



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

Université Abderrahmane Mira-Bejaia

Faculté des Sciences Economique, Sciences de
Gestion et Sciences Commerciales Département des
Sciences Commerciales
Mémoire de fin de Cycle

Pour l'obtention du diplôme de master en
Sciences Commerciales Option : Commerce
International et logistique

Thème :

Le rôle de la logistique dans les opérations d'exportations

Cas : CEVITAL agroalimentaire Bejaïa

(Exportation du sucre blanc)

Réalisé par :



ZEMOURI Zoubir



RACHEF Meriem

Encadré par :

- Mr CHITTI Mohand

Promotion : 2021/2022

Remerciements

Tout d'abord, Nous rendons grâce à Dieu, le tout puissant et le très miséricordieux de nous avoir donné la patience, la force et le courage de mener à terme ce travail.

*Nos plus sincères remerciements s'adressent à notre encadreur M^r **ЧИТТИ М.** Pour son encadrement de qualité, pour l'assistance qu'il nous a témoigné, pour sa disponibilité, pour ces orientations, pour sa compréhension, pour les efforts qu'il avait consentis avec beaucoup de sympathie et de patience, pour sa gentillesse et ces précieux conseils tout le long de notre mémoire sans lesquels ce travail n'aurait pas vu le jour, qu'il trouve ici l'expression de notre gratitude.*

Nous présentons nos vifs remerciements au personnel du service transit rattaché à la direction export de CEVITAL pour leur aide apportée durant la réalisation de ce travail.

*Nous remercions notre promoteur M^r **IDRISSOU S.** Chef département transit export.*

*Nous remercions aussi M^r **SLIMANI F.** Responsable facturation pour son aide.*

*Nous remercions M^{me} **CHERCHARI N.** Responsable Booking pour son aide.*

*Nous remercions M^r **IDIR B.** Déclarant en douane pour son aide.*

*Nous remercions M^r **KHERFALLAH R.** Responsable service logistique.*

Nous adressons également nos remerciements à toute la promotion Commerce International et Logistique 2021/2022.

Nous voudrions adresser nos sincères reconnaissances et nos gratitudes les plus profondes à tous ceux qui ont aidé à l'accomplissement de ce travail.

Dédicaces

J'expose ici le fruit de cinq années d'étude et de travail que j'aimerai partager avec tous ceux qui me sont chers et le dédier particulier :

A mes chers parents : Vous êtes pour moi un sujet de fierté. Vous m'avez toujours appris le sens de la responsabilité, de la raison, du devoir et de la confiance en soi.

Au-delà des mots et des phrases, aucune parole ne saurait exprimer mon éternel attachement, mon profond amour, ma perpétuelle affection et l'infinie gratitude que je vous dois, Car votre place dans mon cœur est particulier, nulle ne dédicace et nulle parole ne peut Exprimer mon profond amour à votre égard.

A mes chers frères et sœurs: Redha, Khellaf et Linda

A mes chères amies : Hamou , Lami et Nabil cousin

A mon binôme : Meriem

A mon collègue prof Ilyes et ma meilleure amie *prof math Wahida*.

A tous ceux qui m'ont soutenue durant mon stage.

Zoubir

Dédicaces

Quoi que de plus que de pouvoir partager les bons moments de sa vie avec les êtres qu'on aime.

Arrivée au terme de mes études, c'est avec un très grand honneur que je dédie ce modeste travail :

Spécialement à mes chères parents Rabia et Chahla en témoignage d'un profond amour et de grande reconnaissance pour tous les sacrifices qu'ils ont consentis pour mon éducation et mon bonheur.

Je les remercie de m'avoir permis d'aller aussi loin dans mes études de m'avoir réconforté, soutenu et supporté tout au long de ma vie. Que ce travail soit le témoignage de ma sincère gratitude, reconnaissance et de tout mon amour que, Dieu vous protège.

A mes très chères sœurs : Yasmina, Manel, Wissam, Asma, Amira, et mon beau-frère Nasser, qui m'ont encouragé, aidé, rassuré dans les moments difficiles de ma vie.

A ma nièce, ma petite princesse Kaylin qui me rend heureuse à tout moment dès qu'elle me sourit.

A mes très chers amis : Samira, Sabrina pour leurs amitiés et soutiens.

A tous mes profs, dès ma 1^{ère} année primaire jusqu'aujourd'hui et au delà insha'allah.

A mon cher binôme Zoubir, ainsi que sa famille.

A tous personnes qui ma aider de proche ou de loin.

Meriem

Liste des tableaux

Tableau N° 01 : Les grandes phases d'évolutions de la logistique.....	6
Tableau N° 02 : les quatre grands types d'externalisation.....	16
Tableau N°03 : Les principales clauses du contrat de vente à l'international.....	41
Tableau N°04 : Évolution des exportations hors hydrocarbures par Groupes d'Utilisation.....	60
Tableau N°05 : Évolution des principaux produits hors hydrocarbures exportés.....	61

Liste des Figures

Figure N°01 : présentations du la chaine logistique.....	22
Figure N°02 : la chaine logistique ou supply Chain.....	23
Figure N°03 : processus de la chaine logistique.....	26
Figure N°04 : schéma présentatif des flux d'informations, physiques, financières.....	27
Figure N°05 : le cycle de vie d'un produit.....	48
Figure N°06 : Évolution du taux de croissance (%) de la Formation Brute de Capital Fixe.....	59
Figure N°07 : Historique de CEVITAL.....	66
Figure N°08 : les chiffres clés.....	67
Figure N°09 : positions géographiques.....	69

Liste des Schéma

Schéma N° 01 : les activités concernées par l'externalisation logistique.....	13
Schéma N° 02 : forme d'externalisation 1PL.....	15
Schéma N° 03 : forme d'externalisation 3PL.....	15
Schéma N° 04 : forme d'externalisation 4PL.....	16
Schéma N°05 : Organigramme de CEVITAL.....	72
Schéma N°06 : Les différents services intervenant au département transit export.....	77
Schéma N°08 : L'organigramme logistique de l'entreprise CEVITAL.....	84

Sommaire

Introduction	
générale.....	1
Chapitre I : Cadre conceptuel de la logistique.....	4
Section 01 : Généralité sur les exportations.....	4
Section 02 : L'externalisation de la fonction logistique.....	11
Section 03 : La chaine logistique et ces fonctions.....	21
Chapitre II : Cadre théorique sur les exportations.....	32
Section 01 : Concepts théoriques de la logistique.....	32
Section 02 : La démarche et les procédures de l'activité d'exportation.....	38
Section 03 : Les échanges internationaux et le phénomène d'externalisation de la	
Logistique.	46
Chapitre III : Analyse du cadre d'exportation en Algérie.....	52
Section 01 : Analyse du cadre réglementation intitutionnement.....	52
Section 02 : L'évolution des exportations hors hydrocarbure et les principaux	
obstacles à leur croissance.....	58
Chapitre IIII : La fonction logistique de CEVITAL cas d'exportation du sucre blanc...65	
Section 01 : Identification générale du groupe CEVITAL-agro Bejaïa.....	65
Section 02 : Les étapes et la procédure d'exportation de CEVITAL.....	78
Section 03 : logistique et l'environnement international au sein de CEVITAL.....	84
Conclusion générale.....	88
Bibliographie	

La liste des abréviations

AFNOR: Association française de normalisation

ALGEX : Agence National de Promotion du Commerce Extérieur

ANEXAL : Association Nationale des Exportateurs Algériens

ATA : Admission Temporaire de Marchandise

BADR : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural

BAE : Bon À Enlever

BDL : Banque de Développement Local

BEA : Banque Extérieure d'Algérie

BMT : Bejaia Méditerranéen Terminal

BNA : Banque Nationale d'Algérie

BTPH : Bâtiment, Travaux Publics et Habitat

CAAR : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance

CAAT : Compagnie Algérienne d'Assurance Totale

CACI : Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie

CAGEX : Compagnies Algériennes d'Assurance et de Garantie des Exportations

CCR : Compagnie Centrale de Réassurance

CEO : Chief Executive Officer

CFR: Cost and Freight (Coût et Fret)

CGVE : Conditions Générales de Vente à l'Exportation **CI :** Commerce International

CMA : Compagnie Maritime d'Affrètement

CNMA : Caisse Nationale de Mutualité Agricole

CPA : Crédit populaire d'Algérie

Credoc: crédit documentaire

DFC : Direction Finance et Comptabilité

DLVI : Duplicata de Lettre de Voiture Internationale

ECR : Efficient Consumer Réponse

ECR: Efficiency Consumer Response

EDIPAL : Entreprise de Distribution des Produits Alimentaires

EPB : entreprise portuaire Bejaïa

EPB : Entreprise Portuaire de Bejaia

FOB: Free On Bord (Franco Bord)

FSPE : Fonds Spécial Promotion des Exportations

IBS : Impôt sur les Bénéfices des Sociétés

IPCOC : inspecteur principal chargé d'opération commercial

IPS : inspecteur principale sécurité

IRG : Impôt sur Revenu Global

LTA : Lettre de Transport Aérien

LTR : Lettre de Transport Routier

MAD : Mise A Disposition

MAERSK : Compañie de transport maritime mondial par conteneurs

MSC : Mediterranean Shipping Company

ONAFEX : Office National des Foires Et Expositions

ONS : Office National des Statistiques

PAF : Police Airs et Frontières

PIB : Produit Intérieur Brut

PME : Petite et Moyenne Entreprise

QHS : qualité hygiène et sécurité

SAA : Société Algérienne d'Assurance

SAFEX : Société Algérienne des Foires et Expositions

SCAP : service de contrôle administrateur provisoire

SGS : société de gestion et sécurité

SIGAD : système informatiser gestion automatiser des douanes

SPA : société par action

SPA : Société Par actions

SSII : Sociétés de services et d'ingénierie en informatique

TAP : Taxe sur l'Activité Professionnelle

TCI : Transactions Commerciales Internationales

TCs : Conteneurs

TCT : Théorie des Coûts de Transaction

TIC : Technologies de l'information et de la communication

TPD : Titre de Passage Douanier

TQM : Total Quality Management

VGN : Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (transport association région nurber)

Il y a longtemps, le commerce mondial a connu une évolution remarquable, notamment dans le cadre du concept de mondialisation, qui a fortement favorisé la libre circulation des facteurs de production entre les pays. Les entreprises font face à des changements organisationnels et logistiques, quels que soient leur taille, leurs fournisseurs, leurs clients ou leurs secteurs d'activité. Ils sont de plus en plus mis au défi de maintenir leur position sur le marché et de réaliser des bénéfices substantiels dans un environnement hautement concurrentiel, ce qui les oblige à être efficaces et réactifs.

Le commerce international peut être défini comme l'échange de biens et services internationaux, la division du commerce d'exportation, d'importation et de transit, les entreprises engagées dans le commerce international et l'exportation de devises de marchandises doivent maîtriser toutes les procédures d'exportation, en particulier l'opération logistiques pour l'effectuation d'une transaction commerciale internationale.

En effet, l'augmentation des transactions commerciales internationales (TCI) est due d'une part à la révolution technologique de tous les moyens du transport et de communication et d'autre part, en vue de satisfaire les besoins économiques de différents pays, ces évolutions dans l'environnement mondial du commerce imposent de nouveaux défis pour les pays en développement où il existe une complexité dans les procédures commerciales relatives à l'import / export de marchandises ce qui va engendrer des surcoûts et des retards de livraison, autrement dit, le non respect des bases du commerce international.

La logistique existe depuis des milliers d'années, bien avant le domaine militaire. Cependant, selon les périodes historiques, la logistique n'a pas connu les mêmes usages. En général, sa fonction est de s'assurer que le produit est disponible au bon endroit, au bon moment et en bonne quantité, ce qui a longtemps été considéré comme une activité inscrite à l'agenda politique dans de nombreux pays depuis de nombreuses années, par exemple comme un objet autonome de politique publique.

Il s'agit d'une fonction très large qui va au-delà d'un simple cadre d'expédition internationale et est conçue pour optimiser les coûts d'approvisionnement et de stockage, rendre les entreprises plus compétitives sur les marchés extérieurs et améliorer l'exécution de tous les efforts de marketing. De plus, dans cette optique, les entreprises doivent donc faire plusieurs choix qui leur permettent d'avoir un bon contrôle sur la circulation de leurs informations, de leurs finances et de leurs marchandises. Ces choix interviennent dans le cadre d'une réflexion globale qui assure la cohérence de la politique logistique de l'entreprise.

L'externalisation de la fonction logistique est une transmission d'une ou plusieurs tâches, dont le but d'éliminer la charge et de se concentrer sur le cœur du métier « l'activité principale ». L'entreprise est toujours à la recherche des nouveaux marchés pour commercialiser ses produits afin de pouvoir survivre dans un milieu concurrentiel, cela exige à l'entreprise de cibler des nouveaux marchés à l'étranger en procédant à l'exportation de ses produits. Pour exercer l'activité d'exportation l'entreprise cherche des routes des routes maritimes, Aérienne ou terrestre dans le but de livrer ses produits au bon endroit au bon moment et surtout à moindre coût.

Au même titre que d'autres activités économiques telles que les activités industrielles ou de services. Cette autonomisation traduit un glissement à travers lequel l'activité logistique acquiert progressivement un statut du domaine économique à part entière, dont le transport de marchandises serait une simple composante, elle concerne l'ensemble des opérations de transports, de stockages, d'allotissement, de distributions, de dédouanement de la marchandise permettant de la mettre à disposition dans les délais et les quantités souhaitées sur les lieux de productions, de distributions ou de consommations.

De plus, quelle que soit la forme d'externalisation de la chaîne, il est nécessaire d'établir une bonne relation avec les sous-traitants. Cela suppose que l'entreprise prenne ses responsabilités et que le management s'implique au même titre que ses partenaires pour construire des relations fortes. La clé est d'identifier ce qui peut être externalisé de manière rentable sans perdre le contrôle ou l'identité ; par conséquent, une gestion compétente doit être établie. En fait, cette tendance à externaliser les activités non essentielles a rendu la gestion de la chaîne plus complexe et coûteuse.

Le terme supply chain est le plus souvent traduit en français par chaîne logistique. Le terme chaîne d'approvisionnement étendue et chaîne d'approvisionnement est également parfois utilisé et est généralement désigné comme la chaîne qui relie les fournisseurs du fournisseur aux clients du client, c'est donc la chaîne de toutes les parties prenantes de l'entreprise qui aide à amener les produits aux consommateurs ou à des entreprises utilisatrices pour produire d'autres biens ou les consommer.

Le commerce international a beaucoup changé ces dernières années et l'Algérie se trouve confrontée à plusieurs problèmes d'organisation. Elle ne peut offrir un environnement favorable aux entreprises étrangères ou algériennes pour l'exercice de leurs activités, ce qui est causé par le manque d'expérience, d'efficacité, d'efficacité et de professionnalisme des différents acteurs de la chaîne. La logistique c'est la douane, le commerce, le transporteur, le

transit, l'assurance. La plupart des entreprises algériennes n'ont pas encore intégré le concept de chaîne d'approvisionnement dans toutes les fonctions de l'entreprise.

L'exportation ou la commercialisation des produits vers des marchés extérieurs nécessite une logistique efficace cela nous a poussé à poser la problématique suivante :

« Quel est le rôle de la fonction logistique dans les opérations d'exportations ? ».

De cette question centrale, d'autres questions secondaires se posent, à savoir :

- Quelle sont les principaux processus d'exportation ?
- Quelle sont les risques et les avantages liés à une chaîne logistique en CI ?
- Quelle sont les démarches et procédures suivies par l'entreprise afin de réaliser ces exports ?

Notre étude de cas consiste à suivre l'analyse de la fonction logistique dans les opérations d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL, qui a une grande part sur le marché local mais aussi par l'orientation de son activité vers le marché étranger.

Pour résoudre provisoirement cette problématique nous proposons les hypothèses suivantes :

H1 : La fonction logistique est dérivée de la fonction d'exportation et elle contribue pour l'amélioration de la compétitivité et de la performance de leur entreprise.

H2 : La fonction logistique est considérée comme un utile de coordination.

L'objectif de notre étude était de mieux comprendre l'utilisation de la logistique par les entreprises dans les activités d'exportation puis d'analyser l'implication de la fonction logistique dans les opérations de l'entreprise.

Pour atteindre cet objectif nous avons opté pour une démarche méthodologique à double perspectives :

- Le premier est théorique qui consiste à mener des recherches bibliographiques sur la base des théories et des études antérieures sur notre sujet.
- La deuxième est empirique où nous avons opté pour une étude de cas au sein de l'entreprise CEVITAL.

Pour répondre à la problématique, nous avons axé nos recherches sur la consultation des divers ouvrages, des sites Internet et aussi des observations tirées de notre stage pratique au sein de SPA CEVITAL agroalimentaire. Notre travail se présente en quatre chapitres, le premier chapitre présente le cadre conceptuel de la logistique, dans le deuxième chapitre nous allons parler dans un cadre théorique sur l'exportation, le troisième chapitre porte une analyse du cadre d'exportation en Algérie. Finalement, le dernier chapitre où nous avons été amenés à effectuer le stage pratique qui nous a permis de suivre tout le processus logistique à l'exportation de sucre blanc.

Introduction

La logistique est l'activité qui a pour but de gérer les flux physiques d'une organisation, améliorer son service. Grâce à la logistique on trouve toujours le produit désiré sur les rayons d'un supermarché prêt à consommer, recevoir une commande correcte dans un délai souhaité, Cette activité principalement est un enjeu économique, ainsi son rôle est d'encadrer et de prendre en charge les échanges des biens et d'informations liés entre les différents maillons de l'économie.

Dans ce chapitre, on représente les concepts de la logistique et le phénomène d'externalisation de cette fonction, en dernier, des concepts sur la chaîne logistique.

Section 01 : Concepts théoriques de la logistique.

Le terme vient de grec « logistikos » relatif au raisonnement, dès qu'elle est apparue, elle a soumis des changements, des améliorations en fonction de changement d'environnement économique, industriel et culturel.

1.1. L'origine et l'évolution de la logistique :

La logistique existe depuis des milliers d'années, d'abord dans le domaine militaire. Cependant, selon les périodes historiques, la logistique n'a pas la même finalité.

1.1.1. L'origine militaire de la logistique :

La logistique est venue des génies militaires, Alexandre le Grand, Jules César, puis Napoléon, qui ont organisé la logistique en lui donnant une forme d'autonomie. Sous Alexandre, le général Parménion commande une unité logistique chargée des activités de soutien : appartenant à l'état-major général, il participe à l'élaboration des plans de bataille. Jules César était connu pour avoir créé la fonction logista dans laquelle un officier devait organiser des camps et planifier des dépôts sur le territoire soumis avant une opération légionnaire. Enfin, Napoléon a créé le train d'artillerie en 1800, le train du génie et le train des équipages en 1807. Face à la taille croissante de l'armée napoléonienne, aux exigences de très forte mobilité imposée par l'empereur et à l'éloignement des champs de batailles, les compagnies civiles privées ne furent plus jugées assez efficaces¹.

¹ MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : *logistique et supply chain management : Intégration, collaboration et risque dans la chaîne logistique globale*, édition DUNOD, PARIS, 2008, p8.

A l'exception de H. von Bulow qui avait construit sa géométrie stratégique à partir du ravitaillement des troupes, la logistique, dans sa réalité quotidienne, est à peu près absente de la pensée stratégique. Raymond Aron, par exemple a pu écrire son grand traité de stratégie *La guerre Clausewitz*, sans mentionner une seule fois la logistique².

1.1.2. L'évolution de la logistique :

Les notions de base du concept de la logistique sont restées les mêmes, mais l'évolution est incontournable, il est nécessaire car la société évolue sans cesse et il faut que l'entreprise s'adapte aux changements de l'environnement³.

➤ Les premières balbutiements (années 50'et 60') :

La logistique d'entreprise est apparue après la fin de la Seconde Guerre mondiale, et donc après la démobilisation des logisticiens militaires. Ces personnes peuvent être tentées d'appliquer leur expertise aux problèmes rencontrés par l'entreprise sans bénéficier de leur période budgétaire pendant le conflit. C'est l'étape préparatoire à l'émergence de la logistique d'entreprise, principalement l'urgence des tâches de reconstruction (pour l'Europe) ou d'aide à la reconstruction (pour les États-Unis). Cependant, sa marque de fabrique est le développement de la recherche opérationnelle et les premières techniques d'optimisation appliquées pour résoudre les problèmes de transport et d'entreposage.

➤ La phase de démarrage (70' en France) :

En phase de démarrage, la logistique recherche d'abord une optimisation opérationnelle partielle et disjointes (gestion de parc, gestion de stock, tournées de livraison, etc...), dans le cadre d'une recherche de réduction des coûts, et de rationalisation des structures de l'entreprise. La quête de la fluidité, c'est-à-dire la réduction des capacités nécessaires à la circulation des flux, est la caractéristique majeure de la logistique productiviste de cette époque.

² PIMOR Yves, FENDER Michel : *logistique, distribution, soutien*, 5^{ème} édition, DUNOD, Paris, 2005, p64.

³ COLIN Jacques : *la logistique : histoire et perspective*, in. *Revue logistique et management*, Vol 4, N°02, 1996, p103-104.

➤ La phase de croissance (années 80' et 90') :

En phase de croissance, l'évolution de la nature de la logistique, principalement concernée par la coordination des différentes fonctions d'une entreprise qui contribuent à la circulation des flux en les décomposant. L'intérêt des processus de gestion va au-delà de la production des opérations de circulation des marchandises, souvent externalisées : la recherche d'efficacité dans les processus logistiques passe par la maîtrise des coûts dus aux éventuelles défaillances logistiques des fonctions qu'ils soutiennent.

➤ La phase de maturité (années 90' et 2000') :

Parvenue à un stade de maturité, la logistique penche désormais vers sa dimension « transversalité », qui lui permet de mobiliser toutes les ressources internes (de l'entreprise), mais surtout externes (de ses partenaires), c'est ce qui met en œuvre, la nécessaire chaîne logistique complexe, constituée de multiples acteurs étroitement imbriqués et interdépendants. Intégration et optimisation globale des flux de matière et d'information sur la totalité de la chaîne d'approvisionnement des fournisseurs aux clients finaux.

Aujourd'hui, et en état actuel de son développement, la logistique se définit comme « la technologie de la maîtrise de la circulation des informations et de marchandises ». C'est-à-dire la logistique entraînée de développée en même temps que l'environnement des entreprises.

Tableau N° 01 : Les grandes phases d'évolutions de la logistique

La période	L'évènement
La 2 ^{ème} guerre mondiale	Origines militaires de la logistique : compagnie napoléoniennes (intendance, train des équipages)
Année 50-60	Limité à l'exécution des opérations physiques d'entrepôts et de transport
Année 70	Le pilotage des flux physique de production et de distribution
Année 80-90	Planification des flux intégrant les approvisionnements, la production et la distribution
Année 2000	Le Supply Chain management tend à devenir un outil de management globale

Source : HOHMANN Christian ; *Les évolutions de la fonction logistique* ; p13 (PDF).

1.2. La logistique :

La logistique est la fonction organisant les circuits matières, elle porte sur des activités opérationnelles de chacun des acteurs et sur la mise en œuvre de solutions techniques orientées vers la recherche de gains de productivité.

1.2.1. Définition de la logistique :

Pour bien définir la logistique, nous avons retenus plusieurs définitions qui reviennent toujours à la même idiologie ; Parmi ces définitions :

- La logistique consiste pour une firme, l'acheminement des produits (semi-finis, matière premières) de ces fournisseurs, vers ses sites de production (logistique amont). Une fois fabriqués, les produits doivent parvenir jusqu'aux points de vente, afin d'être achetés par les clients (logistique aval)⁴.

- Selon JAMES L. HESKET : Le grand spécialiste de la logistique, il l'a défini comme : « la gestion de toutes les activités qui contribuent à la circulation des produits et à la coordination de l'offre et de la demande dans la création d'utilité par la mise à disposition de marchandises en un lieu et à un moment donné »⁵.

- Selon L'ASLOG : « La logistique est l'ensemble d'activités ayant pour but la mise en place à un moindre coût une quantité de produits à l'endroit et au moment où une demande existe. La logistique concerne donc toutes les opérations déterminant le mouvement du produit tel que la localisation des usines et entrepôt, approvisionnements, gestion physique des encours de fabrication, emballage, stockage et gestion des stocks, manutention et préparation des commandes, transport et tournées de livraison »⁶.

- Selon John F Magee : La logistique est une « technique de contrôle et de gestion des flux des matières et de produit depuis leur source d'approvisionnement jusqu'à leur point de consommation »⁷.

⁴ Désir Loth, « *L'Essentiel des techniques du commerce international* », édition PUBLIBOOK, 2009, p13.

⁵ MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : op-cit, p11.

⁶ MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : op-cit, p10.

⁷ MORANA : *de la supply chain management (SCM) : vers une Intégration des processus*, édition e-thèque, Paris, 2003, p04.

- La logistique recouvre toujours des fonctions de transport, stockage et manutention, dans les entreprises productives, 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 »⁸.

1.2.2. Les différents types de la logistique :

La logistique est un secteur vaste, ces types sont⁹ :

➤ **La logistique d'approvisionnement** : qui consiste d'amener dans les usines les produits de base, composants et sous-ensembles nécessaires à la production.

➤ **La logistique d'approvisionnement générale** : qui permet d'apporter à des entreprises de service ou des administrations les produits divers dont elles ont besoin pour leur activité.

➤ **La logistique de production** : qui consiste à apporter au pied des lignes de production les matériaux et composant nécessaires à la production et à planifier la production, cette logistique tend à absorber la gestion de production tout entière.

➤ **La logistique de distribution** : qui consiste à apporter au consommateur final, soit dans les grandes surfaces commerciales, soit chez lui en vente par correspondance par exemple, les produits dont il a besoin.

➤ **La logistique militaire** : qui vise à transporter sur un théâtre d'opération les forces et tout ce qui est nécessaires à leur mise en œuvre opérationnelle et leur soutien.

➤ **La logistique de soutien** : qui consiste à organiser tout ce qui est nécessaire pour maintenir en opération un système complexe, y compris des activités de la maintenance.

➤ **Une activité dite de service après-vente** : est assez proche de la logistique de soutien, on utilise assez souvent l'expression (management de services) pour le pilotage de cette activité.

➤ **Des reverses logistiques** : qui consiste à reprendre des produits dont le client ne veut pas ou qu'il veut faire réparer, ou encore à traiter des déchets industriels, emballages et produits inutilisables.

⁸ Yves PIMOR, Michel FONDER, op-cit, p04.

⁹ Yves PIMOR, Michel FONDER, op-cit, p04-05.

L'objectif commun à toutes ces logistiques est d'atteindre une haute performance du système concerné, en assurant une meilleure disponibilité à moindre coût et une flexibilité lui permettant de s'adapter aux fluctuations éventuelles dues au marché.

1.2.3. Les objectifs de la fonction logistique :

L'objectif traditionnel d'un système logistique est d'atteindre un niveau de service donné pour un coût minimum. Ceci dit, il ne doit pas masquer les autres objectifs opérationnels de la logistique. Ces derniers (ensemble, ils déterminent la performance logistique) sont¹⁰ :

➤ **La réponse optimale au client** : il s'agit de la capacité de l'entreprise à répondre dans les meilleurs délais aux exigences des clients. L'Efficient Consumer Réponse (L'ECR), c'est un ensemble de pratiques et de techniques, tant en marketing qu'en logistique, qui vise à optimiser les assortiments, les promotions et le niveau de service, par une meilleure coopération entre l'industrie et le commerce.

➤ **La variabilité minimale** : Les retards des livraisons, les problèmes lors de la fabrication, erreurs de gestion des livraisons, peuvent conduire à une forte variabilité dans les processus logistiques, à l'origine des coûts élevés et des clients insatisfaits.

➤ **Le stock minimum** : il est nécessaire au niveau d'une entreprise de maîtriser les coûts logistiques à travers notamment une optimisation de la gestion des stocks.

➤ **La consolidation des transports** : ce poste représente un des coûts le plus fort. La massification des flux est recherchée.

➤ **La qualité** : il faut appliquer à la logistique les principes du Total Quality Management (TQM). Les différents techniques ou les méthodes statistiques peuvent permettre d'étudier et d'améliorer certains processus logistiques peu efficaces.

➤ **Analyses en termes de cycle de vie du produit** : ces analyses supposent d'évaluer le coût de cycle de vie, qui englobe la totalité des coûts d'un produit ou d'un équipement de sa conception à son retrait en passant par sa fabrication et sa distribution.

¹⁰ MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : op-cit, p15.

1.2.4. Le rôle de la logistique :

La fonction de la logistique dans l'entreprise est d'assurer au moindre coût la coordination de l'offre et de la demande, aux plans stratégique et tactique ainsi que l'entretien à long terme de la qualité des rapports fournisseur-client qui la concerne.

Elle pour rôle de permettre¹¹ :

- La réduction des stocks grâce à une rotation accélérée des marchandises entreposées, la réponse adaptée à une demande très volatile.
- La surveillance et l'amélioration de la qualité de la chaîne qui relie le producteur au consommateur pour parvenir au « zéro défaut ».
- La mise à disposition du produit chez le client final dans les délais les plus courts et au meilleur cout de distribution possible.
- La gestion économique de la production, en évitant les ruptures de stocks couteuses, grâce à une information constante sur l'état du marché.

1.2.5. Les enjeux de la logistique :

La logistique constitue un enjeu de taille pour l'entreprise. La performance, et parfois même la pérennité de l'entreprise dépend de la maîtrise du processus logistique.

Ces principaux enjeux sont¹² :

- **La croissance de l'entreprise** : La logistique est un facteur déterminant pour le développement de l'entreprise.
- **La maîtrise des coûts** : grâce à une meilleur croissance de l'ensemble des coûts du produit, depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'à l'après-vente.
- **La diversification de l'entreprise** : la maîtrise de la chaîne logistique permet à l'entreprise d'élargir la gamme de ces activités.
- **La flexibilité et l'adaptabilité de l'entreprise** : grâce à une souplesse obtenue dans la distribution amont et aval, ainsi qu'une meilleure maîtrise de la gestion des transports et du stockage.

¹¹ MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : op-cit, p19.

¹² DIEMER Arnaud, IUFM d'ouvrage, économie d'entreprise, partie 2, les fonctions de l'entreprises PDF, p21.

➤ **Les possibilités d'externalisation de l'entreprise** : l'analyse logistique permet à l'entreprise de se recentrer sur sa vocation principale en confiant à des spécialistes certaines opérations (exemple de la sous-traitance). La nouvelle donnée, c'est aussi l'optimisation des flux de transports.

➤ **La normalisation des produits et des processus de gestion** : l'optimisation des flux implique l'établissement des normes (standardisation de certains composants et produit, normes de coûts...).

Section 02 : L'externalisation de la fonction logistique.

L'externalisation de la fonction logistique consiste à faire appel à un ou des prestataires logistiques qui prendront en charge l'ensemble de vos opérations logistiques, elle permet à l'entreprise de réaliser certaines activités ou elle trouve des difficultés.

Cette démarche représente une ouverture vers l'internationale, rencontrer et négocier avec des prestataires étrangers.

2.1. Définition de l'externalisation :

Selon l'AFNOR, (Association française de normalisation), « L'externalisation est un service défini comme le résultat de l'intégration d'un ensemble de services élémentaires, visant à confier à un prestataire spécialisé tout ou partie d'une fonction de l'entreprise « client » dans le cadre d'un contrat pluriannuel, à base forfaitaire, avec un niveau de service et une durée définis »¹.

