

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.

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

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'exportation**

Réalisé par :

- 1- BENALLAOUA AMEL
- 2- FEDALA AMEL

Encadreur :

Dr. CHITTI MOHAND

Membre du jury :

- 1- AIT ATMANE BRAHIM
- 2- MOUSSAOUI ALI

Promotion 2019-2020

Remerciements

Nous remercions dieu le tout puissant de nous avoir donné la force, le courage et la patience pour achever ce travail.

Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude ainsi que notre sincère reconnaissance à tous ceux qui nous ont encouragés et qui ont contribué directement ou indirectement à l'élaboration de ce travail et particulièrement

À :

Notre encadreur : Dr CHITTI MOHAND pour avoir accepté de diriger ce travail et pour son aide, Orientation et ses conseils tout le long de ce travail.

Nous remercions toutes les personnes qui nous ont aidés de loin ou de près pour réaliser ce travail.

Dédicace

*En signe de respect et de reconnaissance, je dédie ce travail :
À ma très chère mère qui m'a tout donné, qui m'a soutenu
par ses prières, son amour
Sa tendresse et qui toujours présente et continue de l'être pour
faire mon bonheur.*

*À mon très cher père, pour ses sacrifices ses conseils, qui m'a
encouragé à aller de l'avant tout au long de mes études.*

*Toute ma famille : mes grands-parents, tantes, oncles,
cousines, cousins, petits et grands
À mes très chères copines et à ma chère binôme Amel*

Amel Benallaoua

Dédicace

Je dédie ce mémoire à :

*Mes parents aucun hommage ne pourrait être à la hauteur de
l'amour dont ils ne cessent de me combler :*

*Ma mère, qui a œuvré pour ma réussite, de par son amour,
son soutien, tous les sacrifices consentis et ses précieux
conseils, pour sa présence dans ma vie, reçois à travers ce
travail aussi modeste soit-il, l'expression de mes sentiments et
de mon éternelle gratitude.*

*Mon père, qui peut être fier ici le résultat de longues années
de sacrifices et de privations pour m'aider à avancer dans la
vie. Puisse dieu faire en sorte que ce travail porte son fruit ;*

Merci

*Pour les valeurs nobles, l'éducation et le soutien permanent
venu de toi.*

*Mes frères et sœur qui n'ont cessé d'être moi des exemples de
persévérance, de courage et de générosité. Sans oublier mon
encadreur Monsieur CHITTI d'avoir accepté de diriger et
d'orienter notre travail de recherche.*

À tous ceux qui me sont chers proches.

*À tous ceux qui ont contribué de près ou de loin pour que
projet soit possible, je vous dis merci.*

Amel Fedala

Liste des tableaux

Liste des tableaux

Tableau 1 : La fonction de la logistique.....	8
Tableau 2 : Les enjeux de la chaine logistique sur la compétitivité des entreprises et sur le développement territorial	16
Tableau 3 : Les modes de transport, leurs caractéristiques techniques, leurs avantages et inconvénients.....	22
Tableau 4 : Les sept phases des opérations de transport.....	24
Tableau 5 : Avantages et inconvénients du chèque	30
Tableau 6 : Avantages et inconvénients du virement SWIFT.....	30
Tableau 7 : Avantages et inconvénients du la lettre de change.....	31
Tableau 8 : Avantages et inconvénients du billet à ordre.....	31
Tableau 9 : Les techniques d'études de marché.....	45
Tableau 10 : Les principales clauses du contrat de vente à l'international.....	47

Liste des figures et schémas

Liste des figures

Figure 1 : Flux des produits d'une grande consommation (distribution historique)	10
Figure 2 : La chaine logistique (Supply chaine)	11
Figure 3 : Les flux de la chaine logistique.....	14
Figure 4 : Les quatre composantes de la logistique internationale.....	17

Listes des schémas

Schéma 1 : L'opération de la remise documentaire	32
Schéma 2 : Le circuit d'un crédit documentaire	33
Schéma 3 : Les principales formes d'exportation	35
Schéma 4 : Exportation directe.....	36
Schéma 5 : Exportation indirecte.....	36

Liste des abréviations

Liste des abréviations

AMA : Américain Marketing Association

ASLOG : Association français des Logistiques d'entreprise

CCI : Chambre de Commerce International

CD : Code de Douane

CDA : Code de douane Algérien

CFR : Cost and Freight (coût et fret)

CGVE : Conditions Générales de Ventes Export

CIF: Cost, Insurance and freight (coût, assurance et fret)

CIP: Carriage and Insurance Paid to (Port payé, assurance et fret)

CIV: Conditions Internationales de Terms

CPT: Carry age Paid to (port payé jusqu'à...)

D/A : Documents contre Acceptation

D/P : Documents contre Payement

DAP: Delivered at Place

DDP: Delivered Duty Paid

DEQ: Delivered Ex Quay

DES: Delivered Ex Ship

DLVI : Duplicata de la lettre de Voiture International

DPU: Delivered at place Unloaded

EXW: EX Works (à l'usine)

FAC: Free a Alongside Ship (Franco le long de navire)

FCA: Free Carrier (Franco- transporteur)

FMN: Firme Multinationale

FOB: Free on bord

L'ECR : Duplicata de lettre de Voiture International

LTA : Lettre de Transport Aérien

LTR : Lettre de Transport Routier

PIB : Produit Intérieur Brut

PLV : Publicité sur le lieu de vente

PME : Petite et Moyenne Entreprise

SIGAD : Système d'Information et de gestion Automatisée des Douanes

SWIFT: Society for Worldwide Interbank Financial Télécommunications

TIC : Technologies de L'information et de la Communication

VA : Valeur Ajouté

VPV : Vente par correspondance

Sommaire

Sommaire

Liste des tableaux

Liste des figures et schémas

Liste des abréviations

Introduction générale.....1

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique.....4

 Section 1 : Concept théorique de la logistique.....4

 Section 2 : Présentation de la chaîne logistique.....9

 Section 3 : La logistique internationale.....16

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation.....35

 Section 1 : Généralité sur l'exportation.....35

 Section 2 : Les étapes de l'opération d'exportation.....41

 Section 3 : Les procédures d'exportation.....46

Conclusion générale.....56

Bibliographie

Table des matières

Résumé

Introduction générale

Introduction générale

Le commerce international, est l'un des facteurs clés de la croissance économique des pays. Il se définit comme étant un échange des biens, des services et des capitaux entre deux nations et/ou bien plus. Il est divisé en commerce d'exportation, d'importation, et de transit.

Les entreprises, de différents secteurs d'activités, interviennent dans le commerce international, elles cherchent des nouveaux marchés pour commercialiser leurs produits et assurer leurs croissances dans un environnement concurrentiel. Elles exportent le surplus de production enregistré dans les pays, d'un côté et elles importent des produits, dont le pays a besoin de l'autre côté.

L'exportation est l'une des activités du commerce international la plus complexe, c'est un long processus qui débute par la prospection des marchés cibles, la mise en place d'une stratégie marketing adaptée au marché choisi, le choix des méthodes de pénétration, la prospection des partenaires etc. La réussite de l'entreprise dépend aussi des solutions logistiques qui doivent accompagner les marchandises et délivrer une plus-value aux clients. La concurrence de plus en plus mondialisée, exige au-delà d'un rapport qualité/service/ prix, des solutions logistiques capables d'apporter des solutions aux problèmes des clients et de constituer une différenciation positive de notre offre et de l'image de l'entreprise par rapport à ses partenaires. Pour arriver à ses objectifs, l'entreprise cherche des solutions de transport : des routes maritimes, aériennes ou terrestres dans le but de livrer des produits aux bons endroits, au bon moment et surtout à moindre coût.

La mise des produits à la disponibilité des clients de la sortie des entrepôts jusqu'à son arrivée aux stocks des acheteurs, nécessite une synchronisation de plusieurs opérations logistiques où plusieurs intervenants internes et externes vont interagir pour la réussite de l'opération de vente. Cette étape est primordiale car joue un rôle important dans l'exportation des marchandises, et dans la réussite des contrats conclus avec les partenaires. Elle détermine la fiabilité des engagements de l'entreprise vers ses partenaires. La fonction logistique a beaucoup évolué, son champ d'action et son rôle varient d'une entreprise à une autre, de plus en plus de multiples enjeux de la logistique sont pris en considération pour apporter des réponses aux évolutions de l'environnement, et accompagner la croissance de l'entreprise. En effet, une connaissance et une maîtrise de la logistique contribuent considérablement à amélioration des performances de l'entreprise en garantissant sa réussite.

Concernant le transport de marchandises d'un pays à l'autre, plusieurs solutions de transport sont envisageables, soit le transport conventionnel ou le multimodal. Le transport des marchandises exportées ou importées par voie maritime représente toujours la part la plus importante en volume de commerce extérieur. Il demeure de très loin, le principal mode du transport à l'international car il est le moins couteux et le plus adapté aux marchandises, aux produits lourds et volumineux, entre les différents pays. Le choix d'une solution de transport est également considéré comme une fonction essentielle dans les opérations d'exportation

Durant le processus d'internalisation d'une entreprise, cette dernière est confrontée à plusieurs entraves et freins à l'exportation, surtout celles liées à la distance physique, les difficultés d'acheminement des marchandises, et aussi les différences culturelles sans oublier l'aspect administratif (les documents et les formalités à accomplir). Donc il est légitime de s'interroger sur la fonction logistique dans la réussite des opérations d'exportation comme suite :

Introduction générale

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

L'objectif de notre étude consiste à mieux comprendre l'usage de la logistique dans les entreprises spécifiquement dans ces activités d'exportation, puis analyser l'implication de la fonction logistique dans l'opération d'exportation d'une entreprise.

Afin de répondre de manière concrète à cette problématique, il est nécessaire de traiter de certaines questions secondaires :

- Qu'est-ce que la fonction logistique, qu'elle est sa place dans l'entreprise ? il est essentiel pour nous de cerner le bienfondé de la fonction logistique et de mettre en exergue la place qu'elle occupe dans l'entreprise. Selon les entreprises, leur système de gouvernance, et le rôle stratégique ou non stratégique de la fonction logistique, sa place et ses fonctions peuvent changer.
- Quelle est la place de la logistique dans le commerce international ? la complexité de l'environnement d'une opération du commerce international, l'intervention de plusieurs partenaires internes et externes à l'entreprise, donnera une place primordiale et un rôle important à la logistique, qu'il faut cerner avant tout engagement dans une opération d'exportation et/ou d'importation.
- Quelles sont les procédures à maîtriser dans une opération d'exportation ? Dans une simple opération d'exportation, plusieurs savoir-faire sont sollicités, chacun doit intervenir selon ses compétences tout en collaborant avec les autres acteurs internes et/ou externes. Il est donc primordial de maîtriser l'ensemble des procédures liées à une opération d'exportation.

Pour tenter de répondre à ces interrogations, nous réfléchissons sur les hypothèses suivantes :

Hypothèse 1 : Étant donné que la fonction logistique s'appuie sur l'approvisionnement, la production et la distribution, et que le stock est manipulé au sein de ces trois niveaux, donc l'impact de sa gestion est directement lié à la maîtrise des coûts.

Hypothèse 2 : La fonction logistique est considérée comme un outil de coordination et de collaboration.

Pour répondre aux questions secondaires et résoudre notre problématique, faute de réaliser un stage au sein d'une entreprise exportatrice (le Covid 19 et le confinement imposé par les pouvoirs publics) nous nous sommes basés essentiellement sur une recherche documentaire à travers des sources secondaires et les études antérieures.

Notre travail de recherche s'articule autour de deux chapitres

-Dans le premier chapitre nous allons présenter un cadre conceptuel de la logistique qui est composée de trois sections, dans la première nous allons exposer les généralités sur la logistique, la deuxième consiste à cerner la chaîne logistique (la supply chain) et enfin la troisième sera consacrée à la logistique internationale.

Introduction générale

- Dans le deuxième chapitre nous allons exposer le cadre général des exportations qui est composé aussi de trois sections, dans la première nous présenterons les généralités des exportations, la deuxième dans laquelle nous aborderons les étapes d'exportation et nous traiterons les procédures de l'exportation dans la dernière section.

Chapitre 1 :
Cadre conceptuel de la
logistique

Introduction

La logistique est une fonction importante au sein de l'entreprise. Car elle englobe l'ensemble des activités en œuvre pour assurer la disponibilité d'un bien ou d'un service, dans les lieux où le besoin existe et garantir une gestion optimale de la combinaison (quantités, délais et coûts). Cette dernière ne se limite pas seulement à l'organisation des transports, des matières premières et des marchandises, mais elle regroupe l'ensemble des techniques de contrôle de gestion des flux de matières premières et des produits depuis leurs sources d'approvisionnement jusqu'au point de consommation.

L'évolution de la fonction logistique vers ce que nous appelons supply chain s'accompagne de nombreux défis internes de technologies et d'organisation.

La chaîne logistique (supply Chain) occupe une place primordiale dans le fonctionnement de l'entreprise, elle commence de fournisseur du fournisseur et se termine de client du client tout en passant par la fabrication et le stockage des produits en amont et en aval. Pour faire face à la concurrence, chaque entreprise donc se voit intéressée par la maîtrise de ce processus de façon à avoir toutes les informations nécessaires à la mise en place d'une politique commerciale, lui permettant de suivre la concurrence et préserver ses parts du marché.

Dans ce premier chapitre, nous tracerons les fondements théoriques concernant la logistique, pour se faire nous avons divisé notre travail en trois sous-sections la première on représente le concept théorique de la logistique, la deuxième dans lequel on va parler sur la chaîne logistique et enfin la dernière en consacrer à la logistique internationale.

Section 1 : concept théorique de la logistique

La logistique recouvre toujours des fonctions de transport, stockage et manutention et, dans les entreprises de production, tend à étendre son domaine en amont vers l'achat et l'approvisionnement, en aval vers la gestion commerciale et la distribution. On cite souvent la définition d'origine militaire : « la logistique que consiste à apporter ce qu'il faut, là où il faut et quand il faut ».¹

Dans cette section, nous allons clarifier la notion de la logistique, son historique, ses différents enjeux, types, ainsi que sa fonction.

1.1 Histoire de la logistique

Le dictionnaire de l'académie française donne « la science du calcul » comme premier sens au mot « logistique ». Étymologiquement, le terme « Logistique » provient de Grec Logistikos, ce qui est « relatif à l'art du raisonnement ». Platon est notamment cité comme le premier à avoir utilisé le mot logistikos pour opposer le calcul pratique(logistique) à l'arithmétique théorique. La logistique est encore largement empreinte de cette acception puisque de nombreux travaux académiques ainsi que de nombreuses préoccupations des entreprises centrent sur l'optimisation (de tournée, de chargement de palette, des couts...).²

¹ YVES PIMOR, « Logistique : production, distribution, soutien », 3e édition, DUNOD, Paris, 2003, p3.

² BARBARA LYONNET, MARIE-PASCALE SENKEL, « La logistique », DUNOD, 2015, p10.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

Le terme « logistique » trouve ensuite son origine dans le milieu militaire et provient du grade d'un officier en charge du « logis » des troupes, lors du combat. Napoléon met en place un encadrement de l'approvisionnement en vivres et en munitions. Ainsi, le grade de « major générale des logis » fut donné à « un officier qui avait la fonction de loger ou de camper les troupes, de diriger les colonnes, de les placer sur le terrain (Jomini, 1837). Le logisticien militaire avait en charge le transport, le ravitaillement et le campement des troupes.

1.2 Définition de la logistique

Le concept de la logistique adopte plusieurs définitions, c'est pour cette raison que nous avons choisi de citer quelques-unes afin de pouvoir comprendre qu'est-ce que la logistique.

Le comité des définitions de l'American Marketing Association (AMA) a donné la première définition pour le terme logistique : « Mouvement et manutention de marchandise du point de production au point de consommation ou d'utilisation ». ³

Selon MAGEEJ.F industrial logistics : « la logistique est une technique de contrôle et de gestion des flux des matières et de produits depuis leur source d'approvisionnement jusqu'à leur point de consommation ». ⁴

Selon JAMES L. HESKET le grand spécialiste de la logistique, il la définit comme : « 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 moment donné ». ⁵

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

1.3 Les enjeux de la logistique

Grâce à la maîtrise de processus logistique et la performance de l'entreprise, la logistique élabore un enjeu majeur au niveau de cette entreprise. Ces enjeux sont présentés comme suit :

- **La croissance de l'entreprise** : La stratégie implique une parfaite maîtrise des problèmes logistiques. (Exemple : livraison en 24h implique une gestion des flux particulièrement performante).
- **La maîtrise des coûts** : Grâce à une meilleure connaissance de l'ensemble des coûts du produit, depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'à l'après de vente. Ainsi la mise en œuvre d'une logistique intégrée permet d'améliorer les délais de livraison, de réduire les taux d'indisponibilité tout en diminuant les coûts.

³ LE MOIGNE Rémy, « Supply chaine management, achat, production, logistique, transport, vente », DUNOD, Paris, 2013, p3.

PHILIPPE-PIERRE DORNIER, MICHEL FENDER, « La logistique globale : enjeux, principes, exemples ».1er édition, p29.

⁴ MEDAN PIERRE, GRATACAP « logistique et supply Chain management : intégration, collaboration et risque dans la chaine logistique globale », DUNOD, Paris ,2008, p10.

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

⁶ PHILIPPE-PIERRE DORNIER, MICHEL FENDER, « La logistique globale : enjeux, principes, exemples ».1er édition, p29.

- **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 normalisation des produits et des processus de gestion** : L'optimisation des flux implique l'établissement des normes (standardisation de certains composants et produits, normes de coûts...).
- **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** : L'acquisition de la flexibilité et l'adaptation d'une entreprise grâce à une souplesse dans la distribution amont et aval. Ainsi qu'une meilleure maîtrise de la gestion des transports et du stockage.

1.4 Les différents flux logistiques

On distingue deux catégories de flux logistiques : flux logistique interne et flux logistique externe.⁷

1.4.1 Flux physiques

Dans l'espace, on distingue deux catégories de flux physiques : les flux logistiques internes et flux logistiques externes.

1.4.1.1 Flux logistique interne :

Ce sont les flux de production, la circulation des matières et composants dans le réseau de fabrication. Ces flux sont constitués par la chaîne des opérations de transformation, d'usinage, de manutention et de stockage intermédiaires.

1.4.1.2 Flux logistique externe :

Dans ce type, il contient les flux amont et aval :

- **Flux d'approvisionnement ou flux amont** : désigne la technique ou la méthode permettant de livrer un tiers, un bien ou un service. Il désigne la circulation des matières depuis le magasin de fournisseur, jusqu'au magasin de l'entreprise cliente.
- **Flux de distribution ou flux aval** : c'est la circulation des produits finis ou semi-finis de l'entrepôt de l'entreprise jusqu'à celui d'une autre entreprise cliente. Selon la méthode d'approvisionnement choisie dans le processus, les flux logistiques peuvent prendre différentes formes donc, on désigne :
- **Flux poussé** : c'est un flux de produits pour lequel les produits sont déplacés sur la base de la prévision de la demande. Dans ce type d'organisation, chaque étape de fabrication est déclenchée par la disponibilité des matières premières ou des composants au niveau du poste amont. Les produits fabriqués sont stockés en attente d'une demande pour la consommation.

