

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.

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

Département des Sciences Commerciales

**Mémoire de fin de Cycle
Pour l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales**

Option : Finance et Commerce International

Thème

**Procédure d'exportation et choix d'une solution de
transport
Cas : du Complexe Agroalimentaire CEVITAL Bejaia**

Réalisé par :

- 1-M^{elle} TALEB Houria
- 2- M^{elle} TENKHI Wahida

Encadreur : Mr. KHIDER

Membre du Jury

- M^r: AMZALE President
M^r: LALILECHE Examineur

Promotion 2012-2013

Remerciements

Mes remerciements les plus vifs s'adressent tout particulièrement à M^r KHIDER, pour avoir accepté de diriger ce travail, tout en nous conseillant et nous aidant durant tout au long de nos recherches.

Nous remercierons le personnel de l'entreprise Agroalimentaire CEVITAL de Bejaia qui nous a acceptées afin de réaliser notre stage pratique, et particulièrement le responsable de service transit M^r ALLAL et spécifiquement M^r KHERFELLAH du service transit-export, ainsi que ses deux collègues.

Enfin, nous remercierons toute personne ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

DEDICACES

Dédicaces

Je remercie dieu tous puissions de m'avoir donnée le courage et la volonté pour continuer mes études supérieures.

Je dédie ce modeste travail à mes parents qui me sont si chères, à mes frères et sœurs ainsi que leurs enfants.

À mes amies et à tous ceux qui m'ont aidé à réaliser ce mémoire, et à toute la promotion FCI de 2013.

T. Houria

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail

A mes très chers parents qui m'ont soutenu durant mes études.

A mes adorables sœurs Radia et Assia, et mon cher frère Youcef.

A toutes ma famille et mes amis.

A tous ceux qui, de loin ou de près, ont contribué à la réalisation de ce travail.

T. Wahida

Liste des abréviations

A

- AWB**: Air Way Bill.
- AGI** : Autorisation Global d'Importation.

B

- BCB** : Bon de Cession Bancaire.
- BSC** : Bordereau de Suivi de Cargaison.
- BL**: Bill of Lading.

C

- C.A** : Complexe Agroalimentaire.
- C.C.I** : Chambre de Commerce International.
- CAGEX** : Compagnie Algérien Globale de Garantie des Exportations.
- CREDOC** : Crédit Documentaire.
- CMR**: Feuille de route internationale.

D

- DAI** : déclaration Anticipée à l'Importation.

F

- FCL**: Full Continer Load.
- FSPE** : Fonds Spéciale Pour la Promotion.
- FMI** : Fonds Monétaire International.
- FNARDA** : Fonds National de Régulation et Développement Agricole.

G

-GATT: Accord Générale sur les Droits des Douanes.

I

-IATA: International Air Transport Association.

-INC: Institut National du Commerce.

-IRU: Union International des transports routiers.

L

-LCSB: Letter de Credit Stand By.

-LCL: Lass Thana Continer Coad.

-LTA : Lettre de Transport Aérienne.

N

-NPI: Nouveaux Pays Industrialisés.

O

-OMC: Organisation Mondiale du Commerce.

P

-PROMEX : Office Algérien de la Promotion du Commerce Extérieur.

Q

-QHSE : Qualité Hygiène Sécurité.

R

-RUU : Règles et Usances Uniformes.

S

-SGS : Société Générale de Surveillance.

-SWIFT: Society Worldwide Interbank Financial Telecommunication.

T

-TIR : Transport International Routier.

U

-UE : Union Européen.

-URSS: Union des Républiques Socialistes Soviétiques.

Liste des figures

Figure N° 01 : les différents types d'expédition.....	24
Figure N°02 : La structure du plan marketing.....	56
Figure N° 03 :L'opération de la remise documentaire.....	64
Figure N° 04 : Le circuit d'un crédit documentaire	67
Figure N°05 : les différentes directions intervenant lors d'une opération d'exportation.....	85
Figure N°06 : présentation de la répartition des exportations du sucre blanc en 2010.....	93
Figure N°07 : présentation de la répartition des exportations du sucre blanc en 2011.....	95
Figure N°08 : présentation des exportations du sucre blanc par régions pour 2012.....	96
Figure N°09 : présentation de l'évolution des exportations du sucre blanc	98

Liste des tableaux

Tableau n°01 : Les treize P du marketing international.....	25
Tableau N°02 : les étapes de sélection des marchés.....	26
Tableau N°03 : la représentation des composantes de transport.....	42
Tableau N°04 : la présentation des différents types de navires.....	55
Tableau N°05 : représentation des différents avantages et inconvénients des instruments de paiement.....	62
Tableau N° 06 : Les principaux acteurs du credoc et leur rôle dans une opération	67
Tableau N° 07 : les types de polices d'assurance.....	71
Tableau N° 08 : la capacité de production de cevital.....	78
Tableau N°09 : répartition des effectifs selon les catégories socioprofessionnelles.....	79
Tableau N°10 : le processus d'une opération d'exportation	87
Tableau N°11 : présentation de la répartition des exportations du sucre blanc en 2010.....	92
Tableau N°12 : présentation de la répartition des exportations du sucre blanc en 2011.....	94
Tableau N°13 : répartition par régions des exportations du sucre blanc en 2012.....	96
Tableau N°14 : présentation de l'évolution des exportations par voie maritime.....	97

Sommaire

Liste des abréviations

Liste des figures

Liste des tableaux

Liste des annexes

Introduction générale.....	2
Chapitre introductif: concepts et notions théoriques.....	7
Introduction.....	7
Section 1 : le commerce extérieur.....	8
Section 2 : généralité sur la marchandise.....	14
Chapitre I : la procédure d'exportation.....	19
Introduction.....	20
Section 1 : généralité sur les exportations.....	21
Section 2 : la démarche d'exportation.....	23
Conclusion.....	31
Chapitre II : la logistique internationale.....	32
Introduction.....	33
Section 1 : les incoterms.....	34
Section 2 : le choix d'une solution de transport.....	40
Section 3 : la gestion douanière.....	44
Conclusion.....	47

Chapitre III : le transport international de marchandise.....	48
Introduction.....	49
Section 1 : les différents modes de transport.....	50
Section 2 : choix du mode de règlement.....	60
Section3 : risques et garanties liés au transport de marchandise.....	68
Conclusion.....	73
Chapitre IV : étude de cas sur les exportations du sucre blanc de l'entreprise agroalimentaire CEVITAL.....	74
Introduction.....	75
Section 1 : présentation de l'organisme d'accueil de cevital.....	76
Section 2 : démarche d'exportation de l'entreprise cevital.....	86
Section 3 : Exemple sur une opération d'exportation et volume des exportations par voie maritime.....	89
Conclusion.....	101
Conclusion générale.....	103
Bibliographie	
Lexique	
Table des matières	
Annexes	

Les différences en matière de dotation en ressources naturelles et humaines entre divers pays sont une des raisons principales de l'existence du commerce international, en plus de l'ouverture de l'économie aux marchés internationaux. En effet, échanger des marchandises au-delà des frontières géographiques est indispensable pour la survie d'une entreprise, ainsi, la diversité dans la répartition des richesses incite ces entreprises à chercher d'autres débouchés.

L'importance du commerce international varie en fonction des pays, certains pays n'exportent pas que pour élargir leurs marchés intérieurs ou pour aider certains secteurs de leurs industries. D'autres sont largement dépendants des échanges internationaux pour l'approvisionnement en biens destinés à la consommation immédiate ou pour conquérir de la devise étrangère.

En effet, les opérations d'exportation de marchandises impliquent une obligation de transport, l'éloignement géographique du vendeur et du transporteur confère à celui-ci une dimension internationale.¹

Le transport de marchandises assure la mobilité spatiale des biens, qu'il s'agisse d'alimenter les activités de fabrication par des matières premières ou des composants aux diverses étapes de leurs élaborations et d'acheminer les produits finis jusqu'au lieu d'échange puis jusqu'à leur lieu de consommation. Le transport est ainsi présent à chaque étape du cycle de transformation ; fabrication, distribution, consommation et récupération de tous les biens matériels.²

Par ailleurs, l'Algérie doit s'intégrer dans le tissu économique mondial par la mise en œuvre des réformes économiques et financières visant la libéralisation du commerce extérieur³. Ces réformes ont défini, au milieu des années quatre-vingt-dix, le cadre réglementaire avec l'introduction d'un certain assouplissement dans la réglementation des changes tout en préservant des attributions et missions de l'Etat qui a conservé son rôle de régulateur de l'économie.

¹ T. Jouan : « techniques et management des opérations de commerce international », 2008, p10.

² M. Savy, C. Horn: « l'emploi dans le transport de marchandises et la logistique », édition, Val de Marne, paris, 2004, p101.

³ Mémoire de magistère, S. Zourdani : « le financement des opérations du commerce extérieur », cas de la BNA, 2012, p2.

En Algérie, la situation des exportations hors hydrocarbures favorise la sensibilisation des entreprises algériennes à exporter. L'intervention des pouvoirs publics a mis en œuvre des mesures d'encadrement destinées à promouvoir la production algérienne sur les marchés extérieurs dans le but de libérer l'Algérie de sa dépendance des exportations hydrocarbures. Cela s'est traduit, par la création d'un Fonds Spécial pour la Promotion des Exportation (FSPE), la Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations (CAGEX), le Fond National de Régulation et Développement Agricole (FNRDA) et l'Office Algérien de la promotion du commerce extérieur (PROMEX).

En effet, les exportations des hydrocarbures algériennes se présentent avec une part de 96,14% du volume global passant de 6,71 milliards de dollars en janvier 2012 à 6,84 milliards de dollars en janvier 2013, soit une légère augmentation de l'ordre de 2%. La même tendance à la hausse est affichée par les exportations hors hydrocarbures qui demeurent marginales avec seulement 3,86% du volume global des exportations⁴.

Afin qu'une entreprise exportatrice réalise ses opérations d'exportations, elle a besoin d'utilisé un moyen de transport international, le transport maritime représente plus de 70% des échanges mondiaux⁵. Parmi l'une des entreprises exportatrices algériennes qui c'est doté de se mode de transport, on cite le cas du complexe agroalimentaire CEVITAL.

L'entreprise CEVITAL s'est distinguée par ce mode de transport; d'une part par rapport à sa proximité géographique qui lui permet de diminuer les divers frais liés au transport de marchandise, et d'autre part par rapport au volume de ces exportations.

L'objectif de notre étude est de répondre sur la problématique suivante :

-Quelle est la procédure d'exportation adoptée par les entreprises exportatrices algériennes ? Et comment optimisent-elles une solution de transport adéquate ?

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

-Quelle est la démarche d'exportation adoptée par l'entreprise CEVITAL?

⁴ Ministère des Finances, direction générale des douanes, 2012.

⁵ D. Chevalier, F. Duphil : « Transporter à l'international », édition FOUCHER, Vannes, 2009 p138.

- Comment l'entreprise choisit-elle la solution de transport la plus efficace ?

-Quel est l'impact du transport de marchandises sur l'entreprise agroalimentaire CEVITAL?

-Quels sont les menaces et les risques que rencontre l'entreprise lors de ses opérations d'exportations et de transport ?

Pour mener à bien cette étude et répondre à la question fondamentale évoquée précédemment, nous avons épousé la démarche suivante :

Premièrement, sur le plan bibliographique, la consultation des ouvrages, des mémoires et de presse ainsi que les sites web ;

Deuxièmes, le déplacement sur le terrain à travers un guide d'entretien voir l'annexe 1, le contact avec les responsables directs de l'entreprise CEVITAL chargée de la prise en charge de service export- transit nous ont permis de constituer un portefeuille de données chiffrées très utiles à notre travail de recherche

Afin de simplifier le concept, et d'organiser notre travail de recherche, nous avons divisé notre étude sur quatre chapitres et un chapitre préliminaire comme suit :

-chapitre préliminaire, qui traite les généralités sur le commerce extérieur et sur la marchandise en deux sections, l'une sur le commerce extérieur et l'autre sur les généralités de la marchandise.

-le premier chapitre, sur la procédure d'exportation, dans lequel on a divisé ce dernier en deux sections. Section 1 qui est consacrée sur les généralités sur les exportations et la section 2 sur la démarche d'exportation.

-deuxième chapitre qui est consacré à la logistique internationale, lui-même est divisé en trois sections. Section 1 sur les incoterms, section 2 sur le choix d'une solution de transport et la section 3 est réservée pour la gestion douanière.

-Troisième chapitre, sera sur le transport international des marchandises, ce chapitre est composé de trois sections telles que : section 1 sur les différents modes de transport de marchandises, section 2 qui montre les modes de règlement et la troisième section sera basée sur les divers risques et garanties liés au transport et au paiement des marchandises.

-Le quatrième chapitre, ce dernier portera sur l'étude de cas réel réaliser au sein de l'entreprise agroalimentaire de CEVITAL. Ce chapitre est composé de trois sections, section 1 sera sur la présentation de l'organisme d'accueil de CEVITAL, section 2 sur la démarche d'exportation de CEVITAL et la section 3 sur un exemple d'une opération d'exportation et l'évolution du volume des exportations par voie maritime. En fin, on conclut notre travail de recherche par une conclusion générale.

Introduction

Dans ce chapitre, nous allons focaliser la recherche sur l'analyse de la fonction logistique dans les opérations d'exportation et plus précisément les exportations hors hydrocarbures. A cet effet, il nous paraît nécessaire de définir en premier lieu le contexte dans lequel évolue toute entreprise exportatrice ou candidate à l'exportation en la situant dans son environnement macroéconomique. Ainsi, nous avons donc partagé ce chapitre introductif en deux sections:

La première section est consacrée à un récapitulatif général de la situation du commerce international, avant d'entamer la description de la politique économique algérienne et ses exportations plus particulièrement celles hors hydrocarbures et les enjeux qu'elles représentent.

La deuxième section de ce présent chapitre porte sur les généralités de la marchandise, ces caractéristiques ainsi que le document qui la matérialise.

Section 1 : généralité sur le commerce extérieur

Cette section, vise à donner une vue d'ensemble sur le commerce international en premier lieu, puis de suivre l'évolution de l'économie Algérienne à travers ses échanges extérieurs, on s'attachera aux enjeux liés aux exportations hors hydrocarbure ; mais également aux contraintes et difficultés auxquelles les entreprises exportatrices devront faire face.

1.1.La notion du commerce extérieur

Le commerce international est une source de prospérité pour les nations bien qu'il semble davantage une cause seconde de cette prospérité qu'une cause première. Le commerce dépend en amont de l'habileté productive, elle-même déterminée sur le long terme par les capacités d'organisation, le progrès technique et l'innovation, ainsi que la démographie.

En effet, l'éloignement des commerçants, la différence des langues, des lois, des réglementations et des monnaies entre les pays nécessitent l'intervention de certains organismes à vocation internationale, tels que « la chambre de commerce international » afin d'uniformiser certaines règles et pratiques commerciales et financières et suivre l'évolution du commerce international.

1.2.L'explosion des échanges internationaux depuis 1945

Les échanges internationaux ont connu un essor considérable depuis 1945, progressant plus vite que la production mondiale. Ainsi, entre 1950 et 1963, les échanges de marchandises ont augmenté chaque année en moyenne de près de 8 %, contre 5 % pour la production mondiale sur la même période¹. Le constat est identique sur les périodes suivantes, avec même un accroissement de l'écart sur la période 1990-2003².

Cette explosion des échanges est à mettre en parallèle avec la création de plusieurs organisations ou accords internationaux (GATT puis OMC, FMI, banque mondiale) qui ont créé un climat très favorable au développement des échanges.

Ces deux dernières décennies, les échanges commerciaux internationaux ont évolué, plus particulièrement pour les pays développés, et pour les nouveaux pays industrialisés (NPI), favorisant la croissance de ces derniers. Les pays les moins avancés n'ont pas connu une telle hausse des échanges commerciaux internationaux.

¹ J. Adda : « la mondialisation de l'économie », 6^e édition, Repères, 2004, p38.

² Idem.

Par ailleurs, l'évolution du commerce mondial laisse entendre que les techniques du transport moderne. Plus encor, les nouveaux moyens de communication en réduisent l'impact de la distance géographique sur les relations économiques.

Le commerce international se caractérise aujourd'hui, par une forte expansion et une croissance plus rapide que celle de la production mondiale. En effet, l'examen des tendances du commerce mondial depuis 1980 conduit tout d'abord à mettre en évidence la croissance considérable des échanges comparés à celle de la production. Alors que la production est multipliée par 1,6 (entre 1980 et 2001), le commerce mondial en valeur est multiplié par 3,3. Les économies nationales sont donc de plus en plus ouvertes aux flux commerciaux internationaux³.

Les échanges de produits d'extractions restent cependant relativement importants, mais il faut rappeler que l'essentiel de ces échanges correspond à des exportations du pétrole et à d'autres carburants. Quant au commerce international de produits agricoles même s'il est crucial pour l'approvisionnement de nombreux pays, il ne représente aujourd'hui qu'une part très modeste du commerce mondial.⁴

1.3.L'évolution du commerce extérieur en Algérie

L'État algérien après l'indépendance a opté pour la nationalisation de l'économie algérienne et la mise en place d'une stratégie de développement basée sur la planification et la gestion centralisée qui donne à l'État le monopole total sur l'économie à travers ses différents secteurs (industrie, agriculture,...).

Par ailleurs, les entreprises publiques étaient seules autorisées à importer grâce à une Autorisation Globale d'Importation (AGI) appelée aussi licence d'importation. Cependant, le suivi et le contrôle étaient assurés par les banques en relation avec le Ministère du Commerce.

Dans les années quatre-vingt, une série de changements est venue remettre en cause les AGI, lesquelles ont été remplacées par des budgets devises qui sont élaborées sur la base des disponibilités financières et les prévisions d'endettement arrêtées ; contrairement aux AGI qui étaient basés sur l'aspect physique des importations à réaliser.

Depuis les années 90, nous avons assisté à une libéralisation du commerce extérieur par l'instauration du libre accès à cette activité pour tout opérateur économique algérien (entreprises publiques et privées, commerçants...) titulaire d'un registre de commerce, et par la suppression du monopole de l'État mis en place juste après l'indépendance. Cette

³ M. Rainelli : « le commerce international », 9^e édition, Découvert, paris, 2003, p23.

⁴ Op. Cit, p 23.

libéralisation a entraîné une multiplication du nombre des opérateurs intervenants dans le commerce extérieur, notamment les importateurs.

Par la suite, l'Algérie a engagé, un vaste programme visant à faire évoluer le pays vers une économie de marché, tout en créant un environnement favorable à une reprise durable et saine de la croissance économique. Actuellement, le cadre juridique Algérien relatif au commerce d'exportation n'est soumis à aucune licence ou autre autorisation administrative préalable à son exercice, tous les produits et services sont libres à l'exportation, à l'exception de ceux frappés d'interdiction à savoir les produits prohibés à l'exportation⁵ et les produits relatifs à l'échange produit ou l'échange technique⁶.

Malgré tous, nous constatons sur l'ensemble de l'année 2011, les échanges extérieurs de l'Algérie font apparaître une forte progression des exportations (+29% à 73,4 Mds USD, dont 97,07 % sont composées d'hydrocarbures) dans le sillage de la remontée des cours du pétrole⁷.

Les exportations « hors hydrocarbures » dotaient d'un pourcentage de 2,93%, se composent principalement de demi-produits issus des industries pétrolières et sidérurgiques (73%), de produits alimentaires (sucre, eau, dattes (17%)), d'équipements industriels (1,7%) et de biens de consommation⁸.

Pour l'année 2013, la France reste toujours notre principal fournisseur durant le mois de janvier qui a expédié 12,92% de nos importations, suivie par la Chine 10,14% et l'Espagne 9,90%⁹.

1.3.1. Les exportations hors hydrocarbure, enjeux et contraintes

Nous aborderons les difficultés et les principales contraintes structurelles auxquelles se trouvent confrontées les entreprises algériennes, dans leur aspiration à se développer à l'international.

1.3.1.1. Sur le plan économique

Compte tenu de l'ouverture tardive de l'économie Algérienne et des autres préoccupations conjoncturelles qui ont marqués les années 80, nous avons pu observer un délaissement des questions commerciales et économiques, qui s'est manifesté par :

⁵ Arrête interministériel du 09 avril 1994, J.O n0 31/94.

⁶ Note n° 209 du 16 mai 1990 modifiant et complétant la note novembre 1990 relative aux opérations d'échange produit ou échange technique.

⁸ site de la douane : www.douane.com

⁹ idem.

- L'insuffisance de la stratégie d'exportations hors hydrocarbures est un élément essentiel afin d'alimenter la croissance économique.
- L'orientation des opérateurs économiques nationaux vers l'activité d'importation relativement moins risquée et plus profitable d'autant plus que le marché national est largement demandeur.
- Manque d'expériences des exportateurs algériens qui peinent à adopter, les standards internationaux en matière de calibrage, de transformation ou d'emballage les empêchent de se positionner durablement sur les marchés extérieurs.
- Insuffisance de l'offre nationale de produits à l'exportation (en quantité, et surtout en qualité), la gamme des produits offerte à l'export se limite à quelques produits agroalimentaires.
- L'absence d'une mise à niveau technologique qui se traduit par des insuffisances en termes de conformité, de présentation, d'emballage, d'innovation technique et technologique¹⁰.

1.3.1.2. Les défaillances au niveau de la logistique

- Coût élevé du transport international et défaillance des services logistiques proposés (irrégularité des plannings d'acheminement, indisponibilité des lignes ...).
- La mauvaise prise en charge des produits destinés à l'exportation au niveau des ports (insécurité, pratiques illicites...). Le manque (pour ne pas dire l'inexistence) de port répondant aux normes internationales.
- L'exportation a également pour obstacle, la défaillance de la chaîne logistique et du circuit de commercialisation (absence d'avions-cargos, lignes maritimes insuffisantes, absence d'infrastructures de conditionnement au niveau des ports).
- La méconnaissance des circuits de distribution dans les pays européens et les dispositions prévues en matière d'exportation de produits algériens dans le cadre de l'accord d'association avec l'UE ont également pesé sur ces exportations.
- Les contraintes et blocages qui risquent d'entraver la conquête du marché extérieur en Algérie ou à l'étranger et en particulier en matière de procédures douanières et fiscales ainsi que du transport des marchandises par fret.

¹⁰ R. Abdenour et autre, « Le défi de la qualité pour les entreprises nationale exportatrices », mémoire, INC, 2007, P10.

1.3.1.3. En matière d'organisation

Un grand déficit est à signaler qui reste difficile à combler pour différentes raisons :

- L'absence d'une évaluation analytique et qualitative périodique du potentiel et capacité à l'export des entreprises exportatrices.
- Timidité des entreprises à aller sur les marchés extérieurs y compris pour faire de la prospection, connaître l'évolution des marchés et les nouvelles pratiques.
- Manque de qualification et de compétence dans les métiers de l'exportation. 40% des employés en Algérie occupent des postes qui ne correspondent pas à leur profil de formation et 30% des universitaires employés par des entreprises algériennes ne répondent pas aux normes internationales¹¹.
- Le faible intérêt accordé à la fonction marketing internationale, dans une entreprise algérienne.
- La non-maitrise des nouvelles technologies de communication, nécessaires pour la mise en place d'un réseau d'information connecté aux bases de données étrangères pour la collecte, le traitement et la diffusion de l'information économique et commerciale.
- La faible implication des banques nationales, qui sont elles même en phase de restructuration, et insuffisamment insérées dans les circuits financiers et commerciaux internationaux¹².

1.3.2. Enjeux liés aux exportations hors hydrocarbures

Comment manœuvrer les exportations algériennes hors hydrocarbures ? Celles-ci restent marginales, malgré les nombreux plans de relance initiés par le gouvernement afin de développer l'économie et inverser la balance du commerce extérieur.

Si les échanges extérieurs ont évolué de manière générale, c'est bien dû à l'augmentation des importations pour couvrir les besoins de consommation nationale, la structure des exportations n'a guère évolué, puisque le poste énergie et carburants a oscillé autour de 97,07% des exportations totales des marchandises en 2011.

La faiblesse actuelle des exportations hors hydrocarbures ne doit pas nous en faire oublier les enjeux. Les spécialistes estiment que les délais de financement des importations de l'Algérie par la vente d'hydrocarbures sont de trois décennies, au mieux quatre¹³. Il semble donc d'ores et déjà indispensable de relayer ces ventes d'hydrocarbures par des exportations

¹¹ Données de l'ONS, office national des statistiques.

¹² Op. Cit, p10.

¹³ M. Mekideche : « l'Algérie entre économie de rente et économie émergente, essai sur la conduite des réformes économiques (1986-1999) et perspectives », édition DAHLAB, Septembre 2000, p162.

hors hydrocarbures. En effet, l'évolution erratique des prix des hydrocarbures et le poids de plus en plus lourd des investissements requis par ce secteur nous interpellent dès maintenant dans la mise en place d'une stratégie complémentaire de promotion des exportations hors hydrocarbures réellement motrice et efficace.

Le succès d'une telle stratégie permettra de corriger le handicap persistant majeur de l'économie algérienne, qui est son intégration à l'économie mondiale par le mauvais côté : celui des importations, qui sont induites à la fois par un système productif alimenté en matières premières par le marché étranger ; et qui est tourné vers le marché intérieur et aggravé par un modèle de consommation financé par la rente pétrolière.

La sortie de crise de l'économie algérienne passe obligatoirement par une structure qualitativement différente de ses échanges, à l'instar des nouveaux pays industrialisés (NPI), qui nous ont précédés dans cette voie. C'est cette seule démarche qui permettra à l'Algérie une insertion réussie dans la division internationale du travail, c'est-à-dire la poursuite de son développement économique et social à un taux de croissance élevé et soutenu.¹⁴

Les exportations hors hydrocarbures devront donc participer à la résolution des équilibres financiers du pays. Ces enjeux financiers sont la traduction d'une double crise du modèle de fonctionnement de l'économie algérienne : crise de son modèle d'insertion internationale, insertion par la demande qui ne dispose plus de moyens de son financement et crise de son modèle de fonctionnement soutenu administrativement et tourné vers le marché interne protégé, source de rentes et de gaspillage des facteurs de production¹⁵.

L'Algérie pour se libérer de sa dépendance des exportations des hydrocarbures, elle a créé des organismes de promotion des exportations comme : un Fonds Spécial pour la Promotion des Exportation (FSPE), la Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations (CAGEX), le Fond National de Régulation et Développement Agricole (FNRDA) et l'Office Algérien de la promotion du commerce extérieur (PROMEX).