Selon J BARTHELEMY « confier une activité et son management à un fournisseur ou à un prestataire extérieur plutôt que de le réaliser en interne »².

D'ailleurs, les entreprises choisissent les activités ou les fonctions considérées comme non stratégiques, pour les éloignées du cœur de métier.

D'après ces définitions, l'externalisation de la logistique c'est de confier une fonction à un prestataire pour la réalisation d'une tâche ou plusieurs, pour une durée déterminée.

¹ <https://etudeslogistiques.sergebillconsulting.com>

² MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : op-cit, p49.

2.2. L’externalisation stratégique : cas de la logistique

L’externalisation stratégique se caractérise par l’externalisation de la taille des fonctions importantes et de la localisation dans le processus de création de valeur ajoutée, le rôle principal de l’informatique dans le domaine de la logistique est uniquement d’augmenter la dimension stratégique de l’externalisation logistique, cette dernière se concentre sur dépenser beaucoup pour les prestataires de services Contrats à long terme pour les ressources.

L’existence de ce transfert n’est pas un nécessaire à la définition de l’externalisation stratégique, comme l’indique le tableau suivant :

Tableau N° 02 : les quatre grands types d’externalisation.

Proximité avec le cœur de métier	Forte	Externalisation stratégique avec transfert des ressources	Externalisation stratégique
	Faible	Externalisation traditionnelle avec le transfert de ressources	Externalisation traditionnelle
		L’activité existe déjà au sien de la firme	L’activité est nouvelle
Externalisation de l’activité			

Source : MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : *logistique et supply Chain management*, Dunod, paris 2008,p50.

En cas d’externalisation de la fonction logistique d’une activité essentielle (cœur de métier), elle accordera une externalisation stratégique et un transfert de ressources.

Quand on externalise une petite activité, peu importe, c’est de l’externalisation classique.

En effet, ce classement est d’une part basé sur la présence ou l’absence d’internalisation préalable des fonctions externalisées. Si la fonction était préalablement réaliser en interne, alors il faut, en externalisant, transférer des ressources. D’autre part le

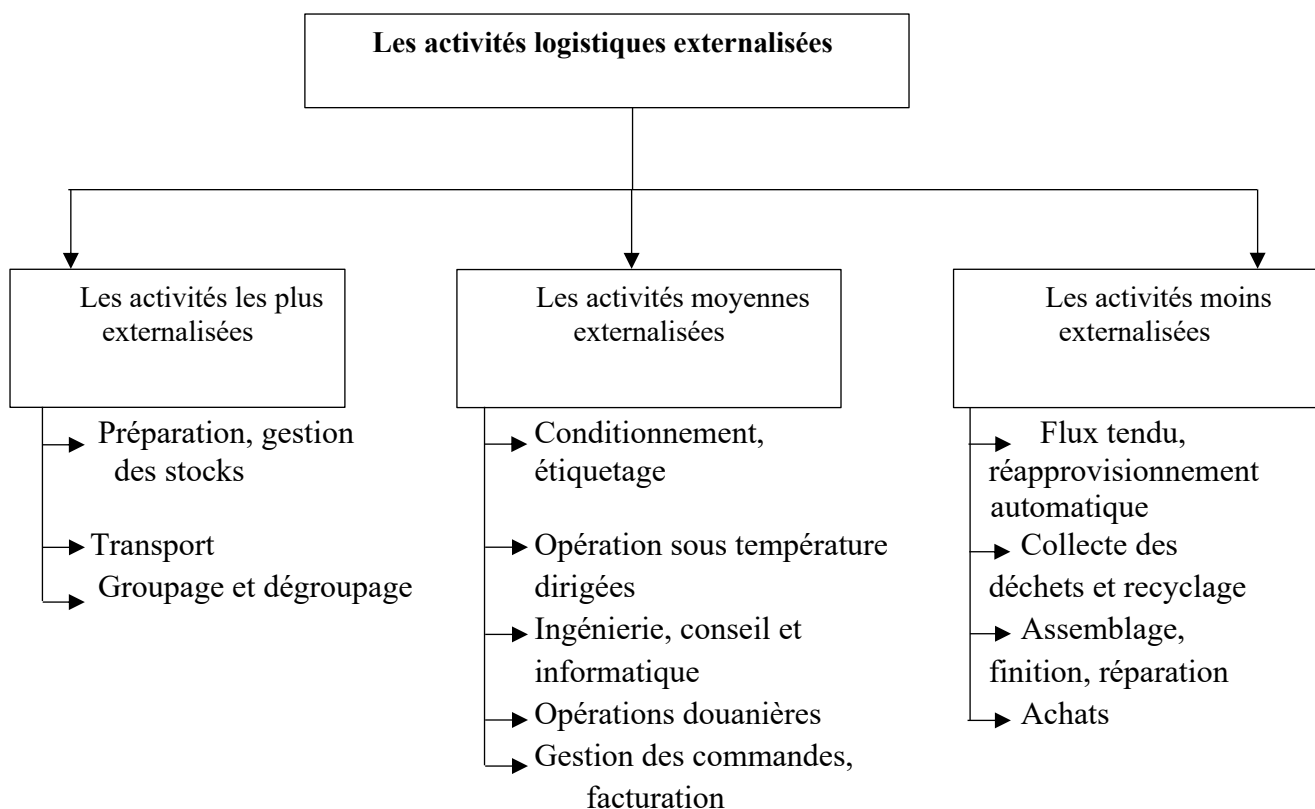
degré de proximité de l'activité avec le cœur de métier confère le caractère stratégique ou non à l'externalisation. En fin, plus l'activité externaliser est proche de cœur, plus l'opération d'externalisation prend un caractère stratégique³.

2.3. Les activités concernées par l'externalisation logistique :

Toutes les activités d'une entreprise en rapport avec la gestion de sa chaîne logistique peuvent être externalisées. La plus connue, la priorité revient à la fonction du transport .

D'autres activités sont également soumises à un fort taux d'externalisation, le schéma suivant montre les offres d'externalisations logistiques par l'entreprise :

Schéma N° 01 : les activités concernées par l'externalisation logistique.



Source : élaboré par nous-même

³ MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : op-cit, p55.

L'externalisation des fonctions de stockages et la fonction du transport sont les plus attribuées, car l'entreprise a des intérêts de les externaliser, de diminuer la charge de les gérer, par contre, les fonctions sensibles proches du fonctionnement quotidienne de l'entreprise sont moins confiées à un prestataire, ces fonctions assurent le fonctionnement et le pilotage des activités de base.

2.4. Les acteurs de la logistique externalisés :

Il y a deux types d'acteurs concernés par l'externalisation logistique, les clients qui sont industriels et les prestataires de service.

2.4.1. Les clients :

Les industriels sont les partenaires clés de l'externalisation logistique, puisque ce sont eux qui en sont à l'origine, c'est à dire que c'est eux qui en émettent dans un premier temps la demande. Ces derniers désignent de façon générale les clients, les entreprises ayant recours à l'externalisation logistique. Il faut donc inclure dans cette catégorie d'acteurs la grande distribution, qui dans sa grande majorité fait appel à des prestataires de services logistiques⁴.

2.4.2. Les prestataires logistiques :

Un prestataire logistique est par définition un acteur logistique réalisant certaines opérations pour le compte de ses clients. Ils offrent des prestations de différents types, assurent le pilotage de la chaîne logistique :

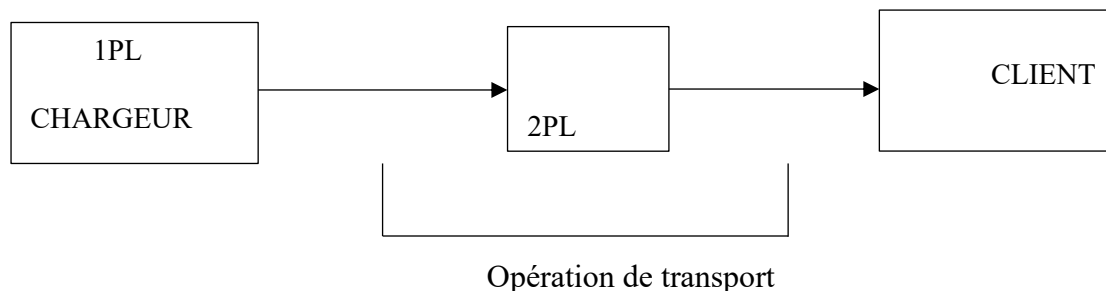
➤ **2PL (second party logistics)** : la première forme d'externalisation et la première fonction logistique effectuée, ou en tout cas à l'entreprise faisant appel à un prestataire pour réaliser une fonction auparavant réalisée en propre.

Pour le 1PL il est plus communément appelé le chargeur. On pourrait le schématiser de la façon suivante⁵ :

⁴ DONALDO DAILLY Moise : *la logistique et transport international de marchandises*, 1^{er} édition, l'harmattan, 2013, p273.

⁵ DONALDO DAILLY Moise: op-cit, p280.

Schéma N° 02 : forme d'externalisation 1PL.



Source : élaboré par nous-mêmes

Il s'agit donc ici de la forme la plus ancienne, la plus classique d'externalisation, le transport étant l'activité logistique la plus externalisée.

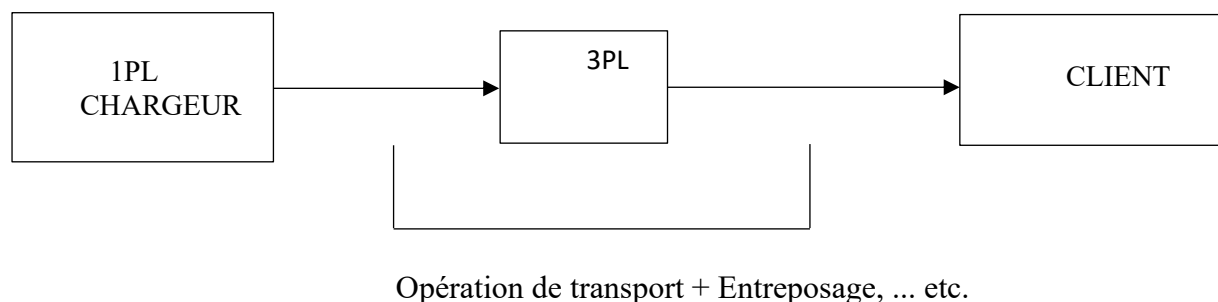
➤ **3PL (third party logistics) :**

La prestation de type 3PL consiste pour une entreprise, à sous-traiter une partie de sa logistique, auprès d'un prestataire qui ne se contente pas uniquement de réaliser cette fonction, mais aussi de la planifier, établir le lien avec les autres activités logistiques de l'entreprise. Elle à effectuer sa prestation avec ses moyens en propre sans faire appel à l'aide étranger (prestataire extérieurs).

Les activités le plus souvent externalisées dans le cadre de ce type de prestation sont généralement le transport et la gestion d'entrepôt, avec tous les services liés et associés (picking, traçabilité, co-packing, etc...).

La prestation de 3PL pourrait être schématisée de la façon suivante :

Schéma N° 03 : forme d'externalisation 3PL.

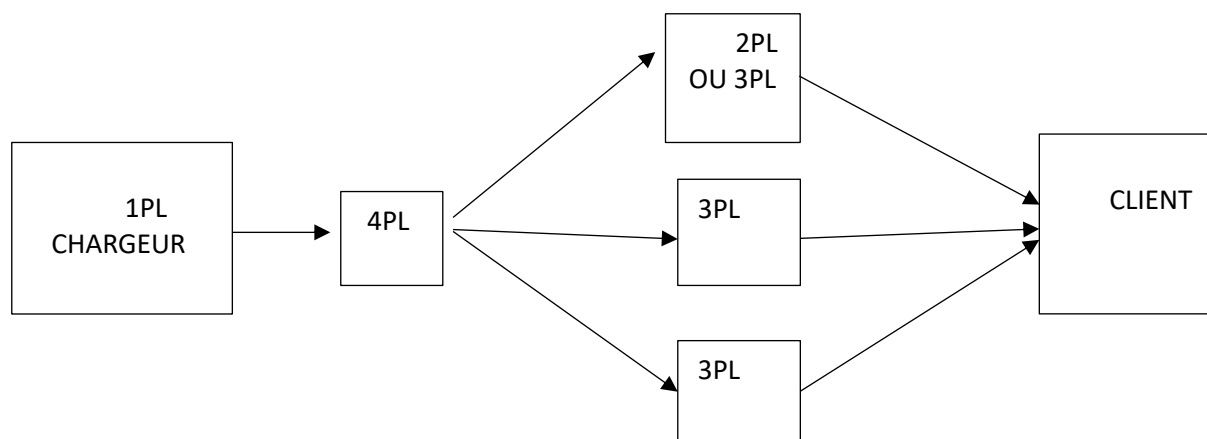


➤ 4PL (Forth party logistics) :

Ce type de prestataires sont apparues récemment, pour faire face à la complexification des chaînes logistiques, engendrées en partie par l'apparition et le développement du E-commerce.

Les prestataires (4PL) peuvent être soit des prestataires (3PL) diversifiant leur offre, soit des cabinets de conseil en management ou spécialisé en supply chain (gestion de la chaîne logistique) ou encore des sociétés de service et d'ingénierie en informatique (SSII). Ces prestataires exercent notamment une activité de coordination entre le chargeur (1PL), le client final (2PL) et le prestataire logistique 3PL). On peut schématiser ce type de prestataires de la façon suivante ⁶ :

Schéma N° 04 : forme d'externalisation 4PL.



Le 4PL est un pilote de la chaîne logistique globale, mais qui effectue ces opérations non pas en propre, mais avec les infrastructures de partenaires tiers en management, donc différents prestataires.

⁶ <https://www.faq-logistique.com/Prestataire-4PL.htm>

➤ **5PL (fifth party logistics)⁷ :**

Le Fifth Party Logistics (5PL) qualifie les prestataires de services logistiques qui conçoivent, organisent et réalisent pour le compte d'un donneur d'ordre, des solutions logistiques notamment en matière de système d'information.

C'est la dernière phase d'évolution dans le domaine de la logistique pour une entreprise. Le prestataire (5PL) offre un véritable service tourné vers la satisfaction du client (conseil, audit, assistance, développements spécifiques, ...). Son rôle est d'offrir toujours plus de systèmes automatisés et intelligents capables d'améliorer la performance de la Supply Chain Transport.

La mise en place de systèmes d'informations élaborés entre tous les intervenants de la chaîne logistique est l'une des clés d'un e-commerce réussi.

2.5. Les fondements de l'externalisation de la logistique :

La décision d'externaliser la logistique peut être motivée par un certain nombre d'arguments de nature économique, financière et stratégique qui justifient son intérêt et son développement⁸.

2.5.1. Les raisons pratiques :

Face au phénomène de mondialisation des échanges et de globalisation des marchés, les stratégies de délocalisations des activités vers des pays à faible coût de production se multiplient. En découle inadéquation spatiale croissante entre les sites de production et les sites de consommation, qui fait de la maîtrise de la logistique une détermination clef de la réussite de l'entreprise.

Dans le contexte de la globalisation économique l'externalisation de la fonction logistique peut constituer une stratégie adaptée dans la mesure de confier à des spécialistes le soin de gérer cette activité, le prestataire dispose normalement d'une taille plus favorable par définition que celle de l'entreprise cliente, donc externaliser permet donc d'assurer un certain niveau de qualité à l'entreprise du prestataire.

Enfin, l'externalisation peut se justifier par le recentrage de l'entreprise sur son cœur de métier, la volonté des dirigeants de concentrer ces activités et ces moyens sur un

⁷ Med Elkarchouni, Master Logistique Portuaire et Transport International, FSJES TANGER, sur l'externalisation logistique, scribd., p21.

⁸ <http://logistique-pour-tous.fr/1pl-2pl-3pl-4pl-choisir.com>

certain nombre de compétences clés afin de garantir un avantage concurrentiel⁹.

2.5.2. Les raisons d'externalisé sa logistique :

Le dilemme qui se pose à l'entreprise consiste soit à améliorer en interne la maîtrise de ces coûts logistique, soit à mettre en oeuvre une stratégie d'externalisation.

L'externalisation est susceptible d'assurer une meilleure gestion des ressources financière de l'entreprise sur la base :

- D'un dégagement des fonds propres
- Une réduction du niveau des immobilisations
- Une diminution des coûts de stockage
- Une apparition des coûts « cachés »
- Un allègement des charges administratives et de charge de personnel

Ces arguments s'analysent comme autant des facteurs qui favorisent la décision d'externalisation, mais la logique économique financière et stratégique qui domine se chois ne doit pas négliger une réflexion de nature plus contingente « l'activité ne pourra pas être externalisée que si elle dispose d'une réelle capacité d'externalisation »¹⁰.

2.6. Les principaux risques liés à l'externalisation logistique :

L'externalisation logistique ne possède pas uniquement des avantages, par contre il existe certain inconvénient lié à cette externalisation comme ont la montre ci-dessus¹¹ :

2.6.1. Le risque de perte de contrôle :

Il est lié à la confidentialité et de la sécurité des informations échangées, le problème de confidentialité des données est très sensible dans une activité comme la logistique.

En effet, les professionnels insistent sur la nécessité d'un suivi régulier des activités réalisées par le partenaire, afin de limiter ces risques.

2.6.2. Le risque de la qualité :

C'est le risque que les prestataires connaissent bien le produit que l'entreprise elle-même, qu'il s'agisse des conditions de stockage, de transports, d'emballage ou de manutention, les spécifiées de produit doivent être parfaitement connues et comprises par le prestataire.

⁹ BOURDIEU, Pierre, Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action, édition SEVIL, Paris, p19.

¹⁰ MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : op-cit, p63.

2.6.3. Les risque en termes de coût :

Les coûts et l'efficacité sont les premiers avantages de l'externalisation, concernant les coûts, il ya deux situations sont susceptibles de provoquer une certaine crainte :

➤ Lorsque le prix de départ demandé par tous les prestataires sollicitées à l'occasion d'un appel d'offres est plus élevé que le coût de réalisation en interne (accroître la qualité de prestation, réduire les délais, faciliter la pénétration d'un nouveau marché)

➤ Lorsque le prix demandé lors de la négociation périodique augmente fortement, l'entreprise se sent prisonnière enfermée dans une relation bilatérale de la quelle il est difficile et couteux de sortir rapidement.

Un certain de nombre de modèle économique indique que l'existence d'un agent supplémentaire au sien d'une chaine logistique conduisait à augmenter le prix du produit fini.

2.6.4. Les risques liés aux ressources humaines :

Les inconvénients liés à la gestion des ressources humaines peuvent constituer une difficulté. Principalement pour la raison, externaliser ne signifie pas rompre toute relation avec la fonction qui est transféré, les chefs d'entreprises indiquent que à l'externalisation surtout aux débuts, exigent un surcroit massif de travail.

Parfois une équipe de quelques que cadres est transférée temporairement chez le prestataire pour s'assurer que tout se passe comme prévu.

2.6.5. Le risque de perte de savoir-faire :

Le risque de perte de contrôle, peut aussi s'entendre au sens de perte de savoir faire et d'expertise. L'externalisation d'une fonction ou d'une activité toute entière peut conduire l'entreprise à ne plus disposer en interne d'un certain nombre de compétences spécifiques, associées aux matériels et aux équipements spécifiques. Même si se transfère de connaissance et d'information est volontaire au départ.

Il peut rendre l'entreprise plus vulnérable car elle s'est démunie d'une partie de ressource et de capital susceptible de lui permettre de répondre à une modification de son environnement¹².

¹¹ MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : op-cit, p73-74.

¹² MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : op-cit, p73-75.

2.7. Les avantages et les inconvénients de l'externalisation de la fonction logistique :

Les avantages et les inconvénients de cette fonction agissent directement sur la chaîne logistique, en matière de ressources, compétences, et les délais d'accomplir les tâches.

2.7.1. Avantages d'externalisation :

L'externalisation de cette fonction donne la possibilité d'avoir plus d'information, savoir faire, et de nouvelles méthodes acquises par l'entreprise à partir de son prestataire, ces avantages sont :

➤ Permet de réduire les coûts, confier une tâche à un prestataire dont la rentabilité est inférieure à la rentabilité moyenne des autres opérations effectuées par l'entreprise, par ailleurs la transmission de cette opération à un prestataire de qualité conduit en générale à des gains de productivité.

➤ Connaissances et expériences, le prestataire logistique dispose des connaissances et des expériences, en travaillant avec des entreprises de secteur, ces dernières du fait de faire face à des situations de problèmes rencontrés auparavant, et les résoudre d'une meilleure façon, c'est-à-dire prêt à affronter, résoudre et avancer dans la réalisation des tâches.

➤ Amélioration de la qualité, externaliser serait par conséquent une solution pour accéder aux meilleures pratiques mondiales dans un domaine spécialisé sans avoir besoin de réaliser en propre les investissements nécessaires.

2.7.2. Inconvénients d'externalisation :

➤ L'externalisation de la fonction logistique est suivie de certains inconvénients, qui sont : Perte de contrôle et méfiance, Pour beaucoup d'entreprises il peut être compliqué de laisser la totalité de son stock entre les mains d'un sous-traitant et de ne pas avoir un contrôle direct sur ce dernier et sur les services de livraison.

➤ Réputation mise en péril, la réputation est l'un des piliers principaux de votre entreprise dont il faut prendre soin. En ayant recours à un prestataire logistique, perdez le contrôle de la plupart des opérations étant en contact direct avec votre client.

➤ Le risque relatif, qui est pris par les entreprises de laisser partir certaines compétences à l'extérieur, jusqu'à ce que le prestataire devienne si puissant qu'il représente une menace en retour¹³.

¹³ BIAMBA Nathalie, VOLTAT Sandrine : l'externalisation logistique, PDF, p04.

Section 03 : La chaîne logistique et ces fonctions

3.1. La chaîne logistique :

La chaîne logistique, également connue par son nom en anglais Supply Chain, qui signifie la chaîne d'approvisionnement, chaîne du service... etc, c'est un processus qui indirectement affecte tout notre quotidien. Dans chaque achat que nous effectuons, dans le transport des marchandises, dans les entrepôts des géants du commerce en ligne...etc, la chaîne logistique est un ensemble d'activités, un concept transversal et global.

Également dit, la chaîne logistique est comme « la suite des étapes de la production et distribution d'un produit depuis les fournisseurs des fournisseurs du producteur jusqu'aux clients de ses clients », et assez caractéristique de ce qu'était autrefois la chaîne des intervenants nécessaires dans la distribution classique pour amener un produit jusqu'au consommateur final¹.

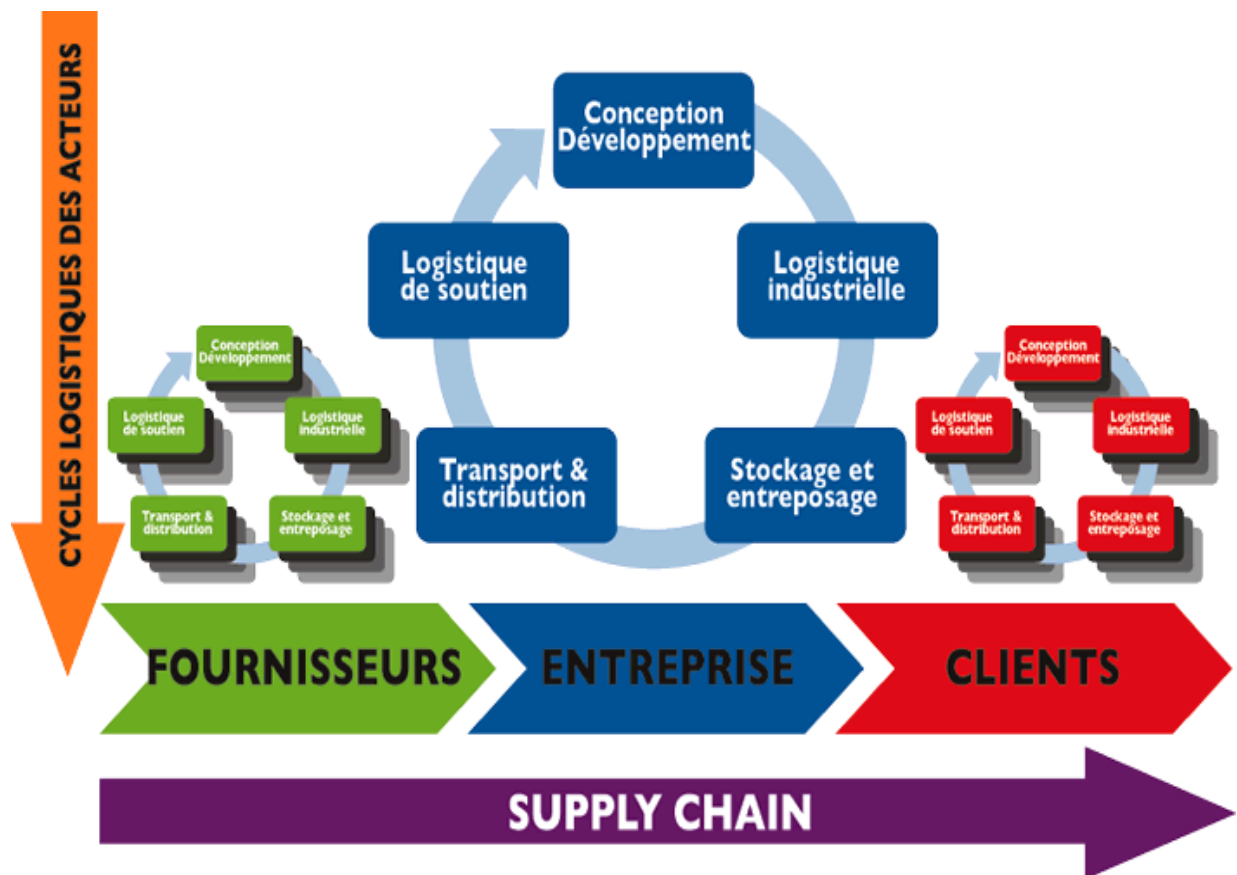
La supply chaîne regroupe 4 domaines :

- La gestion des demandes/prévisions, commandes et collecte de données aux points de vente ;
- Le planning de distribution : stocks, entrepôts, transport et expéditions ;
- Le planning de production ;
- Le planning des fournisseurs, contrats flexibilité/délai, livraison et sous-traitance
- Il s'agit alors de traiter ces éléments non plus individuellement, mais conjointement².

¹ PIMON Yves, « logistique : *production, distribution, soutien* », édition DUNOD, 3^{ème} édition, Paris, 2003, scribd.

² M ABDELKADER, C BERNARD « *la logistique des produits alimentaire. études de cas et d'un grand groupe distributeur* » encadré par MR LIQUET

Figure N°01 : présentations du la chaine logistique



Source: <https://www.institut-numerique.org/b-management-et-gestion-dans-les-entreprises-de-produits-et-services-medicaux-5257aa54ea370>

Consulter le : 23 /05/2022 à 17 : 45.

3.1.1. Définition de la chaîne logistique :

Plusieurs définitions similaires ont été données pour définir la chaîne logistique (supply chain).

La chaîne logistique définie comme étant un réseau d'entités autonomes ou semi autonomes collectivement responsables pour l'acquisition, la production, et la distribution de produits appartenant à une ou plusieurs familles³. [Swaminathan& al 96].

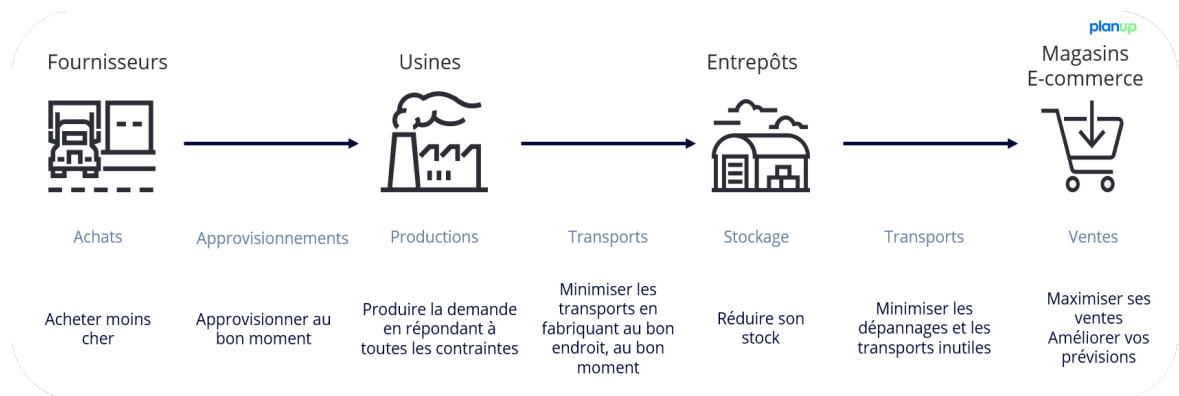
Elle est définie comme un réseau d'organisations ou de fonctions géographiquement dispersées sur plusieurs sites qui coopèrent, pour réduire les coûts et augmenter la vitesse des processus et activités entre les fournisseurs et les clients. Si l'objectif de satisfaction du client est le même, la complexité varie d'une chaîne logistique à l'autre.

³ GHEDIRA Khaled, « *logistique de la production : approche de modélisation et de résolution* », édition TECHNIP, 2006, p118.

La chaîne logistique est centrée sur l'entreprise.

L'ensemble des processus de traitement des flux physique et des flux d'information permettant d'amener les produits depuis les lieux de production ou de fabrication jusqu'aux emplacement de vente au consommateur⁴.

Figure N°02 : la chaîne logistique ou supply Chain



Source: <https://planup.fr/la-fabrick/supply-chain-management/>

3.1.2. Les apports de la mise en place d'une chaîne logistique

Une chaîne d'approvisionnement est un ensemble d'entreprises interdépendantes (considérées comme des maillons différents de la chaîne) qui se coordonnent dans la réalisation d'activités (approvisionnement, production et distribution) pour assurer le cycle d'un produit ou d'un service depuis sa conception jusqu'à son utilisation (Service après-vente et logistique de retrait).

C'est prendre en compte un maximum de facteurs pour rationaliser les flux de produits, d'informations et d'amélioration de la productivité.

Il est important de noter que la logistique implique plusieurs processus, à savoir conception, fourniture, fabrication, conditionnement, emballer, regrouper/dissocier, enregistrer, stocker, mouvement. et les autres activités dites de support, c'est-à-dire le contrôle, le diagnostic, la réparation, le démontage/remontage, Commutation/test, suivi de fonctionnement, demande de sous-traitance, maintenance.

⁴ Cours de Mr. DIEMER Arnaud, IUFM d'auvergne, *économie d'entreprise*, partie 2 les fonctions l'entreprise, p19.

La mise en place d'un modèle de supply chain s'appuie sur les étapes suivantes :

1) La diagnostic : Il s'agit d'analyser la clientèle et ses besoins, la disponibilité du produit, le lieu de stockage, le système d'information ainsi que tous les flux (cité ci-dessus) entrant dans la fonction logistique.

2) Le choix de la cible : C'est la segmentation des clients et la différenciation de la clientèle en fonction du service qu'elle attende. L'entreprise doit donc analyser la demande connaître ses clients et ses contraintes pour élaborer une offre adéquate.

3) La construction de l'offre s'effectue en fonction des attentes des clients, des capacités de production et de l'offre concurrentielle. La mesure du service se fera en termes de qualité et de coût.