⁷ <http://WWW.lojistiqueconseil.org/Articles/logistique/gestion-flux-logistiques.htm> consulté le 07/03/2020

- **Flux tirés** : Le déclenchement de la livraison ou de la fabrication d'un produit se fait uniquement sur la demande d'un poste client. Par principe il y a zéro stock dans la chaîne.
- **Flux tendus** : Une combinaison des deux précédents flux, c'est l'équivalent d'un flux tiré, mais avec un minimum de stocks et d'en-cours repartis le long de la chaîne logistique.
- **Les flux synchrones** : C'est lorsque plusieurs flux se rencontrent de façon synchrone. Dans ce type d'organisation, la livraison des composants différents est réalisée dans le respect de leur ordre d'entrée dans le processus de fabrication. Ils sont donc livrés au moment de leur utilisation. Ce qui permet de réduire les stocks et les coûts qui y sont liés.

1.4.2 Les flux d'informations

Les flux d'informations représentent les opérations de transfert ou de modification de donné ou d'information entre les différents acteurs de la logistique. Ils peuvent être partagée en deux types qui sont les flux de données d'entrées et ceux de données suivis. Ils caractérisent la prise de décision par l'ensemble des acteurs de la chaîne à long, et à court terme si l'identification des informations est faite la communication deviendra rapide.⁸

1.4.3 Les flux d'information

Enfin, les derniers types de flux à maîtriser sont les flux financiers ou flux monétaires ce sont des transferts de fonds entre deux entités effectués par différents modes de paiement (virements, chèque...) durant le processus de fabrication, il existe de flux financiers « sortant » afin de réaliser l'ensemble des achats et approvisionnement nécessaire au démarrage de la production, des flux « circulants » permettant de financer avant la vente via la trésorerie l'ensemble des encours de fabrication et des stocks de produits semi-finis et enfin des flux (financiers entrent) lors des paiements des clients.

1.5 Les différents types de la logistique :

On peut cependant distinguer plusieurs types de logistique ⁹:

- **La logistique d'approvisionnement** : La logistique d'approvisionnement est l'acquisition des différents produits de base dont a besoin l'entreprise pour son fonctionnement qui permet la gestion de ses activités.
- **La logistique de production** : La logistique de production permet d'absorber la gestion de production entière. Elle consiste à apporter aux unités de production les matériaux et composants nécessaires à la production dans le but de l'optimisation des performances à chaque étape.
- **La logistique de distribution** : La logistique de distribution consiste à apporter au consommateur final, soit dans les grandes surfaces commerciales, soit chez lui en vente par correspondance (VPC) par exemple, les produits dont il a besoin.

⁸ AZOUZ. O, DJEDRA.S « La logistique et la compétitivité de l'entreprise « cas CEVITAL » », mémoire de fin d'étude en sciences économiques, option : Economie industrielle, université de Bejaia. P8.

⁹ YVES PIMOR : Logistique : production, distribution, soutien, DUNOD, 3eme édition, Paris, 2003, P4.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

- **La logistique de militaire :** La logistique militaire vise à transporter sur un théâtre d'opération les forces et tout ce qui est nécessaire à leur mise en œuvre opérationnelle et leur maintenance.
- **La logistique de soutien :** La logistique de soutien consiste à organiser tout ce qui est nécessaire, pour l'objectif de maintenir en condition opérationnelle un système technologique complexe, il met en œuvre un ensemble d'activités et des moyens (opération de maintenance, outillage...).
- **Les activités disent service après-vente :** Ces activités sont assez proches de la logistique de soutien, avec cette différence qu'elle est exercée dans un cadre marchand par celui qui a vendu un bien, on utilise assez souvent d'expression « management de service » pour désigner le pilotage de cette activité.
- **The reverse logistics :** Traduis en français par « logistique à l'envers » ou logistique des retours, elle consiste à répondre des produits dont le client ne veut faire réparer, ou encore à traiter des déchets industriels, emballages, produits inutilisables.

1.6 La fonction de la logistique

La logistique au sein de l'entreprise peut être appréhendée à travers trois groupe d'activités distinctes. On parle alors de logistique purement industrielle, logistique de stockage et de logistique de distribution. Parmi ces activités, Colin, Mathé et Tixier (1981) distinguent la logistique de produit (elle concerne toutes les phases du cycle de production, depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'au stockage dans les magasins de détail) de la logistique de soutien (elle intervient à partir de la vente des produits, et inclut l'après-vente et la maintenance).

Tableau 1: la fonction de la logistique

FONCTION LOGISTIQUE		
LOGISTIQUE DE PRODUIT	Achats de matières premières et approvisionnements Transport de matières premières Production et gestion de la production	LOGISTIQUE PUREMENT INDUSTRIELLE
	Transport de produits finis Entreposage des produits finis Alimentation plates-formes de redistributions	LOGISTIQUE DE STOCKAGE
LOGISTIQUE DE SOUTIEN	Transport des commandes de détail-clients Stockage et gestion du stock dans les magasins de détail	LOGISTIQUE DE DISTRIBUTION
	Distribution de détail Après-Vente et Maintenance	

Source : DIEMER Arnaud, les fonctions d'appui à la production : approvisionnement et logistique, (PDF)

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

Ainsi que la logistique est devenu un concept transversal mettant en étroite relation les différents services de l'entreprise (approvisionnement, production, distribution...). Cette volonté développer une « logistique intégré » vise essentiellement à suivre le produit dans les différents stades de l'entreprise¹⁰.

1.7 Le rôle de la logistique

Elle a but de permettre ¹¹:

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

Section 02 : Présentation de La chaîne logistique (supply chaîne)

La chaîne logistique fait référence à des séries de processus impliquées dans la production et la distribution de biens. Elle représente les étapes qui devraient être effectuées pour acheminer un produit vers le consommateur.

Dans cette section, nous allons représenter l'historique et le concept de la supply chain tout en faisant aussi sa définition, citons également ses caractéristiques et sa mise en place. Terminons par citer les fonctions de la chaîne logistique, ses flux ainsi ses enjeux.

2.1 Historique de la supply chain

Il faut remonter à 1958 pour retrouver l'origine du terme supply Chain management, lorsque Jay Wright Forester écrivait : « Le management est à la frontière d'un changement majeur en comprenant comment le succès des sociétés industrielles dépend de l'interaction entre les flux d'informations, de produits, d'argent, de main-d'œuvre et de biens d'équipement ».

Le terme supply Chain management apparait vingt-quatre années plus tard, en 1962, dans un article d'Oliver et Webber : « Supply- Chain Management : Logistics Catches Up With Strategy ».

Si le terme supply Chain management n'est apparu qu'en 1982, les hommes ont sans nul doute été conduits à gérer des chaînes logistiques dès qu'ils se mirent à faire du commerce ou la guerre. ¹²

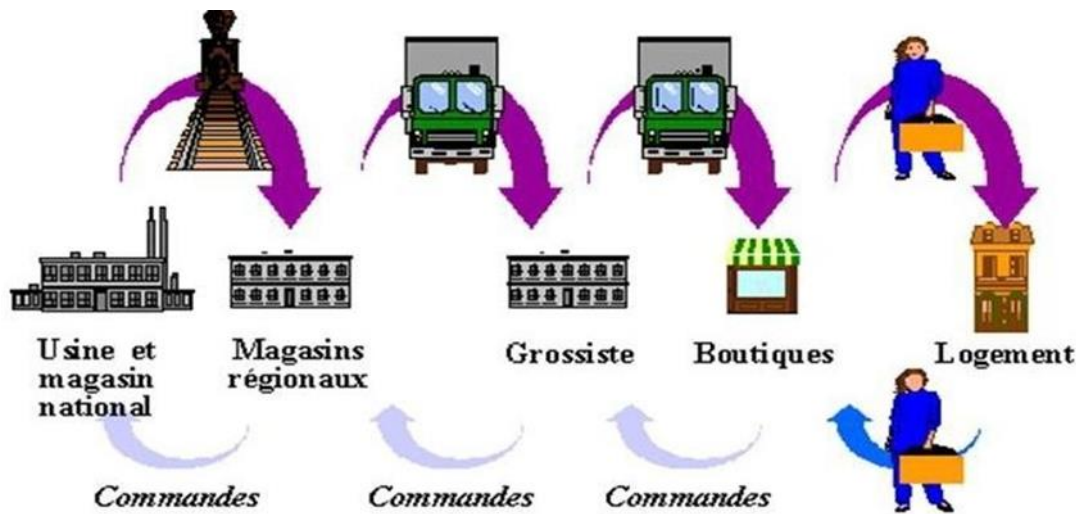
¹⁰ DIEMER ARNOUD : Les fonctions d'appui à la production : approvisionnement et logistique PDF.

¹¹ MARIE(P), « La logistique fonction stratégique pour les entreprises », lyonnaises, 2006, p3.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

Une chaîne logistique est souvent représentée comme une chaîne reliant le fournisseur du fournisseur au client du client.

Figure 1: Flux des produits d'une grande consommation (distribution historique)



Source : FENDER Michel, PIMOR Yves, « Logistique & supply Chain », Donud, 7e édition, 2016, P 11.

2.2 Le concept et définition de la Supply Chain :

C'est un concept relativement récent – une quinzaine d'années - même si les militaires utilisent la même expression depuis beaucoup plus longtemps. Il décrit des activités et les fonctions de management de ces activités. On pourrait le traduire par « chaîne d'approvisionnement », mais le mot « approvisionnement » ne permettrait pas d'exprimer le sens que l'on veut donner à supply Chain et il est préférable d'utiliser l'expression américaine pour décrire ce concept nouveau.

On a vu qu'aux États-Unis, ce concept positionne des enseignements que l'on regroupe plus volontiers en France sous le terme de « logistique ». Mais c'est aussi un « concept moteur » en ce sens qu'il véhicule une certaine conception de l'organisation et du management des entreprises et qu'à cet égard il est loin d'être neutre. Ceux qui l'utilisent cherchent à promouvoir, soit le vent d'outils tels des progiciels, soit la vente de conseils pour accéder à certaines formes de management, soit une certaine dimension du management dans leur propre entreprise, ou parfois même une certaine conception de l'économie qui mérite réflexion.¹³

La nouveauté de ce concept a permis aux spécialistes de donner plusieurs définitions de la Supply Chain, on a essayé de résumer quelque définition :

Définition 01 : La Supply Chain (chaîne logistique) renvoie plutôt au domaine du management et de la stratégie d'entreprise et s'apparente à la notion de « logistique globale ».

¹² Rémy LE MOIGNE, supply Chain management, DUNOD, Paris, 2013, p4.

¹³ Djermoune.N, Aired.Y « logistique et transport », mémoire de fin d'études, Universitaire appliquée (D.E. U.A) En commerce international, 2008.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

Les professionnels désignent par ce terme « l'optimisation des flux physiques et des flux d'informations (intégration de technologies informations et de réseaux de communication) qui leur sont associés ». ¹⁴

Définition 02 : La chaîne logistique est un système de sous-traitants, de producteurs, de distributeurs, de détaillants et de clients entre lesquels s'échangent les flux matériels et informationnels dans le sens des fournisseurs vers les clients. ¹⁵

Définition 03 : Une Supply Chain est un réseau d'organisations (fournisseurs, usines, distributeurs, clients, prestataires logistiques ...) qui participent à la fabrication, la livraison la vente d'un produit à un client. Ces organisations échangent entre elles des produits, des informations et de l'argent. ¹⁶

Définition 04 : « Une chaîne logistique est un ensemble de deux ou plusieurs entreprises liées par des flux de marchandises, d'informations et financiers. » [Tsay et al. 1999]

Figure 2: La chaîne logistique (Supply chaîne).



Fournisseur du Fournisseur Entreprise Client Client du client

Fournisseur

↔ Flux de produits, flux de données et/ou flux monétaire

Source : Rémy le MOIGNE, supply Chain management, DUNOD, paris, 2013, p4.

2.3 Les caractéristiques de la chaîne logistique :

- ✓ La logistique se rapporte à un plusieurs familles de produits finis donnés.
- ✓ Elle regroupe plusieurs entreprises.
- ✓ Chacune de ces entreprises assure quatre fonctions essentielles, on à la fonction d'approvisionnement, la fonction de production, la fonction de distribution et fonction de vente.
- ✓ Ces entreprises sont liées entre elles par trois flux logistiques : le flux d'information, le flux financier, le flux physique.

¹⁴ Rémy LE MOIGNE, op-cit, p8.

¹⁵ Mariem Trojet, « planification d'une chaîne logistique, approche par satisfaction de contraintes dynamiques, th. DOC, Université Toulouse, 2014, p 35.

¹⁶ WACKERMANN Gabriel, sous la dir. de, « la logistique mondiale transport et communication », Ellipses édition Marketing, Paris, 2005, p241.

2.4 La mise en place d'une chaîne logistique

L'adaptation de la gestion de la chaîne logistique, représente un mécanisme stratégique pour l'entreprise car son objectif le plus visé est de permettre l'obtention des résultats très concrets, ainsi que l'amélioration de plusieurs niveaux à savoir celui de la production et de la distribution. La mise en place d'un modèle de Supply chain s'appuie sur les étapes suivantes :

2.4.1 Le diagnostic : Il s'agit d'analyser les clients et leurs besoins, vérifier la disponibilité des produits, emplacement de stockage, système d'information et tous les flux (cités-ci-dessus) Introduire une fonction logistique fiable dépend des estimations de prévisions.

2.4.2 Le choix de la cible : C'est la segmentation de la clientèle et la différenciation des services qu'ils attendent. Par conséquent, l'entreprise doit analyser la demande et savoir développer une offre adaptée.

2.3.3 La construction de l'offre : Il fonctionne selon les attentes des clients, la capacité de production et l'offre compétitive. La mesure du service fera en termes de qualité et de coût.

2.4.4 La mise en place des outils : Comme l'ECR (Efficieniy ...) et les nouvelles technologies de l'information et de communication qui permettent d'obtenir des informations de commande du point de vente pour échanger des données entre les clients industriels et les fournisseurs. Permettait aux partenaires de la chaîne logistique d'agir sur la « vraie » demande plutôt d'épandre d'estimations, de prévisions ...

2.4.5 Le fonctionnement en collaboration entre acheteur et fournisseur : définir conjointement la stratégie, créer une différence mixte entre l'acheteur, le fournisseur et le transporteur, la détermination d'une stratégie commune (Mode de transport, moyen de paiement, l'assurance...etc.) Toutes ses formes de collaboration dans la chaîne d'approvisionnement sont de plus en plus courantes.

2.5 Fonctions de la chaîne logistique

Il existe cinq fonctions qui sont ¹⁷:

2.5.1 L'approvisionnement

Il constitue la fonction la plus en amont de la chaîne logistique. Les matières et les composants approvisionnés constituent de 60% à 70% du produit fabriqué (Ouzizi, 2005) dans une majorité d'entreprises. Réduire les coûts d'approvisionnement contribue à réduire les coûts des produits finis, et ainsi à avoir plus de marges financières. Les délais de livraison des fournisseurs et la fiabilité de la distribution influent plus que le temps de production sur le niveau de stock ainsi que la qualité de service de production sur le niveau de stock ainsi que la qualité de service de chaque fabricant (Harmon, 92). La tendance générale des relations clients/fournisseurs va vers plus de coopération via un partage d'informations plus rapide en utilisant les nouveaux systèmes d'informations basées sur les technologies de l'information et

¹⁷ ZEROUK MOULOUA, Ordonnements coopératifs pour les chaînes logistiques, thèse de doctorat Ecole doctorale IAEM Lorraine, 2007, p13-14.

de communication qui ont révolutionné les pratiques du passé ou on était plutôt dans une configuration de face à face plutôt qu'une collaboration bénéfique pour l'ensemble des participants.

2.5.2 La production

La fonction de production est au cœur de la chaîne logistique, il s'agit là des compétences que détient l'entreprise pour fabriquer, développer ou transformer les matières premières en produits ou services. Elle donne quelle capacité à la chaîne logistique pour produire et donne ainsi un indice sur sa réactivité aux demandes fluctuantes du marché. Si les usines ont été construites avec une grande capacité de production, parfois excessive, alors on peut être réactif à la demande en présence de quantités supplémentaires à faire, cet environnement l'avantage d'être disponible pour des clients en cas de demandes urgentes mais d'un autre côté une partie de la capacité de production peut rester inactive, ce qui engendre des coûts et dépenses en plus. D'un autre côté si la capacité de production est limitée, ma chaîne logistique a du mal à être très réactive et donc peut perdre des parts du marché vu qu'elle n'est pas capable de répondre favorablement à certaines demandes. Il faut donc trouver un équilibre entre réactivités et coûts.

2.5.3 Le stockage

Le stockage inclut tous les quantités stockées tout au long du processus en commençant par le stock de matières premières, le stock des composants, les stocks des encours et finalement le stock des produits fins. Les stocks sont donc partagés entre les différents acteurs : les fournisseurs, les producteurs et les distributeurs. Ici aussi se pose la question de l'équilibre à trouver entre une meilleure réactivité et la réduction des coûts. Il est évident que plus on a de stocks, plus à la chaîne logistique est réactive aux fluctuations des demandes sur le marché. Cependant, avoir des stocks engendre des coûts et des risques surtout dans le cas de produits périssables ou bien des produits dans la rapidité d'innovations est telle qu'une nouvelle gamme du même produit mis sur le marché par un concurrent puisse rendre obsolètes les quantités de ce produit en stock et ainsi une perte importante. La gestion des stocks est l'une des clés de la réussite et l'optimisation de toute une chaîne logistique. Une meilleure gestion de cette fonction peut engendrer des économies importantes, l'expérience de DELL dans ce domaine est un exemple très connu. En outre, avec l'avènement des techniques de management disent de « juste à temps » (Just in time) beaucoup d'entreprises commandes. Mais ceci n'est évidemment pas sans risque.

2.5.4 Distribution et transports

La fonction transport intervient tout au long de la chaîne, le transport des matières premières, 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. Le rapport entre la réactivité de la chaîne et son efficacité peut être aussi vu par le choix du mode de transport. Les modes de transport les plus rapides comme par exemple les avions, sont très coûteux, mais permettent de réagir très vite et ainsi de satisfaire les demandes non prévisibles. Les modes transport par voies ferrées ou par camions sont plus efficaces du point de vue des coûts engendrés mais moins rapides. L'ensemble des partenaires

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

peut choisir de combiner ces modes de transport et de les adapter à certaines situations selon l'importance de la demande et le gain total engendré.

Les problèmes liés à la distribution et au transport peuvent être vus sous plusieurs angles. On peut chercher à trouver les meilleures routes possibles pour visiter les points de collecte et/ou de distribution (Vehicle routing problems, problèmes de tournées des véhicules), ou bien, comme dit plus haut, chercher les meilleurs modes de transport, ou bien les des transports et des stocks. En effet, selon les études (Hugos, 2003) les coûts de transport et de distributions constituent le tiers des coûts opérationnels globaux d'une chaîne logistique, ce qui rend leur optimisation un défi majeur pour les entreprises.

