

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministre De L'enseignement Supérieur Et De la Recherche Scientifique
Université A/Mira de Bejaia



UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.

**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION**

DEPARTEMENT DES SCIENCES COMMERCIALES

**Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme de Master en
Sciences Commerciales**

Option : commerce international et logistique

Thème

La logistique liée à l'exportation de la mélasse cas de l'entreprise CIVITAL

Réalisé par :

**Ouassa Hakim
Sidir Mohamed**

Encadré par :

M^{me} : Tiab fahima

Année universitaire : 2020 / 2021

Remerciements

Tout d'abord je tiens à remercier le bon dieu de tout puissant qui nous a donné la force et la patience de pouvoir mener ce travail à terme.

Je tiens aussi à présenter mon remerciement avec une profonde reconnaissance et gratitude à mes chers parents et ma grande mère.

J'adresse mes plus sincères remerciements à notre encadreur Madame Tiab Fahima pour nous avoir guidés durant cette période et orientés ainsi sa disponibilité pour réaliser ce modeste travail.

Je tiens à remercier les évaluateurs d'avoir accepté d'évaluer ce travail

Je tiens à remercier tous les enseignants de la spécialité commerce international et logistique ainsi qu'au département des sciences commerciales.

Je tiens à remercier chaleureusement, tous mes proches et tous ceux qui, de près ou de loin, m'ont apporté leurs sollicitudes pour accomplir ce travail.

Hakim

Remerciements

Tout d'abord je tiens à remercier le bon dieu de tout puissant qui nous a donné la force et la patience de pouvoir mener ce travail à terme.

Je tiens aussi à présenter mon remerciement avec une profonde reconnaissance et gratitude à mes chers parents.

J'adresse mes plus sincères remerciements à notre encadreur :Ttiab Fahima pour nous avoir guide durant cette période et orienter ainsi votre disponibilité pour réaliser ce modeste travaille.

JE tiens à remercier les membres de jury d'accepte de juger ce travail

Je tiens à remercier tous les enseignants de la spécialité commerce international et logistique ainsi qu'au département des sciences commerciales.

Je tiens à remercier chaleureusement, tous mes proches et tous ceux qui, de près ou de loin, m'ont apporté leurs sollicitudes pour accomplir ce travail

Mohamed

Dédicaces

Je dédie ce travail :

A mes très chers parents pour leur soutien inconditionnel

A mes chers frères et sœurs

A tous ma familles

A mon encadreur de ce vital : Adouane Ziane

A mon encadreur à l'université de Bejaia madame Tiab

A mon binôme : Sidir Mohamed

A mes amis : Walid ; Aimad, Abdrezak, Mounir, et Nassim.

HAKIM

Dédicaces

Je dédie ce travail :

A mes très chers parents pour leur soutien inconditionnel

A mes chers frères et sœurs

A tous ma familles

A mon encadreur de ce vital : Adouane Ziane

A mon encadreur à l'université de Bejaia madame Tiab

A mon binôme : Ouassa Hakim

A mes amis : Omar, Tarik, Toufik, et Fouad

mohamed

Liste des abréviations

ACTS: Associated Car & Truck Specialist

CCI: Chambre de commerce international

CFR: cost and freight

Cif: cost insurance and freight

CPT: carriage paid to ou

CIP: carriage and insurance paid

CO²: dioxyde de carbone

CGVE : conditions générales de vente export

CKD: Complete Knock Down

CLR : Centres logistiques Régionaux

COGETP : la Compagnie Générale des Équipements de Travaux Public

CE : conformité européenne

DAT: delivered at terminal

DAP: delivered at place

DDP: delivered duty paid

DLVI : duplicata de lettre de voiture international

EXW: exworks ou a l'usine

FOB: free on bord

FAS: free along side

FCA: free carrier

FCL: full container load

FMI : Fond Monétaire International

FNSPE : fonds spéciale pour promotion des Exportations

I.A.T.A : Association pour le transport aérien international

Ips : inspection principale section

LCL: less container load

LTA : lettre de transport aérien

LTR : lettre de transport routier LTR

MFG : Mediterranean Float Glass

OMC : Organisation Mondiale de Commerce

PME : petit moyenne entreprise

PCA : PRAINSA CEVICO ALGERIE

QHSE : qualité hygiène, sécurité, Environnement

RN: route national

SCM : La supply chaine management

SPA : société par action

SIGAD : système informatisé de gestion automatisé de douane

TCR : tableau des comptes de résultats

TP : travaux publique

TVA : Taxe sur la valeur Ajoutée

ULD: unit load service

Liste des tableaux :

Chapitre I

Tableau N°1: Compétitivité et les enjeux de la chaîne logistique des entreprises et sur le développement terri.....13

Chapitre II

Tableau N°2 : les indicateurs du diagnostic export portant sur les domaines...30

Tableau N° 03: les principales clauses du contrat de vente à l'international37

Chapitre III

Tableau N° 04: unités de production de CEVITAL.....50

Tableau N° 5 : Evolution des exportations pour sucre mélasse en quantité.....65

Tableau N° 6: Evolution de taux de croissance pour sucre mélasse.....65

Liste des figures

Chapitre I

La figure 01 : le modèle de chaîne logistique.....6

La Figure 2 : Les différents types de chaînes logistiques.....8

La Figure 3 : Les flux d'une chaîne logistique.....10

Chapitre II

La Figure N° 4 : Outil de réalisation d diagnostic export.....31

Chapitre III

**La Figure N°5 : Organigramme du groupe CEVITAL
agroalimentaire.....51**

Sommaire

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des abréviations

Introduction générale.....	1
Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique.....	3
Introduction.....	3
Section01 : Généralité sur la logistique.....	3
Section 02 : la logistique internationale.....	15
Conclusion.....	27
Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations	28
Introduction.....	28
Section 01 : généralité sur les exportations.....	28
Section 02 : la procédure d'activité d'exportation.....	40
Conclusion.....	51
Chapitre III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)	52

Introduction.....	52
Section 01 : présentation de groupe CEVITAL.....	52
Section 02: Présentation du processus d'exportation de sucre mélasse à CEVITAL	67
Conclusion.....	74
Conclusion générale.....	76
Bibliographie	77
Table des matières	78
Annexes	

Introduction générale

Introduction générale

L'importance du commerce international dans l'activité économique mondiale est un fait acquis. Non seulement l'histoire des faits économiques indique à quel point le développement a été fondé sur le commerce international, mais tout au long de l'histoire, les relations internationales ont pu être déterminantes dans les rapports économiques, sociaux et humains des Etats.

Le commerce international est né pour répondre aux besoins des pays ayant des échanges économiques et commerciaux au-delà des frontières géographiques et aussi en raison de la différence des richesses des pays et leurs développements dans les différents secteurs et domaines.

Le commerce international peut être défini comme un échange des biens et services internationaux, commerce d'exportation, d'importation et de transit. Les entreprises qui interviennent dans le commerce international et ce pour l'exportation de diverses marchandises sont tenues de maîtriser l'ensemble des procédures d'exportation et spécifiquement les opérations logistiques, pour l'effectuation d'une transaction commerciale internationale.

Aujourd'hui, la logistique dans le monde des échanges joue un rôle très déterminant, car une meilleure maîtrise de la logistique fait appel à une évolution considérable des échanges dans le commerce international.

La logistique est une fonction essentielle pour l'entreprise, car elle regroupe l'ensemble des activités en œuvre pour assurer la disponibilité de biens ou services en un lieu où le besoin existe, et garantissant une gestion optimale de la combinaison (quantités, délais et coûts) mais la logistique ne se limite pas à l'organisation des transports, de matières et de marchandises, il s'agit en fait de technique de contrôle de gestion des flux de matières et des produits depuis leur source d'approvisionnement jusqu'à leur point de consommation.

L'entreprise CEVITAL occupe une place très importante dans les exportations hors hydrocarbures en Algérie. Elle a réussi à satisfaire le marché local, mais elle a réussi aussi sa démarche d'exportation.

Introduction générale

L'objectif de notre travail consiste à essayer de répondre à la question suivante :
« Comment se déroule la procédure de la fonction logistique dans l'opérations d'exportation de la mélasse adoptées par l'entreprise CEVITAL ? ». C'est la problématique à laquelle nous désirons apporter des réponses à travers la réalisation de ce mémoire.

De cette question centrale, découlent deux autres questions secondaires que nous tentons d'éclaircir à travers notre présent travail :

- **Q1** : La démarche d'exportation de la mélasse a une logistique spécifique?
- **Q2** : Comment s'organise le processus logistique liés à l'exportation de la mélasse à l'entreprise CEVITAL ? et quels sont les différents acteurs associés à ce processus ?

Pour résoudre cette problématique nous proposons les hypothèses suivantes :

H-1 : Compte tenu de la nature des produits mélasse (liquide) qui nécessite des conditions de conservation et de transport particulière, exportation de la mélasse repose sur une logistique spécifique. Cette dernière permet de garantir l'acheminement des produits aux clients étrangers en temps et dans le respect des conditions de qualité et de quantité négociés.

H-2 : la fonction logistique est un élément essentiel pour l'amélioration de la compétitivité et La performance de l'entreprise.

L'objectif de notre travail permet de mieux comprendre la fonction logistique dans les entreprises et la logistique internationale de marchandise. Ainsi que les formes d'exportation et leurs procédures.

Afin d'organiser notre travail ; nous l'avons structuré en trois chapitres.

Dans le premier chapitre, nous allons parler dans un cadre théorique sur la logistique qui est composée de deux sections. La première va porter sur des généralités sur la logistique, et la deuxième nous permettra de comprendre la logistique internationale.

Dans le deuxième chapitre nous allons parler dans le cadre conceptuel sur les exportations. Ce chapitre est composé de deux sections. La première va porter sur les généralités des exportations et la deuxième nous permettra de comprendre la procédure de l'activité d'exportation.

Ce troisième chapitre va porter sur l'étude pratique du processus d'exportation de la mélasse.

Chapitre I :
Le cadre théorique sur la logistique

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

Introduction

L'usage de la fonction logistique par les entreprises augmente de plus en plus, elle a connu une évolution dans les différents domaines c'est pour cela qu'il est très important pour les entreprises de gérer tout ce qui concerne le transport et le stockage des produits (véhicules nécessaires au transport, fournisseurs de l'entreprise, entrepôts, manutention ...) en optimisant leur circulation pour minimiser les coûts et les délais.

Section 1 : Généralités sur la logistique

1. Historique et définition de la logistique

1.1. Historique de la logistique

La logistique est un terme ancien qui remonte à l'époque grecque (logisteuo) qui signifie administrer. Ce mot a été utilisé dans le langage militaire, il désigne l'art de combiner tous les moyens de transport, de ravitaillement et de logement des troupes. Ce n'est qu'au cours des années 1960 qu'on verra son apparition dans la réalité de l'entreprise. Au cours des années 1950, des organisations commencent à s'intéresser aux coûts de transport et à chercher comment les réduire. Dans les années 1960, le terme logistique a été intégré dans le vocabulaire de l'entreprise, son application étant alors souvent limitée au transport de la marchandise.¹

1.2. Définition de la logistique :

La logistique recouvre toujours des fonctions de transport, stockage et manutention et, dans les entreprises de production, tend à étendre son domaine en amont vers l'achat et l'approvisionnement, en aval vers la gestion commerciale et la distribution. On cite souvent la définition d'origine militaire : «La logistique consiste à apporter ce qu'il faut, là où il faut et quand il faut».²

❖ Définitions de quelques auteurs

La première définition, qui date de 1948, a été formulée par le comité de définition de l'**American Marketing Association** : «La logistique concerne le mouvement et la manutention de marchandises du point de production au point de consommation ou d'utilisation».³

¹ <https://www.etudier.com>.

² [https://www.scribd.com/doc/194636574/Management-Logistique-Coursconsulté le 8/09/2020 a10h00](https://www.scribd.com/doc/194636574/Management-Logistique-Coursconsulté%20le%208/09/2020%20a%2010h00)

³ *Journal of marketing*, octobre 1948, citée par Tixier.D., Mathe. H., et Colin.J., dans : « la logistique d'entreprise, vers un management plus compétitif »f, DUNOD ,2e édition, Paris, 1981, p.30.

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

En 1968, **Magee** définit la logistique comme étant « Une technique de contrôle et de gestion des flux de matières et de produits depuis leurs source d’approvisionnement jusqu’à leurs point de consommation ». ⁴

Bien qu’elle intègre la fonction d’approvisionnement, cette définition reste néanmoins orientée vers l’aspect physique et n’est pas de l’aspect immatériel.

En 1979, **Daniel Tixier** a proposé la définition suivante : « La logistique est l’ensemble des activités ayant pour but la mise en place, au moindre coût, d’une quantité de produits, à l’endroit et au moment où une demande existe ». La logistique concerne donc toutes les opérations déterminant le mouvement des produits tels que la localisation des usines et entrepôts, l’approvisionnement, la gestion physique des encours de fabrication, l’emballage, le stockage, les gestions des stocks, la manutention et la préparation des commandes, le transport et les tournées de livraison ⁵.

En 1980 **Herve Mathé et Jacques Colin**, ont donné la définition suivante : « la fonction de la logistique dans l’entreprise a pour objectif d’assurer aux moindres coûts la coordination de l’offre et de la demande au plan stratégique et tactique, ainsi que l’entretien à long terme de la qualité des rapports clients fournisseurs » ⁶.

La définition que **ballou** a proposée de la logistique : la mission de la logistique est de fournir des biens et services aux consommateurs, au bon moment, et dans les conditions souhaitées, tout en assurant la plus grande contribution de l’entreprise. ⁷

1.3. Les types de la logistique

Il existe plusieurs logistiques différentes par leurs objets et leurs méthodes. ⁸

- **Une logistique d’approvisionnement** : Qui permet d’amener dans les usines les produits de base, composants et sous-ensembles nécessaires à la production.

⁴ D.Tixier ., Mathe. H., et Colin .J., « La logistique au service de l’entreprise : moyens, mécanisme et enjeux », 2e édition, Paris, 1996, p65.

⁵D.Tixier., Mathe .H., et Coln.J., « La logistique au service de l’entreprise : moyens, mécanismes et enjeux », 1^{er} édition, Paris, 1988p.32.

⁶D.Tixier ., Mathe. H., et Colin .J., « La logistique au service de l’entreprise : moyens, mécanisme et enjeux », 2e édition, Paris, 1996, p65.

⁷ MEDAN pierre, GRATACAP p11.

⁸ Pimor.Yveset., Fender.Miche., « Logistiques », DUNOD, 5e édition, Paris, 2008, pp4-5.

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

- **Une logistique d’approvisionnement général:** Qui permet d’apporter à des entreprises de service ou des administrations les produits divers dont elles ont besoin pour leur activité (fournitures de bureau par exemple).
- **Une logistique de production :** Qui consiste à apporter les matériaux et composants nécessaires à la production et à planifier la production. Cette logistique tend à absorber la gestion de production toute entière.
- **Une logistique de distribution :** c’est celle des distributeurs .Elle consiste à apporter au consommateur final, soit dans les grandes surfaces commerciales, soit chez lui en VAD (vente à distance) par exemple, les produits dont il a besoin.
- **Une logistique militaire :** Qui vise à transporter sur un théâtre d’opérations les forces et tout ce qui est nécessaire à leur mise en œuvre opérationnelle et leur soutien.
- **Une logistique de soutien :** née chez les militaires, mais étendue à d’autres secteurs, aéronautique, énergie, industrie, etc., qui consistent à organiser tout ce qui est nécessaire pour maintenir une opération d’un système complexe, y compris à travers des activités de maintenance.
- **Une activité dite de service après-vente :** Assez proche de la logistique de soutien avec cette stratégie exercée dans un cadre marchand par celui qui a vendu un bien, on utilise assez souvent l’expression «Management de services» pour désigner le pilotage de cette activité. Cependant cette forme de logistique de soutien tend de plus en plus souvent à être exercée par des spécialistes du soutien différents du fabricant et de l’utilisateur et dit Third Party Maintenance.
- **Des reverses logistiques :** Parfois traduites en français par « logistique à l’envers », « rétro logistique » ou encore « logistique des retours », elle consiste à reprendre des produits dont le client ne veut pas ou qu’il veut faire réparer, ou encore traiter des déchets industriels, emballages, produits inutilisables depuis les épaves de voiture jusqu’aux toners d’imprimantes.

1.4. Objectif de la logistique :⁹

Le concept de la logistique a connu récemment un développement très important particulièrement dans les activités internationales.

➤ La réponse optimale au client :

Il s’agit de la capacité de l’entreprise à répondre dans les meilleurs délais aux exigences des clients.

⁹ www.wikimemoire.com. Consulté le 9/09/2020 à 15h20

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

➤ **La conception des réseaux logistiques :**

Le réseau signifie qu'il faut déterminer le nombre, l'emplacement et les tâches respectives de chaque élément des réseaux. Les retards de livraison, les problèmes lors de la fabrication, les livraisons vers un mauvais entrepôt, peuvent conduire à une forte variabilité dans le processus logistique, à l'origine d'un coût élevé et de client insatisfait. Les coopérations logistiques permettent de réduire la variabilité.

➤ **Le stock minimum :**

Il est nécessaire de faire des efforts pour réduire les stocks, afin de maîtriser les coûts logistiques. Réduire les stocks conduit à mettre en lumière les problèmes que les stocks masquaient auparavant, malgré tout, il ne faut pas négliger le fait que les stocks sont utiles au fonctionnement d'un système logistique et qui peuvent être financièrement justifiés lorsqu'ils permettent de réaliser importantes économies d'échelles dans la production ou dans la livraison.

➤ **Le transport**

C'est certainement l'élément le plus ancien, et qui est le plus intéressé par les logistiques. Son coût, malgré une baisse significative, le place toujours en tête des préoccupations. C'est aussi la fonction que les entreprises préfèrent externaliser.

➤ **La consolidation des transportes :**

Ce poste représente un des coûts logistiques le plus fort. Or on sait que le coût de transport est directement lié à la nature du produit, à la taille de la cargaison et la distance.

Comme il est difficile de jouer sur le produit et la distance, il faudra être attentif au volume transporté. Ce dernier doit être le plus important possible pour que les coûts par unité soit les plus faibles. La massification des flux est recherchée, tant par les industriels que par les distributeurs.

- **La qualité :** il faut appliquer à la logistique les principes de la totale qualité management, appliqué en production de façon plus classique et quasi-systématique, les méthodes statistiques peuvent permettre d'étudier et d'améliorer certains processus logistiques peu efficaces.

1.5. Notions théoriques sur la chaîne logistique

Dans une entreprise de production, le temps de réalisation d'un produit est fortement conditionné par l'approvisionnement en matières premières, en éléments d'assemblage ou en pièces détachées à tous les niveaux de la chaîne de fabrication. On appelle ainsi « chaîne logistique » l'ensemble des maillons relatifs à la logistique d'approvisionnement (achats, approvisionnement, gestion des stocks, transport, manutention...).

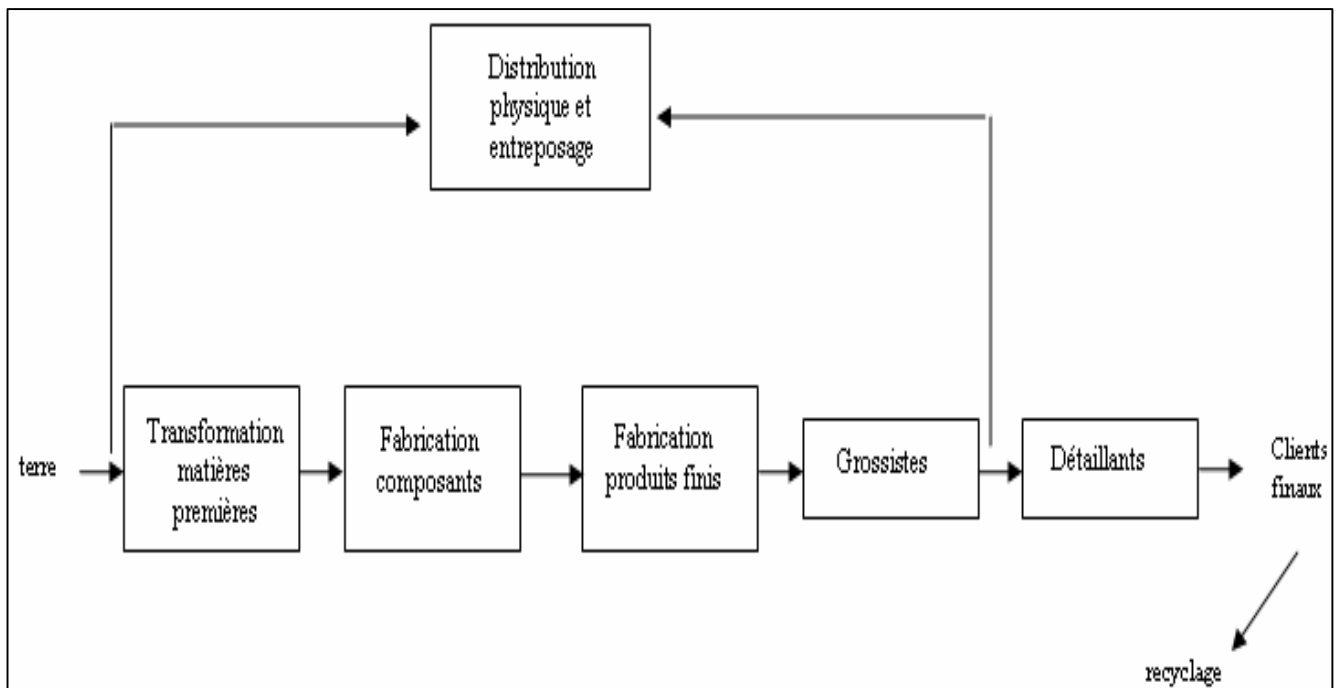
Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

La chaîne logistique est entendue de manière globale au sein de l'entreprise, mais également au travers de l'ensemble des fournisseurs et de leurs sous-traitants.