4) La mise en place des outils comme l'ECR (Efficiency Consumer Response) et les nouvelles technologies de l'information et de communication qui permet de saisir les informations sur la demande à partir d'un point de vente de partager les données entre les clients, industriels et fournisseurs. Permettent aux partenaires de la Supply Chain d'agir sur la « vraie » demande plutôt que de dépendre d'estimations, de prévisions...

5) Le fonctionnement en collaboration entre acheteur et fournisseur : La détermination commune de la stratégie, mise en place d'équipes mixtes acheteurs-fournisseurs et transporteurs, la détermination d'une stratégie commune (mode de transport, moyen de paiement, l'assurance...etc.) Toutes ces formes de coopération au sein de la Supply Chain sont de plus en plus répandues.

3.1.3. Les caractéristiques de la chaîne logistique

L'objectif principal d'une chaîne logistique est d'envoyer un article ou un produit dans la quantité, la qualité et le délai requis au coût le plus compétitif, de l'étape d'approvisionnement à l'étape de livraison finale. C'est pourquoi les chaînes logistique doivent contenir certaines caractéristiques :

➤ **Équilibre :** Une chaîne d'approvisionnement est une série d'activités coordonnées qui s'ajoutent à un certain niveau de complexité. L'ensemble du cycle implique beaucoup de ressources humaines et matérielles. Par conséquent, pour que l'ensemble du processus se

déroule sans heurts, il est impératif que toutes les parties impliquées fonctionnent correctement. C'est pour cette raison qu'il est important que chaque étape ou étape soit bien planifiée, détaillée et simplifiée afin de minimiser les risques potentiels.

- **Efficience** : réduire les coûts tout en s'assurant que chaque étape est exécutée correctement est la marque d'une chaîne d'approvisionnement qui fonctionne bien.
- **Coordination** : Fournisseurs, transporteurs, industriels, clients, technologie... tous ces facteurs intègrent la chaîne logistique ou supply chain. Ils doivent opérer de manière indépendante mais organisée afin que le produit atteigne sa destination, jusqu'au client final.
- **Flexible** : Une chaîne d'approvisionnement efficace répond aux critères de flexibilité et de réponse rapide face aux évolutions du marché ou aux éventuels impacts mondiaux, tels que les crises sanitaires. Autrement dit, pour répondre efficacement aux changements de l'offre et de la demande.
- **Transparence** : Il doit y avoir un flux continu d'informations depuis l'approvisionnement jusqu'à la livraison finale. Une supply chain qui fonctionne bien est une chaîne logistique avec une communication dynamique.

3.1.4. Le processus de la chaîne logistique

Les processus clés de la chaîne logistique qui peuvent être catégoriser en cinq macro processus :

1- La planification : est un processus ayant pour but l'organisation des autres processus de la chaîne logistique .il porte généralement sur trois activités fondamentales : la prévision de la demande, la gestion du stock et la planification de la production.

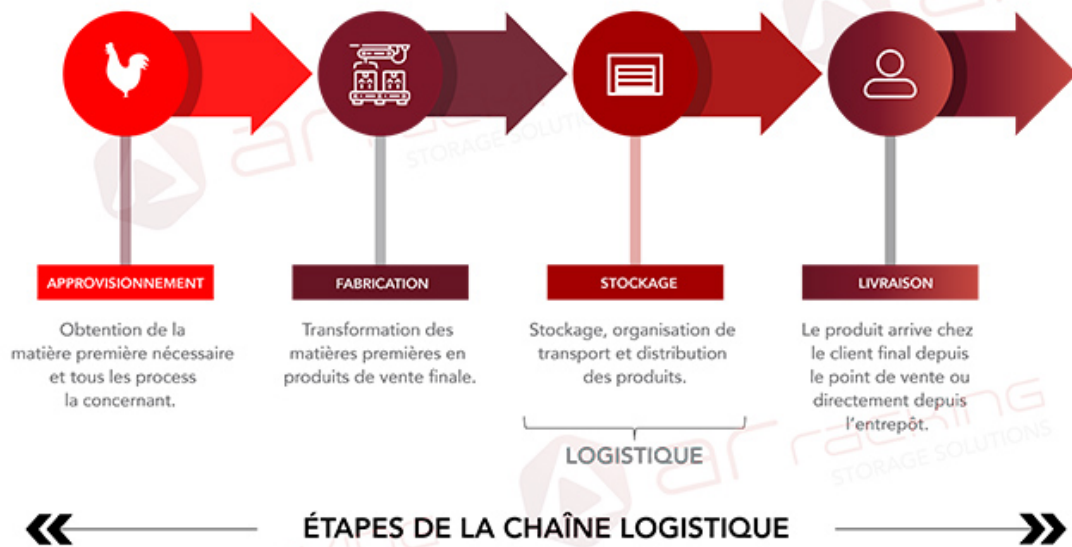
2- La production : représente l'ensemble des activités nécessaires pour réaliser le produit, le fabriquer et le stocker.il se base essentiellement sur la conception du produit et la gestion de la production et des services.

3- L'approvisionnement : est défini à travers les activités nécessaires pour récupérer de la matière première afin de fabriquer le produit.

4- La distribution : englobe toutes les activités prenant en charge les commandes clients et leur livraison. Il inclut la gestion de la commande (entrée de commande et traitement), la gestion du transport et la livraison aux clients.

5- La gestion des retours : est un processus récent dans le modèle prenant en compte toutes les activités nécessaires pour gérer le retour du produit par le client ou par un autre maillon de réseau⁵.

Figure N°03 : processus de la chaîne logistique



Source : www.ar-racking.com consulter le 24/05/2022

3.1.5. Les enjeux de la chaîne logistique :

On peut souligner 3 principaux enjeux de la chaîne logistique :

- **Le partage de l'information** : un premier enjeu majeur de la chaîne logistique est donc le partage d'informations notamment en termes de prévision de la demande. Ce qui résulte « effet coup fouet ». Cet effet dynamique lié à une vision myope des différents acteurs d'une chaîne logistique qui permet d'entraîner l'amplification des variables de la demande au fur et à mesure de la remontée d'information le long de la chaîne.
- **Le partage de la valeur** : un second enjeu est celui du partage de la valeur entre les différents acteurs d'une chaîne logistique car les acteurs étant différenciés. La survie de chacun d'entre eux est liée à sa performance économique mais également liée à la performance de la totalité de la chaîne. La mise en place du partenariat durable est l'un des moyens le plus fiable pour répondre à la pression économique sur l'ensemble de la chaîne.

⁵ Jihénetouni, mondialisation pour la stimulation de la chaîne logistique globale dans un environnement de production PME mécatronique, thèse présentée pour obtenir le titre de docteur de l'université de Savoie, p36.

➤ Les leviers de la performance de la chaîne logistique :

- La localisation des sites ;
- Le stockage ;
- Le transport ;
- Le sourcing (le choix des partenaires d'approvisionnement) ;
- Le pricing (la politique et la gestion des prix et des promotions) ;
- L'information (la gestion et le partage de l'information) ;

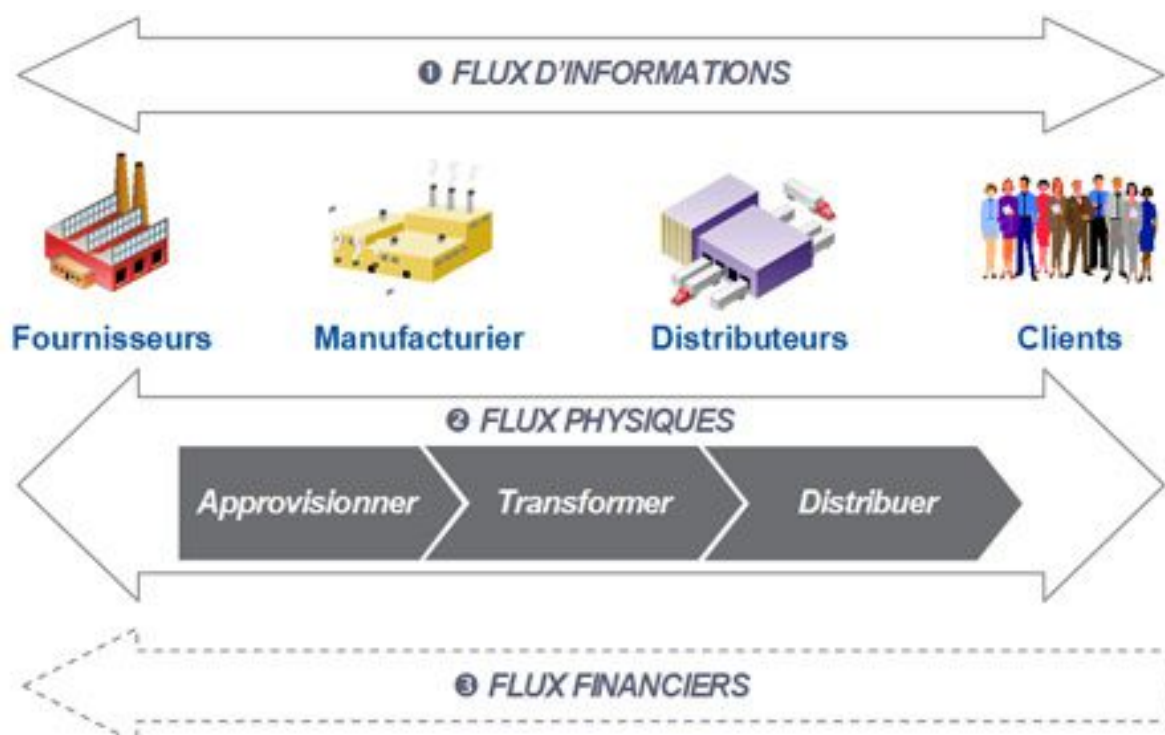
Ces leviers seront utilisés dans la gestion des chaînes logistiques⁶.

3.1.6. Les flux de la chaîne logistique :

On peut distinguer trois flux traversant une chaîne logistique :

Flux d'informations, physiques, financiers. Comme le montre la figure ... ?

Figure N°04 : schéma présentatif des flux d'informations, physiques, financières.



Source : <http://tic-supplychain.over-blog.com/schéma-explicatif-sur-la-chaîne-logistique>

⁶ Médéric Suon, Optimisation de la chaîne logistique internationale à horizon stratégique, Th.doc, Université Blaise Pascal-Clermont

➤ Flux d'informations :

Les flux d'informations représentent l'ensemble des transferts ou échanges de données entre les différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement, principalement des informations commerciales, notamment les commandes entre clients et fournisseurs. La commande comprend généralement la référence du produit, la qualité commandée, la date de livraison souhaitée et le prix final négocié lors du processus de vente. D'autres éléments peuvent être ajoutés à cette liste : liste des options requises pour le produit, fréquence de livraison si nécessaire, mais les entreprises échangent également des informations plus techniques : paramètres physiques du produit, périmètre d'exploitation, capacité de production et éventuellement d'expédition, suivi du niveau des stocks informations. Ces informations sont de plus en plus demandées par les clients qui souhaitent connaître l'avancement de la fabrication de leurs produits.

Le flux d'information est de plus en plus rapide grâce aux progrès des TIC. Le développement des flux d'information aux sein de la chaîne logistique trouve ses limites dans le besoin de confidentialité entre acteur. par ailleurs , le problème de la qualité des donnée véhiculées subsiste , et le risque existe que les décisions soient basée sur des données erronées ou simplement périmées⁷.

➤ Le flux physique :

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 produit semi-finis.il justifie l'organisation d'un réseau logistique, c'est-à-dire les différents sites et les espaces de stockage nécessaires pour pallier les aléas et faire tampon entre deux activité successives.

L'écoulement de flux physique résulte de la mise en œuvre des diverses activités de manutention et de transformation des produits quel soit leur état. Le flux physique est généralement considéré comme étant le plus lent des trois flux⁸.

⁷ JULIENS François : planification des chaînes logistiques : *mondialisation du système décisionnel et performance*, thèse présentée à l'université bordeaux 1, pour obtenir le grade de docteur en spécialiste : production, p33.

⁸ MERZOUK Salah Eddine, problème de dimensionnement de lot et de livraison : application au cas d'une chaîne logistique, thèse pour l'obtention du grade de docteur en automatique et informatique, université de technologie de belfort, 2007, p14.

➤ **Le flux financier :**

Le flux financier concerne toute la gestion pécuniaire des entreprises : ventes des produits, achats de composants ou de matière première, mais aussi des outils de production, de divers équipements, de la location d'entrepôts, et bien sûr du salaire des employés.

Le flux financier est généralement géré de façon centralisée dans l'entreprise dans le service financier ou comptabilité, en liaison toutefois 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. Encore s'agit-il d'échanges avec des organismes bancaires extérieurs au réseau d'entreprise⁹.

3.2. Fonctions gérées par la logistique :

Selon la fonction gérée par la logistique, on distingue 7 types à savoir¹⁰ :

3.2.1. La logistique d'approvisionnement :

L'approvisionnement est l'ensemble des activités qui contribuent des matières ou des services dont a besoin l'entreprise pour son fonctionnement. La logistique d'approvisionnement permet la logistique de ces activités.

3.2.2. La logistique de production :

La chaîne de production est l'ensemble des ressources matérielles et technologiques utilisées pour la transformation des matières premières en produit semi-fini. La logistique de production permet d'apporter au lieu de production ces ressources nécessaires à la production et à planifier la production, cette logistique s'occupe de la gestion de production au complet.

3.2.3. La logistique de stockage :

Le stockage c'est de garder des matières et des produits en attendant de les utiliser ou de les mettre en vente. La logistique de stock permet la gestion des entrepôts de stockage des marchandises non frigorifiques avec des finalités spécifiques, et assurer un environnement optimal pour la protection de la marchandise et la préservation de la conformité du produit.

⁹ Juliens François, op-cit, p33.

¹⁰ Rémy le Moigne, Supply Chain Management, DUNOD, Paris, 2013, p25.

3.2.4. La logistique de distribution :

La distribution permet de livrer les produits semi-finis ou finis vers les consommateurs. La logistique de la distribution rassemble les activités mises-en pour fournir les consommateurs en produits finis.

3.2.5. La logistique inverse (retour) :

Le retour permet l'acheminement, des marchandises avariées, ou l'emballage vide du lieu de consommation au lieu de fabrication. Ces marchandises sont retournées pour réutilisation, réparation, recyclage ou destruction définitive. La logistique de retour permet d'assembler les activités qui contribuent à cet acheminement. Elle représente une dépense supplémentaire, à court terme pour les entreprises et les particuliers.

3.2.6. La logistique des transports :

Le transport est un maillon indispensable dans la chaîne logistique, car il intervient tout au long de la chaîne depuis l'approvisionnement jusqu'à la distribution, le transport des matières premières du fournisseur, le transport des composants entre les usines, le transport des composants vers les centres d'entreposage ou vers les centres de distribution, ainsi que la livraison des produits finis aux clients finaux. Et aussi, un élément majeur dans la qualité de service, en ce qui concerne les délais de livraison, le bon état de la marchandise livrée et comme un facteur affectant la satisfaction de la clientèle. Le transport mérite une attention particulière, et lors du choix d'un mode de transport (maritime, ferroviaire, routier ou aérien), l'entreprise doit tenir compte des exigences de rapidité, de fréquence, de fiabilité, de disponibilité et de coût¹¹.

3.2.7. La logistique de soutien :

On retrouve dans cette catégorie, l'ensemble des activités pilotés par les services généraux de l'entreprise :

- Gestion des activités logistiques en contrat de sous-traitance ;
- Gestion immobilière : location/entretien des bâtiments, villas, locaux de l'entreprise ;
- Gestion du Courier et des prestations de télécommunication

¹¹ Philip KOTLER et alii, MARKETING MANAGEMENT, édition PERSON, 13^{ème} édition, France, p595.

Conclusion :

Dans ce chapitre la logistique été présenter comme une tâche très importante dans les entreprises, elle permet de gérée tout ce qui concerne le transport et le stockage des produits. Vue la complexité de la chaine logistique, qui est le cœur de la fonction logistique, la maitrise de cette dernière est due à plusieurs variable (vitesse de circulation des produits, le positionnement géographique), afin de réaliser l'objectif de l'entreprise dans les meilleurs délais et moindres coûts. Elle est aussi devenue un majeur pour les entreprises, non seulement pour augmenter le chiffre d'affaire mais aussi pour avoir une bonne performance logistique ainsi que l'amélioration des partenariats avec l'ensemble des acteurs de la chaine d'approvisionnement.

Introduction

L'exportation est valable pour chaque personne physique ou morale. C'est un régime particulier qui a réussi à susciter l'intérêt d'un bon nombre d'entreprises. L'exportation autorise l'accès à des marchés étrangers. D'une part, l'entreprise exportatrice va pouvoir bénéficier du développement économique et financier d'un autre pays étranger, ce qui implique une croissance au niveau du chiffre d'affaires et un accroissement au niveau de la rentabilité économique. De ce fait, la société sera capable de réguler ses ventes, dans le cadre d'une activité saisonnière et gagnera en notoriété aussi bien sur le plan national qu'international, mais d'autre part cette entreprise qui souhaite exercer l'activité d'exportation vers l'étranger rencontre des obscurités liées à la complexité de l'environnement international, de ce fait elle doit mettre en place une démarche solide qui va faire face aux risques liés à cette dernière afin de garantir le bon déroulement de l'opération d'exportation.

Dans ce chapitre nous nous concentrerons sur trois sections, la première est consacrée à un récapitulatif général sur les exportations, la deuxième porte sur la présentation de la démarche et les procédures de l'activité d'exportation et la troisième parle sur les échanges internationaux et le phénomène d'externalisation de la logistique.

Section 01: généralité sur les exportations

L'exportation est le fait de céder des produits et/ou services destinés à être commercialisés et vendus sur le marché étranger. On distingue une entreprise totalement exportatrice (dont les ventes portent sur l'intégralité de sa production) et une entreprise partiellement exportatrice (dont les ventes portent sur une partie de sa production).

1. 1. Présentation de l'activité d'exportation

1. 1. 1. Définition de l'exportation :

L'exportation est l'action de vendre à l'étranger une partie de la production de biens ou de services d'un ensemble économique, pays ou région¹. Autrement dit, sont les ventes déclarées par les unités statistiques (entreprise, unité légale) à l'exportation (c'est à dire hors du pays, de résidence) et qui comprennent les livraisons intracommunautaires².

¹ fr.wikipedia.org

² insee.fr

1.2. Les principes formes d'exportation

La pénétration des marchés étrangers s'opère de différentes manières. L'entreprise exportatrice souhaite exercer sur la commercialisation de ses produits et services, elle peut choisir son propre mode d'exportation représenté par : l'exportation directe, indirecte et concertée.

1.2.1. L'exportation directe :

L'exportation directe, aussi dit exportation contrôlée consiste à accorder à l'exportateur la maîtrise complète de la commercialisation et à lui permettre de peser tous les risques associés. Cette alternative permet aux entreprises exportatrices de mieux comprendre le marché, d'avoir un réseau de communication stable et de profiter de tous les bénéfices qui en découlent. Cependant, les exportations contrôlées génèrent des investissements financiers initiaux élevés et nécessitent une grande expertise dans le processus d'exportation³.

En revanche, l'exportation directe nécessite en générale la mobilisation des ressources interne importantes en matière de logistique, administratives, financières ou commerciale et des stocks dans les pays cible⁴.

1.2.2. L'exportation indirecte :

L'exportation indirecte, Où Sous-traitance des exportations, Cela comprend le recours à des intermédiaires agréés (exportateurs, canaux de distribution) pour assurer un accès indirect aux marchés d'exportation par l'entreprise exportatrice. Cette alternative se caractérise par un risque limité et un investissement réduit. Cependant, cette externalisation se caractérise par un manque de maîtrise de la politique commerciale et un manque d'informations quantitatives et qualitatives.

Elle consiste à avoir recours aux intermédiaires (exportateurs, canaux de distribution) habilités à assurer l'introduction indirecte des entreprises exportatrices sur le marché d'export. Cette forme d'exportation se caractérise par des risques limités et des investissements réduits. L'entreprise à la possibilité de recourir à un commissionnaire, à un négociant exportateur et une société de commerce internationale ou d'exporter par l'intermédiaire d'un contrat sous-traitance industrielle. Néanmoins, cette sous-traitance se distingue par une absence de la maîtrise de la politique commerciale et par un manque d'informations, aussi bien quantitatif que qualitatif⁵.

³ <https://www.petite-entreprise.net>

⁴ Jean-Louis Amelon, Jean-Marie Cardebat : « *les nouveaux défis de l'internalisation* », de Boeck Supérieur, 16 avr.2010, p193.

⁵ Ulrike Mayrhofer : « *management stratégique* », édition Bréal, 2007, p106.

1.2.3. L'exportation concertée :

L'exportation concertée consiste pour l'entreprise à exporter en coopération avec d'autres entreprises. Elle permet de partager les risques, les charges, les ressources, le savoir-faire, les contacts et les activités. Toutefois, la maîtrise de la politique commerciale demeure partielle et les risques d'entraîner des problèmes de compréhension dus aux différences culturelles et linguistiques sont élevés. Les modalités les plus connues d'exportation concertée sont le groupement d'exportation et le portage⁶.

1.3. Les raisons d'internationalisation des entreprises

Les entreprises de plus en plus internationalisent leurs activités à l'étranger en vue certaines raisons parmi eux on distingue⁷ :

- pour se concentrer sur ses compétences clés et son cœur de métier.
- L'entreprise détend son marché et élargie sa clientèle, pour maximiser ses ventes.
- Augmenter la durée de vie d'un produit si ce dernier est arrivé à maturité.
- S'internationaliser permet de diminuer les risques étant donné qu'un pays à l'autre, les coutumes, les goûts et les valeurs changent le produit a plus d'une chance de se vendre.
- Une entreprise qui s'internationalise se met dans une situation de concurrence étrangère, ce qui l'oblige à toujours innover pour garder ses parts de marché.
- Elargissement de la clientèle qui va engendrer une augmentation du chiffre d'affaire et les bénéfices.
- Pour acquérir plus de souplesse en évitant d'investir dans des activités périphériques qui apporteraient de la rigidité à la structure.
- Lorsque la valeur ajoutée d'une fonction n'est pas suffisante pour devoir développer des compétences ad hoc.

1.4. Les avantages et les risques liés à l'exportation

1.4.1. Les avantages⁸ :

- Augmenter le chiffre d'affaire en prospectant de nouveaux marchés étrangers.
- Augmenter la rentabilité grâce aux économies d'échelle.
- 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

⁶ Jean-Louis Amelion, Jean-Marie Cardebat, op-cit, p198

⁷ Externaliser : décisions et méthodes, manager-go.com, disponible sur <https://www.manager-go.com>, consulté le 31/05/2022 à 23 :30.

concendent avec les exigences des marchés étrangers.

➤ Acquérir des connaissances et compétences capable de lui faire gagner de l'expérience, à l'échelle internationale.

➤ Bénéficier de quelques exonérations (fiscales, douanières, ... etc) et de facilités de fonctionnement.

➤ Développer un esprit innovateur grâce au côtoiement de cultures différentes.

1.4.2. Les risques liés à l'activité d'exportation :

Dans la littérature sur la gestion d'entreprise, le risque est défini comme un événement incertain pouvant affecter négativement l'atteinte des objectifs. Les exportations sont des services qu'une entreprise fournit à des clients à l'étranger. Par conséquent, à travers le risque d'exportation, nous comprenons les événements qui peuvent affecter le succès des activités à l'étranger⁹. En ce qui suit nous allons présenter ces risques :

➤ **Le risque de prospection des marchés étrangers**

L'exploitation des marchés étrangers est une étape importante de la stratégie entreprise, qui consiste à identifier plusieurs critères qui aident ses dirigeants comprennent mieux les caractéristiques de la demande étrangère. Cependant, cette approche comporte des risques qui doivent être pris en compte et doivent être couverts en priorité¹⁰.

Les risques de prospection sont liés aux éléments suivants :

- L'évaluation du marché ;
- La mise aux normes, l'adaptation aux habitudes de consommation demandant essentiellement des solutions techniques ;
- trouver des premiers clients, construire des réseaux, forger des partenariats pour pénétrer de nouveaux territoires demandant à l'entreprise de nombreuses compétences. Un accompagnement par un spécialiste permet de sécuriser cette démarche ;

⁸ Exporter : tout savoir sur les exportations, [petites-entreprises.net](http://www.petites-entreprises.net), *tout pour l'entrepreneur*, disponible sur <http://www.petites-entreprises.net> . Consulter le 31/05/2022 à 23 :00.

⁹ Amelon.J-L et Cardebat.J-M, « les nouveaux défis de l'internationalisation : quel développement international pour l'entreprise après la crise », édition Boeck Université, Bruxelles, 2010, p195.

¹⁰ Legrand GH, Martini H, « Gestion des opérations import-export », édition Dunod, Paris, 2008, p107.

➤ Le risque pays

Le risque pays représente l'ensemble des événements d'origine politique ou économique susceptibles d'empêcher le bon déroulement d'une opération commerciale ou d'investissement (risque d'interruption de marché, risque de non-paiement, risque de spoliation...) il est parfois difficile à évaluer. L'instabilité politique dans les pays cibles peut affecter la rentabilité ou la sécurité d'une opération d'exportation et induire ainsi des pertes pour l'exportateur. En effet, la littérature reconnaît que le risque politique est le plus souvent examiné, mais aussi le plus difficile à apprécier¹¹.

➤ Le risqué économique

Le risque économique se rapproche de l'évaluation de la capacité financière d'un Etat et des impacts de la conjoncture sur l'activité de l'entreprise. La survenance d'une crise économique peut d'abord toucher indirectement une entreprise en impactant ses partenaires. Une entreprise importatrice, dépendante d'un fournisseur étranger, peut se voir dans l'incapacité d'obtenir le produit qu'elle souhaite importer si une crise économique pèse sur l'activité économique du pays de l'exportateur. Une entreprise multinationale peut voir une partie de ses filiales touchées par un risque de marché dans un pays en crise. Une mauvaise conjoncture impacte la consommation privée et les commandes de l'Etat, et entraîne un risque de débouchés pour les entreprises produisant des biens et services destinés à ce marché¹².

➤ Les risques financiers

Le risque financier est le risque pour les entreprises de faire face à une volatilité des taux de change, des taux d'intérêt, ou des marchés boursiers dans un pays. Ce sont des risques qui découlent de la situation économique du pays et des évolutions sur les marchés internationaux des capitaux qui déterminent les mouvements des flux d'investissements. Les entreprises fortement endettées à court terme et en devise étrangère peuvent voir la valeur de leur dette externe croître fortement du fait de l'appréciation de la devise dans laquelle est libellée la dette. A l'inverse une appréciation de la devise, entraîne un renchérissement du

¹¹ Bahri M, « *Les divers risques à l'exportation et les structures d'aide au Canada et en Tunisie* », Mémoire comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des P.M.E. et de leur environnement, Avril 2000, P 15.

¹² <http://www.bsi-economics.org>. Consulté le 01/06/2022 à 18 :18 .

¹³ Ralph Lehmann et Al, « *maîtrise des risques à l'exportation* », Guide sur la gestion des risques à l'exportation, post Finance SA, édition 2013, p09.

prix des produits nationaux vis-à-vis de l'étranger, permettant la compétitivité-prix des entreprises exportatrices¹³.

➤ **Le risque de change**

Le risque de change dépend de la fluctuation du taux de change. Il est surtout lié à l'incertitude de l'évolution des parités entre la date de facturation et la date de paiement effective. Ce risque se présente quand l'exportateur facture en d'autre monnaie que sa devise ou une autre devise forte et qu'il y a un décalage dans le temps, entre les entrées de fonds venant du paiement et les sorties liées aux activités de production des biens exportés.

Le taux de change prévalant au moment de la conversion de la devise peut ne pas être en faveur de l'exportateur dans le cas de dépréciation de la devise par rapport à la monnaie nationale¹⁴.

➤ **Le risque de corruption**

La corruption est un problème qui affecte l'ensemble des économies et qui peut avoir des effets dévastateurs sur les économies des pays en développement. Selon certaines estimations, chaque année, 1000 milliards de dollars sont donnés comme pot de vin pour s'installer sur un marché. Elle pourrait réduire le taux de croissance d'un pays de 0,5% selon la banque mon.

➤ **Le risque juridique**

Dans l'activité d'exportation, les risques juridiques sont liés à la possibilité que des Etats étrangers modifient la réglementation relative aux produits et qu'il faille par conséquent procéder à des adaptations coûteuses ou demander de nouvelles autorisations. Les risques naissent également de l'insécurité juridique, qui complique la conclusion de contrats avec des clients étrangers.

¹⁴ Bahri M, op-cit, p17.

Section 02 : La démarche et les procédures de l'activité d'exportation

Pour réussir les exportations il faut suivre certaines étapes essentielles. Nous allons les présenter dans cette section.

2.1. La démarche d'exportation

Il y a trois actions préalables nécessaires pour réussir l'exportation, sont comme suit :

2.1.1. Le diagnostic export

L'étape consiste à évaluer l'aptitude de l'entreprise à exporter¹⁵.

➤ **Avoir un produit ou un service exportable** : il faut qu'il existe d'abord un marché rentable à l'étranger pour le produit ou le service. Si cette condition n'est pas remplie, l'échec de l'exportation est assuré.

➤ **Avoir les capacités et les ressources** : en particulier humaines et financiers nécessaires, il est nécessaire pour soutenir la concurrence à l'échelle internationale.

➤ **Avoir une équipe de direction déterminer à exporter** : à ce stade l'entreprise est en mesure d'établir un plan export qui définit les marchés cibles, les objections d'exportation, les ressources nécessaires et les résultats espérés.

2.1.2. Identification et sélection des marchés cibles

Cette étape consiste à l'identification et la sélection des marchés potentiels les plus prometteurs compte tenu de la nature des produits ou service offerts. Une bonne segmentation des marchés permet d'élaborer une stratégie marketing adaptée au segment et de se concentrer sur les clients les plus respectifs à l'offre.

La sélection des marchés export passe traditionnellement par trois phases successives :

- Étape de présélection.
- Évaluation des marchés cible.
- Sélection des pays.

2.1.3. Développer une stratégie marketing

Construire une stratégie marketing permet de se positionner aussi bien à l'égard des consommateurs que face aux concurrents. Le plan marketing devra contenir les différentes caractéristiques des marchés cibles, la meilleure stratégie de publicité, les éventuelles modifications à apporter au produit, ainsi que, comment les concurrents abordent le marché.

¹⁵ Jean-Louis Amelon, Jean-Louis Marie Cardebat, « *les nouveaux défis de l'internationalisation* » : quel développement pour les entreprises après la crise ? de Boeck supérieur, 2010, p200-201.

Généralement, y a d'autres éléments que on doit les aborder dans le développement d'une stratégie marketing qui consiste à l'exportateur d'élaborer une stratégie cohérente à l'exportation. Les éléments aborder sont:

- Le produit.
- Le prix.
- Promotion.
- Distribution et logistique.

2.1.4. Les études de marchés

L'étude de marché permet aux entreprises de déterminer quels marchés étrangers présentent le meilleur potentiel pour un produit particulier, avoir une décision relatives au développement de l'entreprise.

- Les documentaires
- Les études générales et exploratoires
- Les études sur la structure et le fonctionnement d'un marché étranger.
- Les études ponctuelles.
- Le choix d'un mode d'entrée.

2.1.5. L'objectif d'étude de marché¹⁶

- Affiner et actualiser les composantes du marché (taille du marché).
- Analyser la politique commerciale pratiquée par les pays concurrents.
- Déterminer les circuits de distribution les plus efficaces selon les spécificités du produit proposé.