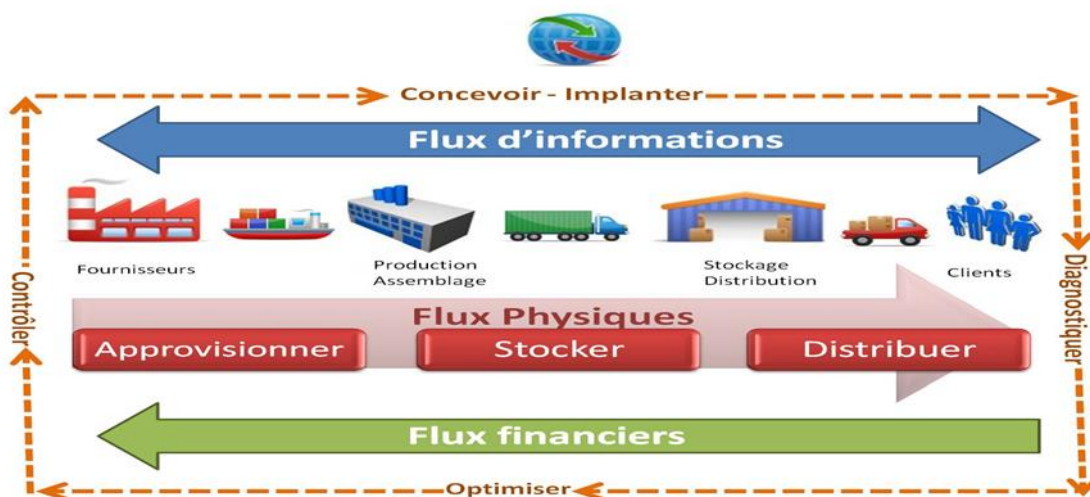
2.5.5 La vente

La fonction de vente est la fonction ultime dans une chaîne logistique, son efficacité dépend des performances des fonctions en amont. Si on a bien optimisé pendant les étapes précédentes, alors on facilite la tâche du personnel chargé de la vente, car ils pourront offrir des prix plus compétitifs que la concurrence, sinon les marges seront très étroites et les bénéfices pas très importants, voire même engendrer des pertes.

2.6 Les flux de la chaîne logistique

On peut distinguer trois flux à traversant une chaîne logistique : d'informations, physiques et financiers, dont le schéma ci-dessous clarifie leur représentation, au sein d'une entreprise.

Figure 3: Les flux de la chaîne logistique.



Source : www.englishtransport.canalblog.com

2.6.1 Les flux d'informations : Le flux d'information représente l'ensemble des transferts ou échanges de données entre les différents acteurs de la chaîne logistique. Il s'agit en premier lieu des informations commerciales, notamment les commandes passées entre clients et fournisseurs. Une commande comprend généralement la référence du produit, la qualité commandée, la date de livraison souhaitée et le prix éventuellement négocié lors de la vente. D'autres éléments peuvent s'ajouter à cette liste : la liste des options désirées pour le

produit, la fréquence de livraison si besoin, mais les entreprises s'échangent aussi les des informations plus techniques : paramètres physiques du produit, gammes opératoires capacités de production et éventuellement de transport, informations de suivi des niveaux de stock. Ces dernières sont de plus en plus réclamées par les clients qui souhaitent connaître l'état d'avancement de fabrication de leur produit de manière plus générale le principe de traçabilité se traduit par un droit de regard accru du client envers le fournisseur.¹⁸

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

2.6.2 Le flux financier : Il remonte logiquement d'aval en amont le courant des activités à valeur ajoutée ; mesurer ce flux, sa vitesse de circulation et son impact sur l'utilisation des actifs est essentiel à toute recherche de performance. Un modèle traditionnel de cette mesure a été celui du cash-flow qui doit désormais être redéfini dans l'optique globale d'une Supply Chain¹⁹.

2.6.3 Le flux physique : On peut l'associer à la logistique c'est-à-dire au déplacement et au stockage de la marchandise. On part d'un site de production, pour ensuite se diriger probablement vers un magasin ou un client final, ces matières (matières premiers, semi-finis et produits finis). Le flux physique est généralement considéré comme étant le plus lent des trois flux.

2.7 Les enjeux de la Supply Chain

Les stratégies de développement des entreprises se développent et deviennent de plus en plus complexes et la concurrence mondiale l'est certainement aussi. Et cela qui oblige l'entreprise à être leader dans les domaines cités ci-dessus.

- **La croissance de l'entreprise :** il s'agit de développer la stratégie adoptée par l'entreprise afin d'augmenter son chiffre d'affaire.
- **La maîtrise des coûts :** c'est une priorité de l'entreprise où elle doit avoir une meilleure connaissance des coûts du produit dès l'approvisionnement en matières premières jusqu'à la phase finale qui est l'après-vente, tout en améliorant régulièrement sa productivité.
- **Les possibilités d'externalisation de l'entreprise :** cette forme de sous-traitance permet à l'entreprise de se focaliser sur son activité première en confiant à des sociétés externes spécialisées certaines de ses opérations.
- **La normalisation des produits et des processus de gestion :** l'optimisation des flux engage l'établissement à des normes à titre exemple la standardisation de certains composants et produits, normes de coûts...etc.
- **La diversification de l'entreprise :** cette stratégie logistique permet à l'entreprise d'élargir la gamme de ses activités en s'investissant dans d'autres affaires.

¹⁸ JULIENS François : planification des chaînes logistique : mondialisation du système décisionnel et performance, thèse présentée à l'université bordeaux I, pour obtenir le grade de docteur en spécialiste : production, p 33.

¹⁹ ALEXANDRE. SMII, Stratégie logistique « Supply Chain management », DUNOD, Paris, 2004, p19.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

- **La flexibilité et l'adaptabilité de l'entreprise** : cette faculté permet à l'entreprise de pouvoir gérer et travailler à la lumière des situations qui changent et évoluent, et avoir la souplesse de s'adapter à des circonstances nouvelles, ce qui mène l'entreprise à prendre et à appliquer des stratégies appropriées.

Tableau 2: Les enjeux de la chaîne logistique sur la compétitivité des entreprises et sur le développement territorial.

Outil de développement territorial	Outil de compétitivité des entreprises
<ul style="list-style-type: none">▪ Attirer et fidéliser les entreprises et les prestataires logistiques.▪ Réaliser des économies d'échelle grâce à concentration d'activités.▪ Contribuer à créer un vide dans la région.▪ Meilleure intégration des opérations logistiques en zones urbaines.▪ Desservir un bassin adjacent de consommateurs.▪ Améliorer la circulation des marchandises pour réduire les retards et les encombrements.▪ Offrir des possibilités d'intermodalité (ferroviaire, fluvial).	<ul style="list-style-type: none">▪ Augmentez la productivité dans un monde hautement compétitif.▪ Améliorer et accélérer le service.▪ Réduit les coûts et les détails de production.▪ Répondre aux exigences de flexibilité, de fiabilité et de rapidité.▪ Amélioration des processus et des chemins.▪ Promouvoir la coopération entre les partenaires de la chaîne.▪ Mutualiser les organisations.▪ Innovation dans la gestion de la supply Chain pour gagner un avantage concurrentiel.

Source : élaboré par nos soins à partir de l'ouvrage « la chaîne logistique ».

Section3 : La logistique internationale

Dans cette section nous allons nous focaliser sur la présentation de la logistique internationale, son importance dans les activités d'exportation et en parlerons sur les incoterms ainsi que le processus de transport de marchandises à l'international et enfin en conclure par les instruments et les techniques du paiement à l'international.

3.1 Définition de la logistique internationale

Lorsqu'un produit est exporté d'un pays à un autre, la principale préoccupation de l'exportateur est que les produits en question arrivent à un bon port de sans détérioration, sans blocage lié à la réglementation de chaque pays traversé, dans les délais et selon le coût estimé. Toutes les étapes de la livraison constituent la logistique internationale, dépassant largement le domaine du transport international.

La logistique internationale, c'est la pratique des méthodes de la logistique traditionnelle pour une gestion optimisée des flux de marchandises et de personnes à

l'international. Elle intègre les activités d'importation et exportation et l'organisation des opérations de transports transfrontaliers.²⁰

Figure 4: Les quatre composantes de la logistique internationale



Source : Corinne Pasco, « commerce internationale », DUNOD, 4^{ème} édition, paris, 2002, p66.

3.2 les intervenants de la logistique internationale

Les principaux intervenants en transport international de marchandises sont ²¹:

- **Le chargeur** : le chargeur est l'expéditeur de la marchandise, c'est celui qui la confie juridiquement au transporteur peut-être le propriétaire de la marchandise ou bien son représentant.
- **Le groupeur de la marchandise** : est un agent ou une entreprise qui ressemble les envois de détail de plusieurs entreprises et les groupes avant de voir à ce qu'ils soient acheminés à destination. Il négocie des tarifs avantageux dont il fait profiter les expéditeurs. C'est un intervenant très présent en transport routier et en transport aérien.
- **Le transitaire (ou commissionnaire de transport)** : Il joue le rôle d'aide logistique de l'exportateur (ou l'importateur, selon l'incoterm convenu). Son principal rôle est d'assurer la continuité des divers transports. Il conseil l'expéditeur ou le destinataire sur divers aspects de l'expédition de marchandises qui font l'objet de

²⁰ www.logistiqueconseil.org/Articles/Logistique/Logistique-internationales.htm Consulté le 21/03/2020.

²¹ NAJI JAMMAL « commerce international, mondialisation, enjeux et application » 2^{ème} édition, Canada, 2009, p339.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

transports successifs : le mode de transport, l'itinéraire, le choix du transporteur, les frais directs et connexes, etc.

Cependant, le transitaire peut être mandaté par l'expéditeur ou le destinataire de marchandises qui font l'objet de transports successifs. Son principal rôle est d'assurer la continuité des divers transports. Parmi les transitaires, on distingue :

- ✓ **Le transitaire portuaire** qui coordonne le transport maritime et tout autre mode de transport requis au cours de la même expédition (par exemple, le transport routier) ;
- ✓ **Le transport aérien** qui coordonne le transport aérien et tout autre mode de transport requis au cours de la même expédition (par exemple, le transport ferroviaire) ;
- ✓ **L'agent de fret aérien** qui se charge d'acheminer aux compagnies aériennes la marchandise qui doit être expédiée par avion ;
- ✓ **Le courtier en transport routier de marchandise** qui sert d'intermédiaire entre le groupeur et le transporteur ;
- ✓ L'affréteur routier agent qui nolise les camions pour le compte de son employeur. ;
- **Le transporteur** : est la personne qui, par contrat, se charge de transporter la marchandise (transporteur routier, ferroviaire, aérien, maritime, ...
- **Le courtier en douane (ou commissionnaire en douane)** : il accomplit les formalités douanières pour le propriétaire de la marchandise transportée.

3.3 L'importance de la logistique internationale dans l'exportation

La logistique internationale est un élément indispensable dans le domaine du commerce extérieur, la société commerciale ne peut négliger de diriger des marchandises exportées et/ou importées.

La logistique est le principal secteur d'importation et d'exportation. Elle affiche une forte croissance internationale après la mondialisation et le libre-échange partout dans le monde, la montée en puissance des pays émergents, le développement de nouvelles technologies et de l'explosion du commerce électronique pour comprendre cette importance, il est nécessaire de gérer les moyens de transport.

3.4 Les incoterms

Les incoterms sont la contraction des mots anglais « Internationale Commerciale Terms », et traduisent en français par le sigle C.I.V. « conditions internationales de vente ». Créés en 1936 par la chambre de commerce international (CCI), ce sont des instruments pratiques et économiques utilisés universellement la pratique commerciale et déterminent le point de transfert de risque. Ainsi les incoterms déterminent qui du vendeur ou l'acheteur sera responsable d'assumer les responsabilités ou les frais suivants :

- Chargement
- Transport et type de transport
- Livraison
- Répartition des frais et des risques liés
- Assurance

- Charge de l'accomplissement des formalités d'import-export

Donc, les incoterms sont : « L'ensemble des règles à uniformiser les termes commerciaux les plus utilisés dans le commerce international en définissant par un terme unique, interprétable d'une façon identique de par le monde, une relation donnée entre un client et un fournisseur. Ils représentent un langage commun à la disposition de commerçants de langues et de pratiques commerciales différentes ». ²²

3.4.1 La classification des incoterms

3.4.1.1 Classification selon le type de transport

Les incoterms se présentent sous forme de codes de trois lettres et sont classés en deux groupes :

➤ Les incoterms multimodaux :

Lorsque le contrat couvre un ou plusieurs modes de transport que ce soit (air, mer, terre, fer). En utilisant sept incoterms qui sont les suivants :

- **EXW** : Ex-Works / Départ usine
- **FCA** : Free-Carrier / Franco-transporteur
- **CPT** : Carriage Paid To / Port payé jusqu'à
- **CIP** : Carriage Insurance Paid To / Port payé, assurance comprise jusqu'à
- **DAP** : Delivered At Place / Rendu au lieu de destination
- **DPU** : Delivered At Place Unloaded / Rendu au lieu de destination déchargé
- **DDP** : Delivered Duty Paid / Rendu droits acquittés

➤ Les incoterms maritimes et fluvial

Les incoterms « maritimes », sont principalement réservés aux transports maritimes de port à port. On utilise quatre incoterms qui sont :

- **FAS** : Free Alongside Ship / Franco le long du navire
- **FOB**: Free On board / franco à bord
- **CFR**: Cost and Freight / Coût et fret
- **CIF**: Cost, Insurance and Freight / coût, assurance et fret

3.4.1.2 Classification selon famille

Les incoterms sont toujours répartis en quatre familles ou groupes, qui répartissent les frais et les risques entre le vendeur et l'acheteur :

- **Groupe « E »** : sont dit incoterms de départ, c'est-à-dire que l'acheteur s'occupe de tout, le vendeur met simplement la marchandise à disposition. Comprends l'incoterm EXW.
- **Groupe « F »** : ce sont des incoterms dont le transport principal n'est pas payé par le vendeur, c'est l'acheteur qui devra s'en acquitter. Comprends les incoterms : FOB, FCA et FAS.

²² LAZARY, « le commerce international à la portée de tous », Paris, 2005, P115.

- **Groupe « C »** : ce sont des incoterms où le transport principal est payé par le vendeur. Comprends les incoterms : CIF, CIP, CFR et CPT.
- **Groupe « D »** : ce sont des incoterms dit incoterms d'arrivée, c'est-à-dire que l'acheteur ne s'occupe de rien, tout est géré et payé par le vendeur. Comprends les incoterms : DAP, DPU, DDP.

3.4.2 Présentation des incoterms 2020

Comme chaque décennie, les incoterms 2020 sont une évolution des incoterms 2010. Il s'agit d'un ensemble de règles mis à jour au fur et à mesure de l'évolution du commerce mondial et qui permet à l'acheteur et au vendeur de se mettre d'accord rapidement et sans ambiguïté sur les modalités de la transaction.

EXW (EX Works) ²³:

L'unique responsabilité du vendeur est de mettre la marchandise, dans un emballage, et la mise à disposition de l'acheteur dans ces locaux propres ou un autre lieu (atelier, usine, entrepôt,). Le lieu de transfert des risques et des frais et toutes les formalités. Donc la responsabilité minimale au vendeur.

FCA (Free carrier ou Franco transporteur) :

Dans les règles des incoterms 2020, l'incoterm FCA s'enrichit d'une option « connaissance à bord » (ou OBL pour On-board bill of lading). Avec cette option, l'acheteur, responsable du transport, charge le transporteur de remettre une preuve de chargement à bord au vendeur. Cet ajout doit permettre de répondre plus aisément aux demandes des banques (dans le cas d'un crédit documentaire par exemple).

FAS (Free alongside ship) :

Le vendeur règle les frais de transport jusqu'au port d'embarquement et effectue les formalités d'exportation (règlement des frais, droits et taxes liés à ces formalités). La marchandise est livrée le long de navire dans le port désigné par l'acheteur. Cette livraison marque le transfert des risques, des frais et des formalités à l'acheteur.

FOB (Free On board) :

Le vendeur doit dédouaner et livrer la marchandise sur le bateau désigné par l'acheteur. Et règle les frais de transport jusqu'au port d'embarquement, ainsi que les frais de chargement et effectue les formalités d'exportation acquitte les frais, droits et taxes liés à ces formalités.

CFR (cost and freight) :

Le vendeur prend en charge le transport principal jusqu'au port de destination. Le transfert de frais a donc lieu à l'arrivée, mais le vendeur n'est plus responsable de la marchandise dès que celle-ci a été chargée sur le port de départ (c'est à l'acheteur de prendre une assurance).il a en charge le dédouanement export.

²³ www.sendcloud.fr Consulté le 25/03/2020.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

CIF (Cost Insurance and freight):

Cet incoterm est semblable à l'incoterm CFR. Cependant, le vendeur prend en charge l'assurance en plus du fret. Cela diminue donc le risque de l'acheteur puisqu'en cas d'incident pendant le transport principal c'est l'assurance du vendeur qui sera sollicitée.

CPT (Carriage paid To) :

Dans cet incoterm, le transport est payé par le vendeur jusqu'au lieu destination. Le transfert de risque est établi lorsque les marchandises sont mises à la disposition du premier transporteur. Ainsi, les frais d'assurance sont à la charge de l'acheteur.

CIP (Carriage and Insurance paid To):

Le vendeur s'occupe de livrer la marchandise jusqu'au lieu choisi par l'acheteur. Le petit plus de cet incoterm, c'est que le vendeur doit souscrire à une assurance qui couvre le risque de l'acheteur pendant le transport. L'acheteur est en charge du déchargement puis de transport final.

DAP (Delivered at place) :

Le vendeur prend en charge le transport des marchandises en les mettant à la disposition de l'acheteur jusqu'au point de livraison convenu. Il assume les coûts et les risques jusqu'à ce point. L'acheteur organise le déchargement, effectue les formalités d'importation et acquitte les droits et taxes liés.

DPU (Delivered at place Unloaded):

L'incoterm DAT (Delivered at terminal) est renommé DPU. Le vendeur est responsable des coûts et des risques liés à la livraison des marchandises vers une destination convenue où les marchandises peuvent être déchargées pour un transporteur ultérieur. Le vendeur organise les douanes et décharge les marchandises à l'endroit convenu. L'acheteur organise le dédouanement et tous les droits associés.

DDP (Delivered Duty paid) :

Le vendeur supporte les coûts et les risques du transport, est responsable de l'importation et de l'exportation et paie les droits d'importation. Dès que les marchandises arrivent à l'adresse convenue et sont libérées pour déchargement, les risques éventuels sont transférés à l'acheteur.

3.5 Les différents modes de transports

La politique logistique de l'entreprise conduit à rechercher des solutions de transport faisant intervenir un mode de transport, des techniques et des restrictions spécifiques.

Le transport international est un outil stratégique et crucial pour l'acheminement d'une marchandise ou d'un bien ou encore d'un produit donné.

Généralement on distingue plusieurs modes de transport international : le transport international maritime, aérien, routier, ferroviaire, fluvial et colis postaux. Chaque type a ses forces et ses faiblesses.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

Les entreprises exportatrices ou importatrices, choisissent leur mode de transport en fonction du coût, du délai et de la sécurité et par d'autres critères tels que la nature du produit, la qualité et le pays de l'acheteur ou de vendeur.