1.5.1 Définitions de la chaîne logistique (la supply chain)

Une chaîne logistique est un ensemble d'entreprises qui se transmettent des matières. En règle générale, plusieurs acteurs indépendants participant à la fabrication d'un produit et à son acheminement jusqu'à l'utilisateur final, producteurs de matières premières et de composants, assembleurs, grossistes, distributeurs et transporteur sont tous membres de la chaîne logistique. Une chaîne logistique est perçue comme un alignement d'entreprises qui amènent des produits ou des services jusqu'au client.¹⁰

La figure 1 : le modèle de chaîne logistique.



Source : Zerouk.M 1995 « Ordonnements coopératifs pour les chaînes logistiques », Doctorat de l'Institut National Polytechnique de Lorraine (Spécialité informatique) P 9, Paris 2009, dans Saadi.Lamine et Sekkour.Yanis, « Optimisation de processus de préparation des commandes chez NUMILOG (client DANONE) », Logistique & Distribution professionnelle, Université Abderrahmane Mira Bejaia, 2017/2018, p 25.

¹⁰ PIMOR.Y,OP-cité,p33

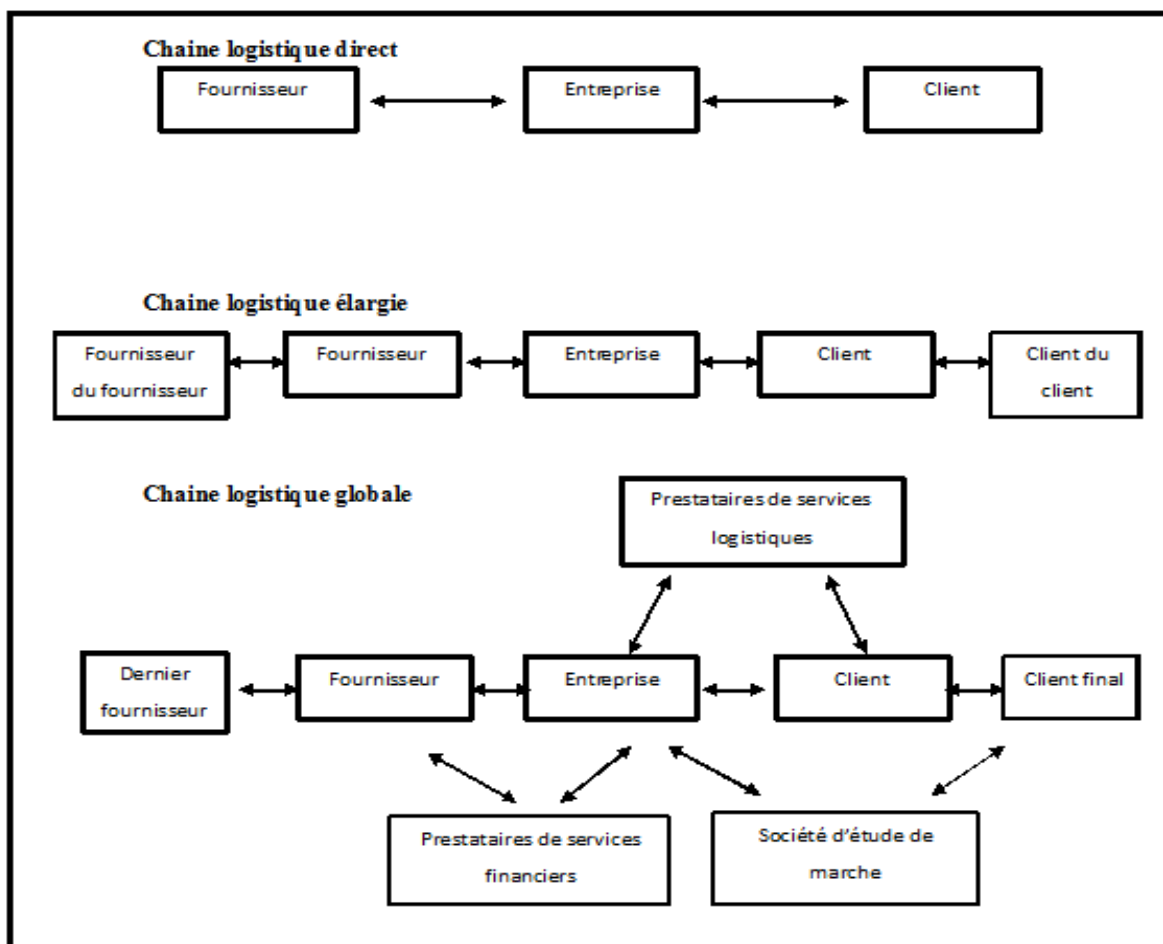
Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

1.5.2. Les différents types de chaînes logistiques

La chaîne logistique est réalisable au niveau d'une seule entité, comme elle peut regrouper plusieurs unités associées aux entreprises étendues (fournisseur de fournisseur, entreprise client, client de client). Elle est constituée d'un ensemble d'acteurs ou de partenaires qui achètent, produisent (développent, ou transforment), éventuellement stockent, transportent et vendent des biens ou des services de telle sorte que, sous des contraintes pouvant faire intervenir des facteurs humains, sociaux, juridiques ou encore environnementaux, la marge bénéficiaire revenant à chaque partenaire soit satisfaisante pour chacun d'eux, et que la somme des marges soit la plus grande possible.¹¹

Les typologies des chaînes logistiques diffèrent selon les propriétés des acteurs qui y interviennent comme l'indique la figure 2.

Figure 2 : Les différents types de chaînes logistiques



¹¹ Pache.G., « La gestion des chaînes logistiques multi acteurs : perspectives stratégiques », 5^e édition, Paris 2007, p25

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

Source :Duboin.J, Duphil.F, Paveau.J, « Pratique du commerce international », 25e édition, Paris, 2016, p261.

1.5.3. Les principaux processus de la chaîne logistique

La supply chain management (SCM) ou la gestion de la chaîne logistique est un dispositif incontournable d'optimisation de la production industrielle. La supply chain management est en charge d'organiser et de coordonner des flux physiques, financiers et d'informations, d'amont en aval, en passant par la production, et le cas échéant, en assurant la logistique de retour. Le principe de base régissant la SCM est que l'on obtient un moins bon résultat en optimisant chaque élément de la chaîne, plutôt qu'une optimisation de la chaîne dans sa globalité. C'est « la somme des optimums de chaque élément de la chaîne est inférieure à l'optimum global ».¹²

1.5.3.1. En amont

Alors que la logistique est marquée par les notions actuelles de juste-à-temps et de minimisation du niveau des stocks, la production cherche avant tout d'optimiser la chaîne de fabrication en limitant les temps morts, et en évitant les trop fréquents changements de gamme. Les activités amont comprennent :

- Le développement et la recherche de sources d'approvisionnement, dans ou à l'extérieur de l'entreprise clients, par la mise en relation avec les fabricants (producteurs, industriels, fournisseurs ou sous-traitants) et/ou les prestataires de services (sous-traitants, commissionnaires de transport, transporteurs).
- La gestion de l'approvisionnement qui vise à acheter des biens et des services nécessaires à l'activité de l'entreprise, et à organiser les flux et le stockage des produits achetés a pour but de minimiser les coûts en assurant la qualité, la sécurité et le respect des délais.
- Le transport amont et les opérations de douane pour l'acheminement des marchandises (produits finis ou matériaux,) vers un point de stockage, de production ou une plateforme de préparation des commandes pour les entreprises commerciales).

1.5.3.2. En aval

Si la maîtrise de la logistique amont (flux d'approvisionnement) doit être l'objectif pour toutes les entreprises, la maîtrise de la logistique aval (flux des produits finis), est devenue quant à elle, un impératif commercial. Quel que soit son secteur d'activité, l'entreprise doit chercher à maîtriser la distribution de ses produits depuis les usines ou les entrepôts jusqu'aux clients.

¹² Le Moigne.R., « Supply Chain management », DUNOD ,2e édition, Paris, 2017, p13.

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

La logistique aval est composée d'une succession d'activités, dont la couverture fonctionnelle s'étend de la réception des produits finis, à l'expédition des commandes chez le client. Elle comprend :¹³

- Les stockages en entrepôt (entreposage).
- L'emballage, la constitution de lots, le conditionnement.
- La préparation des commandes.
- Le transport aval.

1.5.4. Les flux d'une chaîne logistique

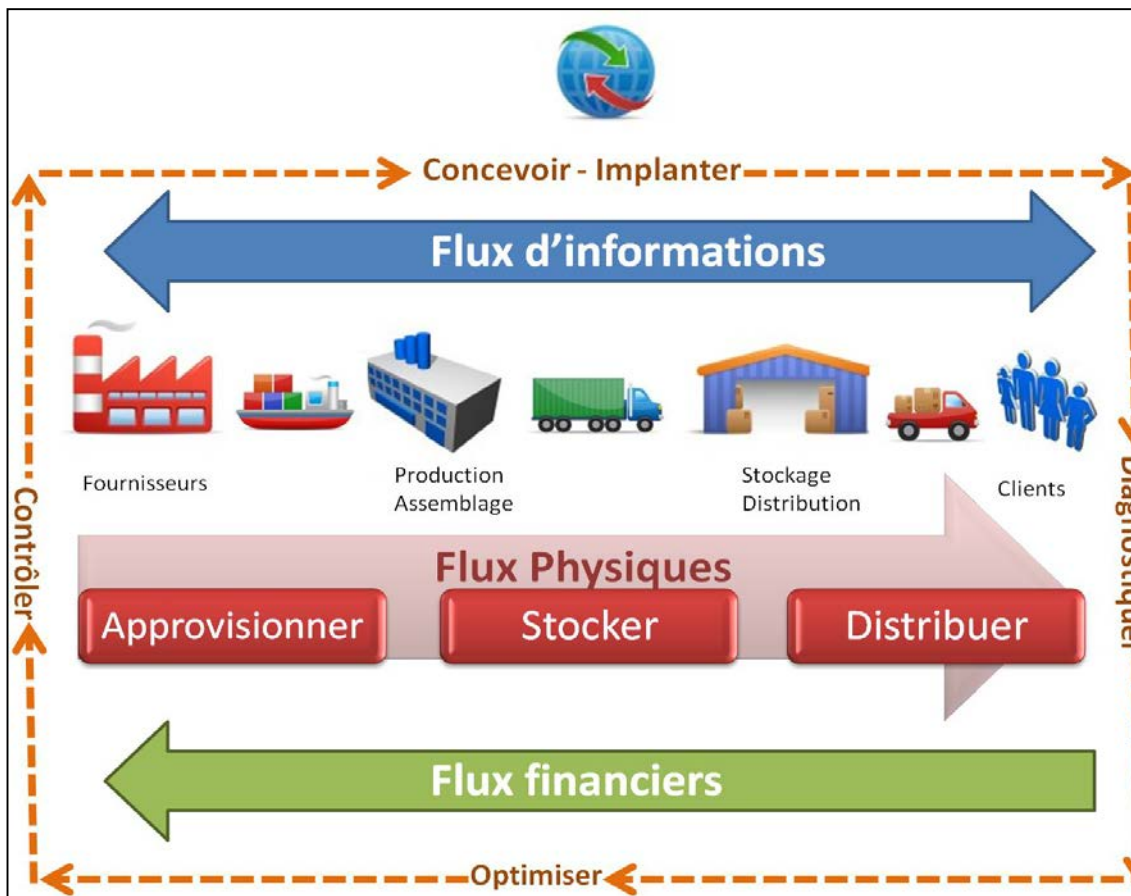
Trois catégories de flux circulent entre les acteurs d'une chaîne logistique¹⁴ : Flux d'informations, flux physiques et flux financiers .Ces flux font, généralement, l'objet d'un contrat de partenariat stipulant les droits et les obligations de chaque partie contractante. La figure 3 synthétise les différents flux d'une chaîne logistique.

¹³ <https://www.gefco.net/fr/glossaire/définition/logistique-aval>. consulté 11/09/2020.a 18h10

¹⁴ [Http://www.logistiqueconseil.org/Articles/Logistique/Gestion-flux-logistiques.htm](http://www.logistiqueconseil.org/Articles/Logistique/Gestion-flux-logistiques.htm) consulté le 11/09/2020à 22 h.

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

Figure 3 : Les flux d'une chaîne logistique



Source : <http://englishtransport.canalbolg.com>

1.5.4.1. Les flux informationnels

Avant l'apparition des chaînes logistiques, l'échange informationnel était quasi inexistant entre les entreprises participant à un même réseau de fabrication d'un produit ou d'un service. Le concept de chaîne logistique implique une collaboration étroite entre les acteurs d'un même réseau d'entreprises. Cette collaboration ne se manifeste pas uniquement par l'échange de produits ou d'argent, mais également par l'échange d'informations tels que : le niveau des stocks, la demande, le délai d'approvisionnement, la variance du délai, le délai de livraison, etc.

Cet échange permet aux divers acteurs de la chaîne d'optimiser leur processus de travail en termes de temps, de coûts et de qualités. Par exemple, une connaissance même prévisionnelle sur la demande permet de réduire certains coûts de stocks et de gagner en délai de livraison. Le flux d'information est de plus en plus rapide grâce aux progrès des TIC. Par contre, le besoin de

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

confidentialité et le sentiment d'insécurité quant à l'échange même des informations (divulgaration ou utilisation frauduleuse) et aux informations échangées (erronées ou périmées) sont une contrainte au développement des flux informationnels entre les acteurs de la chaîne logistique.

1.5.4.2. Les flux physiques

Le flux physique est constitué par le mouvement des marchandises transportées et transformées depuis les matières premières jusqu'aux produits finis en passant par les divers stades de produits semi-finis. Il justifie l'organisation d'un réseau logistique, c'est-à-dire les différents sites avec leurs ressources de production, les moyens de transport pour relier ces sites et les espaces de stockage nécessaires pour pallier les aléas. En bref, l'écoulement du flux physique résulte de la mise en œuvre des diverses activités de manutention et de transformation des produits, quel que soit leur état. Le flux physique est généralement considéré comme étant le plus lent des trois flux.

1.5.4.3. Les flux financiers

Le flux financier concerne toute la gestion budgétaire des entreprises : ventes des produits, achats de composants ou de matières premières, mais aussi des outils de production, de divers équipements, de la location d'entrepôts, du salaire des employés, etc. Le flux financier est généralement géré de façon centralisée dans l'entreprise au niveau du service financier ou comptabilité, en liaison avec la fonction production par les services achats et le service commercial. Sur le long terme, il correspond aussi aux investissements lourds tels que la construction de nouveaux bâtiments et de lignes de fabrication. En outre ces flux financiers comportent aussi les échanges avec les organismes bancaires extérieurs au réseau d'entreprises.

1.5.5. Les enjeux de la chaîne logistique

La gestion de la chaîne logistique aujourd'hui est devenue un élément clé pour les entreprises. En effet, les enjeux liés à l'optimisation de cette dernière sont nombreux et ont bien souvent un impact direct sur les performances des entreprises. Il faut maintenant être « bon partout », dans tous les domaines prix, qualité, délai, flexibilité, niveau de service.¹⁵

1.5.5.1. Les prix / les coûts

La pression permanente sur les prix oblige les producteurs à améliorer régulièrement leur productivité et à revoir leur organisation industrielle. Cette tendance les a amenés à agir sur tous les coûts qu'ils soient directs usine (les coûts directs sont les dépenses qu'engage directement une

¹⁵ [Http://pfeda.univ-lille1.fr/iaal/docs/dess2003/log/multimedia/partie1/partie1.html](http://pfeda.univ-lille1.fr/iaal/docs/dess2003/log/multimedia/partie1/partie1.html) consulté le 13/09/2020 11h20

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

entreprise pour fabriquer un produit ou fournir un service, ou pour acheter un produit de gros pour la revente (main d'œuvre, machines ...), indirecte usine ou frais généraux siège (les frais généraux se composent de tous les coûts de fabrication autres que les matériaux directs et la main d'œuvre. Les frais généraux sont fixes ou variables).

1.5.5.2. La qualité des produits

La qualité n'est plus vraiment un objectif dans la mesure où elle se présente comme un pré requis pour pouvoir être compétitif. L'unité de mesure utilisée reflète bien les progrès réalisés dans ce domaine.

1.5.5.3. Le délai

Le délai se définit comme le temps s'écoulant entre la demande du client et la réception du produit commandé. Dans l'entreprise, industrielle ou non, pour l'utilisateur, il est plus souvent perçu comme le temps entre la constatation du besoin et le moment où il peut commencer à l'utiliser. Cet écart intègre des opérations réalisées par le fournisseur (préparation de la commande, expédition, etc.), mais également des tâches internes (constatation du besoin, contact avec le service Achats, passation de la commande, puis réception et contrôle).

1.5.5.4. La flexibilité

La flexibilité, où la capacité à réagir à des variations de la demande se présente sous deux aspects : volume ou mix-produits.

Le premier indique la capacité de l'entreprise à s'adapter aux variations de la demande en quantités. Par exemple à un contrat de 10 000 pièces par semaine correspondront des livraisons moyennes journalières de 2000 pièces, selon le souhait du client.

Le second précise le délai nécessaire, lorsque l'on a prévu de fabriquer un produit donné (ou une séquence de produits différents), pour modifier son plan de fabrication, réorganiser son processus et passer à un autre article (ou à une autre séquence).

1.5.5.5. Le niveau de service

Le niveau de service est la probabilité de satisfaire la demande dans un délai donné. Si le concept se comprend aisément. Son application pose quelques difficultés, en particulier dans le choix des variables.

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

Aux critères traditionnels, prix, qualité, délai, flexibilité et niveau de service, sont venus s'adjoindre plus récemment les risques et les potentiels de progrès

1.5.5.6. Les risques

À l'heure où la technologie permet tout ou presque, on ne supporte plus le moindre risque : le retard, l'erreur, la panne, la faillite du fournisseur, etc., deviennent de plus en plus inadmissibles. Le fonctionnement en juste à temps de bon nombre d'entreprises n'a fait qu'accroître cette peur de l'aléa. Le niveau ou coefficient de risques est alors devenu un des indicateurs à suivre, pour l'entreprise elle-même, mais aussi pour la société cliente, dans le cadre de la sélection de l'audit de ses fournisseurs.

1.5.5.7. Potentiels de progrès

Le potentiel reprend des éléments subjectifs et objectifs, permettant de juger des possibilités d'amélioration de la performance de l'entreprise : climat social, âge moyen du personnel, ancienneté, organisation en ateliers technologiques, communication dans l'entreprise, existence de groupes de travail, etc.

Après avoir optimisé leurs différentes fonctions séparément, production puis distribution (et plus récemment achats), les entreprises ont pris conscience que l'amélioration de leurs performances passait, nécessairement, par l'intégration et la vision globale de leurs processus. Le concept de logistique puis, plus récemment de Supply Chain a permis d'atteindre cet objectif. La logistique permet d'améliorer la compétitivité des entreprises industrielles et commerciales, mais également celle des territoriales. (Voir le tableau n¹)

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

Tableau N 01: Compétitivité et en enjeux de la chaîne logistique des entreprises et sur le développement territorial.

Outil de compétitivité des entreprises	Outil de développement territorial
<ul style="list-style-type: none">• Accroître la productivité dans un univers fortement concurrentiel.• Améliorer et accélérer le service.• Limiter les coûts et les délais de production.• Répondre aux exigences de flexibilité, de fiabilité et de rapidité.• Optimiser les processus et les trajets.• Accentuer la collaboration entre les partenaires de la chaîne.• Utiliser les organisations.• Innover dans la gestion de la chaîne logistique pour en retirer un avantage concurrentiel.	<ul style="list-style-type: none">• Attirer et retenir les entreprises et les prestataires logistiques.• Réaliser des économies d'échelle grâce à concentration d'activités.• Contribuer à la création d'emplois dans une région.• Mieux intégrer les opérations logistiques en milieu urbain.• Desservir un bassin adjacent de consommateurs.• Optimiser les flux de marchandises pour réduire les délais et la congestion• Offrir des possibilités d'inter-modalité (ferroviaire, fluvial).

Source : [Http://www.cgl-consulting.com/defintions/les-enjeux-d-e-la-logistique.pdf](http://www.cgl-consulting.com/defintions/les-enjeux-d-e-la-logistique.pdf)

La chaîne logistique, ou supplychain, est réellement aujourd'hui une compétence indispensable pour le bien des entreprises.

Section 2 : la logistique internationale

Dans cette section nous allons nous focaliser sur la logistique internationale, et en parlera sur les incoterms de logistique ainsi que les modes de transport de marchandises à international

Et enfin en conclut par les avantages et les inconvénients de la logistique internationale.