Conclusion

Le commerce international est une demande de différence, ce qui conduit à échangé des biens et services et des capitaux entre les pays. L'ouverture à l'échange se traduit par un processus de spécialisation et par conséquent de différenciation au sein des économies.

¹⁴ Op. Cit, p163.

¹⁵ Op. Cit, p165.

En dépit du retard que l'Algérie a marqué, dans la libéralisation de son commerce extérieur, elle a pu améliorer ces exportations hors hydrocarbure, grâce aux qualités de ces produits qui sont devenus compétitifs aux niveaux internationaux.

Section 2 : généralité sur la marchandise

L'étude dans cette section sera partagée sur trois points. Premièrement, on définit les différentes caractéristiques de marchandises comme l'emballage, le marquage et la liste de colisage. Le deuxième point sera sur les types de contenant de marchandises et en troisième point, on parle sur le contrat de transport de marchandises.

2.1. Caractéristiques de la marchandise

Il existe plusieurs types de caractéristiques qui obligent l'expéditeur afin de spécifier ses marchandises. Telles que l'emballage, le marquage, et la liste de colisage.

2.1.1. L'emballage

L'emballage représente le bon conditionnement de la marchandise, dont il la protège lors de son transport et du voyage à effectuer.

Il est constitué de différents matériaux comme le métal, le bois, carton, verre, papier et matières plastiques.

L'emballage procure une protection contre le vol. On utilise des emballages solides, bien fermés et bien cerclés comme il faut, éviter des expéditions anonymes, pas d'indications de la marchandise; pas d'indications de l'expéditeur et des marques anonymes.

Pour cela, il faut utiliser le transport le plus direct et le moins possible de ruptures de charge.

Afin d'opérer un bon choix de l'emballage, il est impératif de prendre en compte plusieurs paramètres:

-Risque lié à la nature de la marchandise, la solution de transport choisie et l'environnement (climat, état des infrastructures de transport).

-Le coût : rapport entre coûts de l'emballage / valeur de la marchandise.

L'emballage permet de réaliser des économies dans le transport, manutention et assurances.

-incidences juridiques et financières. En cas d'avarie, si l'expertise incrimine l'emballage, la responsabilité est à la charge de l'expéditeur dans ce cas, la couverture d'assurance est annulée.

-incidences techniques selon le type d'emballage utilisé :

- emballage lourd et volumineux: accroît le coût de transport et de la manutention;
- emballage léger et de faible volume: diminue la protection.

-incidences commerciales comme le mécontentement du client en cas d'avarie, vol ou perte qui peut nuire à l'image de l'exportateur.

2.1.2. Le marquage

Les marques doivent être les moins nombreux possibles, apposées en caractères lisibles et indélébiles. L'utilisation de signes et de croquis à caractère standard évite les obstacles linguistiques, et chaque fois qu'elle est possible, elle est préférable à une inscription latérale.

Les faces réservées pour les marques d'expédition (identification et acheminement) ne doivent porter que celles intéressant le transport ou la manutention, à l'exclusion de toute marque ayant un caractère commercial. Les marques de fabrique et la nature du contenu sont inutiles, et attirent de surcroît l'attention des voleurs.

La mention du poids sur les colis pesant 1000kg et plus (poids brut) est obligatoire. Les expéditeurs qui négligeraient cette obligation sont susceptibles d'être pénalisés. Pour ces colis, il est également recommandé d'indiquer la position du centre de gravité et les emplacements des élingues.

2.1.3-La liste de colisage

C'est une liste dans laquelle on spécifie le contenu de chaque volume d'une opération d'exportation. Elle est exigée par les douanes, aussi bien qu'à l'exportation qu'à l'importation, indispensable au transporteur, manutentionnaire, entrepositaire et au client. L'exportateur doit donc veiller à l'établir de telle façon qu'elle soit exacte et lisible. Cette liste énumère pour chaque colis : ses marques, ses numéros, son poids brut et son point net en kilo gramme, ces dimensions en centimètres dans l'ordre suivant : longueur- largeur- hauteur, son cubage et le détail de son contenu.¹⁶ Elle se termine par une totalisation en nombre de colis, poids brut et cubage.

2.2. Les types de contenant de marchandise

On distingue principalement deux catégories de contenant, à savoir le transport en unités de charge au moyen des palettes et des conteneurs, ou le transport en conventionnel (vrac, colis ou caisses).

¹⁶ D. Chevalier, F. Duphil : transporter à l'international; 4^{ème} édition FOUCHER, Vanves, 2009. p 76.

2.2.1. Les palettes

Une palette est constituée d'un plateau apte à supporter un lot de colis rassemblés en une seule unité de chargement protégée d'un film plastique, d'un filet ou d'un cerclage. Elle répond généralement à des dimensions normalisées. Elle est soit fournie gratuitement, donc non récupérée par l'expéditeur, soit sa récupération est confiée à un intermédiaire tel que le transporteur.

Le développement des palettes a considérablement facilité le chargement, les stockages et la protection des marchandises contre le vol. Elles ont des dimensions normalisées, les plus fréquentes étant 800cm x 1200 cm et 1000cm x 1200cm.

2.2.2. Les conteneurs

Un conteneur est un caisson métallique pouvant contenir des lots de marchandises à transporter par plusieurs moyens de transport, sans ruptures de charge. Sa standardisation (selon les normes ISO) et son interchangeabilité en font un moyen de transport extrêmement pratique, surtout lorsqu'il s'agit d'un transport multimodal, c'est-à-dire utilisant plusieurs modes de transport différents (route, mer, train).

Il permet :

- de réaliser des expéditions de bout en bout ;
- d'éliminer les ruptures de charges ;
- de protéger les marchandises des agressions de l'environnement extérieur ;
- d'améliorer la sécurité des marchandises, notamment contre le vol ;
- d'accélérer les opérations de manutention et de transfert.

En transport maritime, la conteneurisation présente deux techniques spécifiques offertes aux chargeurs et prises en charge par les compagnies maritimes, selon la quantité des marchandises à charger:

LCL: Less Than a Container Load.

FCL : Full Container Load.

Les avantages et les inconvénients du conteneur :

2.2.2.1. Les Avantages

- les marchandises sont plus sécurisées ;
- protection contre le choc de l'environnement et le vol ;
- économie de transport et rapidité de manutention ;
- suppression des ruptures de charge par l'inter-modalité.

2.2.2.2. Les Inconvénients

- Difficile adaptation des ports, aéroports et moyens de transport des pays en développement ;
- Déséquilibre du flux de marchandise, imposant des transports de conteneurs vides ;
- Normalisation encore insuffisante ;
- investissement couteux.

2.3. Les contrats de marchandise

Le contrat est un acte juridique plurilatéral générateur d'obligations.¹⁷ Le contrat de transport est conclu entre le transporteur et le chargeur qui représente la marchandise, le chargeur soit l'expéditeur réel de la marchandise ou son représentant (transitaire) soit le destinataire réel ou son représentant.

Les contrats de commerce international sont cependant plus susceptibles d'être une source de problème que les contrats de commerce national. Les deux parties sont habituellement de pays différent, ainsi que les barrières linguistiques peuvent créer des malentendus. Des obstacles culturels et géographiques peuvent survenir ou les mots peuvent avoir d'un sens différent d'un pays à autre.¹⁸

Conclusion

Chaque marchandise transportée a ces propres emballages, soit des conteneurs au bien des palettes, ces emballages sont spécialisés. Afin d'éviter la détérioration et le vol de marchandises, ainsi que, l'arrivée de la marchandise en bon état au pays de destination (client), une liste de colisage et un marquage spécifique pour éviter tous les problèmes.

¹⁷ P. Garsuault, S. Priamédition : « Les opérations bancaires à l'internationale », banque éditeur, paris, 2001, p 34.

¹⁸ W. Away : « guide pas-a-pas à l'exportation », édition, 2008, p39.

Conclusion

Nous avons constaté dans ce chapitre que le commerce extérieur algérien a connu une évolution à travers des exportations en produit agroalimentaire durant ses dernières années.

La marginalité du volume des exportations est due à plusieurs contraintes économiques, financières et concurrentielles.

L'amélioration des qualités de produit est soumise à plusieurs paramètres (le coût, risque selon la nature de la marchandise, incidence technique...), prendre en considération le conditionnement des marchandises et le contrat qui le lie au commerce international.

Introduction

L'entreprise qui souhaite exporter à l'étranger, trouve des difficultés liés à la complexité de l'environnement international, de ce fait, l'entreprise doit mettre en œuvre une démarche d'exportation qui limite les risques et évite tout obstacles ou désagrément susceptible de la bloquer.

Ce chapitre est divisé en deux sections, la première section porte les généralités sur les exportations, la définition de l'activité d'exportation, les raisons liés à l'internationalisation et enfin nous allons illustrées les avantages et les inconvénients liés à l'international.

La deuxième section, sera sur la démarche d'exportation : la définition d'une stratégie d'exportation, l'étude des marchés et leurs prospections.

Section 1 : généralités sur les exportations

Dans la section suivante, nous allons faire un aperçu sur les généralités des exportations.

Nous avons divisée cette section en trois points, d'abord une définition sur l'activité d'exportation, suivant des raisons de l'internationalisation des entreprises exportatrices et en fin, nous illustrerons les avantages qui poussent l'entreprise à s'internationaliser et les inconvénients qui ralentissent le bon lancement de l'entreprise à l'international.

1.1. Définition de l'activité d'exportation

« On entend par l'exportation, la vente à l'étranger d'un produit fabriqué dans un pays d'origine. L'exportation peut être directe ou indirecte »¹.

Chaque commerçant, grossistes, producteurs ou bien autres entreprises sont inscrites au registre de commerce peut exercer l'activité d'exportation.

1.2. Les raisons de l'internationalisation des entreprises

De plus en plus des entreprises internationalisent leurs activités à l'étranger. Parmi ces raisons on distingue :

- la décision du marché local qui désigne que l'entreprise a obtenu ses ventes maximales sur ce dernier, d'ailleurs l'augmentation de sa part de marché est peut acceptable ;
- la satisfaction du marché national qui peut être dû notamment à la forte concurrence que peut accepter l'entreprise sur celui-ci ;
- saturation du marché national ou difficulté de gagner des parts de marché supplémentaires (situation oligopolistique) donc besoin d'élargissement des marchés ;
- phases du cycle de vie du produit : un produit en phase de maturité sur le marché national peut être en phase de croissance ailleurs ;
- La réglementation limite le développement de l'entreprise ;
- Les conditions de production freinent la croissance et le profit;
- La concurrence est très agressive ;
- chaque entreprise se spécialise dans la production d'un bien, alors que sa gamme de produit est différentes aux autres producteurs, cette spécialisation induit les entreprises à s'internationaliser ;
- concurrence : quelquefois moins forte sur les marchés extérieurs que sur le marché national;
- ouverture des marchés, l'entreprise ne peut plus considérer son marché national comme le seul marché, il faut occuper le terrain là où se trouve les clients mais aussi les concurrents ;

¹ U. Mayrhofer : «management stratégique », édition Bréal, 2007, p106.

- l'entreprise peut être obligée de s'implanter dans un pays pour avoir le droit d'y écouler sa production : réglementations tarifaires, administratives ou protectionnistes ;
- la réduction des coûts de production : à travers l'exportation l'entreprise aura profité des coûts de production plus bas, cette réduction est dû à la diminution des prix de la matière première ;
- accès au savoir faire et à la technologie ;
- capacité de production supplémentaire ;
- économie d'échelle : diminution des coûts de transport, avantages fiscaux ou financiers, ressources naturelles abondantes et la main d'œuvre bon marché.

1.3. Les avantages et les inconvénients de l'internationalisation

Les exportations procurent des opportunités nouvelles pour une entreprise afin de s'internationaliser. Pour réussir sur les marchés étrangers, il faut qu'elle soit ambitieuse et saisir les avantages qui lui permettent de réduire les risques et entraves rencontrer à l'international.

1.3.1. Les Avantages

- augmentation du chiffre d'affaire de l'entreprise;
- progression des bénéfices à travers l'augmentation de la marge commerciale;
- la régularité des ventes;
- gagner une autorité nationale et de la faire progresser;
- la compétitivité des produits à travers l'adaptation et la politique de communication;
- la croissance du niveau de la production en bénéficiant du rendement d'échelle;
- dynamisation de l'entreprise.

1.3.2. Les Inconvénients

- les coûts supplémentaires (publicité, achat de nouveaux matériels et le recrutement des nouveaux personnels);
- manque de veille stratégique;
- la lenteur des durées de réalisation des projets;
- les différences culturelles;
- la différence de monnaie de règlements;
- des formalités administratives;
- l'accessibilité aux marchés étrangers;
- la concurrence.

Conclusion

Après la présentation de l'activité d'exportation et les raisons qui amènent une entreprise à s'internationaliser, nous allons dans la section suivante illustrer la démarche d'exportation adoptée par l'entreprise lors de ses exportations.

Section 2 : la démarche d'exportation

Pour réussir à l'export, trois actions préalables sont nécessaires. Nous allons les présenter dans cette section : la définition d'une stratégie d'exportation, l'étude des marchés et leurs prospections.

2.1. Définition d'une stratégie à l'exportation

Pour exporter durablement et éviter les erreurs coûteuses, l'exportateur doit avant tout élaborer une stratégie cohérente à l'exportation.

La stratégie peut être définie comme le moyen par lequel l'entreprise choisit les domaines d'activités dans lesquels elle entend être présente et l'allocation des ressources nécessaires pour s'y maintenir et se développer. La stratégie est saisie à travers trois dimensions.

A. la segmentation stratégique

Est un processus qui permet d'identifier un groupe d'acheteurs potentiels, auquel on présente une offre susceptible de satisfaire leurs besoins et attentes idéales. Segmenter un marché consiste à le fragmenter en sous-ensembles distincts, chacun de ces groupes peut alors faire l'objet d'une approche commerciale spécifique.

B. positionnement concurrentiel

une fois la segmentation opérée et le segment cible choisi, l'entreprise doit s'assurer que son offre sera privilégiée par rapport à celle de ses concurrents et répondra aux attentes du marché en termes d'avantages recherchés et en tenant compte des habitudes et d'utilisation du produit.

C. l'innovation technologique

Elle peut jouer un rôle déterminant dans le positionnement du produit.

La définition de la stratégie permet donc à l'entreprise de concentrer ses efforts pour atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés, notamment identifier et maintenir des segments de marché où elle pourra jouir d'un solide pouvoir de négociation.

2.1.1. L'élaboration d'un plan marketing à l'export

Le plan marketing est le document qui énonce, pour une période déterminée, les principales actions marketing, partie intégrante du plan stratégique de l'entreprise, il se compose de trois parties principales : l'analyse, la stratégie marketing et le marketing-mix. Ces trois parties sont précédées d'une introduction qui annonce la problématique du plan marketing et se terminent par une conclusion qui évalue les perspectives de réussite de la politique marketing mise en place. Il convient également de préciser le calendrier des actions envisagées et d'estimer le budget nécessaire à la réalisation de ces actions.²

Figure n°01 : La structure du plan marketing.



Source : U. Mayrhofer : «Marketing », 2^{ème} édition actualisée Bréal, Paris, 2006, P72.

Il est fondamental de veiller à la cohérence entre les différentes composantes du plan marketing : la stratégie marketing doit être fondée sur l'analyse effectuée et le marketing-mix qui doit être décliné à partir de l'analyse et de la stratégie marketing.

2.1.1.1. L'analyse

Elle comporte généralement trois éléments : la description du marché, les diagnostics interne et externe et une synthèse³.

A. la description de marché

La description du marché fournit quelques données clés sur le marché et éventuellement sur le produit, la concurrence et le comportement du consommateur.

B. Les diagnostics interne et externe

Ils recensent les principaux points forts et faibles de l'entreprise et de son environnement⁴.

²U. Mayrhofer : «Marketing », 2^{ème} édition actualisée BREAL, Paris, 2006, P72.

³ Ibid....p72.

C. Synthèse

La synthèse rappelle les principaux éléments des diagnostics interne et externe et évolue la position de l'entreprise.

2.1.1.2. La stratégie marketing

La stratégie marketing définit les objectifs, la segmentation du marché, la cible, le positionnement, les sources de volume et les éléments moteurs du marketing-mix⁵.

2.1.1.3. Le marketing mixte

L'entreprise doit étudier les différents éléments qui seront pris en considération en plus des «Quartes P» classiques du marketing fondamental et qui devrait eux-mêmes subir des modifications pour une meilleure approche du marché cible, pour cela elle doit aborder un plan marketing à l'export qui représente «Les treize P» du marketing international.

Tableau n°01 : Les treize P du marketing international.

Produit	Quel est votre produit ou service et que devrez-vous faire pour l'adapter au marché ?
Prix	Quelle est votre stratégie en matière de prix ?
Promotion/communication	Comment comptez-vous faire connaître votre produit ou service à vos clients ?
Place/distribution	Comment et où comptez-vous livrer ou distribuer votre produit ou assurer votre service ?
Paie ment	Les transactions internationales sont-elles compliquées ?
Personnel	Votre personnel possède-t-il les compétences voulues ?
Planification	Avez-vous planifié vos activités en ce qui concerne le marché, les comptes clients et les visites de représentants ?
Paperasserie	Avez-vous rempli tous les documents nécessaires ?
Pratiques commerciales	Avez-vous pris en compte les différences sur le plan culturel et dans les pratiques commerciales ?
Partenariat	Avez-vous recruté un partenaire afin d'établir une présence forte dans le marché ?
Politique	Quelles sont vos politiques actuelles et à venir ?
Positionnement	Comment votre entreprise sera-t-elle perçue dans le marché ?
Protection	Avez-vous évalué les risques pris des mesures pour protéger votre entreprise et sa propriété intellectuelle ?

Source :

Guide pas à pas à l'exportation, 2008, P19.

2.1.2- Identification et choix du marché cible

Pour réussir à l'exportation et garantir une implantation durable sur les marchés, l'entreprise doit repérer les marchés d'exportation cibles et estimer aussi précisément que possible le potentiel d'exportation de ses produits sur ces marchés⁶.

⁵ Ibid....P73.

⁶ G. Legrand, H. Martini : « commerce international », 3^e édition DUNOD, 2010, p55.

La sélection des marchés cibles dépend de nombreux facteurs tels que les caractéristiques du produit à exporter, la capacité de production de l'entreprise, la réglementation douanière des pays étrangers, l'intérêt des marchés et leur accessibilité en fonction des ressources propres de l'entreprise.

Le tableau suivant explique les étapes de sélection des marchés :

Tableau N°2: les étapes de sélection des marchés

Étapes	Déroulement
Étude de présélection et l'évaluation d'un marché potentiel	L'entreprise doit dresser une liste des différents pays les plus accessibles et les plus attractifs, puis les classer cela lui permet de présélectionner sur les informations collectées sur différents indicateurs (indicateurs d'accessibilité ; situation politique, les relations commerciales avec l'étranger...) d'avoir une vision globale sur les marchés et d'orienter ses choix stratégiques.
Études du marché globales	Ces études consistent en l'analyse de la structure et du fonctionnement des marchés présélectionnés (environnement légal, concurrentiel, environnement) afin de recueillir des informations plus précises et plus approfondies en vue de consolider le choix définitif de l'entreprise.
Études du marché ponctuelles	Ça consiste en la de différents éléments (les 4P du mixte marketing) indispensables à la constitution de son plan commercial à l'export afin que sa politique commerciale soit adaptée au marché cible.

Source :

Élaborés par nos soins.

2.1.3. La sélection des produits

Le choix du produit est crucial pour réussir des débouchés d'exportation. Pour qu'un produit se vende bien sur les marchés étrangers, il faut prendre en considération les éléments suivants :

2.1.3.1. Tendances des exportations / importations

Le meilleur moyen pour connaître les perspectives d'achat d'un produit sur un marché donné est de savoir si ce marché importe ou non ce produit. Cette information est généralement disponible, car la plupart des pays chiffrent leurs importations / exportations.

L'exportateur pourra donc consulter les bases de données nationales ou internationales. À partir des données recueillies qu'il faut traiter, il pourra alors interpréter et juger les tendances d'évolution d'un type de produit sur un marché donné.

2.1.3.2. Base d'approvisionnement

Pour pouvoir satisfaire la demande étrangère, il faut s'assurer de la régularité des approvisionnements en intrants (composants en matières premières incorporés dans les

produits destinés à l'exportation). Il est donc essentiel d'avoir une base d'approvisionnement stable et régulière.

2.1.3.3. Capacité de production

La capacité de l'entreprise en matière de production et de livraison à temps aux clients est également un point important pour la réussite du produit sur le marché intérieur aussi bien qu'à l'étranger. En effet, les retards de livraison et le non-respect des dispositions nuisent à l'image et à la crédibilité de la société.

2.1.3.4. Adaptation du produit

Il est important de surveiller constamment les besoins et préférences des marchés étrangers afin de pouvoir s'adapter aux possibilités offertes sur ces marchés pour mieux les exploiter. L'entreprise devra donc être en mesure d'offrir des produits correspondants à la demande des consommateurs. Il est souvent nécessaire de modifier la couleur, la conception, le goût ou l'emballage et autres caractéristiques du produit.

2.1.3.5. Disposition de fournitures des services après-vente

Lorsque le produit nécessite un service après-vente, l'entreprise doit prendre les dispositions sur les marchés étrangers ou charger un distributeur / agent pour assurer le service et l'entretien ainsi que l'approvisionnement en pièces détachées. Si l'exportateur n'a pas les moyens techniques et financiers pour fournir ces services, le produit ne réussira pas sur les marchés étrangers.

2.1.4. Le choix du réseau de vente

Plusieurs circuits de vente et de distribution existent dans les différents marchés mondiaux.

L'entreprise exportatrice doit choisir d'abord le type de circuit (circuit long ou court) et ensuite la nature et le nombre des points de vente qui lui permettront de mettre ses produits à la disposition des consommateurs.

2.2. Les études de marche

L'étude de marché permet aux entreprises de déterminer quels marchés étrangers présentent le meilleur potentiel pour un produit particulier. Les firmes qui se lancent dans l'exportation devraient viser un petit nombre de marchés étrangers en tenant compte de l'environnement démographique et physique, politico-légal, économique et socioculturel ainsi que l'accessibilité du marché et le potentiel du produit.

L'objectif étant de :

- affiner et actualiser les composantes du marché (taille du marché);
- analyser la politique commerciale pratiquée par les pays concurrents;

- déterminer les circuits de distribution les plus efficaces selon les spécificités du produit proposé;
- tester la réceptivité des produits offerts et examiner les critères qui influencent la prise de décision des acheteurs;
- déceler les adaptations à apporter aux produits aussi bien au niveau de l'emballage, du design, des matières premières utilisées, du prix afin qu'ils répondent aux exigences des consommateurs.

En règle générale, on distingue deux phases dans l'étude de marché :

- une phase de collecte et d'analyse des informations appelée documentaire et qui sert à une présélection des marchés;
- une phase de recherche et d'étude sur le terrain des marchés retenus.

2.2.1. L'étude documentaire

Elle constitue une phase nécessaire pour avoir une meilleure visibilité du marché visé. Elle a pour but d'éviter d'éparpiller les efforts et donc de concentrer ses moyens pour parvenir à une sélection du marché à aborder.

La réalisation de l'étude documentaire doit déboucher sur les données suivantes :

- information sur le marché (données macro-économiques);
- examen des statistiques des importations du pays en question et aperçu sur les concurrents;
- partenaires commerciaux potentiels (centrales d'achat, importateurs, supermarchés, administration...);
- politique des prix et conditions financières;
- circuits de distribution, moyens et formalités de transport;
- la réglementation dans le pays de destination (procédures d'importation, tarifs douaniers);
- normes et réglementation sanitaire.

2.2.2. L'étude sur le terrain

Le choix du marché ne peut être validé qu'après la confirmation des renseignements réunis, et ce, à travers l'étude sur le terrain. Par ailleurs, des études réalisées sur le marché par des entreprises spécialisées, en particulier des études monographiques par pays et profil de marché/produit. Aussi, l'entreprise peut également prendre part aux programmes de tests de produits et missions de prospection organisés, afin de bénéficier des éléments d'informations lui permettant d'être mieux outillée auprès des importations étrangères.

2.3. La prospection des marchés étrangers

Une fois, la stratégie à l'export définit et les études préalables réalisées, l'exportateur entame la prospection des marchés qui constitue une phase de la démarche commerciale.

La prospection a pour objectif de⁷ :

- rechercher le ou les partenaires dont les intérêts convergent avec ceux mis en évidence lors de définition des objectifs commerciaux de l'entreprise exportatrice;
- identifier les canaux de distribution;
- déceler les adaptations à apporter au produit au niveau de l'emballage, design, du prix et ce, afin qu'ils répondent aux exigences des consommateurs;
- analyser la concurrence étrangère et la politique commerciale pratiquée par les concurrents.

Les possibilités de prospector un marché étranger sont nombreuses et variées. Le choix des actions de prospection à réaliser dépend des objectifs commerciaux que l'entreprise s'est fixés et de ses ressources financières et humaines.

2.3.1. La prospection épistolaire

- envoi de catalogues, listes de prix, échantillons et autres matériels publicitaires promotionnels aux clients ciblés;
- insertion d'annonces pour la recherche d'agent ou d'importateur dans des publications économiques étrangères et envoi par la suite aux firmes intéressées d'une documentation sur les produits accompagnées d'offres appropriées;
- suivi des propositions d'affaires émanant de l'étranger, qui sont destinées aux chambres de commerce, aux associations professionnelles et transmises directement aux exportateurs intéressés.

2.3.2. La prospection directe

La participation aux missions commerciales, à des foires internationales ou aux salons spécialisés à l'étranger est porteuse d'idées et des méthodes nouvelles offrant à l'entreprise des possibilités certaines.

Elle permet donc de :

- établir des contacts personnels;
- réunir de nouvelles informations sur le marché;
- perfectionner sa formation en matière de recherche et de commercialisation grâce à l'échange d'informations;
- augmenter l'impact publicitaire de l'entreprise auprès de la clientèle;
- examiner la compétitivité de la concurrence.

⁷ PASCO-BERHO.C « Marketing international », 4ème édition DUNOD, Paris 2002, P142.

Conclusion

La démarche d'exportation impose de réaliser d'abord un bilan objectif des forces et faiblesses de l'entreprise. Le résultat du bilan doit permettre de déterminer les limites de l'action envisagée et amener éventuellement un certain nombre d'actions correctrices.