- Tester la réceptivité des produits offerts et examiner les critères qui influencent la prise de décision des acheteurs.

- Déceler les adaptations à apporter aux produits aussi bien au niveau de l'emballage, du design, des matières premières utilisées, du prix afin qu'ils répondent aux exigences des consommateurs.

2.1.6 La prospection des marchés étranger

Après l'identification de la stratégie à l'export et la réalisation des études préalable, l'exportateur s'engage à la prospection des marchés qui constitue une étape dans la démarche d'exportation.

¹⁶ cours sur la démarche d'exportation, Marketing Internationale – TSCI 2, partie 1, disponibles sur cloudfont.net, consulter le 02/06/2022 à 17 :30.

La prospection : est une technique indispensable à toute entreprise soucieuse de développer son chiffre d'affaire en trouvant de nouveaux client, elle consiste à établir un lien entre l'entreprise et son prospect dans le but de conclure une vente.

2.1.7. Les formes de la prospection

On peut prendre deux formes,

➤ **La prospection des fournisseurs** : consiste à rechercher de nouvelles entreprises susceptibles d'apporter une plus-value à la société en matière d'achats de matière première et de produit ou de fourniture de services.

➤ **La prospection de la clientèle** : consiste à utiliser l'ensemble des techniques du marketing et de la vente pour identifier de nouveaux clients potentiels, et les transformer en clients réels.

Diverses techniques sont utilisées actuellement par les entreprises dont les principales sont les suivantes :

- La prospection téléphonique ;
- La prospection par télécopie ;
- La prospection sur salon ;
- La prospection par email ;
- La prospection sur internet ;

2.1.8. Les modes de prospection

Les modes de la prospection des marchés étrangers sont nombreuses et variées. Le choix dépend des objectifs commerciaux que l'entreprise s'est fixée.

- L'utilisation du marketing direct comme méthode de prospection a évolué avec les progrès et les méthodes de communication.

- A la recherche d'intermédiaires sur le marché local, l'entreprise peut ouvrir des marchés étrangers et exporter indirectement.

- Participer à des événements d'affaires dans son pays.

- De l'étranger : Suivre les propositions commerciales de l'étranger, adressées aux chambres de commerce, associations professionnelles et envoyées directement aux exportateurs intéressés.

2.1.9. Les objectifs de la prospection

- Valider les résultats de l'étude de marché et approfondir la compréhension du marché.

- Rencontrer des partenaires potentiels ou clients.

- Faire connaître l'entreprise et ses produits.

2.2. Les procédures de l'activité d'exportation

2.2.1. Le contrat de la vente à l'international

La Finalité de toute négociation d'aboutir à un accord. Cet accord est généralement matérialisé par un contrat déterminant les droits et les obligations des parties. Il facilite la gestion de litiges très souvent liés à l'interprétation d'un système juridique différent ou à l'usage de langues étrangères. La rédaction d'un contrat doit être minutieusement préparée¹⁷.

Destexhe. C'a définie contrat de vente international comme suit : « le contrat de vente à l'international est un accord entre un vendeur et un acheteur établi à l'étranger »¹⁸.

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

Le contrat de vente à l'international a aux plusieurs clauses principales.

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

Contenu	Les clauses
Les contractants	Identifiez les contractants (acheteur/vendeur) : Nom des sociétés, raisons sociales, adresses détaillées et le nom des représentants respectifs.
Nature du 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	- Déterminez 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	- Déterminez 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.
Les modalités de livraison	- Déterminez 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	Indiquez le cas de force majeure pour les événements imprévisibles.
Les garanties	Définissez les engagements des deux parties en matière de garantie. Ex : la caution de restitution d'acompte pour le vendeur.

¹⁷ RIHANI Mohamed, achat et vente à l'international, mise en ligne le 20/03/2021 sur scribd, consulter le 04/06/2022 à 15 :45, p03.

¹⁸ Destexhe C, « le contrat de vente international : pour les exportateurs non-juristes », Edipro, 2005, p23.

Le droit applicable au contrat	Déterminez le droit applicable aux obligations contractuelles des parties.
La juridiction (en cas de litige)	- Déterminez la juridiction compétente en cas de litige ou le système de règlement des différends (arbitrage, médiation, etc.). - Il importe de remarquer que la loi applicable à la procédure de règlement des différends n'est pas nécessairement celle qui régit le fond du litige (i.e. le droit applicable au contrat).
La langue	Déterminer la langue du contrat. Celle-ci devra être maîtrisée par les deux parties.

Source : <https://www.objectif-import-export.fr/fr/export/fiches-export/contrat-de-vente-international>, consulter le 04/06/2022 à 16 :20.

2.2.3. Les déférentes étapes de la formation du contrat¹⁹

- L'accord entre les parties est subordonné à l'offre commerciale faite par le vendeur, à ses conditions générales de vente et à l'acceptation de l'acheteur. L'offre de l'exportateur, suivie de l'acceptation du client, débouche sur un contrat de vente. Cet accord doit de préférence être écrit, précis et complet pour éviter les litiges et fournir un moyen de preuve.

A. L'offre commerciale : développer des offres attrayantes et précises est une partie essentielle du processus de vente. Il s'agit du premier engagement de l'exportateur à fournir le produit ou le service dans des conditions spécifiées. L'offre comporte plusieurs fonctionnalités. Sa rédaction doit respecter un certain nombre de précautions, puisqu'elle est à la base du contrat de vente. Les clauses abusives ou excessives doivent être évitées. Le devis devient effectif dès qu'il parvient à l'importateur. Par conséquent, les vendeurs doivent d'abord analyser tous les risques associés à leurs offres car ceux-ci peuvent avoir de graves conséquences pour leur entreprise.

B. Les conditions générales de vente export : les Conditions Générales de Vente à l'Exportation (CGVE) sont des documents préparés à l'avance par les exportateurs qui comportent un certain nombre de dispositions légales concernant la vente de leurs produits ou services. La CGVE permet aux entreprises de prédéfinir le cadre juridique de leurs relations commerciales. Elles définissent les droits du vendeur et lui permettent de défendre ses intérêts et ses perspectives.

C. L'acceptation : l'acceptation de l'offre et des CGVE vaut accord client et permet la conclusion d'un contrat de vente. Le contrat ne peut être réalisé que s'il est accepté après l'offre.

¹⁹RIHANI Mohamed, achat et vente à l'international, p04.

Dans la plupart des systèmes juridiques, une offre est révocable jusqu'à ce qu'elle soit acceptée par l'importateur. Il est fortement recommandé que l'acceptation soit communiquée par écrit afin que le vendeur puisse obtenir certaines assurances et constituer une preuve en cas de litige. Par conséquent, l'acceptation prendra la forme d'un bon de commande ou d'un contrat.

2.2.4. Le double effet translatif de la vente

1. Le transfert du droit de propriété : en règle générale, une fois l'acheteur acquitté-auprès de sa banque de la totalité de la somme dus.

2. Le transfert de risques : il est généralement associé au transfert propriété, ce dernier est n'est pas nécessairement le transfert intégral de l'ensemble des risques. Dans ce sens, le recours aux incoterms qui définissent sans ambiguïté le lieu de transfert des risques selon le choix des parties et le mode de transport à utiliser qui constitue la meilleure solution.

3. Les obligations de vendeur :

- livrer des marchandises conformes en quantité, délais et lieu convenus.
- transférer les risques à l'acheteur lors de la remise des biens au premier transporteur ou au lieu désigné.
- remettre tous les documents utiles.

4. Les obligations de l'acheteur :

- payer le prix.
- prendre livraison des biens.
- vérifier la conformité des biens.
- intenter une action en garantie contre les vices cachés dans les 2 ans de la découverte du dommage.

2.2.5. La domiciliation bancaire

La réalisation des opérations d'importation ou d'exportation ainsi que leurs règlements financiers sont sous couvert d'une domiciliation d'un commerce extérieur, d'une facture commerciale ou de la 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 réparties des devises de l'étranger en recouvrement d'une opération d'exportation.

2.2.6. Les documents d'accompagnement à l'export

La documentation permet de suivre la trace de l'acheminement de la marchandise. Parmi ces documents on trouve ceci²⁰ :

A. Les documents de prix²¹ :

- **La facture consulaire** : est un document à caractère commercial établie par le vendeur dans le but d'identifier et de ratifier un produit du pays d'importation.
- **La facture commerciale** : 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.
- **La facture pro-forma** : aussi appelé facture commerciale, c'est un document préalable à la conclusion d'une transaction du commerce international. Elle s'apparente à un devis présenté sous forme de facture rédigée par le vendeur. Ainsi qu'elle répond à des caractères de marchandises (la qualité, le prix et les modalités de paiement).
- **La note de frais** : elle 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.
- **La facture douanière** : Document émis par l'exportateur à destination des douanes de certains pays d'importation pour calculer le montant de droits de douane, en accompagnement de la facture commerciale.

B. Les documents de transport²² :

- **Le connaissance maritime (bill of lading)** : 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.
- **Le duplicata de lettre de voiture internationale (DLVI)** : est un récépissé d'expédition d'une marchandise adressée à l'étranger par voie ferrée. Il consiste à prouver l'expédition de la marchandise, ce document établi par l'exportateur et la compagnie de transport à personnes dénommée.
- **La lettre de transport routier (LTR) (truck way bill)** : est un document de transport par route, qui a les mêmes caractéristiques que la lettre de transport aérien et la lettre de voiture internationale.
- **Le récépissé postal (bulletin d'expédition)** : est émis par le service de la poste pour les expéditions. Il est obligatoirement établi sous forme normative.

²⁰ ISABELLE Limoges « *le commerce international surpassez vos frontières* », L'univers du livre, 2006, p162.

²¹ Lue Bernet R, « *principes et techniques bancaire* », DUNOD, Paris, 2008, p335.

➤ **La lettre de transport aérien (Air way bill) :** 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 livrera la marchandise au point de distribution convenu. Comme elle ne consiste pas un titre de propriété.

C. Les documents d'assurances :

➤ **La police d'assurance :** peut être définie comme un contrat entre l'assureur et l'assuré. Ce document précise les conditions d'assurance, la durée de couverture de la garantie, les obligations des parties et les risques exclus.

➤ **Le certificat d'assurance :** est un document de l'assureur certifiant l'existence (à la date d'émission) d'un contrat d'assurance au profit de l'assuré, et dans une brève description des garanties qu'il offre.

D. Les documents annexes²³ :

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

➤ **Le certificat d'origine :** est un document attestant l'origine de la marchandise, ce document doit être certifié par une autorité reconnue dans le pays d'exportation.

2.2.7. La procédure de dédouanement

La procédure de dédouanement est l'ensemble des formalités à accomplir pour permettre et garantir l'application des diverses mesures réglementaires, douanières ou autres auxquelles sont soumises les marchandises importées ou exportées. Cette étape est faite comme suit :

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

²² Peyler F, « *le transport routier des marchandises* », édition DUNOD, France, 1999, p85.

²³ ISABELLE Limoges, op-cit, p162.

Section 03 : Les échanges internationaux et le phénomène d'externalisation de la logistique

Dans cette section, nous examinerons les points communs reliant la théorie fonctionnelle de l'externalisation logistique et la théorie fonctionnelle du commerce international à partir des aspects suivants Coûts, produits, risques et commerce international de biens et services.

3.1. L'approche de l'externalisation logistique à travers les modèles théoriques

Certains modèles peuvent améliorer la compréhension de la décision d'externaliser la fonction logistique :

3.1.1. Théorie des coûts de transaction :

Le modèle « TCT » de Williamson tente de fournir une explication argumenté des frontières de l'entreprise, il pose donc la question de l'externalisation en général et présente un modèle tout à fait possible pour accueillir l'externalisation logistique²⁴.

En simplifiant la conclusion du modèle, nous dirons qu'une entreprise choisira d'externaliser ou non la logistique en arbitrant entre deux coûts : les coûts engendrés par la contractualisation des "coûts de transaction" avec la ou les prestataires susceptibles de prendre en charge la fonction logistique, les coûts de coordination internes liées à la gestion de la fonction logistique par l'entreprise elle-même.

Les coûts de transaction sont l'addition d'une succession de coûts (cout de négociation et de rédaction du contrat, les coûts de marchandage et les coûts d'engagement).

Enfin, selon cette théorie, plus les transactions sont fréquentes plus l'entreprise devrait intérêt à adopter une stratégie d'internalisation de ses activités logistiques.

3.1.2. La théorie de l'agence :

Selon « JENSEN et MECKING 1976 », la théorie de l'agence est « une relation contractuelle entre l'entreprise externalisatrice et le prestataire de services au travers de l'analyse des contrats notamment de ceux, les plus complets, comportant des clauses relationnelles de suivi de la prestation »²⁵.

Cette relation pose un problème du fait d'une part la divergence d'intérêt et d'une autre part de l'asymétrie d'information qui peu exister entre eux, ce type de situation génère

²⁴ MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : *logistique et supply chain management*, intégration collaboration et risques dans la chaine logistique globale, édition DUNOD, Paris 2008, p67.

²⁵ MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : op-cit, p71.

des coûts qui sont :

- Les dépenses de surveillance et d'incitation.
- Coûts d'assurance.
- Les coûts d'opportunités (l'écart du résultat entre le principal et l'agent, le comportement optimal pour le principal).

C'est pourquoi, la théorie des coûts de transactions (TCT) est utile pour expliquer le choix du recours à l'externalisation et la théorie de l'agence pour analyser le recours à la forme contractuelle pour formaliser les mécanismes de coordination. D'après ces études, l'idée d'externaliser la fonction logistique est efficace pour une entreprise, pour mieux s'adapté au rythme des échanges internationaux, avoir la possibilité de garantir sa position dans le centre des activités commerciale et face au multiples concurrents, qui sont devenus ces dernières années un vrai danger pour l'entrepris, surtout avec le développement économique.

Cette fonction d'externalisation est suivie de certains coûts supplémentaires, coût de transaction, coût de déplacement, et aussi des risques parfois sont difficile à gérer, causé par les nouveaux prestataires étrangers.

3.1.3. La théorie de la ressource et des compétences :

Selon Grant, Robert M, La théorie des ressources prend l'entreprise comme une « collection de ressource productives »²⁶.

L'entreprise à la capacité de produire des connaissances, donc elle prend le marché, donc c'est une théorie qui n'est pas basée sur les coûts de transaction, ce n'est pas une structure par défaut, elle a sa propre efficacité. En principe, les ressources et les capacités organisationnelles permettent aux entreprises de créer des avantages compétitifs, significatifs et durables si elles possèdent les caractéristiques de valeur, de rareté, d'immuabilité imparfaite, de substituabilité imparfaite et de durabilité.

Enfin, l'utilisation de cette théorie pour étudier l'externalisation permet de comprendre pourquoi et comment les entreprises se recentrent sur leur cœur de métier. L'externalisation est vue comme un transfert de ressources vers des prestataires de services, une approche qui conduit les entreprises à concentrer leurs investissements et leurs activités internes sur ces activités principales.

²⁶ <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/417/1/1/84667> , consulter le 06/06/2022 à 00 :49.

2.2. Approches théoriques du commerce international

Dans les années 1960, la différenciation des produits était fréquemment mentionnée dans l'analyse du commerce international. Surtout chez les auteurs qui appartiennent aux méthodes techniques. Par exemple, "Vernon" dans son article de 1999 l'a fait, la différenciation des produits était forte au début et le développement des ventes a conduit à la standardisation. Cependant, des travaux publics peu après la publication de l'avantage « Chamberlin » ont tenté d'intégrer cette nouvelle idée dans l'étude du commerce international.

2.2.1. Nouvelles théories du commerce international :

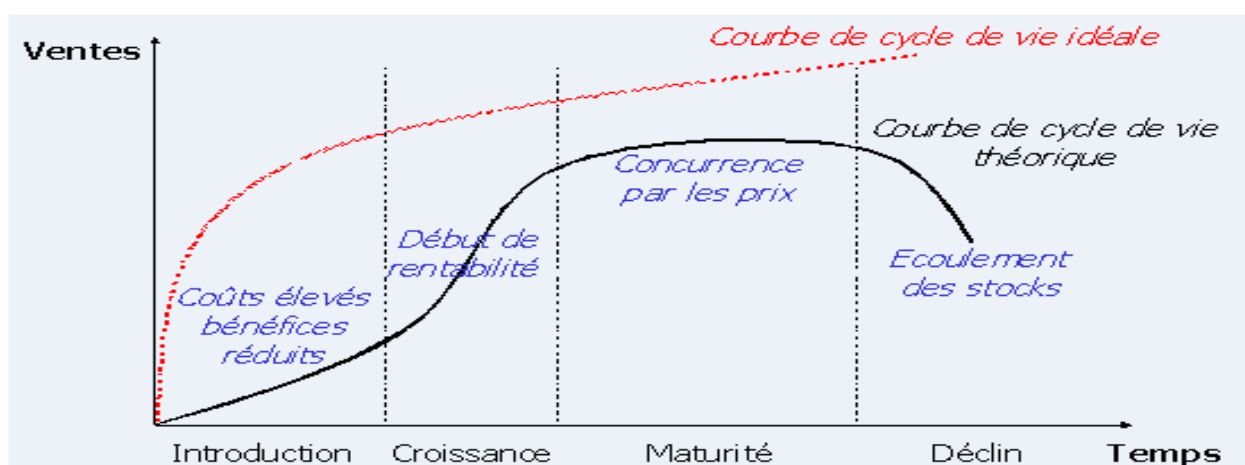
Parmi ces théories, les nouvelles théories sont en fait des prolongements des travaux anciens, et visent également à expliquer les caractéristiques du commerce international.

A. La théorie du cycle de vie des produits :

Les théories traditionnelles du commerce international se préoccupent peu des questions de dynamique ou d'évolutions temporelles des spécialisations nationales. Cette théorie a été énoncée pour la première fois par « Raymond Vernon » en 1966. En égard à la difficulté de tenir compte à la fois du commerce, de la croissance et des innovations produites, il s'agit moins d'une véritable modélisation économique que de la formalisation d'un certain nombre d'intuitions. Selon cette théorie, un produit connaît un cycle de vie caractérisé par trois "états"²⁷ :

- Innovation et consommation locale.
- Maturité et production étrangère.
- Standardisation et déclin.

Figure N°5 : le cycle de vie d'un produit.



Source : <https://ressources.auneg.fr> consulter le 06/06/2022 à 02 :00.

²⁷ VANDAEL Michel, *recherche et application en marketing* Vol 1, No 2(juillet 1986), p 75.

B. Théorie stratégique du commerce²⁸ :

La théorie traditionnelle de l'échange international s'intéresse aux effets du commerce international sur les nations en retenant comme hypothèse de base que la concurrence est pure et parfaite. Il est déduit que le libre-échange améliore la position des nations qui échangent, incitant donc au démantèlement des barrières protectionnistes.

Toutefois les situations de concurrence pure et parfaite sont rares: "l'essentiel du commerce industriel est réalisé pour des produits de secteurs que nous considérons comme des oligopoles lorsque nous les étudions sous leur aspect domestique « Krugman, 1989 ».

Dans la majorité des cas les marchés sont en situation de concurrence imparfaite où le nombre de firmes produisant un bien et agissant sur le marché est faible.

C. La théorie de la Concurrence monopolistique²⁹ :

Selon la théorie de la concurrence monopolistique des années 1930, la concurrence entre les entreprises ne se fait pas seulement sur les prix, mais aussi sur les produits. Chaque entreprise dispose d'un monopole sur un produit qui n'est pas strictement identique à ceux des entreprises concurrentes. Si on s'intéresse à l'application de cette théorie sur le commerce international on découvre que :

- vu que la création d'un nouveau produit n'est limitée que par la taille du marché, alors l'ouverture au commerce mondial permet d'accroître la variété des biens, ce qui permet une meilleure adaptation de l'offre aux demandes spécifiques des consommateurs.
- le commerce international se fait de manière intra-branche : un pays peut à la fois importer et exporter une même catégorie de produit.

D. La théorie d'économie d'échelle³⁰ :

Selon cette théorie, "Alfred Marshall, 1842-1924" les économies d'échelle peuvent justifier une spécialisation internationale. Le commerce international permet à chaque pays de produire plus efficacement une gamme limitée de biens sans sacrifier la variété des biens consommés. En effet, du fait des économies d'échelle et des avantages comparatifs, une augmentation de la production d'un des biens produit des gains de productivité. Mais cela n'est pas dû aux différences initiales entre les deux pays, car ils sont supposés être complètement similaires.

²⁸ RAINELLI Michel, *le commerce international*, 9^{ème} édition, la découverte, Paris, p44.

²⁹ Théorie du commerce international, 31/01/2011, scribd, PDF, p05, consulter le 06/06/2022 à 03 :30.

³⁰ RAINELLI Michel : *la nouvelle théorie de commerce international*, 3^{ème} édition, découvert, Paris 2003, p16.

D'autre part, cet avantage comparatif découle de la spécialisation elle-même, conçue pour bénéficier de rendements accrus. C'est pourquoi cette explication est appelée la « théorie endogène » du commerce international, car ce sont la spécialisation et le commerce international qui créent les avantages comparatifs qui découlent du phénomène des économies d'échelle.

3.3. La relation entre la chaîne logistique les échanges internationaux :

La mise en place de chaînes logistiques permet aux entreprises de bien gérer leurs flux, achats, approvisionnements, stocks et activités générales tant au niveau local qu'international, de bien maîtriser leurs actions, quel que soit leur domaine d'activité (biens ou services), à grande échelle- augmenter les volumes d'échanges (locaux et internationaux) tout en maximisant ses profits.

De nombreuses façons , créez des filiales à l'étranger pour fusionner avec d'autres entreprises du même secteur. En effet, cela permet à l'entreprise d'obtenir plus facilement des données sur les habitudes de consommation qui représentent les points fondamentaux qu'elle recherche.

En comparant les théories d'externalisation logistique et celle du commerce international on a remarqué certain point commun qui sont étudié par ces différents auteurs :

3.3.1. En termes de produit :

Les produits que ce soit un bien, un service, qui sont destinés aux clients doivent être abdicant aux normes de qualité, de l'efficacité, de meilleur prix, La standardisation des produits doit être même au niveau local, afin d'être bien acceptée par les clientèles.

Une forte réponse au produit, conduit l'entreprise a mieux augmenter ces volumes de productions, penser à intégrer de nouveaux produit, allonger ces canaux de distributions. Enfin, c'est un avantage pour l'entreprise, maximiser ces profits.

3.3.2. En termes de coût :

L'objectif de toute firme est de minimiser ces coûts, dont tout le long de la chaîne logistique, de l'acquisition de la matière première jusqu'à la distribution aux clients finaux, minimiser ces coûts est susceptible au prix de vente, qui est l'image finale de certain consommateurs.

3.3.3. En termes de concurrence :

Chaîne logistique adéquate et conforme aux normes internationales, ce qui est bénéfique pour l'entreprise pour maintenir une bonne position sur le marché local et international, la concurrence des prix et des produits, cette concurrence pousse l'entreprise à

améliorer la qualité des produits (biens ou services), et s'efforcent de pénétrer de nouveaux marchés, dans le but ultime de maximiser Ces échanges augmenteront les profits de l'entreprise.

3.3.4. En termes de transaction :

Plus les transactions sont fréquentes, plus les entreprises doivent être intéressées à ajuster leurs stratégies d'externalisation de ces activités logistiques, ces transactions d'une entreprise à l'autre entraînant une augmentation du volume des transactions entre elles, que ce soit en termes de flux de marchandises, informations et services.

3.3.5. En termes de risque :

Comme l'externalisation de la fonction logistique ne possède pas uniquement des avantages, on peut se retrouver face aux multiples obstacles, les informations secrètes de l'entreprise (la recette de produit, la structure interne, les capacités) seront à la portée des concurrents, ce qui donne un point faible pour cette dernière. Elle est suivie d'une diminution des volumes des échanges.

Conclusion :

La saturation du marché intérieur a poussé les entreprises à chercher d'autres moyens de se débarrasser de ces biens, mais l'internationalisation est difficile pour les entreprises qui ne peuvent pas faire face à la concurrence ou aux risques qui créent une telle stratégie. Ainsi, une entreprise qui souhaite réussir à l'international doit établir une démarche export solide, adaptée aux exigences des marchés étrangers.

Des chaînes logistiques conformes aux normes internationales, structurées de manière appropriée au domaine d'activité de l'entreprise, améliorant la performance de celle-ci au regard des normes produits, qu'il s'agisse de biens (marchandises) ou de services (assurance, sécurité, transport, etc.) en termes de qualité (meilleure qualité), disponibilité (rapidité) et de respect du facteur principal (c'est-à-dire le prix).

Introduction

Depuis les années 1970, la dépendance de l'Algérie aux hydrocarbures a augmenté de manière considérable. Ce pays est marqué par plusieurs symptômes liés au Dutch disease (désindustrialisation importante, hausse des prix des biens non échangeables...) et à une absence structurelle de diversification de ses exportations.

De plus, la gestion institutionnelle des revenus des hydrocarbures souffre d'un manque de vision stratégique, de l'absence de transparence et d'un cadre juridique instable. Pour profiter pleinement de la manne financière liée aux booms pétroliers, l'Algérie doit œuvrer à une double diversification économique et politique, seule garante d'une croissance durable et d'une stabilité sociale.

Très préoccupées par la baisse importante du nombre des entreprises exportatrices hors hydrocarbures, les autorités Algériennes n'ont pas cessé de préconiser et d'inciter au renforcement de la coordination entre les différents organismes d'appui chargés d'offrir un meilleur accompagnement à ces entreprises, en imposant un pilotage cohérent leur permettent de se tourner plus largement vers l'international, L'objet de ce titre est de présenter les facilitations accordées aux entreprises exportatrices (Analyse du cadre réglementaire et institutionnel) et L'évolution des exportations hors hydrocarbure et les principaux obstacles à leur croissance.

Section 01 : Analyse du cadre réglementaire et institutionnel (les avantages donnés à l'exportation algérienne)

A partir la Loi de Finances pour 1996, un dispositif institutionnel pour la promotion et le soutien au développement des exportations hors hydrocarbures a été mis en place des organismes de promotion des exportations hors hydrocarbure, Pour soutenir les exportations hors hydrocarbures en Algérie, les pouvoirs publics ont institué différents organismes.

1.1. Les organismes de promotion des exportations hors hydrocarbure

Pour soutenir les exportations hors hydrocarbures en Algérie, les pouvoirs publics ont institué différents organismes tels que :

1.1.1 L'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX) :

ALGEX est créée par le décret exécutif n°04-174 du 12 juin 2004, c'est un établissement public sous la tutelle du ministère du commerce. Instituée Pour mettre fin à l'existence de PROMEX qui a été créée en 1996 par le décret exécutif n°96-234 ¹.

ALGEX a pour missions :

- L'élaboration d'un rapport annuel d'évaluation sur la politique et les programmes d'exportation ;
- La mise en place et gestion de systèmes d'informations statistiques sectorielles et globales sur potentiel national à l'exportation et sur les marchés extérieurs ;
- La mise en place d'un système de veille sur les marchés internationaux et leur impact sur les échanges commerciaux de l'Algérie ;
- L'analyse des marchés mondiaux et réalisation d'études prospectives globales et sectorielles sur les marchés extérieurs ;
- L'assistance aux opérateurs économiques pour le développement d'action de communication, d'information et de promotion relatives aux produits et services destinés à l'exportation ;
- La participation à la définition de la stratégie de promotion du commerce extérieur et sa mise en œuvre après son adaptation par les instances concernées ;
- La mise en œuvre d'un portail d'information qui permettra aux opérateurs de se renseigner en ligne sur différents aspects du commerce extérieur ;
- La mise en relations d'affaires et placement d'offres de produits sur les marchés extérieurs ;
- L'accompagnement et l'assistance des entreprises lors des manifestations organisées à l'étranger ;
- La vulgarisation et mise à disposition de l'information commerciale, économique et technique nécessaire à la conduite des opérations du commerce extérieur ;
- La contribution à l'élaboration de la stratégie de promotion des exportations hors hydrocarbures.

¹ www.algex.dz, consulté le 28/05/2022.

1.1.2. Le fonds spécial pour la promotion des exportations (FSPE)

Le FSPE a été institué par la loi de finances 1996. Il est destiné à apporter un soutien financier aux exportations dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur le marché extérieur ².

L'aide de l'État par le biais du FSPE est octroyé à toute entreprise résidente productrice de bien et service et à tout commerçant régulièrement inscrit de registre de commerce œuvrant dans le domaine de l'exportation. Le montant de l'aide accordée est fixé par le ministre du commerce selon des pourcentages déterminés à l'avance, en fonction des ressources disponibles.

Ces aides peuvent être citées en quatre rubriques ³ :

- La prise en charge partielle des frais des participations aux foires et expositions à l'étranger ;
- Une partie des coûts de prospections des marchés extérieurs ;
- Le coût de transport international et de manutention dans les ports algériens des marchandises destinées à l'exportation ;
- Le financement des coûts liés à l'adaptation des produits aux marchés extérieurs.

1.1.3. La société algérienne des foires et expositions (SAFEX)

C'est la société par action (SPA). Elle est issue de la transformation de l'objet social et de la dénomination de l'office national des foires et expositions (ONAFEX), créé en 1971 ⁴.

SAFEX a pour missions ⁵ :

- L'organisation des foires, salons spécialisés et expositions, à caractère national, international, local et régional ;
- L'assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international, de l'information sur la réglementation du commerce international, des opportunités d'affaires avec l'étranger ;
- La mise en relation d'affaires, des procédures à l'exportation, de l'édition de revues économiques et catalogues commerciaux ;
- L'organisation de rencontres professionnelles, séminaires et conférences ;

La gestion et l'exploitation des infrastructures et structures du palais des exportations.

² www.mincommerce.dz, consulté le 28/05/2022.

³ Ministère du commerce, texte réglementaire régissant le fonds spécial pour la promotion des exportations direction de la promotion des exportations, p07.

⁴ www.safex.com, consulté le 29/05/2022.

⁵ www.caci.dz, consulté le 01/06/2022.

1.1.4. L'association nationale des exportateurs algériens (ANEXAL)⁶ :

C'est une association régie par la loi n°90/31 du 24 décembre 1990. Elle a été créée le 10 juin 2001.

ANEXAL a pour missions de :

- Rassembler et fédérer les exportateurs algériens ;
- Participer à la définition d'une stratégie de promotion des exportations ;
- Assister et sensibiliser les opérateurs économiques ;
- Promouvoir la recherche du partenariat à travers les réseaux d'informations ;
- Promouvoir l'échange d'expérience entre les adhérents.

1.1.5. Compagnies algériennes d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX)

La CAGEX est régie, entre autres par l'article 4 de l'ordonnance 96/06 du 10/01/1996 qui dispose que l'assurance-crédit à l'exportation est confiée à une société chargée d'assurer pour⁷ :

- Son propre compte et sous le contrôle de l'Etat, les risques commerciaux.
- Le compte de l'Etat et sous son contrôle, les risque politiques, les risque de non transfert et les risque de catastrophes naturelles⁸.

Elle est fondée par cinq banques et cinq compagnies d'assurance à savoir :

- La BADR : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural ;
- La BDL : Banque de Développement Local ;
- La BEA : Banque Extérieure d'Algérie ;
- Le CPA : Crédit populaire d'Algérie ;
- La BNA : Banque Nationale d'Algérie ;
- La CAAR : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance ;
- La CAAT : Compagnie Algérienne d'Assurance Totale ;
- La CCR : Compagnie Centrale de Réassurance ;
- La SAA : Société Algérienne d'Assurance ;
- La CNMA : Caisse Nationale de Mutualité Agricole. La CAGEX a pour principales missions :
 - La couverture des risques nés à l'exportation ;
 - La garantie de paiement en cas de financement ;

⁶ www.anexal.com, consulté le 01/06/2022.