1.1. La logistique internationale

Pour le transport international, il faut prendre en compte la nature des produits, la quantité, l'urgence, la distance géographique et la localisation. Tous ces éléments permettront de déterminer les conditions d'accessibilités. La logistique internationale est un vaste domaine composé de nombreux métiers dont la mission est de faire parvenir, dans les meilleurs délais et conditions, des

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

marchandises vendues par une entreprise située dans un pays à un client situé dans un autre État. On ne peut pas simplement limiter la logistique internationale au transport de la marchandise. Il faut inclure sous cette appellation de nombreuses étapes qui incluent, l'emballage de la marchandise, le choix et le chargement des moyens de transport (le transport routier, maritime, aérien, ou ferroviaire) en fonction des destinations et de la nature du contrat de vente, le stockage sous douane, les opérations de dédouanement tant au départ qu'à l'arrivée, la livraison à l'acheteur étranger ainsi que les assurances sur marchandises transportées et les systèmes de paiement. Toutes ces opérations seront organisées dans le respect des lois et arrêtés traitant du commerce international de chaque pays ainsi que dans l'observation des obligations définies dans toutes les conventions traitant des transports internationaux. La complexité de ce qu'on appelle la chaîne logistique internationale demande l'intervention de métiers spécialisés dans les différentes étapes : commissionnaire, transitaire, transporteur, banque, assurance, douanier... Pour faciliter l'organisation de ce déplacement, les praticiens du commerce international ont créé un concept, les incoterms signifiant littéralement international commercial Terms (ou termes commerciaux internationaux), ont été créés en 1936 par la CCI (Chambre de commerce international) afin de permettre aux opérateurs originaires de deux pays différents, donc à deux législations différentes d'éviter des malentendus, litiges, incompréhensions en précisant leurs obligations réciproques du vendeur et de l'acheteur dans un contrat de vente internationale .¹⁶

1.2. Les incoterms

Établis par la chambre de commerce internationale, c'est une série de règles applicables aux relations commerciales internationales qui font référence dans le monde entier, elles apportent des précisions sur le transport, l'assurance, formalité de douane, droits et taxes, obligations de dédouanement et transfert de risques.

1.2.1. Classification des incoterms

➤ Classification selon le mode de transport

- ✚ Tous les modes de transport :(EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP, DDP)
- ✚ Transport maritime ou fluvial :(FAS ,FOB, CFR, CIF)

➤ Classement par famille

- ✚ Famille des F (free) franco.

¹⁶ <https://www.glossaire-international.com> consulte le 14/09/2020 a 19h50

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

✚ Famille des C (cost or charriage) coût ou port.

✚ Famille des D (delivered) rendu.

1.2.2 Présentations des 11 incoterms

➤ EXW (exworks ou a l'usine)

- **Le vendeur :** a rempli son obligation de livraison quand la marchandise est mise à disposition dans son établissement (atelier usine entrepôt) ; il n'a pas chargé la marchandise sur le véhicule d'enlèvement.
- **L'acheteur :** supporte tous les frais et risques concernant l'acheminement des marchandises de l'établissement du vendeur à la destination.

✚ La famille des F :

➤ FOB (free on bord ou franco bord, port d'embarquement convenu)

- **Le vendeur :** a rempli son obligation de livraison quand la marchandise est placée à bord du navire au port d'embarquement. Il dédouane la marchandise à l'exportation.
- **L'acheteur :** choisit le navire et paye le fret maritime. Le transfère de risque s'effectue lorsque les marchandises sont à bord du navire .A' partir de ce moment, il doit supporter tous les frais.

➤ FAS (free along side ship ou franco le long du navire, port d'embarquement convenu)

- **Le vendeur :** a rempli son obligation de livraison quand la marchandise a été placée le long du navire, sur le quai au port d'embarquement. Il a l'obligation de dédouaner la marchandise à l'exportation.
- **L'acheteur :** doit supporter tous les frais et risques de perte, de dommage que peut courir la marchandise lors du transport jusqu'à la destination finale.

➤ FCA (free carrier ou franco transporteur)

- **Le vendeur :** a rempli son obligation de livraison quand il a remis la marchandise, dédouanée à l'exportation, au transporteur désigné par l'acheteur au point convenu.
- **L'acheteur :** choisit le mode de transport et le transporteur. Il paye le transport principal. Le transfert des frais et risques intervient au moment ou le transporteur prend en charge la marchandise.

✚ La famille C:

➤ CFR (cost and freight ou coût et fret port de destination convenu)

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

Le vendeur doit choisir le navire et payer les frais et le fret nécessaires pour acheminer la marchandise au port de destination .Il doit s'occuper des formalités d'exportation .Le transfert de risque s'effectue au moment ou les marchandises sont mises à bord du navire.

➤ **CIF (cost insurance and freight ou coût assurance et fret port de destination convenu)**

Le vendeur a les mêmes obligations qu'en CFR, mais il doit en plus fournir une assurance maritime contre le risque de perte ou de dommage de la marchandise au cours du transport .il doit s'occuper des formalités d'exportation.

➤ **CPT (carriage paid to ou port payé jusqu'à, lieu de destination convenu)**

Le vendeur choisit le mode de transport et paye le fret pour le transport de la marchandise jusqu'à la destination. Il dédouane la marchandise à l'exportation ; quand la marchandise est remise au transporteur principal, les risques sont transférés du vendeur à l'acheteur.

➤ **CIP (carriage and insurance paid to ou port payé, assurance comprise,jusqu'à ,port de destination convenu)**

Le vendeur a les mêmes obligations qu'en CPT, mais il doit en plus fournir une assurance contre le risque de perte ou de dommage que peut courir la marchandise au cours du transport Il dédouane la marchandise a l'exportation.

🚦 **Famille D**

➤ **DAT delivered at terminal**

Le vendeur a rempli ses obligations dès lors que les marchandises sont mises à disposition de l'acheteur au terminal désigné dans le port ou au lieu de destination convenu .Il assume les risques liés à l'acheminement des marchandises et au déchargement au terminal du port ou au lieu de destination convenu.

➤ **DAP (delivered at place)**

Le vendeur doit livrer les marchandises en les mettant à la disposition de l'acheteur sur le moyen de transport à l'endroit convenu .Il assume les risques liés à l'acheminement des marchandises jusqu'au lieu de destination .Il na pas à décharger la marchandise.

➤ **DDP (delivered duty paid ou rendu droits acquittés, lieu de destination convenu)**

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

L'obligation maximum du vendeur. Il fait tout, y compris le dédouanement à import et le paiement des droits et taxes exigibles. Le transfère des frais et risque se fait à la livraison chez l'acheteur .L'acheteur est responsable et doit payer le déchargement.

1.3. Les différents modes de transports

Chaque mode de transport présente des avantages et des inconvénients dans le choix de la solution de transport :¹⁷

1.3.1 Le transport maritime

Il est, en volume de marchandises transportées, le premier moyen de transport utilisé dans le monde, spécialement pour les destinations lointaines. De tous les moyens de transport, le maritime est celui qui peut charger le plus de produits en commerce international. Le transport maritime est presque le seul moyen économique pour transporter de grands volumes des produits entre pays éloignés. Le transport maritime, dont le développement est étroitement lié à celui du commerce international, demeure de très loin le principal mode de transport des produits au monde ; 98% du commerce international (importations et exportations) se fait par voie maritime représentant ainsi un volume annuel supérieur à 5 milliards de tonnes.

Pour éviter des coûts inutiles (renvois, plaintes, etc.), l'entreprise exportatrice doit choisir l'emballage le plus adéquat pour chaque situation. Même si l'emballage d'une marchandise peut sembler dérisoire, il s'agit d'une chose fondamentale en commerce international. L'emballage doit répondre à plusieurs objectifs ; protéger la marchandise, éviter de l'abîmer, mais aussi il doit être économique. L'entreprise exportatrice doit trouver l'équilibre entre la fiabilité et le prix, aussi bien au niveau du matériel utilisé que du temps nécessaire pour emballer la marchandise.

✓ **Caractéristiques et technique**

Diversité et adaptation des différents types de navires (porte-conteneurs, navires rouliers, polyvalents ou spécialisés).

Utilisation très répandue de conteneur : évite les ruptures de charge (gain de temps et de sécurité), réduisent les coûts de la manutention et des assurances.

✓ **Les avantages**

- Taux de fret avantageux sur certaines destinations.

¹⁷ Legrand.G., Martini.H., « Gestion des opérations Import-Export »,DUNOD ,2 édition, Paris2008, pp16-17.

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

- Possibilités de stockage dans les zones portuaires.
- Tous les points du globe peuvent être desservis.
- ✓ **Les inconvénients**
 - Délais importants.
 - Encombrement portuaire de certaines zones.
 - Certaines lignes ne sont pas conteneurisées.
 - Ruptures de charges et manutention des sources d'avaries.
 - Assurance plus élevée et emballage plus onéreux.

1.3.2 Le transport aérien

Il est en grande évolution depuis ces dernières années. L'I.A.T.A (Association pour le transport aérien international) a simplifié l'utilisation des documents pour faciliter l'exportation par avion. L'I.A.T.A a aussi mis en place des tarifs et des conditions du transport plus adaptés.

- ✓ **Caractéristiques et techniques**
 - Appareils mixtes et tout cargo.
 - Chargement en ULD (unit load service ou unité de chargement).
- ✓ **Avantage**
 - Rapidités, sécurités pour la marchandise (manutention horizontale).
 - Emballages peu coûteux.
 - Frais financiers et de stockage moindre.
- ✓ **Inconvénients**
 - Prix élevé qui proscrit l'envoi de marchandises dense ou de faibles valeurs.
 - Capacité limitée.
 - Interdit à certains produits dangereux.
 - Rupture de charge.

1.3.3 Le transport routier

Il est le seul moyen capable de réaliser un service « porte-à-porte », ce qui veut dire que le transport routier permet de transporter directement la marchandise de l'entreprise de l'exportateur à l'entreprise de l'importateur.

- ✓ **Les caractéristiques**
 - Pratique de la conteneurisation et possibilités de combiner rail et route.
- ✓ **Les avantages**

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

- Services en porte à porte sans rupture de charge.
- Délais relativement rapides.
- ✓ **Les inconvénients**
- Sécurité et délais en fonction des pays parcourus et des conditions climatiques.
- Développement surtout au niveau de l'Europe continentale pour des distances moyennes.

1.3.4 Le transport ferroviaire

Il est l'un des moyens les plus sûrs. Il permet de transporter de petits colis jusqu'au conteneur. Le transport ferroviaire peut concurrencer le transport maritime au niveau de la capacité de la charge.

- ✓ **Les caractéristiques et techniques**
- Expédition par wagon isolé entre 5 et 60 tonnes et possibilité de trains entiers pour des tonnages supérieurs (automobiles, pondéreux, granulats, etc.).
- Diversité de matériels disponible et utilisation de caisses mobiles.
- ✓ **Les avantages**
- Développement du transport combinés et possibilités de porte à porte.
- Fluidité du trafic et respect des délais.
- Adaptation aux longues distances et aux tonnages importants.
- ✓ **Les inconvénients**
- Inadapté aux distances courtes.
- Limite du réseau ferroviaire.
- Nécessite un pré- et un post-acheminement en dehors du combiné.
- Ruptures de charge.

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

1.3.5 Le transport fluvial

Le transport fluvial, à travers une large gamme de matériels, permet de transporter tous types de produits. Si le transport fluvial a toujours été idéal pour le transport de masses lourdes et indivisibles, il est considérablement diversifié et garantit souplesse et adaptabilité.

✓ **Caractéristiques et techniques**

- Utilisation des voies navigables naturelles et des canaux (Europe du nord, bassin rhénan, quelque livraisons Fluvio maritimes).

✓ **Avantages**

- Remarquable capacité d'emport 300 à 2500tonnes selon les convois.
- Faibles Coûts.

✓ **Inconvénients**

- ✓ Lenteur et immobilisation de la marchandise pendant le transport.
- ✓ Coûts de pré- et poste- acheminement.
- ✓ Ruptures de charge.

1.3.6 Le transport multimodal

C'est un transport d'unité de charge avec différents moyens de transport (maritime, routier...) sous un seul document et un seul contrat du transport. Le transport multimodal s'est développé suite à la révolution créée par l'arrivée du conteneur dans les années 60 et est une réponse adéquate à ces problématiques. Chaque marchandise empotée dans un conteneur peut traverser le monde entier via la route, le bateau, le chemin de fer, des barges en fonction des lieux de départ ou de destinations tout en réduisant le temps de transbordement entre deux moyens de transport. De par le fait que le transport se fait sur plusieurs véhicules différents pour arriver à sa destination finale, il est appelé multimodal.

✓ **Caractéristiques et techniques**

Combine entre différents moyens de transport.

✓ **Avantages**

- Capacité de transport en grandes quantités sur de longues distances.
- Minimise les temps d'attente sur la route et dispense de la nécessité de stockage au niveau des étapes intermédiaires.
- Réduit le risque de détérioration de la marchandise, de par le transport en conteneurs fermés du point de départ au point d'arrivée.

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

- Améliore la sécurité sur la route de par son temps limité sur la route, ainsi que l'environnement grâce aux émissions réduites de CO².
- Réduit le risque de vol grâce au contrôle constant du processus de la sortie à la livraison et le maintien de la marchandise au sein du même conteneur.
- Réduit les coûts grâce à la plus grande capacité de transport simplifiant les procédés.

✓ Inconvénients

- Les ruptures de charge entre les moyens de transport engendrent des coûts supplémentaires et des risques pour la marchandise.

1.4. Les condition de transport de marchandise

1.4.1. La conteneurisation

Un conteneur est une sorte de gros caisson pouvant contenir des lots de marchandises a transporter, sans rupture de charge, par plusieurs moyens de transport .Il est généralement conçu afin d'être suffisamment résistant pour être utilisé de nombreuses fois.¹⁸

1.4.1.1. Les différents types de conteneurs

- **Les conteneurs dry ou usage générale :** Le conteneur est une unité de chargement métallique parallélépipédique. C'est une boîte fermée avec un plancher, des parois latérales, des parois d'extrémité et un toit rigide. Il est utilise pour tout type de marchandise.
- **Les conteneurs plates –formes :** sont des plateformes sans aucune superstructure. Il sont généralement utilisés pour le transport de fer, les engins de travaux publics.
- **Les conteneurs bulk :** sont des conteneurs maritimes destinés à charger des marchandises sèches non emballé comme le sucre ou les céréales.
- **Les conteneurs open top :** sont identiques aux conteneurs à usage général, sauf que leur toit est mobile .Ces conteneurs sont conçus pour faciliter l'empotage et le dépotage par le haut.
- **Les conteneurs flats rack :** ce type de conteneur est destiné à l'empotage des marchandises de toutes sortes, pour autant qu'elles ne soient pas sensibles aux intempéries. Il est utilise pour le transport de colis lourds ou volumineux.
- **Les conteneurs frigorifiques :** ce type de conteneur est utilisé pour le transport des produits qui nécessitent des conditions à température contrôlée lors de transit. Ils sont équipés d'une unité de réfrigération connectée à l'alimentation électrique de navire transporteur.

¹⁸ JEAN BELOTTI « transport international de marchandise » 4^{ème} édition, yuibert, paris, 2012, p26.

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

1.4.1.2. Les différentes façons d'utiliser un conteneur

- **1-FCL/FCL**
 - L'emportage de marchandise destinée à un seul client est réalisé par l'expéditeur le conteneur scelle sera livré directement au destinataire final, sans rupture de charge.
- **2-FCL/LCL**
 - L'emportage de marchandise destinée à plusieurs clients est réalisé par l'expéditeur .A' l'arrive, après le dépotage, les marchandises seront mises à la disposition des différents destinataires finaux, après une seule charge.
- **3-LCL/LCL**
 - L'expéditeur n'ayant pas suffisamment de marchandises pour remplir un conteneur, celles-ci sont transportés dans un centre de groupe qui procédera à l'emportage du conteneur avec d'autres marchandises pour la même destination. A' l'arrivée, après dépotage, les marchandises seront mises à la disposition des différents destinataires finaux, après deux ruptures de charge.
- **4-LCL/FCL** : différents expéditeurs envoient leurs produits à un centre de groupe .Celui ci
 - Procédera à l'emportage de conteneur qui parviendra directement au destinataire final, après une seule rupture de charge.

1.4.2. L'emballage

L'emballage est élément très important pour l'exportateur, car en cas de dommage, la marchandise peut être remboursée, remplacée gratuitement, soit faire l'objet d'un avoir au client par le transporteur qui est présumé responsable de la détérioration de la marchandise.

1.4.3. L'étiquetage de la marchandise

L'étiquetage est également très important pour l'exportateur, car représente un outil commercial significatif .En plus d'être obligatoire et réglementaire, il présente un moyen efficace de transmettre les informations aux consommateurs.

1.5. Le rôle du logisticien international

La chaîne logistique internationale doit être contrôlée du début jusqu'à la fin. C'est alors qu'apparaît le métier de logisticien international. Il aura comme responsabilité l'organisation de

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

chacune des différentes étapes, il devra surveiller de telle façon que tout se passe correctement. Il a pour mission de :¹⁹

- Planifier l’acheminement international (du début à la fin, ce qu’on appelle porte à porte).
- Choisir les emballages et surveiller la protection des produits acheminés.
- Choisir les transporteurs, les transitaires. Il s’occupe de signer un accord commercial avec les différents prestataires. Ce sont ces derniers qui deviennent commissionnaires ou mandataires.
- Choisir le type de transport.
- Passer les ordres de transport, d’expédition, etc., auprès des prestataires.
- Suivre le flux de transport (les dates, les escales, etc.). À tout moment, il doit définir la traçabilité des marchandises.
- La complexité de la logistique internationale demande à chacun des acteurs une extrême prudence et beaucoup de professionnalisme.

1.6. Les éléments qui composent la logistique internationale

La logistique internationale se compose de différents éléments très importants comme :²⁰

- Le choix du transport.
- L’emballage de la marchandise.
- Le chargement de la marchandise.
- Le stockage.
- Les opérations de douane (arrivé et départ).
- La livraison.
- Les assurances.
- Le mode de paiement.

Ces éléments qui composent la logistique internationale c’est ce que l’on appelle la chaîne logistique, supplychain.

¹⁹ [Http://www.logistiqueconseil.org/Articles/Logistique/Logistique-internationale.htm](http://www.logistiqueconseil.org/Articles/Logistique/Logistique-internationale.htm) consulté le 15/09/2020 à 15h44.

²⁰ [Http://fr.reingex.com/Transport-Logistique-Internationale.shtml](http://fr.reingex.com/Transport-Logistique-Internationale.shtml) consulté le 16/09/2020 à 18h12

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

Pour que cette chaîne logistique fonctionne correctement, plusieurs acteurs sont censés travailler pour la bonne démarche du cheminement des marchandises :

- Commissionnaire.
- Transitaire.
- Transporteur.
- Banque.
- Douanier.
- Assurance.

1.7. Les avantages et inconvénients de la logistique

La logistique est importante pour tous les acteurs de l'entreprise, car elle influence son activité. Mais elle rencontre des avantages et des inconvénients, voici quelques points qui résument ces derniers :

✓ **Avantages**

- La logistique est un véritable outil de compétitivité qui a pour but d'améliorer la coordination des services de l'entreprise et de les mobiliser pour poursuivre un objectif commun qui est la satisfaction des clients. Dans certains secteurs d'activité, la logistique peut constituer un avantage concurrentiel.
- L'objectif de la logistique en entreprise porte à la fois sur le court terme (optimisation des flux physiques quotidiens) et sur le moyen et le long terme (mise en place de plans d'action pour optimiser les paramètres de production et de stockage).
- Réduction des contraintes relatives à l'activité de l'entreprise, recrutement, formation, respect des obligations légales, gestion du personnel de l'entrepôt, entretien et rénovation du parc de machines de la supplychain, etc.
- Flexibilité : pour ceux qui ne disposent pas encore d'une structure permettant de gérer efficacement le stock des marchandises, l'externalisation est une solution pertinente. Il est toujours possible, par la suite, de procéder au backsourcing (ré internalisation de l'activité) lorsque l'entreprise possède les ressources permettant de mieux contrôler les flux en interne.
- L'expertise et l'expérience du prestataire, notamment si l'entreprise souhaite s'assurer de la qualité de la relation client et se concentrer sur son cœur de métier.

Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique

- Les coûts liés à la logistique peuvent ne pas être trop élevés si le volume des ventes n'est pas important.²¹
- ✓ **Les inconvénients**
- L'inconvénient majeur de la logistique est la perte de contrôle sur les flux et la qualité des services, d'autre part, les coûts peuvent être élevés.
- L'exigé excessif des entreprises afin de minimiser tous genres de risques (les retards, les erreurs, les pannes, détérioration, la défaillance des produits, etc.).
- Le transport est très sensible aux différents risques puisque celui-ci influence directement la fonction de la logistique.
- La rude concurrence sur le marché.
- Les freins liés aux différentes lois, législations et documentations.
- Les risques internes liés à l'organisation, la technique utilisée, le niveau de la main-d'œuvre, la gamme de produits et son renouvellement.
- La logistique a toujours existé dans les différentes civilisations, et qui a progressé et évolue de jour en jour .Elle est primordiale pour tous les acteurs de l'entreprise, car elle influence son activité.

Conclusion :

La logistique est importante pour tous les acteurs de l'entreprise car elle influence son activité. C'est dans la plu part des entreprises, une fonction transversale qui concerne l'ensemble des services et permet de les lier le plus efficacement possible .La logistique est un véritable outil de compétitivité qui a pour but d'améliorer la coordination des services de l'entreprise et de les mobiliser pour poursuivre un objectif commun : satisfaction des clients.

²¹ <https://www.kls-group.fr/les-avantages-de-la-gestion-logistique-pour-votre-entreprise/> consulté le 17/09/2020 à 23h05.

Chapitre II :

Le cadre conceptuel sur les exportations

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

Introduction

L'exportation est valable pour chaque personne physique ou morale. C'est un régime particulier qui a réussi l'intérêt d'un bon nombre d'entreprise. Elle représente un enjeu majeur sur le développement d'un pays, ainsi elle permet de couvrir les importations et d'équilibrer la balance de transactions courantes.

Dans ce chapitre nous allons nous focaliser sur deux sections, la première est consacrée à un récapitulatif général sur l'exportation, la deuxième parle sur la procédure de l'activité d'exportation.