- **Le transport terrestre :** est le transport marchandise par route, directement d'une entreprise à une autre même sur longue distance. En effet, le transport routier est utilisé fréquemment lorsqu'il s'agit d'effectuer des opérations sur un territoire donné.
- **Le transport maritime :** grâce à son coût abordable, le transport par mer est plus utilisé dans le commerce international, malgré le délai de livraison est plus long que celui de transport aérien. Plus favorisé également dans le cas d'expéditions vers des pays éloignés.
- **Le transport aérien :** est le secteur économique qui regroupe toutes les activités de transport en avion au niveau international, certainement le plus rapide. Cette qualité en fera le moyen privilégié d'envoi de marchandises sensibles ou périssables ; Cette excellence de service a un coût. Le transport aérien se prête idéalement aux colis de petite taille.
- **Le transport ferroviaire :** C'est un mode de transport utilisé dans nombreuses régions du monde, en effet, le transport ferroviaire utilise généralement des expéditions de train pour des tonnages supérieurs, il convient de noter que le transport de marchandises par chemin de fer n'est pas utilisé dans la plupart des régions du monde, parce qu'il y a un manque de voie ferrée transcontinentales.
- **Le transport fluvial :** c'est le transport de marchandises où des biens par voie d'eau. C'est un moyen de transport très économique car il est peu coûteux en énergie. Il permet de transporter des tonnages très importants, ce qui en fait un moyen de transport massif.
- **Le transport postal :** La poste est le service délivré par un opérateur postal est qui consiste à assurer le transport et la distribution de courrier (en particulier les lettres et enveloppes) ou de petite paquets. Il permet d'expédier dans le monde entier de colis selon différentes formules, avec des formalités douanières simplifiées.

Tableau 3: Les modes de transport, leur caractéristique technique, leur avantage et inconvénient.

Modes de Transport	Caractéristiques et techniques	Avantages	Inconvénients
Le transport terrestre	-Pratique de la conteneurisation et possibilité de combiner rail et route.	-Service domicile/domicile -Délais relativement courts. -Complément indispensable des autres modes de transport. -Souplesse d'utilisation.	-Délais et sécurité variables. -Coûts élevés pour les destinations lointaines. -Peu adaptés aux grandes quantités.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

Le transport Maritime	<ul style="list-style-type: none"> -La diversité l'adaptation des différents types de navires. -Utilisations très répandue du conteneur évité les ruptures de charge. -Réduire les frais de manutention et d'assurance. 	<ul style="list-style-type: none"> -Adapté aux expéditions lointaines. -Absence de rupture de charge. -Possibilité de stockage dans les zones portuaires, rapidités, sécurité. 	<ul style="list-style-type: none"> -Nécessite un deuxième mode de transport. -Les délais et sécurité parfois aléatoires. - Certaines lignes maritimes ne font pas le transport par conteneur. -Les coûts de l'emballage et de l'assurance sont généralement plus élevés que ceux des autres modes de transport.
Le transport aérien	<ul style="list-style-type: none"> -Appareils mixtes tout cargo. -Chargement en ULD (Unitload service ou unité de chargement). 	<ul style="list-style-type: none"> -Rapidité, sécurité, pour les marchandises. -Emballages et assurances moins coûteux. -Régularité fiabilité du transport. Frais financiers et de stockage moindre. 	<ul style="list-style-type: none"> -Coût au kilo relativement élevé. -Peu adapté aux marchandises de faible valeur. -Capacité limitée.
Le transport Ferroviaire	<ul style="list-style-type: none"> -Expédition par chariot entre 5 et 60 tonnes et possibilité de trains complets pour des charges plus élevées. -Divers équipements disponibles et utilisation des caisses mobiles. 	<ul style="list-style-type: none"> -Développement du transport combiné. -cout avantageux et rapidité pour les longues distances. -Multiplication des délais garantis. 	<ul style="list-style-type: none"> -Peu adapté aux cours distances. -Rupture de charge. -Limité par réseau.
Le transport Fluvial	<ul style="list-style-type: none"> -Utilisation des voies navigables naturelles et des canaux. 	<ul style="list-style-type: none"> -Coût faible. -Adapté aux marchandises pondéreuses. -Il a une consommation énergétique faible. 	<ul style="list-style-type: none"> -Réseau fluvial limité. -Lenteur (et donc immobilisation de la marchandise pendant le transport). - Les bateaux sont de plus en plus chers.
Colis Postaux	<ul style="list-style-type: none"> -L'envoi de petites quantités de colis et de marchandises dans le monde. 	<ul style="list-style-type: none"> -Simplicité. -Nombreux points de dépôt. 	<ul style="list-style-type: none"> -Poids et dimension très limitées. -Pas de réduction

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

	-Simplicité et diversité de service.	-Rapidité, sécurité pour la marchandise.	possible sur le prix. -Délais non garantis. -Le prix élevé qui proscrit l'envoi de marchandises denses ou de faible valeur.
--	--------------------------------------	--	---

Source : élaboré par nos à partir de source diverses.

3.5.1 La mise en œuvre des opérations de transport

La mise en œuvre des opérations de transport sont menées dans sept (7) phases aussi importantes les unes que les autres²⁴. On va les présenter dans le tableau suivant :

Tableau 4: Les sept phases des opérations de transport.

1	Préparation, étiquetage et Emballage	Vendeur
2	Remise de la marchandise au transporteur	Acheteur ou vendeur selon l'incoterm
3	Contrôle de la marchandise au départ	Transporteur ou commissionnaire
4	Dédouanement export	Acheteur vendeur selon l'incoterm
5	Contrôle de la marchandise à l'arrivée	Destinataire (acheteur ou transitaire)
6	Dédouanement import	Acheteur vendeur selon l'incoterm
7	Le suivie	Vendeur

Source : élaboré par nos soins à partir de sources diverses.

- **Phase 1 : La préparation de la marchandise, l'étiquetage et l'emballage**

Obligation du vendeur ou de l'acheteur : Les opérations de préparation de la marchandise, d'étiquetage et d'emballage sont toujours à la charge du vendeur. Elles permettent d'identifier la marchandise, de la retrouver en cas de perte et de donner des consignes précises concernant leur manutention. L'emballage doit être adapté au produit et aux transports choisi et doit répondre à certaines normes.

²⁴ LOTH.D : « L'essentiel des techniques du commerce international », édition PUBLIBOOK, Paris, 2009, p 33.

Documents correspondants : Liste de colisage (elle indique pour chaque colis son indentification), Note de poids. Certificat correspondant aux contrôles (de qualité, de quantité, etc.), Documents commerciaux (factures, etc.).

- **Phase 2 : La remise de la marchandise au transporteur**

Obligation du vendeur ou de l'acheteur : dans les ventes FOB, FAS et FCA, l'acheteur doit communiquer au vendeur les coordonnées du transporteur ou du commissionnaire chargé de l'expédition.

Dans les ventes CFR, CPT, CIP, CIF, DES, DEQ, l'acheteur doit indiquer les références du consignataire de la marchandise. Dans les ventes DDU et DDP, le lieu et les modalités de réception de la marchandise doivent être indiqués.

Documents correspondants : Instructions de transport ou ordre d'enlèvement donné par le vendeur ou l'acheteur. Attestation de remise au transitaire, documents de transport, certificat d'assurance s'il y a lieu.

- **Phase 3 : Le contrôle de la marchandise au départ**

Obligation du Vendeur/Acheteur : Le transporteur ou le commissionnaire effectuent des contrôles sur les quantités, la nature des marchandises remises et leur état apparent. Ces contrôles ainsi que la responsabilité du chargement peuvent varier en fonction des modes de transport requis.

Documents correspondants : Les contrôles peuvent donner lieu à des réserves notées sur le document de transport.

- **Phase 4 : Le dédouanement export**

Obligations du Vendeur/Acheteur : le dédouanement export est à la charge de vendeur sauf s'il s'agit d'une vente EXW. Pour les documents correspondant au dédouanement export sont exigés par la douane.

- **Phase 5 : Le contrôle de la marchandise à l'arrivée**

Obligations du Vendeur/Acheteur : la réception des marchandises implique une opération de déchargement à la charge du destinataire. Le contrôle porte sur le nombre, le poids et l'état des colis et de la marchandise. En cas d'avaries ou de manquants, des réserves doivent être faites.

Documents correspondants : la signature du document de transport ou du bon de livraison attestant de la livraison. Les réserves éventuelles sont portées sur tous les exemplaires du document de transport ou sur le bon de livraison. Pour les dommages non apparents, les réserves sont faites par lettre recommandée dans le délai déterminé par la convention.

• **Phase 6 : Le dédouanement import**

Obligations du Vendeur/Acheteur : le dédouanement import est à la charge de l'acheteur sauf s'il s'agit d'une vente DDP. Pour les documents correspondant au dédouanement import sont exigés par la douane.

• **Phase 7 : Le suivi**

Il est important que l'entreprise s'interroge sur la qualité des prestations logistiques des transporteurs auxquels elle fait appel.

3.5.2 Choix d'une solution de transport

Sur le plan de la démarche, le choix d'une solution transport s'obtient par le coût du transport le plus faible possible. En même temps il faut assurer la sécurité de l'acheminement, et en particulier la sécurité des délais face aux risques de retard²⁵. On distingue :

3.5.2.1 Le coût : pour évaluer le coût, l'exportateur doit prendre en compte non seulement le prix du fret, mais aussi les frais accessoires : l'acheminement, le coût des intermédiaires, les formalités douanières...il est important d'établir des tableaux comparatifs de coût et prendre en compte les différentes présentations. Par exemple : dans le transport maritime, il est très important de savoir si une cotation de fret inclut le déplacement sur le quai et la mise à bord du navire.

3.5.2.2 Les délais : Il s'agit pour l'exportateur d'obtenir des délais d'acheminement compatibles avec les caractéristiques des marchandises et la demande de l'importateur. La durée totale du transport est le respect des délais sont des facteurs clés de succès de plus en plus importants. L'exportateur doit apprécier le délais en tenant en compte de l'ensemble de l'opération export, sans se limiter à la durée de transport principal.

3.5.2.3 La sécurité de l'acheminement : Il s'agit de la sécurité des marchandises face aux risques d'endommagement, de vol, de perte... l'importance de critère de sécurité est liée au type de marchandises à livrer.

3.5.3 Les risques à l'international

On distingue ²⁶:

- **Risque pays** : représente l'ensemble des événements d'origine politiques ou économiques susceptibles d'empêcher le bon déroulement d'une opération commerciale ou d'investissement.
- **Risque non-paiement** : Mise à part le paiement d'avance, l'exportateur supporte le risque de ne pas être payé par son client. Une analyse de la solvabilité du client s'impose avant d'entamer une relation commerciale.
- **Risque économique** : Il peut s'agir du risque économique lié à la hausse anormale des prix ou importance des matières premières ou des éléments du coût de fabrication.

²⁵ LOTH.D, op-cit, p29.

²⁶ GHISLAINE LEGRAND, HUBERT MARTINI « Gestion des opérations import-export », DUNOD, Paris, 2008, p106

- **Risque de change** : Il se définit comme un risque associé à toute transaction sensible aux variations de la valeur d'une monnaie par rapport à une autre. Son évaluation et les couvertures associées sont fonction de la devise de règlement, de la durée de l'exportation et de la nature de l'opération.
- **Risque juridique** : Ce risque est parfois ignoré ou sous-évalué. Il est malheureusement souvent détecté lors de contentieux ou de conflits liés à des contrats de vente de représentation, de cession de transfert de savoir-faire.
- **Risque technologique** : Il est propre aux activités industrielles. Un procédé de fabrication ou une technologie adoptés par une entreprise peuvent se trouver opposés à d'autres options industrielles et mettre l'industriel en dehors du marché.

3.5.4 L'assurance à l'international

Les marchandises acheminées de part et d'autres des frontières dans le cadre des échanges internationaux sont soumises à de nombreux risques particuliers (pertes, vols, casses, mouille...) A ces derniers s'ajoutent bien sûr les risques liés aux diverses opérations auxiliaires-manutention-chargements-déchargements-entrepôts intermédiaires.

L'assurance est un contrat selon lequel une partie, l'assureur, accepte en contrepartie du paiement d'une prime, de rembourser une autre partie, l'assuré, pour des pertes subies ou pour sa responsabilité ayant entraîné des pertes causées par des risques spécifiques et à un objet défini.²⁷

L'assurance des marchandises, ou assurance facultés, concerne les marchandises transportées par voie maritime, terrestre, aérienne et fluviale. Ces marchandises transportées peuvent être de différentes natures :

- ✓ Matières premières (minerais et charbon, hydrocarbures, bois, produits chimiques pulvérulents ou liquides, gaz liquéfié...);
- ✓ Denrées agroalimentaires (céréales, viandes, fruits, riz, sucre...);
- ✓ Produits manufacturés et matériels d'équipement ;
- ✓ Fournitures d'ensembles industriels.

3.5.4.1 Les acteurs de l'assurance et les types de police

Lors d'opérations entre différents états on a cinq principaux acteurs d'assurance ²⁸:

-L'assuré : Est la personne ou l'entreprise qui souscrit une police en vue d'assurer des marchandises contre des catégories de risques déterminés à l'avance. L'assuré peut être le vendeur ou l'acheteur (selon l'incoterm), ou encore le transitaire ;

-Le courtier d'assurance : A pour fonction de rapprocher un client potentiel (futur assuré) d'assurance. L'assuré peut mandater un courtier pour rechercher la compagnie d'assurance la plus apte à répondre à ses besoins et pour négocier les conditions et la prime les plus avantageuses pour lui. En principe, le courtier défend les intérêts de l'assuré, puisqu'il en est le mandataire ;

²⁷ www.logistiqueconseil.org/Articles/Logistique/Transit-douane/Assurances-primaires.htm. Consulté le 29/05/2020.

²⁸ Naji JAMMAL, op-cit, p393.

-Le courtier d'assurance maritime : Est un officier public, un peu comme un agent de change, doté de certains privilèges, dont celui de signer les contrats d'assurance pour le compte de l'assuré et de certifier le taux de la prime. Soulignons que l'agent, d'assurance, travaille pour le compte d'une seule compagnie d'assurance. Il perçoit comme rémunération une commission proportionnelle aux primes qu'il permet à la compagnie d'encaisser ;

-L'expert en sinistres : A pour rôle de constater, à destination ou en route, les pertes ou les avaries de marchandises. Il est généralement désigné par l'assureur dans la police d'assurance ou par le propriétaire du navire dans le cas d'une avarie commune, et il informe les parties concernées de son constat. Quand il est question de transport de marchandises par voie maritime, on parle de commissaire d'avarie (ou l'expert répartiteur). L'expert en sinistre et le commissaire d'avarie ont pour responsabilités :

- Constater les dommages ;
- Déterminer la nature de l'avarie, son importance et sa cause ;
- Préconiser les mesures conservatoires ;
- Préserver les droits de recours des assureurs contre les tiers responsables ;
- Prévenir les sinistres.

Concernant la police d'assurance²⁹, elle se définit comme un acte remis au souscripteur par la société d'assurances et qui établit les conditions du contrat d'assurance. C'est la preuve matérielle du contrat passé entre l'assureur et l'assuré. Selon la taille et la fréquence des transactions commerciales que l'assuré est appelé à entreprendre il est prévu quatre type de polices :

- **Au voyage :** Assure au coup par coup, les marchandises sur un trajet déterminé.
- **La police à alimenter :** Elle est particulièrement adaptée aux gros contrats dont on connaît le montant, l'échelonnement des expéditions, la nature du voyage et le mode de transport. Elle permet de définir très exactement les risques couverts et de négocier le montant de la prime.
- **La police d'abonnement :** Cette police, également nommé « flottante », c'est une solution très souvent retenue par les grandes entreprises qui souhaite faire couvrir par un seul assureur la totalité de leurs importations et exportations. Entreprise souscrit un contrat- cadre pour toutes ses expéditions et adresse à sa compagnie d'assurance un récapitulatif de ses expéditions suivant un moyen déterminé.
- **Au tiers-chargeur :** L'expéditeur demande à son transporteur ou son transitaire de souscrire une assurance pour son compte. Il est très utilisé par les particuliers, il s'agit d'un contrat dans lequel le vendeur ou acheteur demande au transporteur de mettre à sa disposition sa propre police d'assurance.

3.5.4.2 Les différents types de garanties

- **La garantie « FAP SAUF... » :** Signifie que la garantie ne couvre les marchandises endommagées que dans le cas où la cause des dommages figure dans la liste des causes limitativement énumérée au contrat. Il s'agit général des risques

²⁹ JEAN BELLOTTI, « transport international des marchandises », 4 édition, Paris, 2012, p53.

majeurs, naufrage, abordage, incendie, chute du colis en cours de chargement et l'avarie commune. Les risques de vol, d'écrasement sont quant à eux exclus.

- **La garantie « TOUS RISQUE »** : Cette garantie a la particularité de couvrir tous les risques de magasin à magasin incluant le préacheminement et le poste acheminement terrestre. Elle s'applique indifféremment aux transports aériens. Le terme « FAP sauf... » Est utilisé en transport maritime. Pour les transports aériens et terrestres, on parle plus de garantie « Accident caractérisé » qui couvre les risques majeurs limitativement énumérés dans le contrat d'assurance.
- **La garantie « Risque de guerre et assimilées »** : les risques de guerre et assimilés sont toujours couverts séparément des autres. Dans le cas d'espace, la police d'assurance fait l'objet d'une tarification particulière moyennant des primes plus élevées et proportionnelles aux risques. Sont couverts par cette garantie : les actes de sabotage, de piraterie, les torpillages. Elle s'applique indifféremment aux transports aériens, maritimes et terrestres.
- **Le coût d'assurance** : Acheteurs ou vendeurs, selon l'incoterm choisi, sont libres de souscrire ou non une assurance sauf sur certaines destinations où l'assurance est obligatoire. Le coût moyen varie entre 1,1% et 2% du coût de l'assurance peut atteindre 8% du coût du transport.
Le coût de l'assurance dépend :
 - ✓ De la nature de marchandise : fragile, périssable, dangereux ;
 - ✓ De la qualité de l'emballage l'assurance et du marquage ;
 - ✓ Du mode de transport : Air, mer, terre, en précisant que l'assurance air est environ un tiers moins chère que l'assurance mer ;
 - ✓ De l'itinéraire de la zone géographique desservie ;
 - ✓ De la garantie choisie, l'assuré ayant le choix entre différentes formules couverture « au tiers » à la couverture « tous risques ». Les risques de transport international ;

3.6 Les instruments et technique du paiement à l'international

De nombreux moyens de règlement s'offrent aux vendeurs pour payer leurs fournisseurs à l'international ou se faire payer. Afin de déterminer lequel de ces moyens leur convient le mieux, il faut viser son niveau de sécurité, sa simplicité d'utilisation et sa rapidité d'exécution.

3.6.1 Les instruments de paiement :

✓ Le chèque :

Le chèque est « un écrit qui permet au tireur (celui qui émet le chèque, titulaire ou mandataire du compte) de donner l'ordre au tiré (établissement qui tient le compte) de payer une certaine somme à un tiers ou bénéficiaire dans la limite des avoirs déposés chez le tiré ».³⁰

³⁰ MONNIER PHILIPPE, MAHIER SANDRINE « les techniques bancaires », DUNOD, Paris, p71.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

Tableau 5: Avantages et inconvénients du chèque.

Avantages	Inconvénients
-Facilité d'utilisation. -Commissions faibles sur les chèques de montant élevé. -constitue une éprouve de paiement et supprime la nécessité d'une quittance.	-Émission à l'initiative de l'acheteur -Temps d'encaissement parfois très long. -Risque de change si le chèque établi en devises. -risque de non-paiement si le chèque impayé.

Source : élaboré par nos soins.

✓ **Le virement SWIFT** (Society for Worldwide Interbank Financial télécommunications)

Le virement SWIFT est l'instrument de règlement le plus utilisé, le débiteur (l'acheteur importateur) donne l'ordre à son banquier de payer son créancier(l'exportateur) par virement, il rend l'impayé impossible si le virement est effectué avant toute expédition. Dans le cas contraire, il ne constitue pas une garantie de paiement pour le vendeur. Le bénéficiaire du virement disposera toujours d'un acquis SWIFT qui prouve la réalisation du transfert.³¹

Tableau 6: Avantages et inconvénients du virement SWIFT.