⁷ www.cagex.dz, consulté le 01/06/2022.

⁸ www.cagex.dz, consulté le 01/06/2022.

- La constitution de banque de données en matière d'information économique ;
- L'assistance des exportateurs pour la promotion des exportations hors hydrocarbures ;
- L'indemnisation et la couverture des créances.

1.1.6. Le couloir vert :

De caractère virtuel, il constitue une facilitation qui est accordée depuis septembre 2006 à l'exportation de dattes, et consiste en l'assouplissement de passage en douane du produit, qui subit uniquement un contrôle documentaire ce qui se traduit par une fluidité générant une réduction considérable des délais d'expédition. Cette facilitation doit être étendue à terme aux autres exportations de produits périssables : produits agricoles frais et produits de la pêche⁹.

1.2. Les avantages donnés à l'exportateur algérien ¹⁰

1.2.1. Facilitations douanières :

Les régimes économiques douaniers sont avantageux pour les exportateurs à plusieurs niveaux, car ils fournissent des incitations fiscales, financières et administratives. Les incitations les plus importantes sont les suivantes :

Exemption du dépôt d'une garantie dans le cadre du système d'admission temporaire lors de l'importation d'emballages vides destinés à l'emballage de marchandises destinées à l'exportation ou de marchandises destinées à une amélioration positive de la fabrication (conversion) à émettre ultérieurement.

Cela s'applique également à l'exportation temporaire de marchandises destinées à l'amélioration de la fabrication passive (achèvement des affaires), qui sont destinées à l'exportation finale.

- **Délivrance d'un titre de passage douanier (TPD)**, pour les exportations effectuées par route.
- **La mise en place du circuit vert**, qui permet l'approbation du permis d'exportation sans contrôle des marchandises
- **Activation du livre ATA** avec une période de validité de (01) ans, qui est une procédure simplifiée pour l'exportation temporaire d'échantillons ainsi que pour la participation à des expositions et salons à l'étranger. Et délivré exclusivement par la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI).
- **Autorisation préalable et soumission** de la déclaration avant l'arrivée des marchandises.

⁹ <http://www.Andi.dz>, mesures d'appui à l'investissement. Consulté le 04/06/2022.

¹⁰ Guide pratique de l'exportateur algérien.2021

1.2.2. Facilitations bancaires :

Toute entreprise productrice de biens ou services installée en Algérie, œuvrant dans le domaine de l'exportation des produits d'origine algérienne, bénéficie de facilitations bancaires, soit pour une participation aux foires et expositions à l'étranger, soit pour une exportation, justifiée par des documents probants.

Les facilitations bancaires accordées aux exportateurs sont :

- Rétrocession du produit de la vente à l'exportation
- Délai de rapatriement à l'exportation
- Dispositions financières concernant les exportations
- Dispositions financières concernant l'investissement à l'étranger.

1.2.3. Assurance-crédit à l'exportation :

Créée dans le cadre du dispositif de l'Ordonnance N°96/06 du 10 Octobre 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation, la CAGEX est une Entreprise Publique Économique (SPA), fondée par cinq banques publiques et cinq compagnies d'assurances publiques.

La CAGEX est chargée d'assurer :

- Pour son propre compte et sous le contrôle de l'État, les risques commerciaux (créances nées sur les acheteurs privés étrangers) ;
- Pour le compte de l'État et sous son contrôle, les risques politiques, les risques de non transfert et les risques de catastrophes naturelles (créances nées sur les acheteurs étrangers, publics et privés)

1.2.4. Facilitations fiscales :

La législation fiscale algérienne a été de tout temps un levier économique pour encourager les investissements et ce, en fonction des modèles de développement et des politiques économiques successivement adoptés par les pouvoirs publics.

Par ailleurs, une multitude de mesures incitatives à l'export ont été mises en place par les différentes Lois de Finances, qui prévoient des avantages et des exonérations accordées aux opérations d'exportations au titre des différents impôts et taxes.

- ✓ Les principaux avantages fiscaux accordés aux exportateurs sont :

- Exonération en matière d'impôts directs et taxes assimilées – TAP, IBS et IRG
- Exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires
- Exonération en matière d'impôts indirects

1.2.5. Autres types de facilitations :

Ces facilitations reposent essentiellement sur l'assouplissement des procédures d'exportations au niveau des ports qui s'est traduite par¹¹ :

- L'affectation de magasins aménagés à recevoir en priorité les marchandises destinées à l'exportation ;
- La franchise de dix (10) jours pour le paiement des frais d'entreposage et de magasinage avant embarquement des marchandises d'origine algérienne destinées à l'exportation (Art. 72 de la Loi de Finances pour 1998) ;
- Les dégrèvements modulés des frais de manutention et d'acconage.

Section 2 : L'évolution des exportations hors hydrocarbure et les principaux obstacles à leur croissance.

2.1. L'impact des revenus pétroliers sur le développement de l'Algérie

L'économie algérienne a une croissance essentiellement tirée par les hydrocarbures et l'investissement public.

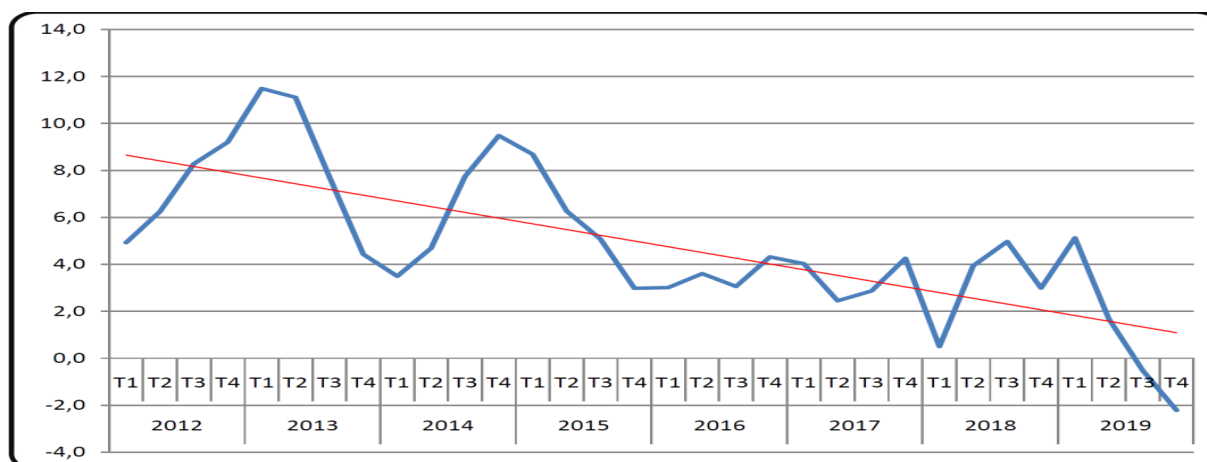
Les effets de la crise économique engendrée par la COVID19 sur les prix du pétrole permettent d'utiliser celui-ci comme variable instrumentale pour comprendre l'effet sur l'économie sans risque de se tromper du fait de la part que représentent les hydrocarbures dans les exportations (98%), dans les recettes fiscales (60%) et dans le PIB (19%).

De toutes les matières premières cotées en bourse, le pétrole est celui qui subit le plus l'effet du COVID-19. Avant même l'arrivée du virus en Algérie, la croissance faiblissante du PIB (1% en 2019 contre 1.4% en 2018), s'expliquait déjà par l'évolution négative de la production et des prix des hydrocarbures, ainsi que par la faiblesse de diversification de l'économie algérienne.

¹¹ www.mincommerce.gov.dz, consulter le 20/05/2022.

Un ralentissement de la croissance a été enregistré même dans les secteurs hors hydrocarbures puisque la croissance hors hydrocarbures est passée de 3,3% en 2018 à 2,6 % en 2019. Un ralentissement est enregistré dans les secteurs du Bâtiment, Travaux Publics et Habitat (BTPH), de l'agriculture et du commerce. Cette tendance est structurelle pour beaucoup de variables comme par exemple la croissance de l'investissement public et privé, dont l'évolution décrite par le graphique ci-dessous (ONS) montre une baisse nette depuis 2012 et négative en 2019.

Figure N°06 : Évolution du taux de croissance (%) de la Formation Brute de Capital Fixe



Source : ONS Comptes Nationaux 2019.

2.2. L'évolution des exportations hors hydrocarbure ce début de troisième millénaire

A. Exportations des produits hors hydrocarbures par Groupes d'Utilisation

Les principaux produits hors hydrocarbures exportés durant l'année 2019 sont constitués essentiellement par le groupe « demi-produits » qui enregistre une valeur globale de 1,96 milliard USD, le groupe « biens alimentaires » vient en seconde position avec une valeur de 407,86 millions USD, suivi par le groupe « produits bruts » avec une valeur de 95,95 millions USD et enfin, les groupes « biens d'équipements industriels », « biens de consommations non alimentaires » et « biens d'équipements agricoles » ayant enregistré les valeurs respectives de 82,97 millions USD, 36,42 millions USD et de 0,25 millions USD. (Cf. Tableau N°4)

Tableau N°04 : Évolution des exportations hors hydrocarbures par Groupes d'Utilisation |

Années : 2018-2019* :

GROUPES D'UTILISATION		Année 2018			Année 2019*			Classement	Evolution (%)
COD E GU	Intitulé GU	DZD	USD	Structure (%)	DZD	USD	Structure (%)		
1	Biens alimentaires	43 585,27	373,77	12,78	48 676,32	407,86	15,81	2	9,12
3 et 4	Produits Bruts	10 773,41	92,39	3,16	11 451,49	95,95	3,72	3	3,86
5	Demi-Produits	272 350,44	2 335,58	79,83	233 551,09	1 956,92	75,84	1	-16,21
6	Biens d'Equipements Agricoles	35,63	0,31	0,01	30,29	0,25	0,01	6	-16,94
7	Biens d'Equipements Industriels	10 507,04	90,10	3,08	9 901,76	82,97	3,22	4	-7,92
8 et 9	Biens de Consommation (non-alimentaires)	3 896,58	33,42	1,14	4 346,69	36,42	1,41	5	8,99
Total		341 148,37	2 925,56	100%	307 957,64	2 580,37	100%		-11,80

Source : Ministère des Finances, Direction des Études et de la Prospective

B. Principaux produits exportés hors hydrocarbures

Les "top five" (5) des produits exportés hors hydrocarbures au titre de l'année 2019 réalisent, à eux seuls, plus de 74,80 % des exportations hors hydrocarbures. Il s'agit des engrais minéraux ou chimiques azotés, des huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons de houille, de l'ammoniac anhydre, des sucres de canne ou de betterave et les phosphates de calcium naturels avec les parts respectives de 31,05 %, 19,47 %, 11,57 %, 10,08 % et de 2,66 %.

L'examen de l'évolution des principaux produits hors hydrocarbures exportés au cours des années 2018-2019*, indique ce qui suit :

-Des hausses pour les sucres de canne ou de betterave, les phosphates de calcium naturels et l'hydrogène et gaz rares avec les taux respectifs de 11,52 %, 34,64 % et de 37,17 %.

-Il convient de préciser que l'exportation des ciments hydrauliques qui représente une part de 2,35 %, a enregistré une hausse exceptionnelle de l'ordre de 141,19 %.

Des baisses pour l'ammoniac anhydre ou en solution aqueuse, les huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons de houille, les engrais minéraux ou chimiques azotés et les dattes et figues respectivement de l'ordre de 35,02 %, 24,07 %, 15,51 % et de 1,63 %.
(Cf. Tableau N°5)

-En ce qui concerne les exportateurs hors hydrocarbures, les "top five" (5) des 1 468 (ensemble des exportateurs) réalisent, à eux seuls, plus de 72,69 % de la valeur globale durant l'année 2019. Il s'agit principalement de ceux opérant dans les produits de l'urée, des solvants, de l'ammoniac et des sucres.

Tableau N°05 : Évolution des principaux produits hors hydrocarbures exportés.

Principaux Produits	Année 2018		Année 2019*		Evolu tion (%)	taux cumulé (%)
	Valeur	Structur e %	Valeur	Structure %		
Engrais minéraux ou chimiques azotés	948,30	32,41	801,26	31,05	-15,51	31,05
Huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons de houille de haute température	661,48	22,61	502,28	19,47	-24,07	50,52
Ammoniac anhydre ou en solution aqueuse (ammoniaque)	459,51	15,71	298,59	11,57	-35,02	62,09
Sucres de canne ou de betterave et saccharose chimiquement pur à l'état solide	233,29	7,97	260,17	10,08	11,52	72,17
Phosphates de calcium naturels	50,95	1,74	68,61	2,66	34,64	74,83
Barres en fer ou en aciers non alliés simplement	0,00	0,00	67,80	2,63	-	77,46

forgées à chaud						
Dattes, figues, ananas, avocats, goyaves, mangues et mangoustans, frais ou secs	64,85	2,22	63,79	2,47	-1,63	79,93
Ciments hydrauliques même colorés	25,16	0,86	60,68	2,35	141,19	82,28
Hydrogène, gaz rares et autres éléments non métalliques	40,33	1,38	55,32	2,14	37,17	84,43
Produits laminés plats à chaud en fer ou aciers non alliés	33,65	1,15	28,10	1,09	-16,48	85,52
Sous Total	2 517,53	86,05	2 206,61	85,52	-12,35	
Autres	408,03	13,95	373,77	14,48	-8,40	100%
Total	2 925,56	100%	2 580,37	100%	-11,80	

Source : Ministère des Finances, Direction des Études et de la Prospective

2.3. Les obstacles au développement des exportations Algériennes hors hydrocarbure

La réglementation de change de la Banque d'Algérie empêche l'investissement des opérateurs économiques à l'étranger et donc la création de toute structure commerciale sur les marchés étrangers telle que la filiale ou succursale.

Cette forme d'internationalisation présente plusieurs avantages comme la maîtrise de la politique commerciale, être plus proches de ses clients et bénéficier des avantages concurrentiels.

- La réglementation de change de la Banque d'Algérie ne permet pas aussi de récupérer la totalité des devises encaissées des opérations de l'exportation.
- En deuxième position, l'absence d'un appui financier pour les exportateurs reste une contrainte majeure. Bien qu'un fonds spécial est dédié à financer les exportations hors hydrocarbures (FSPE) mais celui-ci reste limité et ne finance pas tout type d'internationalisation comme les études de marchés, les études de prospection et la

participation aux forums d'affaires. Il finance, en revanche, le transport, la formation sur les métiers de l'export et la participation aux foires et salons professionnels à l'étranger.

- Une autre contrainte que rencontrent les opérateurs économiques algériens et qui consiste en l'absence de toute représentation à l'étranger à savoir le déploiement d'un réseau de chambres de commerce, une antenne de l'Agence Nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures (Algex),
- Une représentation des banques algériennes ce qui handicape le transfert de devises et la flexibilité des opérations d'exportation, l'absence de service commercial efficace au sein des instances diplomatiques.
- Sur ce dernier point, il faut dire que l'inefficacité de la diplomatie a pour conséquence l'absence d'une réelle promotion du produit algérien à l'étranger, l'absence d'information sur les marchés, sur la réglementation et sur les opportunités et les mesures incitatives.
- La logistique considérée comme un des aspects importants du commerce international, présente également une contrainte pour les exportateurs algériens au vue des coûts élevés du transport notamment si on passe par des transbordements. Le prix de la logistique internationale représente jusqu'à 35% du prix de la marchandise, ce qui est hors norme, alors que la norme est située entre 8% et 9%.
- L'insuffisance des moyens de transports, l'inadéquation des infrastructures de stockage et les délais de dédouanements sont aussi des aspects logistiques qu'on devra améliorer.
- Les obstacles liés à la lourdeur administrative, représentent l'obstacle majeur qui interpelle les entreprises interrogées ;
- La majorité des entreprises ont une compétitivité de production suffisante et adaptée au marché étranger coté norme, emballage et prix permettant à ces entreprises de trouver une place sur les marchés extérieurs.
- Toutefois la concurrence étrangère est très forte soit en termes de prix ou de qualité et l'entreprise doit faire face à cela en utilisant continuellement de la nouvelle technologie.

L'exportation du produit algérien à l'étranger est aussi contrainte par son manque de compétitivité et cela est expliqué par plusieurs facteurs comme la normalisation aux standards internationaux ce qui rend l'accès difficile sur les marchés étrangers, des prix élevés et cela revient, entre autres, aux coûts élevés du foncier industriel en Algérie, ce qui impacte le prix final, les coûts logistiques et les lourdeurs administratives et la bureaucratie.

Le manque d'ambition des entreprises algériennes à décrocher des parts de marché à l'étranger.

En effet, plusieurs entreprises se contentent de répondre à la demande locale et ne font pas de réels efforts de prospection à l'international.

Il faut noter aussi que l'absence d'une ressource humaine spécialisée et qualifiée influence aussi la vision des entreprises dans leurs projets d'internationalisation.

Conclusion :

Les exportations algériennes hors secteur d'hydrocarbure ne représentent qu'un faible pourcentage des exportations totales malgré des efforts de développement dans divers secteurs tels que l'industrie et l'agriculture.

Malgré les moyens financiers, matériels et même humains, l'exploitation de ces richesses reste peu performante au regard des résultats constatés sur le terrain.

Le déséquilibre est-il dû à une mauvaise gestion des ressources disponibles ou est-ce l'individu algérien ? Or une stratégie efficace impliquant tous les groupes, sans exception, est nécessaire pour sortir du cercle de la dépendance quantitative dans la mesure où les produits algériens concurrencent les produits étrangers.

Section 01 : Identification générale du groupe CEVITAL agroalimentaire Bejaia.

CEVITAL est l'une des entreprises exportatrices en Algérie dès son entrée dans l'économie de marché, elle a largement contribué au développement de l'industrie agro-alimentaire nationale, et son objectif est d'être présent au marché de l'international, ce que nous allons détailler, c'est d'abord illustrer une présentation du groupe CEVITAL, son historique et évolution, ses chiffres clés de succès et sa vision, ses différentes activités industrielles, ses principaux objectifs, et bien sûr l'organigramme de ses différents services, plus précisément l'organigramme de la gestion logistique.

1.1.Présentation du groupe CEVITAL.

Le groupe CEVITAL est une société par action (SPA) dont les actionnaires principaux sont M.ISSAD Rebrab et fils créée en 1998 avec un capital privé de 68,760 milliards de DA. 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.

Première entreprise privée algérienne à avoir investi dans des secteurs d'activités diversifiées, elle a traversé d'importantes étapes historiques pour atteindre sa taille et sa notoriété actuelle. Porté par 18 000 employés répartis sur 3 continents, il représente le fleuron de l'économie algérienne, et œuvre continuellement dans la création d'emplois et de richesse.

1.2.Historique et évolution du groupe CEVITAL.

ISSAD Rebrab est né en 1944. 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. Monsieur ISSAD Rebrab a la tête du Groupe CEVITAL, il n'a pas cessé de le faire grandir en diversifiant ses activités, pour compter aujourd'hui 26 filiales dans l'industrie, l'agro-alimentaire et la grande distribution. Depuis quelques années.

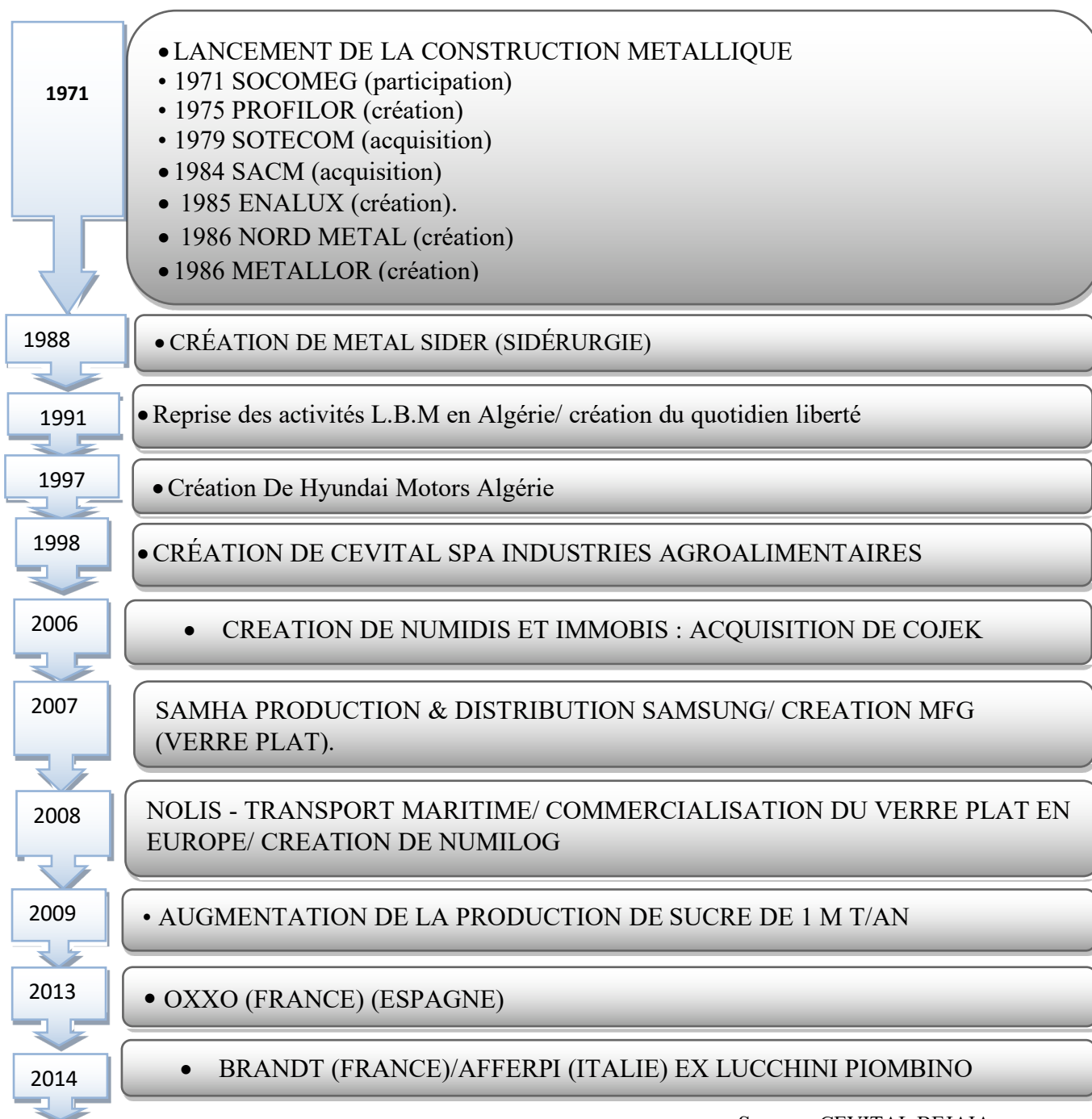
Il développe ses activités à l'international, notamment en Europe (France, Italie, Espagne), en Tunisie, au Liban et au Brésil. En France, CEVITAL négocie avec les grandes sociétés commerciales. Ces produits se vendent dans différentes villes africaines (Lagos, Niamey, Bamako, Tunis, Tripoli...).

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 un Luccuni un complexe sidérurgique d'acier spéciaux. Issad Rebrab est, depuis 2008. Président du Conseil d'Administration du Groupe CEVITAL. 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.

Issad Rebrab a été élu CEO de l'année à l'Africa CEO Forum 2015 et Personnalité de l'Année en 2016 par la région de la Toscane (Italie), suite à la reprise des activités sidérurgiques de Piombino.

Figure N°07 : Historique de CEVITAL.



Source : CEVITAL BEJAIA.

1.3. Les chiffres clés CEVITAL.

Plus de 1 500 000 tonnes de sucre produit par la filiale Cevital Agro-industrie ont été exportées dans plus de 40 pays depuis 2010

Plus de 50 000 références de produits en vente dans les 23 magasins UNO (Filiale NUMIDIS)

Figure N°08 : les chiffres clés.



Source : Site internet cevital

1.4. La vision du groupe CEVITAL

CEVITAL s'est constituée autour de l'idée forte de bâtir un ensemble industriel intégré, concentré en première partie dans le secteur de l'agroalimentaire, dont le raffinage d'huile et de sucre, produits dérivés, négoce de céréales, distribution de produits destinés à l'alimentation humaine et animale. L'ensemble industriel a connu une croissance importante et a consolidé sa position de Leader dans le domaine agroalimentaire et entend poursuivre sa croissance et exploiter les synergies en poussant l'intégration des activités agroalimentaires et en développant des activités dans le secteur à fort potentiel de croissance du verre plat.

L'idée est de faire passer l'Algérie dans l'économie de l'après-pétrole, du stade importateur au stade exportateur, en 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.

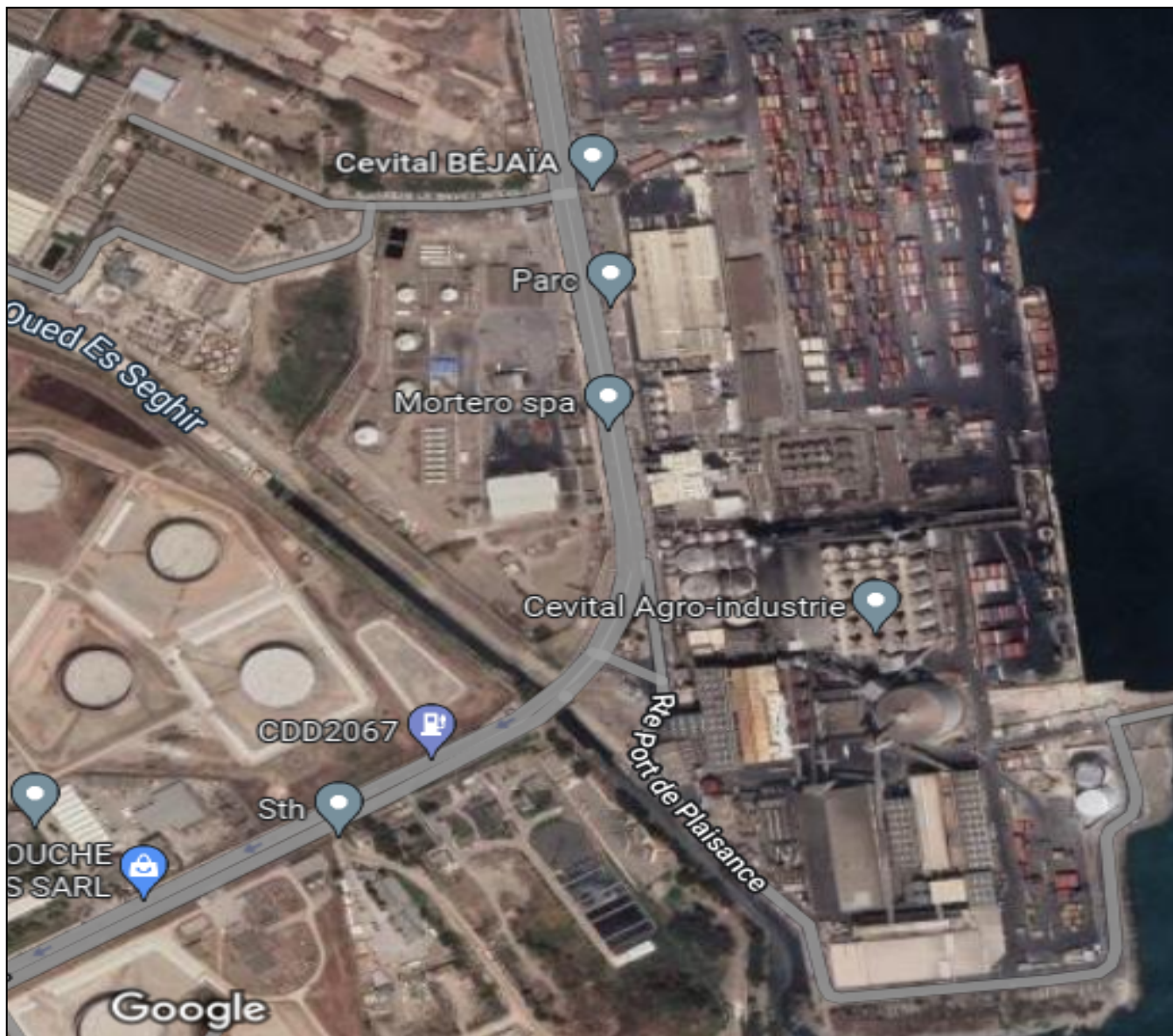
Le temps joue contre nous. Nous serons 55 millions d'algériens en 2025 et autant de consommateurs de carburant et d'électricité, nous aurons 10 millions de nouveaux demandeurs d'emplois pour lesquels il faudrait créer 1 million d'emplois par an. Il nous reste peu de temps pour diversifier notre économie.

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. ».

1.5. Situation (positions) géographique du groupe CEVITAL agroalimentaire Bejaïa.

CEVITAL est l'une des plus grandes entreprises de l'Algérie, le leader de secteur agroalimentaire. Son complexe de production se situe dans le nouveau quai de port Bejaïa, à 3km sud-ouest de la ville, à proximité de la route nationale 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 Bejaïa. Le complexe s'étend sur une superficie de 45 000 m² (le plus grand complexe privé en Algérie). Il a une capacité de stockage de 182 000 tonnes/an (Silos portuaires), et un terminal de déchargement portuaire de 200 000 tonnes/heure (réception de matière première). Comme elle possède un réseau de distribution de plus de 52 000 points de vente sur tout le territoire national.

Figure N°09 : positions géographiques



Source : Google earth (internet)

1.6. Les activités de CEVITAL et leur gamme de produit

1.6.1. Les activités de CEVITAL

➤ **L'activité de CEVITAL au niveau de la commune Bejaia :** Au niveau de la commune de Bejaia, l'entreprise CEVITAL fait la contribution des installations suivantes (l'industrie agro-alimentaire) :

- La production de la margarinerie.
- Le raffinage de sucre
- Le raffinage des huiles alimentaires.
- Silos portuaires.

➤ **L'activité de CEVITAL au niveau de la commune d'EL Kseur** : Au niveau de la commune d'El-kseur (Bejaïa) on trouve l'unité de production du fruits COJECK qui a été racheté par le groupe CEVITAL. Dans le cadre de la préservation des entreprises publiques algériennes en novembre 2006.

➤ **L'activité de CEVITAL au niveau de la commune Agouni Gueghane** : Au niveau de la commune de Agouni Gueghane (Tizi Ouzou) dans les montagnes de Djurdjura qui culmine plus de 2300 mètres, le groupe CEVITAL a inauguré en 2007 L'unité de production d'eau minérale Lalla khedidja.

1.6.2. Les gammes de produit

CEVITAL est concentré sur la fabrication et la commercialisation d'une gamme très diversifiée en matière de produits agro-alimentaires : des huiles végétales, sucre, margarine, confiture, les mayennaise et ketchup ; moutarde...etc plus de é- produit agroalimentaire.

Nous illustrons quelque produit suivant :

- **Les huiles végétales** : Le complexe CEVITAL produit trois types d'huile de table de différentes qualités et différents logos, elles sont connues sous les appellations suivantes :
- **Fleurial** : 100% tournesol sans cholestérol, riche en vitamine (A, D, E).
- **(Elio et Fridor)** : ce sont des huiles 100% végétales sans cholestérol, contiennent de la vitamine E.