Section 1 : Généralité sur les exportations

L'exportation est le fait de prendre une dimension de plus en plus importante à l'échelle internationale. Pour réussir l'exportation au marché étranger il faut avoir une bonne solution d'accès à ces marchés.

Dans cette section nous allons passer en revue sur les exportations.

Nous avons partagé cette section en quatre sous-titres premièrement on va définir l'activité d'exportation ensuite on parlera sur les formes d'exportations, troisièmement sur la démarche d'exportation, et enfin les avantages et inconvénients liés à l'exportation.

1.1. Présentation de l'activité d'exportation

1.1.1. Définition

L'exportation est l'action de vendre à l'étranger une partie de la production de biens ou services d'un ensemble économique, pays ou région.¹

On a aussi une autre définition donnée par la comptabilité nationale :

« Les exportations comprennent tous les biens neufs, ou existants vendus ou non qui sortent définitivement du territoire économique, ainsi que tous les services rendus par les résidents à des non résidents, à l'exception des services consommés sur territoire économique par les ménages non résidents. »

¹ <http://www.glossaire-international.com>

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

1.1.2. Les formes d'exportations

En fonction de la nature du contrôle que l'entreprise souhaite exercer sur la commercialisation de ses produits et services, elle peut choisir l'exportation indirecte, l'exportation directe ou l'exportation concertée ou associée.

1.1.2.1. L'exportation directe

L'exportation directe évite les intermédiaires. Elle permet donc de faire l'apprentissage de Marché étrangers et d'éliminer les rémunérations des intermédiaires, mais elle est en pratique difficile et coûteuse car la firme exportatrice par méconnaissance des mentalités, des modes de consommations, des pratiques commerciales et des règlements risque de commettre des erreurs.

De plus les délais d'implantation sur le marché étranger sont longs. Enfin elle va devoir Entretien sur place des stocks et un réseau de distribution et de service après-vente coûteux.² Diverses techniques permettent de réaliser des exportations directes :

a -Exportation directe sous forme d'une vente directe :

La vente directe consiste à réaliser des ventes sans recours aux intermédiaires commerciaux Ou représentants. L'entreprise exportatrice doit posséder des compétences et ses ressources nécessaires pour participer à tous les aspects du marketing et du service après-vente. Ce type de vente permet d'exercer un contrôle considérable sur les activités commerciales. Les frais de Marketing peuvent être élevés. La vente directe est appropriée lorsque seul le personnel des Ventes de l'entreprise possède les connaissances ou les compétences nécessaires. Cette technique convient aussi si le nombre de clients éventuels est relativement faible ou si ceux-ci se trouvent dans un secteur géographique relativement limité.

b-Exportation directe avec un représentant salarié :

L'entreprise délègue de façon permanente sur un marché un ou plusieurs représentants Commerciaux. La fonction principale du représentant est de chercher des occasions d'affaires, négocier au nom de l'entreprise des contrats avec des acheteurs et communiquer le bon de commande au siège social de l'entreprise, après c'est à l'entreprise d'envoyer la marchandise directement à l'acheteur. Le représentant salarié ne travaille que pour l'entreprise dont il est salarié.

² Idem. P.465

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

c-Exportation directe avec un agent commissionné :

Un agent commissionné est une personne qui peut être physique ou morale, indépendante ou permanente d'un exportateur. Il s'agit du nom et pour le compte de l'entreprise qui le mandant.

Contrairement au représentant salarié, il peut organiser librement son activité. L'exportateur ou le mandant rémunère l'agent commissionné par commissions sur le chiffre d'affaires qu'il réalise. Le commissionnaire représente un avantage pour le mandant, car grâce à sa maîtrise et sa connaissance du marché, le mandant contrôle sa politique³.

1.1.2.2. Exportation indirecte

L'entreprise fait appel à des intermédiaires pour prendre en charge tout ou partie du Processus de commercialisation des produits (prospection, négociation, prise de commande, gestion et suivi des livraisons et des règlements,..), ces intermédiaires pouvant agir soit du pays d'origine ou bien sur leur propre territoire. En optant pour ce mode de présence, l'entreprise peut faire appel soit à un importateur, un importateur exclusif, ou bien à un bureau d'achat étranger⁴.

1.1.2.3. Exportation concentrée ou associée

Elle correspond à des formes variées de groupements (accords, contrats, clubs...) entre Entreprises d'un même pays ou (modalité plus récente) de pays différents. Sa réussite demande entre autres que les partenaires aient une certaine expérience de l'association et de la gestion communautaire. Démarrer une opération d'exportation est une tâche de longue haleine obligeant à des arbitrages de gestion délicats et nécessitant la mise en place d'un réseau commercial, l'embauche de cadres spécialisés et une politique de communication adaptée. Certains membres du groupement peuvent se lasser, si les frais engagés ne sont pas rapidement rentabilisés ou s'ils se sentent défavorisés par rapport à d'autres partenaires. Le groupement peut aussi créer de l'opacité entre les entreprises adhérentes et le marché étranger.⁵

³ Les formes d'implantation, sur le site:/http: www.sse.gov.on.ca/medt/ontarioexports/fr/Pages/direct_export_options.aspx.

⁴ RouaneRafik, « le marketing direct international : au service des exportations algériennes hors Hydrocarbures », ENAG, Réghaia, Algérie, P.55.

⁵ Michel GERVAIS « stratégie de l'entreprise », 5^{ème} édition, Ed. ECONOMICA, 2003, P. 216.

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

1.2. Les démarches d'exportation

Pour réussir les exportations il faut suivre certaines étapes essentielles.

1.2.1. Le diagnostic export

L'idée d'exporter implique une étude, une analyse de ses conditions de réussite.

L'entreprise qui adopte une démarche d'exportation doit avoir établi un diagnostic export, celui-ci vise à définir le potentiel stratégique d'une entreprise pour réaliser une opération D'exportation.

1.2.1.1 Définition du diagnostic export

Le diagnostic export est l'analyse de tous les départements ou services d'une entreprise visant à vérifier sa capacité à exporter, ses forces et ses faiblesses éventuelles. Sur base des constats réalisés, des décisions devront être prises quant aux changements à opérer dans L'entreprise et à la pertinence de se lancer dans l'exportation.⁶

1.2.1.2. Objectifs du diagnostic export

Le diagnostic export présent plusieurs objectifs, et parmi ces objectifs on a :

- ❖ Déterminer la capacité de l'entreprise à faire face aux difficultés inhérentes à l'internationalisation et à gérer l'exportation.
- ❖ Evaluer les chances de réussite des couples produit/marché.
- ❖ Il permettra à l'entreprise de bien choisir ces décisions.
- ❖ Il conduit à mettre en évidence les forces et faiblesses de l'entreprise dans un environnement donnée.
- ❖ Il permettra d'élaborer une stratégie pertinente et clairement définie.
- ❖ Se positionner de manière durable sur les marchés étrangers.

1.2.1.3. Les indicateurs du diagnostic export

Le diagnostic export permet à l'entreprise d'identifier ses forces et ses faiblesses et cela en utilisent une série d'indicateurs d'évaluation reconnus pertinents. L'entreprise choisit généralement des outils et techniques qui lui permet d'entamer sa démarche d'exportation Dans les meilleures conditions. Il s'agit d'éléments permettant de mesurer la capacité de l'entreprise à vendre ses produits ou services à l'étranger.

Ces indicateurs sont cités ci-après :

⁶ Christine. Destexhe : « International Trade & Legal » sur le site <http://www.intradeservice.com/2015/02/01/un-diagnostic-export-est-il-vraiment-utile/>

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

Tableaux n°2 : les indicateurs du diagnostic export portant sur les domaines

Pour se lancer à l'export, il faut :	Domaines du diagnostic correspondant :
augmenter et adapter la production	. La capacité et l'adaptation de l'appareil productif
Investir (pour augmenter la production, prospecter, adapter les produits, les protéger juridiquement, former le personnel, distribuer à l'étranger, etc.)	Les capacités financières et la volonté d'investir
Proposer des produits compétitifs et adaptés au marché.	Les caractéristiques des produits ou services proposés par l'entreprise
Disposer d'un minimum de compétences techniques spécifiques à l'exportation	Le degré de préparation à l'export
Disposer d'un management rigoureux, performant, ouvert	La qualité du management

Source : PAVEAU.J ; DUPHIL.F : « *Pratique du commerce international* », (exporter), 24^e Édition, Ed. Foucher, 2013. P.31.

L'entreprise retienne plusieurs types d'indicateurs appropriée à élaborer une évaluation Sur sa capacité à exporter, les principaux indicateurs sont les suivants :

1.2.1.3.1. La capacité de production

Dans un premier temps le diagnostic consiste en l'évaluation des grandes fonctions comme la fonction de production, la capacité de production qui doit être excédentaire pour permettre de satisfaire les commandes supplémentaires provenant des marchés étrangers ciblés et aussi celle provenant du marché local. Pour l'entreprise l'idéal est d'être capable de Produire en fonction de la demande supplémentaire, produire en quantités suffisantes et sur une longue période et de produire dans les délais exigés par le marché.

La qualité de l'outil de production de l'entreprise est considérée comme un facteur Essentiel qui permet à l'entreprise de faire face a la concurrence réputée rude à L'international.

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

1.2.1.3.2. La capacité financière

L'analyse de la capacité de financement de l'entreprise, se fera à travers un plan financier visant à déterminer précisément ces besoins en financement nécessaires au développement de ses activités à l'international.

Nous pouvons analyser la capacité financière de l'entreprise à trois niveaux :

- Investissement: financement des investissements industriels et commerciaux.
- Besoins en fonds de roulement: augmentations des stocks, prorogation des échéances de crédit et allongement des délais de règlement.
- Risque financier: risque de non-paiement et risque de change.

1.2.1.3.3. Les produits

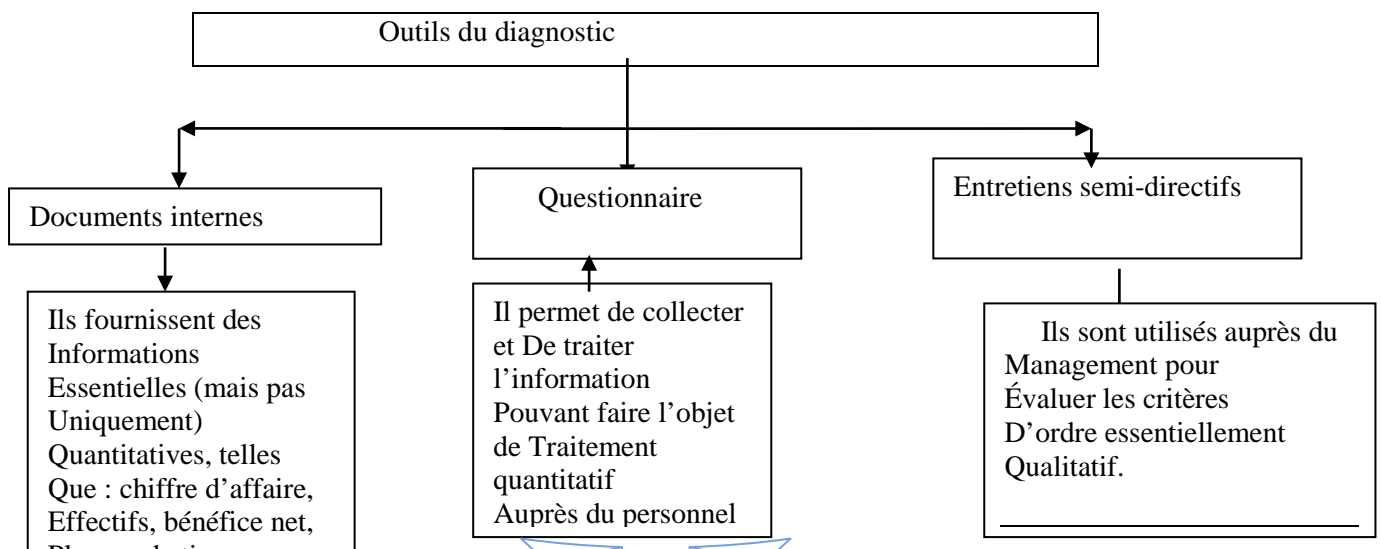
Il est essentiel de s'assurer que les produits proposés disposent d'un avantage concurrentiel, pour cela il serait obligatoire de faire une étude et se renseigner constamment des besoins et préférences des marchés étrangers afin de s'adapter aux possibilités offertes sur leurs marchés. A la réalisation de ces exigences, l'entreprise sera en mesure de satisfaire les demandes des consommateurs étrangers.

1.2.1.4. Outils de réalisation d'un diagnostic export

L'entreprise peut réaliser elle-même son diagnostic export, en analysant ses forces et faiblesses, en faisant intervenir des outils adaptés à évaluer son potentiel et valoriser ses compétences distinctives. Elle utilise l'ensemble des informations fournies par ses documents internes, en général, c'est le contrôle de gestion qui est chargé de cette mission. Souvent, les Très grandes entreprises confier ces travaux à quelque grand cabinet de conseil en stratégie ou des cabinets d'audit. Comme elle évalue la motivation et la disponibilité de ses personnels.

On distingue trois types d'outils du diagnostic export site ci-après :

Figure N° 4 : Outil de réalisation d diagnostic export



Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

Source : PAVEAU.J ; DUPHIL.F : « *Pratique du commerce international* », (exporter), 24^e édition, Ed. Foucher, 2013.P.37.

1.2.2. Étude de marché à l'international

Toutes les activités commerciales nécessitent des études précises sur le marché ciblé et Recouvrent un ensemble de procédures et de technique empruntée. L'étude de marché est une étape essentielle de démarche marketing ; son but consiste à collecter et analyser les Informations nécessaires à la prise de décision des responsables marketing.⁷

1.2.2.1. Définition de l'étude de marché

« Il s'agit d'une démarche systématique et scientifique de collecte, traitement et Interprétation des informations qui a pour objectif principal de réduire les incertitudes et de minimiser les risques. Elle permet de vérifier qu'il existe un marché ou une demande Potentielle pour le marché visé et d'estimer cette demande à partir du plus grand possible de Sources. »

1.2.2.2. Typologies d'étude de marché

On peut distinguer les types suivants :

❖ Les études générales exploratoires

Les études exploratoires doivent permettre de réunir les informations nécessaires pour opérer la sélection des marchés. Les pré-études de marché auront pour but de faire apparaître des groupes classés par priorité de l'aspersion sur la base de critères essentiels permettant d'orienter le choix de l'entreprise vers tel ou tel autre marché étranger, et cela tout en suivant Une démarche bien définie.

❖ Études sur la structure et le fonctionnement d'un marché étranger

Elles ont pour objectif d'approfondir la connaissance d'un nouveau marché, d'en Identifier les principaux acteurs et les modalités de fonctionnements de ce marché. :⁸

A. La demande

⁷ CAUMONT. D : *les études de marchés*, Editions Dunod, Paris, 2007, P.01

⁸ Idem

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

- Qualifier la consommation actuelle du produit: consommation= Production+importations-exportations.
- Estimer son évolution en utilisant les méthodes statistiques de projection (moyennes mobiles, moindres carrés), calculs d'élasticité, modèles de régression et de corrélation), les méthodes qualitatives (avis d'experts, raisonnement par analogie).
- Identifier la clientèle (qui prescrit? qui consomme? délimiter les segments de Clientèle).
 - Identifier le comportement d'achat (motivations, habitudes, processus d'achat).
 - Evaluer la part de marché prédictive de l'entreprise par des marchés-tests.

B. La concurrence

- Qualifier l'offre de produits concurrents (offre locale et offre de produits importés) ainsi que son évolution.
- Identifier les principaux producteurs locaux et leurs parts de marche.
- Analyser les caractéristiques techniques et commerciales des produits concurrents.
- Identifier les facteurs clés de succès sur le marché.

C. La distribution

- Identifier les canaux de distribution utilisés et leurs poids relatifs.
- Identifier les types d'intermédiaires.
- Déterminer la structure des coûts de distribution.
- Identifier les habitudes des différents circuits (marge, qualité des produits, image de Marque, service après-vente...).

D. La communication

- Identifier les pratiques des concurrents.
- Identifier les vecteurs de communication disponibles et leur coût.

E. Les prix

- Identifier les prix pratiqués.
- Identifier les conditions de ventes usuelle (garantie, paiement...).
- Identifier les prix d'acceptabilité pour le consommateur.

F. L'environnement légal et administratif

Déterminer les contraintes relatives aux produits (normes, protection des brevets et Marques, protection du consommateur...), à l'emballage, l'étiquetage, à la distribution, à la Publicité et la promotion des ventes.

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

❖ Les études sur un des éléments du marketing mix

Elles ont pour objectif de vérifier le bien fondé d'un choix de politique commerciale sur le marché visé. Elles prennent la forme des tests permettant de prévoir la réaction de marché.

Elles vont concerner aussi bien les entreprises qui abordent un nouveau marché que les entreprises déjà implantées à l'international et exportent déjà.

1.2.3. Les techniques d'étude des marchés

On distingue trois catégories d'études des marchés :

1.2.3.1. Les études documentaires

Les études documentaires consistent à exploiter une information préexistante. Elles seront complétées par un recueil d'informations primaires sur le terrain.⁹

Les études documentaires ont pour objectif la réalisation d'une première approche du marché et doivent permettre d'en apprécier l'accessibilité, l'attractivité et la sécurité de marché. Les sources d'informations peuvent être des sources publiques nationales et étrangères comme les ministères, les douanes ou des sources privées comme les banques. Les organismes internationaux comme l'OMC, le FMI et la banque mondiale sont aussi des sources d'informations.

1.2.3.2. Les études qualitatives

Les études qualitatives sont collectées principalement par des entretiens de groupe, des entretiens en profondeur, l'observation et les techniques projectives.¹⁰

L'objectif de cette étude est d'analyser en profondeur, de comprendre les phénomènes difficilement mesurables, elles permettent de répondre aux questions : pourquoi ? Et comment ?

_ L'entretien de groupe: lors des entretiens de groupe, le degré de structure varie selon le type de groupe utilisé et la créativité désirée. Ainsi, la technique du groupe nominal est utilisée, entre autres, pour l'identification des attributs d'un produit ou des dimensions d'un problème marketing.¹¹

_ Les entretiens individuels: l'enquêteur propose un thème et laisse parler la personne interrogée et l'encourage à approfondir, même si la discussion n'était pas dirigée. Son objectif sera de comprendre le comportement de consommateur et d'aborder des

⁹ CORINNE. P, *opcit*, P. 17.

¹⁰ DUBOIS.P ; LOLIBERT.A ; GAVARD-PERRET.M ; FOURNIER.C : *le marketing : Fondements et Pratiques*, 5^e édition, Ed. ECONOMICA, Paris, 2013, P.134.

¹¹ *Idem*

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

Questions plus délicates et compréhensibles.

_L'observation: consiste à étudier le comportement du consommateur dans une Situation naturelle, ou sur sa situation d'achat.

_ Les techniques projectives: l'enquêteur fait parler la personne interrogée d'un sujet Extérieur sur lequel elle projette ses idées et sa personnalité.¹²

1.2.3.3. Les études quantitatives

« Les études quantitatives sont appréhendées par la statistique, elles relèvent du comment et du combien. Elles permettent de faire ressortir la forme d'opinions, de faits et comportements, perceptions, attentes et préférences. »¹³

Elles reposent sur l'utilisation d'enquêtes et le traitement statistique des informations collectées. Elles nécessitent :¹⁴

- ✓ La constitution d'un échantillon représentatif de la population à étudier.
- ✓ L'élaboration d'un questionnaire.
- ✓ L'administration du questionnaire.
- ✓ Le tri des données.
- ✓ L'analyse statistique (mesure des liaisons entre variables: corrélation entre variables quantitatives, dépendance de variables qualitatives).

La réalisation des études de marché permettent à l'entreprise de choisir les politiques commerciales les mieux adaptées aux marchés ciblés.

1.3. Les avantages et les risques d'exportation

1.3.1. Les avantages

- Sur le plan micro économique :

- Augmenter la rentabilité grâce aux économies d'échelle.
- Augmenter le chiffre d'affaire en prospectant de nouvelles marches étrangères.
- Gagner en notoriété en intégrant des marchés mondiaux et faisant connaître son nom.
- Dynamiser l'entreprise par l'instauration de nouvelles stratégies de développement qui concordent avec exigences des marchés étrangers.
- Bénéficier de quelques exonérations (fiscales, douanières, etc.) et de facilités de fonctionnement.
- Développer un esprit innovateur grâce au côtoiement de culture différente.

¹² CORINNE.P, opcit, P.17.

¹³ DIEMER.A, *cours d'économie d'entreprise, Partie2 : les fonctions de l'entreprise, Chapitre 8 : La Fonction commerciale*, CAPET, PLP, IUFM d'Auvergne, P.12.

¹⁴ CORINNE.P, opcit, P.17.

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

- L'exportation améliore la compétitive de l'entreprise grâce à la l'apprentissage et au partage de savoir-faire avec les entreprises.
- Permet de procurer un avantage concurrentiel à l'entreprise car elle permet entre autre de prouver sa capacité d'adaptation et de survie dans un nouvel environnement.