Avantages	Inconvénients
-très rapide et sûr sur le plan technique. -Peu onéreux. -Pas de risque d'impayé.	-Émission à l'initiative de l'acheteur. -Temps plus au moins long. -Risque de change.

Source : élaboré par nos soins.

³¹ LEGRAND.G, MARTINI.H « commerce international », 2e édition, DUNOD, Paris, 2008, p142.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

✓ La lettre de change ou traite

Il s'agit d'un écrit par lequel l'exportateur (le tireur) donne l'ordre à son client étranger (le tiré) de payer un certain montant (le nominal) à vue ou à échéance.

Tableau 7: Avantages et inconvénients du la lettre de change.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">-L'effet est émis à l'initiative du vendeur (le créancier)-Il matérialise une créance qui peut, dans certains cas, être mobilisée(escomptée) auprès d'une banque-Il détermine précisément la date d'échéance	<ul style="list-style-type: none">-Temps plus au moins long selon le circuit bancaire utilisé-Risque de change pendant le délais technique d'encaissement si le montant est libellé en devises

Source : LEGRAND.G, MARTINI.H : « Commerce international »,2e édition, DUNOD, Paris, 2008, p143.

✓ Le billet à ordre

C'est un écrit par lequel une personne appelée souscripteur (le débiteur, c'est-à-dire le client) reconnaît sa dette et s'engage à payer à une autre personne appelée bénéficiaire (le créancier, c'est-à-dire le fournisseur) une certaine somme à une époque déterminée.³²

Tableau 8: Avantages et inconvénients du billet à ordre.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">-C'est une reconnaissance de dette et il matérialise la créance.-Il précise exactement la ou les dettes de paiement, mobilisable, et il endossable.	<ul style="list-style-type: none">-Émis à l'initiative de l'acheteur.- soumis au risque d'impayé et de change.

Source : élaboré par nos soins.

3.6.2 Les techniques du paiement à l'international :

La technique de paiement est une procédure de recouvrement permettant de collecter avec plus au moins de sécurité instruments de paiements.

✓ L'encaissement simple :

L'exportateur envoie une facture commerciale à son client. Celle-ci peut être payable à vue ou souvent à échéance généralement par virement SWIFT. C'est le client qui garde l'initiative du règlement.³³

³² LUC, BERNET-ROLLANDE « principes de technique bancaire », 25e édition, DUNOD, Paris, 2008.

Cette technique n'apporte pas de sécurité pour le vendeur (sauf traite avalisée). La protection de l'exportateur peut être obtenue par la souscription d'un contrat d'assurance-crédit ou d'affacturage ou l'obtention d'un cautionnement bancaire ou d'une garantie à première demande. Si cette technique de paiement ne paraît pas assez sécurisante, l'exportateur pourra opter soit pour le paiement d'avance soit par l'utilisation des techniques documentaires.

✓ La remise documentaire

La remise documentaire est une procédure de recouvrement dans laquelle une banque a reçu mandat d'un exportateur (le vendeur) d'encaisser une somme due par un acheteur contre remise des documents. Le vendeur fait généralement établir les documents de transport à l'ordre de la banque de l'acheteur ou une banque dans le pays de l'acheteur. Celle-ci doivent remettre les documents commerciaux et de transport à l'acheteur, contre paiement ou acceptation d'effets de commerce. La remise documentaire peut prendre deux formes :

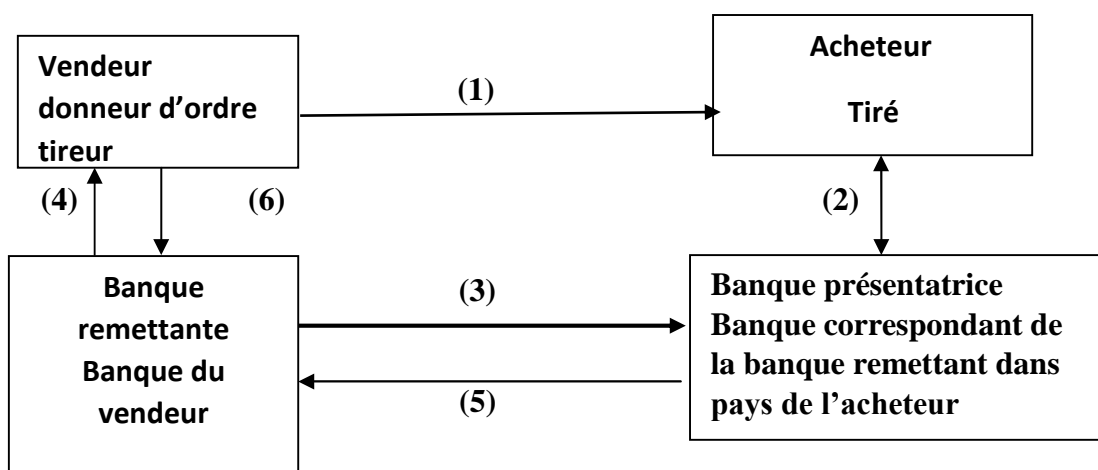
- **La remise documentaire contre paiement**

La remise D/P signifie documents contre paiement (la banque présentatrice ne remet les documents que contre paiement de la somme due).

- **La remise documentaire contre paiement**

La remise D/A correspond à documents contre acceptation. Dans ce cas, la banque présentatrice ne donne les documents à l'acheteur que contre l'acceptation par ce dernier d'une ou plusieurs traites payables à une échéance ultérieure.

Schéma 1 : L'opération de la remise documentaire



Source : Legrand, Martini, op.cit., p133.

³³ LEGRAND.G, MARTINI « gestion des opérations import-export », DUNOD, Paris, 2008, p131.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

Étape 1 : avec un certain niveau de confiance, l'exportateur fabriquera ou achètera la marchandise commandée par son client, et il les expédiera vers le pays de l'acheteur en faisant établir les documents d'expédition ;

Étape 2 : l'exportateur confie les documents à sa banque pour qu'elle les fasse présenter à l'importateur, et cela après avoir reçu toutes les coordonnées de ce dernier, les conditions de vente convenues et le montant à encaisser ;

Étape 3 : La banque remettante se changera à son tour de transmettre les documents et la lettre d'instruction à la banque présentatrice ou son correspondant dans le pays de l'acheteur ;

Étape 4 : La banque présentatrice remet les documents à l'acheteur, soit contre paiement cash, soit contre acceptation d'une traite ensuite, l'importateur retire les documents pour pouvoir prendre possession de la marchandise ;

Étape 5 : le paiement est transmis de la banque présentatrice à la banque remettante, moyennant les commissions et frais bancaires y offert ;

Étape 6 : Le paiement est transmis de la banque remettante à l'exportateur, qui à son tour, subit les frais et commissions de sa banque.

➤ **Avantages et inconvénients du la remise documentaire :**

a) Avantages :

- L'acheteur ne peut pas retirer la marchandise en douane avoir préalablement réglé à sa banque le montant de la facture due au fournisseur étranger.
- La procédure est plus souple que le crédit documentaire, moins formaliste, moins rigoureuse sur le plan documents et des dates.
- Le coût bancaire minime.

b) Inconvénients :

- Si le client ne se manifeste pas, la marchandise est immobilisée, il faudra la vendre sur place à bas prix ou la rapatrier et donc payer à nouveau des frais de transport.
- L'acheteur peut invoquer de nombreux motifs pour ne pas payer.
- Cette pratique favorise la renégociation à la baisse des prix par l'acheteur (risque de marchandage).

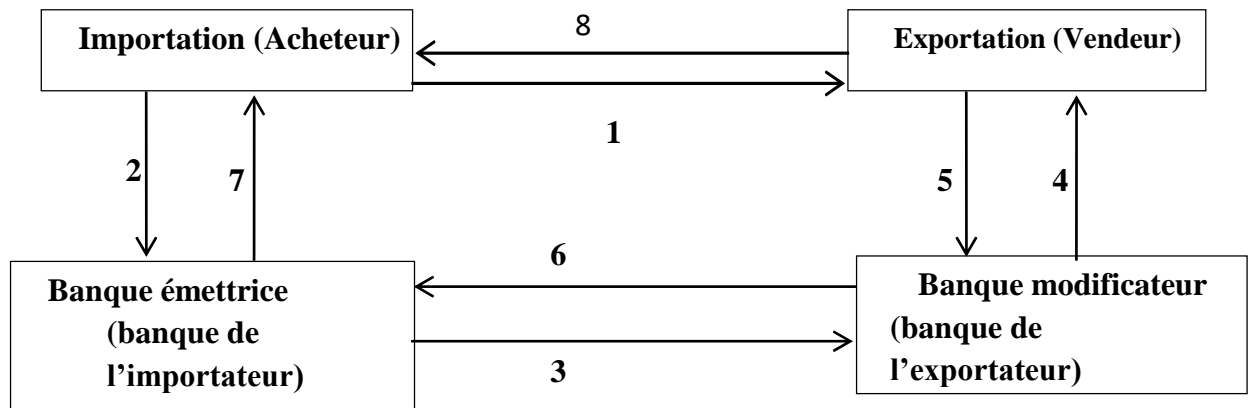
✓ **Le crédit documentaire**

Le crédit documentaire est un mode de paiement très répandu en commerce international, en raison du degré de sécurité qu'il présente pour les contractants. Le crédit documentaire a été uniformisé mondialement grâce à des règles précises élaborées par la Chambre de Commerce Internationale. Créé par une banque, selon lequel cette dernière accepte de verser un montant déterminé à un bénéficiaire (vendeur), moyennant le respect de certaines conditions.

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la logistique

Il s'agit donc d'un engagement irrévocable de paiement donné par une banque (la banque émettrice), en faveur du vendeur (le bénéficiaire), et délivré à ce dernier à la demande et conformément aux instructions de l'acheteur (le donneur d'ordre). L'engagement est limité dans le temps et il est conditionné à la présentation par le vendeur d'un ensemble précis de documents conformes aux conditions et termes du crédit documents et ceci dans un délai déterminé.

Schéma 2 : le circuit d'un crédit documentaire



Source : établie par nos soins.

Le schéma n° 2 explique les étapes d'un Credoc qui sont :

- 1** : Contrat commercial
- 2** : Demande d'ouverture de Credoc au niveau de la banque émettrice
- 3** : La banque de l'importateur ouvre le Credoc auprès de la banque de l'exportateur
- 4** : La notification du Credoc
- 5** : Présentation des documents au niveau de la banque notifiatrice
- 6** : La banque de l'exportateur envoie les documents au banquier de l'importateur qui le crédite en retour après étude et accord sur les documents
- 7** : La banque émettrice remet les documents à son client
- 8** : Expédition des marchandises

➤ **Avantages et inconvénients du Credoc :**

a) Avantages :

- Garanties et moyens de paiement.
- Contrôle de la conformité apparente des prestations documentaires.
- Seule la fraude permet l'opposabilité au paiement.

B) Inconvénients :

- Durée trop longue dans la circulation des documents originaux pour les expéditions en aérien ou les trajets maritimes courts.
- Coût assez élevé surtout pour les crédits de faible montant.
- Mauvaise couverture du risque d'interruption de marché (risque de fabrication).

✓ **La lettre de crédit stand-by :**

Il s'agit d'un engagement irrévocable de l'émetteur d'indemniser un bénéficiaire en cas de défaillance d'un donneur d'ordre. En tant que garantie de paiement d'une opération commerciale, c'est un engagement de paiement irrévocable, mais conditionnel donné par la banque de l'acheteur (le donneur d'ordre) en faveur du fournisseur (le bénéficiaire) de payer si l'acheteur a fait défaut à ces obligations de paiement.

Conclusion

Durant l'élaboration de ce premier chapitre, nous avons constaté que la logistique est une fonction très importante pour les entreprises, dans les opérations internationales spécifiquement dans les activités d'exportation.

C'est un processus qui permet d'optimiser et d'utiliser des réseaux de distribution des biens matériels, d'information et de service afin de satisfaire complètement et rapidement la commande. Il est considéré comme une bonne démarche pour la livraison des produits au bon endroit et au bon moment.

La logistique s'effectue grâce à l'essor des systèmes d'informations et suite au développement des technologies d'information et de communication.

La chaîne logistique est l'ensemble des entreprises interdépendantes (considérées comme les différents maillons de la chaîne) elle permet d'améliorer la gestion des flux physiques pour l'entreprise et ses clients. Gage de qualité, de compétitivité et de conformité, elle permet de garantir le meilleur service au coût le plus bas.

Chapitre 2 :
Aperçu générale sur
l'activité d'exportation

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

Introduction

Le monde des affaires se développe au fur et à mesure, où sa place prend plus d'ampleur au niveau mondial, grâce à l'exportation. Cette dernière consiste à la vente des produits et /ou des services comme elle est soumise à différentes formalités. L'exportation est un régime qui a pu réussir à susciter l'intérêt d'un grand nombre de sociétés ce qui a fait sa réussite.

Théoriquement, l'exportation est définie comme la vente de produits et /ou des services à l'étranger, constituant la forme la plus traditionnelle du développement international des firmes, en fonction de la nature du contrôle que l'entreprise souhaite exercer sur la commercialisation de ses produits ou services, elle peut opter pour une exportation indirecte, directe ou concertée (urban1993).¹

Dans ce chapitre nous allons focaliser sur trois sections, la première est consacrée sur la présentation générale des exportations, la deuxième sur les différentes étapes des exportations et la troisième parle sur les procédures d'exportation les plus importantes.

Section 01 : Généralité sur l'exportation

Dans cette section nous allons faire un aperçu sur les généralités des exportations. Nous avons divisé cette section en quatre points, d'abord une définition sur l'activité d'exportation, ensuite en parlerons sur les formes des exportations, nous allons également intéresser aux effets d'exportations dans la croissance économique et les raisons d'internationalisation des entreprises.

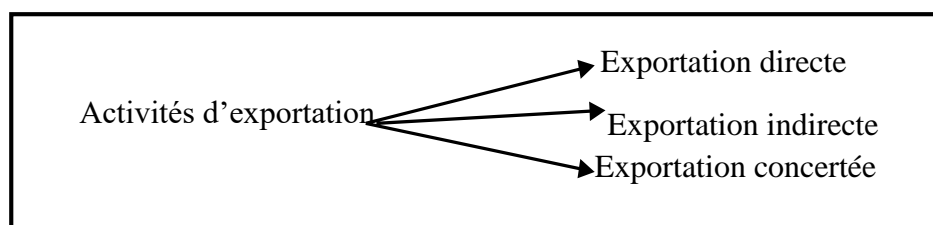
1.1 Définition de l'activité d'exportation

« Les activités de l'exportation correspondent à la vente de produits et de services à l'étranger. Elle constitue souvent une première étape dans l'exportation internationale de l'entreprise. En fonction de la nature du contrôle que l'entreprise souhaite exercer sur la commercialisation de ses produits et services ». ²

1.2 Les formes d'exportation

Les exportations peuvent prendre les différentes formes suivantes :

Schéma 3 : Les principales formes d'exportation



Source : MAYRHOFER.U, op-cit, p106.

¹ Ulrike MAYRHOFER: « marketing international », Ed. ECONOMICA, 2004, p58.

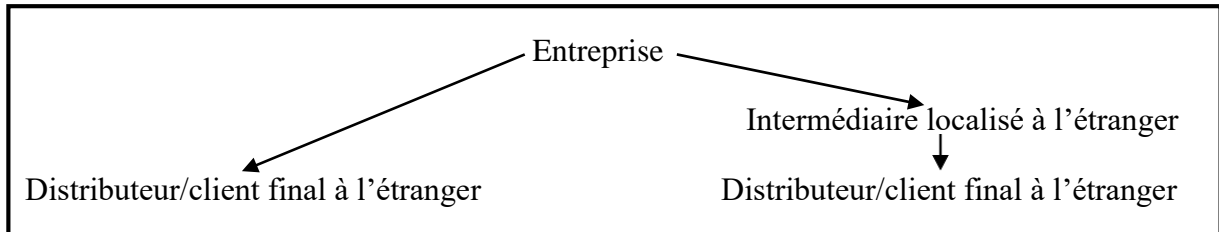
² MAYRHOFER. U : « management stratégique », édition Bréal, 2007, p106.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

1.2.1 L'exportation directe

Dans le cadre de l'exportation directe, l'entreprise est amenée à nouer des relations commerciales à l'étranger. Elle permet généralement une meilleure maîtrise de la commercialisation des produits et services exportés par l'entreprise. Celle-ci peut choisir de vendre directement à ses clients, mais elle peut également confier la vente de ses produits et services à des intermédiaires localisés à l'étranger (agent commercial, importateur-distributeur).

Schéma 4 : Exportation directe

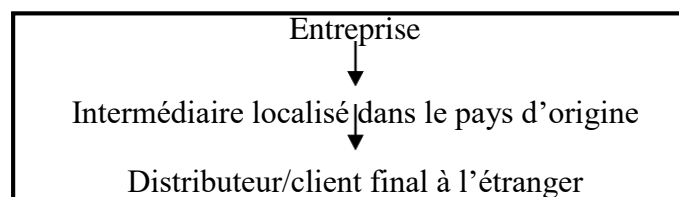


Source : MAYRHOFER.U, op-cit, p107.

1.2.2 L'exportation indirecte

L'exportation indirecte ou exportation sous-traitée est un mode dans lequel l'entreprise sous traite ses ventes exports. Dans ce but, elle recourt à un intermédiaire commercial qui a les ressources, les compétences, la connaissance et l'expérience du marché. L'intermédiaire se place entre l'exportateur et les distributeurs locaux. En général, il achète les produits à l'exportateur et les revend ensuite sur le marché à des conditions qu'il définit. Les risques de l'exportateur sont donc limités ; en contrepartie, il perd la maîtrise de la politique commerciale et ne contrôle pas les conditions de commercialisation des produits sur le marché. On retiendra : les sociétés de commerce international, les sociétés de gestion export, les importateurs et concessionnaires.³

Schéma 5 : Exportation indirecte



Source : MAYRHOFER.U, op-cit, p108.

1.2.3 L'exportation associée ou l'exportation concertée

L'exportation concertée consiste pour l'entreprise à exporter en coopération avec d'autres entreprises. L'association avec d'autres entreprises nationales, plus rarement étrangères, permet de constituer un groupement d'exportateurs qui mettent des moyens en

³ AMELON.J-L, CARDEBA. J-M, « Les nouveau défis de l'internationalisation », Ed Boeck, Paris, 2010, p195.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

commun pour mener leurs politiques d'exportation. Les modalités les plus connues d'exportation concertée sont le regroupement d'exportation et le portage.

- **Les groupements d'exportateurs** : un groupement d'exportateurs est la mise en commun par plusieurs entreprises, non concurrentes, de tout ou partie de leurs activités d'exportation, plusieurs formes de groupements existent, auxquels des fonctions relativement différentes sont assignées : recherche et mise en commun conseil et assistance export ; Lobbying export.
- **Le portage (Peggy Back)** : il s'agit d'une technique utilisée par les PME pour bénéficier (moyennant des commissions) du réseau de distribution d'une FMN.

1.3 Les effets des exportations dans la croissance économique

Plusieurs études ont été portées sur la vérification d'une relation positive entre l'accroissement des exportations et la croissance économique parmi ces études nous trouvons Michael (1977), Balassa (1978), Tyler (1981) et feeder (1983). Ces derniers ont réalisé des études pour des pays en voie de développement, ils considèrent les exportations comme étant une variable explicative jouant un rôle promoteur dans l'augmentation de PIB.