Ces huiles végétales sont issues essentiellement de la graine de tournesol, Soja et de Palme, conditionnées dans des bouteilles de diverses contenances allant de (1 à 5 litres), après qu'elles aient subi plusieurs étapes de raffinage et d'analyse.

- Capacité de production : 570 000 tonnes/an.
- Part du marché national : 70% du marché national
- Exportations vers le Maghreb et le Moyen-Orient, en projet pour l'Europe.

- **Margarinerie et graisses végétales** :

Le groupe CEVITAL produit une gamme variée de margarine riche en vitamine A, B, et C. Certaines margarines sont destinées à la consommation directe telle que : Matina, le beurre gourmand et Fleurial et d'autres sont spécialement produites pour le besoin de la pâtisserie moderne comme Medina << smen >> Toutes ces margarines sont disponibles en plaquettes de 250 g et barquettes de 500 g à l'exception de Medina (SMEN) pots de 1,8 kg.

- Capacité de production : 180.000 tonnes/ans
- Part du marché national est de 30% -42
- Sachant que l'entreprise exporte une partie de cette production vers l'Europe, le Maghreb et le Moyen-Orient.

- **Sucre Blanc :**

Le groupe CEVITAL offre un sucre sous le nom (SKOR) raffiné de qualité supérieure conditionné dans des sacs de 50 kg et commercialisé soit en morceaux dans des boîtes soit en sachets de (1 et 5) kg. Comme elle produit aussi du sucre liquide destinée pour les besoins de l'industrie agroalimentaire et plus précisément pour les producteurs des boissons gazeuses et les pâtisseries.

- Capacité de production : 650 000 tonnes/an avec extension à 1 800 000 tonnes/ans
- Part du marché national : 85%.

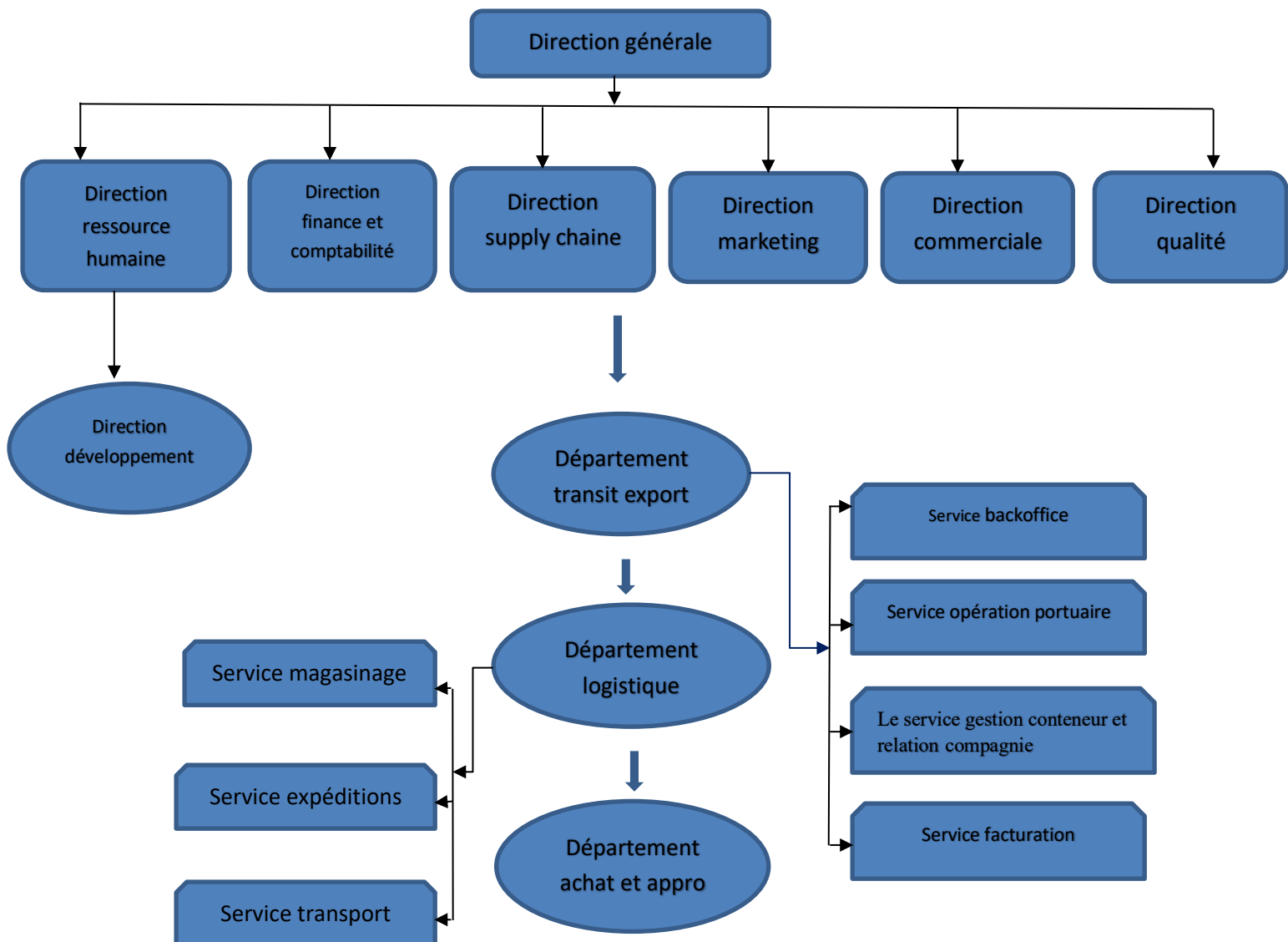
- **Boissons :**

Il s'agit d'Eau minérale, Jus de fruits, Soda, l'eau minérale LALLA KHEDIDJA depuis des siècles prend son origine dans les monts enneigés à plus de 2300 mètres du Djurdjura qui culminent. Elle se charge naturellement en minéraux essentiels à la vie (Calcium 53, Potassium 0,54, Magnésium 7, Sodium 5,5, Sulfate 7, Bicarbonate 162,...) tout en restant d'une légèreté incomparable, elle est directement captée à la source au cœur du massif montagneux de Djurdjura. CEVITAL a ainsi réalisé le lancement de la gamme d'eau minérale LALLA KHDIDJA et de boissons gazeuses avec une capacité de 3 000 000 bouteilles par jour et la réhabilitation de l'unité de production de jus de fruits EL-KSEUR.

1.7. La structure et l'organisation du groupe CEVITAL

L'organigramme suivant donne une vue générale sur les différents organes constituant le complexe CEVITAL.

Schéma N°05 : Organigramme de CEVITAL.



Source : schéma fais par nos soins à partir de donnée fournis de cevital.

1.7.1. Illustration de quelques différentes directions de CEVITAL Bejaïa.

a. La direction générale

Elle est responsable de l'élaboration des plans stratégiques et des décisions de politique marketing en collaboration avec la direction du siège d'Alger.

Il est également responsable de la coordination, de la direction et de la motivation des autres départements. La direction générale est présidée par un président-directeur général, actionnaire majoritaire.

b. La direction des ressources humaines.

Intimement convaincu que l'ensemble des ouvriers et responsables du Groupe sont à l'origine de ses performances et assurent son avenir, Cevital a défini une politique de Ressource Humaine axée sur les objectifs de développement économique, qui tient compte des attentes et aspirations des collaborateurs, sa fonction consiste en :

- La gestion administrative du personnel
- (Le règlement des salaires, les dossiers de la sécurité sociale et les employés, les congés.)
- La gestion prévisionnelle (le recrutement et le suivi d'effectif, la formation du personnel.)
- Tous les aspects sociaux et relations humaines dans l'entreprise.

c. La direction finance et comptabilité (DFC) :

La direction finance et comptabilité constitue le poumon de financement et gestion du complexe, elle soumette à :

- La détermination et la distribution des budgets financiers nécessaires à chaque direction.
- La comptabilisation quotidienne de toutes les entrées et sorties d'argent selon les pièces justificatives présenter

d. La direction commerciale

Elle gère l'ensemble des relations avec le milieu de l'entreprise, assure la commercialisation du produit fini et le suivi des clients principalement répartis dans le pays et quelques pays étrangers, il adopte la structure suivante :

- Participer à l'élaboration de la politique commerciale de l'entreprise
- Orientation, distribution, développement, organisation de la production pétrolière
- Coordonner les activités des autres départements

c. La direction logistique.

L'objectif principal de la logistique est de livrer le produit de l'entreprise vers son client. Que ce soit au travers de ses unités de stockage ou des partenaires de transport, l'enjeu est de livrer le bon produit, au bon endroit dans les délais les plus courts possibles.

La direction logistique a été créé en janvier 2003, elle est considérée comme le pilier de l'entreprise, car elle joue le rôle de support pour les autres directions, en leurs fournissant les ressources matérielles, financières et d'information nécessaires et transport.

1.7.2 La direction « supply chaine »

Nouvellement créé, ce service est le plus récent, sa création a été incitée par un besoin de coordination et création de synergie moteur de réussite de toute entreprise. Ce département a pour mission la gestion de la matière en commençant par les approvisionnements passant par le stockage des matières premières qui vont servir à la production, puis il intervient dans la gestion des stocks des produits finis et enfin arrive au terme de sa mission qui est l'expédition des marchandises jusqu'aux clients.

a. La direction logistique de CEVITAL

La direction logistique comprend toutes les activités liées à la circulation et au cheminement des produits dans les meilleures conditions nécessaires à la mise à disposition des produits sur les lieux de vente, depuis leur stade de fabrication jusqu'à leur stade de consommation et d'acquisition.

L'organisation de la direction logistique de CEVITAL est composée de cinq services qui sont présent comme suit :

➤ Le service magasinage

Le département de gestion de stock ou magasinage était inclus dans le département expédition, il a été dissocié de ce dernier pour satisfaire la demande irrégulière qui ne cesse d'augmenter, son rôle est donc de gérer les stocks des produits finis aussi bien au sein du complexe agroalimentaire « CEVITAL » que dans ses propres dépôts répartis dans plusieurs régions :

Région Est :

- Deux dépôts dans la ville de Bejaia, un autre à AKBOU et une chambre froide à TIMEZRITH
- Sétif, Annaba

Région OUEST :

- Oran (Chambre froide, autres commodités et de livraison pour les corps gras solides et liquides, deux sites de stockage de sucre de 80000 tonnes).

Région Centre :

- Alger : deux dépôts
- Bouira

Ce département doit assurer une coordination avec la direction production, pour éviter les ruptures de stocks des produits finis tout en répondant aux besoins de la clientèle grâce à la bonne circulation entre des flux physiques et le flux d'information. C'est à ce niveau qu'intervient le département « supply chaine » que nous allons voir si dessous.

➤ **Le service expédition**

Il travaille en coordination avec la direction commerciale ou/et le service export et la direction production, la première exprime les besoins de ses clients et le seconde va se charger de produire en conséquent, tandis que ce département se charge de transférer les produits vers les différents dépôts ou bien les affectant directement après leurs sorties de l'usine vers les clients, lorsque les dépôts ne possèdent pas les stocks nécessaires.

Son rôle consiste à exécuter toutes les opérations d'expédition des produits finis en coordonnant les tâches entre le département transport et de transit lorsqu'il s'agit d'une vente internationale. Il échange et communique les informations avec la direction de conditionnement, établit des bons de consignment et prend en charge le transfert des produits finis à partir des unités de production vers les magasins de stocks (débardage), tout en assurant le suivi des informations et la gestion des fichiers ; il s'occupe ainsi de l'achat et de la restitution des palettes et intercalaires.

➤ **Le service transport :**

Il met la disposition des autres services les moyens de transport et de circulation de flux physique et les matériels entrants ou sortants de l'entreprise que ce soit vers ses propres dépôts, chez ses clients ou en direction de ses fournisseurs, dans les meilleures conditions en minimisant les coûts.

CEVETAL possède sa propre flotte de transport assurant 30 à 35% de ses expéditions, elle fait appel à des prestataires à hauteur de 35% pour le reste se sont les clients eux-mêmes qui ramènent leurs moyens de transport.

b. La direction TRANSIT-EXPORT

Cette direction étant l'objet même de notre travail, nous lui consacrons quelque illustration ; Cette direction est dirigée par un chef de département qui est chargé de coordonner les opérations avec les autres services, pour accomplir l'opération de l'exportation alors cette organisation se compose de 04 services :

➤ **Le service backoffice**

Le responsable de ce service « **Le service backoffice** » est l'exécution des différentes tâches comme la réservation sur BOOKING et choisit l'armateur (les compagnies maritimes), les réservations des conteneurs et le transport de marchandises ainsi chargé de préparer et de fournir les différents documents demandés par le client.

➤ Le service des opérations portuaires

En collaboration avec les différents organismes au sein du port (Douane, PAF, EPB et BMT), le responsable du service et les déclarants en douanes sous son coup, ont pour mission de :

- Procéder à la préparation des dossiers : en douane après acquisition de la facture domiciliée.
- Le dépôt des demandes pour empotage et scellement à l'inspection principales des douanes.
- Introduire le dossier en douane et respecter le bon suivi jusqu'à l'obtention de BAE (Bon à enlever : pour le passage des marchandises au port).

➤ Le service gestion conteneur et relation compagnie

Il est chargé d'affrètements des conteneurs et/ou du navire dans le cas d'une vente CFR. Le fret des conteneurs et du navire dépend essentiellement de l'incoterm de vente.

Les plus utilisés au niveau de CEVITAL sont CFR, FOB.

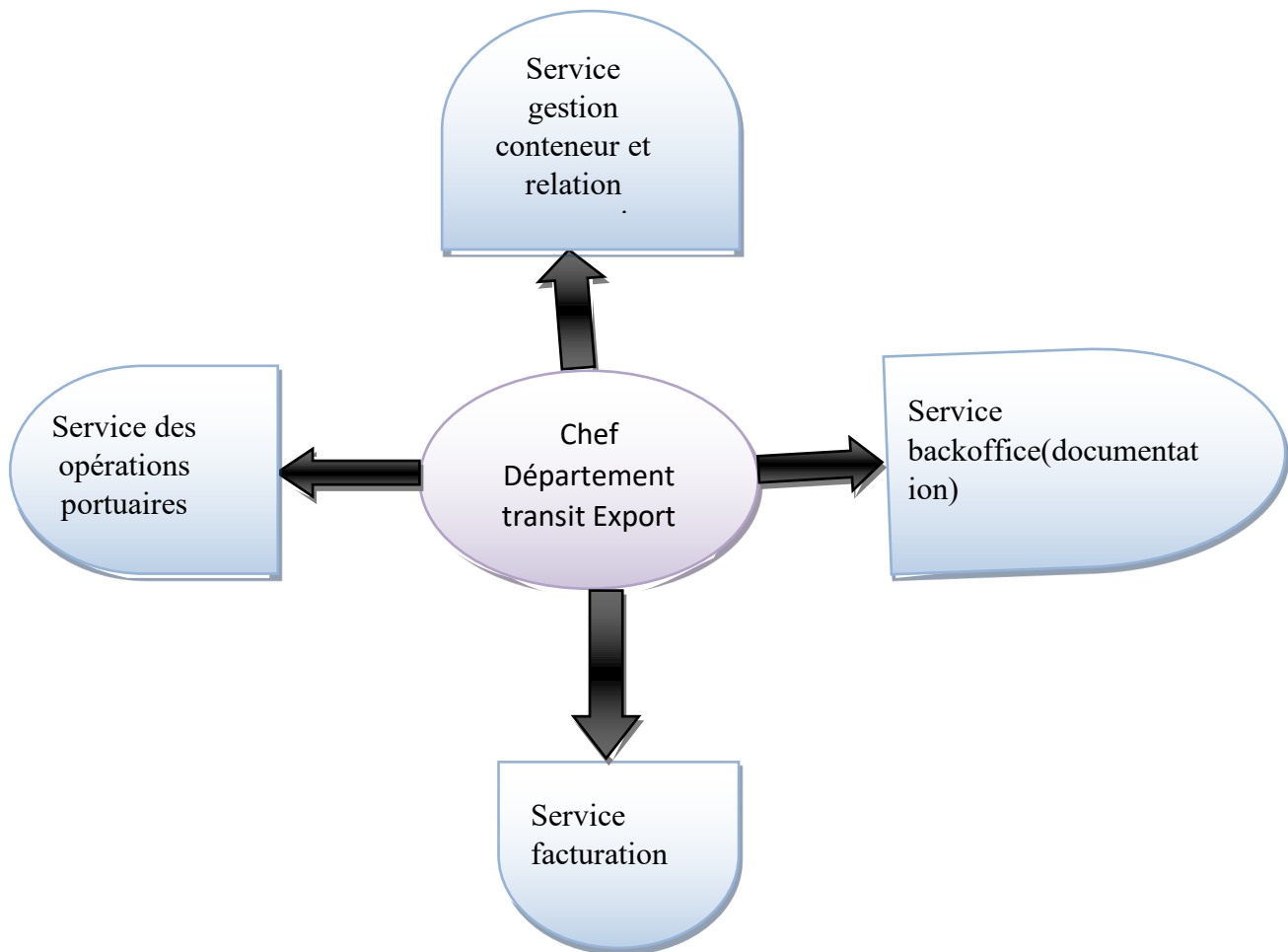
Lors d'une vente CFR : SKORT INTERNATIONAL se charge de négocier et d'arrêter son choix sur la compagnie maritime, le service backoffice ouvre un « booking » qui est une demande de réservation des TCs (conteneurs), il comprend le volume, le prix, le nombre de destination et le transit time (délai de livraison des conteneurs) des conteneurs. Puis, le service gestion TCs fait une demande de « la mise à disposition des TCs » dite : MAD à l'armateur qui établit et la transmet aux services douaniers pour signature ; après sa réception, le service fret sera en mesure d'enlever les TCs.

Pour une vente FOB, c'est le client qui ouvre un booking et choisit l'armateur, ce dernier contact CEVITAL (service backoffice) pour confirmation du booking en question, puis mettra à sa disposition les TCs à travers la demande de mise à disposition (MAD).

➤ Le service facturation.

Ensemble d'opérations comptables allant de l'enregistrement de la commande à l'exportation et toutes les charge liées l'opération d'exportations ; comme facture de paiement des droit et taxe douanière, facture de la BMT pour manutentions ... etc.

Schéma N°06 : Les différents services intervenant au département transit export



Source : élaborer par nos soins à partir des données CEVITAL.

1.8. Missions et objectifs du groupe CEVITAL Bejaia.

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

Les objectifs visés par CEVITAL peuvent se présenter comme suit :

- L'extension de ses produits sur tout le territoire national ;
- L'optimisation de ses offres d'emploi sur le marché de travail ;
- L'encouragement des agricultures par des aides financières pour la production locale de grains oléagineuse ;
- La modernisation de ses installations en termes des machines et techniques pour augmenter le volume de sa production ;
- Le positionnement de ses produits sur le marché étranger par leur exportation.

Section 02 : les étapes et procédures d'exportation du sucre blanc cas : CEVITAL agroalimentaire Bejaïa

Au sein de cette section, nous allons expliquer les étapes d'exportation du sucre blanc réalisée par l'entreprise CEVITAL agroalimentaire au sein du service transit-export ainsi que faire une présentation des documents nécessaire pour accomplir cette activité d'exportation et illustrer la fonction de la logistique et l'environnement international aux seins du groupe cevital Bejaïa et Les contraintes logistiques liées aux difficultés rencontrées par CEVITAL à l'exportation.

2.1. Trouver ou cibler un client.

C'est la première étape pour toute opération à l'international, Toutes les opérations du commerce international se fond sur cibler un client ou un partenaire à l'étranger et cela par des rencontres aux foires international, marcher mondial (bourse), marketing ou des publicités sur réseaux sociaux.

2.2. La négociation du contrat.

Cette tâche est préparé par SERVICE COMMODITIES (commodité) de cevital, Il s'agit de la seconde étape de toute activité d'exportation impliquant l'intervention des traders qui sont des sociétés spécialisées dans la négociation des contrats de ventes à l'international ; leur mission est de suivre l'évolution des cours de bourse et de négocier des contrats de vente internationale ainsi trouver un client a l'étranger (en dehors du territoire algériens); leur siège est à Genève, Suisse, et leurs membres représentent CEVITAL est connecte avec le SERVICE COMMODITIES à Alger.

Le SERVICE COMMODITIES envoie des factures pro-forma aux clients internationaux d'ANTEI, et après négociation des conditions contractuelles, telles que : quantité, prix, délai de livraison, Incoterms utilisés, compagnie maritimes (MAERSK, CMA, MSC, SEALEND) et type de conteneur (DRY, REEFER, OPENTOP, FLATRACK, CITERNE).

2.3. L'établissement de la facture commerciale domicilié (viser par une banque).

La facture commerciale est établie par SERVICE COMMODITIES (direction Alger), elle devra être domicilié auprès de la banque de CEVITAL agroalimentaire pour le compte du client ANTEI international SPA. (Voir Annexe N° 01).

2.4. L'établissement de la notice

L'opération d'exportation de sucre blanc de cevital commence par un document d'expédition qui comporte l'ensemble des informations, ce document est intitulé notice d'expédition qui est une partie partielle du contrat. (Annexe N° 02).

La notice d'expédition est diffusée à partir de la direction générale d'Alger par un courrier électronique pour l'ensemble des services concernés par l'opération d'exportation à savoir :

- Le service export ;
- Service conditionnement sucre ;
- Service magasinage produit fini ;
- Service transport.

Cette notice porte le numéro SCWS21035/4 du 16/12/2021 qui est le document indispensable pour le déclenchement de toute opération d'exportation, elle reprend toutes les notifications afférentes à cette expédition ; à savoir :

- Le nom et l'adresse de client.
- La qualité du produit.
- La quantité et le type de conditionnement.
- Les conteneurs et l'armateur.
- L'incoterm utilisé.
- La période d'embarquement
- Les documents.

2.5 Programme export.

Un planning prévisionnel doit être établi par le chef départements transit export qui contient toutes les informations concernant l'exportation à savoir :

La période, lieux destination, compagnie maritime, produit a exporté, le type de conditionnement, nombre de conteneur ...etc).

Ce dernier est établi à l'aide de la notice, la conférence de placement¹ effectué au niveau de la capitainerie (EPB) et les situations journalières de présence navire communiqué par les compagnies maritimes.

2.6. Réserve des conteneurs et mise de leurs à disposition des TCs.

Dès l'arrivée de la notice d'expédition, le service de service backoffice ouvre une demande de réservation des conteneurs au système « booking » au sein d'une compagnie maritime telle que MSC, MEARSK...etc., qui comprend le volume, le prix, le nombre TCs, la destination et le transit time des conteneurs, les compagnies maritimes sollicitent les autorités douanières pour les autorisés à nous mettre à nos dispositions des conteneurs vides nécessaires l'exportation.

2.7. Mise à disposition des TCs.

Après l'accord des compagnies maritimes pour le rapprochement des conteneurs, Le chef de service de gestion TCs s'approvisionne de différents ports de conteneurs nécessaires et cela après vérification de la conformité des TCs selon les normes exigées à l'exportation par la direction hygiène, qualité et sécurité (QHS) à savoir :

La propreté, présence des trous, l'odeur, présence des étiquettes Etc.

Le chef de service de gestion TCs communique le nombre de camions nécessaires pour le rapprochement des conteneurs au service transport, et une coordination se fait entre l'agent de transit présent au parc à conteneurs ainsi que la plateforme à conteneurs au niveau de CEVITAL pour le rapprochement de ces derniers. (Annexe N° 03)

2.8. Dépôt de demande d'autorisation empotage, scellement et mise à quai.

Le chef de service de gestion de TCs et compagnie maritime ouvre une demande d'empotage et de scellement des conteneurs et sera déposée par un agent de transit de service export CEVITAL auprès de la direction des douanes de Bejaïa et cela pour validation de la demande et l'accomplissement des opérations douanières. (Annexe N° 04)

Ainsi une demande de mise à quai auprès de la (PAF) pour nous autorisés le transfert des conteneurs vers le port de Bejaïa pour embarquement. (Annexe N° 05)

2.9. L'empotage.

L'opération d'empotage c'est le chargement de conteneur par le produit à exporter, Après la réception des autorisations d'empotage, scellement et mise à quai visée par l'inspecteur principal aux brigades des douanes, et après la préparation des conteneurs par la plateforme à savoir le nettoyage et la pose des papiers kraft et le POLYANE (nylon) sur les parois des conteneurs ces derniers sont transférés au niveau des expéditions selon le type de

conditionnement de sucre , ou un agent de transit accompagné d'un douaniers ainsi qu'un agent de la société de surveillance SGS qui sont présents pour assistés a l'empotage des conteneurs ainsi que leurs scellements.

Pour des besoins de la documentation exigée par les compagnies maritimes, un document appeler VGM doit être remplis et communiquer par le département export englobant le poids réel de chaque conteneur. Ceci dit que l'empotage est conditionné par le pesage des conteneurs.

2.10. L'opération de scellement des TCs

Le scellement, c'est la faite de mettre un scellé qui vas bloquer l'ouverture de conteneurs pour éviter toutes manipulations sur marchandise a exporté. Ce dernier se fait par sous la présence d'un agent de douane, un agent de la société de surveillance, ainsi que l'agent de transit.

Après avoir finir l'opération de scellement, l'agent des douanes présent sur les lieux inscrit la mention (vue empotée et sceller sur cevital) et approuve avec griffe et signature.(Annexe N 04)

2.11. L'accomplissement des formalités douanières :

Après la réception de la facture domiciliée faite par le service commodities, le déclarant en douane du département transit export doit obligatoirement réaliser les démarches douanières nécessaires suivantes :

- Après validation de la demande d'empotage et de scellement des conteneurs auprès de la direction des douanes de Bejaïa.
- La préparation d'un dossier pour la déclaration en douane comportant :
 - La facture domiciliée ;
 - Engagement de rapatriement (02 exemplaires)
 - Exempleire IPCOC
 - Exempleire SCAP
 - Le registre de commerce
 - La carte fiscale ;
 - Une liste de colisage.
- Saisir la déclaration en douane sur le système SIGAD (système informatisé de gestion automatisé de douane (Annexe N° 06).

- Un service douanier (IPS) donne l'autorisation de déposer le dossier après avoir signé l'engagement de rapatriement des fonds de la facture en question, par la banque domiciliataire.
- Un agent de la brigade commerciale en douane récupère le dossier auprès de l'IPOC (inspection principale des opérations commerciales), introduit la demande d'emportage et de scellement dans le dossier en question et sous instruction du chef de la brigade commerciale, l'agent se présente sur site, afin d'assister à l'emportage et le scellement des TCs.
- Le service recevabilité (douanier) désigne le circuit douanier, qui est une procédure de contrôle et de vérification avant la validité de l'opération de dédouanement ; il existe trois circuits :
 - **le circuit vert** : vérification superficielle des documents
 - **le circuit orange** : vérification documentaire
 - **le circuit rouge** : vérification stricte des documents et marchandises

Après avoir reçu la lettre validée par l'agent de douane avec la mention (vues, emportées et scellées, nombre de TC avec les numéros des scellés), l'inspecteur procède à la liquidation du dossier sur le système SIGAD, afin que le déclarant puisse récupérer le bon à enlever (Annexe N° 07), pour entamer les opérations de chargement des marchandises à bord du navire dans le cas du transport maritime.

2.12. La mise à quai des conteneurs TCs

L'opération de mise à quai consiste à mettre les conteneurs pleins de sucre chef de service de gestion TC blanc, au niveau du port pour l'embarquement, après l'accord de la compagnie maritimes ainsi que la BMT.

Le responsable transit export se réfère au planning d'accostage du navire pour mobilier la flotte de camions à affecter au transport des conteneurs au port, ces derniers vont passer par le contrôle de la PAF (la police des aires et des frontières), qui vont vérifier leur concordance des informations portées sur « l'autorisation de mise à quai », ainsi que le physique (le conteneur présent pour mise à quai) annexe (annexe N° 05)

2.13. L'embarquement des TCs :

Une autorisation d'embarquement est demandée à l'armateur est transmise à la BMT et le commandant de bord (48 heures avant la date d'arrivée du navire).

Le bon d'embarquement c'est le document qui va permettre d'entamer l'opération d'embarquement des TCs à bords du navire. (Annexe N° 08)

2.14. Sortie navire

Une fois les conteneurs sont acheminés vers le port de BEJAIA et l'entreprise chargé de la manutention portuaire embarque les conteneurs sur le navire désigné par la compagnie maritime justifier par un bon d'embarquement (Annexe N° 09), un email de sortie de navire est communiqué au service commodities pour qu'ils prennent en comptes l'heure de sortie du navire et le rassemblement de tous les documents liés à cette expédition (connaissance, certificat d'origine, certificat d'analyse).

A la sortie du navire, le service facturation procède au règlement des différentes charges liées à l'exportation, la sortie de la quantité expédiée sur un logiciel de comptabilité SAGE, suivie des attestations de rapatriement.

2.15. Préparation de la documentation nécessaire au client et sorti du navire.

Les documents contractuels préparés pour le client sont les suivants :

- La facture commerciale : est établie par le service TRADE à Alger pour entamer l'exécution du contrat ; elle devra obligatoirement domiciliée auprès de la banque de CEVITAL. (Annexe N° 01)
- Certificat d'origine : CEVITAL remplit une déclaration sur l'honneur genre d'un formulaire atteste sur l'origine de ses produits approuvées et signées par la chambre de commerce. (Annexe N°10) (Annexe N°11)
- Bill of lading (le connaissance) : c'est le document essentiel puisqu'il est à la fois un titre de propriété de la marchandise, et un contrat de transport et une preuve de chargement. (Annexe N0 12)
- Packing liste (la liste de colisage) : fiche technique des marchandises dans les conteneurs (leur poids, le nombre des TCs, le nombre de big bags). (Annexe N°13)

2.16. Rapatriement de fond et acquittement des droits de douane.

CEVITAL utilise lors de ses transactions commerciales internationales le crédit documentaire (Credoc). Cette technique étant sécurisé et très sûre, l'entreprise se retrouve couverte contre le risque de non-paiement du moment que l'entreprise importatrice (client) verse 70 % du montant à la confirmation de la commande de la marchandise et 30% à sa livraison. CEVITAL doit recevoir une attestation de rapatriement des fonds par la banque domiciliée sur la facture commercial (Annexe N° 14), ainsi l'acquittement des droits des douanes car CEVITAL paye ces droits de douane mensuellement à la caisse des douanes par un chèque et reçoit dans la contrepartie une quittance de droit de douane. (Annexe N° 15)

Section 03 : la logistique et l'environnement international aux seins de CEVITAL.

Par conséquent, la logistique a un caractère intersectoriel, elle repose sur la grande distribution, les services logistiques, les plateformes... etc, cette grande diversité, est associée à l'externalisation des entreprises dans le cadre d'une chaîne d'approvisionnement à plusieurs étapes, En amont et en aval de la production, cela concerne principalement l'approvisionnement, le conditionnement et la gestion des stocks.

Pour cela, la logistique doit répondre à la demande (organisation/rationalisation) et (gestion de la communication) dans le cadre d'une série d'activités liées aux opérations de la supply chain (entreposage, manutention, transport, production, transport).