Conclusion

La saturation des marchés nationaux poussent les entreprises à envisager d'autre solution afin d'écouler ces marchandises. L'internationalisation n'est pas une stratégie facile a menée son être capable de maintenir et faire fasse a l'agressivité de la concurrence.

Par ailleurs, chaque entreprise afin de réussir à l'international, elle doit adoptée une démarche d'exportation pertinente, adéquate aux exigences des marchés étrangers et potentiels.

Introduction

Afin que l'entreprise réussisse sa démarche d'exportation, elle doit connaître et maîtriser la logistique internationale. Qui concerne l'ensemble des opérations de transport, de stockage, d'allotissement, de distribution et de dédouanement de la marchandise permettant de la mettre à disposition dans les délais et les quantités souhaitées sur les lieux de production, de distribution ou de consommation. C'est une fonction très large qui déborde le simple cadre du transport international.

Sa finalité est d'optimiser les coûts d'approvisionnement et de stockage, de rendre l'entreprise plus compétitive sur les marchés extérieurs et de valoriser tous les efforts à caractère mercatique qui auront été réalisés par ailleurs.

Notre étude dans ce chapitre sera consacrer sur trois sections, la première est réservée pour la présentation des incoterms, leurs documents et leurs limites ; la deuxième section, l'étude sera sur le choix d'une solution de transport (types de transport, les composantes et la démarche de choix d'une solution de transport); et la troisième section sur la gestion douanière (la mission et le dédouanement de la marchandise, la procédure de dédouanement, les régimes douaniers et le contrôle de marchandise). Et en fin en termine par une conclusion.

Section1 : les incoterms

La première question qui se pose est : comment répartir les charges logistiques entre acheteurs et vendeurs ? La réponse à cette question réside dans le choix des incoterms par les parties au moment du contrat de vente.

Dans cette section on va présenter la définition des incoterms, les différents types d'incoterms, leur rôle dans le contrat de vente à l'international, ainsi que les documents utilisés.

1.1.La définition des incoterms

Les incoterms sont l'abréviation de l'expression anglaise « Internationale commerciale terme ». Plus clairement, il s'agit de clause standardisée, reconnue par tous les acteurs du commerce international, qui permet de répartir clairement les coûts et risques entre l'acheteur et le vendeur lors de la conclusion et de la réalisation d'un contrat de vente à l'international.

« Les incoterms ont été définis par la chambre de commerce international. Leur avant-dernière révision date de l'année 2000. Ils définissent de façon uniforme les points de transfert de frais et les points de transfert de risques. Ils rappellent utilement les documents qui sont dus par le vendeur à l'acheteur. Au nombre de treize, ils sont répertoriés en trois catégories en fonction du mode de transport utilisé ».¹

Les incoterms2000 ont reconnu une mauvaise interprétation dans les responsabilités situées dans chaque incoterm. En 2010. La « CCI », a créé de nouvelles règles incoterms entrée en vigueur le premier janvier 2011 qui actualisent et consolident les règles « D », réduisant le nombre total de 13 à 11, et offrent une présentation plus simple et plus claire de toutes les règles.

L'inclusion de deux nouvelles règles Incoterms2010- DAT et DAP, assure la mise à jour des règles Incoterms 2000-DAF, DES, DEQ et DDU. Ces deux nouvelles règles sont utilisables, quel que soit le mode de transport convenu.

L'objectif des incoterms est d'établir un ensemble de règles internationales à fin de régler les litiges et l'interprétation des termes les plus utilisés dans le commerce international.

1.1.1. Présentation des incoterms

Les incoterms2010, retenus par « CCI » sont aux nombres de onze et ils définissent les obligations réciproques des vendeurs et acheteurs et précisent le lieu de livraison, le transfert des risques, la répartition des frais entre acheteur et vendeur, la répartition des formalités douanières. Ainsi que les informations particulières qu'acheteur et vendeur doivent se fournir.

¹ G. Legrand, H. Martini : « gestion des opérations import-export », édition DUNOD, Paris, 2008, P 10.

a) EXW (Ex Works) franco transporteur (lieu convenu)

L'unique responsabilité du vendeur est de mettre la marchandise, dans un emballage adapté au transport, à la disposition de l'acheteur dans ses locaux. Le lieu de transfert des risques et des frais est l'usine du vendeur. Toutes les formalités sont à la charge de l'acheteur donc, la responsabilité minimale au vendeur.

b) FCA (Free Carrier) franco transporteur (lieu convenu)

Le vendeur doit emballer la marchandise, payer la douane en export et remettre le tout au premier transport désigné par le vendeur. Mais le point de livraison peut être dans les locaux du vendeur, il équivaut donc au EXW avec le dédouanement export en plus. Dans ce cas, c'est le vendeur qui est responsable des frais et des risques du chargement.

c) FAS (Free Along Ship) franco le long du navire (port d'embarquement convenu)

Dans cet incoterm, le vendeur paye le transport des marchandises jusqu'au port d'embarquement. L'acheteur paye les coûts de chargement, le transport maritime, l'assurance, les coûts de déchargement et de transport du port à son usine. Le transfert des risques a lieu quand les marchandises ont été livrées sur le quai du port d'embarquement.

d) FOB (Free On Board) franco à bord (port d'embarquement convenu)

Le vendeur fait le dédouanement en export du post-acheminement au bateau et le chargement sur le navire. L'acheteur choisit le bateau et paye le transport. Le transfert de risques et des frais se fait lorsque le bateau est chargé et prêt à partir.

e) CFR (Cost And Freight) coût et fret (port de destination convenu)

C'est un Incoterm qui signifie que le vendeur paye le transport jusqu'au port d'embarquement, ainsi que le chargement et le transport maritime. L'acheteur paye l'assurance et le transport des marchandises du port d'arrivée à son usine. Le transfert de risques a lieu quand les marchandises sont chargées à bord du bateau, donc au port d'embarquement.

f) CIF (Cost Insurance Freight) coût, assurance et fret (port de destination convenu)

Il équivaut au CFR, mais aussi une assurance. C'est le vendeur qui paye l'assurance du transport principal pour l'acheteur.

g) CPT (Carriage Paid To) port payé jusqu'à (point de destination convenu)

Dans cet incoterm, le vendeur paye pour le transport principal jusqu'au point de destination. L'acheteur paye l'assurance. Le transfert de risques a lieu quand les marchandises sont remises entre les mains du premier transporteur. Le transfert des risques se fait lors de la remise des marchandises au premier transport.

h) CIP (Carriage Insurance Paid) port payé, assurance comprise jusqu'à (point de destination convenu)

L'incoterm est, équivalant au CIF, mais pour le multimodal. Le vendeur paye les frais jusqu'au point de destination du transport principal. Le vendeur paye une assurance pour l'acheteur. C'est l'acheteur qui prend les risques du transport principal. Le transfert des risques se fait lorsque le vendeur remet les marchandises au premier transporteur.

i) DAT (Delivred At Terminale) rendu au terminal (lieu de destination)

Le vendeur assume tous les risques liés à l'acheminement des marchandises et à leur déchargement au terminal du port ou de lieu de destination convenu. Les obligations du vendeur c'est de dédouaner les marchandises à l'export, le cas échéant. L'obligation de l'acheteur est d'effectuer le dédouanement à l'importation ou de payer des droits de douane ou d'accomplir toute autre formalité douanière d'importation.

j) DAP (Delivred At Paid) rendu au lieu de destination convenu

Le vendeur a dûment livré dès lors que les marchandises sont mises à disposition de l'acheteur sur le moyen de transport d'approche prêt pour le déchargement au lieu de destination convenu. Le vendeur a la charge de tous les risques liés à l'acheminement des marchandises jusqu'au lieu de destination. Les obligations de dédouanement de marchandises sont équivalent au DAT.

k) DDP (Delivered Duty Paid) rendu droits acquittés (lieu convenu)

L'obligation maximale pour le vendeur qui supporte tous les frais et tous les risques. Le transfert des frais et risques se fait une fois les marchandises remises aux locaux de l'acheteur.

1.2. Classement des incoterms

Il existe trois formes de classement des incoterms, tel que :

1.2.1. Selon l'ordre croissant des obligations du vendeur

- ◆ Groupe E : (Ex) comprend l'incoterm : EXW obligation minimale pour le vendeur.
- ◆ Groupe F : (Free : franco) comprend les incoterms : FCA, FAS et FOB le vendeur n'assume ni les risques, ni les coûts du transport principal.
- ◆ Groupe C : (Cost or Carriage : coût ou port) comprend : CFR, CIF, CPT et CIP le vendeur assume les coûts du transport principal, mais pas les risques.
- ◆ Groupe D : (delivered : rendu) comprend les incoterms : DAT, DAP et DDP le vendeur assume les coûts et les risques du transport principal.

1.2.2. Selon le mode de transport

- ◆ Transport maritime et par voie fluviale: Il comprend les incoterms : FOB, CFR, FAS et CIF.
- ◆ Tout mode de transport : EXW, FCA, CIP, CPT, DAT, DAP et DDP.

1.2.3. Selon le type de la vente

◆ Vente au départ : le vendeur s'acquitte de son obligation de livraison dans son pays.

Elle comprend les groupes : E, F et C.

◆ Vente à l'arrivée : le vendeur s'acquitte de son obligation de livraison dans le pays d'arrivée.

Elle comprend le groupe D.

Le choix de l'incoterm se fait au moment de la négociation du contrat de vente entre les deux parties, il est à constater aussi que les incoterms ne constituent pas une loi commerciale internationale, puisqu'ils sont facultatifs de leurs utilisations. Mais ils contribuent efficacement à éviter aux deux parties d'avoir des litiges postérieurement à la conclusion de la transaction, ainsi que les responsabilités déterminées entre le vendeur et l'acheteur.

1.3. Les documents utilisés

Les incoterms 2010 fixent les obligations et responsabilités des firmes liées par la transaction; ces dernières étant situées sur des territoires éloignés les uns des autres, il est de coutume d'établir un certain nombre de documents prouvant que de part et d'autre, les obligations contractuelles ont été remplies. Hormis les documents de transport, il existe en la matière 4 grands types de documents :

- les documents de prix.
- les documents de transport.
- les documents d'assurance.
- les documents douaniers.

1.3.1. Les documents de prix

Ces documents concernent diverses factures comme suite : la facture pro forma, facture définitive, facture consulaire et la note de frais².

1.3.1.1. La facture pro forma

La facture pro forma constitue une offre de service que le vendeur adresse à l'acheteur pour consultation. Elle permet à ce dernier d'enregistrer l'opération auprès d'une banque, mais n'engage aucune des deux parties. C'est une facture provisoire.

² S. Zourdani, mémoire de magistère : « le financement des exportations du commerce extérieur en Algérie », cas de la BNA, 2012, p67.

1.3.1.2. La facture définitive (commerciale)

L'importateur, après avoir envoyé un bon de commande ou par l'acceptation de la facture pro forma, recueille la facture définitive, qui est un réel contrat commercial servant à la concrétisation de l'opération liant les deux parties³.

1.3.1.3. La facture consulaire

C'est la facture définitive visée par le consulaire du pays de l'importateur installé chez l'exportateur. Ce visa a pour objet d'authentifier et d'affirmer l'existence de l'exportateur sur le territoire de sa circonscription.

1.3.1.4. La note de frais

L'acheteur peut réclamer à son fournisseur une note de frais, car elle donne le détail de tout ce qui a été rajouté au montant de la facture autre que le coût de la marchandise.

1.3.2. Les documents de transport

Les documents de transport sont différents à savoir la voie de transport utilisé tel que la voie maritime, aérienne, terrestre ou autre

1.3.2.1. La voie maritime

Le document utilisé est le connaissement maritime. C'est le document clé des documents de transport en Algérie. Il revêt trois aspects : un titre de transport, un titre de propriété et un récépissé de voyage.

1.3.2.2. La voie aérienne

Le document exigé est la lettre du transport aérien qui est émise par une compagnie d'aviation sous forme nominative. Cependant sa transmission se fait par biais d'un bon de cession bancaire (BCB) émis par la banque au nom de la compagnie d'aviation représentante l'autorisation à céder la marchandise à son client.

1.3.2.3. La voie routière

C'est la lettre de transport routier qui est exigé pour ce mode de transport.

1.3.2.4. La voie ferrée

Le document qui est fait dans ce mode de transport est la lettre de voiture internationale qui est toujours normative. Elle nécessite un BCB au nom de la compagnie ferroviaire pour sa transmission et le retrait des marchandises.

³ Op. Cit, p68.

1.3.2.5. Le récépissé postal

Il est utilisé quant la marchandise voyage par voie postale, ce document est établi par le service de la poste pour l'exportateur, celui-ci l'envoi par canal postal à l'importateur pour qu'il puisse récupérer sa marchandise.

1.3.3. Les documents d'assurance

Conformément aux articles 172 et 181 de la loi n 80-07 du 09/08/1980 relative aux assurances⁴. Il est obligatoire aux importateurs et exportateurs d'assurer leurs marchandises auprès d'une compagnie d'assurance. Les documents que la banque exige sont : soit le certificat d'assurance, soit la police d'assurance.

1.3.3.1. La police de voyage

C'est un contrat qui donne naissance à une police d'assurance assurant des risques déterminés concernant une affaire bien précise.⁵

1.3.3.2. La police d'abonnement

Elle constitue un contrat d'abonnement pour la prise en charge automatiquement de toutes les expéditions faites pour le compte de l'assuré (l'importateur).

1.3.4 .Les documents douaniers et annexes

Il existe deux types de documents; d'une part douaniers et d'autre part annexes comme suit:

1.3.4.1. Les documents douaniers

Les déclarations en douane sont visées par l'administration des douanes du pays importateur et sont établies par des imprimés spécifiques. Ces documents comportent notamment le tarif douanier, la date de dédouanement et la valeur de la marchandise dédouaner.

1.3.4.2. Les documents annexes

Ce sont des documents accessoires que l'importateur peut exiger à son exportateur afin de s'assurer des caractéristiques quantitatives et qualitatives de la marchandise, telle que la liste de colisage et certificat d'origine.

1.4. Limite des incoterms

Il existe plusieurs limites, dont les plus répondus sont, l'usage des incoterms est facultatif, mais que la divergence entre se qui est écrit et ce qui est appliqué, conduit à des litiges.⁶ Se sont les textes écrits qui servirent de base au jugement des tribunaux, bien que les incoterms facilitent grandement les échanges internationaux, en donnant une interprétation homogène aux termes commerciaux, ils ne résolvent pas tous les problèmes et présentent

⁴ I. Ksouri : « Les techniques douanières et fiscales », 2011, p53.

⁵ Idem

⁶ G. Legrand, H. Martini : « gestion des opérations import-export », édition DUNOD, Paris, 2008, p 15

certaines lacunes, dont notamment : le problème du transfert de propriété, le caractère facultatif, l'obligation de faire des ajouts (ancrage géographique à l'incoterm...).

Exemple en FOB, en théorie l'acheteur doit indiquer au vendeur le nom du navire et sa date de passage au port de chargement. Beaucoup d'acheteurs ne le font pas en pratique, et les vendeurs doivent donc se substituer à eux un navire est chargé. Et pour s'en prévaloir, les parties doivent clairement y faire référence dans le contrat de vente, sans oublier d'ancrer les obligations sur un lieu géographique précis.

Conclusion

Pour s'adapter aux évolutions du commerce international, les incoterms ont subi une refonte en 2010, passant de 13 à 11 incoterms.

Les incoterms expliquent la répartition des obligations en matière de contrôle de sécurité et dédouanement des marchandises, afin de répondre à l'évolution des règles applicables en matière de sécurité des produits.

Section2 : Le choix d'une solution transport

La politique logistique de l'entreprise conduite à rechercher des solutions transport, on utilisant des nouvelles techniques, qui sont développée a fin de réduire les coûts, pertes du temps et risques liés à la rupture de charge. Donc, le choix final d'un mode de transport principal doit être fait en fonction de trois critères principaux le délai, la sécurité et le coût.⁷

A travers cette section, nous allons définir les différents types de transport, les composantes de transport et la démarche de choix d'une solution de transport.

2.1-Types de transport

A fin de déplacer la marchandise de porte à porte, on fait appel à plusieurs modes de transport. Telles que (train, avion, camion et bateau). Ce déplacement dépend de plusieurs intervenants. Dans ce cas, il existe plusieurs types de transport successifs :

2.1.1-Les transports homogènes

Lorsque tous les transporteurs sont soumis à un même régime juridique. Déplacement de marchandises réalisé par plusieurs transporteurs sous le même document de transport (lettre de voiture)

⁷ E. Weiss : « commerce international », édition, Marketing, paris, 2008, p95.

2.1.2. Le transport combiné

Lorsque les transporteurs concernés sont soumis à des régimes juridiques différents. (Ex. déplacement des marchandises réalisé par des transporteurs routiers, une partie relevant de la convention internationale, l'autre partie relevant du régime national).

2.1.3. Les transports mixtes

Lorsque le déplacement de la marchandise nécessite le recours à plusieurs modes de transport.

Ex. Pré-acheminement en camion suivi d'un transport principal par train.

2.1.4. Les transports mixtes superposés

Lorsqu'un mode de transport est chargé sur un autre mode de transport.

Ex. Camion chargé sur un navire.

2.1.5. Les transports multimodaux (ou intermodaux)

Lorsque le déplacement de la marchandise est effectué en vertu d'un acte de transport unique et par au moins deux modes de transport différents. Pré-acheminement – transport principal et post acheminement.

2.2. Les composantes de transport

Le tableau suivant illustre les différentes composantes de transport de marchandises.

Tableau N°03 : la représentation des composantes de transport

Opération physique	Obligations correspondantes du vendeur ou de l'acheteur	Documents correspondants
Préparation, étiquetage et emballage	<ul style="list-style-type: none"> -Ces opérations sont toujours à la charge du vendeur ; -L'étiquetage permet d'identifier la marchandise, de la rechercher en cas de perte, de donner des signes de manutention (pictogrammes) ; -L'emballage doit être adapté au produit et au transport choisis ; -Il peut répondre à certaines normes. 	<ul style="list-style-type: none"> -Liste de colisage ou note de poids ; -Certificats correspondant aux contrôles exigés par le client (certificat de qualité, de quantité par exemple) ; -Documents commerciaux (facture notamment).
Remise de la marchandise au transporteur	<ul style="list-style-type: none"> -Dans les ventes FOB, FAS, 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 et DAT l'acheteur doit indiquer les références du consignataire de la marchandise; -Pour les ventes DAP ou DDP, il faudra indiquer le lieu et les modalités de réception de la marchandise. 	<ul style="list-style-type: none"> -Instructions de transport ou ordre d'enlèvement donné par le vendeur ou l'acheteur; -Attestation de remise au transitaire (Forwarding Agent's Certificate) ou FCR ; -Documents de transport ; -Avis d'aliment pour les polices d'aliment ; -Certificat d'assurance s'il y a lieu.
Contrôle de la marchandise au départ	<ul style="list-style-type: none"> -Le transporteur ou le commissionnaire effectue 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. 	<ul style="list-style-type: none"> -Les contrôles peuvent donner lieu à des réserves notées sur le document de transport.
Dédouanement export	<ul style="list-style-type: none"> -à la charge du vendeur dans tous les cas sauf vente EXW et FAS. 	<ul style="list-style-type: none"> -Documents exigés par la douane.

Source : D. Chevalier, F. Duphil : « transporter à l'international », édition FOUSHER, Vanes, 2009, p38.

2.3. Le choix du mode de transport

Une bonne stratégie de transport est un élément de base du succès à l'exportation.

Les termes utilisés dans le contrat de vente préciseront qui assumera les frais du transport l'acheteur ou le vendeur. Par contre, dans tous les cas, le coût du transport fait partie intégrante des coûts de revient du produit et détermine sa situation concurrentielle sur le marché visé.

Un exportateur devrait élaborer sa propre stratégie de transport car elle aura l'avantage de pouvoir choisir le mode de transport.⁸ Il pourra aussi contrôler les coûts encourus, diminuer les risques de pertes ou d'avaries et mieux contrôler le temps nécessaire au transit. En outre, il apprendra quels moyens utiliser pour mieux atteindre un marché étranger. Avant de choisir le mode de transport, il faut franchir quatre étapes préliminaires.

⁸ D. Chevalier, F. Duphil : « transporter à l'international », édition FOUSHER, Vanes, 2009, p25.

2.3.1. Connaître ses propres besoins

Les divers modes de transport disponibles et abordables détermineront le choix. Il faut également tenir compte des caractéristiques physiques du produit : son poids, son volume, sa fragilité et ses exigences en emballage. La fragilité et la valeur du produit détermineront les risques de dommages ou de vol. Finalement, il faut tenir compte des délais de livraison à respecter.

2.3.2. Connaître les besoins et les capacités du client

Si le client possède ses propres ressources de transport, il voudra sans doute prendre en charge une partie du transport. L'exportateur peut souvent bénéficier de l'exportateur du client en se servant d'un transitaire attiré déjà connu par le client.⁹ Parfois l'acheteur pourra même obtenir des taux préférentiels de la part des compagnies de transport.

Il faut aussi connaître le système de réception de marchandise du client pour ensuite choisir le mode de transport et la présentation du produit.

2.3.3. Evaluer les différents transporteurs

Tout en se renseignant sur les tarifs de différents transporteurs, il faudra aussi s'informer de l'étendue et de la fréquence de leurs services¹⁰. Le choix devra tenir compte de leur compétence professionnelle et de leur réputation.

2.3.4. Obtenir le meilleur prix

Il faut accorder une attention particulière aux coûts (le fret, les frais d'emballage, le chargement, le déchargement, et les primes d'assurance).

Cependant, dans certains cas le paiement sera plus cher pour un service personnalisé, des délais de livraison plus courts, ou d'autres attention spéciales. Ces factuels aideront parfois à la livraison de la marchandise en bon ordre et dans le temps demandé.

Un exportateur fiable est très important pour la satisfaction du client et pour le développement de relations d'affaires à long terme.

Conclusion

Le choix d'un mode de transport en vue d'une opération d'import et/ou export dépend de plusieurs éléments : la nature du produit, le poids et le volume des marchandises à expédier, les délais de livraison à respecter, le coût du transport, la distance géographique, la notion de sécurité et/ou de risque, qui est liée à l'acheminement de la marchandise et la

⁹ Idem.

¹⁰ Op. Cit, p26.

localisation.¹¹

Après le choix d'une solution de transport optimal, l'entreprise exportatrice et/ou importatrice effectue l'opération de la gestion douanière afin de contrôler ses marchandises transportées.

Section 3 : La gestion douanière

Les services douaniers jouent un rôle très important dans les échanges commerciaux internationaux. Toutes les marchandises transportées à des pays étrangers sont obligées de passer par la douane. Quels que soient sa nature, sa valeur ainsi que son mode de transport (maritime, aérien ou routier).

Notre étude sera consacrée sur cinq points, qui sont : la mission de la douane, dédouanement de la marchandise, la procédure de dédouanement, les régimes douaniers et le contrôle de la marchandise.

3.1. La mission de la douane

Les services administratifs sont responsables de l'application de la législation douanière, et de perception des droits et taxes. Et qui sont également chargés de l'application d'autres lois, et règlements relatifs à l'importation, l'exportation, l'acheminement ou au stockage des marchandises.

3.2. Le dédouanement des marchandises

Le régime douanier est classique, avec un contrôle qui est effectué en fonction de la provenance et de la destination des marchandises. Selon les incoterms de vente au départ ou à l'export¹². Le dédouanement est à la charge du vendeur, sauf pour les ventes en EXW et FAS.

« La déclaration en douane contient trois éléments fondamentaux : l'espèce tarifaire qui est une dénomination attribuée à chaque marchandise en fonction de ses caractéristiques propres par le tarif douanier commun, sous forme de nomenclature, l'origine qui est une information nécessaire au traitement différencié de la marchandise indiquant le pays original ; et la valeur en douane qu'est la troisième clé pour l'application des mesures douanières et notamment pour l'opération de taxation »¹³.

¹¹ M. Savy : « transport de marchandise », édition, d'Organisation, 2007, p134.

¹² J. Belotti: « le transport international de marchandise », 2^e édition, 2008, p266.

¹³.G. Legrand, H. Martini : « Management des opérations de commerce international », 6^e édition DUNOD, Paris, 2000, P52-53

Les déclarations, et l'ensemble des documents exigés sont réceptionnés par l'administration douanière, qui contrôle toutes les déclarations d'exportation sur les marchandises exportées, soit exonérées ou non des droits et taxes.

3.3. La procédure de dédouanement

La procédure de dédouanement est l'ensemble des formalités à accomplir pour garantir le respect de toutes les obligations en matière de dédouanement, et pour cela le déclarant doit respecter une procédure qu'informe le régime douanier assigné aux marchandises.

Plusieurs procédures existent pour opérer le dédouanement d'un produit, une procédure de droit commun est utilisable pour les opérateurs du commerce international et qui impose le passage au bureau de douane et le dépôt d'un document administratif unique exigé par la douane. Mais sa lourdeur et ses contraintes logistiques conduisent les opérateurs à solliciter des procédures simplifiées proposées par la douane.

3.4. Les régimes douaniers à l'exportation

Les régimes douaniers seront déterminés par le contrat de vente ou par l'usage qui sera fait du produit. Il existe plusieurs régimes douaniers tels que :

- exportation temporaire pour perfectionnement passif ;
- Admission temporaire pour perfectionnement actif ;
- le régime de dépôts ;
- les échanges produits.

3.5. Le contrôle de marchandise

Chaque marchandise avant d'être expédiée, elle doit passer par un contrôle douanier. Si la marchandise est conteneurisée, le client doit établir une déclaration anticipée à l'importation (DAI) et, un bordereau de suivi de cargaison (BSC)¹⁴.

Pour les marchandises en vrac ou conventionnel, l'établissement de ces documents dépendra de la valeur FOB de la marchandise.

Pour lever sa déclaration en douane, il faut fournir un certain nombre de documents. La production de ces documents est nécessaire en fonction de la nature, la destination, la valeur et l'origine des marchandises. Tous les documents ne sont pas produits au même moment dans la procédure de dédouanement. Certains sont exigés à la recevabilité, d'autres le sont dans la phase de vérification de la déclaration. Ces documents proviennent de différents ministères et administration.

¹⁴ Le site web de la douane algérienne : 3w.douane.gov.dz, 01.02.2013.