- Sur le plan macro-économique :

- L'exportation permet d'améliore la balance commerciale d'un pays. En effet, une augmentation de volume d'exportation permet de couvrir en partie ou en totalité le volume d'implantations et améliore la balance commerciale.
- L'exportation permet aux gouvernements de constituer une réserve de devise on favorisant l'entrée de monnaies étrangères à partir des ventes effectuées à l'extérieur.
- La création d'emplois, ce qui a comme conséquence d'accroître le niveau de vie de la population, le fait de vendre à l'étranger permet de réduire les prix pour le consommateur national.¹⁵

1.3.2. Les risques liés à l'exportation

Il existe plusieurs risques à l'export et ont site les suivants :

1.3.2.1. Risque économique

Il recouvre de nombreuses définitions. Il peut s'agir du risque économique lié à la hausse anormale ou importante des matières premières ou des éléments des couts de fabrications (optique des assureurs crédit) ; d'autres organismes internationaux assimilent le risque économique à un risque pays (donc inclus dans le risque politique).

1.3.2.2. Risque pays

Le risque « pays » représente l'ensemble des événements d'origine politique ou économique susceptible d'empêcher le bon déroulement d'une opération commerciale ou d'investissement (risque d'interruption de marché, risque de non-paiement, risque de spoliation, d'expropriation...) ; il est parfois difficile à évaluer.

1.3.2.3. Risque de crédit

Un paiement non réalisé peut remettre en question la pérennité de l'entreprise. C'est ainsi que, les assureurs crédit, environ un quart des liquidations d'entreprises sont dues à un défaut de paiement d'un ou de plusieurs clients. Or, c'est parfois lors de la livraison que l'exportateur se demande si l'engagement qu'il fait prendre à son entreprise n'est pas trop

¹⁵ Exporter : savoir sur les exportations, petites entreprises.net, tout pour l'entrepreneur, disponible sur <http://www.petites Enterprise .net>.

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

important en cas d'incident de paiement. Se poser cette question à ce moment-là, suppose que l'entreprise n'ait développé, préalablement, aucune politique de gestion de risque de crédit.¹⁶

1.3.2.4. Risque juridique

L'exportation peut rencontrer plusieurs risques juridiques. Parmi ces risques on distingue le risque de règlement douanier, qui est le plus important, après vient le problème de la juridiction en cas de conflit dans une exportation indirecte ou concertée, en contre partie l'entreprise fait face à des charges imprévisibles, comme le paiement des sanctions, les poursuites juridiques, ... etc.

1.3.2.5. Risque concurrentielle

Pour les entreprises le principal risque concurrentiel est la copie de leurs produits ou de leurs composants par la concurrence étrangère. Ces concurrents n'ont pas à supporter les coûts de développement des produits et les fabriquent souvent à moindres frais. Ils font pression sur les prix sur les marchés étrangers, ce qui réduit les marges de l'entreprise exportatrice. Constat d'une des entreprises interrogées.

Les risques concurrentielles peuvent concerner aussi la perte du savoir-faire lorsqu'un représentant part chez un concurrent, l'arrivée de nouveaux concurrents sur le marché, et le risque qu'une petite entreprise soit reprise par un concurrent plus important, comme c'est arrivé à cet entrepreneur.

1.3.2.6. Risque technologique

Il est propre aux activités industrielles. Un procédé de fabrication ou une technologie adoptée par une entreprise peuvent se trouver opposés à d'autres options industrielles et mettre l'industrielle en dehors du marché.¹⁷

Après avoir présenté l'activité d'exportation d'une entreprise et les buts qui laissent l'entreprise à faire une démarche à l'export. Nous allons dans la section suivante présenter la procédure d'exportation qui est adoptée généralement par une entreprise.

Section 2 : La procédure de la démarche d'exportation

¹⁶ A.berelier j.douboin et al : op.cit, p422.

¹⁷ Jean-patrick marcq, « risque et assurances transport et logistique », ed l'argus de l'assurance, 2^{ème} édition, 2011.

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

La procédure d'exportation est une activité économique et commerciale et considérée comme très importante.

Dans cette section nous allons donner un aperçu général sur les procédures de l'activité d'exportation.

Nous avons partagé cette section en trois sous-titres premièrement on va définir le contrat de vente à l'international, ensuite on parlera sur la domiciliation bancaire et les documents à l'export, troisièmement sur la procédure de dédouanement.

1.1. Le contrat de vente à l'international

Destexhe. A défini contrat de vente international comme suite : « le contrat de vente à l'international un accord entre un vendeur et un acheteur établi à l'étranger ». ¹⁸

1.1.1. Les clauses du contrat de vente à l'international

Tableau N° 03: les principales clauses du contrat de vente à l'international

contenu	Les clauses
Les contractants	identifier les contractants (acheteur/vendeur) :nom des sociétés, raison social, adresse détaillée et le nom des représentants respectifs.
Nature de contrat	_ définissez l'objet du contrat (produit ou service) -décrivez les aspects techniques : quantité, volume, le poids et le mode d'emballage.
Prix et mode de paiement	<ul style="list-style-type: none">- Déterminer le prix dans la devise choisie ;- Faites-y figurer l'incoterm choisi ;- Intégrez le prix de la marchandise (prix unitaire et total) ;- Prévoyez un mode de règlement qui assure une sécurité maximale au vendeur.- Les versements d'acompte garantissant la commande.
Les modalités de transport	<ul style="list-style-type: none">- Déterminer un mode de transport en cohérence avec la nature de la marchandise, la destination et la sécurité.- Précisez les obligations respectives des parties contractantes en fonction de l'incoterm.

¹⁸ Destexhe. « Le contrat de vente international : pour les exportations non-juristes », Edipro, 2005, p23.

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

Les modalités de livraison	<ul style="list-style-type: none">- Déterminer la date, le lieu, de chargement et de livraison.- Définissez les délais de l'entrée en vigueur du contrat : prévoyez les pénalités de retard à l'avance.
La force majeure	<ul style="list-style-type: none">- Indiquez le cas de forces majeures pour les événements imprévisibles.
Les garanties	<ul style="list-style-type: none">- Définissez les engagements des deux parties en matière de garantie.
Le droit applicable au contrat	<ul style="list-style-type: none">- Déterminer le droit applicable aux obligations contractuelles des parties.
La juridiction(en cas de litige)	<ul style="list-style-type: none">- Déterminer la juridiction compétente en cas de litige ou le système de règlement de différent (arbitrage médiation,...etc.)- Il est import de remarque que la loi applicable à la procédure de règlement des différents n'est pas nécessairement celle qui régit le fond du litige(le droit applicable au contrat).
La langue	<ul style="list-style-type: none">- Déterminer la langue du contrat celle-ci devra être maîtrisée par les deux parties.

Source : <https://www.objectif-impot-export,fr/fr/export/fiches-export/contrat-de-vente-interntional>,

1.1.2. Les différentes étapes de la formation du contrat

On distingue trois étapes essentielles :

1.1.2.1. L'offre commerciale

Elaborer une offre attrayante et précise est un élément clé du processus de vente. C'est le premier engagement de l'exportateur à fournir un produit ou une prestation dans le cadre de condition définie.

L'offre présente plusieurs caractéristiques. Sa rédaction doit observer un certain nombre de précautions, car c'est la base du contrat de vente. Les clauses abusives ou excessives sont à éviter.

L'offre prend effet dès qu'elle parvient à l'importateur. Le vendeur doit donc préalablement analyser tous les risques liés à son offre, car ceux-ci peuvent avoir des conséquences graves

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

sur son entreprise. Par exemple, s'il accorde des délais de paiement trop importants, il peut mettre en péril sa trésorerie. L'exportateur doit être très précis sur l'objet du contrat, la désignation des marchandises, leur quantité, le prix, les conditions de paiement et de livraison. Dans la grande majorité des systèmes juridiques, il n'y a pas de condition de forme particulière. Cependant, l'envoi d'une facture pro forma matérialisant l'offre commerciale est vivement recommandé.

1.1.2.2. Les conditions générales de contrat de vente export

Les conditions générales de vente export (CGVE) sont un document préétabli par l'exportateur, qui comporte un certain nombre de dispositions juridiques concernant la vente de ses produits ou services.

Les CGVE permettent aux entreprises de fixer à l'avance le cadre juridique de leurs rapports commerciaux. Elles définissent les droits du vendeur et lui permettent de défendre ses intérêts vis-à-vis de ses prospects. L'exportateur n'a pas à rédiger à chaque commande, ses dispositions contractuelles. Elles sont propres à chaque exportateur et ne font donc pas l'objet d'une réglementation spécifique.

1.1.2.3. L'acceptation

L'acceptation de l'offre et des CGVE constitue l'accord du client et permet de conclure le contrat de vente. Le contrat se caractérise seulement au moment où l'offre est suivie de son acceptation. Dans la majorité des systèmes juridiques, l'offre est révocable tant qu'elle n'a pas été acceptée par l'importateur.

Il est fortement conseillé que l'acceptation soit transmise sous une forme écrite afin que le vendeur obtienne une certaine garantie et se constitue une preuve en cas de litige. Ainsi, l'acceptation prendra la forme d'un bon de commande ou d'un contrat.

1.2. La domiciliation bancaire et la documentation d'accompagnement à l'export

1.2.1. La domiciliation bancaire

La réalisation des opérations d'importation ou d'exportation ainsi que leurs règlements financiers sont fait sous couvert d'une domiciliation d'un titre de commerce extérieur, d'une facture commerciale ou d'une facture définitive à l'exportation.

On entend par la domiciliation, le choix par une personne physique ou morale d'un intermédiaire agréé une des banques de la place pour effectuer un transfert de devises à l'étranger, ou pour répartir des devises de l'étranger en recouvrement d'une opération d'exportation.

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

Conformément à l'article 30 du règlement paru au journal officiel algérien n°31 DU 13 mai 2007, relatif aux règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises, « la domiciliation consiste en l'ouverture d'un dossier qui donne lieu à l'attribution d'un numéro de domiciliation par l'intermédiaire agréé domiciliataire de l'opération commerciale. Ce dossier doit contenir l'ensemble des documents relatifs à l'opération commerciale. Par ailleurs, l'opérateur choisit l'intermédiaire agréé auprès duquel il s'engage à effectuer toutes les procédures et formalités bancaires liées à l'opération ». ainsi la domiciliation est préalable à tout transfert/rapatriement de fonds, engagement et/ou au dédouanement.

1.2.2. Les documents d'accompagnement à l'export

La documentation permet de suivre la trace de l'acheminement de la marchandise.¹⁹

1.2.2.1. Les documents de prix

Les documents de prix sont comme suit :²⁰

❖ La facture pro-forma

La facture pro-forma est un document préalable à la conclusion d'une transaction de commerce international. C'est en effet, une sorte de devise établie sous forme de facture, elle répond à des caractères de marchandises : la qualité, le prix et les modalités de paiement. Elle peut servir le vendeur comme justificatif pour un préfinancement à l'exportation auprès de sa banque. Cette facture ne figure pas parmi les documents d'une opération documentaire.

❖ La facture commerciale

C'est un document préparé par l'exportateur ou le transitaire et requis par l'acheteur étranger pour prouver son droit de propriété et régler les sommes qu'il doit à l'exportateur.²¹

❖ La facture consulaire

C'est un document à caractère commercial établi par le vendeur dans le but d'identifier et de ratifier un produit du pays d'importation. Cette facture commerciale est établie par le vendeur est visée par le consulat du pays de l'importateur ; elle atteste que le fournisseur est bien établi dans la circonscription territoriale contrôlée par ce consulat et que les prix facturés sont les prix pratiqués dans le marché du pays fournisseur.

¹⁹ ISABELLE LIMOGES « le commerce international surpassez vos frontières », l'univers de livre, 2006,p162.

²⁰ Lue Bernet.r, « principes de techniques bancaire », DUNOD, paris, 2008, p 335.

²¹ Isabelle. L, op. cit, p 162.

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

❖ La facture douanière

Il s'agit d'un document réclamé par certains états étrangers, qui récapitule les éléments permettant de déterminer la valeur en douane ainsi que les impositions y'afférentes. Elle répond au même besoin que la facture consulaire et établie sur des formulaires spéciaux. Cependant, elle ne comporte pas la signature du consul ou le cachet de la douane. Signée par le vendeur, elle peut être contresignée par les services des douanes du pays importateur.

❖ La note de frais

Cette note peut être réclamée par l'acheteur, afin qu'il puisse avoir des détails sur les frais supportés par le vendeur avec le montant de la facture.

1.2.2.2. Les document de transports

Les documents de transports constituent des éléments fondamentaux qui assurent la prise en charge de la marchandise par le transporteur. Il existe différents modes de transports utilisés dans l'accompagnement des marchandises, différent d'un transport à un autre.²²

❖ Le connaissement maritime (bill of lading)

Le connaissement est le document d'accompagnement au transport, il s'agit du contrat de transport maritime conclu entre le transporteur et le chargeur et d'un acte de propriété de la marchandise. En délivrant, le capitaine d'un navire, reconnaît avoir réceptionné les marchandises dans des conditions normales de transport. Il s'engage à les transporter, et à les délivrer à destination. Le connaissement maritime est donc impératif pour effectuer le transport.

Le connaissement maritime est de plus un document dont sa possession peut signifier la propriété de la marchandise.

❖ La lettre de transport aérien (Air waybill)

Toute marchandise expédiée par avion doit être attestée par une lettre de transport aérien (LTA). Cette dernière est présentée par un document de transport par route, émis par un chargeur qui est généralement le transporteur qui s'engage livrer la marchandise au point de distribution convenu. Elle est émis d'une manière normative (endossable), et ne constitue pas un titre de propriété.

❖ Le duplicata de lettre de voiture international(DLVI)

Le DLVI est récépissé d'expédition d'une marchandise adressée à l'étranger par voie ferrée. Il n'est pas négociable, ce document est constitué de six feuilles, dont l'un

²² Peyler.f « le transport routier des marchandises »,Ed DUNOD, France, 1999,p 85

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

est timbré à la date de départ de la gare, port la surcharge « DLV » est constituée la preuve de l'expédition de la marchandise. Il est établi par l'expéditeur et la compagnie de transport à personnes dénommée. Il n'est donc pas endossable, de plus il ne constitue pas un titre de propriété.

❖ **Le récépissé postal (bulletin d'expédition)**

Le récépissé postal est émis par le service de la poste pour les expéditions. Il est obligatoirement établi sous forme normative.

❖ **La lettre de transport routier (LTR) (truck way bill)**

La LTR est un document de transport par route, qui a les mêmes caractéristiques que la lettre de transport aérien et la lettre de voiture internationale.

1.2.2.3. Les documents d'assurances

Ces documents sont émis par une compagnie d'assurance ou son représentant qui garantissent à l'assuré le paiement d'une indemnité en cas d'avaries sur les marchandises au cours de transport pour le risque couvert par le contrat.

❖ **La police d'assurance**

La police d'assurance peut être définie comme un contrat liant l'assureur et l'assuré. Ce document précise les conditions d'assurance, les délais et l'étendue de la garantie, les obligations des deux parties ainsi que les risques exclus.

❖ **Le certificat d'assurance**

Document par lequel l'assureur atteste l'existence (à la date de délivrance) d'un contrat d'assurance au profit de l'assuré, et dans lequel sont sommairement présentées les garanties offertes.²³

1.2.2.4 les documents annexes

En plus de documents présentés précédemment, d'autres pièces peuvent être exigées. Elles concernent essentiellement la qualité et la nature de la marchandise.

❖ **La liste de colisage** : document indiquant le nombre, la nature, et les marques distinctives des divers colis d'un lot faisant l'objet d'un même chargement.

²³ Définition : assurance-attestation d'assurance (certificat) disponible sur <http://fr.condolegal.com/glossaire/assurances/attestation-d-assurance-certificat/78>.

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

- ❖ **Le certificat d'origine** : document attestant l'origine de la marchandise. Ce document doit être certifié par une autorité reconnue dans le pays d'exportation.²⁴

1.3. La procédure de dédouanement des marchandises en Algérie

Le dédouanement s'entend de toute la procédure applicable aux marchandises importées ou exportées afin d'assurer, d'une part, la correcte perception des droits et taxes que l'administration des douanes est chargée de liquider, d'autre part, d'appliquer les diverses mesures réglementaires.

L'ensemble des opérations de dédouanement se scinde en quatre aspects principaux à savoir :

- La conduite et la mise en douane
- L'établissement de la déclaration en détail
- Le contrôle et la vérification de la marchandise
- La liquidation et l'acquittement des droits et taxes

1.3.1. La conduite et la mise en douane

La conduite des marchandises en douane consiste dans l'acheminement des marchandises importées ou à exporter vers le bureau de douane compétent le plus proche de la frontière douanière.

Cette obligation prend naissance dès le franchissement de la frontière douanière pour le cas des importations, Le but de cette obligation est de canaliser le flux des marchandises aussi bien à l'importation qu'à l'exportation pour éviter d'une part le versement frauduleux des marchandises sur le marché national et leur exportation illicite d'autre part.

Les marchandises sont déchargées dans des magasins de dépôts temporaires on attendant la déclaration le dépôt de la déclaration en détail.

1.3.2. L'établissement de la déclaration en détail

Selon l'article 75 du code de douane algérien la déclaration en détails est définit « La déclaration en détail est l'acte, dans les formes prescrites par les dispositions du présent code, par lequel le déclarant indique le régime douanier à assigner aux marchandises et communique les éléments requis pour l'application des droits et taxes et pour les besoins du contrôle douanier ». ²⁵

²⁴ ISBELLE, Limoges ,op.cit.,p162.

²⁵Article 75 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

Elle doit être déposée au bureau de douane habilité à cet effet, dans un délai maximum de vingt et un jours francs à compter de la date d'enregistrement du document par lequel a été autorisé le déchargement ou la circulation des marchandises.²⁶

1.3.2.1. Personnes habilitées à déclarer les marchandises en détail

Suivant l'article 78 du code de douane, les marchandises importées ou exportées doivent être déclarées en détail par leurs propriétaires ou par les personnes physiques ou morales ayant obtenu l'agrément en qualité de commissionnaires en douane.

Lorsqu'aucun commissionnaire en douane n'est représenté auprès d'un bureau de douanes frontalier, le transporteur peut, à défaut du propriétaire, accomplir les Formalités de dédouanement pour les marchandises qu'il transporte.

1.3.2.2. Conditions d'établissement de la déclaration en détail

Les déclarations en détail doivent être faites par écrit. Elles doivent contenir toutes les indications nécessaires pour l'application des mesures douanières et pour l'établissement des statistiques de douane. Elles doivent être signées par le déclarant. Le Directeur Général des Douanes, avec possibilité de subdélégation détermine la forme des Déclarations, les énonciations qu'elles doivent contenir et les documents qui doivent y être annexés. Il peut autoriser, dans certains cas, le remplacement de la déclaration écrite par une déclaration verbale.²⁷

1.3.3. La vérification des marchandises

Après enregistrement de la déclaration en détail, le service des douanes procède, s'il le juge utile, à la vérification de tout ou partie des marchandises déclarées.

En cas de contestation, le déclarant a le droit de récuser les résultats de la vérification partielle et de demander la vérification intégrale des énonciations de la déclaration sur laquelle porte la contestation.²⁸

La vérification des marchandises déclarées dans les bureaux de douane ne peut être faite que dans les magasins de la douane ou dans les lieux désignés à cet effet par le service des douanes.

²⁶ Article 76 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

²⁷ Article 82 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

²⁸ Article 92 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

Le transport des marchandises sur les lieux de la vérification, le déballage, le remballage et toutes autres manipulations nécessitées par la vérification sont effectués aux frais et sous la responsabilité du déclarant.

Les marchandises qui ont été conduites dans les magasins de la douane ou sur les lieux de la vérification ne peuvent être déplacées sans la permission du service des douanes.

Les personnes employées par le déclarant pour la manipulation des marchandises en douane doivent être agréées par le service des douanes ; à défaut de cet agrément, l'accès des magasins de la douane et des lieux désignés pour la vérification leur est interdit. La vérification a lieu en présence du déclarant. Lorsque le déclarant ne se présente pas pour assister à la vérification, le service des douanes lui notifie par lettre recommandée son intention de commencer les opérations de visite, ou de les poursuivre s'il les avait suspendues ; si à l'expiration d'un délai de huit jours après cette notification.

Celle-ci est restée sans effet, le juge, dans le ressort duquel est situé le bureau de douane, désigne d'office, à la requête du receveur des douanes, une personne pour représenter le déclarant défaillant et assister à la vérification.

1.3.4. La liquidation et l'acquittement des droits et taxes

Après le dépôt de la déclaration en détail son enregistrement et la reconnaissance de sa Conformité, vient l'étape de la liquidation des droits et taxes.

La mise à la consommation constitue la destination normale donnée à toutes les Marchandises importées en les soumettant aux droits et taxes inscrites au tarif douanier De leur versement sur le marché intérieur.

1.3.4.1. Le principe général de la liquidation des droits et des taxes

Les droits et taxes sont liquidés autrement dits calculés en fonction de l'espèce tarifaire, de l'origine et de la valeur des marchandises.

Ainsi, aux termes de l'article 103 du code des douanes : "les droits et taxes sont liquidés sur la base des taux et tarifs en vigueur à la date de l'enregistrement de la déclaration en détail, sauf lorsqu'il est fait application des dispositions de l'article 7 du présent code.

En cas d'abaissement du taux des droits et taxes, le déclarant peut lorsque l'autorisation d'enlever les marchandises n'a pas encore été donnée par les agents des douanes bénéficier du nouveau taux.

Toutefois, pour être acceptable, la demande écrite du déclarant doit être introduite avant que les droits et taxes n'aient été perçus.

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

Ainsi, l'enlèvement des marchandises est subordonné à la présentation de la quittance douanière ou d'un document en tenant lieu et portant la mention de la liquidation des droits et taxes.

Il incombe au déclarant en douane d'acquitter les droits et taxes auprès du bureau de douane.

Par ailleurs, le montant de chaque droit ou taxe liquidé pour chaque article d'une même déclaration est arrondi au dinar inférieur (ART 104 du code des douanes).²⁹

Les droits et taxes sont appliqués, soit d'après les résultats de la vérification soit d'après les énonciations de la déclaration.