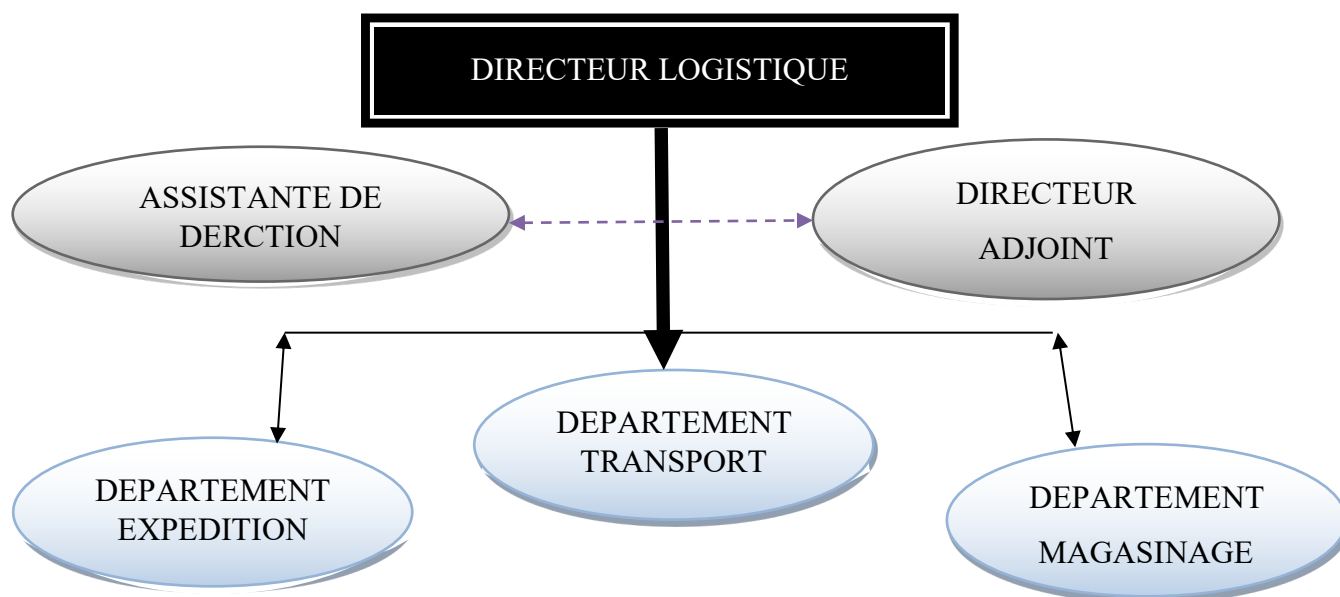
3.1 La logistique et le contrôle des Operations au sein de CEVITAL agroalimentaire.

Les opérations logistiques passent par plusieurs département et services, pas uniquement le service logistique, on peut dire donc c'est la coordination entre tous les départements.

Un bon système d'information doit être appliqué par toutes les directions afin d'assurer la bonne circulation de l'information, pour éviter la symétrie d'information, ce qui influence sur les délais de réception (retards) et d'exécution des taches.

La direction logistique est constituée de plusieurs départements, elle est liée avec le département de transport, la plateforme (le centre de l'activité logistique dans l'usine CEVITAL agroalimentaire) et le département planning, c'est la coordination entre les services qui intervient dans les opérations logistiques.

Schéma N°08 : L'organigramme logistique de l'entreprise CEVITAL.



Source : élaboré par nous-mêmes à partir des données fournées par l'entreprise.

3.2. La gestion des stocks au sien de CEVITAL.

Le complexe de toutes les entreprises compte des stocks consommables et des stocks de produits finis :

- **Magasin de pièce de rechange** : Ce magasin compte plus 41000 articles, il a pour objectif d'alimenter les ateliers de maintenance en différentes matières.

Il existe trois niveaux de stocks :

- Stock commandé : dit aussi stock livrable.
- Stock physique : c'est le stock existant.
- Stock théorique : il regroupe stock physique et le stock commandé.

- **Magasin des produits finis** : Le complexe CEVITAL possède des stocks de produits finis au sein de l'entreprise et des dépôts situés à l'extérieure (EDIPAL, ENAEB).

- **Les dépôts** : Pour éviter toute situation de pénurie et de même fidéliser sa clientèle en respectant les délais de livraison et réduire les coûts de transport, CEVITAL a opté pour mise en place de plusieurs dépôts situés dans différentes régions de pays.

3.3. Approvisionnement

Après avoir terminé les procédures d'achat au sein du complexe CEVITAL. Qui passe par différentes étapes qui consistent à :

- L'analyse de la stratégie de l'entreprise et définir la politique d'achat.
- Déterminer les zones d'enjeux, les risques, les contraintes liées aux achats.
- Consulter les besoins des différents services (maintenance, unité de production.).
- Programmer l'ensemble des besoins : matière première. Pièce de rechange.
- La recherche des fournisseurs est menée avec le plus grand soin afin de trouver le partenaire qui satisfait au mieux les intérêts de l'entreprise de l'acquisition aux meilleures conditions (qualité, prix, délais, logistique, quantité...)

Une fois le fournisseur sélectionné, l'entreprise CEVITAL établit un bon de commande conformément à la facture retenue.

Les approvisionneurs s'occupent de :

- Suivre des commandes ;
- Obtenir du fournisseur un accusé de réception du bon de commande ;
- La surveillance des délais de livraison en tenant compte des plannings ;

- La réception de la facture, celle-ci est soumise à un deuxième contrôle qui consiste à ce que les quantités doivent être conformes aux bons de commande et aux bons de Livraison ;
- La réception de la marchandise : toutes les marchandises et matériaux et matières première livrés au complexe, par moyen propre ou par des tiers, sont à faire réceptionnés par des personnes dument habilitées de la structure magasinage ;
- Soit par voie maritime : correspond aux matières premières, articles de conditionnement ainsi que les outils nécessaires pour le processus de production. ;
- Soit par voie routière : tout ce qui est produits locaux et produits semi-finis nécessaires pour d'autres produits ;

3.4. Les contraintes logistiques liées aux difficultés rencontrées par CEVITAL à l'exportation

La mauvaise circulation de l'information entre les différents directions (direction logistique- directions des approvisionnements - direction import-export), ce qui engendre des coûts logistiques supplémentaires, on prend l'exemple le cas suivant: la direction export prévient une nouvelle commande d'un client et cette commande n'existe pas, la direction export passe automatiquement l'information pour les directions concernés à cette opération (direction logistique, direction des stocks, les approvisionnements).

Donc ces directions vont préparer à cette nouvelle commande, et à la fin, elle toute est annulée, car cette commande n'existe pas, toutes ces préparations reviennent des coûts supplémentaires et aussi perte de temps.

La décentralisation des directions qui s'occupent de la fonction export, la direction logistique export est située à Bejaia et la direction TRADE à Alger, il n'y a pas un suivi direct sur le terrain. En effet. La structure de la supply chain qui n'est pas intégrée dans toutes ses fonctionnalités, donc elle n'est pas en mesure de faire face aux difficultés rencontrées sur le terrain par ses propres moyens, en plus la difficulté de trouver des espaces de stockage pour les conteneurs. La perturbation des chargements à l'export et à l'import encombré par le marché local, qui monopolise le quai d'embarquement, entraine des retards qui se traduisent par des pertes de temps et de coûts, donc il freine le rythme de l'entreprise à l'export. En fin, comme CEVITAL est le leader sur le marché national dans plusieurs produits, puisqu'il a pu couvrir les besoins de marché local, cette réalisation permet de se concentrer sur ses exportations.

Conclusion

Actuellement, CEVITAL exporte e sucre blanc, ce dernier passe par plusieurs étapes logistiques qui assurent le bon déroulement de la démarche d'exportation, afin de respecter les normes de coûts / délais, ce qu'il permet de réaliser ces échanges à l'international à moindre coût et aux délais planifiés et souhaités En effet, lors de notre visite sur le terrain, on a constaté que le tapis roulant qui relie entre la plateforme principale, les unités de production et les stocks (matière première, produit finie), facilite le déplacement de ces derniers, d'un côté supprimer la tâche de transport (la circulation des camions) et de l'autre côté facilité le déplacement des engins de manutention et les grands chariots élévateurs (chargés de déplacement des conteneurs) à l'intérieur de l'usine. Les données requises nous a permis d'avoir une idée claire sur les coûts liés aux différents maillons de la chaine logistique, identifier les leviers permettant une meilleure optimisation des opérations de réduction des coûts et comparer les deux options de transport maritime en conteneurs via ligne régulière et en conventionnel, aussi déduire le liens entre la quantité exportée du sucre blanc et les variables comme: emploi et matériel logistique, le coût de production d'une tonne du sucre et le nombre des boites utilisés lors de l'exportation. Au regard des résultats obtenus à l'issu de la modélisation de régression multiple, nous avons pu vérifier la relation entre les exportations du sucre blanc et les variables logistiques.

Ces dernières années, les entreprises ont dû faire face à une concurrence croissante sur les marchés locaux et internationaux, et leur maîtrise des processus logistiques leur permet d'assurer la maîtrise des commandes et de gagner la confiance de leurs clients une fois satisfaits.

Depuis le 21^{ème} siècle, ce dernier a connu un développement rapide. L'évolution du commerce international a poussé notre entreprise à rechercher des solutions aux défis du marché international. L'une des pistes les plus pertinentes est l'adoption d'une logistique efficace.

La maîtrise de la chaîne logistique permet à l'entreprise d'élargir la gamme de ses activités. Elle lui permet d'assurer aux moindres coûts la coordination de l'offre et la demande.

La supply chain regroupe tout le processus de produit, de l'achat de la matière première jusqu'à l'arrivée aux clients finaux, son transport, stockage, conditionnement, et sa distribution. L'intégration de ce concept dans toutes les fonctionnalités de l'entreprise est obligatoire afin de pouvoir contrôler et gérer les commandes des clientes, respecter les délais et de maîtriser les coûts de production.

L'Algérie n'est pas encore complètement ouverte au reste du monde, et le commerce extérieur est encore insuffisant pour soutenir son développement économique, elle doit donc s'intégrer dans le tissu économique mondial en mettant en œuvre des réformes économiques et financières visant à libéraliser le commerce extérieur. Cependant, cette évolution s'est accompagnée de quelques barrières à l'exportation et de la multiplication des différents intermédiaires impliqués dans cette dernière.

CEVITAL agroalimentaire est une entreprise moderne qui suit les nouvelles technologies, l'entreprise se concentre principalement sur l'amélioration continue dans tous les domaines, du mineur au majeur, déjà en mesure de répondre à 90% de la demande de produits agricoles sur le marché local.

Durant notre travail où on a essayé de voir l'importance de la logistique et sans implication dans les exportations de CEVITAL et son impact dans l'augmentation du volume des exportations. On a constaté que la logistique joue un rôle très important dans l'organisation des opérations d'exportations du sucre, elle assure le bon déroulement de la démarche d'exportation, dès la réception de la notice d'expédition qui est l'élément déclencheur de cette opération jusqu'à l'arrivée du sucre à son client, en lui contrôlant les délais de réception de la marchandise.

Après que CEVITAL se soit concentré sur les exportations de l'huile, elle a commencé à se diversifier davantage, en prenant également en charge l'augmentation de la teneur en sucre impliquant les clients. C Après la concentration du CEVITAL sur l'exportation de l'huile, elle a commencé à être plus diversifiées, elle s'est également occupée du sucre ce qu'a entraîné l'accroissement clientèle. Cette nouvelle situation a poussé l'entreprise à revoir sa structure pour pouvoir répondre aux nouvelles exigences du marché étranger.

La fonction export telle qu'elle était au sein de l'entreprise commençait à être insuffisante et insatisfaisante pour un marché étranger en plein extension. L'entreprise était obligée à créer une entité spécialisée qui s'occupera exclusivement du marché extérieur. La nouvelle structure export a été fragmentée en deux fonctions principales : commerciale et logistique. Ces deux dernières, sont complémentaires et indissociables, se sont des départements qui ont largement contribué à l'évolution des volumes des exportations.

Le département commercial est responsable de la recherche et de la négociation des contrats de vente. Le département logistique quant à lui a la lourde tâche de satisfaire toutes les exigences des clients conformément aux contrats négociés, en mettant à leur disposition la marchandise demandée, au moment demandé, dans la condition convenue et à la disposition prévue, et ce dès la sortie d'usine jusqu'à la livraison à destination. L'évolution des volumes d'exportation progressivement croissants, ainsi que la diversification des produits d'exportation, confirme le rôle indéniable de la logistique dans l'activité export de CEVITAL.

Aujourd'hui, la logistique est essentielle pour toute entreprise visant à s'internationaliser, cependant, bien que son efficacité soit reconnue par les plus grandes entreprises mondiales, sa mise en place et son suivi nécessitent des investissements importants, du personnel hautement qualifié et une attention soutenue, ce qui n'est pas donné à toutes les entreprises notamment les PME.

Ouvrage:

- ◆ Amelon.J-L et Cardebat.J-M, « les nouveaux défis de l'internationalisation : quel développement international pour l'entreprise après la crise », édition Boeck Université, Bruxelles, 2010.
- ◆ BOURDIEU, Pierre, *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, édition SEVIL, Paris.
- ◆ COLIN Jacques : *la logistique : histoire et perspective*, in. *Revue logistique et management*, Vol 4, N°02, 1996.
- ◆ Désir Loth, « *L'Essentiel des techniques du commerce international* », édition PUBLIBOOK, 2009.
- ◆ Destexhe C, « le contrat de vente international : pour les exportateurs non-juristes », Edipro, 2005.
- ◆ DONALDO DAILLY Moise : *la logistique et transport international de marchandises*, 1^{er} édition, l'harmattan,2013.
- ◆ GHEDIRA Khaled, « *logistique de la production : approche de modélisation et de résolution* », édition TECHNIP, 2006.
- ◆ ISABELLE Limoges « *le commerce international surpassez vos frontières* », L'univers du livre, 2006.
- ◆ Jean-Louis Amelon, Jean-Marie Cardebat : « *les nouveaux défis de l'internalisation* », de Boeck Supérieur, 16 avr.2010.
- ◆ Legrand GH, Martini H, « *Gestion des opérations import-export* », édition Dunod, Paris, 2008.
- ◆ Lue Bernet R, « *principes et techniques bancaire* », DUNOD, Paris, 2008.
- ◆ MEDAN Pierre, GRATACAP Anne : *logistique et supply chain management*, intégration collaboration et risques dans la chaine logistique globale, édition DUNOD, Paris 2008.
- ◆ MORANA : *de la supply chain management (SCM) : vers une Intégration des processus*, édition e-thèque, Paris, 2003.
- ◆ Peyler F, « *le transport routier des marchandises* », édition DUNOD, France, 1999.
- ◆ Philip KOTLER et alii, *MARKETING MANAGEMENT*, édition PERSON, 13^{eme} édition, France.

- ◆ PIMON Yves, « logistique : *production, distribution, soutien* », édition DUNOD, 3^{ème} édition, Paris, 2003, scribd.
- ◆ PIMOR Yves, FENDER Michel : *logistique, distribution, soutien*, 5^{ème} édition, DUNOD, Paris, 2005.
- ◆ RAINELLI Michel : *la nouvelle théorie de commerce international*, 3^{ème} édition, *découvert*, Paris 2003.
- ◆ RAINELLI Michel, *le commerce international*, 9^{ème} édition, la découverte, Paris.
- ◆ Ralph Lehmann et Al, « *maîtrise des risques à l'exportation* », Guide sur la gestion des risques à l'exportation, post Finance SA, édition 2013.
- ◆ Rémy le Moigne, *Supply Chain Management*, DUNOD, Paris, 2013.
- ◆ RIHANI Mohamed, *achat et vente à l'international*, scribd.
- ◆ Ulrike Mayrhofer : « *management stratégique* », édition Bréal, 2007.
- ◆ VANDAEL Michel, *recherche et application en marketing* Vol 1, No 2(juillet 1986).

Site internet :

- ◆ <https://etudeslogistiques.sergebillconsulting.com>
- ◆ <https://www.faq-logistique.com/Prestataire-4PL.htm>
- ◆ <http://logistique-pour-tous.fr/1pl-2pl-3pl-4pl-choisir.com>
- ◆ <https://www.petite-entreprise.net>
- ◆ <https://www.manager-go.com>
- ◆ <https://www.manager-go.com>
- ◆ <http://www.bsi-economics.org>
- ◆ <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/417/1/1/84667>
- ◆ www.algex.dz
- ◆ www.mincommerce.dz
- ◆ www.safex.com
- ◆ www.caci.dz
- ◆ www.anexal.com
- ◆ www.cagex.dz
- ◆ www.cagex.dz
- ◆ <http://www.Andi.dz>
- ◆ www.mincommerce.gov.dz

- ◆ www.fr.wikipedia.org
- ◆ www.insee.fr

Mémoire et thèses de doctorat :

- ◆ Bahri M, « *Les divers risques à l'exportation et les structures d'aide au Canada et en Tunisie* », Mémoire comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des P.M.E. et de leur environnement, Avril 2000.
- ◆ Jihénetouni, mondialisation pour la stimulation de la chaîne logistique globale dans un environnement de production PME mécatronique, thèse présentée pour obtenir le titre de docteur de l'université de Savoie.
- ◆ JULIENS François : planification des chaînes logistiques : *mondialisation du système décisionnel et performance*, thèse présentée à l'université bordeaux 1, pour obtenir le grade de docteur en spécialiste : production.
- ◆ M ABDELKADER, C BERNARD « *la logistique des produits alimentaire. Études de cas et d'un grand groupe distributeur* » encadré par MR LIQUET.
- ◆ Med Elkarchouni, Master Logistique Portuaire et Transport International, FSJES TANGER, sur l'externalisation logistique, scribd.
- ◆ Médéric Suon, Optimisation de la chaîne logistique internationale à horizon stratégique, Th.doc, Université Blaise Pascal-Clermont.
- ◆ MERZOUK Salah Eddine, problème de dimensionnement de lot et de livraison : application au cas d'une chaîne logistique, thèse pour l'obtention du grade de docteur en automatique et informatique, université de technologie de belfort, 2007.

Document :

- ◆ Document interne de CEVITAL

Autres documents :

- ◆ BIAMBA Nathalie, VOLTAT Sandrine : l'externalisation logistique, PDF.
- ◆ Cours de Mr. DIEMER Arnaud, IUFM d'auvergne, *économie d'entreprise*, partie 2 les fonctions l'entreprise.
- ◆ Cours sur la démarche d'exportation, Marketing Internationale – TSCI 2, partie 1, disponibles sur cloudfont.net.

BIBLIOGRAPHIE

- ◆ DIEMER Arnaud, IUFM d'ouvrage, économie d'entreprise, partie 2, les fonctions de l'entreprises PDF.
- ◆ Guide pratique de l'exportateur algerien.2021.
- ◆ Ministère du commerce, texte réglementaire régissant le fonds spécial pour la promotion des exportations direction de la promotion des exportations.
- ◆ Théorie du commerce international, scribd, PDF.

Table des matières

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des schémas

Liste des abréviations

Sommaire

Introduction générale.....	1
Chapitre I : Cadre conceptuel de la logistique.....	4
Section 01 : Concepts théoriques de la logistique.....	4
1.1. L'origine et l'évolution de la logistique.....	4
1.1.1. L'origine militaire de la logistique.....	4
1.1.2. L'évolution de la logistique.....	5
1.2. La logistique.....	7
1.2.1 Définition de la logistique.....	7
1.2.2. Les différents types de la logistique.....	8
1.2.3. Les objectifs de la fonction logistique.....	9
1.2.4. Le rôle de la logistique.....	10
1.2.5. Les enjeux de la logistique.....	10
Section 02 : L'externalisation de la fonction logistique.....	11
2.1. Définition de l'externalisation.....	11
2.2. L'externalisation stratégique.....	12
2.3. Les activités concernées par l'externalisation logistique.....	13
2.4. Les acteurs de la logistique externalisés.....	14
2.4.1. Les clients.....	14

2.4.2. Les prestataires logistiques.....	14
2.5. Les fondements de l'externalisation de la logistique.....	17
2.5.1. Les raisons pratiques.....	17
2.5.2. Les raisons d'externalisé sa logistique.....	18
2.6. Les principaux risques liés à l'externalisation logistique.....	18
2.6.1. Le risque de perte de contrôle.....	18
2.6.2. Le risque de la qualité.....	18
2.6.3. Les risque en termes de coût.....	19
2.6.4. Les risques liés aux ressources humaines.....	19
2.6.5. Le risque de perte de savoir-faire.....	19
2.7. Les avantages et les inconvénients de l'externalisation de la fonction logistique...20	
2.7.1. Avantages d'externalisation.....	20
2.7.2. Inconvénients d'externalisation.....	20
Section 03 : La chaine logistique et ces fonctions.....	21
3.1. La chaine logistique.....	21
3.1.1. Définition de la chaine logistique.....	22
3.1.2. Les apports de la mise en place d'une chaine logistique.....	23
3.1.3. Les caractéristiques de la chaine logistique.....	24
3.1.4. Le processus de la chaine logistique.....	25
3.1.5. Les enjeux de la chaine logistique.....	26
3.1.6. Les flux de la chaine logistique.....	27
3.2. Fonctions gérées par la logistique.....	29
3.2.1. La logistique d'approvisionnement.....	29
3.2.2. La logistique de production.....	29

3.2.3. La logistique de stockage.....	29
3.2.4. La logistique de distribution.....	30
3.2.5. La logistique inverse (retour).....	30
3.2.6. La logistique des transports.....	30
3.2.7. La logistique de soutien.....	30
Chapitre II : Cadre théorique sur les exportations.....	32
Section 01 : généralité sur les exportations.....	32
1.1. Présentation de l'activité d'exportation.....	32
1.1.1. Définition.....	32
1.2. Les principes formes d'exportation.....	33
1.2.1. L'exportation directe.....	33
1.2.2. L'exportation indirecte.....	33
1.2.3. L'exportation concertée.....	34
1.3. Les raisons d'internationalisation des entreprises.....	34
1.4. Les avantages et les risques liée à l'exportation.....	34
1.4.1. Les avantages.....	34
1.4.2. Les risques liés à l'activité d'exportation.....	35
Section 02 : La démarche et les procédures de l'activité d'exportation.....	38
2.1. La démarche d'exportation.....	38
2.1.1. Le diagnostic export.....	38
2.1.2. Identification et sélection des marchés cibles.....	38
2.1.3. Développer une stratégie marketing.....	38
2.1.4. Les études de marchés.....	39

2.1.5. L'objectif d'étude de marché.....	39
2.1.6 La prospection des marchés étranger.....	39
2.1.7. Les formes de la prospection.....	40
2.1.8. Les modes de prospection.....	40
2.1.9. Les objectifs de la prospection.....	40
2.2. Les procédures de l'activité d'exportation.....	41
2.2.1. Le contrat de la vente à l'international.....	41
2.2.2. Les clauses du contrat de vente à l'international.....	41
2.2.3. Les déférentes étapes de la formation du contrat.....	42
2.2.4. Le double effet translatif de la vente.....	43
2.2.5. La domiciliation bancaire.....	43
2.2.6. Les documents d'accompagnement à l'export.....	44
2.2.7. La procédure de dédouanement.....	45
Section 03 : Les échanges internationaux et le phénomène d'externalisation de la	
logistique.....	46
3.1. L'approche de l'externalisation logistique à travers les modèles théoriques.....	46
3.1.1. Théorie des coûts de transaction.....	46
3.1.2. La théorie de l'agence.....	46
3.1.3. La théorie de la ressource et des compétences.....	47
2.2. Approches théoriques du commerce international.....	48
2.2.1. Nouvelles théories du commerce international.....	48
3.3. La relation entre la chaine logistique les échanges internationaux.....	50
3.3.1. En termes de produit.....	50

3.3.2. En termes de coût.....	50
3.3.3. En termes de concurrence.....	50
3.3.4. En termes de transaction.....	51
3.3.5. En termes de risque.....	51
Chapitre III : Analyse du cadre d'exportation en Algérie.....	52
Section 01 : Analyse du cadre réglementaire et institutionnement.....	52
1.1. Les organismes de promotion des exportations hors hydrocarbure.....	52
1.1.1. L'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX).....	53
1.1.2. Le fonds spécial pour la promotion des exportations (FSPE).....	54
1.1.3. La société algérienne des foires et expositions (SAFEX).....	54
1.1.4. L'association nationale des exportateurs algériens (ANEXAL).....	55
1.1.5. Compagnies algériennes d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX).....	55
1.1.6. Le couloir vert	56
1.2. Les avantages donnés à l'exportateur algérien.....	56
1.2.1. Facilitations douanières.....	56
1.2.2. Facilitations bancaires.....	57
1.2.3. Assurance-crédit à l'exportation.....	57
1.2.4. Facilitations fiscales.....	57
1.2.5. Autres types de facilitations.....	58
Section 02 : L'évolution des exportations hors hydrocarbure et les principaux obstacles à leur croissance.....	58

2.1. L'impact des revenus pétroliers sur le développement de l'Algérie.....	58
2.2. L'évolution des exportations hors hydrocarbure ce début de troisième millénaire.....	59
2.3. Les obstacles au développement des exportations Algériennes hors hydrocarbure.....	62
Chapitre III : La fonction de la logistique de CEVITAL agro-alimentaire Bejaïa. Cas d'exportation du sucre blanc.....	65
Section 01 : Identification générale du groupe CEVITAL agroalimentaire Bejaïa.....	65
1.1. Présentation du groupe CEVITAL.....	65
1.2. Historique et évolution du groupe CEVITAL.....	65
1.3. Les chiffres clés CEVITAL.....	67
1.4. La vision du groupe CEVITAL.....	68
1.5. Situation géographique du groupe CEVITAL agroalimentaire Bejaïa.....	68
1.6. Les activités de CEVITAL et leur gamme de produit.....	69
1.6.1. Les activités de CEVITAL.....	69
1.6.2. Les gammes de produit.....	70
1.7. La structure et l'organisation du groupe CEVITAL.....	71
1.7.1. Illustration de quelques différentes directions de CEVITAL Bejaïa.....	72
1.7.2 La direction « supply chaine »	74
Section 02 : les étapes et la procédure d'exportation du sucre blanc cas : CEVITAL agroalimentaire Bejaïa.....	78
2.1. Trouver ou cibler un client.....	78

2.2. La négociation du contrat.....	78
2.3. L'établissement de la facture commerciale domicilié (viser par une banque).....	78
2.4. L'établissement de la notice.....	79
2.5. Programme export.....	79
2.6. Réservation des conteneurs et mise de leurs à disposition des TCs.....	80
2.7. Mise à disposition des TCs.....	80
2.8. Dépôt de demande d'autorisation empotage, scellement et mise à quai.....	80
2.9. L'empotage.....	80
2.10. L'opération de scellement des TCs.....	81
2.11. L'accomplissement des formalités douanières.....	81
2.12. La mise à quai des conteneurs TCs.....	82
2.13. L'embarquement des TCs.....	82
2.14. Sortie navire.....	83
2.15. Préparation de la documentation nécessaire au client et sorti du navire.....	83
2.16. Rapatriement de fond.....	83
Section 03 : la logistique et l'environnement international aux seins de CEVITAL.....	84
3.1 La logistique et le contrôle des Operations au sein de CEVITAL agroalimentaire...	84
3.2. La gestion des stocks au sien de CEVITAL.....	85
3.3. Approvisionnement.....	85
3.4. Les contraintes logistiques liées aux difficultés rencontrées par CEVITAL à l'exportation.....	86

Conclusion Générale.....88

Bibliographie

Annexes

21/01

Handwritten initials/signature

BEJ0105323

2

NOTICE OF EXPEDITION **SCWS21035/4** **Date: 16/12/2021**

Client: ANTEI International SA
Address : Rue Prévost-Martin 5
 1205 Geneva, Switzerland
Executed by: Hichem Lakel **Phone ext:** 301705

Commodities: White Refined Sugar
Specifications: Min 99.8 pol. Max 45 icu. Max 0.04 ashes Max 0.06 moist
Tonnage: 330 **Bag type:** BB
Total unit: 300 330,705 **Unit/20 FTx** 20
20 FT #: 15 **Tonnage/20 FT:** 22

Markings: Trilingual **Pallets:** Fumigated
Surveyors: SGS **Delivery:** Containers

Nomination date: 07/10/2021 **Shipment period:** Jan, 2022
Sailing week: Week 03 **Sailing incoterm:** CFR
POD: Valencia **Destination:** SPAIN
Shipping line: CMA-CGM **Vessel/Voyage:** TBN

Documentary instructions:

Type of Document	Entities	Original #	Copies #
Bill of Lading	CMA-CGM	3	4
C/O	CCI BEJAIA	1	4
Packing List including TC list +	Manufacturer	1	3
Phytosanitary Certificate	Manufacturer	1	1
Health Certificate	Manufacturer	1	1
* EXPORT CERTIFICATE	Manufacturer	1	1
Analysis Certificate	Manufacturer	1	1
NON GMO Certificate	Manufacturer	1	1
Heavy Metal Certificate	Manufacturer	1	1
Pesticide Certificate	Manufacturer	1	1
allergen certificate	Manufacturer	1	1
WQ&P	Manufacturer	1	1
Free days certificate	Manufacturer	1	1

Shipping instructions:

Goods description: 330,00 MT of White refined sugar, minimum 99.8 polarization, maximum 45 Icumsa, maximum 0.04 ashes, maximum 0.06 moisture.

B/L Marked: Freight prepaid
 Shipped on board
 Agent at destination
 21 Free days at destination

Shipper: Cevital Spa
Consignee: To Order
Notify:
ZUKAN, S.L.U.
C/ Magallanes, 182
P.I. La Estrella
30500 Molina de Segura (Murcia)
España
Tlf. +34 968 389 054
Contacto: Antonia Ruiz
Email: logisticaimportacion@zukan.es

Remark :

Consultation & modification : Yamina Khider

Handwritten notes: BL établi, COO établi, VAM (circled), and a large X mark.



BON DE MISE A DISPOSITION

N° 005353 /21

3

Cevital Agro Industrie
Nouveau Quai-Port de Béjaïa
T. : 034 20 20 00 / Fax: 034 21 27 73

Chauffeurs	Immatriculation	N° TC	Observations
PRIVE	05869595,06	TEMU	43845/3

Visa
chef du pointeur

Visa responsable
des opérations

Visa sécurité



4



DIRECTION TRANSIT, COMPLEXE AGROALIMENTAIRE DE BEJAIA
Sous-Port Quai Port de Bejaia, Bejaia, Algérie. Tél : +213 (0) 34 20 20 00 Fax : +213 (0) 34 22 07 52
E-mail : samir.ahmed@cevital.com - www.cevital.com - info@cevital.com

Réf : SCWS21035/04

Bejaia, le : 23/01/2022

A
L'aimable attention de Monsieur l'Inspecteur Principal
Des Brigades des Douanes de Bejaia.

Objet : Autorisation d'empotage et scellement sous douane de 15 conteneurs CNT de sucre alimentaire de 1100 Kg site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia et procéder à leurs mises à quai, à destination de VALENCE /SPAIN.

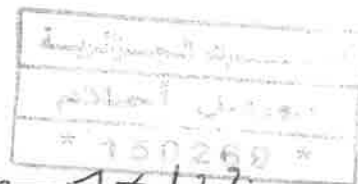
Monsieur ;

Nous avons l'honneur de vous demander de bien vouloir nous autoriser l'empotage, scellement et mise à quai sous douane de 15 TC 20' Dry sur site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia et de les mettre à quai.

TCS N° en liste ci-jointe :

Scellés N° en liste ci-jointe.