Conclusion

Le client avant tout embarquement de sa marchandise doit rentrer en contact avec un transitaire. Ce dernier lui parlera des formalités à remplir pour l'importation ou l'exportation de sa marchandise.¹⁵

¹⁵ M. Savy : « transport de marchandise », édition, d'Organisation, 2007, P123.

Conclusion

Qu'elle soit internationale ou locale, la logistique s'assure d'exécuter les commandes des clients afin de les satisfaire dans les meilleures conditions de coûts et de qualité de service dans les délais requis.

La logistique internationale se différencie de la logistique domestique, par le fait qu'elle intègre de nouvelles dimensions plus complexes et contraignantes imposées par la distance, qui sépare l'entreprise de ses clients et les difficultés qui en résultent, d'une part¹⁶. mais également par le fait que l'exportation fait intervenir deux pays différents, donc, deux cultures différentes, deux administrations différentes, ce qui soulève également les difficultés liées au passage frontalier des marchandises, supposant une bonne connaissance en matière de douane et de ses différents régimes.

Par ailleurs, un choix rigoureux des moyens et techniques appropriés aux spécificités du marché international est impératif.¹⁷

¹⁶ Y. Pimor, M. Fender : « la logistique », 5^e édition, DUNOD, 2008, p189.

¹⁷ Idem

Introduction

Une entreprise exportatrice afin de transporter ses marchandises de son usine vers le pays de destination de son client, elle choisie une solution de transport et un mode de paiement qui sont optimal, sécurisé, moins couteux et moins risqués. Et pour éviter tous les risques et tous les dégâts, elle souscrit une assurance transport et assurance crédit au sein de la compagnie d'assurance.

A travers ce chapitre, nous allons exposer dans la première section les différents modes de transport international tels que le transport maritime, aérien, routier et autres modes (ferroviaire et postaux). Dans la deuxième section, nous présenterons les divers moyens et techniques de paiements utilisés par l'entreprise a fin d'effectuer son mode de paiement et la troisième section nous allons la consacrer sur l'étude des différents risques liées aux modes de paiements et au transport de marchandises et comment couvrir ces différents risques.

Section01 : les différents modes de transport

Afin de déplacer une marchandise d'un pays à un autre, il existe plusieurs modes de transport, et les plus utilisés en commerce international sont : le transport maritime, transport aérien, transport routier et le transport ferroviaire. Ces modes de transport ont évolué continuellement dans le temps, le transport maritime s'accapare de la plus grande part du volume des échanges mondiaux.

Enfin, le transport multimodal met en œuvre deux ou plus de ces moyens et impose une conteneurisation ou une palettisation adaptées aux particularités de ce choix.

Dans cette section, nous allons présenter les différents modes de transport, les diverses techniques utilisées et leurs acteurs.

1.1.Le transport maritime

Tout au long du siècle dernier, le secteur du transport maritime vu le volume total des échanges augmente constamment. Les progrès technologiques ont en outre contribué à rendre le transport maritime toujours plus efficace et rapide.

En tonnage, l'essentiel du transport international de marchandises s'effectue par voie maritime.

Le transport maritime est le mode de transport international le plus ancien. Il représente encore aujourd'hui 70 % du commerce international en volume¹.

1.1.1. Organisation régionale du transport maritime

Dans la solution de transport de marchandises par voie maritime, nous distinguons deux types d'organisations :

1.1.1.1.Le cadre juridique

Dans le cadre juridique du transport maritime, nous définissons la convention de Bruxelles, les règles Hambourg et celles de Rotterdam.

A. La convention de Bruxelles et le protocole modificatif

Convention de Bruxelles 25 août 1924, appelé par fois « règle de La Haye » pour l'unification de certaines règles en matière de connaissance, modifiée par les Protocoles du 23 février 1968. Dit par fois, « règle de Visby » et du 21 décembre 1979 sur la responsabilité du transporteur.²

¹ D. Chevalier, F. Duphil : « transport à l'international », édition, FOUCHER, Vannes, 2009, p138.

² H. Kenfack : « droit du commerce international », 3^e édition, DALLOZ, 2009, p126.

Son application dans l'espace se réalise entre les Etats signataires de la convention, et éventuellement les protocoles, relève automatiquement de ces textes, puisqu'il est impossible aux parties signataires d'en refuser l'application.

N.B : La convention de Bruxelles ne s'applique pas au transport maritime sous connaissement, excluant les contrats d'affrètements.

B. Les règles de Hambourg

La « convention des nations unies sur le transport de marchandises par mer » du 31 mars 1978, entrée en vigueur, le 01 novembre 1992, dit aussi « règle de Hambourg », a été ratifiée à ce jour par 31 Etats, dont aucune ne rendent puissance maritime³. Elle pourrait cependant concerner à terme de nombreux contrats de transport, du fait de son domaine d'application extensif.

Son domaine d'application peut dépasser le cadre des Etats signataire. D'autant que les principales dispositions de ce test sont généralement jugées plus favorables au chargeur que celles de la convention de Bruxelles et que la tarification des règles de Hambourg exclut l'application de toute autre convention internationale dans le pays concerner.⁴

C. Les règles de Rotterdam

L'assemblée générale des nations unies a adopté le 11 décembre 2008 une « convention sur le transport de marchandises effectuer entièrement ou partiellement par mer », ouvert à la signature en septembre 2009 à Rotterdam⁵. Cette convention vise à se substituer à terme aux deux, précédente, mais elles concernent les principales novations telles que son champ d'application. Qui est plus étendu puisque la convention couvre aussi les opérations de porte à porte.

1.1.1.2. Cadre organisationnel

Le transport maritime se fait par:

a. La ligne régulière (conférence maritime) :

Ce type de transport, se fait par des navires conteneurisés afin de transporter des produits finis, semi-finis ou des matières premières. Les conférences maritimes sont des armateurs, des consignataires ou des compagnies maritimes. Ces compagnies maritimes passent toujours par des transbordements qui sont des ports de groupage des navires.

A partir du 19^e siècle, les compagnies maritimes ont passé entre elles des accords appelés « Conférences maritimes », leurs objectifs sont d'organiser la concurrence en

³ J. Belloti : « transport international de marchandise », 2^e édition, 2008, p176.

⁴ Idem.

⁵ D. Chevalier, F. Duphil : « transport à l'international », édition, FOUCHER, Vannes, 2009, p139.

établissant des règles sur l'exploitation des lignes régulières : rationalisation des départs des navires (régularité), élaboration des tarifs communs, réglementation des ristournes accordées aux chargeurs... Ainsi pour le chargeur, s'adresser à une compagnie « conférence » est gagé de qualité de service.

b. Conventionnel (Tramping)

Pour désigner les navires pour lesquelles, un « fréteur » (propriétaire) met à la disposition d'un « affréteur », un navire ou une partie de navire moyennant une somme d'argent appelé « fret ». Ce mode de transport maritime est réservé à des mots importants (par exemple : marchandises en vrac, céréales et produits sidérurgiques).⁶

1.1.2. Les principaux intervenants dans la chaîne du transport maritime

Afin que la marchandise arrive en bon état, dans toute opération d'exportation ou d'importation plusieurs intervenants interviennent afin d'éviter les pertes de temps et les séjours prolongés de la marchandise sur les aires de stockage pour échapper ou frais supplémentaires.⁷

- **L'exportateur** : il s'engage en nom propre, est pour compte de son commettant, à confier la marchandise au transporteur, en vue du transport.
- **Le commissionnaire** : il s'engage en nom propre, est pour compte de son commettant à faire transporter la marchandise et. En outre, à effectuer certaines prestations annexes comme la réception, le dédouanement, l'entreposage, l'assurance...etc.
- **Le transporteur** : il s'engage à déplacer la marchandise d'un point à un autre.
- **Le destinataire** : est la personne à laquelle doit être remise la marchandise au terme de transport.
- **Le commissionnaire de transport** : il s'engage à effectuer un transport, mais fait effectuer celui-ci en son nom et pour son compte, par un autre transporteur.

Le propriétaire, du moyen de transport (navire, camion, train ou aéronef) ;

- **L'armateur** : lequel, par un contrat d'armement, s'engage à pourvoir un navire en équipage et ravitaillement.
- **Le fréteur** : lequel par un contrat d'affrètement met un moyen de transport à disposition d'un transporteur appelé affréteur.
- **Le chargeur** : qu'est l'intermédiaire qui sera chargé de mettre la marchandise à bord du véhicule.

⁶D. Loth : « essentiel des techniques du commerce international », édition, p 39.

⁷ W. Pissoort, P. Saerens : « Initiation au droit international », 1^e édition, De Boeck, 2004, p288.

- **Le transitaire** : dont la fonction est de coordonner les interventions des nombreux intervenants, c'est-à-dire outre les personnes désigné ci-dessus les responsables de l'entreposage, de l'arrimage, du calage, des agents en douanes...etc.

1.1.3. Le contrat de transport maritime et la mise en bord

Le chargement et le déchargement constituent ce qu'on appelle la manutention. Ces derniers ne sont pas nécessairement prévus dans le contrat de transport.⁸ Néanmoins, il est possible de préciser la part que chacun (expéditeur ou chargeur et transporteur) prendra dans ces opérations. Ces points sont réglés par ce que l'on appelle les « Liners termes » ou « termes de conférences ».

- Si le « liner termes » est bord/bord, le transporteur maritime ne comprend dans ce fret que le strict déplacement de la marchandise du port de départ au port d'arrivée.⁹
- Si le « liner termes » quai/quai, ce transporteur assure non seulement l'acheminement de la marchandise¹⁰, mais également le déplacement sur le quai et la mise à bord ainsi que, à l'arrivée le déchargement et la mise en terminal ou sous hangar.

En principe, il faudrait même connaître le « liner terme » applicable afin de déterminer les incoterms.

1.1.4. Le document de transport maritime

Les documents de transport maritime se composent en deux parties :

1.1.4.1. Le connaissement (Bill of Lading, B/L)

Le connaissement maritime comme son nom l'indique, est un moyen de connaître l'état des marchandises et la conclusion d'un contrat de transport. B/L, comme tout document de transport et d'abord un reçu de la marchandise ensuite une preuve du contrat. Il est un titre représentatif de la marchandise. En effet, selon la convention de Bruxelles, le transporteur doit remettre la marchandise non entre les mains d'un destinataire –comme dans les autres modes de transport- mais au porteur du connaissement.¹¹

Il est établi par l'agent de la compagnie maritime. Trois originaux sont émis par le transport. Il existe plusieurs types de B/L tel que :

- B/L à ordre : l'échange se fait par remise ;
- B/L nominatif : l'échange se fait par endossement (c'est le plus courant) ;

⁸ D. Loth: « l'essentiel des techniques du commerce international », 2009, p 39.

⁹ Idem.

¹⁰ Op. Cit, p39.

¹¹D. Loth: « l'essentiel des techniques du commerce international », 2009, p 41.

-B/L à reçus pour embarquement : il atteste la prise en charge de la marchandise et non l'expédition définitive.

Le connaissement apparaît souvent pour les opérations du commerce international comme un document difficile à comprendre. Il présente de multiples facettes et son utilisation requiert une certaine expérience. Il est mis par le transporteur ou son agent sur la base des éléments fournis par le chargeur. Au plus tard dans les 24h qui suit le chargement.¹²

1.1.4.2. Le contrat d'affrètement

Le contrat d'affrètement (charte-partie) par le quel les contractants conviennent librement de la location d'un navire pour une période de temps ou un voyage déterminés.¹³ On distingue deux parties:

-le frèteur : est celui qui fournit le navire c'est donc l'armateur (représenté par un courtier de fret ou un agent maritime), la gestion de navire (équipage, avitaillement, fret d'escale) sont à la responsabilité du frèteur.

-l'affréteur : c'est l'utilisateur futur du navire en cas d'affrètement coque-nue, l'affréteur pendant une durée déterminée qui arme et gère complètement le navire.

L'affrètement maritime ne dépend pas des conventions internationales. La loi applicable est choisie librement par les parties et à défaut les règles du droit international privé s'appliquent.¹⁴

1.1.5. Les techniques du transport maritime

Les techniques du transport maritime sont sous forme des différents navires utilisées lors du transport de la marchandise, les équipements portuaires ainsi que les différentes expéditions utilisées.

1.1.5.1. Les types de navires

Le transport de marchandises par voie maritime se fait à travers plusieurs types de navires, le tableau suivant nous explique les différents types de navires.

¹² M. S. Radji : « contrat de transport maritime », séminaire, 10/06/2012 ou 13/06/2012.

¹³ H. Kenfack : « droit du commerce international », édition, DALLOZ, 2009, p126.

¹⁴ D. Chevalier, F. Duphil : « transporter à l'étranger », édition, FOUCHER, 2009, p153.

Tableau N°04 : la présentation des différents types de navires

Nom	Description
Cargos Polyvalents	-les plus basiques des navires-cargos, ils peuvent transporter de tout, et en particulier des marchandises emballées conventionnellement (sacs, caisses...) ; ils sont souvent utilisés au cabotage.
Chimiquiers	-pouvant transporter une grande variété de produits, ils disposent de nombreuses citernes et de tuyautages séparés, ainsi que de systèmes de chauffage. Ils sont soumis à des normes de sécurité drastiques...
Gaziers	-répartis entre méthaniers et butaniers, ils transportent du gaz naturel ou du gaz de pétrole liquéfié, à très basse température ; ils représentent le summum de la haute technologie sur mer.
Navires Citernes	-Navires transportant des produits liquides dans des citernes ; on trouve les huiliers, pinardiers, bitumiers... selon le type de produit transporté.
Navires Frigorifiques	-Petits, esthétiques et rapides, souvent peints en blanc, ils transportent des denrées périssables : bananes, jus de fruits, viande, poisson... à basse température.
Pétroliers	-Navires-citernes transportant du pétrole ; les transporteurs de pétrole brut sont les plus grands, dépassant 100 000 tonnes et atteignant de grandes proportions ; les transporteurs de produits raffinés sont plus petits.
Porte conteneurs	-Navires transportant exclusivement des conteneurs ; apparus récemment, ils prennent maintenant une place importante dans les ports de commerce, et font partie intégrante du commerce mondial. Puissants et rapides
Rouliers	-ils embarquent des marchandises roulantes : camions, remorques, voitures... grâce à une rampe et de grands espaces de garage. Selon les lignes, ils peuvent aussi transporter des passagers.
Vraquiers	-« Chevaux de trait » des mers, ils transportent de marchandises solides en vrac comme des granulats, des céréales, du charbon, etc. Ils forment 33% du tonnage de commerce mondial.

Source : M. S. Radji : « contrat de transport maritime », séminaire, 10/06/2012 ou 13/06/2012.

1.1.5.2. Les équipements portuaires

Le chargement et le déchargement des grands navires requièrent des équipements portuaires spécifiques. Ils permettent une productivité très élevée deux minutes pour le chargement ou le déchargement d'un conteneur. Ce qui fait le décalage entre les lignes Est-Ouest qui sont équipées pour accueillir des grands navires port conteneurs, se n'est pas encore le cas dans la plus part des pays du sud.

1.1.5.3. Les types d'expédition

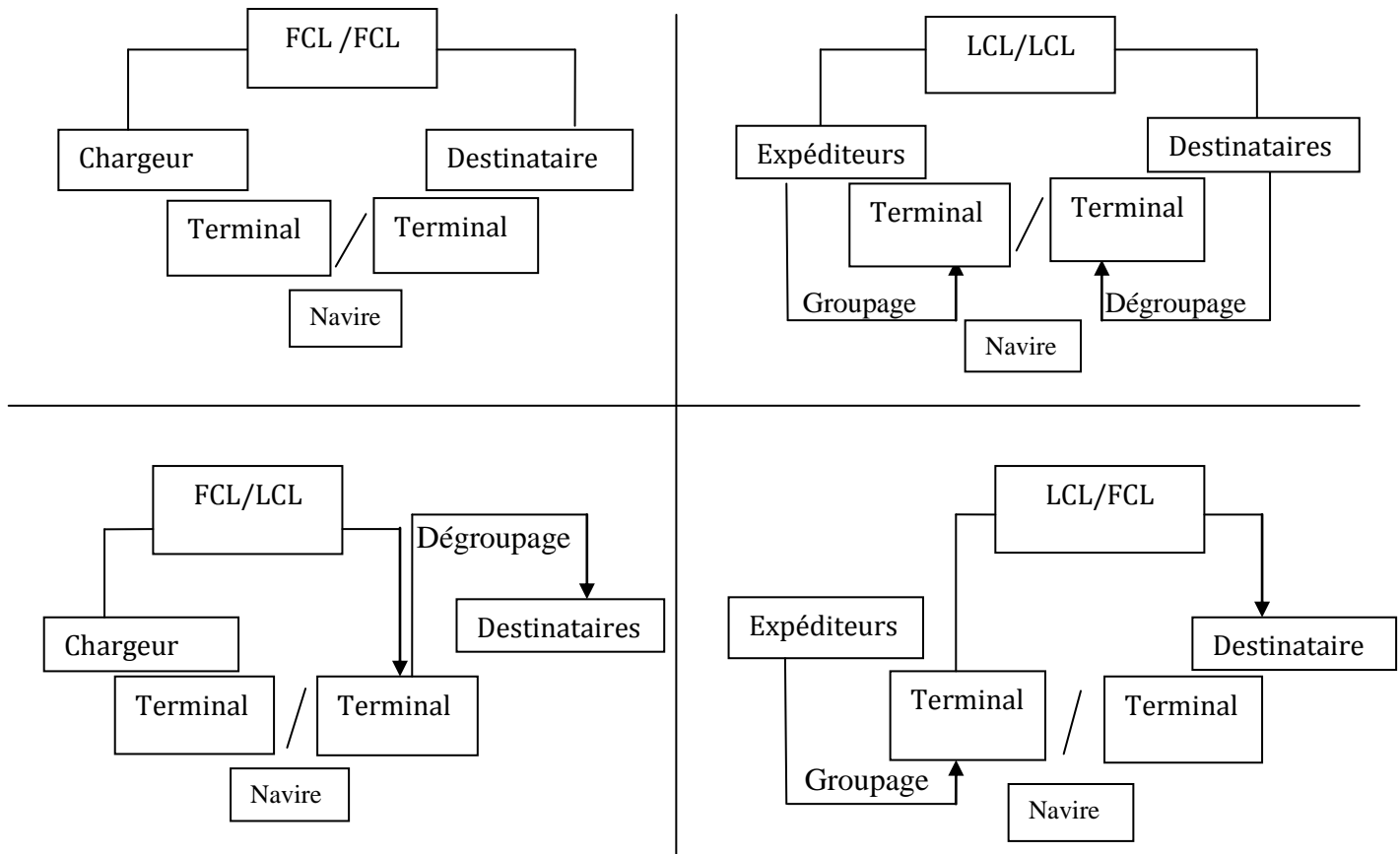
Pour la majorité des importateurs et exportateurs par voie maritime, le conteneur est la solution technique la plus appropriée, car c'est celle qui permet les coûts les plus bas.

Le conteneur est particulièrement adapté au transport multimodal, et il ne prend tout son intérêt que pour les expéditions de bout en bout (FCL/FCL)¹⁵. Les groupages ou dégroupages (LCL/LCL)¹⁶ réduisent de façon importante ces avantages.

Le schéma suivant explique d'une manière claire les différentes expéditions :

¹⁵ FCL/FCL : un seul chargeur pour un seul destinataire.

¹⁶ LCL/LCL : plusieurs chargeurs pour plusieurs destinataires.

Figure N° 02 : les différents types d'expédition

Source : M. S. Radji :« transport de marchandises », séminaire, 10/06/2012 au 13/06/2012.

Si le volume de marchandise à expédier ne suffit pas à constituer un chargement complet, il est possible de regrouper ses expéditions avec celles des autres expéditeurs vers la même région. Ce service est offert par des compagnies de transport et surtout par des transitaires.

En somme, l'exportateur avisé doit analyser les différentes options, évaluer les coûts et choisir le moyen le plus économique, le plus rapide et le plus sûr pour expédier ses produits.

1.2. Le transport aérien

Ce mode de transport garantit la rapidité et la sécurité ainsi que le taux d'avarie assez faible. Mais les prix peuvent être très élevés en cas d'envoi lourd ou de marchandise de faible valeur.¹⁷ Les différents intervenants en transport aérien sont :

- l'agent de fret aérien qui organise le transport principal,
- le transitaire commissionnaire, mandataire qui assure les opérations et les formalités relatives au transport.

¹⁷ E. Weiss : « commerce international », édition Marketing, 2008, p93.

1.2.1. La réglementation internationale du transport aérien

Le transport aérien de marchandises a une réglementation basée sur des textes et la convention d'IATA comme suit :

1.2.1.1. Les textes

Les textes de base régissant le transport international aérien sont la convention de Varsovie du 12 octobre 1929, dont certaines dispositions ont été modifiées par le protocole de la « HAY » du 28 septembre 1955.¹⁸

En matière de transport de marchandises, cette convention définit essentiellement les documents de transport utilisés, c'est-à-dire la lettre de transport aérien (LTA ou Airway Bill, AWB), et la responsabilité du transporteur.

Une nouvelle convention a été signée en 1999, à Montréal dénommée « convention pour l'unification de certaines règles relatives au transport aérien internationale ». ¹⁹ Elle modifie sensiblement, dans un sens plus favorable le chargeur et le régime de la responsabilité du transporteur.

1.2.1.2. La convention IATA (International Air Transport Association)

IATA est une conférence qui regroupe la plus part des grandes compagnies du transport aérien.²⁰ Ses membres s'engagent à respecter un certain nombre de normes de sécurités et de qualité du service.

1.2.2. Les techniques du transport aérien

Le transport algérien de marchandises est réalisé avec trois types d'appareils :

1.2.2.1. Les appareils de passagers

Ils transportent des voyageurs leur soutes peuvent accueillir du fret en plus des bagages. Elles sont couramment utilisées pour les trafics de marchandises et pour La Poste sur les livraisons intérieures comme à l'international.

1.2.2.2. Les appareils mixtes

Leur cabine a été conçue pour accueillir aussi bien des sièges des passagers que du fret sur palettes.

1.2.2.3. Les appareils tout cargo

Ils ne transportent que du fret, et leurs aménagements intérieurs sont donc, étudiés en conséquence.

¹⁸ G. Legrand, H. Martini : « commerce international », 3^e édition DUNOD, paris, 2010, p118.

¹⁹ Idem.

²⁰ Op. Cit, p 120.

1.2.3. Le document de transport aérien (LTA)

Le document utilisé est la lettre de transport aérien (LTA) en anglais (Air Way Bill, AWB). C'est un document non négociable, établi par le chargeur dans les faits par l'agent de fret ou la compagnie aérienne. Ce document peut couvrir plusieurs transports incluant une partie de parcours aériens.²¹

S'il s'agit d'un envoi de détails, la LTA est émise par l'agent de la compagnie aérienne.

S'il s'agit d'un envoi en groupe la « House Air Way Bill » est établie par le groupeur de fret aérien.

Le contrat de ce transport est conclu entre le transporteur (compagnies aériennes) et le chargeur qui peut être le transitaire.

La LTA est à la fois : une preuve du contrat de transport, une preuve de la prise en charge de la marchandise et le justificatif des prix.²²

1.3. Le transport routier

La souplesse du transport routier tient au fait que les camions sont aujourd'hui à même de transporter de porte à porte des produits allant de quelques kg à des tonnages très élevés. Des autorisations spéciales peuvent être délivrées pour que des convois exceptionnels transportent des marchandises très volumineuses, voire dépassant la largeur d'un côté de route.

Le transport international est régi par la convention de Genève et la convention TIR (Transport international par Route).

1.3.1. La réglementation

La convention de Genève, dite convention CMR, a été signée le 19.05.1956. Elle est entrée en application le 02.07.1961, et est aujourd'hui en vigueur dans 55 pays à savoir :

- toute l'Europe occidentale ;
- les pays d'Europe centrale et orientale ;
- la Russie et les républiques asiatiques de l'ancienne URSS ;
- de nombreux pays du Maghreb et du Moyen Orient.

La CMR s'applique à tout contrat de transport de marchandises, à titre onéreux, au départ ou à l'arrivée.²³

²¹ G. Legrand, H. Martini : « commerce international », 3^eédition, DUNOD, paris, 2010, p119.

²² Idem.

²³ D. Chevalier, F. Duphil : « transporter à l'international », édition, FOUCHER, Vannes, 2009, p 190.

1.3.2. Les techniques de transport

Les engins assurant le transport routier de marchandises sont bien connus. On distingue :

- les véhicules isolés (camions) ;
- les véhicules articulés (tracteurs+ semi-remorques), qui sont les plus nombreux pour les transports internationaux.
- les trains routiers (camions + remorque).

Le progrès technique et l'amélioration de la sécurité des véhicules permettent aujourd'hui de rechercher les gains de productivité par l'utilisation d'engins pouvant transporter des charges de plus en plus importantes.

1.3.3. Le contrat de transport routier

Le contrat de transport routier est matérialisé par une lettre de voiture CMR, la convention de Genève n'a pas prévu de document type. Un modèle est cependant proposé par l'IRU (Union Internationale des transports routiers).²⁴

La lettre de voiture est théoriquement remplie par l'expéditeur. En pratique, elle est généralement remplie par le transporteur ou le transitaire, et elle est rarement signée par l'expéditeur.

Elle est émise en trois exemplaires originaux, plus un nombre variable de copies.

La convention CMR fait peser une présomption de responsabilité sur le transporteur en cas de perte, d'avarie ou de retard. Elle s'exerce depuis la prise en charge jusqu'à la livraison au destinataire.

1.4. Le transport ferroviaire

Ce mode de transport est un moyen rapide, très fiable et relativement peu onéreux. Il transporte les marchandises dans des wagons de différentes tailles.

1.4.1. La convention de Berne

La convention de Berne de 1890 régit le transport ferroviaire. Elle a créé à Berne un office central des transports internationaux ferroviaires.

En principe, la convention ne concerne que les transports par chemin de fer même si dans certains cas de transport mixte, elle peut s'appliquer.²⁵ Elle régit le transport international ferroviaire de marchandises effectué en vertu d'un titre de transport unique (la lettre de voiture directe) sur des parcours empruntant les territoires d'au moins deux Etats contractants et sur des linges inscrites à l'office central des transports internationaux ferroviaires.

²⁴ E. Weiss : « commerce international », édition, marketing, 2008, p 94.

²⁵ H. Kenfack : « droit du commerce international », édition, DALLOZ, 2009, p139.

