la grande majorité des agents commerciaux sont des personnes d'âge mûr, qui exercent cette profession sur de longues périodes, souvent après une expérience en entreprise.

Comme Joël Soueix de Pondeau, de nombreux agents commerciaux ont commencé leur carrière en entreprise.



Jerôme Chahin

Négociation pour le compte d'autrui

PAR DIDIER LE GORREC

service des entreprises

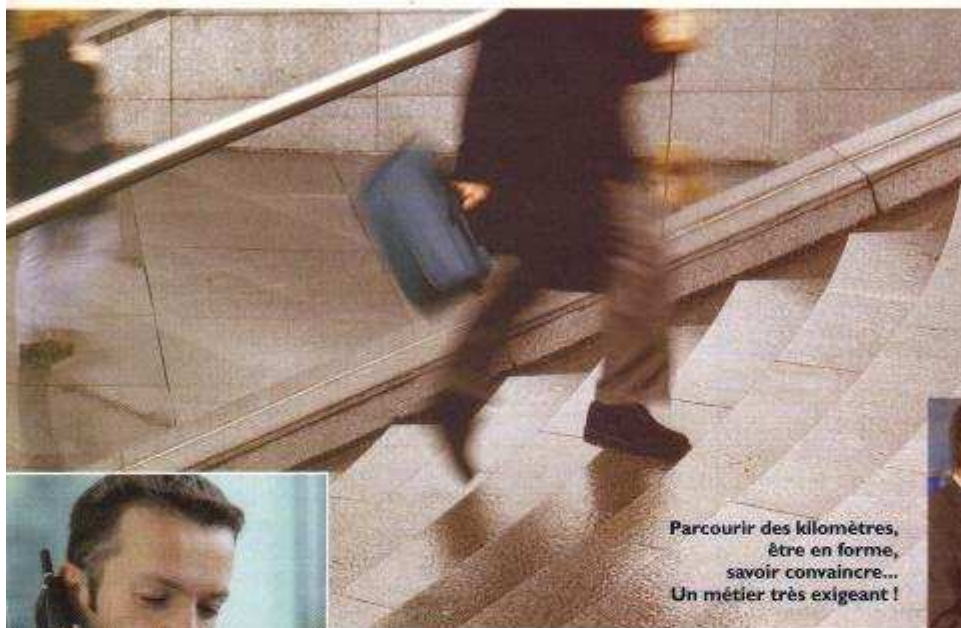


Photo: Altop

Parcourir des kilomètres,
être en forme,
savoir convaincre...
Un métier très exigeant !



Photo: Ato

De nombreux atouts pour l'entreprise

Du côté du mandant, quel est l'intérêt de collaborer avec un agent commercial ? Il présente en premier lieu les atouts de toute externalisation. Maintenant que de plus en plus d'entreprises utilisent des compétences externes, les agents commerciaux occupent une place idéale. Ensuite, leur habitude des collaborations « plurielles » (plusieurs mandants, plusieurs clients) leur confère des qualités d'adaptation et d'anticipation qui sont très appréciées, principalement par les petites et

moyennes entreprises. Leur professionnalisme, enfin, est la principale raison du développement constant de cette profession. De plus, les patrons de PME-PMI n'ont généralement pas le temps de « faire du commercial ». Et n'ont pas les moyens d'embaucher une personne dédiée à cette tâche. Les agents commerciaux sont donc accueillis à bras ouverts.

« Nous pouvons couvrir toute la France, voire l'étranger, constate Gérard Legros, agent commercial dans la société d'agents commerciaux AT21. « Sans frais supplémentaires pour le mandant ou pour le client, puisque c'est le résultat qui compte. Comme nous sommes toujours sur le terrain, au plus proche du client, nous apportons une véritable connaissance du marché et des produits. L'agent commercial est l'interface technologique et commerciale entre le mandant et le client. » Avec un « plus » : « En occupant cette fonction, je suis sorti de la position de subordonné dans

une entreprise pour devenir un véritable partenaire », note Eric de Vulpillières, agent commercial depuis plus de 20 ans dans le centre de la France, et spécialisé dans le matériel de pompage des eaux... « C'est très gratifiant. » Il faut de l'énergie ! Bien sûr, il existe un revers à la médaille ! C'est un métier exigeant, il faut parcourir beaucoup de kilomètres, la vie de famille doit-elle en pâtir. « Chaque matin, il faut se lever en bonne santé, avoir du punch, de la réactivité », remarque Joël Soueix de Pondeau.

« L'isolement peut être un handicap, ainsi qu'une certaine incertitude du lendemain. L'agent commercial doit toujours prospecter pour aller au-devant des besoins des clients, se trouver là au bon moment. Sans oublier qu'il doit parfois se battre contre des mandants qui essaient de tricher sur son statut. Il faut donc être vigilant et ne pas hésiter à défendre sa profession. » Ténacité, rigueur, efficacité, goût pour le relationnel, sens du commerce sont les qualités inhérentes au métier d'agent commercial. ■



Stockbyte

Quelques contacts

• *Fnac, Fédération nationale des agents commerciaux, 30, avenue de l'Opéra, 75002 Paris. Tél. : 01 44 94 05 00. Fax : 01 44 94 05 80.*

• *Apac, Association professionnelle des agents commerciaux de France, 71, rue Pierre-Corneille, 69006 Lyon. Tél. : 04 78 52 61 75. Fax : 04 78 52 61 74.*

• *Snac, Syndicat national des agents commerciaux, 10, rue du 14-Juillet, 93310 Le Pré-Saint-Gervais. Tél. : 01 48 40 19 58.*

• *Un site web utile. Portail de l'agent commercial : www.acojur.com*

Une profession en plein essor

Les agents commerciaux n'étaient, en France, que 15 000 en 1985 ; ils sont 30 000 aujourd'hui. Ils apportent annuellement à leurs entreprises mandataires plus de 70 milliards d'euros de commandes. Un agent commercial qui travaille en société (SARL) a généralement de un à

quatre salariés. Ainsi, au total, ces professionnels emploient environ 40 000 collaborateurs administratifs et commerciaux. Les 450 000 agents commerciaux en fonction à travers le monde sont, quant à eux, à l'origine d'un chiffre d'affaires de 950 milliards d'euros environ. ■