1.3.4.2. Le paiement des droits et taxes

Le code des douanes prévoit dans son article 105 que : « les droits et taxes dus sont payables en numéraire ou par tout autre moyen de paiement ayant pouvoir libératoire par le déclarant, ou toute autre personne agissant pour son compte ». ³⁰

Les agents des douanes habilités qui constatent le paiement sont tenus d'en délivrer quittance.

Le paiement peut intervenir par tous moyens de droit: numéraire, chèques, obligations cautionnées.

IL existe deux modes de paiement à savoir : le paiement au comptant et le paiement différé. De plus, les droits et taxes doivent être garantis (consignés ou cautionnés).

1.3.4.2.1 Le paiement au comptant

D'après l'article 106 du code des douanes, «les droits et taxes liquidés pour les marchandises déclarées deviennent exigibles dès que la vérification est achevée et qu'il peut être donné main levée des marchandises.

Cependant, l'administration des douanes peut exiger que la somme représentant les droits et taxes soit consignée ou que soit constituée une garantie suffisante pour assurer au moment de la mainlevée, le paiement intégral des droits et taxes. ³¹

Les marchandises constituent le gage des droits et taxes et une sureté réelle au profit du trésor public.

Ainsi, le paiement est la phase essentielle de l'opération comptable de recouvrement des droits et taxes. Leur prise en charge est effectuée en même temps que le paiement et se confond avec lui.

²⁹ Article 104 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

³⁰ Article 105 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

³¹ Article 106 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

La délivrance de la quittance au déclarant constitue la justification du paiement des droits et taxes.

1.3.4.2.2. Le paiement différé

Le paiement différé comprend le crédit d'enlèvement et le crédit de droit

- **Le crédit d'enlèvement**

Aux termes de l'article 109 bis du code des douanes : "le receveur des douanes peut autoriser l'enlèvement des marchandises au fur et à mesure des vérifications et avant liquidation et acquittement des droits et taxes exigibles moyennant la souscription d'une soumission annuelle cautionnée de crédit d'enlèvement portant engagement :

- D'acquitter les droits et taxes dans un délai de 15 jours à compter de la date de délivrance de l'autorisation d'enlèvement.
- De payer une remise spéciale de 1 pour mille.
- De verser à défaut de paiement dans les délais prescrits un intérêt de retard comme fixé à l'article 108 du présent code.³²

De même, l'article 110 du code des douanes précise que: « L'administration des douanes peut autoriser l'enlèvement des marchandises importées par les Administrations publiques, les organismes publics, les collectivités territoriales ou les établissements publics à caractère administratif où pour leur compte avant le paiement des droits et taxes, sous réserve que l'importateur fournisse à l'administration des douanes un engagement de régler les droits et taxes dans un délai n'excédant pas trois mois. »³³

- **Le crédit des droits et taxes**

Le crédit des droits et taxes est un mode de paiement très ancien consistant dans le paiement des droits et taxes à l'expiration d'un délai de quatre mois moyennant soumission cautionnée. Il s'agit d'une sorte de facilité de paiement.

IL s'agit d'une facilité que le receveur accorde sous sa responsabilité. IL fixe aussi la limite du crédit et agréé la caution.

Il permet de dispenser le redevable du paiement immédiat des droits et taxes afférents à La déclaration en détail. Ce crédit est accordé à des entreprises notoirement solvables contre la

³² Article 109 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

³³ Article 109 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations

souscription d'obligations cautionnées ou traites cautionnées par des organismes agréés par la douane moyennant le paiement d'un intérêt de crédit. (art 108 du code).

L'obligation cautionnée est une promesse de payer une certaine somme à une date déterminée au receveur des douanes et comportant la signature du souscripteur et celle de la caution laquelle est conjointement et solidairement responsable de son paiement.

L'obligation cautionnée couvre les droits et taxes auxquels s'ajoute un intérêt de crédit et la remise du receveur.

Ce mode de paiement est consacré par l'article 108 du code des douanes lequel dispose que : " Pour le paiement des droits et taxes, l'administration des douanes peut accepter des obligations cautionnées par une institution financière nationale à quatre mois d'échéance lorsque la somme à payer après chaque décompte dépasse cinq mille(5000) dinars.

Conclusion

L'exportation offre aux entreprises exportatrices plusieurs avantages, qui leur permettent de réussir leurs processus d'internationalisation, et assuré leur place et leur pérennité de l'entreprise à l'étranger.

Par conséquent une entreprise qui souhaite réussir à l'international, elle doit établi une bonne démarche d'exportation qui va être solide et convenable aux exigences du marché étranger.

Chapitre III :

**Le processus d'exportation de l'entreprise
CEVITAL (cas de sucre mélasse)**

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

Introduction

CEVITAL est l'un des plus importants groupes privés en Algérie, mais, aussi dans le continent africain. L'entreprise a connu, une évolution remarquable à l'échelle nationale et s'est même internationalisée. Son, activité est aujourd'hui largement diversifiée, agroalimentaire, distribution, transport-logistique, commercialisation de grandes marques Internationales.

Ce présent chapitre, est consacré aux processus d'exportation d'un produit au sein de l'entreprise CEVITAL agroalimentaire.

La première section sera consacrée à la présentation du groupe CEVITAL. Dans la deuxième section, nous présenterons l'évolution des exportations.

Section01 : présentation de l'entreprise CEVITAL agroalimentaire

Cette section sera consacrée à la présentation du groupe CEVITAL, d'abord on présentera l'entreprise CEVITAL, ensuite, ses objectifs et ses différentes directions.

1.1. Présentation de groupe CEVITAL agroalimentaire

Fondateur du Groupe CEVITAL, Issad Rebrab . Il crée son cabinet d'expert comptable en 1968, puis se lance dès 1971 dans l'entrepreneuriat, en créant des sociétés dans la métallurgie et en 1991 dans la sidérurgie. À la tête du Groupe CEVITAL, il n'a cessé de le faire grandir en diversifiant ses activités, pour compter aujourd'hui 26 filiales dans l'industrie, l'agro-alimentaire, la grande distribution ou encore l'automobile.

Père de 5 enfants, ces derniers sont tous impliqués au sein du management du Groupe.

En 2009, CEVITAL a élargi sa gouvernance en décidant d'ouvrir son conseil d'administration à des membres indépendants. Une décision motivée par la volonté de soutenir la croissance de l'entreprise et d'assurer sa pérennité, à l'image des grandes entreprises internationales.

Depuis quelques années, Il développe ses activités à l'international, notamment en Europe (France, Italie, Espagne), en Tunisie, au Maroc et au Brésil. En France, Issad Rebrab a racheté en 2013 la PME OXXO (fabricant de fenêtres haute-performance), en 2014 Brandt France, pour relancer ce leader de l'électroménager, et en 2015 LUCCHINI un complexe sidérurgique d'acier spécial. Issad Rebrab est depuis 2008, Président du conseil

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

d'administration du Groupe CEVITAL, Sa vision porte L'idée de faire passer l'Algérie dans l'économie de l'après-pétrole, du stade importateur au stade exportateur, faire le nouveau dragon de l'Afrique, une puissance économique émergente qui tire la croissance mondiale, libère les initiatives, crée de l'emploi et des richesses et se hisse au rang des nouvelles nations industrialisées.

Issad Rebrab répond : « Nous serons 50 millions d'algériens en 2025 et autant de consommateurs de carburant et d'électricité, nous aurons 10 millions de nouveaux demandeurs d'emplois pour lesquels il faudrait créer 1 million d'emplois par an. Il nous reste peu de temps pour diversifier notre économie. Le chiffre d'affaires de Cevital a été multiplié par 100 en 15 ans. Nous comptons le multiplier par 7 à horizon 2025 et passer de 4 milliards de dollars actuellement à 25 milliards de dollars en 2025. Pour réussir, nous avons besoin de talents, Nous allons passer de 18 000 collaborateurs aujourd'hui à près de 100 000 en 2025 et investir massivement dans la formation et le recrutement de talents. ».

1.1.1 Le groupe CEVITAL « une multinationale émergente »

CEVITAL est un groupe familial qui s'est bâti sur une histoire, un parcours et des valeurs qui ont fait sa réussite et sa renommée, depuis 1971, Cevital s'est construit autour de l'ambition et de la vision de son fondateur de bâtir un groupe industriel d'envergure mondiale, très compétitif, tourné vers l'exportation et l'internationalisation, le groupe possède des unités de production de taille mondiale, équipées des technologies les plus évoluées. La stratégie du groupe s'appuie sur une forte compétitivité en termes de prix, de qualité, de volumes, de logistique, de robotisation, de Co-localisation, porté par 18000 employés répartis sur trois continents, il représente le fleuron de l'économie Algérienne, et œuvre continuellement dans la création d'emplois et de richesse.

Pris d'une ambition de devenir leader mondial et de faire passer le pays du statut d'importateur au statut d'exportateur pour les différents produits, le groupe CEVITAL se compose de plusieurs métiers. Disposant d'un portefeuille de projets important dans la pétrochimie, la sidérurgie, l'énergie renouvelable et la trituration des graines oléagineuse, le groupe CEVITAL est la troisième entreprise Algérienne en termes de chiffre d'affaire après SONATRACH et NAFTAL.

1.1.1.1. Les secteurs d'activité du groupe CEVITAL

- ✓ Industrie agroalimentaire.
- ✓ Distribution.

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

- ✓ Electroménager.
- ✓ Immobilier.
- ✓ Industrie du verre plat.
- ✓ Construction industrielle.
- ✓ Automobile.
- ✓ Service et médias.
- ✓ Sidérurgie.

1.1.1.2. Caractéristiques du groupe CEVITAL

- Premier privé Algérien.
- 26 filiales sur trois continents.
- Plus de 18000 employés.
- Quatre (4) de Dollars de chiffre d'affaire.
- Premier groupe agro-industrielle en Afrique.
- Il a plus grande raffinerie de sucre au monde avec une capacité de production de deux millions de tonnes par an et la plus grande raffinerie de huile d'Afrique avec 570000 tonnes par an.
- Premier groupe employeur privé en Algérie.
- Premier groupe exportateur hors hydrocarbure en Algérie.
- Premier groupe contributeur privé au budget de l'État en Algérie.
- Spécialisé dans plus de dix (10) métiers.
- Croissance annuelle moyenne de 30%.

1.1.2. Situation géographique

Le complexe CEVITAL est implanté au niveau du quai du port de Bejaia, à 3 Km Sud-ouest de la ville, a proximité de la RN 26. Cette situation géographique de l'entreprise lui profite bien, étant donné qu'elle lui confère l'avantage de la proximité économique. En effet, elle se situe très proche du port et de l'aéroport de Bejaia.

1.1.3. Objectifs de l'entreprise CEVITAL

L'entreprise a pour mission principale de développer la production et d'assurer la qualité et le conditionnement des huiles, des margarines et du sucre à des prix nettement plus compétitifs, et cela dans le but de satisfaire le client et de le fidéliser.

Les objectifs visés par CEVITAL peuvent se présenter comme suit :

- L'extension de ses produits sur tout le territoire national.

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

- L'implantation de graines oléagineuses pour l'extraction directe des huiles brutes.
- L'optimisation de ses offres d'emploi sur le marché du travail.
- L'encouragement des agricultures par des aides financières pour la production locale de graines oléagineuses.
- La modernisation de ses installations en termes de machine et de technique pour augmenter le volume de sa production.
- Positionner ses produits sur le marché international par leurs exportations.
- La satisfaction de la demande du marché.
- Maintenir un haut niveau de rentabilité.

Tableau N⁰⁴ : unités de production de CEVITAL

unité	capacité
Une raffinerie d'huile	670 000 t/an
Une margarinerie	180 000 t/an
Une raffinerie de sucre	2 000 000 t/an
Une unité de sucre liquide	210 000 t (matière sèche/an)
Une unité de conditionnement d'eau minérale Lalla Khedidja	3 000 000 bouteilles/jour
Une unité de productions de boissons rafraichissantes sans alcool Tchina	600 000 bouteilles/heure
Une conserverie de tomates et de confiture de fruits	80 t/jour
Des silos portuaires	182 000 tonnes

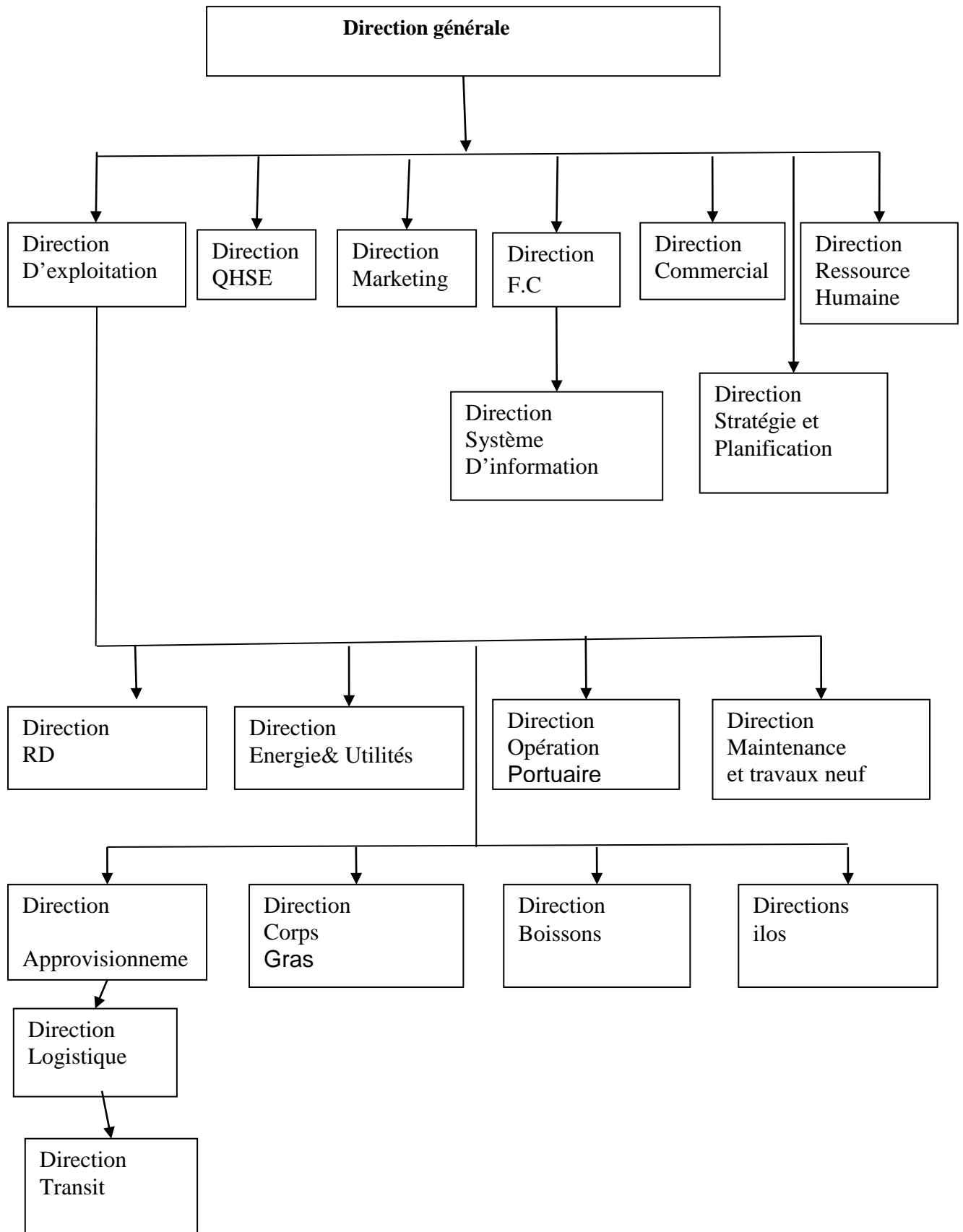
Source : Document interne de CEVITAL.

1.2. Les différentes directions de l'entreprise

Le schéma ci-dessous représente les différentes directions du pôle agroalimentaire de CEVITAL :

Figure N°5 : Organigramme du groupe CEVITAL agroalimentaire

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)



Source : document interne de cevital ; direction transit

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

A. Direction générale

Elle est composée d'un directeur général, deux directeurs adjoints et une assistante. Elle est aussi composée d'une direction d'hygiène et de sécurité chargée de veiller sur le bien humain et matériel du complexe ainsi que la maintenance du bord (nettoyage et propreté...) la direction générale a pour mission de coordonner entre les différentes directions, motiver le personnel, contrôler et prendre les meilleures décisions.

B. La direction approvisionnement

Sa mission est d'assurer l'approvisionnement en matières premières. Elle met en place les mécanismes permettant de satisfaire les besoins en matières et services dans les meilleurs délais, avec la meilleure qualité et aux moindres coûts afin de permettre la réalisation des objectifs de production et de vente.

C. La direction Logistique

Elle se divise en :

- ✓ **Service magasinage** : Il s'occupe du stockage et du magasinage des produits consommables et fournitures, ainsi que des matières premières.
- ✓ **Service expéditions** : Il est chargé de l'expédition des huiles, de la margarine, du sucre et des céréales, la gestion des fichiers, l'établissement des bons de consignment, la restitution des palettes et l'achat de nouvelles palettes et intercalaires.
- ✓ **Service transit et transport** : ce service est chargé de transporter la marchandise et d'assurer le transport du personnel. Il joue également, un rôle au niveau des exportations puisqu'il garantit l'acheminement des produits jusqu'à l'acheteur.

D. La direction des ventes et commerciale

La direction commerciale représente un service important qui participe à l'élaboration et à la mise en œuvre de la politique commerciale de CEVITAL. Elle a en charge de commercialiser toutes les gammes des produits et le développement du fichier clients de l'entreprise, elle se compose de :

- ✓ **Service administration des ventes** : Il s'occupe des ventes au niveau national. Il est composé d'un chef de service, d'un chargé de recouvrement des créances, d'un facturier, de plusieurs agents commerciaux, d'un caissier et d'un chauffeur.
- ✓ **Service national des ventes** : Ce service s'occupe de l'élaboration de la politique de distribution, de l'élaboration des stratégies face aux concurrents et de la gestion des campagnes de promotion.

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

✓ **Service export** : Ce service s'occupe des ventes à l'export, de la prospection de Nouveaux marchés étrangers. L'entreprise exporte vers la Tunisie, vers certains pays Du Moyen-Orient (tel que la Syrie, Dubaï...) ainsi que vers les pays Européens (Notamment les pays bas). Les produits exportés sont essentiellement les huiles.

E. La direction système d'informations

Elle a pour mission d'assurer la mise en place des moyens, des technologies de l'information nécessaire pour supporter et améliorer l'activité, la stratégie et la performance de l'entreprise.

F. La direction des finances et comptabilité

Cette direction se compose de trois services :

✓ **Service comptabilité générale** : on y trouve :

- **La comptabilité client** : enregistre les facteurs du client et s'occupe du règlement ;
- **La comptabilité fournisseur** : l'activité étant trop importante, elle se divise en deux : Comptabilité fournisseurs locaux et la comptabilité fournisseurs étrangers.
- **La comptabilité trésorerie** : se charge de la manipulation des espèces, comptabilité des Achats qui ne nécessitent pas l'utilisation du chèque.

✓ **Service comptabilité analytique** : il est chargé de déterminer le coût de production, Le coût de distribution et le prix de revient des produits.

✓ **Service comptabilité matière** : il s'occupe de la gestion des stocks de matières premières sur la base des bons de réception et les bons de sortie. Il est également chargé de gérer le patrimoine de l'entreprise, de comptabiliser les recettes et dépenses, de fournir aux responsables un outil d'information et de contrôle relatif au fonctionnement de l'entreprise et d'élaborer le bilan annuel ainsi que le tableau des comptes de résultats (TCR).

G. La direction Industrielle

Elle est chargée de l'évolution industrielle des sites de production et elle définit, avec la direction générale, les objectifs et le budget de chaque site. Elle analyse les dysfonctionnements sur chaque site (équipements, organisations...) et recherche les solutions techniques ou humaines pour améliorer en permanence la productivité, la qualité des produits et des conditions de travail. Elle se compose de :

✓ **La direction QHSE** : elle est chargée de

- La mise en place, le maintien et l'amélioration des différents systèmes de management et référentiels pour se conformer aux standards internationaux.
- Veiller au respect des exigences réglementaires produits, environnement et sécurité ;

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

- Garantir la sécurité du personnel et la pérennité des installations de l'entreprise ;
- Contrôler et assurer la qualité de tous les produits de CEVITAL et répondre aux exigences Des clients.

✓ **La direction énergie et utilités** : C'est la production et la distribution d'énergie Pour les différentes unités de l'usine.

- ✓ **La direction Maintenance et travaux neufs** : sa mission est de :
- Mettre en place et intégrer de nouveaux équipements industriels et procédés.
 - Planifier et assurer la maintenance pour l'ensemble des installations.
 - Gérer et déployer, avec le directeur industriel et les directeurs des pôles, les projets d'investissements relatifs aux lignes de production, bâtiments et énergie.
 - Rédiger les cahiers des charges en interne.
 - Négocier avec les fournisseurs et les intervenants extérieurs.

H. La direction des Ressources Humaines

- Elle définit et propose à la direction générale les principes de gestion des ressources Humaines.
- Assure un support administratif de qualité à l'ensemble du personnel de CEVITAL.
- Pilote les activités du social.
- Assiste la direction générale ainsi que tous les managers sur tous les aspects de gestion ressources humaines, établit et maîtrise les procédures.
- Assure le recrutement.
- Chargé de la gestion des carrières, identifie les besoins en mobilité.
- Gestion de la performance et des rémunérations.
- Formation du personnel.
- Assiste la direction générale et les managers dans les actions disciplinaires.
- Participe avec la direction générale à l'élaboration de la politique de communication afin de développer l'adhésion du personnel aux objectifs fixés par l'organisation.