1.4.2. Le contrat de transport ferroviaire

Le document de transport utilisé en trafic ferroviaire, est la lettre de voiture CIM. Il existe deux formulaires : un pour le trafic normal et un pour le trafic accélérer.²⁶

L'original est conservé par le chemin de fer, l'expéditeur se voyant remettre la duplicata de la lettre de voiture. Le document sera rempli partiellement par l'expéditeur, et est complétée ensuite par la société de chemin de fer.

Conclusion

Chaque entreprise choisit une solution de transport la plus adéquate afin de transporter sa marchandise, ce choix se fait à base de la sécurité, les délais, les coûts et la maîtrise de la chaîne logistique pour chaque solution de transport. Le transport maritime est la solution de transport la plus choisie par les entreprises.

Par ailleurs, ce transport est avantageux grâce à l'utilisation de la conteneurisation, qui favorise le volume des échanges mondiaux des flux.

Section 2 : les modes de règlement

Dans le contrat de vente, l'exportateur souhaite qu'il soit payé par ses clients dans des délais déterminés. Les montants et l'éloignement des partenaires ont nécessité la création par les banques de différents moyens de paiement utilisés pour les transactions internationales, ainsi que l'utilisation de monnaie différente furent un risque supplémentaire dont, il se doit de maîtriser ces différents moyens de paiement et les outils proposés aux opérateurs exportateurs comme importateurs par les banques visent généralement à répondre à trois objectifs :

- sécuriser un paiement;
- garantir la bonne exécution d'une opération;
- fournir des solutions de financement.

Dans cette section, nous allons exposer les points suivants : les différents instruments et les techniques du paiement ainsi que le choix des techniques de paiement.

2.1. Les instruments de paiement à l'international

Le paiement est un acte juridique prévu en contrat de vente de marchandise, le règlement en est de l'exécution matérielle. Tout contrat bien fait doit prévoir le mode de

²⁶ Idem

paiement, son lieu et sa date. Sachant que le paiement en billet de banque ou (en pièces) est prohibé dans les opérations de commerce.

Le règlement des opérations domestiques de commerce et, dans une certaine mesure, d'opération internationale s'appuie sur des instruments de paiement qui ont chacun des avantages et des inconvénients. Nous nous en décomptons quatre principaux :

2.1.1. Chèque

C'est un document par lequel le tireur (acheteur) donne l'ordre au tiré (la banque de l'acheteur) de payer une certaine somme au bénéficiaire (le vendeur).²⁷

Il n'existe aucune restriction à l'utilisation internationale des chèques.

Le règlement par chèque comporte trois acteurs : l'acheteur ou le « tireur », un établissement bancaire « tiré » et le vendeur appelé « bénéficiaire ».

Ce mode de règlement ne présente pas beaucoup d'intérêt pour le bénéficiaire, ce qui limite l'utilisation à l'international.²⁸

Les risques sont nombreux avec les chèques, risque de perte, de vol et de falsification; le risque de non-paiement est le deuxième grand risque. Ce dernier peut être couvert par la substitution d'un chèque de banque.²⁹

2.1.2. Le Virement bancaire SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications)

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 acquit SWIFT qui prouve la réalisation du transfert.

2.1.3. La lettre de change

Il s'agit d'un écrit par lequel le tiré (l'acheteur) se voit signifier l'ordre de payer la créance en faveur du vendeur (le tireur) ou d'un tiers, à une certaine date.

Plusieurs lettres de change à différentes dates peuvent être émises pour couvrir l'ensemble de la créance.

²⁷ V. Meyer, C. Rolin : « techniques du commerce international », édition Marie-Odile Morin, 2000, p 90.

²⁸ P. GARSUAULT, S. PRIAMI : « les Opérations bancaires à l'international », BANQUE éditeur, Paris, 2001, page 87.

²⁹ Idem.

Encore appelée « traite », la lettre de change est utilisée dans les sécurités de paiement internationales comme l'encaissement documentaire document contre acceptation (D/A) et dans les crédits documentaires réalisables par acceptation ou par négociation.

2.1.4. Le billet à ordre

Il s'agit d'un écrit par lequel l'acheteur, appelé « souscripteur » du billet à ordre, promet son créancier (le vendeur) appelé « bénéficiaire », le paiement de la somme due, à vue ou à une certaine date, sur présentation du billet à ordre à une banque désignée. Plusieurs billets à ordre à différentes dates peuvent être émis pour l'intégralité de la créance.

Le billet à ordre et la lettre de change sont désignées sous le terme générique d'« effet de commerce ».

Le tableau suivant résume les avantages et les inconvénients des différents instruments de paiement :

Tableau N°05 : représentation des différents avantages et inconvénients des instruments de paiement.

	Avantages	Inconvénients
Le chèque	-gratuité ; -pas de frais bancaire (sauf en cas de découvert).	-émit par l'acheteur, qui peut en outre faire opposition ; -risques, perte, vol, falsification et long.
Le virement bancaire	-impossibilité d'impayé ; -peut coûteux ; -règlement rapide par télex ou Swift.	-émit par l'acheteur ; -long si le virement par courrier ; -risque de change ; -pas de possibilité d'endosse.
La lettre de change	-émise par le vendeur ; -mobilisation de la créance ; -émise dans la monnaie du vendeur ; -transmissible au tire par endosse.	-soumise à l'acceptation du tiré (l'acheteur) ; -risque d'impayé ; -risques, perte, vol, falsification et long.
Le billet à ordre	-c'est une reconnaissance de dette et il matérialise la créance ; -précision des dates de paiement, mobilisable et endossable.	-émis par l'acheteur ; -soumise au risque d'impayé et risque de change.

Source :

élaboré par nos soins.

2.2. Les techniques de paiement à l'international

Afin d'effectuer une transaction commerciale, les parties du contrat de vente doivent déterminer la technique appropriée au règlement de la transaction. On distingue quatre techniques de paiement tels que :

2.2.1. 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.

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.

2.2.2. La remise documentaire

La remise documentaire est soumise aux Règles uniformes relatives aux encaissements dans leur version révisée 1995³⁰.

Elle est un moyen de paiement émis en faveur de l'entreprise en contrepartie de la présentation des documents commerciaux pouvant justifier l'expédition de la marchandise.

Pour la réalisation, l'exportateur ou sa banque adresse les documents à la banque de l'importateur avec instruction de les délivrer à son client contre un paiement ou une acceptation à échéance.

La limite du produit réside dans le fait que l'importateur n'a aucune obligation de prendre les documents et de payer l'exportateur.³¹ La marchandise peut donc rester immobilisée et être source de négociation à la baisse de prix par l'importateur. Il est aussi important de noter que les banques interviennent comme mandataires de leurs clients. Elles sont engagées à exécuter leurs instructions, mais ne sont pas engagées à payer.

La remise documentaire peut prendre deux formes :

❖ **Documents contre paiement (D/P) :**

La banque présentatrice (de l'importateur) ne remettra les documents que contre paiement immédiat de l'importateur. Le D/P présente une bonne sécurité pour l'exportateur. Cependant, il reste soumis au risque de refus des documents et de la marchandise par l'acheteur.

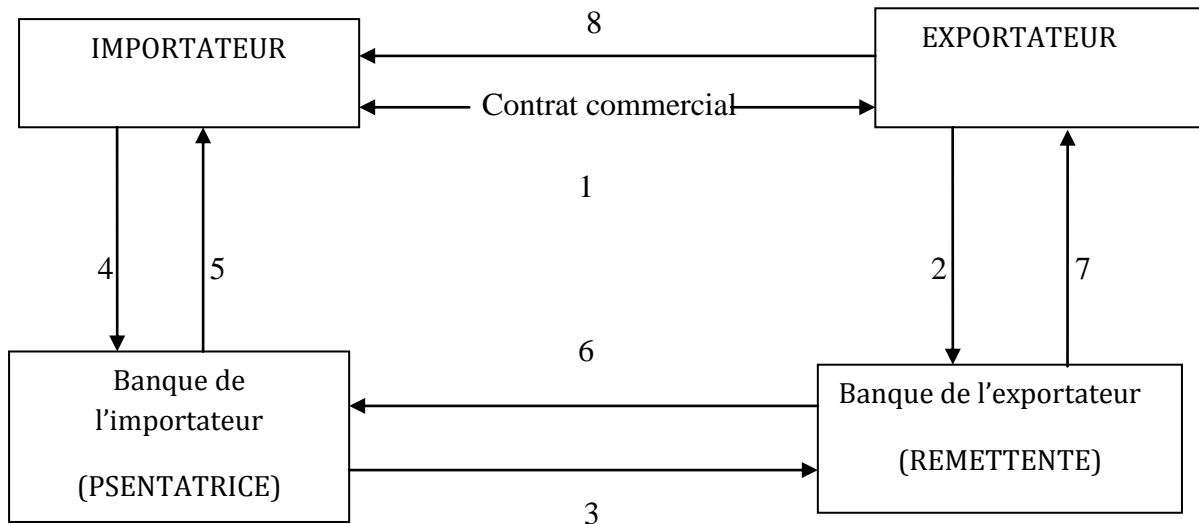
❖ **Document contre acceptation (D/A) :**

³⁰ P. Garsuault, S. Priami : « les opérations bancaires à l'international », BANQUE éditeur, 2001, p108.

³¹ Idem.

La banque présentatrice ne donnera les documents à l'acheteur que contre l'acceptation par ce dernier d'une ou plusieurs traites à une échéance ultérieure. Le D/A offre moins de garantie au vendeur, puisque le règlement n'interviendra qu'à l'échéance de la traite.

Figure N°03 :L'opération de la remise documentaire



Source: P. Bournat, E. Mentabord : « le commerce international », édition NATHAN, 1993, p45.

➤ **ouverture :**

L'entreprise exportatrice (donneur d'ordre) expédie ces marchandises (étape1) selon le contrat commercial et donne mandat à sa banque d'encaisser une remise documentaire (étape2).

➤ **Transmission :**

La banque de l'exportateur (banque remettante) transmet ces documents à la banque de l'importateur (étape3). La responsabilité de la banque remettante se limite à la bonne exécution des instructions données.

➤ **Présentation ;**

La banque de l'importateur (banque présentatrice) est chargée de remettre les documents à l'importateur contre paiement ou acceptation d'une traite (étape4 et 5).

Dans le cas d'affaires régulières entre partenaires commerciaux qui se connaissent, l'exportateur peut transmettre directement les documents à la banque présentatrice.

➤ **Paiement :**

L'importateur (tiré) a reçu les documents. Le paiement est effectué ou la traite tirée (étape6 et 7).

2.2.3. Le crédit documentaire

La remise documentaire laisse subsister des risques non négligeables pour l'exportateur. Le crédit documentaire (credoc), en adoptant le même schéma générale de fonctionnement que la remise documentaire et en y ajoutant la garantie de la banque de l'acheteur (banque émettrice), éventuellement celle de la banque du vendeur (banque notificatrice), est le système de paiement le plus sûr en commerce international.³²

Le crédit documentaire est soumis à une codification internationale élaborée par la Chambre de commerce international : les « RUU 600 » –relatives aux crédits documentaires – révisées à compter du 1er juillet 2007³³.

La définition selon les RUU (Règles et Usances Uniformes) le crédit documentaire : « est un arrangement en vertu duquel une banque, agissant à la demande d'un client, s'engage à effectuer un paiement ou de payer ou d'accepter un effet de commerce tiré sur un tiers. Elle peut autoriser une autre banque à effectuer le paiement, ou accepter ou négocier l'effet de commerce, contre remise des documents stipuler, pour autant que les termes et conditions de crédit soient respectés »³⁴

Le credoc est l'engagement d'une banque de payer un montant déterminé au fournisseur d'une marchandise ou d'une prestation, contre remise, dans un délai fixé, de documents conformes prouvant que la marchandise a été expédiée ou la prestation effectuée.

Il est très utilisé pour sécuriser les transactions du commerce international.

Il existe différents types de Credoc tel que :

a. Le crédit révocable

Le banquier peut se rétracter avant expédition des marchandises. L'exportateur conserve un risque de non-paiement tant que ses marchandises ne sont pas expédiées. En pratique, le crédit révocable est très peu utilisé dans les affaires, sauf dans les relations entre une société mère et ses filiales.

D'une manière générale, il n'est pas satisfaisant, car il ne sécurise pas totalement l'exportateur. Il est rarement utilisé malgré son caractère de rapidité de règlement.

b. Le crédit irrévocable (notifié ou non confirmé)

Ce type de crédit documentaire repose sur l'engagement irrévocable de la banque émettrice vis-à-vis du vendeur, d'effectuer ou de faire effectuer un règlement sous réserve que

³² V. Meyer, C. Rolin : « techniques du commerce international », édition Marie-Odile Morin, 2000, p 94.

³³ Idem.

³⁴ MEMO. Guide : «commerce international », Avril 2007, p113.

le vendeur présente les documents conformes aux instructions de l'acheteur³⁵. Ce crédit documentaire est beaucoup plus sûr que le précédent ; néanmoins, le vendeur demeure tributaire de l'engagement d'une banque à l'étranger, et supporte, d'autre part, le risque de la cessation de paiement d'un pays liée à un coup d'État, à une catastrophe naturelle, ou à un changement de la politique de change suspendant les transferts de devises vers l'étranger et du risque de défaillance de la banque émettrice.

Ce crédit documentaire est moins souple pour l'acheteur, car il ne peut être modifié ou annulé sans l'accord de toutes les parties.

c. Le crédit irrévocable et confirmé :

C'est la forme la plus sûre. En effet, ce crédit documentaire comporte un double engagement bancaire³⁶. Celui de la banque émettrice et celui d'une banque dans le pays du vendeur (la banque confirmatrice ou confirmante); en général, il s'agit de la banque notificatrice. La confirmation peut être demandée par la banque émettrice suite aux instructions de l'acheteur. Si ce n'est pas le cas, le vendeur a toujours la faculté de solliciter cette confirmation, soit auprès de la banque notificatrice, soit auprès de toute autre banque.

On parle alors de confirmation silencieuse, car elle est mise en place à l'insu de la banque émettrice. Dans tous les cas, la confirmation permettra au vendeur de se faire payer dans son pays, ce qui supprime les risques de non-transfert et réduit les délais de règlement. Il est bien évident que cette confirmation constitue un service bancaire que le vendeur devra payer.

Le tableau suivant énumère les principaux acteurs du credoc et son rôle :

³⁵ Op. Cit, p9.

³⁶ Op. Cit, p16.

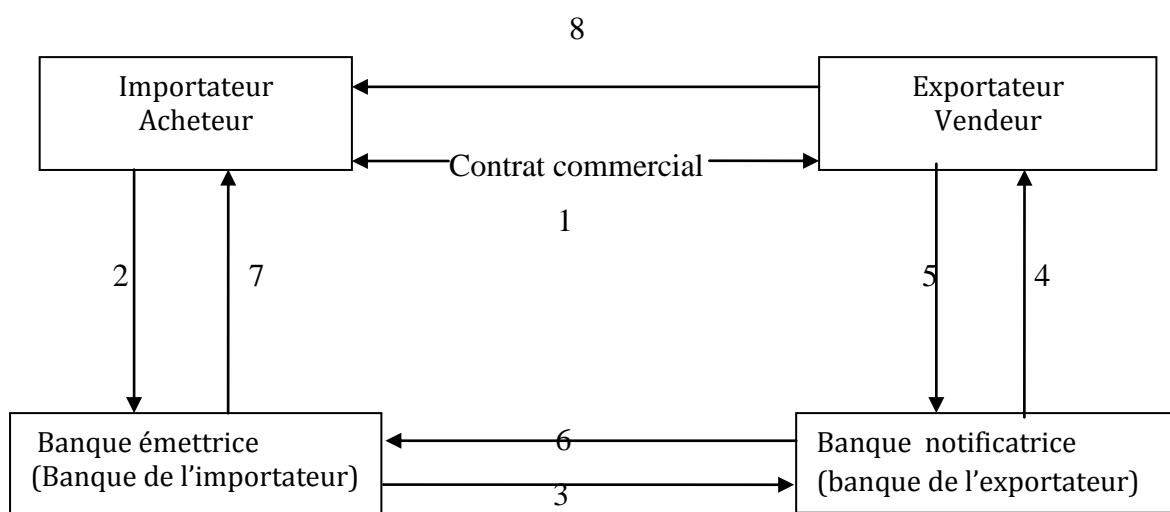
Tableau N° 06 : Les principaux acteurs du credoc et leur rôle dans une opération

Les acteurs	Le rôle
❖ Le donneur d'ordre : l'acheteur	-partie qui a sollicité l'émission du crédit,
❖ Le bénéficiaire : le vendeur	-partie en faveur de qui le crédit est émis.
❖ La banque émettrice : la banque choisie par l'acheteur	-la banque qui procède à l'ouverture du credoc, sur les instructions de son client, le donneur d'ordre. -la banque émettrice est donc la banque de l'acheteur et, dans la très grande majorité des cas, cette banque est située dans le pays de l'acheteur, le pays d'importation.
❖ La banque confirmant ou confirmatrice	-la banque qui ajoute sa confirmation à un crédit selon l'autorisation ou à la demande de la banque émettrice. -la confirmation est un engagement ferme de la banque confirmatrice, s'ajoutant à celui de la banque émettrice, d'honorer ou négocier une présentation conforme.
❖ La banque notificatrice : la banque correspondante de la banque émettrice	-la banque qui avise le crédit à la demande de la banque émettrice.
❖ La banque désignée	-la banque « aux caisses » de laquelle le credoc est réalisé.

Source :

élaborer par nos soins.

La figure suivante explique le déroulement de la procédure du credoc comme suit :

Figure N°04: Le circuit d'un crédit documentaire

Source :

élaborer par nos soins.

- 1: Contrat commercial
- 2: Demande d'ouverture de crédit au niveau de la banque émettrice
- 3 : La banque de l'importateur ouvre le crédit auprès de la banque de l'exportateur
- 4 : La notification du crédit
- 5 : Présentation des documents au niveau de la banque notificatrice
- 6 : La banque de l'exportateur envoie les documents au banquier de l'importateur qui le crédit en retour après étude et accord sur les documents

7 : La banque émettrice remet les documents à son client

8 : Expédition des marchandises.

2.2.4. 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'ordre³⁷. 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.

Bien que basée sur le contrat, la LCSB (lettre crédit stand-by) est indépendante du contrat commercial. La lettre de crédit stand-by se définit comme une garantie bancaire, dont la finalité est de protéger le bénéficiaire. Elle n'a pas vocation d'être réalisée. Sa mise en jeu reflète le non-respect par le débiteur (l'acheteur) de ses obligations de paiement à échéance.

2.3. Le choix du mode de paiement

Le choix entre ces différents moyens de paiement s'effectue en fonction de leurs rapidités, leurs coûts et de la réglementation des changes des pays.

Les transferts internationaux sont libellés en monnaies nationales ou en devises étrangères.

Conclusion

L'exportateur cherchera toujours, un mode de paiement plus sécurisé et plus rapide afin d'obtenir un bénéfice et n'expédie sa marchandise qu'après le paiement. L'importateur lui aussi souhaite avoir l'assurance que sa marchandise a bien été expédiée avant de payer et de la recevoir dans un délai sûr, et il espère avoir une marchandise conforme.³⁸

Section 3 : les risques et les garanties liés au transport de marchandises

Les marchandises sont exposées durant leur acheminement à différents risques liés aux stockages, à la manutention, à la rupture de charges et au transport lui-même. Ainsi qu'au risque de non-paiement. Ces risques variaient selon la solution de transport choisie, la valeur et la nature de la marchandise transportée.

Afin de faire face à ces risques, l'existence de l'assurance transport et assurance crédit à l'export permet de couvrir les différents risques.

³⁷ G. Legrand, H. Martini : « commerce international », 3e édition, DUNOD, Paris, 2010, p 156.

³⁸ P. GARSUAULT, S. PRIAMI : « des Opérations bancaires à l'international », BANQUE éditeur, Paris, 2001, p105.

L'étude sur cette section sera basée sur les risques liés au transport de la marchandise, les risques liés aux modes de paiement et en fin la couverture de ces différents risques.

3.1. Les risques liés au transport de marchandises

Quel que soit le mode de transport choisi (route, maritime, aérienne ou chemin de fer), les marchandises sont exposées à de nombreux risques : détériorations, manquants, pertes de poids résultant d'un accident ou événement de transport, d'un incendie, d'une mouille (risques courants), d'une grève, d'un vol, d'une émeute ou encore d'une guerre (risques exceptionnels).

3.2. Les risques liés au mode de paiement

Dans les opérations de commerce international, la gestion de trésorerie n'est pas toujours chose aisée. Les problèmes de taux de change associés aux retards fréquents de paiement voir au non-paiement de marchandises peuvent mettre l'entreprise en difficulté de financement. L'exportateur doit donc, se prémunir contre ces différents risques.

Il existe différents risques tels que : le risque de change, risque de non-paiement, risque de non-transfert, risque économique et risque pays.

❖ Risque de change

Le risque de change est lié à la livraison du taux de change lorsque la date de paiement est éloignée par rapport à la date du contrat. Il intervient lorsque l'entreprise réalise ses opérations d'importation et d'exportation en devise étrangère (les coûts sont libellés en devise étrangère). Ce risque est supporté par l'importateur dans le cas d'appréciation de ces devises et par l'exportateur dans le cas de dépréciation de la devise par rapport à la monnaie nationale.

Les entreprises utilisent généralement les banques pour se couvrir du risque de change, même si certains assureurs tels que COFACE offrent des produits attractifs ou ciblés.

Il intervient pour toute opération internationale effectuée avec une autre monnaie différente à la monnaie de facturation la plus courante (euro et dollar).³⁹

❖ Risque politique « pays »

Le risque « pays » représente l'ensemble des événements d'origine politique ou économique susceptible d'empêcher le bon déroulement d'une opération commerciale ou d'investissement. Il est parfois difficile à évaluer.

❖ Risque de non-paiement

Mis à part le paiement d'avance, l'exportateur supporte le risque de ne pas être payé par son client⁴⁰. Outre le litige commercial, le défaut de paiement résulte soit de la carence ou de la

³⁹ G. Legrand, H. Martini : « commerce international », 3^e édition, DUNOD, paris 2010, p 201.

⁴⁰ Op. Cit, p123.

faillite de l'acheteur, soit du contexte politique et économique dans le pays de ce dernier. Une analyse de la solvabilité du client et de la situation économique et politique de son pays s'impose avant d'entamer une relation commerciale.

❖ **Risque économique**

Il recouvre de nombreuses définitions. Il peut s'agir du risque économique lié à la hausse anormale ou importante des matières premières ou des éléments du coût de fabrication (optique des assureurs crédit); d'autres organismes internationaux assimilent le risque économique à un risque pays (donc inclus dans le risque politique)⁴¹.

Afin de faire face à ces différents risques, il est nécessaire d'adapter des emballages aux conditions du transport choisi.

3.3. La couverture des différents risques

En Algérie, la couverture des risques inhérents s'effectue essentiellement par l'assurance crédit à l'exportation et l'assurance de transport de marchandises.

3.3.1. La couverture des risques liés à l'exportation

Afin que l'entreprise se couvre contre les risques tels que (le risque de commercial, politique, de non-paiement et le risque économique), l'Algérie a pris des dispositions réglementaires afin de créer la CAGEX (compagnie Algérienne d'Assurance et Garantie d'Exportation), en 1996 par le décret exécutif n° 96-205⁴².

Elle a pour fonction de gérer le système d'assurance des exportations, veille à libérer ses clients de toutes les contraintes et les risques encourus :

- la garantie du risque crédit ;
- la garantie des risques de non-rapatriement du matériel exposé à l'étranger.

La CAGEX offre plusieurs polices d'assurance :

-la police crédit acheteur : elle garantit tous les contrats d'exportation payable avec un crédit acheteur. La CAGEX délivre une double garantie ; une à la banque au titre de risque de crédit et l'autre à l'exportateur au titre de risque de fabrication.

-la police globale : cette police couvre l'ensemble des ventes des biens de consommation et d'équipement, son principe de globalité signifie la garantie de la totalité de la créance.

⁴¹idem

⁴² Le site de la CAGEX. www.cagex.com

-la police individuelle : elle couvre les risques de crédit ainsi que les risques d'interruption de marchés liés aux opérations d'exportations des biens d'équipements supérieures à un an.

3.3.2. La couverture des risques liés au transport de marchandises

Les assurances de transport de marchandises comprennent :

-les assurances de marchandise par voie routière : ces assurances couvrent les dommages et pertes subis par les marchandises confiées à des transporteurs.

-l'assurance de marchandise transportée par voie ferroviaire : ces assurances couvrent, dans les conditions déterminées au contrat, les dommages et pertes matériels survenus aux marchandises pendant leur transport et, durant le déchargement et le chargement.

-les assurances de transport maritime : elles sont définies comme étant une assurance couvrant les dommages matériels causés aux marchandises transportées, ou corps de navire résultant l'événement fortuit, de forces majeures, aux conditions fixées au contrat.

-les assurances de transport aérien : définies les assurances comme étant toutes les assurances qui ont pour objet la couverture des risques relatifs à une opération de transport aérien.

Ainsi que l'assurance de vie sur le transporteur lui-même et l'assurance sur le cor du transport choisi telle que le navire, l'avion, les camions et les wagons.

❖ Types de polices d'assurance et leurs rôles

Afin d'assurer la marchandise transporter, le transporteur souscrit une assurance de dommage au niveau de la compagnie d'assurance et on contre partie elle lui indemnise en cas d'avarie.

Le tableau suivant illustre les différentes polices d'assurance.

Tableau N° 07 : les types de polices d'assurance

Police de voyage	-valable pour une relation et pour une marchandise donnée, elle est souscrite à chaque expédition
Police à alimenter	-valable pour une durée indéterminée et quantum déterminé. -Les envois sont fractionnés. L'assuré informe l'assureur de chaque expédition par un « avis d'aliment »
Police d'abonnement (ou flottante)	-valable pour un an e pour un quantum indéterminé pendant une durée déterminée, quel que soit le mode de transport, la destination ou la nature de la marchandise. À chaque expédition, l'exportateur produit un « avis d'aliment » informant l'assureur des détails de l'envoi.
Police tiers-chargeur	-Assurance que le transitaire met à disposition de son client. En cas de sinistre, c'est le transitaire qui constituera le dossier nécessaire à l'indemnisation.

Source :

Élaborer par nos soins à partir de plusieurs supports.

Conclusion

L'exportateur cherche toujours, à éviter les risques liés au transport de marchandises et aux risques liés au mode de paiement. Pour cela, il souscrit une assurance crédit et assurance transport de marchandise afin de ne pas perdre dans le contrat de vente effectuer.