*Vu empoté et scellé
15 TCS en sucre BLANC 78/22
en présence du déclarant
N° 3524/20 800010*



Comptant sur votre habituelle collaboration,
Veuillez, agréer, Monsieur l'Inspecteur Principal, l'expression de nos salutations.

DRG Q. VERDOU.

*De la direction générale de la B&C
Commerciale et surveillance, en
présence d'un agent*

DOUANE

*Le 23.01.22.
LIPB - PII
JK - Abbas.*

Le Département Export



Siège Alger :

CONTRAT SCWS21035/04

Order	Container NR
1	CMAU0594252
2	CMAU3156096
3	CMAU3214150
4	CMAU3226526
5	CMAU3268584
6	CMAU3293843
7	FCIU3844108
8	IPXU3913580
9	TCLU7370560
10	TEMU0986655
11	TEMU1138453
12	TEMU1277206
13	TGCU0051054
14	TLLU2728542
15	TLLU2738005

N° Scelés
0851
0852
0853
0854
0855
0856
0857
0858
0859
0860
0861
0862
0863
0864
0865

المستند رقم 21035/04 - 2021



Réf : SCWS21035/04

Bejaia, le : 23/01/2022

A

**MONSIEUR LE COMMISSAIRE DE là
BPFM DU PORT DE BEJAIA**

Objet : Autorisation de mise à quai de 15 conteneurs CN1 de sucre alimentaire empotés sur site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia.

Monsieur ;

Nous avons l'honneur de vous demander de bien vouloir nous autoriser la mise à quai de 15 TC 20' Dry empotés sur site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia.

TC N° en liste ci-joint :

Comptant sur votre habituelle collaboration,

Veuillez agréer, Monsieur le commissaire, l'expression de nos salutations.

AVIS de la BPFM



Le Département Export



Siège Alger :

✉ : Ilôt N°6 – ZHUN GARIDI II Kouba/ ALGER - Code Postal : 16000 - ALGERIE.

☎ : 00.213(0) 21.56.38.02 /80/90-56.37.10/56.37.80 / 📠 : 00.213(0)21.56.38.24/56.37.55/56.38.20/56.38.14

CONTRAT SCWS21035/04

Order	Container NR	
1	CMAU0594252	X
2	CMAU3156096	X
3	CMAU3214150	X
4	CMAU3226526	X
5	CMAU3268584	X
6	CMAU3293843	X
7	FCIU3844108	X
8	IPXU3913580	X
9	TCLU7370560	X
10	TEMU0986655	X
11	TEMU1138453	X
12	TEMU1277206	X
13	TGCU0051054	X
14	TLLU2728542	X
15	TLLU2738005	X

N° Scelés	
0851	04
0852	05
0853	01
0854	M
0855	10
0856	15
0857	03
0858	13
0859	09
0860	A4
0861	12
0862	06
0863	07
0864	08
0865	02

OK



1 DECLARATION CODE 1101		2 LIBELLE EXPORTATION DE...		3 FEUILLET 0001		4 total / articles 0001		EXEMPLAIRE DECLARANT							
7 IMPORTATEUR / EXPORTATEUR REEL SPA-CEVITAL NOUVEAU PORT DE BEJAIA S.A.								5 ENREGISTREMENT N° 2022-001193 (VALIDITE) DATE - HEURE 2022-01-20 13:32 CODE - BUREAU 79 BEJAIA-PORT							
10 FOURNISSEUR / DESTINATAIRE REEL ANTIP INTERNATIONAL SA SUB PRYVOST-MARTIN 5 1205 GENÈVE								11 TYPE D'OPERATION		12 FINANCEMENT		13 CANCELLY		14 FACTURE	
20 PAYS ACHAT VENTE CODE 502		21 PAYS DEST. DEF. CODE 525		22 RELAT. VENTE / ACHAT		23 COEF. AJUST.		24 SOLDE AUTRES ELEMENTS ET (P.T.F.F.)		25 TAUX DE CHANGE 7.59.66960		26 DOMICILIATION BANCAIRE			
28 DECLARANT CEVITAL SPA BEJAIA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA 06000				29 N° AGREEMENT 1999/771014		30 LIC-REF 50		31 Valeur en DA		32 N° DOCUMENT		33 LIQUE SOMME DATE			
ARTICLE N° 0001 Autres sucres blancs 5 POS CNT SUCRE BLANC EN BAG BAGS				37 REGIME FISCAL 028		38 ORIGINE 1707941000		39 CODE STATISTIQUE		40 POIDS NET 330000.00		41 QUANT. COMPLE 330000			
ARTICLE N° DESIGNATION DES MARCHANDISES (NOMME, NATURE, MARQUE, N° CONTAINER ET N° DES COLIS)				37 REGIME FISCAL		38 ORIGINE		39 CODE STATISTIQUE		40 POIDS NET		41 QUANT. COMPLE			
PIECES JOINTES :				47 LIEUX D'UTILISATION OU D'ENTREPOSAGE DES MARCHANDISES ADMISES SOUS LE COUVERT D'UN REGIME SUSPENSIF				48 DELAI		49 TAUX SUBP		50 MONNAIE PLUS-VALUE MONTANT			
56 CODE N° DECL. REGIME DOUANIER PRECEDENT DATE CODE				57 MONTANT CAUTION :				58 MONTANT REMISE :							
59 CODE TAXE				60 QUOTITE				61 ABSIETTE				62 MONTANT			
63 CODE TAXE				64 QUOTITE				65 ABSIETTE				66 MONTANT			
8 MODE DE PAIEMENT COMPTANT CONSIGN ENCA. PAYER N° CREDIT 60,00 1.500,00				80 TRANSIT / SCELLEMENTS APOSES NOMBRE MARQUES DATE (LIMITE) BUR.FRONT BUR.DEST				81 AUTORISE PAR : N° : DU : OBSERVATIONS EXPORTATION G. O. B. A. I. ENGAGEMENTS SOUSCRITS A. Je soussigné, edicte sous les peines de droit mettre sous le présent regime douanier les marchandises décrites dans cette déclaration.							
82 QUITTANCE CONSIGNATION N° : DU : 83 QUITTANCE PENALITES N° : DU :				84 QUITTANCE PENALITES N° : DU :				85 MONTANT CAUTION : 86 MONTANT REMISE :							
87 CONSIGNATION PENALITES				88 SIGNATURE EN CAISSER				89							



Souad MOU... Chargé
Transit & Dédouanement

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

DOUANES ALGERIENNES

ENGAGEMENTS

S.I.G.A.D

LIQUIDATION

LIQUIDATION REGAR TATIVE.

BON A ENLEVER

DJOUHRA MOUL
(CIRCUIT ROUGE)



00000 BEJAIA-PORT

1100

2022 /001193

2022-01-20
1332

2022-01-24 09:24
1330

SPA CEVITAL
Nouveau Port De Bejaia Cne

1999/771014 CEVITAL SPA BEJAIA
NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA

000000

000/00

300 COLIS

LIEU D'EMMAGASINAGE :

PAIEMENT EN IMMEDIAT

CMA CGM - ALGERIE



Siège Social : Quartier des Affaires Bab-Ezzouar - C.P. 16024 - Alger.
 Agence Annaba : 9, Avenue de l'ALN Centre d'Affaires Djaouhara 23000 - Annaba.
 Agence Béjaia : Cité SOMACOB, bloc B 2e étage, Zone Industrielle 06000 - Béjaia.
 Agence d'Oran : 25, Rue Zougai Ali Hai Tafna - Bel Air - Oran.
 Agence Skikda : Rue Brahim Maiza (ex. ilot des Chevres) - Skikda.

Agence de : BEJAIA
 Remis par : CMA CGM
 Pour compte de : CMA CGM
 Pour être chargé sur : SEA TRADE
 A destination de : ESPAGNE

N° 040164

Scws 21.03.14

**CHARGEUR
 DECLARATION
 D'EXPEDITION**

Aux clauses et conditions des connaissements de l'armement maritime dont le chargeur déclare avoir pris connaissance et qu'il accepte.

Marques	Numéros	Nbre	Nature des Colis et Contenu	Long.	Largeur	Hauteur	Cubage	Poids	Valeur Observation ou Réserves
			Dilling 1193						330 Tm



Cette déclaration, signée par le chargeur, doit être remise à la société avant tout dépôt de marchandises à quai

Les marchandises sont remises aux conditions indiquées au verso que les chargeurs déclarent accepter.

UNE DECLARATION PAR CONNAISSEMENT



BEJAIA 13.04.22

Signature du Chargeur
 Nouveau Quai d'Oran - Béjaia
**DIRECTION
 TRANSIT**
**DEPARTEMENT
 EXPORT**
 -1-
 Tel / Fax: 034 22 80 56
 Refinerie d'Huile, Sucre et Margarine

CONTRAT N° SCWS21035/4

1	CMAU0594252
2	CMAU3156096
3	CMAU3214150
4	CMAU3226526
5	CMAU3268584
6	CMAU3293843
7	FCIU3844108
8	IPXU3913580
9	TCLU7370560
10	TEMU0986655
11	TEMU1138453
12	TEMU1277206
13	TGCU0051054
14	TLLU2728542
15	TLLU2738005





25/04

BON DE MISE A QUAI N° 002213 / 21

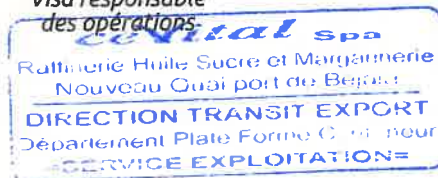
Cevital Agro Industrie
Nouveau Quai-Port de Béjaïa
Tél.: 034 20 20 00 / Fax: 034 21 27 73

23.01.22

Chauffeurs	Immatriculation	N° TC	Observations
PRIVÉ	09218.	TEMA	113845.3.
	586.06		

Visa
chef du pointeur

Visa responsable
des opérations



Visa sécurité

23 JAN. 2022



DIRECTION COMMERCIALE COMPLEXE AGROALIMENTAIRE DE BEJAIA
 Nouveau Quai Port de Béjaia, Béjaia, Algérie. Tél : +213.(0) 34.20.20 00 Fax : +213.(0)34.22.80.56
 Chef Service Back Office nadia.cherchari@cevital.com

Bejaia, le 30/01/2022

DECLARATION SUR L'HONNEUR

Nous soussignés SPA CEVITAL, déclarant sur l'honneur que la marchandise objet de la facture N° SCWS21035/4 et qui consiste en l'export de 330 tonnes de sucre blanc, à destination de L'ESPAGNE est d'origine Algérienne.

Le taux d'intégration est à plus de 40%

HS CODE : 1701991900

Cette présente déclaration est faite pour servir et valoir ce que de droit.

Le Département Export



Siège Alger :

✉ : Ilôt N°6 – ZHUN GARIDI II Kouba/ ALGER - Code Postal : 16000 - ALGERIE.





☎ : 00.213(0) 21.56.38.02 /80/90-56.37.10/56.37.80 / 📠 : 00.213(0)21.56.38.24/56.37.55/56.38.20/56.38.14



Certificat d'origine / Certificate of origin


1. Expéditeur (nom, adresse, pays) /Consignor / المرسل CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA	2. Producteur (nom, adresse, pays) / Producer/ المنتج CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA
3. Destinataire (nom, adresse, pays)/ consignee /إليه المرسل ZUKAN, S.L.U. C/ MAGALLANES, 182 P.I. LA ESTRELLA 30500 MOLINA DE SEGURA (MURCIA) ESPANA TLF. +34 968 389 054 CONTACTO: ANTONIA RUIZ EMAIL: LOGISTICAIMPORTACION@ZUKAN.ES EMAIL: SGT-IMPORT@SUGARGLOBALTRADING.COM	4. Pays d'origine/ Country of origin / بلد المنشأ BEJAIA / ALGERIA
5. Détails de transport / Transport details/ تفاصيل الشحن EXPEDITION BY SEA	6. Remarques/ Remarks / ملاحظات

7. وصف السلع ; العلامة التجارية، عدد و نوع و أرقام الطرود. N° d'ordre ; marques, numéros, nombre et nature des colis ; désignation des marchandises Item number; marks, numbers, numbers and kinds of packages; description of goods 330 MT of White refined Sugar Minimum 99,8 polarization, maximum 45 Icumsa , maximum 0,04% ashe, maximum 0,06% moisture. NUMBER OF CONTAINERS: 15 22M/T Per Container Gross weight: 330.705 M/T Net weight: 330.000 M/T Number of Bags: 300	8. الوزن أو الكمية. Poids brut ou quantité weight or quantity 330 705.00 Kg	9. رقم و تاريخ الفاتورة. N° et date de la facture/ Invoice' snumberan d date SCWS21035/4
--	---	--

10. تصديق الغرفة الجزائرية للتجارة و الصناعة. Certificat de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie / Certificate of the Algerian Chamber of Commerce & Industry   30 JAN. 2022 التاريخ و التوقيع / Date et signature/	11. Déclaration de l'exportateur / Exporter declaration / تصريح المصدر / Le soussigné déclare que/ The undersigned declare that أن الموقع أدناه أن التفاصيل والمعلومات الواردة أعلاه صحيحة، أن كل السلع أنتجت في: les mentions et indications ci-dessus sont exactes, que toutes ces marchandises ont été produites en/ the particulars and information above is accurate, that all these goods were produced in: ALGERIA (Pays/country / البلد) موجهة للتصدير نحو Et destinées à être exportées vers/ And intended to be exported to SPAIN (Pays/country / البلد) المكان والتاريخ، توقيع المصريح Lieu et date, signature du signataire habilité/ Place and date, signature of authorized signatory BEJAIA LE : 21/01/2022  Siham AIDOU Chargé Documentation 
---	---

12

SHIPPER CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA. BEJAIA ALGERIA	ORIGINAL BILL OF LADING	VOYAGE NUMBER 2RS6ON1MA
		BILL OF LADING NUMBER BEJ0105323

CONSIGNEE TO ORDER	EXPORT REFERENCES
NOTIFY PARTY, Carrier not to be responsible for failure to notify ZUKAN, S.L.U.C/ MAGALLANES, 182 P.I. LA ESTRELLA-30500 MOLINA DE SEGURA (MURCIA) - ESPAÑA TLF.+34968389054 CONTACTO:ANTONIA RUIZ EMAIL:LOGISTICAIMPORTACION@ZUKAN.ES	 CARRIER: CMA CGM Société Anonyme au Capital de 234 988 330 Euros Head Office: 4, quai d'Arenç - 13002 Marseille - France Tel: (33) 4 88 91 90 00 - Fax: (33) 4 88 91 90 95 562 024 422 R.C.S. Marseille

PRE CARRIAGE BY*	PLACE OF RECEIPT*	FREIGHT TO BE PAID AT	NUMBER OF ORIGINAL BILLS OF LADING
	BEJAIA		THREE (3)
VESSEL	PORT OF LOADING	PORT OF DISCHARGE	FINAL PLACE OF DELIVERY*
SEATRADE RED	BEJAIA	VALENCIA	

MARKS AND NOS CONTAINER AND SEALS	NO AND KIND OF PACKAGES	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS AS STATED BY SHIPPER SHIPPER'S LOAD STOW AND COUNT SAID TO CONTAIN	GROSS WEIGHT CARGO	TARE	MEASUREMENT
		15x20' STC: 330 MT of White Refined Sugar MIN 99.8 POLARIZATION. MAX 45 ICUMSA. MAX 0.04 ASHES MAX 0.06 MOISTURE. Number of Bags: 300 Number of Containers: 15 GROSS Weight: 330.705 MT NET Weight: 330.000 MT *EMAIL: SGT_IMPORT@SUGARGLOBALTRADING.COM			
CMAU0594252 SEAL 0853	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
CMAU3156096 SEAL 0865	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
CMAU3214150 SEAL 0857	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000

Continued on Next Sheet Sheet 1 of 3
ABOVE PARTICULARS DECLARED BY SHIPPER. CARRIER NOT RESPONSIBLE.


ADDITIONAL CLAUSES	
<p>4. Cargo at port is at merchant risk, expenses and responsibility</p> <p>5. FCL</p> <p>77. THC at destination payable by Merchant as per line/port tariff</p> <p>194. For the purpose of the present carriage, clause 14(2) shall exclude the application of the York/Antwerp rules, 2004.</p> <p>202. Demurrage and detention shall be calculated and paid as per general tariff available on the web site www.cma-cgm.com, or in any of CMA CGM agency. However if special free time conditions are granted, then rates applicable as per general tariff grid shall start from the day following the last free day.</p> <p>216. Mis-declaration of cargo weight endangers crew, port workers and vessels' safety. Your cargo may be weighed at any place and time of carriage and any mis-declaration will expose you to claims for all losses, expenses or damages whatsoever resulting thereof and be subject to freight surcharge.</p> <p>225. The shipper acknowledges that the Carrier may carry the goods identified in this bill of lading on the deck of any vessel and in taking remittance of this bill of lading the Merchant (including the shipper, the</p>	<p>consignee and the holder of the bill of lading, as the case may be) confirms his express acceptance of all the terms and conditions of this bill of lading and expressly confirms his unconditional and irrevocable consent to the possible carriage of the goods on the deck of any vessel.</p> <p>274. The Merchant is responsible for returning any empty container, with interior clean, free of any dangerous goods placards, labels or markings, at the designated place, and within 60 days following to the date of release, failing which the container shall be construed as lost. The Merchant shall be liable to indemnify the Carrier for any loss or expense whatsoever arising out of the foregoing, including but not limited to liquidated damages equivalent to the sound market value - or the depreciated value due by the Carrier to a container lessor. The Carrier is entitled to collect a deposit from the Merchant at the time of release of the container which shall be remitted as security for payment of any sums due to the Carrier, in particular for payment of all detention and demurrage and/or container indemnity as referred above.</p> <p>343. In the event that this Bill of Lading is a Paperless Bill of Lading, it shall be governed by the Terms and Conditions available on the CMA CGM website (https://www.cma-cgm.com/products-services/shipping-guide/bl-clauses) which the Merchant has read and accepted. The delivery of the cargo carried under a Paperless Bill of Lading shall be made to the Consignee after the Paperless Bill of Lading</p>

RECEIVED by the carrier from the shipper in apparent good order and condition (unless otherwise noted herein) the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated above stated by the shipper to comprise the cargo specified above for transportation subject to all the terms hereof (including the terms on page one) from the place of receipt or the port of loading, whichever is applicable, to the port of discharge or the place of delivery, whichever is applicable. Delivery of the Goods will only be made on payment of all Freight and charges. On presentation of this document (duly endorsed) to the Carrier, by or on behalf of the holder, the rights and liabilities arising in accordance with the terms hereof shall (without prejudice to any rule of common law or statutes rendering them binding upon the shipper, holder and carrier) become binding in all respects between the Carrier and Holder as though the contract contained herein or evidenced hereby had been made between them.

All claims and actions arising between the Carrier and the Merchant in relation with the contract of Carriage evidenced by this Bill of Lading shall exclusively be brought before the Tribunal de Commerce de Marseille and no other Court shall have jurisdiction with regards to any such claim or action. Notwithstanding the above, the Carrier is also entitled to bring the claim or action before the Court of the place where the defendant has his registered office.

In witness whereof three (3) original Bills of Lading, unless otherwise stated above, have been issued, one of which being accomplished, the others to be void.

(OTHER TERMS AND CONDITIONS OF THE CONTRACT ON PAGE ONE)

PLACE AND DATE OF ISSUE	BEJAIA	31 JAN 2022	SIGNED FOR THE CARRIER CMA CGM S.A. BY CMA CGM ALGERIE/BEJAIA as agents for the carrier CMA CGM S. A.
SIGNED FOR THE SHIPPER *APPLICABLE ONLY WHEN THIS DOCUMENT IS USED AS A COMBINED TRANSPORT BILL OF LADING			



ORIGINAL
BILL OF LADING

VOYAGE NUMBER
2RS6ON1MA
BILL OF LADING NUMBER
BEJ0105323

PRE CARRIAGE BY*	PLACE OF RECEIPT*	FREIGHT TO BE PAID AT	NUMBER OF ORIGINAL BILLS OF LADING		
		BEJAIA	THREE (3)		
VESSEL	PORT OF LOADING	PORT OF DISCHARGE	FINAL PLACE OF DELIVERY*		
SEATRADE RED	BEJAIA	VALENCIA			
MARKS AND NOS CONTAINER AND SEALS	NO AND KIND OF PACKAGES	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS AS STATED BY SHIPPER SHIPPER'S LOAD STOW AND COUNT SAID TO CONTAIN	GROSS WEIGHT CARGO	TARE	MEASUREMENT

CMAU3226526 SEAL 0851	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
CMAU3268584 SEAL 0852	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
CMAU3293843 SEAL 0862	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
FCIU3844108 SEAL 0863	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
IPXU3913580 SEAL 0864	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
TCLU7370561 SEAL 0859	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
TEMU0986655 SEAL 0855	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
TEMU1138453 SEAL 0854	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
TEMU1277206 SEAL 0861	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
TGCU0051054 SEAL 0858	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
TLLU2728542 SEAL 0860	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000
TLLU2738005 SEAL 0856	1 x 20ST	20 BAGS	22047.000	2200	25.000

Freight Prepaid

Continued From Previous Sheet Sheet 2 of 3
ABOVE PARTICULARS DECLARED BY SHIPPER. CARRIER NOT RESPONSIBLE.

ADDITIONAL CLAUSES

has been surrendered to the Carrier on the eBusiness platform and after payment of any outstanding Freight and charges.

358. Following the exceptional measures adopted by various governments in relation with the outbreak of COVID-19 virus and the operational constraints resulting thereof, the Merchants are hereby notified that the carriage of cargo may be disrupted or delayed. Cargo may not be loaded on the intended vessel and may be on forwarded to the port of destination on any alternative vessel at Carrier's sole discretion. Furthermore in case of disruption of ports' operations, the cargo may be discharged in an alternative port without notice and - subject to availability - be on forwarded to the original intended port of destination. Carrier reserve its rights to accomplish the bill of lading in any alternative port. All additional costs, including but not limited to storage, demurrage, plugging, monitoring at the alternative discharge port or extra on forwarding costs, shall be on Merchant's account and payable before delivery and the carrier shall have no liability whatsoever for any loss or damage resulting thereof

362. Merchant's attention is drawn on the strike currently affecting the port of Bejaia. These events may prevent/delay the gate-in of containers or prevent/delay the loading of the containers on board and Carrier hereby remind that the terms and conditions of clause 10 - Matters Affecting Performance - and that

export demurrage tariff will remain fully applicable. All additional costs, including but not limited to storage and terminal handling charges, and all export demurrage charges, shall be for Merchant's account and payable prior to loading. Carrier shall not be liable for any delay or suspension in the carriage.

366. The Merchant warrants that the particulars relating to the Goods have been checked and that such particulars are adequate and correct. In case of failure of the Merchant to comply with such warranty, the Carrier shall be entitled to charge the Merchant at any time an amount of USD 2,000 per Container or Goods (for non-containerized cargo) as processing and administrative fees. This fee shall also be applicable in case of discrepancy between the Verified Gross Mass (VGM) sent to the Carrier, or the weight declared to the Carrier (for non-containerized cargo), and the weight declared by the Shipper in his shipping instruction or otherwise weighted during the Carriage.

372. Merchant consents to the Carrier sharing information and data contained in the Bill of Lading and/or related to the performance of the Carriage of the Goods with third parties, including but not limited to digital supply chain platforms.

PLACE AND DATE OF ISSUE	BEJAIA	31 JAN 2022	SIGNED FOR THE CARRIER CMA CGM S.A. Commercial BY CMA CGM ALGERIE/BEJAIA as agents for the carrier CMA CGM S.A.
SIGNED FOR THE SHIPPER *APPLICABLE ONLY WHEN THIS DOCUMENT IS USED AS A COMBINED TRANSPORT BILL OF LADING			





ORIGINAL BILL OF LADING

VOYAGE NUMBER
2RS6ON1MA
BILL OF LADING NUMBER
BEJ0105323

PRE CARRIAGE BY*	PLACE OF RECEIPT*	FREIGHT TO BE PAID AT	NUMBER OF ORIGINAL BILLS OF LADING		
		BEJAIA	THREE (3)		
VESSEL	PORT OF LOADING	PORT OF DISCHARGE	FINAL PLACE OF DELIVERY*		
SEATRADE RED	BEJAIA	VALENCIA			
MARKS AND NOS CONTAINER AND SEALS	NO AND KIND OF PACKAGES	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS AS STATED BY SHIPPER SHIPPER'S LOAD STOW AND COUNT SAID TO CONTAIN	GROSS WEIGHT CARGO	TARE	MEASUREMENT

DISCHARGE PORT AGENT:
CMA CGM IBERICA S.A.U.
C MENORCA 19
PLANTA 7 OFICINA 1 & 2

VALENCIA
SPAIN

Shipped on Board SEATRADE RED 31-JAN-2022 CMA CGM BEJAIA As
agents for the Carrier

Weight in Kgs Total: 15 CONTAINER(S) Continued From Previous Sheet Sheet 3 of 3 330705.000 33000 375.000
ABOVE PARTICULARS DECLARED BY SHIPPER. CARRIER NOT RESPONSIBLE.



PLACE AND DATE OF ISSUE BEJAIA 31 JAN 2022

SIGNED FOR THE CARRIER CMA CGM S.A.
BY CMA CGM ALGERIE/BEJAIA
as agents for the carrier CMA CGM S. A.

SIGNED FOR THE SHIPPER
*APPLICABLE ONLY WHEN THIS DOCUMENT IS USED AS A COMBINED
TRANSPORT BILL OF LADING

PACKING LIST

Date: January 21th, 2022

Vessel : MV/ SEATRADE RED - 2RS6ON1MA

Load Port: Bejaia Port

Discharging Port: VALENCIA - SPAIN

Notify: ZUKAN, S.L.U.

C/ MAGALLANES, 182

P.I. LA ESTRELLA

30500 MOLINA DE SEGURA (MURCIA)

ESPANA

TLF. +34 968 389 054

CONTACTO: ANTONIA RUIZ

EMAIL: LOGISTICAIMPORTACION@ZUKAN.ES

EMAIL: SGT-IMPORT@SUGARGLOBALTRADING.COM

Cargo description:

- 300 Bags of White Refined Sugar / Gross weight 1102.35 kgs– Net weight 1100.00 kgs loaded in 15 x 20' containers

The quantity of the cargo shipped / loaded is:

- Net weight: 330 000.00 KG.
- Gross weight: 330 705.00 KG.

CEVITAL Spa,



Cevital Spa

☒ Ilot D n° 6 Zhun Garidi II - Alger

☎ + 213 23.56.38.02/10 - 📠 +213 23.56.38.20

CONTAINER LIST ATTACHED TO PACKING LIST.CONTRAT SCWS21035/4

N°	Container NR	Type	Bags	Net weight	Gross weight	Batch nbre
1	CMAU0594252	20'	20	22 000,00	22 047,00	220120E
2	CMAU3156096	20'	20	22 000,00	22 047,00	220120E
3	CMAU3214150	20'	20	22 000,00	22 047,00	220121E
4	CMAU3226526	20'	20	22 000,00	22 047,00	220121E
5	CMAU3268584	20'	20	22 000,00	22 047,00	220120E
6	CMAU3293843	20'	20	22 000,00	22 047,00	220120E
7	FCIU3844108	20'	20	22 000,00	22 047,00	220120E
8	IPXU3913580	20'	20	22 000,00	22 047,00	220120E
9	TCLU7370561	20'	20	22 000,00	22 047,00	220120E
10	TEMU0986655	20'	20	22 000,00	22 047,00	220121E
11	TEMU1138453	20'	20	22 000,00	22 047,00	220120E
12	TEMU1277206	20'	20	22 000,00	22 047,00	220120E
13	TGCU0051054	20'	20	22 000,00	22 047,00	220121E
14	TLLU2728542	20'	20	22 000,00	22 047,00	220120E
15	TLLU2738005	20'	20	22 000,00	22 047,00	220121E
TOTAL			300	330 000,00	330 705,00	



REP 315
011: 6058

Alger le, 06/11/2019

Ref: 2118 /019

ATTESTATION DE RAPATRIEMENT

Nous soussignés, THE HOUSING BANK FOR TRADE AND FINANCE sise au 16 rue Ahmed Ouaked Dély Brahim Alger, certifions par la présente que la facture N° SCWS 2019/04 du 04/04/2019 établie par SPA CEVITAL domiciliée auprès de nos guichets sous le numéro 15247.2019.2019.CT.00041.USD d'un montant de USD 1000000.00 a fait l'objet d'un rapatriement de USD 1000000.00 en date du 24/10/2019.

Cette attestation est délivrée pour servir et faire valoir ce que de droit.

Mme. MEKDAD Wahiba
Chargée des Opérations
Commerce Extérieur Principale

CHAOU Mohamed
Chef de Service
Commerce Extérieur

Wahiba

BEJAIA-PORT

003603 28/02/2022

D & T
IMMEDIAT

1100 001193 20-01-2022

CEVITAL SPA BEJAIA
SPA CEVITAL

C.BANK SDL 9578692 21/02/2022 3570,00

الجمارك الجزائرية
وارن حسين
0700.502

D.U 10,00
RPS 1.500,00
RUS 60,00

T.E.L 2.000,00

,00 3.570,00

TROIS MILLES
CINQ CENT SOIXANTE DIX DINARS

*****3.570,00

Résumé

L'objectif de notre mémoire est d'étudier l'importance de la fonction logistique dans les activités d'exportation. La logistique devient de plus en plus importante pour les entreprises afin de mieux organiser les différentes opérations d'expédition de leurs marchandises à l'échelle mondiale, sans contraintes, cela améliore le service rendu aux clients et réduit les transports liés. Le coût de livraison des produits depuis l'usine au magasin linéaire joue un rôle important, la logistique est donc une fonction essentielle pour une entreprise si elle veut rester compétitive. Lors de notre stage chez CEVITAL-agro, nous avons pu constater que la réussite de l'activité export nécessite plusieurs paramètres : matériels, moyens financiers et humains et la combinaison entre différents services lors de l'exportation.

Mots clés : exportation, logistique, CEVITAL.

Summary

The objective of our dissertation is to study the importance of the logistics function in export activities. Logistics is becoming more and more important for companies in order to better organize the various shipping operations of their goods on a global scale, without constraints, this improves the service provided to customers and reduces related transport. The cost of delivery of products from the factory to the linear store plays an important role, so logistics is an essential function for a company if it wants to remain competitive. During our internship at CEVITAL-agro, we were able to observe that the success of the export activity requires several parameters: materials, financial and human resources and the combination of different services during export.

Keywords : export, logistics, CEVITAL.

المخلص

الهدف من رسالتنا هو دراسة أهمية الوظيفة اللوجستية في أنشطة التصدير. أصبحت الخدمات اللوجستية أكثر أهمية للشركات من أجل تنظيم عمليات الشحن المختلفة لبضائعها بشكل أفضل على نطاق عالمي، دون قيود، وهذا يحسن الخدمة المقدمة للعملاء ويقلل من النقل ذي الصلة. تكلفة توصيل المنتجات من المصنع إلى يلعب المتجر الخطي دورًا مهمًا، لذا فإن الخدمات اللوجستية هي وظيفة أساسية للشركة إذا أرادت أن تظل قادرة على المنافسة. خلال فترة تدريبنا في سيفتال، تمكنا من ملاحظة أن نجاح نشاط التصدير يتطلب عدة معايير: المواد والموارد المالية والبشرية ومجموعة الخدمات المختلفة أثناء التصدير.