1.3.1 Le développement des exportations

Un facteur de croissance économique par référence aux travaux de professeur de Denis, parmi les principaux facteurs de la croissance économique ; la croissance des exportations joue un rôle moteur de l'expansion ainsi il introduit la notion des « débouchés préalable », en soulignant que la prise de conscience par les entreprises de l'existence d'une demande préalable et plus précisément la certitude d'une expansion possible des débouchés externes, les incitent à accroître leurs exportations ainsi que leurs investissements.

1.3.2 Un multiplicateur d'exportation

Le multiplicateur extérieur fonctionne en économie ouverte. Toute augmentation des exportations entraîne une variation amplifiée du revenu national. En effet, l'effort à l'exportation stimule la croissance ;

-Les exportations se traduisent par des entrées de devises. Cela génère de revenus, et entraîne une demande supplémentaire ; cette demande suscite d'un accroissement de la production nationale ; et cette dernière engendre de nouveaux revenus.

-Ainsi en se référant à la notion du multiplicateur Keynes, à côté du multiplicateur de l'investissement, il existe un multiplicateur de commerce extérieur qui signifie à une variation du montant des exportations correspondant à un accroissement du PIB⁴.

-C'est ainsi, que la libération des échanges crée des opportunités des exportations qui déclenchent un effet multiplicateur bénéfique. Il y a lieu aussi de mentionner le caractère

⁴ MANTOUSSE, M, « 100 Fiches pour comprendre les sciences économiques », Ed, Bréal, Paris, 2005, p173.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

dynamique de cet effet, puisque les taux de croissance ne se renouvellent qu'avec une nouvelle croissance des exportations.⁵

1.3.3 Les exportations, une source de l'innovation des entreprises

La plus grande exposition des opérateurs locaux à la concurrence internationale et aux rigueurs du marché international favorise les effets d'émulation, l'absorption des innovations et donc la compétitivité des produits exportables, ce qui est favorable à la transformation, la croissance ainsi encourage l'investissement national et étranger, augmentant ainsi l'accès au capital et à la technologie.

1.4 Les raisons de l'internationalisation des entreprises

Plusieurs raisons poussent les entreprises à s'internationaliser. Parmi ces raisons, on distingue ⁶:

1.4.1 Raisons stratégiques

Le choix de l'internationalisation de l'entreprise reste difficile, il faut considérer l'attractivité de pays mais aussi la capacité concurrentielle de l'entreprise

➤ Permet de répartir les risques entre plusieurs pays

- Conjoncture économique, variation monétaire (taux de changes flottants) ;
- Risque de dépendance (par la diversification géographique pour l'écoulement des ou l'approvisionnement) ;
- Concurrence (quelquefois moins forte sur les marchés extérieurs que sur le marché national) ;
- Phases du cycle de vie (un produit en phase de maturité sur le marché national peut être en phase de croissance ailleurs).

➤ Procure des avantages concurrentiels

-Implantation d'unités de production dans les pays qui permettent :

- Bas niveau des salaires (d'une main-d'œuvre bon marché)
- Disponibilité des ressources et la maîtrise des approvisionnements (ressources naturelles disponibles rapidement et à moindre coût)
- Incitations financières et fiscales (qui accordent des avantages fiscaux : zones franches)
- Productivité du travail importante et qualification de la main-d'œuvre (production horaire/salarié et VA/salarié)

La baisse des coûts de production d'une à la délocalisation permet d'augmenter les ventes, donc de réaliser des économies d'échelle (diminution de coût de production unitaire obtenue grâce à une augmentation des dimensions de l'unité de production) au niveau de la

⁵ SIROAN, J-M, « L'OMC et la mondialisation des économies », Ed, Economica, Paris, 1998, p30.

⁶ CHABB Meryam, marketing et internationalisation des entreprises, WESFORD (Ecole supérieur de commerce), master marketing, 2004, p4- 8.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

production, des approvisionnements, de la mercatique, de la recherche développement et des ressources financières.

1.4.2 Raisons liées au marché

C'est des facteurs liés au marché de base et au marché étranger

➤ Facteurs liés au marché de base

-L'internationalisation est parfois imposée : saturation du marché national ou difficulté du marché national ou difficulté de gagner des parts de marché supplémentaires (situation oligopolistique) donc besoin d'élargissement des marchés.

-La réglementation limite de développement de l'entreprise

-Les conditions de production freinent la croissance et le profit

-La concurrence est très agressive

➤ Facteurs liés aux marchés étrangers

-La concurrence s'internationalise (ouverture des marchés, l'entreprise ne peut plus considérer son marché national comme le seul marché, il faut occuper le terrain là où se trouvent les clients mais aussi les concurrents)

-Les imperfections des marchés (l'entreprise peut être obligée de s'implanter dans un pays pour avoir le droit d'y écouler sa production : réglementations tarifaires, administratives ou protectionniste).

1.4.3 Les facteurs commerciaux

Les facteurs commerciaux sont :

➤ Etroitesse du marché national ou sa saturation

La dimension réduite du marché intérieur pousse l'entreprise vers les marchés étrangers à titre exemple : vu l'étroitesse de leurs marchés locaux, Nestlé a rapidement développé ses activités hors de Suisse et 10% des entreprises finlandaises exportent dès leur création.

➤ La spécialisation de l'entreprise

Pour certaines activités spécifiques, le marché ne peut se limiter à un territoire national, compte tenu du faible nombre de clients. C'est souvent le cas des PME pour qui l'internationalisation est le prolongement naturel d'une stratégie de spécialisation : elle permet, sans sortir de son métier d'origine, d'éviter les risques de la spécialisation en offrant des perspectives de croissance.

➤ La régulation des ventes de l'entreprise

Le ralentissement de la croissance économique dans un pays peut être en partie compensé par des commandes venues de l'étranger dans des zones où les économies ne sont pas en phase. L'exportation permet alors de réduire les risques conjoncturels. Il en va de même pour les ventes saisonnières qui peuvent exploiter les décalages géographiques et climatiques pour

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

réguler leur activité . Cette régulation permet une meilleure exploitation de l'appareil de production et une plus grande maîtrise des coûts.

➤ Le cycle de vie international du produit

Les stades de développement international de l'entreprise coïncident souvent avec le cycle de vie du produit. Les produits nouveaux sont mis au point dans les entreprises des pays technologiquement avancés, pour des consommateurs à fort pouvoir d'achat. L'exportation sert ensuite à amortir les frais de recherche et de développement et les frais commerciaux.

La maturité des produits coïncide souvent avec la banalisation de leur technologie et l'apparition de concurrents sur les marchés étrangers et la création de filiales de production destinées à servir les marchés locaux en réduisant les coûts.

L'accroissement de la concurrence entraîne d'abord la délocalisation de la production vers des zones à faible coût de main-d'œuvre, puis la réimportation vers le pays d'origine. Les facteurs commerciaux de l'exportation permettant donc d'augmenter la durée de vie du produit en ciblant des marchés ayant des stades de développement économique, des structures et des comportements d'achats différents.

1.4.4 Les facteurs industriels

➤ La recherche d'économies d'échelle

La multiplication des marchés permet la production en plus grande quantité, donc l'abaissement des coûts unitaires, les coûts de lancement étant abaissés par l'amortissement des coûts de recherche développement sur un plus grand nombre d'unités.

➤ L'abaissement des coûts de production

L'investissement à l'étranger permet :

- Les coûts avantageux des facteurs de production (matières premières, travail).
- L'accession aisée a des ressources financières tant sur le marché national que sur le marché d'implantation,
- D'échapper à des réglementations contraignantes dans le domaine fiscal, social et de la protection de l'environnement.

1.4.5 Les facteurs d'opportunité

➤ Demande spontanée

Ces demandes se révèlent lors de manifestations commerciales, de rencontres fortuites de représentants d'entreprises ou de demande d'information par courrier ou autres. Ces sollicitations doivent inciter l'entreprise à adopter une démarche plus rigoureuse de vérification en aval de ces opportunités afin de déterminer si un marché viable existe.

➤ Production excédentaire

L'écoulement de stocks conçus pour le marché national et non absorbé peut être réalisé par le biais d'une exportation ponctuelle. Celle-ci peut alors être considérée comme le premier pas d'une véritable démarche d'internationalisation.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

➤ Motivation du dirigeant

La formation du dirigeant, le fait d'avoir vécu à l'étranger, son goût pour l'innovation et le risque, son ouverture d'esprit, sont autant de caractéristiques d'un profil et d'un comportement propices à l'exportation. Ceci est d'autant plus vrai quand il s'agit d'une PME dans laquelle existe une forte relation entre la personnalité du dirigeant et les objectifs de l'entreprise.

Section 02 : Les étapes de l'opération d'exportation

L'exportation à l'étranger demande beaucoup de réflexion et quelques techniques qui peuvent limiter les risques et éviter tout obstacle ou désagrément susceptible de la bloquer, pour que cette démarche soit réussie.

Dans cette section, nous allons présenter les principales étapes du processus d'exportation qui peuvent aider l'entreprise à atteindre son objectif d'internationalisation. Il s'agit : du diagnostic export, de l'identification du marché cible, du réalisées et enfin de la prospection de ces derniers.

2.1 La démarche export et ses phases

Pour se lancer dans l'exportation, il faut agir en réduisant les risques, car c'est un investissement important en volume, donc la démarche doit être planifiée. Pour réussir l'exportation, plusieurs conditions devront être⁷ réunies, plusieurs phases sont à respecter :

2.1.1 Le diagnostic export

Est un outil qui permet à une entreprise d'évaluer ses forces et ses faiblesses et opportunités et les menaces qu'elle peut rencontrer sur le marché. Pour réaliser un diagnostic export ; l'entreprise réalise dans un premier temps le diagnostic interne pour déterminer sa capacité d'exporter, suivi d'un diagnostic externe, pour déterminer le potentiel du pays ou du marché où elle souhaite implanter⁸.

❖ Le diagnostic interne

Pour évaluer sa capacité d'exportation l'entreprise doit évaluer ses forces et faiblesses qui doivent être corrigées afin, d'exporter avec succès.

Les points forts sont ses propres factures internes positives : la qualité de leurs produits, la notoriété, leur expérience internationale leurs capacités financières, le respect des normes, etc.

Les points faibles sont les factures négatives internes qui peuvent empêcher une entreprise d'atteindre, ses objectifs si elle n'est pas réparée : équipements vieilliss, capacité de production, insuffisante, personnel non qualifié, etc.

⁷ AMELON J-L, CARDEBA. J-M, « les nouveaux défis de l'internationalisation », De Boeck 1ereedition, 2010, p200.

⁸ DENISA MIHAELA STANESCU, SABINE INARD PATUREL, « BTS Commerce International », paris 2013, p.78.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

❖ Le diagnostic externe

Analyser la position de l'entreprise par rapport aux opportunités et menaces du marché externe.

Les opportunités sont des facteurs externes positifs : des conditions économiques favorables et la présence d'une demande potentielle.

Les menaces sont des facteurs négatifs qui peuvent affecter le développement de l'entreprise sur un marché : fiscalisation importante, instabilité politique, instabilité monétaire, concurrence exacerbée.

❖ Objectifs du diagnostic export

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

- ✓ Déterminer la capacité de l'entreprise à faire face aux difficultés inhérentes à l'internationalisation et à la gestion des exportations ;
- ✓ Evaluer les chances de succès des couples produit/marché ;
- ✓ Cela permettra à l'entreprise de bien prendre ces décisions ;
- ✓ Il contribuera à développer une stratégie pertinente et clairement définie ;
- ✓ Se positionner durablement sur les marchés étrangers.

2.1.2 Identification et sélection des marchés :

La seconde étape est celle de l'identification et de la sélection des marchés potentiels les plus prometteurs compte tenu de la nature des produits et/ ou services offerts. Une bonne segmentation des marchés permet d'élaborer une stratégie marketing adaptée au segment et de se concentrer sur les clients les plus réceptifs à l'offre. La sélection des marchés export passe traditionnellement par trois phases successives ⁹:

• Étape de présélection

Il s'agit de collecter des informations et des statistiques sur une sélection de 5 à 10 marchés plus attractifs et accessibles tels qu'indicateur géographiques, données économiques et financières, les indices démographiques des infrastructures, environnement politique, étudier l'évolution de ces dernières années, l'évolution de la concurrence, la croissance de la consommation.

• Évaluation des marches cibles

Les 3 à 5 marchés les plus prometteurs seront retenus afin d'être étudiés de manière plus approfondie : analyse des tendances de la demande du produit ou de service, des éléments qui influent sur la concurrence locale comme étrangère, par les producteurs locaux aussi bien qu'étrangers, évaluation de leurs parts de marché respectives, existence de barrières qui limitent l'importation, et le cas échéant, de barrière à la sortie.

⁹ Jean-Louis Amelon. Jean-Marie Cardebat, « les nouveaux défis de l'internationalisation », de Boeck, 1^{er} édition, 2010, p200.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

- **Sélection des pays**

L'entreprise ne peut pas détenir tous les pays et doit donc choisir la plupart des promoteurs. Pour les entreprises qui ont commencé à exporter comme il est conseillé de ne garder que deux équipages.

2.1.3 Développer une stratégie marketing

Construire une stratégie marketing permet de placer les consommateurs comme les concurrents :

- Les caractéristiques des publics ciblent ;
- Comment les concurrents abordent le marché ;
- La meilleure stratégie de publicité ;
- Les éventuelles modifications ont apporté au produit ;

La stratégie de marketing de l'assainissement est basée sur ce qu'on appelle les « quatre p » du marketing ou marketing mix :

2.1.3.1 Le produit

Le placement du produit aide à élaborer une stratégie de prix, le produit est-il haut de gamme, moyen ou bas de gamme ?

La qualité est également un facteur déterminant, d'autant que le coût des retours de produit a depuis l'étranger est élevé. L'emballage peut également devenir un avantage concurrentiel.

2.1.3.2 Le prix

Un prix export doit être réalisé et permettre de dégager une marge bénéficiaire satisfaisante. Il doit tenir compte des coûts de production, des coûts de transports et de distribution, de la stratégie de vente du produit. Il intégrera également les aspects taux de change ainsi que l'amortissement des coûts de spécifique de l'exportation (étude de marché, assurance, couverture des risques¹⁰).

2.1.3.3 La communication

La communication sur les produits et les marques sert à les promouvoir sur le marché, à en assurer les ventes et les ré-achats.

Pour cela, deux types de communication sont utilisés :

-La communication de type « pull » Elle consiste à « attirer » le consommateur vers le produit ou la marque à titre exemple : la publicité, Les médias (cinéma, télévision, presse, affichage, radio et internet), les brochures et l'événementiel sont des supports appropriés.

-La communication de type « push ». Elle consiste à « pousser » le produit vers le consommateur : exemples, les promotions sur le produit ou en point de vente. Le merchandising, la PLV (publicité sur le lieu de vente), les animations points de vents, les opérations tête de gondole et les catalogues sont des supports appropriés¹¹.

¹⁰AMELON. J-L, CARDEBAT J-M, op.cit., p202.

¹¹ Nathalie Van Laethem, « Toute la fonction Marketing », DUNOD, Paris, 2005, p49.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

2.1.3.4 Distribution

La politique de distribution amène l'entreprise à choisir un canal de distribution (intermédiaires successifs) et un circuit (ensemble des canaux utilisés). Le canal peut être court car limité à un seul intermédiaire ou long¹².

2.2 Les études de marché

L'étude de marché est une phase clef de la création de votre entreprise. Elle vous permet de cerner le marché sur lequel vous allez vous lancer et de convaincre vos éventuels financeurs. Cet article vous fournira une méthode ainsi qu'une vue d'ensemble pour réaliser cette démarche¹³.

2.2.1 Les types d'études de marché

Plusieurs types d'études sont recensés et on peut distinguer trois grandes catégories qui se différencient par les objectifs qu'elles éteignent ¹⁴:

2.2.1.1 Les études générales et exploratoires

Les études exploratoires doivent permettre de réunir les informations nécessaires pour opérer une sélection de marché. En effet, aborder les marchés d'une multitude de pays n'est pas une démarche rationnelle, il s'agit au niveau des études exploratoires d'identifier l'intérêt commercial d'un pays ou d'un groupe de pays. Il est vrai que l'entreprise doit d'abord sélectionner les pays qui offrent le meilleur potentiel par rapport à son offre de produits et services.

Dans ce cas, l'entreprise recherche les informations sur le macro-environnement des différents pays mais également des informations sur le microenvironnement qui doivent permettre de cerner le potentiel du marché, l'accessibilité du marché et sa stabilité qui sont des critères essentiels permettant d'orienter le choix de l'entreprise vers tel ou tel marché étranger.

2.2.1.2 Les études sur la structure et le fonctionnement d'un marché

Lors d'une seconde phase, les entreprises réalisent une étude de marché globale sur le ou les marchés présélectionnés. Celle-ci leur permet de développer une connaissance globale et approfondie du marché abordé en analysant sa structure (exemple : environnement légal), ses principaux acteurs, sa taille (volume de demande potentiel), ...

Ce faisant, l'entreprise peut confirmer le degré d'attractivité des marchés, à court et à moyen terme et déterminer si elle doit et si elle peut s'y lancer s'y lancer. En d'autres termes, l'étude sur la structure et le fonctionnement d'un marché permet d'aboutir au choix final du marché cible.

¹² Ghislaine Legrand, Hubert Martini, « Commerce international », 2^{ème} édition, DUNOD, Paris, 2008, p 36.

¹³ <https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/comment-faire-son-etude-marche/4-etapes-bien-realiser-etude-marche>, consulté le 02/07/2020 à 16 :30.

¹⁴ PASCO BEHRO « Marketing International », DUNOD, 2000, p 63-70.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

2.2.1.3 les études de marché ponctuelles

Après avoir sélectionné le ou les marchés cibles, l'entreprise peut y mener des études ponctuelles qui visent notamment à poser les bases de la segmentation du marché et à définir précisément les différents éléments du plan de commercialisation afin que celui-ci soit en adéquation, d'une part, avec les caractéristiques du marché, et d'autre part, avec les ressources et les limites internes de l'entreprise.

Les éléments produits, prix, distribution et communication font l'objet de cette phase d'étude.

2.2.2 Les techniques d'études de marché

Les techniques utilisées doivent permettre de collecter une information documentaire puis de terrain (information primer) et de recouper les informations obtenues.

Tableau 9 : Les techniques d'études de marché

Terminologie	Principes	Finalité
Etudes de documents (information secondaire)	Collecter des informations qualitatives plutôt que quantitatives sur le marché (revues spécialisées, places de marché, concurrents, sources internes, missions gouvernementales ou institutionnelles, services en ligne etc.)	Réaliser une recherche d'information peu coûteuse quoique l'information précise ait bien souvent une valeur marchande.
Observations	Collecter sur place une information de terrains : questionnaires, relevés de prix, interviews.	Vérifier, souvent dans un second temps et compléter l'information secondaire.
Tests et démonstrations	Pratiquer devant l'utilisateur ou le prescripteur la démonstration du produit, recueillir son avis et ses réactions.	Phase avant commercialisation permettant de vérifier tous les attributs du produit et de la communication (promotion et choix publicitaires).
Panels de distributeurs ou d'organismes spécialisés	Echantillons permanents de consommateurs suivis grâce à des méthodes de collecte de l'information aux points de vente (code à barre, code postal ou par des organismes spécialisés.	Phase post-commercialisation afin de vérifier les conditions de commercialisation du produit et ses évolutions.