Conclusion

L'efficacité de l'entreprise se mesure par le volume de ses exportations, et l'utilisation optimale des différents modes de transport est indispensable, afin que, l'entreprise atteigne ses objectifs.

La finalité d'une opération d'exportation, comme dans toute opération commerciale, est de générer un bénéfice pour l'entreprise. Il est donc nécessaire de mettre en œuvre les moyens les mieux adaptés et les plus sûrs qui permettent le recouvrement des créances.

Le rôle des compagnies d'assurance se matérialise par la couverture des différents risques liés au transport de la marchandise.

Introduction

Dans ce chapitre, nous allons présenter l'organisme d'accueil de l'entreprise agroalimentaire CEVITAL, et ses différentes activités à travers la première section.

Puis l'exposition de la logistique adoptée par l'entreprise CEVITAL, ainsi que ces modes de paiement, et nous allons exposer la démarche d'exportation utilisée par cette entreprise afin de réaliser ses échanges internationaux.

La troisième section, sera consacrée sur l'étude d'une opération d'exportation et la répartition des exportations par voie maritime selon les régions et leurs évolutions.

Section 1 : Identification de CEVITAL complexe agro-alimentaire :

Dans cette section, on présentera l'historique de l'entreprise CEVITAL, sa création et son site de placement en Algérie. Ainsi que ces différentes activités et la description des différentes directions.

1.1.La création de groupe CEVITAL

CEVITAL est une entreprise Algérienne créée par l'entrepreneur ISSAD Rebrab le 02 mai 1998 avec un capital privé 68,760milliards de dinars, c'est une société par actions (SPA) dans les actionnaires principaux sont M^r ISSAD et fils (Omar, Malik, Linda, Yacine et Salim), elle est implantée à l'extrême –Est du port de BEJAIA, elle est l'un des fleurons de l'industrie agroalimentaire en Algérie qui est constituée de plusieurs unités de production, équipées de la dernière technologie et poursuit son développement par divers projets en cours de réalisation. Son expansion et son développement durant les cinq dernières années, fait d'elle un important pourvoyeur d'emplois et de richesses.

CEVITAL Food est passé de 500 salariés en 1999 à 4500 salariés en 2013, son capital n'a pas cessé de s'accroître depuis sa création, il a été en 1998 à 8 000 000,00 DA, il est passé à 18 031 842 714 milliards de DA en 2012.

1.1.1. Position géographique

Elle est située à l'arrière-port de BEJAIA à 200 ML du quai : Ce terrain à l'origine marécageux et inconstructible a été récupéré en partie d'une décharge publique, viabilisée avec la dernière technologie de consolidation des sols par le système de colonnes ballastées (337 KM de colonnes ballastées de 18 ML chacune ont été réalisées) ainsi qu'une partie à gagner sur la mer.

- **A BEJAIA**

Ils ont entrepris la construction des installations suivantes:

- Raffinerie Huile;
- Margarinerie;
- Silos portuaires;
- Raffinerie de Sucre.

- **A El Kseur**

Une unité de production de jus de fruits Cojek a été rachetée par le groupe CEVITAL dans le cadre de la privatisation des entreprises publiques algériennes en novembre 2006.

Un immense plan d'investissement a été consenti visant à moderniser l'outil de production de jus de fruits Cojek.

Sa capacité de production est de 14 400 T par an .Le plan de développement de cette unité portera à 150 000/an en 2010.

A Tizi-Ouzou

- **A Agouni Gueghrane** : au cœur du massif montagneux du Djurdjura qui culmine à plus de 2300 mètres : l'Unité d'Eau minérale Lalla-Khadîdja a été inaugurée en juin 2007.

1.2. Les différentes activités de l'entreprise

Le complexe Agroalimentaire est composé de plusieurs unités de production :

-Huiles végétales, Margarinerie et graisses végétales, Sucre blanc, Sucre liquide, Silos portuaires et Boissons.

1.2.1. Huiles végétales

Les huiles de table : ils sont connus sous les appellations différentes: Fleurial^{plus} 100% tournesol sans cholestérol, riche en vitamine (A, D, E).

-Elio et Fridor : se sont des huiles 100% végétales sans cholestérol, contiennent de la vitamine E dans des bouteilles de diverses contenances allant de (1 à 5 litres), après qu'elles ont subi plusieurs étapes de raffinage et d'analyse.

La capacité de production est de 570000 tonnes/an, sa part sur le marché national est de 70% et ses exportations sont vers le Maghreb et le moyen orient, en projet pour l'Europe.

1.2.2. Margarinier et graisse végétale

CEVITAL produit une gamme variée de margarine riche en vitamines(A, D, E)certaines margarine sont destinées à la consommation directe telle que Matina, Rania, le beurre gourmand et Fleurial, d'autres sont spécialement produites pour les besoins de la pâtisserie moderne ou traditionnelle, à l'exemple de la Parisienne et Median « smen ».

Sa capacité de production est de 180000 tonnes/an et sa part du marché national est de 30% seulement. Sachant que CEVITAL exporte une partie de cette production vers l'Europe, le Maghreb et Moyen-Orient.

1.2.3. Le sucre blanc

Il est issu du raffinage du sucre roux de canne riche en saccharose. Le sucre raffiné est conditionné dans des sachets de 50kg et aussi commercialisé en morceau dans des boites d'un 1kg.

CEVITAL produit aussi de sucre liquide pour les besoins de l'industrie agroalimentaire et plus précisément pour les producteurs des boissons gazeuses.

L'entreprise entrée en production de se sucre le mois de septembre 2009, sa capacité de production est de 1800 000 tonnes/an, sa part du marché national 85% ; ces exportations en 2009 s'élèvent à 350000 tonnes/an, CEVITAL FOOD prévoit 900000 tonnes/an en 2010.

1.2.4. Sucre liquide

La capacité de production de sucre liquide par l'entreprise CEVITAL est de 219 000 tonnes/an et ses exportations sont de 25 000 tonnes/an en prospection.

1.2.5. Silos portuaires

Le complexe CEVITAL FOOD dispose d'une capacité maximale de 182000 tonnes et d'un terminal de déchargement portuaire de 2000 Tonnes par heure ; un projet est en cours de réalisation.

La capacité de stockage actuelle est de 120 000Tonnes en 24 silos verticaux et de 50 000 Tonnes en silos horizontaux. En 2010, la capacité de stockage sera de 200 000Tonnes en 25 silos verticaux et de 200 000Tonnes silos horizontales.

1.2.6. Boissons

CEVITAL produit plusieurs boissons telles que l'eau minérale, le jus de fruits (tchina) débiter leur production en 2012 et sodas.

Les quantités produites par l'entreprise CEVITAL pour chaque type de produit sont présentées dans le tableau suivant :

Tableau N° 08 : la capacité de production de CEVITAL

Produits	Tonnes/jour
Margarines	500T/J
Huiles	1600T/J
Sucre blanc	5000T/J
Sucre liquide	608T/J

Source : **élaboré par nos soins à partir des données des directions de CEVITAL**

Après que l'entreprise à réaliser une deuxième raffinerie du sucre en 2009, dont la capacité de production 3000Tonnes/J, la capacité de production de l'entreprise passera à 5000Tonnes/J, donc elle a réalisé un excédent de 2000Tonnes, cet excédent défini donc la demande du marché national et le destiné à l'exportation, ce qui va induire à l'augmentation

du volume des exportations, l'augmentation du nombre des marchés étrangers ainsi que leur part dans le chiffre d'affaires de l'entreprise.

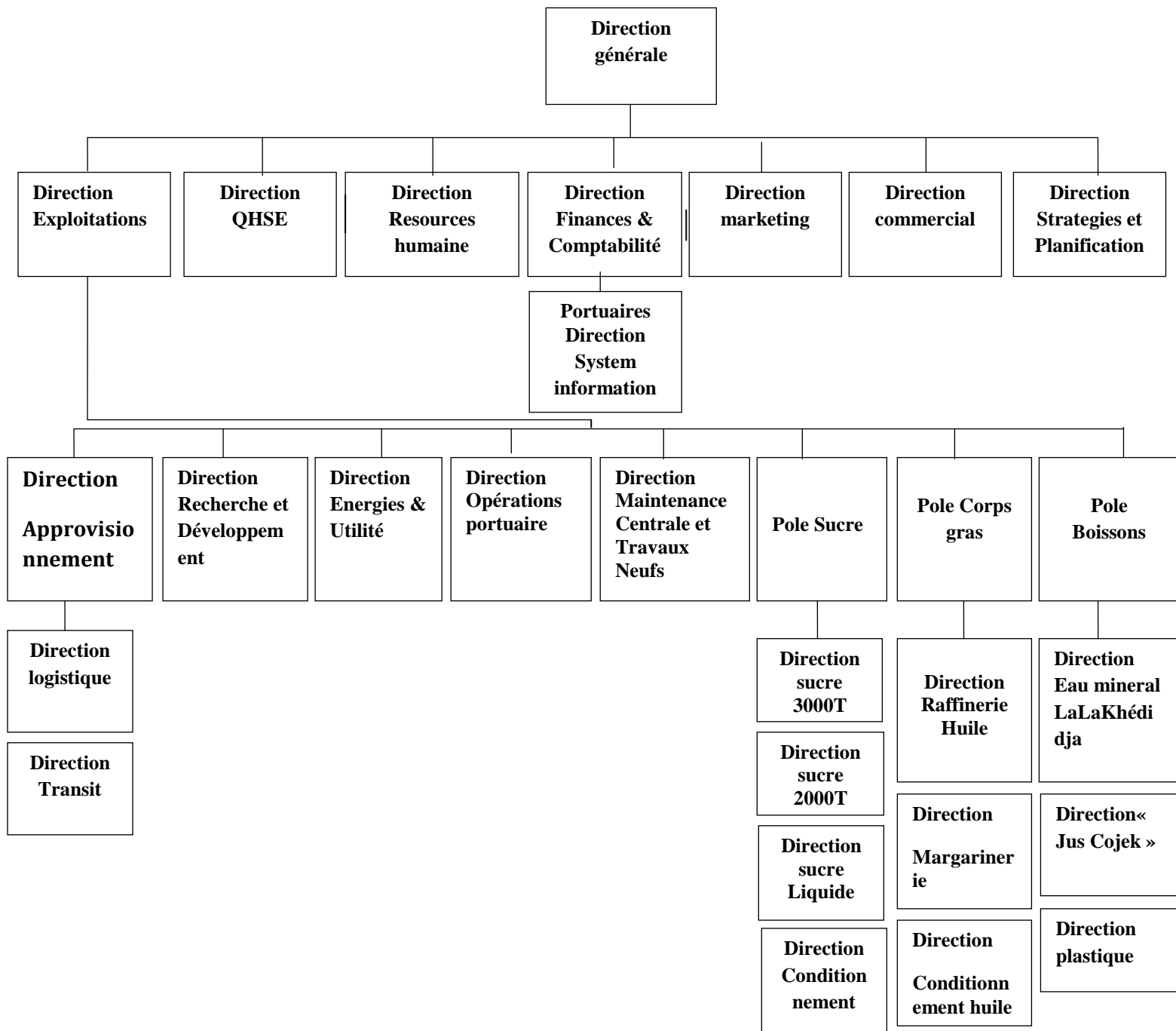
Tableau N°09: répartition des effectifs selon les catégories socioprofessionnelles

Catégorie socio professionnelle	Effectif mars2013
Manager exécutif	3
Manager dirigeant	4
Manager confirme	31
Manager intermédiaire	195
Encadrement de premier linge	843
Technicien et maîtrise	1491
Ouvrier employé	1798
Total	4365

Source :

document interne de CEVITAL

1.3. Structure organisationnelle et description des différentes directions



Source: \ISO 22000\5 Responsabilités de la direction\5.4 Responsabilité et autorité\F-RH-006 Organigramme

1.3.1. La description des différentes directions

L'organisation mise en place consiste en la mobilisation des Ressources humaines matérielles et financières pour atteindre les objectifs demandés par le groupe.

La Direction générale est composée d'un secrétariat et de 19 directions:

➤ **La direction marketing**

Pour atteindre les objectifs de l'Entreprise, le Marketing CEVITAL pilote les marques et les gammes de produits. Son principal levier est la connaissance des consommateurs, leurs besoins, leurs usages, ainsi que la veille sur les marchés internationaux et sur la concurrence. Les équipes marketing produisent des recommandations d'innovation, de rénovation, d'animation publi-promotionnelle sur les marques et métiers CEVITAL. Ces recommandations, validées, sont mises en œuvre par des groupes de projets pluridisciplinaires (Développement, industriel, Approvisionnement, commercial, finances) coordonnés par le Marketing, jusqu'au lancement proprement dit et à son évaluation.

➤ **La direction des Ventes & Commerciale**

Elle a en charge de commercialiser toutes les gammes des produits et le développement du Fichier client de l'entreprise, au moyen d'actions de détection ou de promotion de projets à base de hautes technologies. En relation directe avec la clientèle, elle possède des qualités relationnelles pour susciter l'intérêt des prospects.

➤ **La direction système d'informations**

-elle assure la mise en place des moyens des technologies de l'information nécessaires pour supporter et améliorer l'activité, la stratégie et la performance de l'entreprise.

-Elle doit ainsi veiller à la cohérence des moyens informatiques et de communication mise à la disposition des utilisateurs, à leur mise à niveau, à leur maîtrise technique et à leur disponibilité et opérationnalité permanente et en toute sécurité.

-Elle définit, également, dans le cadre des plans pluriannuels les évolutions nécessaires en fonction des objectifs de l'entreprise et des nouvelles technologies.

➤ **La direction des Finances et Comptabilité**

- Préparer et mettre à jour les budgets;

-tenir la comptabilité et préparer les états comptables et financiers selon les normes;

-pratiquer le contrôle de gestion;

-Faire le Reporting périodique.

➤ **La direction industrielle**

Chargé de l'évolution industrielle des sites de production et définit, avec la direction générale, les objectifs et le budget de chaque site.

Analyse les dysfonctionnements sur chaque site (équipements, organisation...) et recherche les solutions techniques ou humaines pour améliorer en permanence la productivité, la qualité des produits et des conditions de travail.

Anticipe les besoins en matériel et supervise leur achat (étude technique, tarif, installation...).

Sont responsables de la politique environnement et sécurité

Participe aux études de faisabilité des nouveaux produits.

➤ **La direction des Ressources humaines**

-définis et propose à la direction générale les principes de Gestion ressource humaine en support avec les objectifs du business et en ligne avec la politique RH groupe ;

-Assure un support administratif de qualité à l'ensemble du personnel de CEVITAL Food ;

Pilote les activités du social ;

-Assiste la direction générale ainsi que tous les managers sur tous les aspects de gestion ressource humaine, établie et maîtrise les procédures ;

-Assure le recrutement ;

-Chargé de la gestion des carrières, identifie les besoins en mobilité ;

-Gestion de la performance et des rémunérations ;

-Formation du personnel ;

-Assiste la direction générale et les managers dans les actions disciplinaires ;

-Participe avec la direction générale à l'élaboration de la politique de communication afin de développer l'adhésion du personnel aux objectifs fixés par l'organisation.

➤ **La direction Approvisionnements**

Dans le cadre de la stratégie globale d'approvisionnement et des budgets alloués (investissement et fonctionnement).Elle met en place les mécanismes permettant de satisfaire les besoins matière et services dans les meilleurs délais, avec la meilleure qualité et au moindre coût afin de permettre la réalisation des objectifs de production et de vente.

➤ **la direction logistique**

Expédie les produits finis (sucre, huile, margarine, Eau minérale, ...), qui consistent à charger les camions à livrer aux clients sur site et des dépôts logistiques.

Assure et gère le transport de tous les produits finis, que ce soit en moyens propres (camions de CEVITAL), affrétés ou moyens de transport des clients.

Le service transport assure aussi l'alimentation des différentes unités de production en quelques matières premières intrants et packaging et le transport pour certaines filiales du groupe (MFG, SAMHA, Direction Projets, NUMIDIS, ...).

Gère les stocks de produits finis dans les différents dépôts locaux (BEJAIA et environs) et régionaux (Alger, Oran, Sétif, ...).

➤ **La direction des Silos**

-Elle décharge les matières premières vrac arrivées par navire ou camions vers les points de stockage.

-Elle stocke dans les conditions optimales les matières premières;

-Elle expédie et transfère vers les différents utilisateurs de ces produits, dont l'alimentation de raffinerie de sucre et les futures unités de trituration.

-Elle entretient et maintient en état de services les installations des unités silos.

➤ **La direction des Boissons**

Le Pôle Boissons et plastiques comprend trois unités industrielles situées en dehors du site de BEJAIA :

Unité LALLA KHEDIDJA domiciliée à Agouni gueghrane (Wilaya de TIZI OUZOU) a pour vocation principale la production d'eau minérale et de boissons carbonatées à partir de la célèbre source de LLK.

Unité plastique, installée dans la même localité, assure la production des besoins en emballages pour les produits de Margarine et les Huiles et à terme des palettes, des étiquettes, etc.

Unité COJEK, implantée dans la zone industrielle d'El Kseur, Cojek est une SPA filiale de CEVITAL et qui a pour vocation la transformation de fruits et légumes frais en Jus, Nectars et Conserves. Le groupe ambitionne d'être Leader dans cette activité après la mise en œuvre d'un important plan de développement.

➤ **la direction Corps Gras**

Le pôle corps gras est constitué des unités de production suivantes : une raffinerie d'huile de 1800 T/J, un conditionnement d'huile de 2200T/J, une margarinerie de 600T/J qui sont toutes opérationnels et une unité inter estérification – Hydrogénation – pâte chocolatière – utilités actuellement en chantier à El Kseur.

➤ **la direction Pôle Sucre**

Le pôle sucre est constitué de 04 unités de production : une raffinerie de sucre solide 2000T/J, une raffinerie de sucre solide 3000T/J, une unité de sucre liquide 600T/J, et une unité de conditionnement de sucre 2000 T/J qui sera mise en service en mars 2010.Sa

vocation est de produire du sucre solide et liquide dans le respect des normes de qualité, de la préservation du milieu naturel et de la sécurité des personnes. nos produits sont destinés aux industriels et aux particuliers, et ce pour le marché local et à l'export. ».

➤ **La direction QHSE**

- Met en place, maintient et améliore les différents systèmes de management et référentiels pour se conformer aux standards internationaux
- Veille au respect des exigences réglementaires produits, environnement et sécurité ;
- Garantit la sécurité de notre personnel et la pérennité de nos installations ;
- Contrôle, assure la qualité de tous les produits de CEVITAL et réponse aux exigences clients.

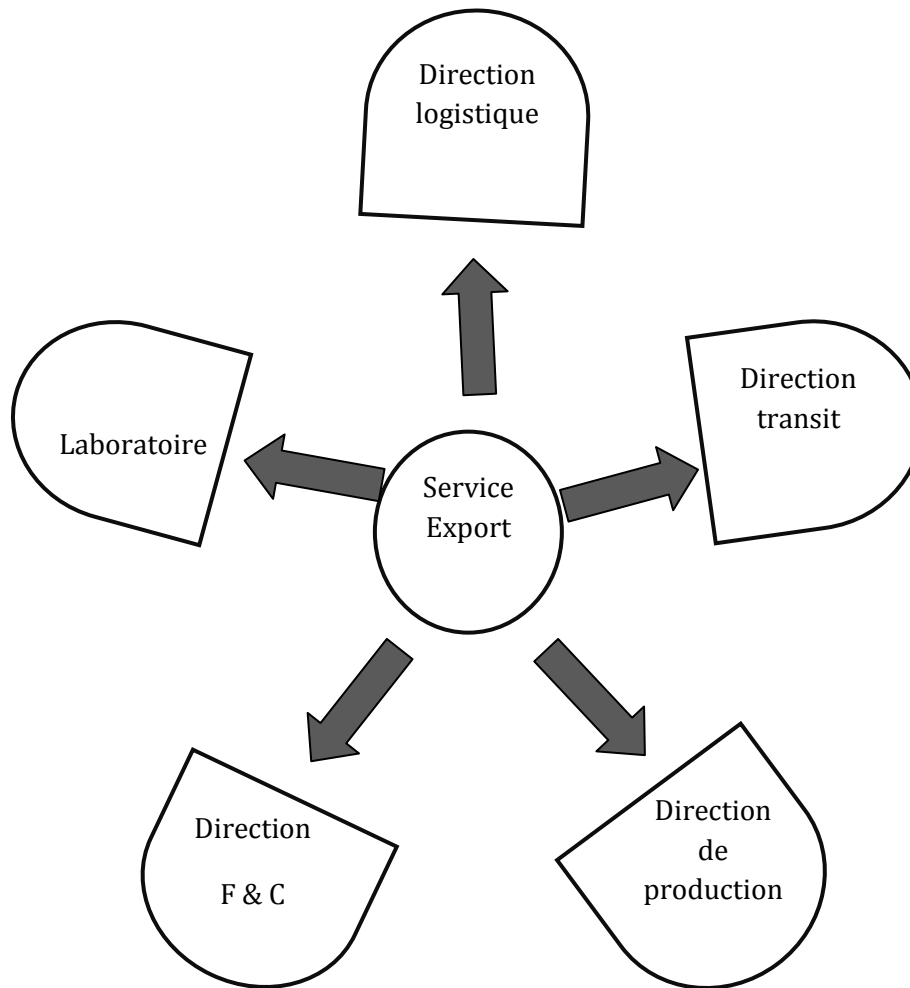
➤ **la direction Énergie et Utilités**

C'est la production et la distribution pour les différentes unités, avec en prime une qualité propre à chaque Process : D'environ 450 m³/h d'eau (brute, osmosé, adoucie et ultra pure) ; de la vapeur Ultra haute pression 300T/H et basse pression 500T/H. De l'Electricité Haute Tension, Moyenne Tension et Basse Tension, avec une capacité de 50MW. /

➤ **La direction Maintenance et travaux neufs**

- Met en place et intègre de nouveaux équipements industriels et procédés ;
- Planifie et assure la Maintenance pour l'ensemble des installations ;
- Gère et déploie avec le Directeur industriel et les Directeurs de Pôles les projets d'investissement relatifs aux lignes de production, bâtiments et énergie/utilité (depuis la définition du process jusqu'à la mise en route de la ligne ou de l'atelier)
- rédige les cahiers des charges en interne ;
- Négocie avec les fournisseurs et les intervenants extérieurs.

La figure suivante récapitule la collaboration entre les différentes directions intervenant dans une opération d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL.

Figure N°05 : les différentes directions intervenant lors d'une opération d'exportation

Source :
CEVITAL

élaborer par nos soins à partir des données de

Conclusion

L'entreprise CEVITAL possède une place stratégique qui fait d'elle un important producteur au niveau national et concurrent au niveau international.

Cela se concrétise par la performance de son service export qui est au cœur d'une opération d'exportation et travaille en collaboration avec plusieurs directions telles que : la direction de finance et comptabilité, direction de production, direction transit, direction logistique et le laboratoire.

Section 2 : La démarche d'exportation de l'entreprise CEVITAL

Dans cette section, nous allons exposer la démarche d'exportation effectuée au sein de l'entreprise CEVITAL, on citant les incoterms les plus utilisés par l'entreprise, la solution de transport utilisé et les techniques de paiement approprié à ses transactions internationales.

2.1. La solution de transport la plus appropriée

La solution de transport de marchandise la plus utilisée par l'entreprise CEVITAL dans ses échanges internationaux est le transport maritime.

Ce choix permet à l'entreprise de transporter des quantités importantes, et de réduire les coûts liés au transport de la marchandise. De plus, grâce à son positionnement au niveau du port de BEJAIA. Ainsi que, le respect des délais de livraison et la sécurité de la marchandise afin que celle-ci arrive en bon état au pays de destination, le non respect de ces deux conditions influencent sur l'image de marque de l'entreprise.

2.2. Les incoterms choisis par l'entreprise CEVITAL

Le choix des incoterms dans la solution de transport maritime se fait à la base de la maîtrise de la logistique. Les incoterms choisis par l'entreprise CEVITAL sont désignés: à l'exportation par l'incoterm CFR et rarement elle fait appel au CIF, et à l'importation elle utilise l'incoterm FOB. La responsabilité de l'exportateur dans ces incoterms (CFR et FOB) est de payer le fret de transport de la marchandise c'est-à-dire le paiement du transport maritime du port de pays d'accueil jusqu' au port de pays de destination et transversal.

De plus, l'entreprise CEVITAL possède un avantage de proximité du port, cela lui permet de réduire les frais supplémentaires liés au transport de marchandises en lui facilitant le chargement/déchargement rapide de ses dernières.

2.3. Les différents modes de paiement utilisés

L'entreprise CEVITAL utilise dans ses transactions internationales une des techniques déjà traitées précédemment qui est le credoc ou la lettre de crédit irrévocable et confirmé.

Se choix permet d'éviter le risque de non-paiement et assure le paiement rapide par la banque émettrice, mais à condition que les documents présenter soit conforme aux exigences de la lettre de crédit.

Le tableau suivant illustre la démarche et les différentes étapes du processus d'une opération d'exportation réalisée au sein de l'entreprise CEVITAL.