I. La direction Pôle Sucre

Le pôle sucre est constitué de 04 unités de production. Sa vocation est de produire du sucre solide et liquide dans le respect des normes de qualité, de la préservation du milieu naturel et de la sécurité des personnes. Ces produits sont destinés aux industriels et aux particuliers et ce pour le marché local et à l'export.

J. La direction corps gras

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

Le pôle corps gras est constitué des unités de production suivantes : une raffinerie d'huile, un conditionnement d'huile, une margarinerie qui sont toutes opérationnelles utilisés actuellement en chantier à El KSEUR. Sa mission principale est de raffiner et de conditionner les différentes huiles végétales ainsi que la production de différents types de margarine et beurre.

K. La direction des Silos

- Elle décharge les matières premières arrivées par navire ou camions vers les points de Stockage.
- Elle stock dans les conditions optimales les matières premières.
- Elle entretient et maintient en état de service les installations des unités silos.

L. La direction des boissons

Le Pôle boissons et plastiques comprend trois unités industrielles situées en dehors du site de Bejaia :

- Unité LALLA KHEDIDJA domiciliée à la wilaya de TIZI OUZOU, elle a pour vocation principale, la production d'eau minérale et de boissons carbonatées à partir de la célèbre source de LALA KHADIJA.
- Unité plastique, installée dans la même localité, assure la production des besoins en emballages pour les produits de margarine et des huiles et à terme des palettes, des étiquettes....etc.
- Unité COJEK, implantée dans la zone industrielle d'El KSEUR, c'est une SPA filiale de CEVITAL qui a pour vocation, la transformation de fruits et légumes frais en jus, nectars et conserves. Le groupe ambitionne d'être leader dans cette activité après la mise en œuvre d'un important plan de développement.

M. Direction marketing

Créé en Octobre 2006, pour atteindre les objectifs de l'Entreprise, le Marketing CEVITAL pilote les marques et les gammes des produits. Son principal levier est la connaissance des consommateurs, leurs besoins, leurs usages ainsi que la veille sur les marchés internationaux et sur la concurrence.

L'équipe marketing produit des recommandations d'innovation, de rénovation, d'animation public-promotionnelle sur les marques et métiers CEVITAL. Ces recommandations validées sont mises en œuvre par des groupes de projets pluridisciplinaires (développement, industriel, approvisionnement, commercial, finances) coordonnés par le marketing jusqu'au lancement proprement dit et à son évaluation.

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

1. 3. Les filiales de CEVITAL

Cette jeune entreprise, qui ne cesse d'évoluer depuis sa création, s'est développée comme Suit:

1.3.1. ACTS (Associated Car & Truck Specialist)

Créée en 2004, ACTSpecialist (Associated Car & Truck Specialist) est spécialisée dans la commercialisation et la maintenance de véhicules (utilitaires industriels transport en commun et travaux publics). ACTs a investi dans le montage de semi-remorques, l'usine située à Larbaa «willaya de Blida» est opérationnelle depuis 2005 avec une capacité de production annuelle de 1800 unités. Son partenariat avec **RANDON** comme distributeur exclusif ainsi que sa relation professionnelle, font de son rapport privilégié un atout majeur.

Créée en 1949 au Brésil, RANDON est le premier constructeur de semi-remorques en Amérique latine et le troisième au niveau mondial.

Afin de répondre aux attentes du marché Algérien, **RANDON** a signé un accord de partenariat pour le montage en CKD (Complete Knock Down), « nécessaire en pièces détachées » de différents modèles de semi-remorques avec la société algérienne ACTs, se distinguant par :

- Une omni présence sur le territoire national. Une garantie de la disponibilité de la pièce de rechange et un service après-vente à la hauteur de vos ambitions.
- Un châssis d'une grande qualité.
- Un acier ultra- résistant à haute limite élastique.
- Une qualité de fabrication aux normes internationales en faisant appel aux équipementiers mondiaux tels que : Ervin meritor, Suspensys, Fraslé, Jost, Master, Binoto.

1.3.2. CEVICO

Considérée comme une expérience inédite en Algérie, la création de CEVICO et la mise en service de ses usines a permis de fournir aux projets de construction du Groupe CEVITAL les éléments préfabriqués en béton pour accompagner son ambition de se doter de structures à la mesure de sa stratégie de développement.

CEVICO est aujourd'hui titulaire d'un certificat de classification et de qualification professionnelle de catégorie VIII. Dans la perspective de conquérir le marché national de la construction et les travaux publics et avec un savoir-faire acquis après une longue expérience,

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

le Groupe CEVITAL s'est associé avec le groupe espagnol Prainsa. Depuis sa création en 1973, Prainsa a évolué dans une dynamique de progrès couronnée par un développement d'envergure internationale grâce à la qualité de ses produits, au progrès technologique et à la promotion des ressources humaines. Ce développement a permis à Prainsa de se positionner avec les leaders du préfabriqué en Europe (Espagne, France), au Moyen orient (Arabie Saoudite) et en Amérique Latine (Chili, Argentine, Pérou) et actuellement en Algérie. De cette association est née en 2011, PRAINSA CEVICO ALGERIE (PCA) dont les missions se résument comme suit :

-Concevoir, développer et réaliser les structures de tout type d'ouvrages, y compris les plus complexes pour les clients internes et Externes au Groupe CEVITAL: publics et privés, industriels et entrepreneurs.

-Répondre aux exigences des normes de conception et réalisation, qu'il s'agisse de structures planes ou spatiales en béton armé ou précontraint, préfabriqué ou coulé in-situ, ossatures en acier ou mixtes (béton-métal).

-Intervenir dans les travaux d'ouvrages d'art, constructions neuves, d'extensions de bâtiments, de rénovations de patrimoines immobiliers, et ainsi couvrir tous les besoins de la clientèle en termes de conception et réalisation en tout corps d'état, quelle que soit la complexité de son projet.

PRAINSA CEVICO ALGERIE vise à atteindre les objectifs suivants :

-Réaliser des initiatives dans les secteurs du bâtiment et travaux publics dans le but d'atteindre des valeurs supérieures et concurrentielles.

-Faire preuve de flexibilité et d'ouverture à l'égard des besoins des clients à travers une écoute active, et en demeurant à l'avant-garde des nouvelles tendances et des percées technologiques.

1.3.3. NUMIDIS

Créée en 2006, **Numidis** est spécialisée dans la grande distribution. Elle s'est fixée comme objectif de développer une chaîne de supermarchés et d'hypermarchés pour satisfaire les attentes de ses clients d'abord à l'échelle régionale ensuite à l'échelle nationale, en leur vendant tout sous le même toit et à des prix très concurrentiels.

Son principal objectif est de répondre aux attentes des consommateurs en présentant les produits en libre-service dans le respect des règles du merchandising.

1.3.4. Numilog :

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

Créée en 2007, Numilog est une filiale du Groupe CEVITAL avec des ressources spécialement dédiées aux besoins des entreprises en termes de Logistique et de Transport.

Première du genre en Algérie, Numilog se place comme un acteur incontournable de la chaîne logistique et vous accompagne dans le développement de vos projets et l'optimisation de vos activités ; Ceci grâce à une équipe de professionnels et des infrastructures modernes.

NUMILOG s'adresse à des clients soucieux de la qualité de service et se définit comme le partenaire durable des entreprises. Elle accorde ainsi un intérêt et un traitement particuliers à ses clients pour répondre à leurs besoins spécifiques en proposant des offres adaptées à tous les secteurs d'activités de la supplychain.

Avec une implantation opérationnelle en 2012, NUMILOG compte 2 Plates-Formes Logistiques (Oran et Bouira) soit une surface totale de stockage d'environ 100 000 m², 5 Agences de Transport (Alger, Bejaia, Oran, Sétif, Constantine), une flotte de plus de 400 véhicules tous types confondus ainsi qu'un réseau de distribution de 16 CLR (Centres logistiques Régionaux) judicieusement réparties à travers le territoire national.

NUMILOG vous offre une prestation complète d'une Supply Chain allant de l'enlèvement jusqu'à la distribution de vos produits à travers le territoire national en passant par le stockage grâce à une capacité atteignant les 150 000 palettes dont 35 000 sous température dirigée.

1.3.5. MFG (Mediterranean Float Glass)

Mediterranean Float Glass par abréviation MFG, créée en 2007, est le plus grand producteur de verre plat en Afrique, avec une capacité de production de 600 tonnes/jour.

Installé à l'Arbâa, **MFG** diversifie sa gamme, en lançant en 2009 une ligne de production du verre feuilleté d'une capacité de 400 tonnes/jour, et une usine de transformation des produits verriers, lancée début octobre 2010.

L'Algérie de ce fait n'est plus importatrice mais exportatrice de verres.

1.3.6. BATICOMPOS

BATICOMPOS, société de composants industrialisés est issue de la filialisation du groupe industriel BATIMETAL. Acquis par le Groupe CEVITAL en 2007, elle dispose d'un savoir-faire unique en matière de fabrication de panneau sandwich, de faux Plafond, de tôle nervurée et de pièces façonnées.

Elle réalise également d'autres produits tels que les cabines Sahariennes (Habitation, bureaux, Sanitaire), les camps de Forage, les constructions modulaires, les bungalows, les chambres froides et les abris pour les télécommunications.

1.3.7. SAMHA

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

Lancé en 2006, SPA SAMHA Home Appliance, en plus d'être représentant officiel et exclusif de la marque SAMSUNG ELECTRONICS sur les produits électrodomestiques, a lancé un complexe de fabrication d'appareils électroménagers et audiovisuels.

Forte de cette nouvelle usine de Sétif, où elle emploie plus de 1 800 travailleurs, elle vise à conquérir le marché national de l'électroménager.

Son objectif est d'être leader et de couvrir une gamme de produits constituée, entre autres, de réfrigérateurs, climatiseurs, lave-linges et téléviseurs couleurs.

Le partenaire contractuel choisi est le leader mondial coréen : SAMSUNG La Perspective de production envisagée à travers ce partenariat représente un défi national dans la maîtrise technologique dans ce segment de par l'envergure du site et de l'investissement.

1.3.8. CEVICAR

Fruit d'une coopération entre le Groupe CEVITAL et le constructeur de renommée internationale Hyundai, CEVICAR, est née en 2007.

Cette nouvelle filiale avec ses prestations de service a connu un grand succès dans le marché algérien en matière de location de véhicule pour les entreprises et les particuliers. En matière de nouveauté, CEVICAR, fait de la satisfaction clients son leitmotiv en répondant toujours au besoin de ces partenaires.

1.3.9. COGETP (la Compagnie Générale des Équipements de Travaux Public)

Créée en 2008, la Compagnie Générale des Équipements de Travaux Public est le concessionnaire exclusif de Volvo CE et de SDLG (Chine) en Algérie.

COGETP commercialise les engins de Travaux Publics, la vente des pièces de rechange

Et assure le service après-vente répondant aux standards européens.

La gamme des engins TP Volvo comprend plus de 150 modèles de pelles, de chargeuses, de niveleuses, de retro-chargeurs, de finisseurs, de compacteurs et de tombereaux articulés. Les produits sont utilisés dans un grand nombre de domaines tels que la construction, l'industrie forestière et l'industrie des mines et des carrières. Les usines de

Production sont situées en Suède, en Allemagne, en France, aux USA, au Canada, au Brésil, en Corée et en Chine.

Actuellement, les engins TP Volvo connaissent une croissance de ventes considérable dans le marché Algérien en raison de leur qualité, de leur robustesse et de leur excellent rapport qualité/prix.

1.3.10. CEVIAGRO

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

Créée en 2004, Ceviagro est une entreprise novatrice de production agricole de masse, active dans le domaine de la production des plants arboricoles, arboriculture, semences de pomme de terre, productions maraichères sous serres et de pleins champs ainsi que la commercialisation de produits fertilisants. Ses activités couvrent ainsi tous les segments allant de la production à la commercialisation.

Innovation et rentabilité sont les composantes essentielles de sa mission pour l'amélioration constante de ses performances.

1.3.11. NOLIS

Créée en 2000 pour répondre aux attentes stratégiques du Groupe CEVITAL en matière de transport maritime, Nolis-Spa, société par actions de droit Algérien, s'est développée depuis, pour devenir un acteur incontournable dans l'industrie maritime Algérienne.

Grace à sa capacité d'innovation une organisation mature tournée vers le client et un sens tactique de la communication, Nolis-Spa s'est dotée d'une notoriété à l'échelle internationale, déployant avec savoir-faire, son champ d'action à deux activités principales à deux activités principale du transport maritime, à savoir le tramping et la ligne régulière, qui impliquent aussi bien le transport par voie maritime des cargaisons homogènes solides et liquides que les produits manufacturés.

Nolis-Spa exploite aux fins de satisfaction des demandes accrues de ses clients, des navires en propriété et des navires affrétés et est présente en ligne dans les principaux ports de commerce de la méditerranée occidentale.

Les activités principales de Nolis sont :

- Transport maritime de cargaisons homogènes solides et liquides.
- Transport maritime en ligne régulière des cargaisons en conventionnel, conteneurs et roulant.

1.4. Les principaux concurrents de l'entreprise CEVITAL

Après avoir assuré son premier objectif, celui de satisfaire les besoins de marché local en huiles raffiné et allégé les caisses de l'Etat en faisant disparaître de la sphère économique de l'importation des huiles, CEVITAL jouit d'un statut, d'une image de marque et d'une réputation à l'échelle nationale et internationale privilégiée.

Les principaux concurrents de CEVITAL sur le marché local sont :¹

- ❖ Afia (huile).
- ❖ Prolipos (huile et sucre).

¹ Source : réalisé par nous-mêmes d'après les données de CEVITAL

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

- ❖ Safia (huile).
- ❖ La belle (huile).
- ❖ West import (sucre).

CEVITAL occupe une place concurrentielle sur le marché national grâce à sa structure organisationnelle et l'homogénéité dans toutes ses directions et départements qui suivent une stratégie de développement et de diversification de ses produits qui connaissent un succès irréprochable.

Section 2 : Cas pratique de la procédure d'exportation de sucre mélasse à CEVITAL

Dans cette section, nous allons exposer les différentes étapes par lesquelles passe la procédure d'exportation du sucre mélasse. Ensuite, nous présenterons les avantages et les risques liés à l'export de l'entreprise CEVITAL ainsi que la part de marché de CEVITAL . Enfin, le choix stratégique de CEVITAL.

1.1. Présentation du processus d'exportation de sucre mélasse :

1.1.1. Définition : Le sucre mélasse est fabriqué par CEVITAL. La mélasse de canne à sucre est un produit de raffinage de sucre, elle est produite durant la cristallisation de sirop de canne a sucre, elle est utilisée en général pour l'alimentation des animaux.

1.1.2 Le processus d'exportation de la mélasse passe automatiquement par les étapes ci dessous :

1^{ere} Etape : le client passe commune au niveau d'un bureau dit « commodities » situé à la direction générale de CEVITAL à Alger. Une notification sera transmise au siège de CEVITAL à Bejaia pour commencer l'opération d'exportation vers le lieu notifié.

Cette notification est appelée « notice d'expédition ». Elle est Envoyée et diffusée par courrier électronique au département « transit export » mais Également à l'ensemble des services concernés. (Voir l'Annexe 1).

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

Cette notice est le document déclencheur de toute opération d'exportation. Elle reprend tous les détails afférents à cette expédition dont : la quantité, la qualité, l'incoterm, le mode de transport et de paiement choisis.

2^{ème} étape : La facture domiciliée : élaborée par le département de commodities de CEVITAL.

Elle comprend le nom et l'adresse du client, la date de l'inauguration de la facture, la description de la marchandise, la quantité, le prix, les conditions et méthode de paiement ...etc. (voir Annexe 2)

3^{ème} étape : autorisation de chargement : la compagnie de transport maritime appelée « NOLIS » formule une demande d'autorisation de chargement auprès de monsieur l'inspecteur principal des brigades de douane-port de Bejaia afin de commencer l'opération de chargement .La demande doit contenir le nom du navire, la nature de la cargaison, la quantité, le nom du fournisseur, la date d'embarquement, l'horaire de travail...etc. (voir Annexe 3)

4^{ème} étape : Engagement de rapatriement : Dans cet engagement, le groupe CEVITAL s'engage à rapatrier le montant de la facture d'export à travers un écrit formulé à l'intention de monsieur l'inspecteur principal aux sections des douanes de Bejaia. Voir Annexe 4

5^{ème} étape : Liste de colisage : cette liste est élaborée pour donner des informations sur la cargaison comme le poids net et le poids brut...etc.(voir Annexe 5).

6^{ème} étape : La déclaration en douane :

La déclaration en douane représente le document principal pour le dédouanement de la marchandise. Elle est établie par la direction transit export et regroupe toutes les informations nécessaires qui concernent la marchandise (nature de marchandise, la valeur de

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

la marchandise, la domiciliation bancaire, le poids net et le poids brut, le pays d'achat, destination, origine de la marchandise, espèce tarifaire et elle est introduite dans système SIGAD (système informatisé de gestion automatisé de douane) par le déclarant en douane. Une fois validée, elle est imprimée sur un document officiel délivré par l'administration des douanes nommé « primatat ». Une fois le dossier constitué de : (primatat ,facture commerciale domiciliée ,engagement de rapatriement ,liste de colisage ,registre de commerce et carte fiscale) il sera déposé au niveau du bureau de recevabilité de l'inspection principale au section IPS. L'agent des douanes vérifie l'ensemble des documents annexés et transmet le dossier aux inspecteurs et vérificateurs des douanes pour contrôler les documents et la marchandise. Une fois la vérification est effectuée, le dossier sera transmis au niveau de la recette principale des douanes pour l'acquittement des différentes redevances douanières. Cet acte est matérialisé par la délivrance d'une quittance de paiement au déclarant en douane. Ce dernier va établir un document « bon à enlever » (ce document autorise l'embarquement de la marchandise et redevances à payer). (Voir Annexe 6).

7^{eme} étape : un navire spécial contenant des citernes destinées au transport de ce produit appartenant à une compagnie de transport maritime appelée « NOLIS », va accoster et un certain nombre de canaux viendront directement des raffineries de CEVITAL pour charger la mélasse dans les citernes du navire.

8^{eme} étape : Le connaissement « bill of loading » : c'est l'un des documents le plus important puisqu'il est à la fois un titre de propriété de la marchandise reçu de l'armateur et une preuve de transport. (Contenant toutes les informations concernant la marchandise, destination, compagnie maritime, ...). (voir Annexe 7).

9^{eme} étape : Le manifeste de sortie :

Ce document est établi par une entreprise de transport « NOLIS » pour le service des douanes. Il mentionne la nationalité du navire, le lieu de chargement, la destination du navire, le nombre et la nature des marchandises, le poids brut et le poids net. Il doit être signé par le capitane du navire, la compagnie de transport et la brigade maritime des douanes pour que le navire puisse quitter le port. Voir (Annexe 8).

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

10^{ème} Certificat d'origine : signée et approuvée par la chambre de commerce.

CEVITAL fait également des déclarations sur l'honneur attestant sur l'origine de ses produits.

1.1.3. Evolution des exportations du sucre Mélasse

Parmi, les autres produits, exportés par CEVITAL, on trouve le sucre Mélasse.

L'évolution des exportations de ce produit est présentée dans les tableaux suivants :

Tableau N° 5 : Evolution des exportations pour sucre mélasse en quantité.

Quantités exportées en tonne	
Année	Sucre mélasse
2012	21 824
2013	16 093, 38
2014	32 000

Source : réalisé par nous-mêmes d'après les données de CEVITAL

A partir des données de ce tableau, on calcule l'évolution de taux de croissance

Du chiffre d'affaires à l'export pour le sucre mélasse durant ces années.

Tableau N° 6: Evolution de taux de croissance pour sucre mélasse

Année	Sucre mélasse
2012/2013	-26.26%
2013/2014	98.84%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau

Les exportations de sucre mélasse on remarque une régression de 26.26% en 2013 par rapport à l'année précédente, en raison de la forte demande sur le marché local (parce qu'il est utilisé dans l'alimentation du bétail², celle-ci n'a pu satisfaire davantage le marché extérieur. Par contre, en 2014, on remarque une augmentation très importante des exportations de sucre mélasse estimée à 98.84% par rapport à l'année 2013, en raison de la forte demande du

² Propres données de l'entreprise

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

marché extérieur. Cela est lié au fait que ce produit est utilisé pour la production d'alcool (rhum industriel).

1.2. Les avantages et les risques liés à l'export de l'entreprise CEVITAL

1.2.1. Les avantages de CEVITAL

Ils se résument dans les points suivants :

- ✓ CEVITAL dispose de sa propre flotte de transport pour le transfert des produits finis aux Entrepôts de stockage, mais également pour les expéditions au port.
- ✓ Sa proximité au port lui confère un avantage indéniable, en effet cela lui permet de gagner Énormément de temps tout en réduisant les coûts d'expédition.
- ✓ Sa situation géographique qui la place au milieu des administrations avec lesquelles elle travaille, à savoir : les services douaniers, la chambre de commerce...etc.
- ✓ CEVITAL a totalement intégré la fonction export, c'est-à- dire qu'elle ne sous traite ni le Dédouanement ni le transport.
- ✓ L'entreprise dispose d'un réseau de communication interne informatisé « Outlook » reliant Tous ses départements et services, ce qui permet une plus grande fluidité pour la circulation du Flux d'information, accordant à l'entreprise une grande interactivité entre ses différents Entités.
- ✓ Existence d'une gestion des stocks intégrée au sein du complexe et de ses différents Entrepôts.
- ✓ Etablissement d'un programme de formation à l'export, en langues étrangères et Particulièrement l'anglais.
- ✓ CEVITAL effectue des études prévisionnelles pour l'évaluation des coûts partiels relatifs à Chaque étape des opérations d'exportation en se basant sur les premiers essaie dans ce Domaine, ce qui lui permet de connaitre exactement les coûts générés par chaque exportation.