Source : Ghislaine Legrand, Hubert Martini, « Commerce international », 2e édition, DUNOD, Paris, 2008, p56, 57.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

2.3 La prospection des marchés étrangers

2.3.1 La définition de la prospection

La prospection, ou la recherche de prospects, est essentielle pour générer des ventes. Elle est particulièrement importante lorsque l'exportateur veut aborder de nouveaux marchés, ou ses produits sont encore peu connus et où son réseau de distribution demeure à établir et à intéresser pour vendre ses produits¹⁵.

2.3.2) Les formes de la prospection

✓ La prospection de la clientèle

La prospection des clients consiste à utiliser l'ensemble des techniques du marketing et de vente afin de trouver de nouveaux clients potentiels et qualifiés. Cette prospection est complétée par la fidélisation des clients, car elles sont complémentaires et pratiquer l'une sans l'autre serait sûrement courir un risque économique et stratégique à l'entreprise.

✓ La prospection des fournisseurs

Elle consiste à rechercher de nouvelles entreprises les plus potentielles qui permettent d'apporter une plus-value à la société en matières premières et des fournitures de service. Cette opération est faite à fin que l'entreprise puisse économiser ses ressources et d'éviter toute rupture d'approvisionnement, effectuer une veille des meilleures pratiques dans la filière d'activités, etc....

2.3.3 Les objectifs

Elle doit permettre ¹⁶:

- de consolider ou compléter les informations documentaires ;
- d'évaluer le potentiel réel du marché, de rencontrer les clients, les prospects ou les intermédiaires ;
- de préparer la phase de négociation ;

Elle suppose la définition d'un budget par rapport aux objectifs à atteindre et aux capacités financières de l'entreprise. On définit alors un éventail et un champ des actions possibles et pertinentes.

Section 03 : Les procédures d'exportation

Cette section est dédiée aux différentes procédures remplies lors de l'opération d'exportation, à savoir ; le contrat de vente à l'international, la domiciliation bancaire, les obligations liées à l'exportation, les documents d'accompagnement à l'export, les procédures de dédouanement à l'exportation.

¹⁵ Karl Miville-de chêne, « LE COMMERCE INTERNATIONAL », 2006, p60.

¹⁶ Ghislaine Legrand, Hubert Martini, op.cit., p59.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

3.1 Le contrat de vente à l'international

Le contrat de vente est au cœur du commerce international des marchandises. Cet engagement mutuel du vendeur et de l'acheteur présente des aspects spécifiques à l'international, en particulier du fait de la rencontre de deux systèmes juridiques différents. Il importe donc que vous le rédigiez avec beaucoup d'attention et s'intéresser au cadre juridique de la vente internationale¹⁷.

Diverses clauses sont souvent énumérées dans ces types de contrats qu'on peut synthétiser dans le tableau suivant :

Tableau 10 : 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 de 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 ;
La force majeure	-Indiquez le cas de force majeure pour les évènements imprévisibles ;
Les garanties	-Définissez les engagements des deux parties en matière de garantie. Ex : la caution de restitutions d'acompte pour le vendeur ;
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 (le droit applicable au contrat).

¹⁷ www.globalnegotiator.com, consulté le 02/07/2020.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

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>, Consulté le 02/07/2020.

3.1.1 La formation de contrat de vente à l'international

L'analyse du processus de formation du contrat de vente, devancera l'étude des obligations respectives de l'acheteur et de vendeur.

Les quatre conditions de formation de contrat de vente nécessaires :

- Le consentement des deux parties. Il doit être exempt de vices (erreur, tromperie, violence) ;
- Capacité de contractes (Les parties au contrat doivent avoir la capacité de contracter) ;
- L'objet ou la prestation promise doit exister, être dans le commerce (sont hors commerce les organes humains, les choses contraires à l'ordre public) et appartenir au vendeur, le prix doit être déterminé ;
- La cause ou le mobile d'achat qui inspire chacune des parties doit exister et être licite.

3.1.2 Les obligations de l'acheteur de vendeur

-Les obligations de vendeur : la fin du contrat de vent est qu'elle implique quelques obligations au vendeur qui sera obligé de les exécuter. Le vendeur doit livrer la marchandise conforme à la quantité, qualité, contrat, lieu et délais prévus et surtout de garantir la chose qu'il vend.

-Les obligations de l'acheteur : le contrat de vente assure que l'acheteur exécutera tout accord qui a été fait avec le vendeur. Ainsi il doit payer le prix défini et prendre livraison des marchandises.

3.1.3 Les déférentes étapes de la formation du contrat

• L'offre commerciale

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

L'offre présente plusieurs caractéristiques, et sa rédaction doit observer un certain nombre de précautions car c'est la base du contrat de vente. Les clauses abusives ou excessives sont à éviter.¹⁸

• Les conditions générales de vente export (CGVE)

On appelle conditions générales de vente un ensemble de dispositions applicables à toutes commandes, qui doivent être acceptées telles quelles par le client.

¹⁸ <https://docplayer.fr/amp/1103471-Le-contrat-de-vente-a-l-international-u-le-cadre-juridique-u-les-differntes-etapes-u-les-principales-clauses-notions.html>, consulté le 20/07/2020.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

Elles constituent une sorte de projet de contrat de vente. Elles doivent être portées à la connaissance de l'acheteur avant la commande et elles sont réputées acceptées par celui-ci lorsqu'il passe une commande.

Les conditions générales du contrat doivent être rédigées soit dans la langue du pays de l'acheteur, soit en anglais. Les conditions générales de ventes faites par l'exportateur doivent aller à l'essentiel et se concentrer sur les éléments les plus importants comme le prix, les délais de livraison, les conditions de paiement et les conditions de règlement liées au règlement des litiges. Pour faciliter la rédaction des CGVE par les entreprises, des organismes professionnels et internationaux ont conçu des conditions de vents types aussi détaillées que possible dans le but de réduire les risques de litiges¹⁹.

• L'acceptation

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

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

3.2 La domiciliation bancaire

La domiciliation bancaire est « Une formalité administrative, qui consiste à identifier par immatriculation, une transaction commerciale pour son suivi au regard des dispositions prévues par la réglementation du commerce extérieur et de change ²⁰».

La domiciliation bancaire d'une exportation de marchandises ou de services, consiste :

- Pour l'exportateur, à choisir, avant la réalisation de son exportation, une banque intermédiaire agréée auprès de laquelle il s'engage à effectuer les opérations et les formalités bancaires prévues par la réglementation en vigueur ;
- Pour une banque intermédiaire agréée, à faire immatriculer auprès des guichets, un contrat d'exportation de biens ou de services et s'engager à effectuer pour le compte de l'exportateur les opérations et les formalités prévues par la réglementation en vigueur.

3.3 Les documents d'accompagnement à l'export

La documentation permet de suivre la trace de l'acheminement de la marchandise²¹.

3.3.1 les documents de prix

Les documents des prix comportent des renseignements sur le vendeur et l'acheteur (raison sociale, adresse, etc...) sur la marchandise (natures, quantités, poids...) sur les prix

¹⁹ Désiré Loth, « L'Essentiel des techniques du commerce international », 2009, p111.

²⁰ Le guide de l'exportateur Algérien de la banque national d'Algérie.

²¹ ISABELLE Limoges « le commerce international surpassez vos frontières », L'univers du livre, 2006, p162.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

(unitaires, totaux...) et sur les conditions de vente (incoterms). Dans le document de prix en trouve :

3.3.1.1 La facture pro forma

Ce document est comme un devis fait par le fournisseur (vendeur) destiné à l'acheteur afin de lui donner une idée sur la nature, la quantité et le prix de la marchandise souhaitée, si ceux-là convient et intéressé l'acheteur, il le confirme en lui envoyant un bon de commande portant exactement les mêmes désignations que celle dans la facture provisoire.

3.3.1.2 La facture commerciale

Elle est établie par le vendeur après avoir reçu le bon de commande par l'acheteur lui confirmant sa commande. Elle comporte des indications sur les noms et adresses du vendeur et l'acheteur, nature, quantité, poids unitaire, poids total, prix unitaire et prix total des marchandises, ainsi que le cachet, et la signature du vendeur.

3.3.1.3 La facture consulaire

La facture consulaire est un document établi par le vendeur. Visé par le consulat du pays de l'importateur authentifiant l'origine et la valeur des marchandises, et sa description détaillée dans la langue nationale du destinataire et suivre le tarif douanier de ce pays²².

3.3.1.4 La facture douanière

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

3.3.1.5 La note de frais

C'est une note réclamée par l'acheteur à son fournisseur pour lui donner de détail sur ce qui a été rajouté au moment de la facture autre que les coûts de la marchandise.

3.3.2 Les documents de transport

Les marchandises expédiées d'un pays à un autre peuvent faire l'objet soit d'un transport maritime, aérien ou encore terrestre à s'avoir routier ou ferroviaire.

Les documents de transport sont établis par l'entreprise de transport, constituant les éléments fondamentaux qui assurent la prise en charge, de l'acheminement de la marchandise durant le trajet, et bien sûr ces documents différents selon le mode de transport utilisé.

3.3.2.1 Le connaissance maritime (bill of lading)

Le connaissance maritime est établi par la compagnie maritime et signé par le capitaine du navire, qui prend en charge le transport de la marchandise et s'engage à l'acheminement jusqu'au port de débarquement.

²² BERNET. R : « Principe de technique bancaire », 25^{ème} éditions DUNOD, Paris, 2008, p355.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

« Le contrat de transport se concrétise au travers du connaissement qui est aussi, en transport maritime, un titre représentatif de la marchandise. Par ce document, le capitaine reconnaît qu'il a reçu des marchandises à bord et qu'il s'engage à les remettre en bon état au lieu de destination. Ce document est obligatoire, il constitue pour le chargeur un reçu de la marchandise. Le capitaine ou l'agent maritime remettent le connaissement en échange du reçu du bord, c'est-à-dire du bon d'embarquement. L'original reste la propriété du capitaine, des exemplaires sont données ont récépissé au chargeur »²³.

3.3.2.2 La lettre de transport aérien (LTA)

La lettre de transport aérien est établie par la compagnie aérienne sous les instructions de l'expéditeur et sous sa responsabilité. Il doit préciser dans la lettre notamment les mentions relatives au poids et la dimension de la marchandise.

3.3.2.3 Le duplicata de lettre de voiture internationale DLVI

Le DLVI est un reçu d'expédition d'une marchandise adressé à l'étranger par voie ferroviaire, elle atteste la prise en charge de la marchandise l'acceptation de la livraison au destinataire, elle est établie par l'expéditeur et la compagnie de transport. L'originale est remise au destinataire alors qu'une copie est renvoyée à l'expéditeur²⁴.

3.3.2.4 La lettre de transport routier (LTR)

La LTR est émise par le chargeur qui est le transporteur, il s'engage à prendre en charge et a livré la marchandise au point de destination désigné. Elle possède les mêmes caractéristiques que la DLTI et LTA²⁵.

3.3.3 Les documents d'assurances

Les marchandises faisant objet du commerce international sont souvent soumises à des risques très importants, donc pour faire face à ces risques, les importateurs souscrivent une assurance pour les marchandises qu'ils importent, auprès d'une compagnie d'assurance. On trouve deux types d'assurance²⁶:

3.3.3.1 La police flottante ou police d'abonnement

La police flottante est un contrat global qui couvre toutes les expéditions des marchandises en prévenance de l'étranger pour le compte de l'importateur assuré. À chaque expédition, la compagnie d'assurance doit délivrer à son client un document justificatif qui est le document d'assurance. C'est en quelque sorte un abonnement de 6 mois à 1 ans.

3.3.3.2 La police au voyage

La police au voyage est aussi une assurance qui couvre la marchandise provenant de l'étranger contre certains risques. En général, elle concerne les petits importateurs.

²³ MARIE-MADELEINE DAMIEN : « transport et logistique », DUNOD, paris, 2001, p115.

²⁴ NAJI JAMMAL : « le commerce international : théorie, techniques et applications », édition RENOUVEAU PEDAGOGIQUE INC, 2005, p262.

²⁵ LEGRAND.G, MARTINI.H : « commerce international », DUNOD, paris, 2008, P113.

²⁶ PAVEAU.J, DUPHIL.F et les autres « exporter : pratique de commerce international », 2008, p201.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

3.3.4 Les documents annexes

Les documents annexes sont des documents demandés par l'importateur à l'exportateur pour s'assurer des caractéristiques de la marchandise. Sa le rassure sur la qualité, conformité et la quantité²⁷.

3.3.4.1 Certificat de poids

C'est un document qui atteste le poids exact des marchandises expédiées. Il est délivré par un organisme officiel.

3.3.4.2 Certificat d'origine

C'est un document émis et signé par la chambre de commerce, visé par la douane ou encore par un organisme officiel. Il atteste de l'origine des marchandises.

3.3.4.3 Certificat de qualité

Document établi par un organisme officiel et attestant la bonne qualité des marchandises.

3.3.4.4 Certificat d'inspection

Document officiel établi par un organisme compétent pour la marchandise en cause et attestant l'état ou le conditionnement de la marchandise.

3.3.4.5 Note de poids et liste de colisage (packing List)

Ces documents ont pour but de fournir des indications relatives au poids, au conditionnement, au contenu de chaque colis en complément de celles portées sur la facture.

3.3.4.6 Certificat sanitaire, vétérinaire et phytosanitaire

C'est un document établi par un organisme officiel certifiant la bonne qualité de certaines marchandises comestibles, des animaux et des plantes. Certificat vétérinaire pour les animaux vivants et certificat phytosanitaire pour les plantes, semences, engrais, etc.

3.3.4.7 Certificat d'agréege

Document établi sur ordre de l'acheteur attestant l'état qualificatif et quantitatif de la marchandise par un organisme officiel.

3.3.4.8 Certificat de circulation

Document établi par l'exportateur pour des produits qui relèvent du marché commun. Il est utilisé en faveur des réductions de droits de douane.

3.3.4.9 Certificat d'analyse

Il est émis par un laboratoire agréé ou un expert. Il donne la composition des produits analysés (minerais, produits chimiques, pharmaceutiques, etc...).

²⁷ GARSUAU AULT.P, PRIAMI.S, « La banque : Fonctionnement et stratégies », édition ECONOMICA, Paris,2002, p137.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

3.4 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.

3.4.1 La déclaration des marchandises

Avant le dépôt de la déclaration en douane, toute la marchandise est soumise impérativement aux opérations de conduite, présentation et mise en douane qui constituent les obligations du transporteur vis-à-vis des services de la douane.

3.4.2 La conduite et la mise en douane

La conduite est l'opération d'acheminement des marchandises importées ou à exportées vers le bureau de douane le plus proche de la frontière du territoire douanier, le transporteur doit impérativement emprunter, pour cela, la route légale.

L'opération qui suit, est la mise en douane qui permet au service des douanes d'identifier, de prendre en charge et de garder sous sa surveillance les marchandises jusqu'au dédouanement ou l'enlèvement.

3.4.3 L'établissement de la déclaration en détail

3.4.3.1 La déclaration en détail

D'après la base légale de l'article N°75 du code des douanes Algérienne qui définit le caractère de cette opération « toute marchandises importées ou exportées doivent faire l'objet d'une déclaration en détail ». Elle est l'acte juridique, dans la forme prescrite par les dispositions du code des douanes par lequel le déclarant indique le régime douanier à assigner aux marchandises et fournit toutes les indications nécessaires pour l'application des mesures dont l'administration des douanes assure l'exécution.

La déclaration en détail doit être faite soit manuelle, sur des imprimés conformes au modèle officiel (article 90 du CD) soit en utilisant un procédé informatique SIGAD.

La déclaration en détail doit obligatoirement contenir toutes les énonciations qui sont :

- Le nom, prénom et adresse du déclarant ;
- La désignation des colis ;
- La nature de marchandises ;
- La position tarifaire ;
- Le numéro de condition statistique des marchandises ;
- Le numéro du pays de provenance, et d'origine ;
- Le régime douanier ;
- L'identification des marchandises par leurs espèces, valeurs et origines ;
- Le taux et taxes applicables ;
- Le lieu et date de la déclaration ;

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

3.4.3.2 Le déclarant en douane

Les marchandises importées ou exportées doivent être déclarées en détail par leurs propriétaires ou par les personnes physiques ou morales ayant obtenues l'agrément en qualité de commissionnaires en douane²⁸.

- **Le propriétaire :** c'est la personne morale ou physique possédant un acte authentique justifiant sa propriété légale des marchandises.
- **Le commissionnaire :** il s'agit de : « toute personne physique ou morale agréée pour accomplir pour autrui les formalités de douane concernant la déclaration en détail des marchandises ». Son intervention intéresse toutes les marchandises destinées à être placées sous un régime douanier économique suspensif de tous droits et taxes.
- **Le transporteur :** lorsque aucun commissionnaire en douane n'est représenté auprès d'un bureau de douane frontalier, le transporteur peut, à défaut du propriétaire, accomplir les formalités de dédouanement pour les marchandises qu'il transporte.

3.4.3.3 Le dépôt de la déclaration en détail

La déclaration doit être déposée obligatoirement au niveau du bureau de douane territorialement compétent dans un délai de 21 jours à compter de la date d'enregistrement du document ayant autorisé le déchargement des marchandises.

3.4.4 Le contrôle et la vérification de la déclaration

L'enregistrement de la déclaration signifie que la douane l'a reconnu recevable, et c'est ce qui se fait automatiquement par le système informatique, cependant, cette recevabilité ne concerne que l'aspect formel de cette dernière.

L'enregistrement de la déclaration par le système informatique de gestion (SIGAD) a pour effet juridique de lier le déclarant à l'administration des douanes, ainsi, il doit obligatoirement honorer ses engagements et payer les droits et taxes calculés selon les modalités et les règles en vigueur à cette date.

La vérification est traduite par l'ensemble des mesures légales et réglementaires prises par l'administration des douanes pour s'assurer que la déclaration est correctement établie, que les documents justificatifs sont réguliers et que les marchandises sont conformes aux indications figurant sur la déclaration et les documents. Une fois la déclaration est admise conforme elle est transmise au receveur qui procédera à la liquidation et l'acquittement de droits et taxes.

3.4.5 La liquidation et l'acquittement des droits et taxes

Le fait générateur de la créance du trésor public est l'enregistrement de la déclaration en détail, c'est donc la date prise en compte pour l'application des taux des droits et taxes exigibles pour cette marchandise. Mais les dispositions du CDA permettent au déclarant de bénéficier de toute disposition antérieure plus favorable si l'expédition directe des marchandises vers l'Algérie est dûment justifiée (la Clause Transitoire). En cas d'abaissement du taux des droits et taxes, le déclarant peut, lorsque l'autorisation d'enlever

²⁸ Formalités de dédouanement, disponible sur www.fce.dz/wp-content/uploads/2015/08/formalites-de-dedouanement, consulté le 08/08/2020.

Chapitre 2 : Aperçu générale sur l'activité d'exportation

des marchandises n'a pas encore été donnée par les agents des douanes bénéficié du nouveau taux.