Tableau N°10 : le processus d'une opération d'exportation

Les étapes d'une opération d'exportation	Direction et structure concernée	Opération à effectuer
Réception de la demande	Direction commerciale	-Calcul de la cotation ; -Établissement de la facture pro forma avec une date de validité de 10 jours.
	Direction logistique	-Transmettre au service export la liste d'emportage relatif au chargement des produits (dans des TC 20, 40, dry, produit palettisé, non palettisé...)
Ouverture du L/C par le client	Direction des finances et comptabilité	-Transmission du L/C à la direction commerciale ; -Domiciliation de la facture définitive transmise par la direction commerciale.
	Direction commerciale	-Vérification et confirmation des conditions mentionnées sur le L/C conformément au contrat et/ou à la facture pro forma ; -Vérification de la liste des documents exigés par le client ; -S'assurer que les termes sont respectés ; -Établissement de la facture définitive et la remettre à la DFC pour domiciliation ; -Lancement de l'opération auprès de toutes les directions concernées.
Préparation de la production	Direction marketing	-Établissement des maquettes relatives aux étiquettes exigées par le client et les soumettre à la direction concernée pour l'impression.
	Conditionnement huile	-Commande des emballages et étiquettes, en considérant les spécifications exigées par le client ;
	Margarinerie Raffinerie de sucre	-Mise à disposition de la commande du client.
Suivi qualité	Laboratoires : Conditionnement huile	-Contrôle de la conformité des normes physico-chimiques relatives aux fiches techniques ;
	Margarinerie	-Établissement des certificats demandés par le client, à savoir : certificat d'analyse, de santé, phytosanitaire, de qualité et d'emballage.
	Raffinerie de sucre	

Suite au tableau précédent

Les étapes d'une opération d'exportation	Directions et structures concernées	Opération à effectuer
	Direction logistique	-Organisation et supervision le jour J ; -Respecter les délais.
	Direction logistique service transit	-Mise à disposition des conteneurs demandés par la direction commerciale ; -Assurés le suivi des opérations transit auprès des institutions douanières et maritimes ; -Remettre l'ensemble des documents transit à la direction commerciale à savoir : la déclaration d'exportation, le pli cartable, 2copies originales du B/L ou CMR.
Préparation de l'expédition	Direction commerciale	-Remise des documents si dessous au service transit : <ul style="list-style-type: none"> • Facture domiciliée • Copie du certificat d'origine • Liste de colisage -Préparation des documents demandés par l'acheteur, à savoir : <ul style="list-style-type: none"> • La facture commerciale • Le B/L (originale et copie) ou la CMR • La liste de colisage • Le certificat d'origine • Les certificats d'analyse, de santé, phytosanitaire, de qualité, de quantité, et d'emballage • La liste d'acheminement et de transbordement de la cargaison.
Rapatriement des fonds	Direction commerciale	-Remise des documents à la DFC ; -Remise du Swift relatif au virement effectué par le client.
	Direction finances et comptabilité	-Confirmation du transfert de fonds pour le service transit ainsi que pour la direction commerciale.

Source :

service export.

Conclusion

L'entreprise CEVITAL pour atteindre ces objectifs, elle a mis en œuvre une bonne démarche d'exportation qui lui a permis d'être compétitive à l'échelle internationale et d'augmenter ces parts de marchés sur les territoires étrangers.

Section 3 : Exemple d'une opération d'exportation et l'évolution du volume des exportations par voie maritime

Dans cette section, nous illustrerons les étapes d'une opération d'exportation d'un cas réel, réalisé par l'entreprise CEVITAL, en second lieu, l'étude sera sur la répartition des exportations du sucre blanc transportés par la voie maritime à travers différents pays du monde. Ainsi que l'évolution du transport maritime au sein de l'entreprise CEVITAL, et le rôle de ce dernier dans la compétitivité et l'efficacité de l'entreprise CEVITAL.

3.1. Exemple d'un processus d'opération d'exportation

Dans cet exemple, nous illustrerons les étapes d'une opération d'exportation d'un cas réel, réalisée par l'entreprise CEVITAL, qui se porte sur la commande du sucre blanc du port de Bejaia jusqu'au port de destination Valence Espagne. Avec la coordination des traders, cette opération est matérialisée par les différents documents utilisés et qui seront présentés en annexes.

3.1.1. L'intermédiaire de CEVITAL lors de son opération d'exportation

L'intermédiation de l'entreprise CEVITAL se fait par l'intervention des traders, ce qui a conduit CEVITAL a créé une entreprise de service (négociation), située au niveau de Genève en Suisse appelé « NAFORA ».

Les traders font un travail de veille, en suivant les cours de bourse quotidiennement et leur politique marketing, est de faire des expéditions de prospection afin de savoir l'offre, dans chaque pays.

CEVITAL passe par les traders à cause de manque d'informations sur les clients finaux, de plus, pour gagner les portefeuilles de ces derniers.

Les traders commandent des quantités importantes, quand à CEVITAL, elle préfère exporter ses produits aux traders, que d'exporter à des clients finaux qui exigent des petites quantités. Aussi, ils évitent le risque de non-paiement.

Parmi les traders les plus connus dans le monde, on trouve : CAZGELL, LOUZS DREFUS, AGRZCOMEX et CZARNIKOW.

3.1.2. Le processus d'exploitation d'une opération d'exportation de la marchandise

La première étape est la prise de contact entre les représentants de CEVITAL au niveau de l'entreprise « NAFORA » avec les clients finaux (les industries) afin de négocier le contrat de vente et définir les clauses du contrat.

Le contrat de vente est transmis à la commodité à Alger afin de communiquer les instructions à l'unité de production au niveau des déférentes directions situées à Bejaia, afin de délivrer les produits, et la facture commerciale.

Les documents suivants définissent les étapes d'un processus d'exportation réalisé par l'entreprise CEVITAL :

3.1.2.1. La facture commerciale (commercial invoice)

C'est une confirmation d'une commande d'exportation. Avec cette facture, l'exportateur fait une déclaration au niveau des douanes algériennes afin d'avoir l'autorisation d'expédition. Annexe 2

3.1.2.2. La notice d'expédition

Cette instruction se fait entre l'exportateur (CEVITAL) et le client (AGRICOMEX), dans un délai déterminé, la quantité globale (200Tonnes) conditionnée dans des sacs appelés Big-bag d'une capacité maximale de 1.1Tonnes empotée dans des conteneurs sur une ligne maritime régulière (MAERSK) choisie par l'exportateur selon ses coûts bas. L'incoterm utilisé par l'entreprise CEVITAL est le CFR.

CEVITAL produit plusieurs qualités et couleurs du sucre raffiné, dans cette commande, elle a vendu le sucre 45 icumsa; le client exige que le marquage sur le produit soit rédigé en langue anglaise. Parmi les documents de cette opération, la présence de la société générale de surveillance (SGS) reconnu au niveau mondial, qui est obligatoire afin de contrôler la normalisation des produits exportés.

Dans cette expédition, le paiement se fait par un transfert en cash. Annexe 3

3.1.2.3. La réservation des conteneurs vides (Booking) :

Après la notice d'expédition, vient la réservation des conteneurs vide auprès de la compagnie maritime MEARSK pour une durée déterminée et une destination déterminée. Annexe 4

Le choix de la compagnie maritime se fait par l'exportateur à base des conditions suivantes :

-le fret du transport varie d'une compagnie à une autre, CEVITAL choisit le fret le moins chère. Par exemple, la compagnie maritime MCA offre un prix de 400 USD et la compagnie maritime MAERSK offre un prix de 350USD donc, CEVITAL choisira le prix moins chère.

-le transit-time : est la durée du voyage maritime du port de départ jusqu'au port de destination, exemple MCA propose une durée de 10 jours et MAERSK propose une durée de 12 jours, alors l'entreprise CEVITAL choisie la durée moins longue.

-la franchise : c'est la durée de location d'un conteneur, certaines compagnies maritimes ont des durées limitées telles que MSC (entreprise italo-suisse) et MCA-CGM (entreprise française) de 30 jours, et un retard plus de trois mois l'entreprise sera soumise à des pénalités.

La seule compagnie maritime qui a une durée illimitée est celle de MAERSK (entreprise DANEMARKIENNE).

-la franchise à destination : c'est la durée que reste le conteneur chez le client. Par exemple, MCA procure une durée de 10 jours et MAERSK d'une durée 15 jours.

Toutes ses conditions se font par la date d'embarquement et la disponibilité des équipements.

3.1.2.4. La mise à disposition des conteneurs vides

Cette opération se fait par une demande auprès des services des douanes algérienne, afin d'autoriser la réservation des conteneurs pour l'entreprise CEVITAL.

Cette réservation se fait on communiquant la date d'embarquement et le pays de destination, accompagner de la liste jointe qui contient les numérotations des différents conteneurs. Annexe 5

3.1.2.5. L'empotage et scellement par la douane algérienne

Avant d'empoter un conteneur vide, il faut qu'il soit contrôlé par la société de surveillance et un agent de douane algérien, afin de les empoter. La douane procède au scellement des conteneurs et chaque scellé a un numéro équivalant au numéro du conteneur, puis un autre sceller, est mit par la société de surveillance SGS. Annexe 6

3.1.2.6. La mise à quai

Ce bon de mise à quai se fait par l'autorisation des douanes algérienne. Ce document contient le nom de l'expéditeur et celui de la compagnie maritime (MSCA) et le pays de destination, ce document contient une liste jointe des numéros de série des conteneurs.

Cette déclaration signée par le chargeur doit être remise à la société avant tout dépôt de marchandises à quai. Annexe 7

3.1.2.7. L'embarquement et la livraison de la marchandise

Dans cette dernière étape, l'exportateur embarque la marchandise sur un navire et le livre à son client dans le pays de destination.

3.1.3. Les différents documents exigés par le client

L'importateur exige la présence de quelques documents qui sont :

3.1.3.1. La facture commerciale (commercial invoice)

Comporte le numéro d'expédition, la date d'embarquement, la compagnie maritime et l'adresse de livraison. Elle contient aussi la description de la marchandise et la monnaie de facturation. Annexe 8

La déclaration douanière se matérialise par un document appelé « D11 ». Annexe 9

3.1.3.2. Certificat d'origine

Appelé certificat de préférence et de reconnaître que le produit est d'origine algérienne ; pour que l'importateur et l'exportateur bénéficient des taxes et des réductions douanières. Annexe 10

3.1.3.3. La livraison de la marchandise

La compagnie maritime procure un document pour l'exportateur afin de livrer la marchandise qu'est le contrat de connaissance (B/L).

Le connaissance est un contrat de transport maritime qui lie entre la compagnie maritime et l'exportateur, un bon de livraison, un mode de paiement (chèque) pour l'exportateur et un titre de propriété de l'exportateur à l'importateur. Annexe 11

3.2. La répartition du volume des exportations par régions

L'étude sera focaliser sur la répartition du sucre blanc transporté par voie maritime à travers différentes régions du monde, on se basant sur le volume d'exportation de CEVITAL réalisé durant les trois dernières années 2010, 2011 et 2012.

Ainsi que, l'évolution du transport maritime au sein de l'entreprise, et le rôle de ce dernier dans la compétitivité et l'efficacité de l'entreprise CEVITAL.

La répartition du sucre blanc exporté par l'entreprise CEVITAL selon les différentes régions (Europe, Asie, Afrique et Amérique), en quantités exportées et leurs parts respectives en pourcentage.

3.2.1. La répartition des exportations par région pour l'année 2010

Le tableau suivant illustre la répartition du sucre blanc à travers les quatre coins du monde pour l'année 2010.

Tableau N°11: présentation de la répartition des exportations du sucre blanc en 2010

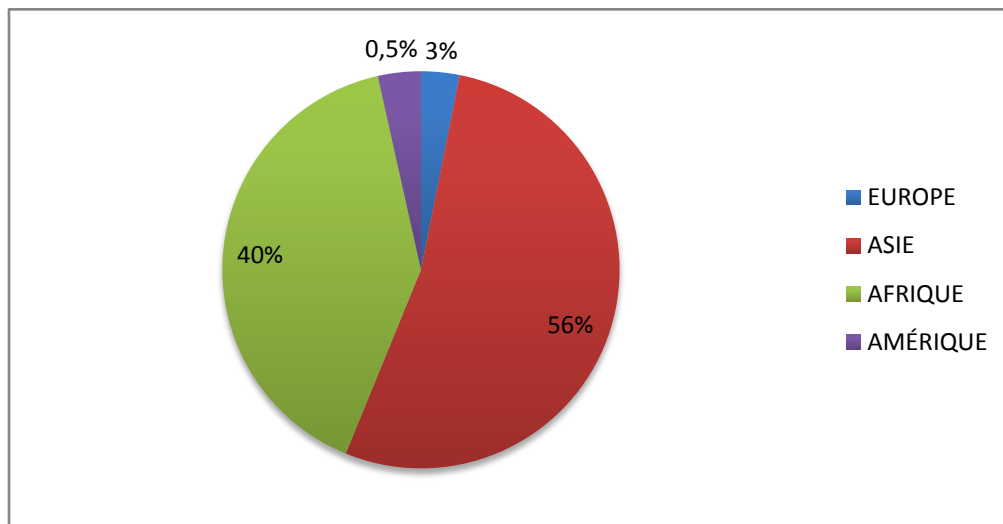
Régions	Quantités (tonnes)	pourcentage
Europe	8939	3,22
Asie	156057	56,17
Afrique	112014	40,32
Amérique	848,6	0,29
Total	277834,6	100

Source :

élaborer par nos soins à partir de l'annexe 12

D'après le tableau ci-dessus, on constate que la plus grande part d'exportation est accaparée par la région asiatique de 156 057 Tonnes ce qui représente en viron 56.17% suivi par l'Afrique de 112 014 Tonnes d'une part de 40.31% du volume d'exportation, puis l'Amérique et l'Europe en part respective de 824.6 Tonnes (0.29%) et 8939 Tonnes (3.22%) qui sont un peu proches l'une à l'autre.

Figure N°06: présentation de la répartition des exportations du sucre blanc en 2010



Source : élaborer par nos soins à partir du tableau précédant

On constate que la plus grande partie de la part d'exportation en 2010 de l'Asie est destinée au pays du moyen orient en particulier (la Syrie de 79 256 Tonnes, le Liban de 18 477 Tonnes et la Jordanie de 18 375 Tonnes) et l'Inde d'une part de 16 400 Tonnes. Et des parts marginales pour Oman et la Russie.

En deuxième position on retrouve l'Afrique ou la plus grande part est consacrée au Soudan de 68 091 Tonnes suivies de la Lybie de 19 093 Tonnes puis la Tunisie d'une part de 18 383 Tonnes et. Enfin l'Afrique du Sud avec une part marginale de 750 Tonnes, car c'est des ventes de prospection.

L'Amérique est représentée par le Canada, d'un total de 824,6 T et 0,28%, l'Europe d'une quantité de 8 939 tonnes la grande part est accaparée par l'Albanie et la Croatie est le total en pourcentage environ 3.22%. Durant cette année, les producteurs européens de sucre blanc comme les Français, ont une offre excédentaire au niveau de leurs marchés nationaux. Se qui a conduit à réduire le volume des importations du sucre blanc.

Donc, en 2010, les grands producteurs du sucre blanc tels que les Indiens, les Pakistanais et les Brésiliens ont eu une baisse de la production du sucre blanc, cette baisse est dû à une

cause technique (révision des usines, mauvaise récolte du canal sucre comme le Brésil)¹. Alors, l'entreprise CEVITAL a profité de ses exportations vers les pays asiatiques et africains.

3.2.2. La répartition des exportations par région pour l'année 2011

Le tableau suivant explique la répartition d'exportation du sucre blanc pour l'année 2011 à travers les différentes régions.

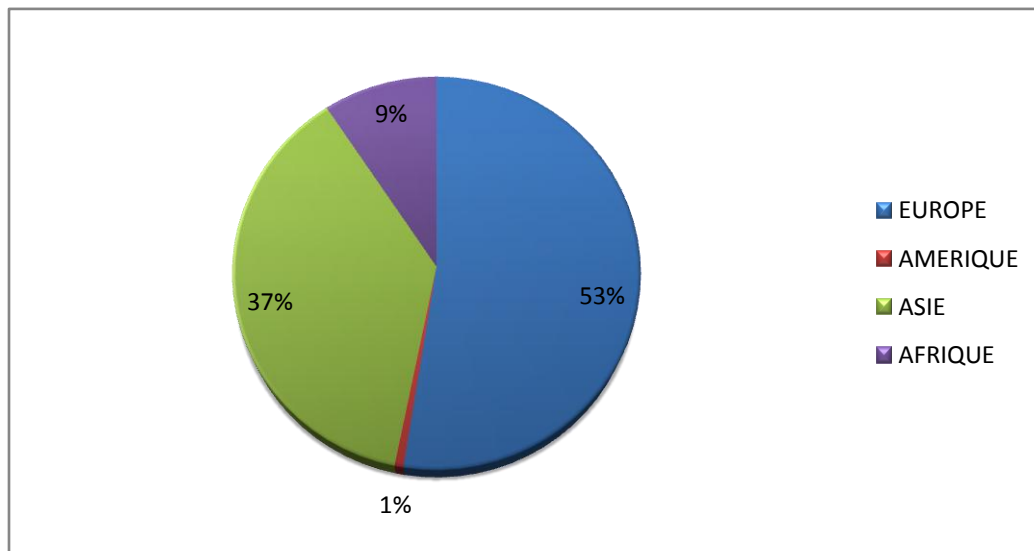
Tableau N°12 : présentation de la répartition des exportations du sucre blanc en 2011

Régions	Quantités(Tonnes)	Pourcentage(%)
Europe	140399,86	52,52
Amérique	1800,2	0,68
Asie	100155	37,47
Afrique	24994	9,349
Total	267349,06	100

Source : élaborer par nos soins à partir de l'annexe 13

On constate que la plus grande part d'exportation du sucre blanc en 2011, est prise par l'Europe de 140 399.86Tonnes, soit de 52.52% suivi par l'Asie de 100155Tonnes (37.47%), puis l'Afrique de 24994Tonnes (6.34%) et enfin l'Amérique d'une part marginale de 1800.2Tonnes soit de moins 1%.

¹ Information donnée par le chef de service transit

Figure N°07 : présentation de la répartition des exportations du sucre blanc en 2011

Source : élaborer par nos soins à partir du tableau précédent

L'entreprise CEVITAL a échangé ces marchandises beaucoup plus avec les pays situés sur la méditerranée, du continent Européen, spécifiquement la Grèce, l'Italie avec d'une part de 30713Tonnes (11.44%) et à d'autres pays de l'Europe de l'Est comme la Pologne, la Bulgarie d'une part des exportations du sucre blanc de 35106.8Tonnes soit de 13.07%. L'Europe centrale (France et pays de Benelux) avec des petites quantités et un pourcentage allant de 1% à 5% du volume des exportations.

L'Afrique en troisième position, dont on retrouve le Soudan avec des quantités importantes de 18750Tonnes soit de 7%, la Tunisie avec une part de 4000Tonnes (1.5%), et des parts marginales réparties entre le Camerone et l'Égypte.

En 2011, l'entreprise CEVITAL a réalisé beaucoup plus d'expéditions de sucre blanc vers le continent européen d'une part de 52.51%, suivi de l'Asie qui occupe une part de 37.46%, l'Afrique de 9% et en fin l'Amérique de moins de 1%.

Le sucre blanc est un produit boursier. Donc, le changement des quantités du sucre blanc exporté par l'entreprise CEVITAL dépend de la règle de l'offre et de la demande sur le marché international.

Dans cette année, l'entreprise CEVITAL a effectué ces expéditions par le transport terrestre vers un seul pays qui est la Tunisie d'une part de 2 950Tonnes (annexe 14). Cette solution de transport est moins utilisée au niveau de l'entreprise CEVITAL à l'international, à

cause des obstacles tels que: manque de sécurité, manque d'équipements, et mauvaise conception des routes qui conduisent à la détérioration de la marchandise transportée.

3.2.3. La répartition des exportations selon les régions pour l'année 2012

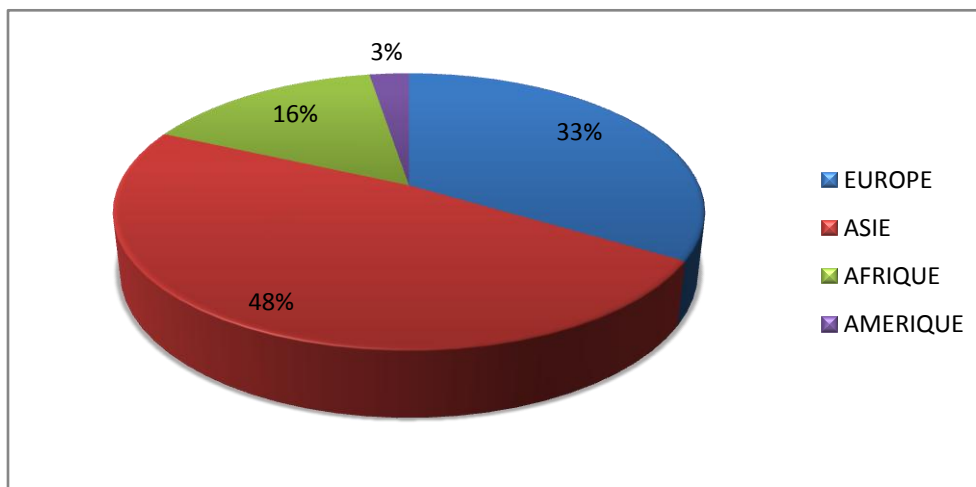
Le tableau ci-après représente la répartition des exportations du sucre blanc entre les différentes régions.

Tableau N°13 : répartition par régions des exportations du sucre blanc en 2012

régions	Quantités(Tannes)	Pourcentage(%)
Europe	65735	33,5793829
Asie	94400	48,222313
Afrique	30560	15,6109522
Amérique	5065	2,58735186
Total	195760	100

Source : élaborer par nos soins à partir de l'annexe 15

Figure N°08 : présentation des exportations du sucre blanc par régions pour 2012



Source : élaborer par nos soins à partir des données du tableau précédant

En 2012, le volume d'exportation du sucre blanc a été consacré en grandes quantités pour l'Asie de 94 400Tonnes soit de 48.22% suivi de l'Europe d'une part de 65 735Tonnes (33.57%), puis l'Afrique de 30 560Tonnes (15.61%) et l'Amérique d'une part de 5 065Tonnes (2.58%).

Cette part importante qui est destinée au continent Asiatique est partagée entre différents pays du moyen orient tel que l'Iraq avec une part de 71 300Tonnes et Jordanie de 37 100Tonnes puis la Syrie de 30 900Tonnes et des petites quantités entre UAE et l'Arabie saoudite.

L'Europe est représentée par la grande part qu'a eu l'Italie de 25 770Tonnes et d'une part moyenne partagées entre la Grèce (9 775Tonnes) et l'Espagne (7 260Tonnes), et en fin en petites quantités destinées au Danemark, la Hollande et la Turquie.

L'Afrique représentée par le Soudan avec une grande partie de 15 000Tonnes et la Guinée de 4 600Tonnes, ainsi que quelque pays de l'Afrique de l'ouest.

L'Amérique est représentée par un seul pays qu'est le Canada de 4867Tonnes.

En 2012, l'entreprise CEVITAL a exporté avec des parts plus importantes vers l'Asie spécifiquement le moyen orient, aussi vers l'Europe, puis une légère augmentation vers l'Afrique et l'Amérique grâce aux nouvelles commandes qui sont beaucoup plus des ventes de prospections.

3.3. L'évolution des exportations par voie maritime

Dans ce titre, on présentera l'évolution du transport maritime par régions durant les trois années 2010, 2011 et 2012 selon le volume d'exportation.

Le tableau suivant explique les différentes étapes de l'évolution de transport maritime à travers une période déterminée de trois années 2010, 2011 et 2012.

Tableau N°14 : présentation de l'évolution des exportations par voie maritime

Région	2010		2011		2012	
	%	Qt (Tonnes)	%	Qt (Tonnes)	%	Qt (Tonnes)
Europe	3.1345	8709	52.5155	140399,86	33.5793	65735
Asie	56.0906	156287	37.4622	100155	48.2223	94400
Afrique	40.3167	112014	9.3482	24994	15.6109	30560
Amérique	0.2818	824.6	0.6733	1800,2	2.5873	5065
Total	100	279844,6	100	269360,06	100	197772

Source : élaborer par nos soins à partir les données des trois tableaux 1..3.

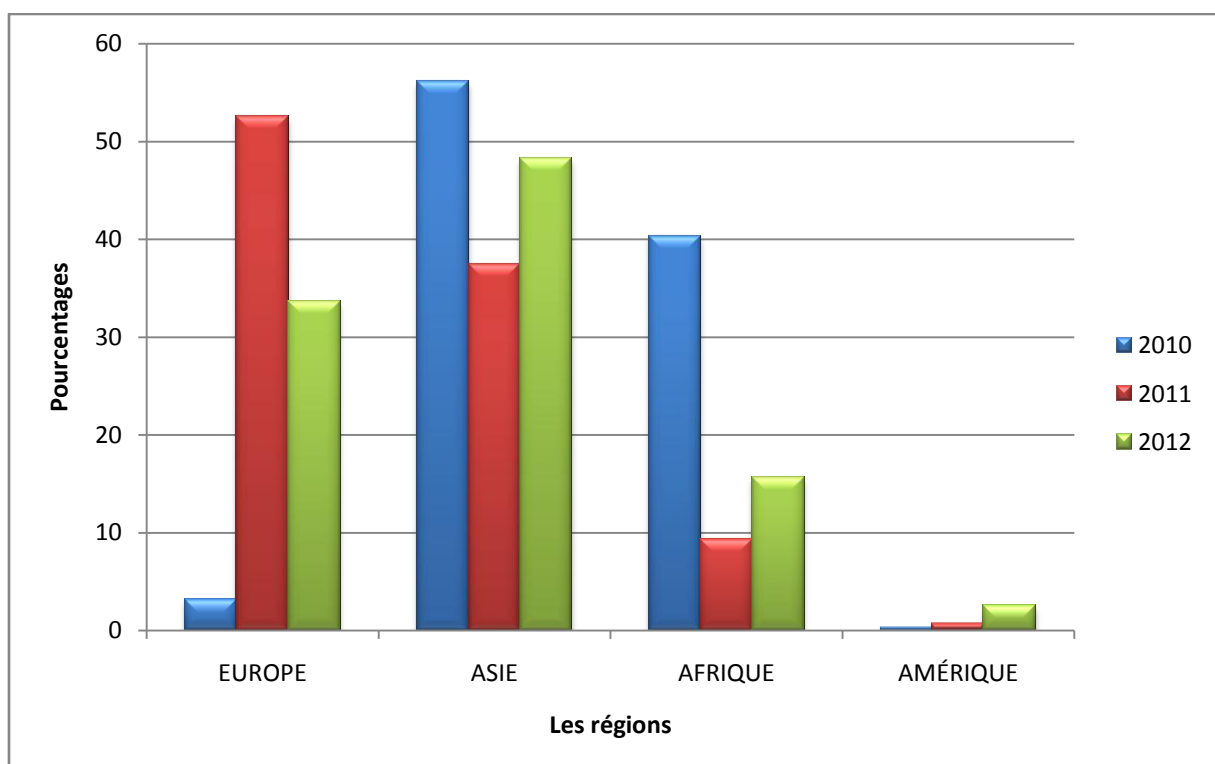
D'après le tableau ci-dessus, on constate une fluctuation des quantités exportées par l'entreprise CEVITAL vers les différents pays du monde, durant les trois dernières années (2010, 2011 et 2012).

L'entreprise CEVITAL a réalisé ses exportations en 2010 avec une part environ : de 3,13% vers Europe, de 56,09% vers l'Asie, de 40,31% vers Afrique et de 0,28% vers l'Amérique.