1.2.2. Les risques liés à l'export de l'entreprise CEVITAL

L'entreprise CEVITAL rencontre plusieurs difficultés à l'exportation, comme de nombreuses entreprises algériennes. Parmi ces difficultés, on peut citer ce qui suit :

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

- ❖ La difficulté de transport à cause de l'insuffisance du niveau de remboursement des Frais de transport dans le cadre du FNSPE (fonds spécial pour la promotion des Exportations), délai très long de remboursement et manque de compétitivité des transports nationaux (difficultés de programmation, annulation, tarif élevé, manque de l'offre....), et aussi la difficulté en matière de service douanier ou le délai est très long pour l'intervention et l'inspection (cette situation est très préjudiciable pour les produits périssables) et aussi manque d'information (la douane ne communique pas avec les exportateurs).
- ❖ La saturation du port de Bejaia, CEVITAL peut exporter plus d'un million de tonnes de Sucre blanc par an, mais elle n'en exporte que 500 000 tonnes/an parce que tout simplement le port de Bejaïa est saturé et elle n'arrive pas à faire accoster tous ses bateaux à l'export. La rade lui cause des surcoûts de fret et des surestaries.
- ❖ Les difficultés en matière des services bancaires et fiscaux ou on trouve l'insuffisance de la quota part des recettes perçues directement en devise (limitée à 50 pour cent).et lourdeur dans l'exonération de la TVA pour les matières premières destinées à la transformation puis à l'exportation.
- ❖ Le non utilisation de logiciels et /ou progiciels informatisés de pointe (EDI, ERP,..) CEVITAL ne dispose pas de manutentionnaires qualifiés pour la manipulation et de chargement des marchandises, c'est pour cela qu'elle fait appel à des prestataires de service (hors CEVITAL).

1.3. La part de marché de CEVITAL

Depuis sa création à nos jours, CEVITAL jouit d'un statut, d'une image de marque et d'une réputation à l'échelle nationale et internationale privilégiée.

- Pour l'huile, l'entreprise CEVITAL détient entre 65 et 75%³ de parts de marché national.
- Pour le sucre, elle détient entre 75 et 85 % de part de marché national.
- Pour la margarine, elle a une part très minime, à cause de la concurrence nationale et internationale accrue.

CEVITAL contribue largement au développement de l'industrie agro-alimentaire. Ses activités se sont avérées hautement rentables. Elles ont permis à l'Algérie de diminuer

³ idem

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

sensiblement ses importations de sucre, d'huile et de margarine, renforçant ainsi la balance commerciale du pays.

CEVITAL exporte son excédent de production dans les pays voisins (Tunisie, Lybie) et européens. La réussite de CEVITAL lui a permis de :

- Se tailler, en 12 ans, une part de marché dominante des produits alimentaires de base en Algérie.
- S'assurer une compétitive affirmée sur le marché régional (Afrique du nord) sur les produits alimentaires de base et grâce à la maîtrise de ses coûts, de la technologie utilisée et d'une couverture appropriée du marché tant national que régional.
- D'envisager de s'ouvrir à d'autres activités industrielles. En effet, le succès enregistré dans le domaine agroalimentaire dénote d'une stratégie et d'une capacité managériale certaine qui peuvent encourager le groupe à initier d'autres investissements d'envergure.

1.4. Le choix stratégique de CEVITAL à l'internationale

CEVITAL, concernant son métier, a tout d'abord, opté pour une stratégie de Diversification :

- ❖ Horizontale : en élargissant sa gamme de produit ;
- ❖ Verticale : en recherchant l'accroissement du marché potentiel ;
- ❖ Conglomérale : en optant pour un développement dans des activités sans rapport les

Unes des autres tel que : l'agroalimentaire, l'électronique, l'électroménager....

Concernant l'étendu du marché, celui-ci est national. L'entreprise a instauré une Stratégie de domination, c'est-à-dire, qu'elle cherche à être et à garder la place de leader sur le marché national.

Alors que pour le marché mondial, l'entreprise CEVITAL a opté pour une stratégie de Développement international, qui repose sur le développement des exportations, mais aussi Des acquisitions d'entreprises à l'étranger, ces entreprises sont les suivantes :

- Plateforme logistique à Cunio en Italie.
- Plateforme logistique à Valence en Espagne : ces deux plateformes logistiques permettent la vente en Europe du verre aux normes CE (conformité européenne) produit par Cevital en Algérie. Les principaux clients sont la France, l'Espagne, l'Italie et l'Allemagne. L'activité production du verre en Algérie fait de CEVITAL l'un des plus importants exportateurs hors Hydrocarbures en Algérie.

CHAPITRE III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)

- Location d'une plateforme logistique à Tanger au Maroc.
- Reprise en France de deux sociétés en faillite, Oxxo, fabricant de fenêtres en PVC et de Fagor-Brandt, un géant de l'électroménager en Europe. Grâce à cette acquisition, CEVITAL
Compte quatre usines de fabrication de produits électroménagers, deux en France, une en Pologne, une autre encore en Espagne.
- L'impact de la reprise des deux sociétés en faillite : la création en Algérie de 10 000 emplois d'ici deux à trois ans dans la fabrication de produits électroménagers et de fenêtres en PVC.

1.5. Les subventions de l'Etat pour CEVITAL

Les subventions de l'Etat pour entreprise CEVITAL sont :

- ✓ Le fond spécial pour la promotion des exportations (FSPE) au titre de transit et du transport international des produits destinés à l'exportation, l'Etat rembourse 25% des frais de manutention et de frais d'embarquement et de transport.
- ✓ Pour les participations aux foires, expositions et salons à l'étranger
- ✓ L'Etat se charge des frais liés à l'étude des marchés extérieurs, à l'information des exportateurs et à l'étude pour l'amélioration de la qualité des produits et services destinés à l'exportation.

Conclusion

L'activité d'exportation pour CEVITAL n'était qu'en phase simple. Ses premières opérations concernaient uniquement l'huile qui était exportée en petite quantités vers un ou deux pays sous forme d'essais. Petit à petit les commandes se faisaient moins inhabituelles et plus diversifiées puisqu'elles concernaient également le sucre et le nombre de clients intéressés s'accroissait, obligeant ainsi l'entreprise à revoir sa structure pour une meilleure organisation apte à répondre aux exigences du marché étranger.

CEVITAL contribue largement au développement de l'industrie agro-alimentaire. Cela a permis à l'Algérie de diminuer sensiblement ses importations d'huile, de sucre et de margarine, renforçant ainsi la balance commerciale du pays.

L'entreprise CEVITAL rencontre plusieurs difficultés à l'exportation, comme de nombreuses entreprises algériennes. Pour faire face à ces entraves, CEVITAL doit progresser autant leur fonctions export et essayer de surmonter ces difficultés pour en tirer le meilleur Résultat possible.

Conclusion générale

Conclusion générale

D'après nos recherches sur sites internet est ouvrages nous pouvons conclure que la logistique concerne l'ensemble des opérations de transport, de stockage, de distribution, de dédouanement de la marchandise permettant de la mettre à la disposition dans les délais et les quantités souhaitées sur les lieux de production, de distribution ou de consommation. C'est une fonction très large qui déborde le simple cadre du transport international.

Sa finalité est d'optimiser les couts d'approvisionnement et de stockage, de rendre l'entreprise plus compétitive sur les marchés extérieurs. L'internationalisation représente une opportunité de développement pour l'entreprise.

Ce développement est justifié par des facteurs liés à l'entreprise, en vue de conquérir de nouvelles parts de marchés, d'accroître sa notoriété, son influence, son chiffre d'affaire, de diversifier ses approvisionnements et ses ouvertures.

CEVITAL, premier groupe agro alimentaire en Algérie a commencé ses premières exportations par de huile uniquement et en petites quantités. Par la suite, son exportation s'est diversifié sur différents produits et à des quantités plus importantes comme le sucre la margarine, la mayonnaises, la mélasse....etc. grâce a la maitrise de la chaine logistique L'entreprise, ne cesse d'élargir la gamme de ses activités et de ses produits.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages :

- 1-CAUMONT. D (2007), les études de marchés, Editions Dunod, Paris.
- 2-DIEMER.A. (1999), cours d'économie d'entreprise, Partie2 : les fonctions de l'entreprise, Chapitre 8 : La Fonction commerciale.
- 3-DUBOIS.P ; LOLIBERT.A ; GAVARD-PERRET.M ; FOURNIER.C (2013), : le marketing : Fondements et Pratiques, 5èédition, Ed. ECONOMICA, Paris.
- 4-ISABELLE LIMOGES « le commerce international surpassez vos frontières », l'univers de livre, 2006.
- 5-Le Moigne.R(2007), « Supply Chain management », DUNOD ,2e édition, Paris.
- 6-Legrand.G., Martini.H.(2008), « Gestion des opérations Import-Export »,DUNOD ,2 édition, Paris, JEAN BELOTTI.(2008), « transport international de marchandise » 4^{ème} edition,yuibert,paris.
- 7-Lue Bernet.r. (2008), « principes de techniques bancaire », DUNOD, paris.
- 8-Michel GER¹ Christine. Destexhe : « International Trade & Legal » VAIS « stratégie de l'entreprise », 5^{ème} édition, Ed. ECONO¹.
- 9-MEDAN pierre, GRATACAP Anne,op-cit.
- 10- Pimor.Y., Fender.M.(2008) ; « Logistiques », DUNOD, 5e édition paris.
- 11- PIMOR.Y,OP-cité.
- 12-Pache.G. (2007), « La gestion des chaînes logistiques multi acteurs : perspectives stratégiques », 5^e édition, Paris.
- 13-Peyler.f.(1999), « le transport routier des marchandises », Ed DUNOD, France.
- 14-Paveau J, Duphil F : « Exporter : pratique du commerce international »,21eme édition,
- 15-PASCO-BERHO Corinne. (2007), LE-STER-BEAUMERUIELLE Hélène « le marketing International », Ed DUNOD, Paris.
- 16-RouaneRafik, « le marketing direct international : au service des exportations algériennes hors Hydrocarbures », ENAG, Réghaia, Algérie.
- 17-Tixier.D., Mathe .H. et Coln.J. (1988)., « La logistique au service de l'entreprise : moyens, mécanismes et enjeux »,1^{er} édition, Paris.

18- Tixier D., Mathe H. et Colin J. (1996)., « La logistique au service de l'entreprise : moyens, mécanisme et enjeux », 2e édition, Paris.

19- Tixier.D.,Mathe. H., etColin.J.(1981), dans : « la logistique d'entreprise, vers un management plus compétitif »f, DUNOD ,2e édition, Paris

Site internet :

1-<https://www.etudier.com>.

2-[Https://www.scribd.com](https://www.scribd.com)

3-[www.wikimemoire](http://www.wikimemoire.com).

4-<https://www.gefco.net/fr>

5-[Http://www.logistiqueconseil.org](http://www.logistiqueconseil.org)

6-[Http://pfeda.univ-lille1.fr](http://pfeda.univ-lille1.fr)

7-[Http://pfeda.univ-lille1.fr](http://pfeda.univ-lille1.fr)

8-[Http://www.cgl-consulting.com/defintions/les-enjeux-d-e-la-logistique.pdf](http://www.cgl-consulting.com/defintions/les-enjeux-d-e-la-logistique.pdf)

9-<https://www.glossaire-international.com>

10-[Https://www.kls-group.fr](https://www.kls-group.fr)

11-<http://www.intradeservice.com>

12-<http://www.petites-entreprise.net>.

13- <https://www.objectif-impot-export.fr>

14-www.lecoindesentrepreneurs.fr

Articles de douane

Article 75 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

Article 76 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

Article 82 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

Article 92 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

Article 104 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

Article 109 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

Article 109 code de douane algérien (procédures de dédouanement)

Table des matières

Table des matières

Remerciement

Dédicaces

Liste des abréviations

Introduction générale.....	1
Chapitre I : le cadre théorique sur la logistique.....	3
Introduction de chapitre.....	3
Section 1 : Généralité sur la logistique.....	3
1. Historique et définition de la logistique	3
1.1. Historique de la logistique	3
1.2. Définition de la logistique :.....	3
1.3. Les types de la logistique.....	4
1.4. Objectif de la logistique	5
1.5. Notions théoriques sur la chaîne logistique	6
1.5.1 Définitions de la chaîne logistique (la supplychain).....	7
1.5.2. Les différents types de chaînes logistiques.....	8
1.5.3. Les principaux processus de la chaîne logistique.....	9
1.5.3.1. En amont.....	9
1.5.3.2. En aval.....	9
1.5.4. Les flux d'une chaîne logistique.....	10

1.5.4.1. Les flux informationnels.....	11
1.5.4.2. Les flux physiques.....	12
1.5.4.3. Les flux financiers.....	12
1.5.5. Les enjeux de la chaîne logistique.....	12
1.5.5.1. Les prix / les coûts.....	12
1.5.5.2. La qualité des produits.....	13
1.5.5.3. Le délai.....	13
1.5.5.4. La flexibilité.....	13
1.5.5.5. Le niveau de service.....	13
1.5.5.6. Les risques.....	14
1.5.5.7. Potentiels de progrès.....	14
 Section 2 : la logistique internationale.....	15
 1.1. La logistique internationale	15
 1.2. Les incoterms	16
1.2.1. Classification des incoterms	16
1.2.2. Présentations des 11 incoterms	17
 1.3. Les différents modes de transports.....	19
1.3.1 Le transport maritime.....	19
1.3.2 Le transport aérien.....	20
1.3.3 Le transport routier.....	20
1.3.4 Le transport ferroviaire.....	21
1.3.5 Le transport fluvial.....	22
1.3.6 Le transport multimodal.....	22
 1.4. Les condition de transport de marchandise.....	23
1.4.1. La conteneurisation.....	23

1.4.1.1. Les différents types de conteneurs.....	23
1.4.1.2. Les différentes façons d'utiliser un conteneur.....	24
1.4.2. L'emballage.....	24
1.4.3. L'étiquetage de la marchandise.....	24
1.5. Le rôle du logisticien international	24
1.6. Les éléments qui composent la logistique internationale....	25
1.7. Les avantages et inconvénients de la logistique.....	26
Conclusion de chapitre.....	27
Chapitre II : le cadre conceptuel sur les exportations	28
Introduction de chapitre.....	28
Section 01 : généralité sur les exportations.....	28
1.1. Présentation de l'activité d'exportation.....	28
1.1.1. Définition.....	28
1.1.2. Les formes d'exportations	29
1.1.2.1. L'exportation directe	29
a -Exportation directe sous forme d'une vente directe	29
b-Exportation directe avec un représentant salarié	29
c-Exportation directe avec un agent commissionné	30
1.1.2.2. Exportation indirecte.....	30
1.1.2.3. Exportation concentrée ou associée.....	30

1.2. Les démarches d'exportation.....	31
1.2.1. Le diagnostic export	31
1.2.1.1 Définition du diagnostic export.....	31
1.2.1.2. Objectifs du diagnostic export.....	31
1.2.1.3. Les indicateurs du diagnostic export.....	31
1.2.1.3.1. La capacité de production.....	32
1.2.1.3.2. La capacité financière.....	33
1.2.1.3.3. Les produits.....	33
1.2.1.4. Outils de réalisation d'un diagnostic export.....	33
1.2.2. Étude de marché à l'international.....	34
1.2.2.1. Définition de l'étude de marché.....	34
1.2.2.2. Typologies d'étude de marché.....	34
1.2.3. Les techniques d'étude des marchés.....	36
1.2.3.1. Les études documentaires.....	36
1.2.3.2. Les études qualitatives.....	36
1.2.3.3. Les études quantitatives.....	37
1.3. Les avantages et les risques d'exportation.....	37
1.3.1. Les avantages	37
1.3.2. Les risques liés à l'exportation	38
1.3.2.1. Risque économique.....	38
1.3.2.2. Risque pays	38
1.3.2.3. Risque de crédit	39
1.3.2.4. Risque juridique.....	39
1.3.2.5. Risque concurrentielle	39

1.3.2.6. Risque technologique	40
Section 2 : la procédure d'activité d'exportation.....	40
1.1. Le contrat de vente à l'international	40
1.1.1. Les clauses du contrat de vente à l'international	40
1.1.2. Les différentes étapes de la formation du contrat.....	42
1.1.2.1. L'offre commerciale.....	42
1.1.2.2. Les conditions générales de contrat de vente export.....	42
1.1.2.3. L'acceptation.....	42
1.2. La domiciliation bancaire et la documentation d'accompagnement à l'export....	43
1.2.1. La domiciliation bancaire.....	43
1.2.2. Les documents d'accompagnement à l'export.....	43
1.2.2.1. Les documents de prix.....	43
a. La facture pro-forma	43
b. La facture commerciale.....	44
c. La facture consulaire.....	44
d. La note de frais.....	44
e. La facture douanière	44
1.2.2.2. Les document de transports	44
a. Le connaissement maritime (bill of leading).....	44
b. La lettre de transport aérien (Air waybill).....	45
c. Le duplicata de lettre de voiture international(DLVI).....	45
d. Le récépissé postal (bulletin d'expédition).....	45
e. La lettre de transport routier (LTR) (truck way bill).....	45
1.2.2.3. Les documents d'assurances.....	45
a. La police d'assurance.....	45

b. Le certificat d'assurance.....	45
1.2.2.4 les documents annexes	46
a. La liste de colisage.....	46
b. Le certificat d'origine	46
1.3. La procédure de dédouanement des marchandises	46
1.3.1. La conduite et la mise en douane.....	46
1.3.2. L'établissement de la déclaration en détail.....	47
1.3.2.1. Personnes habilitées à déclarer les marchandises en détail.....	47
1.3.2.2. Conditions d'établissement de la déclaration en détail.....	47
1.3.3. La vérification des marchandises.....	48
1.3.4. La liquidation et l'acquittement des droits et taxes.....	48
1.3.4.1. Le principe général de la liquidation des droits et des taxes.....	49
1.3.4.2. Le paiement des droits et taxes.....	49
1.3.4.2.1 Le paiement au comptant.....	50
1.3.4.2.2. Le paiement différé.....	50
a. Le crédit d'enlèvement.....	50
b. Le crédit des droits et taxes.....	51
Conclusion de chapitre	51

Chapitre III : le processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL (cas de sucre mélasse)52

Introduction de chapitre.....52

Section 01 : présentation de groupe CEVITAL.....52

1.1. Présentation de groupe CEVITAL agroalimentaire.....	52
1.1.1 Le groupe CEVITAL « une multinationale émergente ».....	53
1.1.1.1. Les secteurs d’activité du groupe CEVITAL.....	53
1.1.1.2. Caractéristiques du groupe CEVITAL.....	54
1.1.2. Situation géographique.....	54
1.1.3. Objectifs de l’entreprise CEVITAL.....	54
1.2. Les différentes directions de l’entreprise.....	55
A. Direction générale.....	58
B. La direction approvisionnement.....	58
C. La direction Logistique.....	58
D. La direction des ventes et commerciale.....	58
E. La direction système d’informations.....	59
F. La direction des finances et comptabilité.....	59
G. La direction Industrielle.....	59
H. La direction des Ressources Humains.....	60
I. La direction Pôle Sucre.....	60
J. La direction corps gras.....	60
K. La direction des Silos.....	61
L. La direction des boissons.....	61
M. Direction marketing.....	61
1. 3. Les filiales de CEVITAL.....	62
1.3.1. ACTS (Associated Car & Truck Specialist).....	62
1.3.2. CEVICO.....	62
1.3.3. NUMIDIS.....	63
1.3.4. Numilog	63
1.3.5. MFG (Mediterranean Float Glass).....	64
1.3.6. BATICOMPOS.....	64
1.3.7. SAMHA.....	64
1.3.8. CEVICAR.....	65
1.3.9. COGETP (la Compagnie Générale des Équipements de Travaux Public).....	65
1.3.10. CEVIAGRO.....	65
1.3.11. NOLIS.....	66

1.4. Les principaux concurrents de l'entreprise CEVITAL.....	66
Section 02: Présentation du processus d'exportation de sucre mélasse à CEVITAL	67
1.1. Présentation du processus d'exportation de sucre mélasse	67
1.1.1. Définition	67
1.1.2 Le processus d'exportation de la mélasse	67
a. notice d'expédition.....	67
b. la facture domiciliée	68
c. autorisation de chargement	68
d. Engagement de rapatriement	68
e. Liste de colisage	68
f. La déclaration en douane	68
g. Chargement de la marchandise	
h. Le connaissement « bill of loading.....	69
i. Le manifeste de sortie	69
j. Certificat d'origine.....	70
1.1.3. Evolution des exportations du sucre Mélasse.....	70
1.2. Les avantages et les risque liée à l'export de l'entreprise CEVITAL...71	
1.2.1. Les avantages de CEVITAL.....	71
1.2.2. Les risques liés à l'export de l'entreprise CEVITAL.....	71
1.3. La part de marché de CEVITAL.....	72
1.4. Le choix stratégique de CEVITAL à l'internationale.....	73
1.5. Les subventions de l'Etat pour CEVITAL.....	74
Conclusion de chapitre.....	74
Conclusion générale.....	76

Bibliographie.....77

Table des matières78

Annexes