Toutefois, pour être acceptable, la demande écrite du déclarant doit être introduite avant que les droits et taxes n'aient été perçus. Les droits et taxes liquidés dus sont payables en espèces ou par tout autre moyen de paiement ayant le pouvoir libératoire par le déclarant ou toute autre personne agissant pour son compte. Il est prévu aussi, le cas de remboursement de ces droits et taxes en cas de renvoi des marchandises au fournisseur ou leur destruction contrôlée par la douane ou lorsqu'ils ont été payés à tort.

Conclusion

L'exportation est le fait de céder des produits et/ou services destinés à être commercialisés et vendus sur le marché étranger. On distingue entre les sociétés totalement exportatrices dont la cession porte sur l'ensemble de sa production, et les sociétés partiellement exportatrices, dont la cession porte plutôt sur une partie de sa production.

Les caractéristiques d'un territoire donné en termes des coûts des facteurs, de marché ainsi que de systèmes d'innovation et de régulation institutionnelle constituent des éléments d'aide à la prise de décision d'exportation et d'internationalisation.

Globalement, l'internationalisation des entreprises peut être considérée comme un processus qui s'effectue en plusieurs étapes. Elle commence généralement par des exportations, suivies par des implantations commerciales et des opérations partenariales avant de se terminer par des créations de filiales à l'étranger (Urban 1993).

Conclusion générale

Conclusion générale

La valeur du commerce extérieur (importation et exportation) d'un pays est déterminée par la production économique de ce dernier. En effet, les exportations permettent de mettre en évidence les ressources et les capacités productives de l'entreprise, ce qui lui permet de se retourner vers le marché international et de se créer une place.

À partir du vingtième siècle, ce dernier a connu un développement rapide. L'évolution du commerce international pousse l'entreprise à chercher des solutions pour faire face aux enjeux de marché international. L'une des pistes les plus pertinentes c'est d'adopter une logistique efficace.

Afin que l'entreprise puisse réussir sa démarche d'exportation, elle doit connaître et maîtriser la logistique. Elle s'assure d'exécuter les commandes des clients afin de les satisfaire dans les meilleures conditions de coût de qualité de service dans les délais requis.

La logistique dans les opérations de commerce extérieur est une chaîne très structurée qui régule les flux physiques, les flux financiers et les flux documentaires, mais sa réussite est indexée à la fiabilité des différents maillons de cette chaîne, et également elle consiste à la coordination entre les différents services et assure par exemple la coordination entre les opérations de stockage et de distribution. 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, d'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 clients, respecter les délais et de maîtriser les coûts de production.

Toute marchandise voyageant à l'international c'est-à-dire du fournisseur au client fera l'objet d'une logistique internationale du fait de plusieurs facteurs qui interviennent au moment du déplacement de cette marchandise. Il faut aussi noter que la logistique internationale a pour but d'optimiser les coûts liés à l'approvisionnement et aussi la bonne gestion des flux d'information au sein de l'organisation de l'entreprise ainsi cela permettra à l'entreprise de rester compétitive. Pour une bonne logistique à l'international, il est préférable de prendre en considération certaines règles qui sont liées au commerce international, l'on doit anticiper les différentes formalités au moment des opérations d'importation et d'exportation, mettre à disposition les moyens nécessaires au déplacement et manutention de cette dernière cela permettra à l'entreprise de gagner du temps, et pour cela il est très important de connaître le rôle de chaque intervenant au moment du transport de la marchandise que ça soit à l'échelle nationale ou internationale.

À l'international, le transport est un élément essentiel dans la chaîne logistique, il permet d'acheminer les marchandises de l'exportateur vers l'importateur. En effet, le transport maritime est un marché lié au développement du commerce international 90% des échanges à des capacités importantes en ce qui est de la quantité à transporter, sa diversité à pouvoir prendre en charge plusieurs types de marchandises en même temps, mais aussi, ses coûts de transport qui sont moins chers par rapport aux autres modes de transport.

Par ailleurs, un rigoureux des moyens et techniques appropriés aux spécificités de marché international est impératif.

Conclusion générale

Les incoterms codifient les pratiques du commerce international et permettant à des opérateurs appartenant à des systèmes économiques et juridiques différents de pratiquer le commerce.

Les principaux objectifs des modes de paiement à l'international sont ; la sécurisation d'un paiement, la fourniture des solutions de financement et garantir la bonne exécution d'une opération.

Pour conclure, nous avons constaté à travers notre travail que la logistique constitue un élément essentiel dans le succès de l'entreprise, cette dernière doit disposer d'une bonne logistique pour gérer et acheminer de façon organisée et rentable les flux des produits, depuis leur point d'origine jusqu'aux consommateurs finaux.

Dans ce mémoire, nous avons recueilli des informations théoriques grâce à une démarche méthodologique reposant sur l'ensemble des ouvrages, mémoires et thèses doctorat et sites internet. Et en raison de la situation actuelle (covid-19) nous n'avons pas été en mesure de réaliser le cas pratique.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages :

- ALEXANDRE. SMII, Stratégie logistique « Supply Chain management », DUNOD, Paris, 2004.
- AMELON J-L, CARDEBA. J-M, « les nouveaux défis de l'internationalisation », De Boeck 1ereedition, 2010.
- BARBARA LYONNET, MARIE-PASCALE SENKEL, « La logistique », DUNOD,2015
- DENISA MIHAELA STANSCU, SABINE INARD PATUREL, « BTS Commerce International », paris 2013.
- Djermoune.N, Aired.Y « logistique et transport », mémoire de fin d'études, Universitaire appliquée (D.E. U.A) En commerce international, 2008.
- GARSUAUULT.P, PRIAMIS, « La banque : Fonctionnement et stratégies », édition ECONOMICA, Paris,2002.
- GHISLAINE LEGRAND, HUBERT MARTINI « Gestion des opérations import-export », DUNOD, Paris, 2008.
- ISABELLE Limoges « le commerce international surpassez vos frontières », L'univers du livre, 2006.
- JEAN BELLOTTI, « transport international des marchandises »,4 édition, Paris, 2012.
- Karl Miville-de chêne, « LE COMMERCE INTERNATIONAL », 2006.
- LASARY, « le commerce international à la portée de tous », Paris, 2005, p115.
- LE MOIGNE Rémy, « Supply chaine management, achat, production, logistique, transport, vente », DUNOD, Paris, 2013
- LEGRAND.G, MARTINI.H « commerce international », 2e édition, DUNOD, Paris, 2008.
- LOTH.D : « L'essentiel des techniques du commerce international », édition PUBLIBOOK, Paris, 2009.
- LUC, BERNET-ROLLANDE « principes de technique bancaire », 25e édition, DUNOD, Paris, 2008.
- MANTOUSSE, M, « 100 Fiches pour comprendre les sciences économiques », Ed, Bréal, Paris, 2005.
- MARIE(P), « La logistique fonction stratégique pour les entreprises », lyonnaises, 2006.
- Mariem Trojet, « planification d'une chaîne logistique, approche par satisfaction de contraintes dynamiques, th. DOC, Université Toulouse, 2014.
- MAYRHOFER.U : « Management stratégique », édition BREAL, Paris, 2007.
- MEDAN PIERRE, GRATACAP « logistique et supply Chain management : intégration, collaboration et risque dans la chaine logistique globale », DUNOD, Paris ,2008.
- MONNIER PHILIPPE, MAHIER SANDRINE « les techniques bancaires », DUNOD, Paris.
- NAJI JAMMAL « commerce international, mondialisation, enjeux et application »2eme édition, Canada, 2009.
- Nathalie Van Laethem, « Toute la fonction Marketing », DUNOD, Paris, 2005.
- PASCO BEHRO « Marketing International », DUNOD, 2000.
- PAVEAU.J, DUPHIL.F et les autres « exporter : pratique de commerce international », 2008.

- PHILIPPE-PIERRE DORNIER, MICHEL FENDER, « La logistique globale : enjeux, principes, exemples ».1er édition.
- SIROAN, J-M, « L'OMC et la mondialisation des économies », Ed, Economica, Paris, 1998.
- Ulrike MAYRHOFER: « marketing international », Ed. ECONOMICA, 2004.
- WACKERMANN Gabriel, sous la dir. de, « la logistique mondiale transport et communication », Ellipses édition Marketing, Paris, 2005.
- YVES PIMOR, « Logistique : production, distribution, soutien »,3e édition, DUNOD, Paris,2003.

Sites internet

- Formalités de dédouanement, disponible sur www.fce.dz/wp-content/uploads/2015/08/formalites-de-dedouanement.
- <http://WWW.logistiqueconseil.org/Articles/logistique/gestion-flux-logistiques.htm>.
- <https://www.objectif-import-export.fr/fr/export/fiches-export/contrat-de-vente-international>.
- <https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/comment-faire-son-etude-marche/4-etapes-bien-realiser-etude-marche>.
- <https://docplayer.fr/amp/1103471-Le-contrat-de-vente-a-l-international-u-le-cadre-juridique-u-les-differntes-etapes-u-les-principales-clauses-notions.html>.
- www.englishtransport.canalblog.com.
- www.globalnegotiator.com
- www.logistiqueconseil.org/Articles/Logistique/Logistique-internationales.htm.
- www.logistiqueconseil.org/Articles/Logistique/Transit-douane/Assurances-primes.htm.
- www.sendcloud.fr.

Mémoire et thèses de doctorat

- AZOUZ. O, DJEDRA.S « La logistique et la compétitivité de l'entreprise « cas CEVITAL » », mémoire de fin d'étude en sciences économiques, option : Economie industrielle, université de Bejaia.
- CHABB Meryam, marketing et internationalisation des entreprises, WESFORD (Ecole supérieur de commerce), master marketing, 2004.
- JULIENS François : planification des chaines logistique : mondialisation du système décisionnel et performance, thèse présentée à l'université bordeaux I, pour obtenir le grade de docteur en spécialiste : production.
- ZEROUK MOULOUA, Ordonnements coopératifs pour les chaines logistiques, thèse de doctorat Ecole doctorale IAEM Lorraine, 2007.

Autres

- DIEMER ARNOUD : Les fonctions d'appui à la production : approvisionnement et logistique PDF.
- Le guide de l'exportateur Algérien de la banque national d'Algérie.

Table des matières

Table des matières

Liste des tableaux

Liste des figures et schémas

Liste des abréviations

Introduction générale.....	1
Chapitre 1 : cadre conceptuel de la logistique.....	4
Introduction.....	4
Section 1 : Concept théorique de la logistique.....	4
1.1 Histoire de la logistique.....	4
1.2 Définition de la logistique.....	5
1.3 Les enjeux de la logistique.....	5
1.4 Les différents flux logistiques.....	6
1.4.1 Flux physiques.....	6
1.4.1.1 Flux logistique interne.....	6
1.4.1.2 Flux logistique externe.....	6
1.4.2 Les flux d'informations.....	7
1.4.3 Les flux financiers.....	7
1.5 Les différents types de la logistique.....	7
1.6 La fonction de la logistique.....	8
1.7 Le rôle de la logistique.....	9
Section 2 : Présentation de La chaîne logistique (supply chaîne)	9
2.1 Historique de la supply chaine.....	9
2.2 Le concept et définition de la Supply Chain.....	10
2.3 Les caractéristiques de la chaîne logistique	11
2.4 La mise en place d'une chaine logistique.....	12
2.4.1 Le diagnostic	12
2.4.2 Le choix de la cible.....	12
2.3.3 La construction de l'offre.....	12
2.4.4 La mise en place des outils.....	12

2.4.5	Le fonctionnement en collaboration entre acheteur et fournisseur.....	12
2.5	Fonctions de la chaîne logistique.....	12
2.5.1	L’approvisionnement.....	13
2.5.2	La production.....	13
2.5.3	Le stockage.....	13
2.5.4	Distribution et transports.....	13
2.5.5	La vente.....	14
2.6	Les flux de la chaîne logistique.....	14
2.6.1	Les flux d’informations.....	14
2.6.2	Le flux financier.....	15
2.6.3	Le flux physique.....	15
2.7	Les enjeux de la Supply Chain.....	15
Section3 : La logistique internationale.....		16
3.1	Définition de la logistique internationale.....	16
3.2	les intervenants de la logistique internationale.....	17
3.3	L’importance de la logistique internationale dans l’exportation.....	18
3.4	Les incoterms.....	18
3.4.1	La classification des incoterms.....	19
3.4.1.1	Classification selon le type de transport.....	19
3.4.1.2	Classification selon famille.....	19
3.4.2	Présentation des incoterms 2020.....	20
3.5	Les différents modes de transports.....	21
3.5.1	La mise en œuvre des opérations de transport.....	24
3.5.2	Choix d’une solution de transport.....	26
3.5.2.1	Le coût.....	26
3.5.2.2	Les délais.....	26
3.5.2.3	La sécurité de l’acheminement.....	26
3.5.3	Les risques à l’international.....	26
3.5.4	L’assurance à l’international.....	27

3.5.4.1	Les acteurs de l'assurance et les types de police.....	27
3.5.4.2	Les différents types de garanties.....	28
3.6	Les instruments et technique du paiement à l'international.....	29
3.6.1	Les instruments de paiement.....	29
3.6.2	Les techniques du paiement à l'international.....	31
	Conclusion.....	34
	Chapitre 2 : Aperçu général sur l'activité d'exportation.....	35
	Introduction.....	35
	Section 1 : Généralité sur l'activité d'exportation.....	35
1.1	Définition de l'activité d'exportation.....	35
1.2	Les formes d'exportation.....	35
1.2.1	L'exportation directe.....	36
1.2.2	L'exportation indirecte.....	36
1.2.3	L'exportation associée ou l'exportation concertée.....	36
1.3	Les effets des exportations dans la croissance économique.....	37
1.3.1	Le développement des exportations.....	37
1.3.2	Un multiplicateur d'exportation.....	37
1.3.3	Les exportations, une source de l'innovation des entreprises.....	38
1.4	Les raisons de l'internationalisation des entreprises	38
1.4.1	Raisons stratégiques.....	38
1.4.2	Raisons liées au marché.....	39
1.4.3	Les facteurs commerciaux.....	39
1.4.4	Les facteurs industriels.....	40
1.4.5	Les facteurs d'opportunité.....	40
	Section 2 : Les étapes de l'opération d'exportation.....	41
2.1	La démarche export et ses phases.....	41
2.1.1	Le diagnostic export.....	41
2.1.2	Identification et sélection des marchés.....	42
2.1.3	Développer une stratégie marketing.....	42

2.1.3.1	Le produit.....	43
2.1.3.2	Le prix.....	43
2.1.3.3	La communication.....	43
2.1.3.4	Distribution.....	44
2.2	Les études de marché.....	44
2.2.1	Les types d'études de marche.....	44
2.2.1.1	Les études générales et exploratoires.....	44
2.2.1.2	Les études sur la structure et le fonctionnement d'un marché.....	44
2.2.1.3	les études de marché ponctuelles.....	45
2.2.2	Les techniques d'études de marché.....	45
2.3	La prospection des marchés étrangers.....	46
2.3.1	La définition de la prospection.....	46
2.3.2	Les formes de la prospection.....	46
2.3.3	Les objectifs.....	46
Section 3 : Les procédures d'exportation.....		46
3.1	Le contrat de vente à l'international.....	47
3.1.1	La formation de contrat de vente à l'international.....	48
3.1.2	Les obligations de l'acheteur de vendeur.....	48
3.1.3	Les différentes étapes de la formation du contrat.....	48
3.2	La domiciliation bancaire.....	49
3.3	Les documents d'accompagnement à l'export.....	49
3.3.1	les documents de prix.....	49
3.3.1.1	La facture pro forma.....	50
3.3.1.2	La facture commerciale.....	50
3.3.1.3	La facture consulaire.....	50
3.3.1.4	La facture douanière.....	50
3.3.1.5	La note de frais.....	50
3.3.2	Les documents de transport.....	50
3.3.2.1	Le connaissance maritime (bill of lading)	50

3.3.2.2	La lettre de transport aérien (LTA)	51
3.3.2.3	Le duplicata de lettre de voiture internationale DLVI.....	51
3.3.2.4	La lettre de transport routier (LTR)	51
3.3.3	Les documents d'assurances.....	51
3.3.3.1	La police flottante ou police d'abonnement.....	51
3.3.3.2	La police au voyage.....	51
3.3.4	Les documents annexes.....	52
3.3.4.1	Certificat de poids.....	52
3.3.4.2	Certificat d'origine.....	52
3.3.4.3	Certificat de qualité.....	52
3.3.4.4	Certificat d'inspection.....	52
3.3.4.5	Note de poids et liste de colisage (packing List)	52
3.3.4.6	Certificat sanitaire, vétérinaire et phytosanitaire.....	52
3.3.4.7	Certificat d'agréeage.....	52
3.3.4.8	Certificat de circulation.....	52
3.3.4.9	Certificat d'analyse.....	52
3.4	La procédure de dédouanement.....	53
3.4.1	La déclaration des marchandises	53
3.4.2	La conduite et la mise en douane.....	53
3.4.3	L'établissement de la déclaration en détail.....	53
3.4.3.1	La déclaration en détail.....	53
3.4.3.2	Le déclarant en douane.....	54
3.4.3.3	Le dépôt de la déclaration en détail.....	54
3.4.4	Le contrôle et la vérification de la déclaration.....	54
3.4.5	La liquidation et l'acquittement des droits et taxes.....	54
	Conclusion.....	55
	Conclusion générale.....	56
	Bibliographie	
	Résumé	

Résumé

Le développement international des entreprises nécessite de la part de son responsable une réflexion sur ses capacités et ses fonctions principales qui sont : la production, la commercialisation, et la logistique. Cette dernière permet d'organiser les circuits de matière et de produit à moindre coût. Autrement dit l'art de livrer le bon produit, au bon endroit et au bon moment.

Les activités de logistique et principalement le transport permettent de gérer l'ensemble des flux de matières et de produits, depuis l'approvisionnement en matières premières, jusqu'à la distribution des produits finis et la livraison au consommateur final.

Afin que l'entreprise puisse réussir sa démarche d'exportation. Elle doit connaître et maîtriser la logistique à l'international. Elle s'assure d'exécuter les commandes des clients afin de les satisfaire dans les meilleures conditions de coût et de service dans les délais requis.

Summary

The international development of companies requires the responsibility of its manager to reflect on its main capabilities and functions which are: production, marketing, and logistics. The latter allows the material and product circuits to be organized at a lower cost. In other words, the art of delivering the right product, in the right place at the right time.

Logistics activities and mainly transport enable the management of all material and product flows, from the supply of raw materials, to the distribution of finished products and delivery to the end consumer.

In order for the company to succeed in its export process. She must know and master logistics internationally. It ensures that customers' orders are executed in order to satisfy them in the best cost and service conditions on time.

المخلص

يتطلب التطور الدولي للشركات من مديرها انعكاسًا لقدراتها ووظائفها الرئيسية وهي: الإنتاج والتسويق والخدمات اللوجستية. هذا الأخير يجعل من الممكن تنظيم دوائر المواد والمنتجات بتكلفة أقل. بعبارة أخرى، فن توصيل المنتج المناسب إلى المكان المناسب وفي الوقت المناسب.

تتيح الأنشطة اللوجيستية، وخاصة النقل، إمكانية إدارة تدفق المواد والمنتجات بالكامل، من توريد المواد الخام إلى توزيع المنتجات النهائية وتسليمها إلى المستهلك النهائي.

حتى تنجح الشركة في عملية التصدير. يجب أن تعرف وتتقن الخدمات اللوجيستية الدولية. إنها تتأكد من تلبية طلبات العملاء من أجل إرضائهم في ظل أفضل شروط تكلفة وخدمة ممكنة في الوقت المحدد.