Et en 2011, CEVITAL a marqué une augmentation de sa part de ses exportations destinées à Europe d'environ 52,51%, une légère baisse en Asie d'une part de 37,46%, et une baisse en Afrique d'une part d'environ de 9,34% et enfin l'Amérique avec une part d'environ de 0,67%.

En 2012, la part des exportations de l'Europe a baissé de 18,94% soit de 33,57%, l'Asie a eu une augmentation de 8,18% soit de 48,22%, l'Afrique avec une part considérable d'environ de 15,61% et l'Amérique a marqué une augmentation des quantités importées d'environ de 2,58%.

Figure N°09 : présentation de l'évolution des exportations du sucre blanc



Source :

élaborer par nos soins

On comparant entre les trois années 2010, 2011 et 2012 on constate qu'en 2010 l'entreprise n'a réalisé que 3,13% du volume d'exportation du sucre blanc vers l'Europe, et qu'elle a réalisée des quantités importantes en 2011 avec un pourcentage de 52,51%. Cet excédent qui est de 49,38% s'explique par l'importance des investissements de l'entreprise CEVITAL dans ce domaine afin d'exporter l'excédant de la production sur les places

internationales. Cela, grâce à la maîtrise de la chaîne logistique (avoir un avantage compétitif). Cela a induit à l'augmentation de la demande sur ses produits de qualité et prix bas. Ce qui a multiplié sa marge commerciale. Mais, en 2012 le volume d'exportation a chuté à 33.57%, cette perte est de 18.94%, s'expliquent par la perte des parts de marché, qui est dû à l'agressivité de la concurrence et l'entrer de nouveaux concurrents sur le marché comme l'Inde, aussi aux fluctuations des prix de la matière première importée.

L'Asie en 2010, occupe une part d'exportation du sucre blanc importante de 56.09%, ces exportations sont faites à plusieurs destinations à nombre de 11 pays tels que la Syrie (27%) et l'Iraq (1.52%) et autres. En 2011, on constate une chute des exportations de 15.59% soit une part de 37.46%, cette chute implique que, la grande partie des pays de l'Asie centrale surtout (Inde et le Pakistan) sont des producteurs de la matière première du sucre blanc. Donc, il y a une production nationale du sucre blanc et la baisse des importations de ses derniers.

En 2012, l'entreprise CEVITAL marque une augmentation de 10.76% de ses exportations d'une part de 48.22%, cette augmentation est due aux quantités importantes exportées vers le moyen orient comme l'Iraq, en 2010 sa part a été de 1.52% et en 2012 de 36.52%.

L'Afrique en 2010, accapare d'une part de 40.31% dont le Soudan de 23.27% suivi de la Tunisie de 6%. en 2011, la part de l'Afrique à diminuer à 9.34%, qui s'explique par la baisse de la part du Soudan qui est de 6% et la Tunisie a baissé à 1.23% parce que, en 2011, CEVITAL a effectué ces exportations vers la Tunisie par voie terrestre.

En 2012, la part de l'Afrique augmente à 15.61% cela s'explique par la découverte de nouvelles parts de marché étrangers au niveau de l'Afrique de l'Ouest (Cap Vert, la Guinée, la Gambille, Djibouti...etc.).

L'Amérique en 2010, 2011 et 2012 est représentée par un seul pays qui est le Canada. En 2010, sa part est de 0.28%. en 2011, canada marque une légère augmentation de 0.67% qui est dû à l'augmentation des quantités importée de 1 800.2Tonnes, et en 2012, son pourcentage est de 2.58% soit en quantités importantes de 5 066Tonnes

3.3.1. L'impacte d'évolution du transport maritime

Durant les expéditions de CEVITAL de ses dernières années vers les différents pays du monde, l'entreprise marque une fluctuation dans le volume de ses exportations soit, à la hausse ou à la baisse selon les prix des cours des matières premières, qui sont côté en bourse et qui sont soumises selon la règle de l'offre et de la demande.

Cependant, la matière première agricole est soumise aux aléas de la nature, la sécheresse, la flambée des récoltes...etc. Tous ces facteurs influencent sur la capacité de la production mondiale du sucre blanc.

Conclusion

À travers les éléments présentés ci-dessus, nous pouvons dire que le volume des exportations de l'entreprise CEVITAL a diminué à travers l'évolution suivie des exportations du sucre blanc durant les trois dernières années (2010, 2011 et 2012).

La baisse des quantités exportées du sucre blanc par l'entreprise CEVITAL est due au prix rendu de ce dernier, cela revient à plusieurs facteurs comme la plupart des expéditions sont des expéditions de prospection, les prix de la matière première qui est toujours en fluctuations, l'entrée des nouveaux concurrents sur le marché international, la satisfaction de la production nationale de certains pays importateurs du sucre et enfin, selon la règle de l'offre et de la demande.

Le total des quantités exportées pour l'année 2010 sont aux environs de 279 844,8Tonnes, et d'une légère diminution de 10 484,54Tonnes soit de 269 360,06Tonnes pour l'année 2011 et en 2012, l'entreprise CEVITAL marque durant cette année une baisse considérable d'environ 71 588,06Tonnes soit de 197 772Tonnes.

Conclusion

L'entreprise CEVITAL a exporté ses produits à plusieurs pays du monde, ce qui fait d'elle un important producteur et exportateur pour l'Algérie. CEVITAL est considéré comme un développeur de l'économie algérienne. Le moyen le plus approprié et le plus utilisé par l'entreprise CEVITAL est le transport maritime.

À travers le volume de ses exportations, nous avons suivi l'évolution du transport maritime pendant une période déterminée, afin de dégager l'impact du transport maritime sur l'entreprise CEVITAL.

CEVITAL essaye de diffuser son image de marque par sa politique marketing et à travers ses expéditions de prospections afin d'explorer de nouveaux pays.

Le but assigné par cette étude étant de connaître la procédure d'exportation adoptée par les entreprises exportatrices et le choix d'une solution de transport. À cet effet, nous avons jugé utile de prendre, comme exemple, le complexe agroalimentaire CEVITAL de Bejaia.

En effet, comme les importations nous annoncent sur les exigences d'une économie, les exportations quant à elles mettent en évidence ses moyens et ses capacités productives. L'importance des exportations renvoie directement à la place des entreprises, d'une économie donnée, sur les marchés extérieurs.

Les indicateurs de l'économie algérienne montrent qu'elle est strictement dépendante des exportations d'hydrocarbures et la majeure partie de ses importations représentent une part de 38.85% de bien d'équipement et une part de 71.76% de biens de consommation durant l'année 2012¹.

En dépit des potentialités existantes et des efforts de l'Etat pour lancer l'industrie agroalimentaire, l'Algérie ne compte que 5.000 entreprises activant dans cette branche dont 162 exportatrices², les entreprises spécialisées dans le secteur agroalimentaire sont essentiellement de type familial.

La branche des industries agroalimentaires, qui emploie plus de 140.000 travailleurs, soit 40% de la population active industrielle exerçant dans plus de 17.100 entreprises, représente 50 à 55% du Produit intérieur brut (PIB) industriel et 40 à 45% de la valeur ajoutée³.

Et parmi les entreprises exportatrices Algérienne, qui ont toujours vécue à l'abri de la concurrence étrangère. Telles que l'entreprise Ifri, Ammimer énergie, Hamoud Boualem, Vitajus, Soummam et CEVITAL.

À travers le stage pratique au sein du complexe agroalimentaire CEVITAL de Bejaia et suite aux guides d'entretiens ou nous avons pu avoir des réponses sur notre problématique au niveau du service transit-export tels que :

-la solution de transport la plus utilisée par le complexe agroalimentaire CEVITAL est celle du transport maritime, qui occupe une part très importante dans cette entreprise, plus de 99%

¹ Ministère des Finances direction des douanes, 2012.

² Journal Quotidien l'Expression, 19.11.2012.

³ Idem.

de ses exportations sont effectuées par voie maritime⁴; ce choix est fait grâce à la proximité géographique qui lui permet de diminuer les divers frais liés au transport de marchandise, et par rapport au volume de ces exportations ainsi que la maîtrise de la logistique.

- le complexe agroalimentaire CEVITAL a marqué une fluctuation de son chiffre d'affaires des exportations du sucre blanc durant les trois années 2010, 2011 et 2012, cela est dû aux quantités destinées aux prospections et au manque de maîtrise de la politique marketing.

Nous avons remarqué qu'en 2010 le chiffre d'affaires de l'entreprise cevital est de 19 829 663 577 USD, alors qu'en 2011, l'entreprise a marqué une augmentation de son chiffre d'affaires de 21 311 214 340 USD qui est dus à la conquête de nouveaux territoires. En 2012 l'entreprise a marqué une baisse de son chiffre d'affaires de 17 288 259 834USD qui est causé par l'agressivité de la concurrence et la difficulté de promouvoir le label Algérienne.

Le complexe agroalimentaire CEVITAL rencontre certaines contraintes telles que :

- le manque d'équipement pour les compagnies maritimes : des fois, les compagnies maritimes prend du temps à fin de libérer les conteneurs pour l'entreprise ;
- la qualité des conteneurs par fois ne répond pas aux normes d'hygiène et la sécurité exigée.
- le contrôle de marchandise au niveau des douanes algériennes prend largement le temps à fin d'effectuer les opérations d'emportages et de scellements des conteneurs que l'entreprise veut expédier;
- l'absence du personnel compétent sur le service export ;
- manque des aires de stockages alors que la production est élevée, ce qui amène l'entreprise à payer des frais supplémentaires sur la location des dépôts.

Malgré toutes, ses contraintes que rencontre l'entreprise CEVITAL lors de ses opérations d'exportations, elle est toujours une entreprise ambitieuse et déterminer à se développer à l'international.

⁴ Directeur de la direction générale su service transit-export.

Bibliographie

Ouvrage :

- C. PASCO-BERHO: « Marketing international », 4^{ème} édition DUNOD, Paris 2002.
- C. PASCO-BERHO: « Marketing international en 23 fiches», édition DUNOD, Paris, 2008.
- D. Chevalier, F. Duphil : transporter à l'international; 4^{ème}, édition FOUCHER, Vanves, 2009.
- D. Loth : « essentiel des techniques du commerce international », édition, 2008.
- E. Weiss : « commerce international », édition, Marketing, paris, 2008.
- G. Legrand, H. Martini : « Management des opérations de commerce international », 6^eédition DUNOD, Paris, 2000.
- G. Legrand, H. Martini : « gestion des opérations import-export », édition DUNOD, Paris, 2008.
- G. Legrand, H. Martini : « commerce international », 3^eédition DUNOD, 2010.
- Ksouri : « Les techniques douanières et fiscales », édition, 2011.
- J. Adda : « la mondialisation de l'économie », 6^eédition, Repères, 2004.
- J. Belotti: « le transport international de marchandise », 2^e édition, 2008.
- M. Mekideche : « l'Algérie entre économie de rente et économie émergente, essai sur la conduite des réformes économiques (1986-1999) et perspectives », édition DAHLAB, Septembre 2000.
- M. Rainelli : « le commerce international », 9^eédition, Découvert, paris, 2003.
- M. Savy, C. Horn: « l'emploi dans le transport de marchandises et la logistique », édition, Val de Marne, paris, 2004.
- P. Garsuault, S. Priamédition : « Les opérations bancaires à l'internationale », banque éditeur, paris, 2001.
- P. Krugman, M. Obstfeld : « économie international », 7^eédition, spéciale, paris, 2006.
- S. Haddad : « Le crédit documentaire commerce international », janvier 2011.

- T. Jouan : « techniques et management des opérations de commerce international », 2008.
- U. Mayrhofer : «Marketing », 2^{ème} édition actualisée BREAL, Paris, 2006.
- U. Mayrhofer : «management stratégique », édition Bréal, 2007.
- V. Meyer, C. Rolin : « techniques du commerce international », édition Marie-Odile Morin, 2000.
- W. Away : « guide pas-a-pas à l'exportation », édition, 2008.
- W. Pissoort, P. Saerens : « Initiation au droit international », 1^{er} édition, De Boeck, 2004,
- Y. Pimor, M. Fender : « la logistique », 5^e édition, DUNOD, 2008.
- M. Radji : « transport de marchandise » in séminaire, 10/06.2012 au 13/06/2012.

Mémoires :

- S. Zourdani : « le financement des opérations extérieurs en Algérie », cas de la BNA, promotion 2012.
- R. Abdenour et autre, « Le défi de la qualité pour les entreprises nationale exportatrices », mémoire, INC, 2007.

Les revues :

- Journal Quotidien l'Expression, 2012.
- Magasine économique : « jeune Africain », 2012.
- MEMO. Guide MOCI : «commerce international », Avril 2007.

Autres :

- Arrête interministériel du 09 avril 1994, J.O n0 31/94.
- Note n° 209 du 16 mai 1990 modifiant et complétant la note novembre 1990 relative aux opérations d'échange produit ou échange technique.
- Données de l'ONS, office national des statistiques.
- Ministère des Finances, direction générale des douanes.

Sites internet :

- Le site web de la douane algérienne : 3w.douane.gov.dz.
- site de la CAGEX : www.cagex.com.

Liste des annexes

-Annexe N° 01 : Guide d'entretien.

-Annexe N° 02 : La facture commerciale.

-Annexe N°03: Notice d'expédition.

-Annexe N°04 : Booking.

-Annexe N°05 : Mise à disposition des conteneurs vide.

-Annexe N°06 : Autorisation d'emportage et de scellement.

-Annexe N°07 : Bon de mise à quai.

-Annexe N°08 : Facture commerciale.

-Annexe N°09 : D11.

-Annexe N°010 : Certificat d'origine.

-Annexe N°11 : Connaissance maritime.

-Annexe N°12 : La répartition du volume des exportations pour l'année 2010 par voie maritime.

-Annexe N°13 : La répartition du volume des exportations pour l'année 2011 par voie maritime.

-Annexe N°14 : La répartition du volume des exportations pour l'année 2011 par voie terrestre.

-Annexe N°15 : La répartition du volume des exportations pour l'année 2012 par voie maritime.

Guide d'entretien

- Comment procédez-vous afin de prendre une décision d'exportation ?
- Qui prend en charge l'opération d'exportation de l'amont à l'aval ?
- Quels sont les différents services qui s'occupent de réaliser une opération d'exportations ?
- Quelle est la fonction de service transit au sein des produits agroalimentaires de CEVITAL ?
- Comment choisissez-vous les produits à exporter ? À ce que vous exportez le même produit ou vous produisez un nouveau ?
- Quelle est la stratégie d'exportation adoptée ?
- Comment vous faites un diagnostic export ?
- Comment faites-vous la sélection des pays cibles et quelle est l'importance de la proximité géographique ?
- Quel est le produit exporté pour la première fois ?
- Quels sont les avantages compétitifs de vos produits ?
- Est-ce que vous souscrivez une assurance d'export ?
- Quelle est la solution de transport utilisée lors de vos opérations d'exportation ?
- Quels sont les auxiliaires de transport de la marchandise ?
- Quels sont les différents incoterms utilisés par l'entreprise CEVITAL ?
- Comment le choix de l'incoterm influence-t-il sur les contrats ?
- Quels sont les intervenants auxiliaires et externes du transport maritime ainsi que le transport routier ?
- Quelles sont les entraves rencontrées lors de vos opérations d'exportations ?
- Comment vous procédez pour faire face aux différents risques inhérents ?
- Quelles sont les différents types d'assurance utilisés dans le transport de marchandises par l'entreprise ?
- Quel est le mode de paiement utilisé lors d'une opération d'exportation ? Et quelle est la monnaie de facturation choisie ?
- Comment le service douanier contrôle la marchandise exportée ?
- Quels sont les techniques de transport (maritime et routier) de la marchandise ?
- Comment CEVITAL se garantit-elle contre les risques liés aux opérations d'exportation ?
- Quels sont vos futurs projets ?

-**Aconier** : entrepreneur de manutention qui assure le chargement ou le déchargement des navires.

-**Agent maritime** : mandataire représentant l'exploitant du navire (armateur ou affréteur) dans toutes les fonctions de l'armement, par exemple : assistance ou capitaine, recherche du fret, délivrance de la marchandise ;

-**Armateur** : société qui arme le navire et l'utilise pour la navigation commerciale, et dans certains cas, propriétaire du navire ;

-**Chargeur** : (shipper) personne (propriétaire ou non de la marchandise) qui conclut le contrat de transport et le plus souvent, remet la marchandise au transporteur ;

-**Commissionnaire de transport** : transitaire traitant, sous sa responsabilité, la totalité d'un transport de marchandise, voir transitaire ;

-**Conférence maritime** : groupement d'armateurs desservant les mêmes lignes, ayant conclu entre eux des accords de tarif, de trafic, d'organisation des dessertes, dans le but de maîtriser la concurrence ;

-**Connaissance (bill of Lading)** : titre représentatif de la marchandise lors d'un transport maritime, tenant lieu de reçus de ce que l'armateur charge à bord du navire ;

-**Conteneur** : boîte métallique destinée au transport des marchandises diverses, solides ou liquides ; reefer conteneur réfrigéré, flat conteneur plate-forme ;

-**Dépotage** : action de vider un conteneur ;

-**Empotage** : remplissage d'un conteneur ;

-**Fret** : prix du transport de marchandise ;

-**Fret marchandise** : marchandise transportée ;

-**Frètement** : mise en location du navire par son propriétaire, parallèlement d'affrètement, prise en location d'un navire ;

-**Groupage** : (action consistant à) grouper des envois de marchandise, par exemple groupage de colis dans un conteneur, à l'inverse ;

-**Incoterm (conditions internationales de vente)** : contrat commercial, utilisé dans le commerce international, établissant les responsabilités de l'acheteur et du vendeur en matière de transport ;

-**Inter modalité** : mise en œuvre successive de plusieurs modes de transport à l'aide de moyens permettant d'éviter les ruptures de charge ;

-**linge régulière** : liaison maritime organisée selon un calendrier régulier ;

-**Liner terme** : réglementation des tarifications pour le transport maritime international ;

-Prés- et post acheminement : transport terrestre pour acheminer une marchandise de son lieu d'origine jusqu'au port maritime et du port maritime à son lieu de destination.

-Rupture de charge : manipulation de la marchandise, souvent lors d'un changement de mode de transport.

-Remorqueur : navire qui aide les manœuvres d'entrée et de sortie des navires dans le port.

-Ro-Ro : technique de chargement ou déchargement des navires par rampes d'accès, qu'empruntent tous engins sur roues ;

-Terminal : espace constitué d'un quai et d'un terre-plein d'où partent et où aboutissent les voyageurs et les marchandises ;

-Tramping : exploitation à la demande d'un navire généralement non spécialisé et transportant du vrac, liquide ou solide ;

-Transi time : durée de passage d'un navire ou d'une marchandise dans un port.

TABLE DES MATIERES

Liste des abréviations	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Liste des annexes	
Introduction générale	2
Chapitre introductif: concepts et notions théoriques	7
Introduction	7
Section 1 : le commerce extérieur	8
1.1. La notion du commerce extérieur.....	8
1.2. L'explosion des échanges depuis 1945.....	8
1.3. L'évolution du commerce extérieur en Algérie.....	9
1.3.1. Les exportations hors-hydrocarbure, enjeux et contraintes.....	10
1.3.1.1. Sur le plan économique.....	10
1.3.1.2. Les défaillances au niveau de la logistique	11
1.3.1.3. En matière d'organisation	12
1.3.2. Enjeux liées aux exportations hors hydrocarbures	12
Section 2 : généralité sur la marchandise	14
2.1. Les caractéristiques de la marchandise.....	14
2.1.1. L'emballage.....	14
2.1.2. Le marquage.....	15
2.1.3. La liste de colisage.....	16
2.2. Les types de contenant de marchandise.....	16
2.2.1. Les palettes.....	16
2.2.2. Les conteneurs.....	17
2.3. Le contrat de transport de marchandises.....	17
Conclusion	18
Chapitre I : la procédure d'exportation	19
Introduction	20
Section 1 : généralité sur les exportations	21

1.1. Définition de l'activité d'exportation.....	21
1.2. Les raisons d'internationalisation des entreprises.....	21
1.3. Les avantages et les inconvénients liés à une opération d'exportation.....	22
1.3.1. Les Avantages.....	22
1.3.2. Les Inconvénients.....	22
Section 2 : la démarche d'exportation.....	23
2.1. Définition d'une stratégie d'exportation.....	23
2.1.1. L'élaboration d'un plan marketing à l'export.....	24
2.1.1.1. L'analyse.....	24
2.1.1.2. La stratégie marketing.....	25
2.1.1.3. Le marketing mixte.....	25
2.1.2. Identification et choix du marché cible	25
2.1.3. La sélection des produits	26
2.1.3.1. Tendances des exportations / importations.....	26
2.1.3.2. Base d'approvisionnement.....	26
2.1.3.3. Capacité de production.....	27
2.1.3.4. Adaptation du produit.....	27
2.1.3.5. Disposition de fournitures des services après-vente.....	27
2.1.4. Le choix du réseau de vente.....	27
2.2. Les études de marche.....	27
2.2.1- l'étude documentaire.....	28
2.2.2- l'étude sur le terrain.....	28
2.3. La prospection des marchés étrangers.....	28
2.3.1. La prospection épistolaire.....	29
2.3.2. La prospection directe.....	29
Conclusion.....	31
Chapitre II : la logistique internationale.....	32
Introduction.....	33
Section 1 : les incoterms.....	34
1.1. Définition des incoterms.....	34
1.1.1. Présentation des incoterms	34
1.2-le classement des incoterms.....	36
1.2.1. Selon l'ordre croissant des obligations du vendeur	36
1.2.2. Selon le mode de transport.....	36

1.2.3. Selon le type de la vente	37
1.3. Les documents utilisé.....	37
1.3.1. Les documents de prix.....	37
1.3.2. Les documents de transport.....	38
1.3.3. Les documents d'assurance	39
1.3.4. Les documents douaniers et annexes.....	39
1.4. Limites des incoterms.....	39
Section 2 : le choix d'une solution de transport.....	40
2.1. Type de transport	40
2.1.1. Les transports homogènes	40
2.1.2. Le transport combiné.....	41
2.1.3. Les transports mixtes.....	41
2.1.4. Les transports mixtes superposés.....	41
2.1.5. Les transports multimodaux (ou intermodaux).....	41
2.2. Les composantes de transport.....	41
2.3. Le choix d'une solution de transport.....	42
2.3.1. Connaître ses propres besoins.....	43
2.3.2. Connaître les besoins et les capacités du client.....	43
2.3.3. Evaluer les différents transporteurs.....	43
2.3.4. Obtenir le meilleur prix.....	43
Section 3 : la gestion douanière.....	44
3.1. La mission de la douane.....	44
3.2. Dédouanement de la marchandise.....	44
3.3. La procédure de dédouanement.....	45
3.4. Les régimes douaniers à l'export.....	45
3.5. Le contrôle de marchandises.....	45
Conclusion.....	47
Chapitre III : le transport international de marchandise.....	48
Introduction.....	49
Section 1 : les différents modes de transport.....	50
1.1. Transport maritime.....	50
1.1.1. L'organisation régionale du transport maritime.....	50
1.1.2. Les principaux intervenants dans la chaîne du transport maritime.....	52
1.1.3. Le contrat de transport maritime et la mise en bord.....	53

1.1.4. Le document de transport maritime.....	53
1.1.5. Les techniques du transport maritime.....	54
1.2. Transport aérien.....	56
1.2.1. La réglementation internationale du transport aérien.....	57
1.2.2. Les techniques du transport aérien.....	57
1.2.3. Le document de transport aérien	58
1.3. Transport routier.....	58
1.3.1. La réglementation.....	58
1.3.2. Les techniques de transport terrestre.....	59
1.3.3. Le contrat de transport.....	59
1.4. Le transport ferroviaire.....	59
1.4.1. La convention de berne.....	59
1.4.2. Le document utilisé dans le transport.....	60
Section 2 : choix du mode de règlement.....	60
2.1. Les instruments de paiements à l'international.....	60
2.1.1. Le chèque.....	61
2.1.2. Le virement bancaire.....	61
2.1.3. La lettre de change.....	61
2.1.4. Le billet à ordre.....	62
2.2. Les techniques de paiements à l'international.....	62
2.2.1. L'encaissement simple.....	63
2.2.2. La remise documentaire.....	63
2.2.3. Le crédit documentaire.....	65
2.2.4. La lettre de crédit.....	68
2.3. Le choix du mode de paiement.....	68
Section3 : risques et garanties liés au transport de marchandise.....	68
3.1. Les risques liés au transport de marchandise.....	68
3.2. Les risques liés au mode de paiement	69
3.3. La couverture des risques.....	70
3.3.1. La couverture des risques liés à l'exportation.....	70
3.3.2. La couverture des risques liés au transport de marchandises.....	71
Conclusion.....	73

Chapitre IV : étude de cas sur les exportations du sucre blanc de l'entreprise agroalimentaire cevital	74
Introduction	75
Section 1 : identification de cevital complexe agro-alimentaire	76
1.1. La création de groupe cevital	76
1.1.1. Position géographique	76
1.2. Les différentes activités de l'entreprise	77
1.2.1. Huiles végétales	77
1.2.2. Margarinerier et graisse végétale	77
1.2.3. Le sucre blanc	77
1.2.4. Sucre liquide	78
1.2.5. Silos portuaires	78
1.2.6. Boissons	78
1.3. La structure organisationnelle de l'entreprise cevital	80
1.3.1. La description des différentes directions	81
Section 2 : démarche d'exportation de l'entreprise cevital	86
2.1. Les incoterms choisis par l'entreprise	86
2.2. La solution de transport la plus appropriée	86
2.3. Les différents modes de paiement utilisés	86
Section 3 : exemple sur une opération d'exportation et volume des exportations par voie maritime	89
3.1. Exemple d'un processus d'une opération d'exportation	89
3.1.1. L'intermédiaire de cevital lors de son opération d'exportation	89
3.1.2. Le processus d'exploitation d'une opération de transport de marchandise	89
3.1.3. Les différents documents exigés par le client	91
3.2. La répartition du volume des exportations selon les régions	92
3.2.1. Pour l'année 2010	92
3.2.2. Pour l'année 2011	94
3.2.3. Pour l'année 2012	96
3.3. L'évolution du volume des exportations par voie maritime selon les régions	97
3.3.1. L'impact de l'évolution de transport sur l'entreprise	99
Conclusion	101
Conclusion générale	103

Référence bibliographique

Lexique

Tables des matières

Annexes